

MARIAN GOLKA

Uniwersytet in Adama Mickiewicz w Poznaniu

## SKANDAL ARTYSTYCZNY

Skandal jest tyleż zjawiskiem emocjonalnym, co kulturowym; ma zarówno przejawy jednostkowe, jak i społeczne; bywa traktowany wstydliwie czy dyskretnie, ale często jest upowszechniany przez media. Skandale to emocje złożone i niejednoznaczne: to mieszanina wzburzenia, zaciekawienia, uwagi, dezaprobaty, potępienia, czasem nawet szoku. Skandale mogą dotyczyć różnych sfer życia: obyczajów, religii, polityki czy sztuki. Oczywiście te aspekty nieraz się splatają, jednak przedmiotem mojego zainteresowania są przede wszystkim skandale związane ze sztuką. Podejmę tu kwestie teoretyczne odnoszące się do tego, jak można rozumieć skandal artystyczny i jak rozróżnić właściwe skandale artystyczne oraz skandale medialne dotyczące sztuki, jakie są ich przejawy oraz jakie skutki one przynoszą.

Milczącem założeniem tych rozważań jest przekonanie, że medialny skandal artystyczny to kicz *à rebours* — czyli działanie marketingowe mające pomóc w funkcjonowaniu na rynku sztuki. Zdaje się, że przynajmniej w ostatnich stu latach dziejom sztuki towarzyszy poboczna ścieżka prowadząca od kiczu do skandalu. Są to dwa odmienne sposoby poszukiwania odbiorców<sup>1</sup>.

Pragnę przy tym wyraźnie podkreślić, że przywoływane dalej takie czy inne przykłady i przejawy skandali artystycznych dla mnie osobiście zazwyczaj nie miały cech skandalicznych. Sam patrzę na sztukę w innej perspektywie: istotności bądź jałowości przesłania, pomysłowości bądź wtórności, wyrafinowania

---

Adres do korespondencji: golka@amu.edu.pl

<sup>1</sup> Inaczej relacje skandalu i stereotypu (którego wszak kicz jest skrajnym wcieleniem) ujmuje Piotr Michałowski (2003).

czy trywialności, głębi czy miałkości. Te aspekty nie są tu jednak przedmiotem refleksji. Uwaga moja jest skoncentrowana właśnie na społecznym funkcjonowaniu skandali artystycznych czy medialnych skandali dotyczących sztuki.

### OKREŚLENIA

Zacząć należy od rozróżnienia pojęcia skandalu i prowokacji. Uznajmy, że skandal (od greckiego *skándalettron* — element pułapki) oznacza postępek czy rzecz oburzającą, gorszącą, nadto połączoną ze swoistą publiczną awanturą wokół tego postępku czy rzeczy. Przy tym skandal jest czymś, co jakby już się dokonało, spełniło, i to niezależnie od intencji przedmiotu i podmiotu skandalu. Dodać można, że w językach nowożytnych słowo *scandal* pojawiło się w tym znaczeniu prawdopodobnie po raz pierwszy w Anglii w XVI wieku (Thompson 2010, s. 26).

Przyjmijmy, że skandal to powstanie takich wydarzeń, sytuacji czy rzeczy, które wywołują publiczne zainteresowanie połączone z dezaprobatą lub poczuciem urażenia części odbiorców. Owa dezaprobata wynika z naruszenia lub zakwestionowania pewnych wartości czy norm (Thompson 2010, s. 28)<sup>2</sup>. Skandalom medialnym towarzyszy oczywiście nagłośnienie i rozbudzenie tego zainteresowania. Przyczyna, powód lub okoliczności pojawienia się (czy wywołania) skandalu nie są aksjologicznie obojętne — przynajmniej dla części odbiorców. Słusznie też zauważa się, że „kontrowersja w ocenie jest warunkiem koniecznym skandalu” (Michałowski 2003, s. 77). Wielu autorów podkreśla istnienie głębokich różnic aksjologicznych w postawach odbiorców wobec skandalu (zob. np. Kepplinger 2008). Paradoksalnie też, będąc zakłóceniem sytuacji komunikacyjnej, skandal intensyfikuje ją.

Tymczasem prowokacja czy prowokowanie (od łacińskiego *provocatio*, czyli wywoływanie czegoś, pobudzanie) to świadome działania zmierzające do wywołania określonego i oczekiwanego skutku. Są to też często działania wyzywające i z elementami swoistej zaczepki. Te zazwyczaj ukryte, lecz świadome intencje są niezbędnym składnikiem prowokacji. Różne mogą być oczekiwane skutki prowokacji. W rozważanym tu kontekście prowokacja jako zabieg świadomy mający na celu wywołanie skandalu bywa zawsze upubliczniona i nagłośniona, gdyż w założeniu ma wywołać czyjś protest.

Dotykając kwestii pojęciowych należy też wspomnieć, że w polskich skojarzeniach językowych słowo „skandal” odnosi się do czegoś innego niż przymiotnik: „skandaliczny”. Ten ostatni owszem opisuje to, co szokujące, oburzające czy bulwersujące, ale także to, co „niepojęte”, „niezrozumiałe” czy „zadziwiające”. I ta niejaka dwuznaczność towarzyszy również pojęciu skandalu.

---

<sup>2</sup> Interesujące społeczno-kulturowe ujęcie skandalu przedstawia też Henryk Szabała (1993, s. 97 i nast.).

Pier Paolo Pasolini w wywiadzie telewizyjnym powiedział kiedyś, że „każda wypowiedź artysty jest skandalem”. To stwierdzenie jest oczywiście zarówno nie w pełni prawdziwe, jak i nieco życzeniowe. Można jednak uznać, że Pasolini miał o tyle rację, o ile każda rzeczywiście nowa propozycja artystyczna może jawić się jako skandaliczna, bulwersująca, oburzająca czy zadziwiająca w odniesieniu do tego, co w sztuce znane było i akceptowane wcześniej. Oczywiście, należy odróżniać tak rozumiane skandale od gwałtownych rewolucyjnych i głębokich zmian w kulturze (Szabała 1993, s. 106 i nast.).

Choć już dawniej bywali artyści prowokatorzy (np. Caravaggio), to jednak dopiero prawie cała nowoczesna historia sztuki, poczynając od impresjonizmu, jawi się jako szereg coraz to nowych propozycji, nieraz niepojętych i szokujących w stosunku do minionych. Możliwości prowokowania uzupełniły zestaw klasycznych ról artysty — obok roli artysty-demiurga, artysty-kapłana, artysty-proroka, artysty-mędrca, artysty-reformatora pojawiła się rola artysty-prowokatora (zob. Golka 1995, s. 90 i nast.). Trudno stwierdzić, czy jest ona całkowicie nowa, czy też jest nowym wcieleniem i uzupełnieniem dawniejszej roli „artysty jako artysty”. Dlatego nieprzekonująco brzmi wypowiedź Piotra Uklańskiego, iż „mówienie, że artysta jest prowokatorem, to element języka prasowego. Żaden z artystów, których znam, nie zajmuje się «prowokowaniem»” („Rzeczpospolita”, 11–12 grudnia 2010). Z wielu ról artysty wyrasta, jak można sądzić, właśnie zadanie sprzeciwu — sprzeciwu wobec wszelkich autorytetów i opresji: władzy i instytucji politycznych, religii i Kościołów, kapitalizmu, konsumpcjonizmu, uniformizacji, globalizacji, mediów, ksenofobii czy po prostu sprzeciwu wobec zastanych kanonów artystycznych.

Jest pewna różnica między „czystym” skandalem artystycznym a skandalem medialnym dotyczącym sztuki. Czysty skandal artystyczny, jeżeli w ogóle się pojawia, zamyka się w wąskim środowisku twórców i bezpośrednich odbiorców — w kręgu ludzi tak czy inaczej zainteresowanych życiem artystycznym. Taki skandal to coś, co mogło wywołać zdziwienie, sprzeciw, nawet repulsję, jednak nie zostaje szerzej upublicznione. Może zamknąć się w salonie artystycznym czy kawiarni artystycznej, może ograniczyć się do dyskusji w pracowni czy atelier. Nie wychodzi na zewnątrz systemu artystycznego, gdyż dotyczy jakichś spraw czysto artystycznych, warsztatowych lub tematycznych. Takie problemy nie interesują wszak postronnych, choć mogą wywołać burzę w środowisku twórców.

Sztuka, jakkolwiek sztuka, dziś zdaje się mało kogo obchodzić — przynajmniej obchodzi mało kogo spoza wąskiego środowiska artystycznego. Już w latach dwudziestych XX wieku zauważył to José Ortega y Gasset (1980, s. 321) pisząc, że sztuka stała się dla ludzi czymś odległym, drugorzędnym i mało ważnym. Ani w muzeach, ani w galeriach, ani na prezentacjach sama w sobie zazwyczaj nie wywołuje ona większego rezonansu. Jednak gdy prawicowy polityk fizycznie zareagował w Zachęcie w 2000 roku na instalację Maurizio Catellana z figurą przedstawiającą Jana Pawła II lub aktor Danel Olbrychski pociął szablą (także w roku 2000 w galerii Zachęta) prace z cyklu

Piotra Uklańskiego *Naziści*, to zmediatyzowanie tych wydarzeń natychmiast poruszyło szerszą publiczność.

Można uznać, że współcześnie autorzy skandalu artystycznego, w przeciwieństwie do politycznego, nie dążą za wszelką cenę do zachowania tajemnicy. Przeciwnie — mogą być zainteresowani jego rezonansem. Potencjalny rezonans skandalu zależy od swoistego horyzontu społecznego. Większy rezonans skandale zaczęły osiągać, gdy pojawiła się prasa (nieprzypadkowo pierwsze skandale zaczęły się w XIX wieku; zob. Matt 2002, s. 22; Schüler, Täuber 2010). Jednak pełne życie i prawdziwy rozpęd uzyskały skandale dzięki telewizji. To skandale nagłaśniane przez to medium łączą wytwory artystyczne z szerszą publicznością i to one nadają rezonans temu, co inaczej byłoby zamknięte w wąskim kręgu. Dodać można, że współczesne medialne skandale artystyczne w wielu przypadkach są wywołane czy wręcz sprowokowane, a przynajmniej oczekiwane. Prasa, radio i telewizja nagłaśniają skandale, czasem nawet je kreują, ale przede wszystkim same żywią się nimi.

Warto w tym miejscu choćby na marginesie zastanowić się, jaka jest tu rola internetu. Wydaje się, że to medium mniej interesuje się skandalami. W nim bardziej obecne są chwilowe ciekawostki, które wywołują większe czy mniejsze zainteresowanie, lecz szybko przemijają bez wywołania większych emocji. Różne są oczywiście tego przyczyny, z których najważniejszą zapewne jest to, że na skandalach w internecie nikt specjalnie nie zarabia. Tymczasem skandale nagłaśniane w pozostałych mediach służą dziennikarzom, reklamodawcom, właścicielom gazet czy stacji.

Medialne skandale artystyczne dokonują się na styku sztuki z polityką i ideologią, sztuki z religią czy sztuki z obyczajowością, a nawet sztuki z ekonomią. Każdy medialny skandal artystyczny porusza czyjś stosunek do wartości moralnych, obyczajowych, niekiedy też religijnych oraz — co tu jest najistotniejsze — artystycznych. Ważne jest właśnie to połączenie aspektów artystycznych oraz pozaartystycznych. Dzieje się jednak tak, że w mechanizmie skandalu ulegają one poprzesuwananiu, zamaskowaniu, udawaniu. Dla medialnego skandalu mało interesujące są same w sobie artystyczne środki wyrazu, mało istotna jest obecność jakiegoś nowatorskiego intelektualnie przesłania, ważniejsze jest poruszenie, jakie może wywołać takie czy inne zastosowanie symbolu religijnego lub politycznego, dezaprobata jakichś środowisk lub instytucji, czyjaś interwencja. Skądinąd interwencje polityków (obojętnie: lewicowych czy prawicowych) podszyte są dwuznacznością — zazwyczaj w odniesieniu do działań artystycznych obliczone są one na medialny rezonans, na rozgłos, na podtrzymanie czy ożywienie własnej kariery politycznej.

Odnosi się wrażenie, że medialne skandale artystyczne najczęściej dotyczą wytworów sztuki plastycznej (takiej, jak jest ona dziś rozumiana, czyli w nader szerokim ujęciu), rzadziej literatury<sup>3</sup>, muzyki, teatru, opery czy filmu. Można

<sup>3</sup> Choć też tam występują; zob. Tramer 2000.

zastanawiać się, dlaczego tak jest. Wydaje się, że sztuki plastyczne często są synonimem „sztuki w ogóle”, ponieważ funkcjonują w swoicie laboratoryjnej postaci i dlatego to, co w nich i wokół nich się dzieje, staje się swego rodzaju probierzem sztuki. Może jednak ważniejsze jest to, że współczesne sztuki plastyczne są obecne w przestrzeniach publicznych, zarówno — otwartych, jak i zamkniętych. Są więc niejako z natury rzeczą przedmiotem publicznego — w tym medialnego — zainteresowania, budzą uwagę, łatwy jest do nich dostęp, łatwo je sfotografować i sfilmować, łatwo zwielokrotnić ich publiczną obecność<sup>4</sup>.

Tę częstszą obecność skandali medialnych w dziedzinie sztuk plastycznych można wytłumaczyć i tym, że tutaj relatywnie mniejsze jest ryzyko katastrofy finansowej. Producent filmowy rzadko może pozwolić sobie na takie ryzyko; artysta plastyk nie ma takich ograniczeń, tym bardziej że często „inwestorem” są tu instytucje publiczne poprzez stypendia czy inne mechanizmy finansowania. Warto też zwrócić uwagę, że w muzyce częściej niż same utwory muzyczne skandalem zdarzają się kończyć niektóre występy estradowe (bo ktoś zdjął na estradzie spodnie albo ktoś coś niestosownego głośno tam powiedział) — a więc znowu wydarzenia zachodzące w przestrzeniach publicznych.

Mimo odmiennych przyczyn, uwarunkowań i okoliczności nie można wyznaczyć jednoznacznych granic między czystym skandalem artystycznym a skandalem medialnym odnoszącym się w do wytworu sztuki (czyli inaczej mówiąc, skandalem „okołoartystycznym”<sup>5</sup>). Mamy tu do czynienia raczej z continuum i wieloma sytuacjami mieszanymi niż z jednoznacznie odrębnymi kategoriami. Wszak o każdym skandalu, jeżeli cokolwiek wiemy, to wiemy właśnie dlatego, że informacja dotarła do nas za pomocą jakichś mediów — choć niekoniecznie masowych. Tyle tylko, że współcześnie ciche skandale wyłącznie artystyczne wydają się bez znaczenia, a zaczynają dominować skandale medialne rozgrywające się w kulturze masowej.

Jedno wydaje się pewne: wiele spraw artystycznych nie wywołałoby żadnej publicznej spontanicznej reakcji bez udziału mediów. Wszak niekiedy skutki skandali są niewspółmierne do przyczyn, które je wywołały (Kepplinger 2008, s. 12). Często wytwór sztuki będący podłożem skandalu jest miałki intelektualnie i mało ciekawy artystycznie, a wywołał ogromny rozgłos medialny. „Niektóre działania artystów są żenująco proste, żeby nie powiedzieć prostackie. Szukanie w nich głębszej myśli wymaga niejednokrotnie zaparcia się inteligencji i zdrowego rozsądku” — słusznie zauważa Andrzej Matynia (2001, s. 40). Media nie tylko dostarczają informacji o czymś prawdziwie czy rzekomo skan-

---

<sup>4</sup> Warto zwrócić uwagę, że głośny w swoim czasie (w roku 1996) film Miloša Formana pt. *Skandalista Larry Flint* nie wywołał takiego skandalu jak plakat do niego (przedstawiający bohatera filmu ukrzyżowanego na łonie kobiety), na który złożono w Polsce 64 doniesienia o popełnieniu przestępstwa.

<sup>5</sup> Określenie analogiczne do sformułowania „skandale okołoliterackie” (Michałowski 2003, s. 85).

dalicznym, one swoiście dramatyzują te informacje. Ta dramatyzacja dokonuje się poprzez przesadę i przejawskrawienie, a w skrajnych przypadkach poprzez wytwarzanie atmosfery już nie skandalu, lecz niemal horroru.

Różnicę między czystym skandalem artystycznym a skandalem medialnym ciągle dostrzegają artyści, dla których ważna jest sama sztuka, a nie medialny rozgłos. Na przykład Jerzy Bereś (2009) stwierdził: „Dziś ogromna większość młodych artystów skupia się na środkach, nie na celu. Jak się myśli, że sztuka rozwija się przez skandal, to wpada się w pułapkę”. I dodał: „Dla mnie skandal był kosztem, jaki płaciłem”. Takie poglądy głoszą też inni artyści. Na przykład jeden z pary artystów Gilbert & George mówi: „Są artyści, którzy marzą o interwencyjnym zamykaniu ich wystaw” („Gazeta Wyborcza”, 16 listopada 2011). Potrzebę skandalu odczuwają i w jakiś sposób go inicjują także niektóre instytucje artystyczne. Edward Dwurnik zwierza się: „Zadzwoił do mnie właściciel galerii i mówi: «Panie Dwurnik, niech Pan zrobi jakiś skandal»”. Lecz i to widocznie nie zawsze jest skuteczne, bowiem artysta dodaje: „Najgorsza jest ta obojętność tłumu, obojętność odbiorcy. On jest odporny na skandale” („Rzeczpospolita”, 1 stycznia 2012). Nie jest jednak uodporniony na skandale medialne, zwłaszcza gdy przyjmują one zmasowaną, intensywną postać.

Skandale są często tzw. faktami medialnymi, czyli informacjami, które nagłośnione z jakichś powodów w mediach urosły do demonicznych rozmiarów, całkowicie nieadekwatnych do ich rzeczywistej roli i wymowy. W szczególnych przypadkach przyjmuje to postać tzw. komory medialnej<sup>6</sup>, czyli zwielokrotnionej mediatyzacji informacji — poszczególne media wręcz „zarażają się” informacją o jakimś wydarzeniu wyłącznie od siebie nawzajem, bez próby dotarcia do jakiegokolwiek źródła oraz analizy przyczyn, uwarunkowań i skutków. Słowem, wzajemny przepływ informacji między mediami nieraz staje się istotniejszy niżeli między rzeczywistością a odbiorcami (Jenkins 2006). W wyniku działania takiego mechanizmu „komory medialnej” (John Keane używa w tym kontekście określenia „zawierucha informacyjna”) całkowicie nieistotne, a nieraz wręcz nieprawdziwe wydarzenie w sztuczny sposób staje się przedmiotem szerokiego publicznego zainteresowania. W odniesieniu do sztuki często są to obyczajowe błahostki. Skądinąd trudno się dziwić, że tzw. wydarzenia medialne są pożądane przez system medialny. Wszak niezmierne trudno dziś zainteresować cokolwiek odbiorcę, który nieustannie zalewany jest wartkim potokiem nowych informacji.

Jak zauważają badacze (np. Hans M. Kepplinger), jedno wydaje się pewne: mało znaczący skandal może przerodzić się w duży, jeżeli jest wystarczająco intensywnie podsycany przekazami mediów.

Trudno stwierdzić, w jakim stopniu skandale medialne — wszelkie skandale — są autentyczne i spontaniczne, w jakim zaś reżyserowane i sterowane. Jak

<sup>6</sup> Przez analogię do tzw. komory akustycznej, w której następuje niezwykle natężenie odbijanego od ścian dźwięku.

pisze Gerald Matt (2002, s. 23): „dziś krytyka i teoria skłaniają się do tego, by uważać skandal za bardzo świadomą inscenizację o strategicznym znaczeniu dla kariery”. Podobnie sądzi Piotr Michałowski (2003, s. 79): „na pewno obok skandalu z przypadku istnieje skandal wykreowany”. Choć należy uznać, że skandale są często wywołane przez świadome prowokacje, to przecież zapewne jest w nich też wiele przypadkowości i spontaniczności, a także składa się na nie oddziaływanie wielu wektorów interesów. Trzeba by zastosować jakieś metody śledcze, aby zrekonstruować pojawienie się i przebieg danego skandalu. Jednak zapewne mieszanina działań spontanicznych i sterowanych nie pozwoli dociec, jak „naprawdę” było.

Generalnie trudno stwierdzić, czy w skandalach da się dostrzec prawdę — niezależnie od tego, jak jest ona pojmowana. „W skandalach nie chodzi przede wszystkim o słuszność stwierdzeń, lecz o sterowane w ten sposób emocje” — pisze Hans M. Kepplinger (2008, s. 50). W skandalach współobecnym jest wiele spojrzeń i opinii, które zazwyczaj są sprzeczne, choć traktowane jako bezwarunkowe; jest też wiele odmiennych interesów, wiele mediów, które bez docierania do źródła wzajemnie od siebie przejmują informacje, często zniekształcone, a nawet fałszywe. Te okoliczności zapewne zamazują to wszystko, co dałoby się uznać za prawdę. Jak można sądzić, skandale zawsze są grą pozorów, a prawda jest tu nader iluzyjna.

Zakładając, iż skandale prowokowane z natury rzeczy nie są przypadkowe, lecz mniej lub bardziej inicjowane i przemyślane, można próbować dostrzec w ich powstawaniu i przebiegu jakąś strategię oraz związane z nią sekwencje — na przykład zaskakujący pomysł, rozpowszechnianie informacji, podtrzymywanie napięcia, oczekiwanie szokującego (np. sądowego) zakończenia. Wydaje się jednak, że prawdopodobnie najczęściej świadomie prowokowane bywają zamiary i intencje, a dalszy przebieg skandalu jest raczej nieprzewidywalny.

## PRZEJAWY

Jeśli chodzi o skandale obyczajowe dotyczące artystów, to dawny dworski czy arystokratyczny odbiorca sztuki prawdopodobnie mało się nimi przejmował (może dlatego, że ta sfera była przyzwyczajona do skandali obyczajowych i dbała o to, aby wiedza o nich nie wychodziła na zewnątrz). Natomiast dla odbiorcy mieszczańskiego i publiczności, która w XIX i w pierwszej połowie XX wieku zaczęła kibicować życiu artystycznemu, bywać na wystawach, czytać krytyków sztuki, wreszcie kupować dzieła sztuki, informacje o takim czy innym „prowadzeniu się artysty” często bywały bulwersujące. Dla podjętych tu rozważań nie są to jednak sprawy istotne. Zresztą takie obyczajowe skandale w drugiej połowie XX wieku stały się już tylko niezbyt ważnymi ciekawostkami czy plotkami. Społeczeństwo permissywne, które zaczęło przejawiać tolerancję wobec różnych zachowań dawniej uznawanych za niemoralne, musiało nauczyć się akceptować niejedno. Także postępująca emancypacja różnych grup

i kategorii społecznych doprowadziła do swoistego społecznego uwłaszczenia wielu odmienności, a nawet dziwactw. Pewne odmienne zachowania czy cechy tłumaczono po prostu mitem wyjątkowości artysty.

Znacznie ważniejsze — zarówno dla funkcjonowania sztuki, jak i dla podjętego tu problemu — są skandale artystyczne wywołane przez samo dzieło, jego formę, kontekst, przesłania czy choćby ich interpretację, a przede wszystkim przez wykorzystane symbole i ich odniesienia. Nie pojawiały się one nazbyt często w czasach obowiązywania bardziej jednoznacznych kanonów artystycznych, czyli gdzieś do czasów impresjonizmu i postimpresjonizmu. Owszem, zdarzały się, lecz nie były ani głośnie, ani bulwersujące. Mechanizm popularyzacji realizowany był przez kicz, który trywializując wartości estetyczne i propozycje artystyczne wprowadzał surogaty sztuki w obieg społeczny. Dopiero pojawianie się kolejnych dwudziestowiecznych awangard zdetronizowało czy nawet unicestwiło kicz (a raczej tę jego rolę, bo nadal jest go wiele w kulturze popularnej), a uruchomiło szanse skandalu.

Awangarda nie nadawała się do wytworzenia swej kiczowatej odmiany, sprzyjała natomiast powstawaniu prób powierzchownych naśladownictw czy replik, a także społecznych repulsji o cechach skandalu. Jednak gdy sztuka była jeszcze zamknięta w niewielkich środowiskach — grupach artystycznych — skandale jej towarzyszące nie wywoływały szerszego echa. Można jedynie stwierdzić, że dla mieszczańskiej publiczności cała awangarda — której skądinąd szerzej nie znano — była zapewne jednym wielkim szokiem, który jednak przejawiał się relatywnie cicho i dyskretnie. Nie był to głośny skandal medialny, lecz tylko milczący wyraz zdziwienia czy dezaprobaty. Dopiero narzucenie przez masowe media własnych reguł gry i własnych potrzeb spowodowało, że zaczęły one powszechnie żywić się wszystkim, co mogło wywołać rozgłos. Oczywiście sztuka nie mogła być pominięta.

Prezentacja wybranych przejawów skandali związanych ze sztuką czy dotyczących sztuki winna być ujęta w dwa nurty: czystych skandali artystycznych oraz skandali medialnych dotyczących sztuki. Skandale czysto artystyczne to wszystko to, co było zadziwiające, a tym bardziej szokujące w sztuce, bulwersujące, poruszające uwagę i wywołujące dyskusje w relatywnie zamkniętych środowiskach. Skandale medialne rozszerzają te dyskusje do rozmiarów całej kultury masowej. Jednak podział ten, jak już wcześniej stwierdziłem, nie jest łatwy do ścisłego zastosowania.

Historia skandali dotyczących sztuki jest zapewne tak dawna, jak historia mieszczańskiej publiczności. Można tu wspomnieć o *Koncertcie w ogrodzie Tuileries*, *Śniadaniu na trawie* oraz *Olimpii* (wszystkie z roku 1863) Éduarda Maneta. Ciekawe jest, że to właśnie twórczość Maneta wywoływała takie reakcje. Może spowodowane to było tym, że jego obrazy pozostawały jakby na pograniczu akademickiej poprawności i artystycznego nowatorstwa, że wywoływały autentyczny skądinąd niepokój, dezaprobatę (np. jury paryskich wystaw sztuki czy ważnych ówczesnych osobistości, jak Napoleon III i jego małżonka). Ale



przecież skandale pojawiały się też w odniesieniu do innych dziewiętnastowiecznych autorów i ich dzieł: na przykład *Pochodzenia świata* (1866) Gustave'a Courbета czy *Chorego dziecka* (1886) Edvarda Muncha. Nawet poczciwa *Bitwa pod Grunwaldem* Jana Matejki wywoływała skandale (w roku 1885 próbowano ją podpalić, a w 1925 została zaatakowana ciupagą). Tym trudniej się dziwić skandalowi, jaki wywołał w 1894 roku *Szał uniesień* Władysława Podkowińskiego.

Cały XX wiek obfituje w artystyczne kontrowersje, prowokacje i skandale:

- pojawienie się sztuki abstrakcyjnej, fowizmu, futuryzmu, dadaizmu czy surrealizmu (tu szczególnie głośne były prowokacje Salvadora Dali);
- twórczość Pabla Picassa po zamieszkaniu artysty we Francji (zwłaszcza *Panny z Awinionu* z 1907 r.);
- twórczość Marcela Duchampa (np. słynna *Fontanna* z 1917 r.);
- twórczość Jacksona Pollocka;
- malarstwo Francisa Bacona;
- malarstwo Luciana Freuda;
- twórczość Andy Warhola.

Szczególnie bulwersujące były wszelkie działania związane z ciałem i cielesnością oraz ze śmiercią (a w tym okaleczanie się, próby samobójstwa):

- prace Piero Manzoni (np. *Gówno artysty* z 1961 r.);
- twórczość Damiena Hirsta (nie tylko jego inkrustowane czaszki, które bulwersują cenami, lecz też inne prace, np. *Mother and Child Divided* – przecięta na pół krowa i cielak w formalinie, praca z 1995 r.);
- niektóre prace Jeffa Koonsa (np. z cyklu *Made in Haven* z lat dziewięćdziesiątych, przedstawiające artystę wraz z żoną w pozycjach z Kamasutry)<sup>7</sup>;
- operacje chirurgiczne Orlan;
- działalność tzw. akcjonistów wiedeńskich (Günter Brus, Herman Nitsch, Otto Mühl);
- prace Gunthera von Hagensa prezentujące spreparowane zwłoki ludzkie i zwierzęce (tzw. *Body Worlds*);
- Marina Abramovic inscenizująca uśmiercanie;
- Franko B., który nieustannie się okalecza;
- fotografie Diane Arbus (m.in. zdjęcia odmieńców, transwestytów, kalek, trupów);
- fotografie Andreasa Serrano (np. cykl *A History of Sex* czy cykl ciał w kostnicy);
- fotografie Joela-Petera Witkina (także między innymi z kostnicy);
- prace Christopha Schlingensiefela (m.in. przedstawienia autentycznego umierania i śmierci) czy podobne prace Gregora Schneidera;

<sup>7</sup> Warto zwrócić uwagę, że książka Michela Houellbecq'a z 2010 roku pt. *Mapa i terytorium* zaczyna się od opisu malowania przez bohatera książki (fikcyjnego malarza Jeda Martina) obrazu pt. „Damien Hirst i Jeff Koons dzielą między siebie rynek sztuki”.

- fotografie Nancy Burson (zdjęcia dzieci z deformacjami twarzoczaszki, dzieci poparzonych czy chorych na progerię);
- fotografie Thomasa Ruffa (przetworzone komputerowo sceny z filmów pornograficznych);
- tzw. *confessional art* (np. prace Tracey Emin pt. *Moje łóżko* czy *Wszyscy z którymi spałam*);
- prace Katinki Simonse zw. Tinkebell (np. torebka wykonana przez artystkę ze swojego kota, którego własnoręcznie odarła ze skóry);
- happeningi Olega Kulika (np. *Tołstoj i kury*);
- performance grupy Pussy Riot w cerkwi Chrystusa Zbawiciela w Moskwie;
- prace Maurizio Cattelana (np. *Him* z przedstawieniem modlącego się Hitlera).

Także polscy twórcy niekiedy stają się bohaterami skandali. Często ich prace są znane właśnie dzięki skandalom, interwencjom czy procesom sądowym, a nie wskutek realnego z nimi kontaktu. Oprócz wspomnianych wcześniej prac Piotra Uklańskiego, można też wymienić na przykład:

- prace Katarzyny Kozyry (np. *Łaźnia* czy *Olimpia po chemoterapii*) wywołujące liczne dyskusje medialne;
- pracę pt. *Arbeitsdisciplin* Rafała Jakubowicza zdjętą z wystawy w Poznaniu w 2002 roku;
- pracę pt. *Pasja* Doroty Nieznalskiej, wobec której proces sądowy w Gdańsku trwał w latach 2003–2009;
- prace Rafała Olbińskiego zniszczone w obecności kamer telewizyjnych przez deputowanego parlamentu gruzińskiego w Tbilisi w 2004 roku.

Wiele sfer kultury współczesnej, także pozaartystycznej, wykorzystuje skandale. Na wywołanie skandali obliczone są na przykład reklamy firmy Bennetton. Niekiedy również okładki czasopism, prawdopodobnie po to, by wywołać zainteresowanie czytelników, co w zalewie pism jest pożądane, epatują skandalicznymi projektami (np. w latach dziewięćdziesiątych tygodnik „Wprost” miał okładkę przedstawiającą Matkę Boską z Dzieciątkiem w maskach przeciwigazowych, co wywołało spore oburzenie; w 2005 roku czasopismo „Rolling Stone” zamieściło na okładce wizerunek czarnego rapera Kanye Westa upozorowanego na Chrystusa w koronie cierniowej). Takich czy innych przypadków zamierzonych prowokacji i skandali było wiele.

Medialne skandale artystyczne, może bardziej niż inne, mają związek z poprawnością polityczną, a przynajmniej z obowiązującymi w danym czasie, realnie czy tylko domyślnie, tendencjami. Skandaliczne jest więc zazwyczaj to, co nie jest „poprawne”, co nie jest „prawomyślne”. „Klimat poprawności politycznej obowiązuje także w sztuce” — mówi Jarosław Modzelewski („Rzeczpospolita”, 3 grudnia 2011). Oczywiście, rozumienie poprawności nie jest jednoznaczne. Warto zauważyć, że odmienne są reakcje lewicy i prawicy ideologiczno-politycznej (jakkolwiek pojmowanej) wobec skandali artystycznych.

Można zaobserwować, że lewica jakby z założenia jest bardziej łaskawa wobec nowości i wobec wszystkiego, co narusza ład społeczny, prawica natomiast z natury rzeczy jest bardziej konserwatywna i tym samym bardziej skłonna do reagowania na pewne bulwersujące zjawiska artystyczne.

### SKUTKI

Skutki skandali należy odnosić do współczesnej sytuacji, gdy obserwuje się gigantyczną nadprodukcję różnorodnych wytworów i propozycji artystycznych, a także mnogość instytucji artystycznych i ich działań — galerii, wystaw, kuratorów, czasopism, katalogów, omówień. W takich okolicznościach niewiele jest szans na zaznaczenie swej odrębności, na zwrócenie uwagi, na osiągnięcie sukcesu. Media masowe stwarzają jedną z nielicznych ku temu możliwości, lecz i w mediach jest wszystkiego nadmiar: informacji, komentarzy, doniesień. To wszystko wymaga jakiegoś impulsu ożywczego czy raczej jakiejś racy świetlnej, która choćby na chwilę zwróci uwagę na konkretną propozycję. I tu z pomocą przychodzi skandal. Skandal medialny służy jeszcze większej komercjalizacji mediów, a także komercjalizacji sztuki, przy okazji wprowadzając zamieszanie w hierarchii wartości dzieł.

Można uznać, że dzisiaj medialny skandal artystyczny w żaden sposób nie kompromituje ani artysty, ani — tym bardziej — sztuki. Nawet jeżeli jego źródłem były świadome intencje artysty i gdy został mniej lub bardziej skrytycyzowany i sterowany przez artystę. Ot, takie są dzisiaj okoliczności funkcjonowania sztuki. Skandal kompromituje media, które żywiąc się skandalami, zdetronizowały krytyków sztuki, a z artystów uczyniły prestidigitatorów. Skandale medialne uczyniły ze sztuki jakiś rodzaj jarmarku mającego podnosić oglądalność. A przy okazji zwiększyć zainteresowanie niektórymi jej wytworami.

Warto jednak zastanowić się, czy medialne skandale artystyczne — zresztą jakiegokolwiek skandale — głęboko poruszają uwagę (nie mówiąc o zainteresowaniu, a tym bardziej o rozwijaniu wyobraźni) we współczesnych społeczeństwach permissywnych, gdzie „wszystko jest dozwolone”? Czy jeszcze cokolwiek jest tak naprawdę w stanie oburzyć kogokolwiek? Mamy wszak do czynienia z procesem, który John B. Thompson (2010, s. 294 i nast.) nazywa trywializowaniem skandali. Ot, medialne skandale traktuje się trochę tak jak informację o jakichś anomaliach w pogodzie, a trochę jak „chleb rzucony umarłej sztuce”, która mało obchodzi szerszą publiczność.

Medialne skandale artystyczne nie są jednak obojętne dla rynku sztuki.

Skandale artystyczne (w przeciwieństwie do politycznych, które często pograżają polityków) nie pogarszają reputacji artystów. Przeciwnie: współczesne skandale są powodem do chwały artysty, a także sposobem jego walki o hegemonię w środowisku, o poprawę pozycji na rynku. Skandal przyczynia się do popularności, a popularność z natury rzeczy przekłada się na ceny. Zrozumiałe jest, że sami twórcy zaprzeczają temu. Na przykład Piotr Uklański

nie zgadza się z opinią, że skandal wywołany w 2000 roku przez Daniela Olbrychskiego przyczynił się do osiągnięcia w 2006 roku na aukcji w Londynie za cykl *Naziści* najwyższej ceny, za jaką dotychczas sprzedano prace polskiego artysty („Rzeczpospolita”, 11–12 grudnia 2010). Oczywiście, ceny uzyskiwane za współczesne wytwory sztuki są pochodną różnych czynników, czego tutaj nie analizujemy.

Można też zauważyć, że te kolekcje sztuki współczesnej bywają oparte na tzw. funduszach hedgingowych, czyli zarządzanych przez firmy gospodarujące powierzonymi im środkami finansowymi, z natury rzeczy zainteresowane wzrostem cen na dzieła sztuki, jeżeli akurat środki te zostały zainwestowane w sztukę. (Inna rzecz, że często kolekcjonerzy sztuki współczesnej to osoby pracujące na wysokich stanowiskach w tych funduszach). Agresywnym sposobom podnoszenia rentowności powierzonych im kapitałów znakomicie odpowiadają skandale medialne. To już nie są kolekcje gromadzone w zaciszu rezydencji, lecz zasoby kapitału, który ma zwyżkować dzięki medialnemu rozgłosowi.

Popularność zdobyta dzięki medialnemu nagłośnieniu jest też pożądana przez galerie. Wszak i one są zainteresowane liczbą widzów, a ci może chętniej idą odwiedzić wystawę prac, o których słyszeli w telewizji w kontekście skandalu. Zdarza się często, że ten zabieg nie przynosi wzrostu frekwencji: o dziwo, nawet na wystawach bardzo głośnych artystów, których prace zyskały rezonans poprzez skandal czy artystów prowokatorów, jest zazwyczaj pusto<sup>8</sup>. „Galerie działają jak agencje impresaryjne lub biura estrady. Są jak Saturn pożerający własne dzieci. [...] Cokolwiek tam się zdarzy będzie sztuką” — mówi artysta performance Cezary Bodzianowski („Gazeta Wyborcza”, 27–28 stycznia 2007), próbując jednocześnie — zdaje się, że bezskutecznie — swoją twórczością demistyfikować tę sytuację.

Istnieją także inne mechanizmy marketingowe zbliżone do skandalizacji stosowane w odniesieniu do wytworów sztuki: na przykład brytyjska Nagroda Turnera (od roku 1984), która ma doprowadzić do medialnego rozgłosu porównywalnego z rozgłosem, jaki mają gwiazdy popu i sportu. Łączy się to ze swoistą tabloidyzacją sztuki, zamienianiem artystów w medialnych celebrytów.

Ta popkulturowa promocja sztuki zazwyczaj jest skuteczna. Czasem jednak na zimno wykalkulowana strategia marketingowa realizowana poprzez wywoływanie skandalu zawodzi. Może bowiem doprowadzić, choćby z powodu protestów, do rezygnacji inwestorów czy reklamodawców. Tak stało się w swoim czasie z pismem „Machina”, które wracając na rynek w 2005 roku po czterech latach przerwy zamieściło na okładce obraz Piotra Leśnika *Madonna z Lourdes*. Owszem, na obrazie była Madonna — lecz ta głośna piosenkarka, było też Lourdes — córka piosenkarki. Kilku stałych reklamodawców

<sup>8</sup> Choć nie prowadziłem na ten temat formalnych badań, to taki stan rzeczy wyraźnie zauważyłem w wielu galeriach sztuki współczesnej.

(w tym znane międzynarodowe firmy) zrezygnowało ze współpracy (Bratkowski 2005).

Analiza skutków skandali winna również uwzględniać perspektywę czasu. Otóż można zauważyć, że zainteresowanie skandalem artystycznym rzadko kiedy trwa długo (zdaje się, że nieco trwalsze są skandale polityczne). Może nieco też dłuższy żywot wiodą skandale kończące się procesami sądowymi, zazwyczaj rozciągniętymi w czasie. Jednak trudno stwierdzić, jakie są daleko siężne skutki skandali artystycznych. Być może przyczyniają się one do zmian w sztuce, lecz zmiany te nie są wywołane jedynie przez skandale.

Słusznie zauważa Gerald Matt (2002, s. 25), że stosunkiem do skandali można mierzyć poziom otwarcia społeczeństw, ich gotowość do uczestniczenia w publicznym dyskursie dotyczących sztuki i spraw przez nią poruszanych. I z tym stanem rzeczy zapewne należy się pogodzić, ubolewając jednocześnie, że ów dyskurs przyjął taką właśnie postać, która wcale nie świadczy o sile sztuki, lecz o wszechmocy mediów.

Jaką rolę pełnią więc skandale wobec systemu artystycznego? Jeżeli chodzi o oddziaływanie skandali na system polityczny, to John B. Thompson (2010, s. 294 i nast.) dostrzega zmniejszenie jego efektywności. Wydaje się, że podobny skutek da się także zaobserwować w odniesieniu do systemu artystycznego. Funkcjonowanie sztuki ulega głębokiej przebudowie właśnie pod wpływem prowokacji i skandali medialnych. Choć wprowadzają one sztukę (przynajmniej niektóre jej przejawy) w szerszy obieg społeczny, to jednak jest to obieg nie tylko nader trywialny i powierzchowny, lecz przede wszystkim nie zawsze adekwatny do wartości propozycji artystycznej. Tak jak kiedyś kicz, tak dziś skandal stał głównym mechanizmem popularyzacji sztuki. Niestety, sztuki często kiepskiej pod względem artystycznym i błahej pod względem intelektualnym. To, że skandal wzbogaci ją o arogancję (a najgorsza jest mieszanka prowokacji z arogancją!), nie musi poprawiać jej walorów. Inna rzecz, że sukces rynkowy może usprawiedliwić wszystko.

Trudno uznać, że skandal medialny ma ofiary i określić, kto należy do tych ofiar, czy choćby do przegranych. Jednocześnie nie jest łatwo uznać, kto jest tu zwycięzcą. To bardzo trudne ze względu na często skrajne różnice odniesień aksjologicznych, a co za tym idzie — przepastne różnice w opiniach na temat tego, co jest skutkiem pozytywnym, a co negatywnym. Można jednak uznać, że na skandalach medialnych traci sama sztuka — przede wszystkim traci na samodzielności i niezależności.

Czy jednak z kolei za generalny pozytywny skutek przejawiania się skandali medialnych można uznać istnienie publicznych mechanizmów samoregulacji ładu zbiorowego? Można odnieść takie wrażenie (Kepplinger 2008, s. 128). Jednak i tu pojawia się wątpliwość dotycząca tego, że ta samoregulacja przebiega dzisiaj pod dyktando mediów, które zdetronizowały w tej roli sztukę.

## BIBLIOGRAFIA

- Bereś Jerzy, 2009, *Sztuka w pułapce skandalu*. Rozmowa z Robertem Mazurkiem, „Rzeczpospolita”, 19–20 grudnia.
- Bratkowski Piotr, 2005, *Realna cena skandalu*, „Rzeczpospolita”, 11–12 lutego.
- Golka Marian, 1995, *Socjologia artysty*, Ars Nova, Poznań.
- Jenkins Henry, 2006, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Kepplinger Hans M., 2008, *Mechanizmy skandalizacji w mediach*, tłum. Artur Kożuch, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Matt Gerald, 2002, *Sztuka i skandal. O wzajemnych relacjach sztuki i przestrzeni publicznej*, w: Maria Anna Potocka (red.), *Publiczna przestrzeń dla sztuki?*, Bunkier Sztuki, Kraków.
- Matynia Andrzej, 2001, *Sztuka skandalu*, „Sukces”, nr 3.
- Michałowski Piotr, 2003, *Strategie skandalu i stereotypy odbioru*, „Przestrzenie Teorii”, nr 2.
- Ortega y Gasset José, 1980, *Dehumanizacja sztuki i inne eseje*, tłum. Piotr Niklewicz, Czytelnik, Warszawa.
- Schüler Ute, Täuber Rita E., 2010, *Skandal? Sztuka?*, tłum. Barbara Ostrowska, Świat Książki, Warszawa.
- Szabała Henryk, 1993, *Skandal w kulturze*, w: Lech Grudziński (red.), *Wobec kryzysu kultury. Z filozoficznych rozważań nad kulturą współczesną*, Wydawnictwo UG, Gdańsk.
- Thompson John B., 2010, *Skandal polityczny. Władza i jawność w epoce medialnej*, tłum. Miłosz Habura, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Tramer Maciej, 2000, *Literatura i skandal. Na przykładzie okresu międzywojennego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.

## THE ART SCANDAL

## Summary

Scandals can occur in various spheres of life and can involve customs, religion, politics, or art. Of course, these aspects are sometimes intertwined, but the author's considerations here concern primarily scandals related to art, both real art scandals and media scandals, their manifestations and effects. The underlying premise is that an art-related media scandal is kitsch in reverse — that is, a marketing action intended to help the functioning of the art market. Under the impact of provocations and media scandals, the system of art's functioning is undergoing a profound transformation. Although scandals bring art (or at least some of its manifestations) into wider social circulation, it is an extremely trivial and superficial circulation; above all, it is not always adequate to the value of the art offering.

## Key words/słowa kluczowe

art scandal / skandal artystyczny; media scandal / skandal medialny; kitsch / kicz; contemporary art / sztuka współczesna