

# ODRODZENIE TRADYCJI

## Wpływ stylu Patachitra na reklamę i marketing narracyjny



Dr Arpita Pradhan



recenzowany  
materiał  
konferencyjny

Ten artykuł jest oparty na prezentacji przedstawionej na C-IDEA Design Conference, która odbyła się w dniach 23-26 października 2025 na Shih Chien University, Kaohsiung Campus, Tajwan, Chiny.

#Patachitra #Kalighat Patachitra #Malarstwo Kalighat #Pingla Patachitra #Reklama #Branding #Hiperlokalna Strategia Marketingowa

### Streszczenie

W niniejszym badaniu podjęto próbę zbadania, w jaki sposób niepowtarzalna identyfikacja wizualna i kulturowe znaczenie Patachitry czynią ją atrakcyjną opcją promocji marki służącą dotarciu do potencjalnych klientów. Badanie podkreśla również, jak styl narracji Patachitry może pomóc markom w opowiadaniu angażujących historii i budowaniu emocjonalnej więzi z grupą docelową. Tradycyjne style ludowe nadal odgrywają w dzisiejszych czasach istotną rolę w zachęcaniu ludzi do dokonywania zakupów.

**K**omunikacja to przekazywanie dowolnego komunikatu innym osobom. To, co widzimy i czujemy, zazwyczaj staramy się przekazać przy użyciu różnych mediów. Przed narodzinami języka, obraz stanowił klucz do wyrażania siebie. Obrazy stanowią ważny element komunikacji już od czasów malowideł jaskiniowych. Stopniowo, wraz z rozwojem języka, obraz stał się znakiem komunikacji. Użycie tego znaku ułatwia zrozumienie wielu złożonych teorii.

Patachitra to jedna z najstarszych tradycji opowiadania historii za pomocą obrazów. Praktykowana jest we wschodnich indyjskich stanach Orisa i Bengal Zachodni, a także w niektórych częściach Bangladeszu [1]. Patachitra opiera się zasadniczo na historiach z mitologii hinduskiej, które były wykorzystywane w hinduistycznych świątyniach i rytuałach, a także na zwojach opo-

wiadających historie. Obecnie służy celom edukacyjnym, komercyjnym i globalnej twórczości. W tym artykule omówię styl Patachitra wyłącznie z terenów Bengal Zachodniego. Omówienie skupi się na dwóch strefach Bengal Zachodniego: jedną z nich jest Kalkuta (obecnie Kolkata), a drugą – Zachodni Medinipur.

Słowo „Pat” pochodzi od sanskryckiego słowa „Patta”, które oznacza tkaninę, a „Chitra” oznacza obraz [2]. Zazwyczaj Patachitra była rysowana na kawałku tkaniny pokrytej kredą zmieszaną z ziemią i gliną. Po wyschnięciu warstwy powlekającej malowano na niej obrazy. Następnie, zgodnie z tradycją patachitra, na tkaninę nakładano papier jako bazę przed malowaniem. Ogólnie rzecz biorąc, patachitra można podzielić na dwie formy: jedną jest prostokątny pat, znany jako „Choukas Pat”, a drugą – pat zwojowy (Scroll Pat),



**Ryc. 1** Patachitra z Pingli, Medinipur Zachodni.

Źródło: <https://artsandculture.google.com/entity/g113s7wn3s?hl=hi>.

znany również jako „Jorano Pat” [3]. Rzemieślnicy z Pattachitry są tradycyjnie znani jako „Patuas”, a z większym szacunkiem nazywani „Chitrakars” [4]. Wizerunek Patachitry odgrywa kluczową rolę w komunikacji, edukując i zapewniając rozrywkę ludziom z niższych klas społecznych na obszarach wiejskich Bengalii Zachodniej w Indiach. Zwój pat to stara, tradycyjna metoda opowiadania za pomocą obrazów historii opartych na mitologicznych opowieściach, takich jak Ramajana, Mahabharata, Purana, Mangal-kabya i inne. Jest jak infografika, która pozwala dzielić się wiedzą za pomocą obrazów, a każdy może ją łatwo zrozumieć.

Między XVIII a XIX wiekiem Patachitra z Pingli w Zachodnim Medinipurze znana była jako Pingla Patachitra z Bengalii Zachodniej. W XIX wieku Kalighat Pat stał się popularną sztuką ludową w Kalkucie, obecnie Kolkacie, w Bengalii Zachodniej. Obie Patachitry charakteryzują się różnymi stylami i technikami.

Pingla, w dystrykcie West Medinipur w Bengalii Zachodniej znana jest jako „Pater Gram” (wioska, w której robiono pat). Tradycyjnie patua z Pingli byli wędrownymi artystami i malarzami zwójów pat (Ryc. 1). Odwiedzali oni miejsce po miejscu, śpiewając pieśni (Pater Gaan), aby opowiadać historie z rozłożonego zwoju Pat zwykłym ludziom. Tematyka opowieści była głównie religijna, mityczna, epicka i ludowa. Główną cechą

tego stylu były wyraziste i liniowe kontury oraz płaskie nakładanie nieprzejrzystego koloru, tworzące efekt dwuwymiarowości i obejmujące dekoracyjną bordiurę. Pomiedzy końcem XIX a początkiem XX wieku tradycja Pingla Pat podupadła z powodu utraty mecenatu wiejskiego, masowej produkcji grafik i rozwijającego się rynku malarstwa Kalighat. Niestety, sam Kalighat Pat zaczął zanikać na początku XX wieku z powodu popular-



**Ryc. 2** Wioska Pingla, Midnapur Zachodni.

Źródło: [https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g1024713-d20432340-Pingla\\_Village\\_of\\_the\\_scroll\\_painters-Kharagpur\\_West\\_Midnapore\\_District\\_West\\_Beng.html#/media/20432340/?type=ALL\\_INCLUDING\\_RESTRICTED&albumid=-150&category=-150](https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g1024713-d20432340-Pingla_Village_of_the_scroll_painters-Kharagpur_West_Midnapore_District_West_Beng.html#/media/20432340/?type=ALL_INCLUDING_RESTRICTED&albumid=-150&category=-150)

ności rynku druku przemysłowego. Dzięki pomocy badaczy, folklorystów i wsparciu rządu, Pingla Pat zaczął odradzać się w połowie XX wieku. Patua z Pingli stopniowo zaczęli przedstawiać problemy społeczne poza tematami religijnymi. Tematy Pat to na przykład walka z koronawirusem, zapobieganie małżeństwom dzieci, korzyści ze stosowania podpasek itp. Patua starali się włączyć zurbanizowany styl życia do swoich tematów (Ryc. 2).

Kalighat Pat, Kalighat Patachitra, czy malarstwo Kalighat powstały na brzegu rzeki Buriganga (kanału odchodzącego od rzeki Ganges) w pobliżu świątyni Kalighat [5]. Grupa patua, którzy przenieśli się z Medinipuru, oraz 24 Parganów z Bengalii osiedlili się tutaj, aby przetrwać. Początkowo zaczęli wykonywać wokalne interpretacje swoich długich malowideł na zwojach, aby zarabiać pieniądze, podobnie jak robili to w swojej wiosce. Stopniowo Kalkuta staje się kluczowym miejscem dla rozwoju gospodarczego dzięki punktom handlowym założonym przez Brytyjczyków i Euro-

pejczyków. Jednocześnie wiejska tradycja ludowa malarstwa pat przyjęła się w środowisku miejskim. Patua nie musieli już podróżować, aby spotkać się z publicznością; teraz przybywali do nich pielgrzymi. Jednocześnie patua byli sprzedawcami, a nie wykonawcami. Zaczęli sprzedawać pojedyncze obrazy na arkuszu o pionowym, kwadratowym kształcie.

W połowie XIX wieku Kalighat pat zyskał na popularności wraz z rozwojem sieci kolejowej łączącej Kalkutę z miastami takimi jak Waranasi, Patna, Bombaj i Agra, a także z przedmieściami i wnętrzem Bengalii. To przyciągnęło do Kalkuty więcej turystów, kupców i pielgrzymów [6].

**Kalighat, z codziennymi hordami pielgrzymów, stanowił doskonałą okazję dla lokalnych artystów do tworzenia i sprzedaży małych, tanich pamiątek religijnych. Patua tradycyjnie malowali długie opowieści narracyjne, często przekraczające 6 metrów długości. Pod wpływem różnorodnych form sztuki i potrzeby szybkiej pracy, patua porzucili swój linearny, narracyjny styl na rzecz pojedynczych obrazów przedstawiających jedną lub dwie postacie. Tła pozostawiano proste, usuwano wszystkie zbędne detale i stosowano podstawowe zestawienia kolorów. To stworzyło kluczowe cechy gatunku Kalighat. Produktowność patua była również wspierana przez import tańszych, gotowych farb z Wielkiej Brytanii i papieru produkowanego w papierniach [7].**

Przejęcie z płótna na papier pomaga uczynić Kalighat pat bardziej przystępnym dla wszystkich. Artyści odeszli również od gwaszu i temperry na rzecz akwareli. Płynne linie i rytmiczne pociągnięcia pędzla to kluczowe cechy Kalighat pat. W tym kontekście W. G. Archer (brytyjski urzędnik państwowy i historyk sztuki) podkreślał wpływ Zachodu w obrazach Kalighat, co jest dyskusyjne. Cieniowanie postaci Kalighat nie jest inspirowane sztuką europejską. Praktykowano je od czasów malowideł ściennych w Adżancie w Indiach. Indyjscy rzemieślnicy nie stosują jednego źródła światła, które



**Ryc. 3** „Babu i Bibi”.

Źródło: <https://blogvirasatehind.wordpress.com/2017/11/23/kalighat-patachitra-a-journey/>



**Ryc. 4** „Babu i Bibi”.

Źródło: [https://en.banglapedia.org/index.php/Kalighat\\_Painting](https://en.banglapedia.org/index.php/Kalighat_Painting)

występuje w stylu europejskim. Mural w Adżancie, Mural w Radżastanie, Mural w Amritsar i Nathdwar Patachitra z Radżastanu – wszystkie te dzieła mają ten sam styl cieniowania. Transparentne akwarele mogą wywierać wpływ na styl indyjskich rzemieślników, ale nie przyjmują oni jednego źródła światła obecnego w stylu europejskim [8].

Koncepcja Kalighat Pat opierała się na motywach religijnych, takich jak Kali, Durga, Ganesza, Śiwa, Lakszmi, Saraswati, Dżagatdhatri i inne. Są to bogowie i boginie hinduizmu. Stopniowo kontekst społeczny XIX-wiecznej Kalkuty stał się częścią tematu Kalighat Pat. Przedstawienie tematów społecznych, takich jak kultura babu w Kalkucie, zyskało znaczną popularność.

W kolonialnym Bengalu określenie „babu” często stosowano w odniesieniu do wykształconych, zurbanizowanych mężczyzn z wyższej klasy średniej i wschodzącej klasy średniej, na których wpływ miała kultura zachodnia. Babu był symbolem miejskiej hipokryzji i moralnego upadku. Kluczowymi cechami Babu były: noszenie stroju w stylu europejskim, takiego jak płaszcze, spodnie, czapki i buty z cholewkami; noszenie zegarka kieszonkowego lub laski, które są oznaką dobrobytu i nowoczesności; oraz flirtowanie z kobietami lub przebywanie z kurtyzaną (Ryc. 3, 4).

Słowo „Bibi” oznacza „kobiety”. W głębszym sensie oznacza Bibi jako kurtyzanę, kochankę lub modną damę, która wierzy w kulturę zachodnią. Często pokazywano ją w ubraniach inspirowanych Europą lub wykwinionych sari z lustrami i biżuterią, czasa-



**Ryc. 5**  
„Bibi fixing her hair”  
(Bibi poprawiająca włosy), Kalighat pat.



**Ryc. 6** „A woman, probably a courtesan, smoking a hookah” (Kobieta, prawdopodobnie kurtyzana, paląca fajkę wodną).

Źródło: [https://www.wikiwand.com/en/articles/Kalighat\\_painting#/media/File:Kalighat\\_pictures\\_sep\\_sheets\\_7.jpg](https://www.wikiwand.com/en/articles/Kalighat_painting#/media/File:Kalighat_pictures_sep_sheets_7.jpg)



mi palącą fajkę wodną, a czasami pokazywaną z Babu (Ryc. 5, 6). Parichand Mitra (Tekchand Thakur) w Alaler Gharer Dulal (1857), Kaliprasanna Singha w Hutum Pechar Naksha (1861) satyryzowali kulturę Babu XIX wieku w Kalkucie w swoich pismach bengalskich. Obaj pisarze wykonali ważną pracę w dziedzinie satyry społecznej, w której przedstawili klasę średnią, która chciała być jak Brytyjczycy, ale zapomniała o wartościach indyjskich.

Satyryczne przedstawienie kultury babu staje się wizualną dokumentacją sytuacji społeczno-kulturowej XIX-wiecznego Bengal. Można to nazwać realizmem Bengal. Kalighat pat w namalowany sposób przedstawia zurbanizowane społeczeństwo Kalkuty, które uległo wpływowi zachodu. Zmienne ukazanie Babu i Bibi stanowi potężne narzędzie do zwiększenia popularności Kalighatu. Popularność Babu i Bibi jest wciąż w modzie.

Malarstwo Kalighat jest dziś praktykowane na wiejskich terenach Bengal Zachodniego. Medinipur i Birbhum to dwa miejsca, w których współcześni malarze podtrzymują tradycję malarstwa Kalighat. Koncentrują się na tematach świeckich i bieżących wydarzeniach, a także na mieszance wizerunków religijnych, a wszystko to w nowoczesnym stylu [9]. Obecnie patua z Pingli poruszają również takie kwestie jak zdrowie, równość płci i świadomość społeczna, a także wydarzenia globalne.

Malowidła Kalighat zawsze odgrywają rolę katalizatora w tworzeniu nowego horyzontu w kolonialnym Bengal. Korzystają z wielu różnych warstw w celu przedstawienia tożsamości Bengal. Satyryczna wersja Babu-Bibi przedstawia dwie perspektywy: pierwsza podkreśla, jak odeszliśmy od własnych wartości i utworzyliśmy hybrydową bengalską klasę wyższą, naśladowując

**Tab. 1** Różnice między stylami Pingla Patachitra a Kalighat Patachitra. Źródło: Opracowanie własne.

| Aspekt      | Pingla Patachitra   | Kalighat Patachitra   |
|-------------|---|---|
| Pochodzenie | Wiejska tradycja pochodząca z wioski Pingla (Medinipur Zachodni, Bengal Zachodni).  | Tradycja miejska pochodząca z Kalighat (Kolkata, XIX wiek) nieopodal słynnej świątyni Kali, Calcutta, obecnie Kolkata, Bengal Zachodni  |
| Medium      | Zwoje (Pat) wykonane z tkaniny z naklejonym papierem, pokrytej Khari-mati (rodzaj gliny), żywicą itp. Zasadniczo pat zwojowy (Scroll Pat) obejmuje później również prostokątny pat kwadratowy (Square Pat). | Pionowy arkusz kwadratowy z ryciną wykonaną akwarelą i czasami z konturami naniesionymi ołówkiem.   |
| Colour      | Pigmenty naturalne pochodzące ze źródeł organicznych/mineralnych. Jednak obecnie używane są również kolory syntetyczne.   | Farby wodne, czasami importowane pigmenty.  |
| Styl        | Wyraziste kontury, płaskie kolory, wiele paneli w sekwencji narracyjnej.  | Gładkie, płynne pociągnięcia pędzlem, cieniowanie dla uzyskania objętości, bardziej indywidualne postacie niż panele.   |
| Temat       | Eposy religijne (Ramajana, Mahabharata), podania ludowe, później przekazy społeczne, problemy współczesne.  | Wizerunki religijne (Kali, Durga, Kryszna), później także satyryczne przedstawienia kultury Babu, życia społecznego i kolonialnego życia miejskiego w Kalkucie (obecnie Kolkata). |
| Funkcja     | Wykorzystywana do opowiadania historii za pomocą pieśni (Pater Gaan) we wsiach. Sztuka widowiskowa. Teraz tworzona jako pamiątki dla klientów miejskich i pielgrzymów.                                      | Tworzona jako pamiątki i niedrogie dzieła sztuki dla klientów miejskich i pielgrzymów.  |
| Ewolucja    | Pomiędzy końcem XIX a początkiem XX wieku nastąpił upadek, a następnie stopniowe odrodzenie w połowie XX wieku. Nadal wykonywana jako żywa tradycja, łącząca dziedzictwo z problemami współczesności.       | Zanikła na początku XX wieku, obecnie badana jako historyczny styl ludowo-nowoczesny w muzeach.   |



**Ryc. 7** Patachitra z Pingli, Medinipur Zachodni.  
Źródło: <https://en.wikipedia.org/wiki/Patachitra>



**Ryc. 8** Patachitra z Kalighatu.  
Źródło: [https://en.wikipedia.org/wiki/Kalighat\\_painting](https://en.wikipedia.org/wiki/Kalighat_painting)

**Ryc. 9** „Matka i dziecko”, Jamini Roy.  
Źródło: <https://trinityarts.co/product/jamini-roy-mother-and-child/>



**Ryc. 10** „Kobieta”, Fernand Léger.  
Źródło: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1314621656893896&set=a.427791088910295>

zachodni styl życia, głównie brytyjski. Druga ukazuje, jak klasa wyższa próbowała stworzyć nową tożsamość narodową, naśladując i przejmując elementy kultury brytyjskiej.

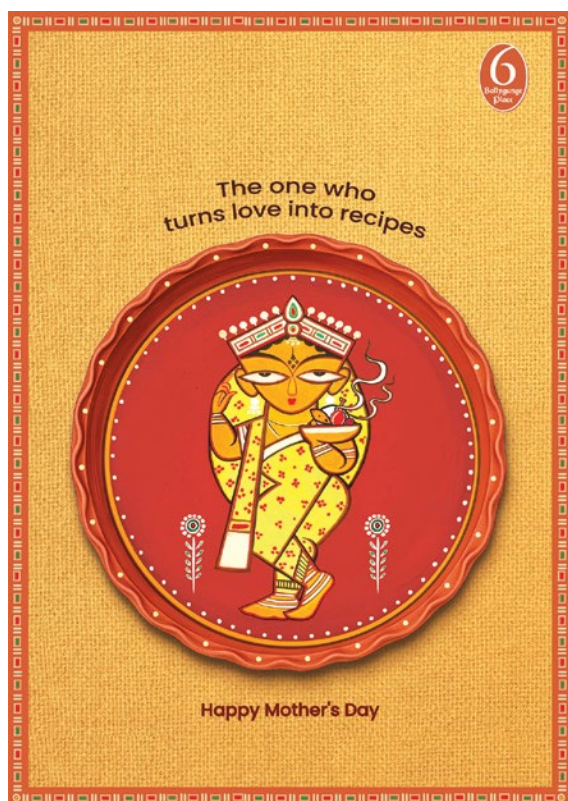
Malarze Kalighat pozostali anonimowi. Ta forma sztuki wywodzi się z lokalnej społeczności wiejskiej patua. Nieliczne zachowane nazwy Kalighat patua – Nibaran Chandra Ghosh, Kali Charan Ghosh i Kanai Lal Ghosh – są znane głównie dlatego, że W.G. Archer kupował prace bezpośrednio od tych artystów lub ich bezpośrednich potomków [10]. Wielu artystów inspirowało się stylem Kalighat pat; jednym ze znanych artystów był Jamini Roy z Bengalii Zachodniej. Styl Jaminiego Roya promował wykorzystanie sztuki ludowej w miastach, koncentrując się na idei pojedynczego, elitarnego twórcy. Jamini Roy przejął wyraziste kontury, płaskie kolory i dwuwymiarowe formy Patachitry (Ryc. 9). Uczynił to, tworząc nowoczesny, ale wyraźnie indyjski styl sztuki oparty na tradycjach ludowych. Później sztuka Jaminiego Roya, inspirowana Kalighat Patachitra, zyskała popularność wśród mieszkańców Bengalii jako sztuka Jamini. Z drugiej strony, Kalighat patua byli w większości bezimienni i rozwijali się jako grupa, odchodząc od bezpośrednich wpływów ludowych. Ci bezimienni artyści nie zostali oznaczeni jako zawodowi artyści ani jako indywidualne postaci. Ten kontrast uwy-

pukła napięcie między autorytetem pojedynczego artysty a wspólną innowacją grupy.

Inny artysta, Fernand Léger z Francji, czerpał inspirację z Kalighat pat. W 1931 roku natknął się na kolekcję Kalighat pat podczas wizyty w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Nowym Jorku w Stanach Zjednoczonych. Jego styl malarski ewoluował stopniowo, w miarę jak artysta wprowadzał organiczne i płynne linie Kalighat pat (Ryc. 10).

Wizualna lingwistyka Kalighat Pat wywarła ogromny wpływ nie tylko na Jaminiego Roya i Légera. Podobnie było w przypadku współczesnych bengalskich artystów indywidualistycznych, takich jak Sunayani Devi w latach 30. i 40. XX wieku, Nandalal Bose na plakatach Hariपुरa Congress, Abanindranath w swoich seriach Chandimangal i Krishnamangal, Nirode Mazumder i Paritosh Sen itd. Artyści czerpali z dziedzictwa Kalighat Pat i przekształcali je, tworząc własną sztukę, która nie była oparta na eurogenetycznym malarstwie modernistycznym. Doprowadziło to do odrodzenia sztuki indyjskiej [11]. Malowidła Kalighat stopniowo przedstawiały przejście od kultury ludowej do kultury popularnej w XIX-wiecznym Bengalii.

Poza sztuką wizualną, Patachitra stała się również inspiracją w reklamie. Reklama to sposób na poinformowanie ludzi o towarach lub usługach, aby zachęcić ich do ich zakupu lub wykorzystania. Głównymi celami reklamy są informowanie, przekonywanie i przypominanie. W niniejszym artykule przeanalizowałam drogę Patachitry włączeniu kultury ludowej z kulturą popularną w Bengalii. Teraz chciałabym ocenić drogę Patachitry jako elementu kultury popularnej w świecie reklamy. W reklamie Patachitra wykorzystywana jest jako skojarzenie motywacyjne, które ma na celu przyciągnięcie uwagi odbiorców docelowych. Tymczasem prace Jaminiego Roya, oparte głównie na Patachitrze, są również wykorzystywane do promocji w reklamie. Czasami stworzony obraz, główny element wizualny reklamy, staje się połączeniem Kalighat Pat, Pingla Pat i sztuki Jaminiego Roya. Całość stanowi hołd dla naszej wielowiekowej, tradycyjnej praktyki artystycznej Bengalii (Ryc. 11).



**Ryc. 11** „Mother's Day” – reklama 6 Ballygunge Place (restauracja serwująca tradycyjną kuchnię bengalską).  
Źródło: <https://www.adsofttheworld.com/campaigns/mother-s-day-0994096c-457d-4add-acf1-b581d8a0719d>

Branding jest ważnym elementem promocji towarów i usług. Wybór jakiegokolwiek marki opiera się na algorytmie, który pomaga nam podejmować decyzje. Marketerzy wykorzystują ten algorytm, aby zwiększyć wiarygodność historii swojej marki w oczach potencjalnych nabywców. Skuteczne pozycjonowanie marki odgrywa kluczową rolę w wyróżnianiu marki i uzyskiwaniu przewagi konkurencyjnej. Podstawowym podejściem w ramach pozycjonowania nie jest tworzenie czegoś nowego i odmiennego. Zamiast tego, pozycjonowanie polega na uwydatnieniu tego, co już istnieje w umyśle konsumenta. Celem jest wzmocnienie istniejących powiązań. Pozycjonowanie nie jest czymś, co robi się z produktem. Pozycjonowanie to coś, co robi się z umysłem docelowego konsumenta, któremu chce się sprzedać produkt. Co ciekawe, sam produkt pozostaje niezmienny; modyfikowana jest jedynie nazwa, cena, opakowanie i inne aspekty [12]. Strategia marketingu hiperlokalnego została wykorzystana, aby głęboko zakorzenić się w świadomości konsumenta. W tej strategii grupa docelowa została wybrana na bardzo konkretnym i ograniczonym geograficznie obszarze. Chodzi tu przede wszystkim o wysyłanie komunikatów, które są istotne dla lokalnych odbiorców, dostosowane do indywidualnych potrzeb i realizowane w krótkim czasie.

Z tego powodu styl Patachitra staje się popularnym wyborem dla różnorodnych produktów lub usług, aby nawiązać kontakt z potencjalnymi klientami w Bengalu. Sposób, w jaki płaszczyzny zostały narysowane w Patachitrze, nadal przestrzeni graficznej dwuwymiarowość. Rurowe kształty, losowe cieniowanie na krawędziach, bardzo proste kształty i reorganizacja płaszczyzn, z postaciami zajmującymi całą powierzchnię obrazu bez żadnych dodatkowych dekoracji ani rekwizytów – mocne linie, szerokie płaszczyzny, jaskrawe kolory, liniowe napięcia i rytmiczne krzywe – wszystko to współgra, tworząc formę wizualnej melodii [13].

To uproszczenie form, kształtów i kolorów pomaga stworzyć wzór, który pomoże ludziom zrozumieć temat bez konieczności zastanawiania się nad nim. Właśnie dlatego Patachitra staje się popularnym wyborem w brandingowej wszelkich produktów, towarów i usług.

Omówię teraz kilka reklam, w których wykorzystano styl Patachitra

### Star Ananda: obecnie ABP Ananda, to bengalska stacja informacyjna, która organizuje wydarzenie Sera Bangali

Reklama wydarzenia, Rok produkcji: 2012,

Agencja: Bates Asia, Kolkata, Indie

Ceremonia wręczenia nagród została zorganizowana przez bengalski kanał informacyjny ABP Ananda, aby uhonorować i uhonorować wybit-



Bates Asia, Kolkata

Ryc. 12 „Star Ananda Event Advertisement”.

Źródło: opublikowane w: Srijon Samman 2012, Pratinidin Prakashani Pvt. Ltd., s. 48.



Bates Asia, Kolkata

Ryc. 13 „Star Ananda Event Advertisement”.

Źródło: opublikowane w: Srijon Samman 2012, Pratinidin Prakashani Pvt. Ltd., s. 48.

**Ryc. 14 „Bodyline”.**

Źródło: opublikowane w: Srijon Samman 2013, Pratidin Prakashani Pvt. Ltd., s. 41.

nych ludzi, działających w różnych dziedzinach – z całego Bengalu i spoza niego. Była to seria reklam wydarzeń. Widzimy tu babu trzymającego kij do krykieta w reklamie, a inny, Bibi, gra na harmonium (instrumencie muzycznym). Podpis pod tą serią brzmi: „Nagroda za doskonałość dla wybitnych Bengalczyków” (Ryc. 12, 13).

**Great Eastern: Wiodący producent elektroniki i sprzętu AGD**

Reklama prasowa, Rok produkcji: 2015, opublikowana w Ananda Bazar Patrika, Kalkuta, niedziela 12 kwietnia, Indie. Agencja: Nieznana

Reklama przedstawia ofertę zakupów w ich sklepie z okazji bengalskiego Nowego Roku. Jeden babu niesie laptopa, a drugi daje Bibi mikser-młynek (Ryc. 15).

**Sufi Sutra 2016: Festiwal Muzyki Pokoju na Świecie zorganizowany przez Banglanatok.com**

Rok powstania: 2016, Kalkuta, 6 lutego, Kalkuta, Indie. Agencja: Nieznana

Była to szósta edycja Sufi Sutra, która odbyła się w dniach 6-7 lutego w Rabindra Sadan i Nandan Campus w Kalkucie. Celem festiwalu jest łączenie indyjskich artystów ludowych z ludźmi z całego świata poprzez wymianę kulturową i promowanie różnorodności kulturowej. W reklamie wszy-


**Bodyline: Marka detaliczna artykułów sportowych i fitness w kategorii rekreacji**

Reklama produktów rekreacyjnych, Rok produkcji: 2013, Agencja: Inner Circle, Indie

Hasło tego ogłoszenia brzmi: „Wybór fitnessowy Bengalczyków”. Całe ogłoszenie zostało zilustrowane w stylu patachitra i przedstawia Babu oraz Bibi ćwiczących na siłowni. (Ryc. 14).


**Ryc. 15 „Great Eastern”.**

Źródło: opublikowane w: Anandabazar Patrika, 2015.

scy Babu i Bibi, stylizując swoje fryzury, grają na różnych instrumentach muzycznych z radosnym nastrojem (Ryc. 16).

### Drukarnia Nukkad: Firma poligraficzna

Reklama usługi poligraficznej, Rok wykonania: 2017, Agencja: Monkey Wrench, Indie

Nukkad Printer to centrum drukarskie w Kalkucie, oferujące szeroki zakres usług drukarskich dostosowanych do wymagań klienta. Kalighat Patachitra wykorzystana jest to do zilustrowania usługi „personalizacji” oferowanej przez Nukkad Printer. W kwietniu 2017 roku w Indiach opublikowano kampanię zatytułowaną „Lokalna Marilyn, Lokalna Monalisa, Lokalny Hitler” (Ryc. 17).

### Opakowanie specjalne Fortune Hilsa Kachi Ghani Oil (olej musztardowy)

Reklamy oleju musztardowego, Rok produkcji: 2024, Agencja: nieznaną, Indie

Przepis na ilish/hilse to jedna z popularnych potraw kuchni bengalskiej. Aby promować swój olej, Fortune Mustard Oil rozpoczyna Festiwal Ilish 2024 i tworzy specjalne opakowanie zatytułowane „Hilsa Special Pack”. W jednej z reklam Babu niesie rybę hilsa, a w innej Bibi gotuje hilse, a Babu pomaga jej dodać przyprawę (Ryc. 18).



Ryc. 16 „Sufi Sutra”, 2016. Źródło: Banglanatok.com



Ryc. 17 „Nukkad Printer”, 2017. Źródło: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/local-marilyn>

**fortune**  
premium kachi ghani  
pure mustard oil

## Step 1

Use Fortune's  
**Hilsa-special pack** while  
preparing your unique  
Hilsa recipe



1 litre  
(910 g)  
premium  
**kachi ghani**  
pure mustard  
oil

fortunefoods.com

Ryc. 18 „Fortune Kachi Ghani”, 2024. Źródło: Banglanatok.com.

Jak widzimy, Babu zostaje graczem w krykieta, a Bibi piosenkarką. Czasami oboje grają w zespole muzycznym, a czasami są maniakami fitnessu. Babu niesie laptopa, a inny babu daje Bibi mikser. Dodatkowo Babu pomaga Bibi w gotowaniu, przy czym gdy Bibi jest przedstawiana jako postmodernistyczna wersja Marilyn Monroe lub Mony Lisy, Babu występuje jako Hitler.

Patrząc wstecz, zauważymy, że malarstwo Kalighat straciło swoją świetność na początku XX wieku z powodu pojawienia się chromolitografii i jej taniej produkcji. Te tanie chromolitografie zabiły produkcję malowaną ręcznie. Tematy i style obrazów Kalighat, serii „Babu” i „Bibi”, inspirują artystów z różnych dziedzin do dziś. Babu był kategorią społeczną w kolonialnym Bengalu, ale jego wizerunek w ujęciu patua był pełen ironii, przesady i trafnego komentarza społecznego. Seria „Babu Bibi” w Kalighat Patachitrze pozostaje popularna, inspirując projektantów do tworzenia brandingów, który skutecznie komunikuje się z potencjalnymi klientami. Wciąż nosimy w sobie kolonialną przeszłość. Zachodni bengalscy Babu i Bibi odzwierciedlają, jak wpływy kolonialne wciąż kształtują naszą tożsamość kulturową, ukazując zarówno ciągłość przeszłości, jak i ewolucję teraźniejszości. W ten sposób koncepcja Babu i Bibi staje się hybrydą dwóch kultur, co jest aktualne do dziś.

W reklamie widzieliśmy połączenie stylu Patachitra z Pingla i Kalighat. Włączając styl Patachitra do reklamy, marki mogą tworzyć unikalne, kulturowo istotne i angażujące kampanie, które rezonują z indyjskimi odbiorcami. Marki mogą tworzyć charakterystyczne,

kulturowo właściwe i urzekające kampanie reklamowe, które przemawiają do indyjskich konsumentów, przyjmując styl Patachitra. Firmy wykorzystują regionalną sztukę Indii do promocji swoich produktów. W Bengalu wiele firm stara się sprzedawać swoje towary, podając je metamorfozie w stylu Patachitra. Optymalne wykorzystanie Patachitry do promocji marek można nazwać strategią marketingu hiperlokalnego. Pomaga on marce przyciągnąć więcej uwagi i interakcji ze strony osób w danym regionie. Ta znajomość praktyki Patachitra wśród mieszkańców Bengalu zwiększa jej skuteczność.

Styl patachitra cieszy się popularnością od dawna. Wynika to z jego zdolności do przekazywania informacji w prosty i atrakcyjny wizualnie sposób. Podróż Patachitry trwa, ewoluując od narzędzi narracyjnych do pamiątek i od wystroju wnętrz do narzędzi marketingowych w reklamie. Obrazy potrafią czasem powiedzieć więcej niż słowa. Będzie on uważany za unikalny styl, który prezentuje światu bogactwo kulturowe Bengalu. Kalighat Pat z czasem zanikał, ale nadal wywierał wpływ na innych artystów. Styl Kalighat Patachitra przypomina feniksa, ptaka, który odradza się z popiołów. Styl Kalighat Patachitra jest zachowany w muzeum, ale nadal służy jako inspiracja dla różnych działań brandingowych i promocyjnych. Staje się powtarzającym motywem pozycjonowania tożsamości Bengalu. Podkreśla, jak rzeczy zmieniały się z biegiem czasu i jak nadal są takie same. ■

Dr Arpita Pradhan

## Przypisy

1. [https://www.daricha.org/sub\\_genre.aspx?ID=39&Name=Patachitra](https://www.daricha.org/sub_genre.aspx?ID=39&Name=Patachitra) (dostęp: 05.09.2025).
2. [https://www.daricha.org/sub\\_genre.aspx?ID=39&Name=Patachitra](https://www.daricha.org/sub_genre.aspx?ID=39&Name=Patachitra) (dostęp: 05.09.2025).
3. Bhattachariya, Ashok, *Banglar Chittrakala, Pashimbanga Bangal Akademi, Kolkata (Indie), wrzesień 2002*.
4. Gupta Dutta, Sourabh, „Village of Painters: a Visit to Naya”, 2011, [https://www.chitrolekha.com/V1/n3/03\\_Patachitra\\_Bengal\\_Naya\\_Pingla.pdf](https://www.chitrolekha.com/V1/n3/03_Patachitra_Bengal_Naya_Pingla.pdf) (dostęp: 11.09.2025).
5. Chaudhuri, Sharmistha, „The Rise and Fall of Kalighat Paintings”, *Sahapedia*, <https://www.sahapedia.org/rise-and-fall-kalighat-paintings> (dostęp: 05.09.2025).
6. Dagworld, <https://dagworld.com/kalighat-pats.html> (dostęp: 05.09.2025).
7. Victoria and Albert Museum, „Kalighat painting”, [https://www.vam.ac.uk/articles/kalighat-painting?rsltd=AfmBOorxFaTeQL6tS-koYGqhn4y2JiazFMPlhKuhj\\_C4mz3aYQjA46O#slideshow=4207388&slide=0](https://www.vam.ac.uk/articles/kalighat-painting?rsltd=AfmBOorxFaTeQL6tS-koYGqhn4y2JiazFMPlhKuhj_C4mz3aYQjA46O#slideshow=4207388&slide=0) (dostęp: 05.09.2025).
8. Bhattachariya, Ashok, *Banglar Chittrakala, Pashimbanga Bangal Akademi, Kolkata (Indie), wrzesień 2002, s. 100-101*.
9. Victoria and Albert Museum, „Kalighat painting”, [https://www.vam.ac.uk/articles/kalighat-painting?rsltd=AfmBOorxFaTeQL6tS-koYGqhn4y2JiazFMPlhKuhj\\_C4mz3aYQjA46O#slideshow=4207388&slide=0](https://www.vam.ac.uk/articles/kalighat-painting?rsltd=AfmBOorxFaTeQL6tS-koYGqhn4y2JiazFMPlhKuhj_C4mz3aYQjA46O#slideshow=4207388&slide=0) (dostęp: 05.09.2025).
10. Guha-Thakurata, Tapati, *The Making of a New 'Indian' Art: Artists, Aesthetics and nationalism in Bengal, c. 1850-1920, South Indian Edition, Cambridge University Press, Delhi (Indie) 2017, s. 24*.
11. Kumar, Alope, „Fernand Léger was influenced by Kalighat Pats”, *Academia*, lipiec 2010, <https://www.profalokekumar.in/writings/blogs/fernand-leger-was-influenced-by-kalighat-pats.html> (dostęp: 06.09.2025).
12. Ries, Al; Trout, Jack, *Positioning: The Battle for Your Mind, Twentieth Anniversary Edition, Tata McGraw Hill Publishing Company Limited, New Delhi (Indie) 2003, s. 3*.
13. *Banglapedia*, hasło: „Kalighat Painting”, [https://en.banglapedia.org/index.php/Kalighat\\_Painting](https://en.banglapedia.org/index.php/Kalighat_Painting) (dostęp: 05.09.2025).