

AGNIESZKA SZYMAŃSKA  
*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*

## WSPÓŁCZESNA FORMA SKANDALU ARTYSTYCZNEGO CZY WARTO BYĆ ARTYSTĄ-SKANDALISTĄ?

Skandal w świecie sztuki wydaje się czymś dość powszechnym i pojawiającym się w kręgach artystycznych z dużą regularnością. Dzieła, które wywołały skandal, na trwałe zapisały się w pamięci publiczności. „Co ciekawe, nikt nigdy nie napisał historii sztuki z punktu widzenia skandalu artystycznego, być może dlatego, że wiele wybitnych dzieł nigdy skandalu nie wywołało, a był on udziałem prac niezbyt wartościowych” (Okoń 2005). Często jednak prace bardzo nowatorskie, zanim zostały okrzyknięte arcydziełami, szokowały publiczność swoją innością. Skandal jako zjawisko w świecie sztuki wydaje się bardzo ciekawym zagadnieniem. Zastanówmy się na początek nad samą naturą skandalu, by później określić specyfikę skandalu artystycznego i pokazać jego historyczny kontekst, a na koniec spróbować określić, czy współcześni artyści-skandalisci z kręgu sztuk wizualnych na skandalu zyskują czy też tracą.

### CZYM JEST SKANDAL?

Skandal jest zjawiskiem na wskroś społecznym, publiczną reakcją na transgresję (przekroczenie granic: obyczajowych, moralnych, pewnych ustalonych zasad, granic prywatności, przyzwoitości, dobrego smaku itp.). Tym samym mechanizm skandalu można traktować jako formę kontroli społecznej, zabezpieczającej przyjęte w danej społeczności normy przed ich naruszeniem.

Sama transgresja to jednak nie wszystko. Aby doszło do skandalu, musi zajść jeszcze kilka innych warunków. Po pierwsze i przede wszystkim — przekro-

czenie granic musi zostać upublicznione lub dokonane publicznie. Po drugie, osoba, która dopuszcza się przekroczenia granic, musi być znana danemu środowisku lub związana z kimś lub czymś, kto/co w danym otoczeniu ma wysoką pozycję (inna znana osoba, poważana instytucja). Po trzecie, musi znaleźć się publiczność danego wydarzenia, która będzie zainteresowana owym przekroczeniem granic (Adut 2008). Zdrada, która nie wyjdzie na jaw, nieobyczajne zachowanie, którego nikt nie widział, niewielkie wykroczenie popełnione przez osobę, której życiem nikt się nie interesuje, z pewnością nie wywołają skandalu.

Siła, jaką przybierze skandal, a także zainteresowanie, jakie wzbudzi, niekoniecznie będą zrelatywizowane do doniosłości norm, które zostały przekroczone czy do skali wykroczenia. Z pewnością jednak rozmiar i siła skandalu będą zależeć od popularności, rozpoznawalności i prestiżu osoby, która dokonała transgresji. Im wyższy status społeczny osoby, która dopuściła się „wykroczenia”, tym większy wybuchnie skandal. Osoby o niskim statusie społecznym wywołają niewielki skandal w swoim najbliższym otoczeniu, jeśli w ogóle będzie to jakiś skandal.

Skandalowi często towarzyszy zjawisko generalizacji winy (Adut 2008). Ma to miejsce między innymi w świecie artystycznym. Winnym wywołania skandalu artystycznego jest więc nie tylko sam artysta, ale także kurator, który owe dzieło wybrał do umieszczenia na wystawie, instytucja, w której wystawa się odbywa, i podmiot, który daną instytucję lub artystę finansuje z publicznych pieniędzy. Dlatego też jednorazowy przypadek artystycznego skandalu może postawić cały świat sztuki pod ostrzałem i krytyką publiczności, która jest zbulwersowana sposobem jego funkcjonowania.

Możemy wyróżnić dwa rodzaje skandali. Takie, które zdarzyły się przez przypadek, oraz takie, które zostały przemyślane i zaplanowane. Przypadkowe opierają się na eksponowaniu popełnionych przez kogoś Goffmanowskich fuszerek (wpadek, momentów utraty kontroli, nieprzystwoitych zachowań, skandali obyczajowych itp.) (Krajewski b.d.). Te zaplanowane mają postać „pseudoeventów” (Boorstin 1982).

Pseudowydarzenia są pomyślane właśnie i wyłącznie po to, aby zwrócić uwagę na daną osobę, sprawę czy instytucję. Są znakiem naszych czasów, w których trzeba walczyć o uwagę widza, czytelnika i klientów. Hasło „wyróżnij się albo zgiń” wydaje się bardziej aktualne niż kiedykolwiek, tym bardziej w świecie sztuki, gdzie aby osiągnąć sukces, trzeba nie tylko być dobrym artystą, ale też potrafić zwrócić uwagę osób, których zdanie liczy się w świecie sztuki. Jak pisze Daniel J. Boorstin, pseudoeventy charakteryzują się, tym, że ktoś je zaplanował, nie dzieją się spontanicznie. Różnicę między pseudoeventem a prawdziwym wydarzeniem można porównać do różnicy między wywiadem telewizyjnym a trzęsieniem ziemi. Trzęsienie ziemi ma naturalne przyczyny, niesie ze sobą realne zagrożenie i budzi prawdziwe emocje, wywiad natomiast został zaaranżowany po to, aby wywołać zainte-

resowanie wokół danej osoby (Boorstin 1982). Tego typu wydarzenia planowane są po to, aby ktoś o nich napisał, aby wokół nich powstał szum medialny, a ich skuteczność mierzy się miarą tego, ile uwagi zdołały przyciągnąć. Pseudoeventy są rodzajem samospełniającego się proroctwa (Boorstin 1982, s. 11–12). Jeśli artysta tworzy dzieło pomyślane tak, aby zwrócić uwagę mediów, i udaje mu się to, to wydarzenie to sprawia, że zaczynamy myśleć o danym artyście jako o skandalistcie. Znaczna część skandali artystycznych mieści się w grupie wcześniej zaplanowanych pseudoeventów. Może jednak zdarzyć się, że artysta tworząc nowatorskie dzieło wywoła skandal mimo woli.

### SKANDAL ARTYSTYCZNY

„Świat sztuki zapewnia najbardziej profesjonalną możliwość wywoływania publicznych prowokacji. Skandal ma naturę emocjonalną, tak jak sztuka. Zarówno sztuka, jak i skandal są kwestią publiczną”.

Ari Adult

Można wyodrębnić dwa warunki, które muszą zaistnieć, aby skandal w sztuce był możliwy. Po pierwsze, brak zgody co do wartości i zasad etycznych w obrębie świata sztuki. Skandal może być wynikiem niezrozumienia działań artystycznych przez odbiorców. Brak zgody co do wartości powoduje, co prawda, nieporozumienia i skandale w sztuce, ale jest też warunkiem koniecznym jej rozwoju. Skandal — według Edwarda Balcerzana (2004) — polega na zburzeniu wartości ustalonych w społecznych hierarchiach, przez co skandalista próbuje podkreślić swoją wyższość. Po drugie, świat sztuki musiał osiągnąć pewien stopień autonomii. Skandal, jako metoda pracy artysty, pojawił się wówczas, gdy świat sztuki stawał się autonomiczny. Był on formą wyrażania przez artystów roszczenia do uzyskania autonomii.

Skandal w sztuce jest produktem ubocznym jej rozwoju. Największe skandale w sztuce to te, które wiązały się z narodzinami nowych trendów i kierunków. Wystarczy przywołać kilka znaczących historycznie przykładów powstawania takich nurtów, jak impresjonizm i prace, które znalazły się na wystawie Salonu Odrzuconych w Paryżu, surrealizm i twórczość Salvadora Dalí, dadaizm i *Fontannę* Duchampa czy abstrakcjonizm Pollocka. Skandal artystyczny najczęściej przyjmuje postać prowokacji, która jest papierkiem lakmusowym pokazującym skalę naruszenia przyjętych norm. Dlatego też skandale w sztuce są pewną koniecznością, zapewniającą rozgłos nowościom i pozwalającą szerszej publiczności na zapoznanie się z nimi, a innym artystom na podążanie za nowym trendem.

Podobno „[...] nie ma takiego skandalu, którego by tzw. oświecona publiczność po wstępnych wahaniach nie zaakceptowała” (Okoń 2005, s. 78). Publiczność skandalu, początkowo negatywnie nastawiona wobec określonego wydarzenia, nie tylko poświęca mu swoją uwagę, ale także reaguje na to, co się wydarzyło.

Kto jest publicznością skandali artystycznych? Można by pomyśleć, że jest to wąskie grono osób działających w polu sztuki oraz związanych w jakikolwiek sposób z danym artystą lub interesujących się nim czy też instytucją, która dopuściła się transgresji. Kolejny krąg to osoby, które nie są związane bezpośrednio z *art worldem*, ale interesują się sztuką, chodzą na wystawy do galerii i muzeów, czytają czasopisma poświęcone sztuce. Alan Bowness (1990) pisze, że sukces artysty w sztuce współczesnej rozchodzi się kolejno w następujących kręgach: artyści, dealerzy i kolekcjonerzy, kuratorzy i krytycy, a na końcu publiczność. W tych samych kręgach rozchodzi się też skandal. Należy zwrócić uwagę na to, że artyści są dla siebie nie tylko konkurencją, ale bardzo często udzielają sobie wzajemnie wsparcia — przy czym uznani już artyści mogą być bardzo ważnymi gatekeeperami, wprowadzającymi w wielki świat sztuki młodych, którzy mogą być kontynuatorami ich działań (Ridgeway 1989). Dlatego też początkujący twórcy zabiegają o uwagę swoich starszych „kolegów po fachu”.

Skandale artystyczne dzięki zainteresowaniu mediów (lub też szukaniu przez nie sensacji) trafiają także do szerokiej publiczności, która niekoniecznie interesuje się sztuką, lecz ma powód do zainteresowania się danym wydarzeniem. Do mediów masowych trafiają zatem dość specyficzne rodzaje skandali artystycznych. Najczęściej dotyczą one finansowania z publicznych pieniędzy sztuki, artyści czy instytucji (skandalicznych!). Tak skonstruowany przekaz wystarcza, aby publiczność wyrobiła sobie negatywne nastawienie do opisywanej przez media sytuacji.

Można by mnożyć wiele przykładów skandali artystycznych nagłaśnianych przez media. W Polsce takie sytuacje zaistniały w przypadku pracy Doroty Nieznalskiej *Pasja* czy rzeźby Maurizio Cattelana *La nona ora. Pasja* Nieznalskiej to praca składająca się z dwóch części: filmu pokazującego mężczyznę ćwiczącego na siłowni oraz równoramiennego krzyża, w który została wmontowana fotografia męskich genitaliów. Pracę wystawiono w gdańskiej Galerii Wyspa w 2001 roku. Zainteresowały się nią media, dwoje pravicowych polityków złożyło w prokuraturze oskarżenie przeciwko artystce o obrazę uczuć religijnych. W świecie sztuki zawrzało. Poskutkowało to odebraniem Nieznalskiej państwowych stypendiów, uniemożliwiło też staranie się o kolejne. Z kolei *La nona ora* Cattelana to rzeźba przedstawiająca papieża Jana Pawła II przygniecionego meteorytem. Została wystawiona w warszawskiej Zachęcie w 2000 roku i zniszczona przez pravicowych polityków. Rzeźbę wycofano z wystawy, a ówczesna dyrektorka Zachęty, Anda Rottenberg, zrezygnowała z pełnionej funkcji. Skandal tym

wiekszy, że Zachęta jest galerią, która utrzymuje się z publicznych dotacji.

Chyba największe medialne echo wywołał zakup przez Tate Gallery pracy Carla André *Equivalent VIII*. Sztuka konceptualna, której przykładem jest dzieło André, uznawana jest za trudną i niezrozumiałą, tym bardziej dla osób, które nie mają artystycznych zainteresowań. Znacząco wpłynęło to na negatywną ocenę dzieła przez masową publiczność. Konceptualna rzeźba André z roku 1966 składała się ze 120 cegieł w kolorze kremowym, ułożonych na ziemi w dwóch warstwach, tak by proporcja całej rzeźby odpowiadała proporcjom pojedynczej cegły. Tate zapłaciła za dzieło 5 tys. funtów, co nie uszło uwadze dziennikarza „Daily Mirror”. Tytuł na pierwszej stronie gazety krzychał: *What a Load of Rubbish*<sup>1</sup>. W artykule autor stwierdzał, że zwykle cegły można kupić w cenie od 40 do 60 funtów za tysiąc sztuk, a te sto dwadzieścia cegieł kupionych przez galerię może starczyć ewentualnie na zbudowanie dużej ognioodpornej skarbenki (zob. Walker b.d.). Cena dzieła zwykle nie jest jedynym powodem gwałtownego sprzeciwu. Autor artykułu musiał poczuć się przez to dzieło obrażony, przez jego prostotę i fakt, że ułożenie takich cegieł nie wymaga żadnych artystycznych zdolności i że zapewne sam taką konstrukcję mógłby ułożyć. Po atakach, jakie media przeprowadziły na pracę i na Tate Gallery, dzieło zostało zniszczone przez wandalę. Według wypowiedzi osoby, która dopuściła się wandalizmu, inni zwiedzający zaczęli klaskać i poklepywać sprawcę ramieniem, z aprobatą za to, co zrobił. Obecnie dzieło André jest jednym z najpopularniejszych zgromadzonych w kolekcji Tate, jednym z tych, które każdy zwiedzający chce obejrzeć w pierwszej kolejności — szum, jaki wywołały media, zrobił z niego atrakcję turystyczną.

Popularna prasa zwykle nie interesuje się sztuką awangardową, gdyż przepaść kulturowa, jaka je dzieli, jest zbyt duża. Dlaczego więc zakup dzieła *Equivalent VIII* wywołał tak duży skandal w mediach? Po pierwsze, dzieło wydawało się bardzo nieskomplikowane, jeśli chodzi o jego techniczne wykonanie. Publiczność przyzwyczajona do klasycznego rozumienia sztuki jako obiektu estetycznego i dowodu na posiadanie artystycznego talentu mogła odczytać je jako żart z nich samych. Po drugie, dzieło było znacznie droższe niż 120 cegieł, z których zostało wykonane. Po trzecie, w 1976 roku w Wielkiej Brytanii panowała recesja, a wydanie kilku tysięcy funtów na zakup czegoś, co — w publicznym mniemaniu — nawet nie przypomina dzieła sztuki, było traktowane jako marnotrawstwo publicznych pieniędzy. Co więcej, gazeta „Daily Mirror” w tamtym czasie publikowała bardzo wiele artykułów, które miały śledzić sposób wydawania pieniędzy podatników, co cieszyło się bardzo dużą popularnością wśród Brytyjczyków.

---

<sup>1</sup> „Co za góra śmieci”.

Popularne media, choć na co dzień nie interesują się współczesną sztuką, na co wskazuje brak specjalistycznych recenzji z wystaw czy profesjonalnych komentarzy dotyczących tego, co w sztuce współczesnej się dzieje, wydają się żywo zainteresowane tymi tematami, które mogą nadawać się na newsy z pierwszych stron gazet. Potrzeba relacji z pseudoeventów jest ogromna! Dlatego też obecnie, kiedy media prześcigają się w produkowaniu chwytliwych newsów, dziennikarze zapuszczają się nawet na rzadko odwiedzane przez nich tereny sztuki współczesnej (Boorstin 1982). Szkoda jedynie, że tylko w poszukiwaniu skandalu.

Na wielkość skandalu w sztuce wpływa status artysty, natura transgresji, której dopuszcza się w swojej pracy, konsensus panujący w świecie sztuki co do wartości, jakie zostały przez dane dzieło zaatakowane, postawa autorytetów, liderów opinii i krytyków wobec dzieła (potępia je publicznie czy zlekceważa) (Adut 2008).

Skandale w sztuce nie zawsze mają czysto artystyczną naturę, to znaczy nie są wynikiem powstania kontrowersyjnego dzieła. Skandalistami okrzyknięci zostali artyści, którzy nie „prowadzili się poprawnie” i swoim życiem prywatnym łamali normy obyczajowe, co przenosiło atmosferę skandalu na ich prace. Jedną z cech charakterystycznych skandalu jest jego rozszerzanie się na całe otoczenie skandalisty, co utrudnia oddzielenia życia artysty od jego twórczości (Okoń 2005). Andy Warhol czy Jackson Pollock na przykład byli „skandalistami totalnymi”, których zarówno twórczość, jak i życie prywatne budziło kontrowersje. Jak skandale obyczajowe czy skandale „wokół” artysty wpływają na jego karierę?

Dobrym przykładem tego typu zależności jest chiński artysta Ai Weiwei, który znany jest nie tylko ze swoich prac oraz wystawy w Tate Modern w Londynie, ale także z tego, że był represjonowany przez chiński rząd. Artysta w swoich pracach krytykował chińskie władze, za co trafił do więzienia w 2011 roku na blisko trzy miesiące (oficjalnie za unikanie płacenia podatków). To wydarzenie wywołało skandal w świecie artystycznym, gdyż było jawnym przykładem ograniczania wolności twórczej artysty, a tym samym autonomii pola sztuki. Wystawa w Hali Turbin w Tate w 2010 roku i późniejsze uwięzienie artysty przez chiński rząd sprawiły, że Ai Weiwei stał się jednym z najlepiej rozpoznawalnych artystów sztuki współczesnej na świecie, a w 2011 roku został okrzyknięty przez magazyn „ArtReview” najbardziej wpływową osobą w świecie sztuki w rankingu Power100. W tym roku jest trzeci<sup>2</sup>. Z pewnością sztuka, jaką tworzy Ai Weiwei, oraz docenienie jej przez taką instytucję jak Tate Modern świadczy o wysokim kunszcie artysty, jednak rozgłos wśród szerokiej publiczności zyskał on dopiero po uwięzieniu przez chiński rząd, o czym media informowały na bieżąco.

<sup>2</sup> <http://www.artreview100.com/2012-power-100/>

## HISTORIA SKANDALI ARTYSTYCZNYCH

„W sztuce każdy musi zabić swojego ojca”.

Pablo Picasso

Przyjrząwszy się historii wielkich skandali w sztuce współczesnej można zauważyć, że towarzyszyły one pojawieniu się każdego z nowych nurtów w sztuce. Prace, które przekraczały granice norm przyjętych w twórczości artystycznej, diametralnie zmieniały patrzenie na sztukę. Jak twierdzi Ari Adut (2008, s. 224): „To właśnie skandal krystalizuje logikę sztuki współczesnej pod jej pozornym bezładem”. Głośne skandale towarzyszyły narodzinom ważnych nurtów w sztuce, takich jak impresjonizm, abstrakcjonizm czy kubizm. Skandal w sztuce jest przykładem transgresji, która komunikowana jest publiczności lub popełniania jest publicznie. Artyści-skandaliści często wystawiają na próbę zasady dotyczące tego, co może zostać pokazane publicznie, i prowokują pytanie, czy to, co stworzyli, można jeszcze nazwać sztuką.

Wieki XIX i XX obfitowały w skandale artystyczne. Ari Adut (2008, s. 234) twierdzi, że współczesna sztuka swoją niezależność zawdzięcza artystom, którzy zaczęli sami wybierać tematy swoich prac, kontestować cenzurę i wystawiać na próbę konwencje reprezentacji. Skandal artystyczny można więc uznać za narzędzie budowania autonomii świata sztuki. Należy zacząć od impresjonistów, którzy zbulwersowali francuski Salon nie tylko swoim, jak to wówczas określano, niedbałym podejściem do malarstwa, ale także swobodnym wyborem tematów. Przykładem dzieła, które dobrze obrazuje ten nowy nurt, jest *Śniadanie na trawie* Edouarda Maneta, a także jego *Olympia*. Siła skandalu, jaką wywołały prace impresjonistów, sprawiła, że wystawa ich prac, odrzuconych przez francuski Salon, a pokazana w Salonie Odrzuconych, zgromadziła większe tłumy niż oficjalna wystawa Salonu. Pierwsze prace impresjonistów pod koniec XIX wieku mogły wydawać się szokujące. Jednak konsekwencja, z jaką artyści trzymali się zasad nowego trendu, oraz coraz szersze kręgi malarzy podążających tym śladem sprawiły, że ich prace już po kilkudziesięciu latach nie budziły takiego zgorszenia. Obecnie impresjonizm jest jednym z najlepiej rozpoznawalnych kierunków w sztuce, impresjoniści bardzo znanymi artystami, a ich dzieła osiągają niebotyczne ceny.

Historia sztuki współczesnej pokazuje, że ci artyści, którzy próbowali w swojej sztuce dokonać formalnych innowacji, a nie przekraczać granice tabu, byli bardziej efektywni wywołując skandal. To znaczy, że po początkowym oburzeniu ich prace zostały docenione jako nowatorskie, a oni zyskali sławę i uznanie. Takim przykładem są surrealiści oraz chyba najbardziej z nich znany Salvador Dali, który wykazywał się niezwykłą, fotograficzną wręcz precyzją w swoich surrealistycznych obrazach. Kolejnym przykładem bardzo efektywnego skandalisty jest Pablo Picasso, pionier kubizmu, którego pierwsze prace szokowały nawet jego najbliższych przyjaciół. Picasso nie tylko proponował

innowacyjną formę, ale także prowokował tym, co przedstawiały jego obrazy. Nie dość że malował nagie kobiety, to jeszcze zdeformowane, zbudowane z abstrakcyjnych kształtów. Obrazy Picassa budziły u widza niepokój poznawczy oraz wiele sprzecznych emocji. Takie prace musiały na długo pozostawać w pamięci.

Przekraczanie granic i konieczność tworzenia ciągle czegoś nowego stały się istotą modernistycznej sztuki. Awangardziści prześcigali się w tworzeniu nowych form i trendów. Większość dwudziestowiecznych skandali w sztuce nie wychodziła jednak poza ekskluzywne kręgi związane ze sztuką: krytyków, kuratorów, dealerów. Przede wszystkim dlatego, że nowe tendencje nie miały, przynajmniej na początku, zbyt wielu zwolenników. Krytycy nie mogli się porozumieć co do oceny wartości nowych, awangardowych prac. Od kiedy zaprzestano naśladownictwa i reprezentacji rzeczywistości bardzo trudno było ocenić wartość dzieła — zarówno artystyczną, jak i finansową. Liczyć zaczęły się intencje pracy artysty, a także on sam — jego reputacja. Póki dzieła nie zostały skanonizowane przez muzea, trudno było o oszacowanie ich znaczenia.

Kolejny przełom, który pociągnął za sobą duży skandal w świecie sztuki, można określić jako „kryzys obiektu artystycznego”. Został on wywołany przez kilka fenomenów w sztuce w XX wieku, które pojawiały się w ciągu blisko pięćdziesięciu lat. Były to: po pierwsze, złamanie zasady pojmowania sztuki w kategoriach estetycznych przez to, że kicz, za sprawą Roya Lichtensteina i Andy’ego Warhola, wkroczył w pole sztuki; po drugie, wykorzystanie elementów kultury popularnej do tworzenia dzieł sztuki, co już na dobre zamazało granicę między obiektami estetycznymi a artefaktami kultury popularnej; po trzecie, zatarcie granicy między obiektami artystycznymi a zwykłymi przedmiotami codziennego użytku — po kilkudziesięciu latach okazało się, że jedna z najbardziej kontrowersyjnych prac artystycznych w historii, *Fontanna* Marcela Duchampa, została uznana za najważniejsze dzieło sztuki XX wieku (opinię taką sformułowało w 2004 roku pięćuset najbardziej wpływowych ludzi świata sztuki w Wielkiej Brytanii).

Prace takich artystów jak Marcel Duchamp położyły podwaliny pod sztukę konceptualną, pokazującą, że dzieło sztuki jest przede wszystkim nośnikiem pewnej idei, jaką artysta ma do wyrażenia. Dla niewprawnego, przeciętnego odbiorcy sztuka konceptualna okazała się bardzo trudna w odbiorze. Obiekty artystyczne nie przypominały stylem dobrze znanych rzeźb czy obrazów starych mistrzów. Nie odwzorowywały otaczającej rzeczywistości, nie mieściły się w klasycznych kanonach estetycznego piękna, wyglądały albo na przedmioty codziennego użytku, albo na obiekty, których manualne wykonanie nie wymaga żadnych artystycznych zdolności. Konceptualne prace często bywały przyczyną nieporozumień w świecie sztuki, a także skandali artystycznych.

W sztuce najnowszej nie brakuje artystów-skandalistów odnoszących sukcesy dzięki konsekwentnemu trzymaniu się raz obranej ścieżki. Damien Hirst i Jeff Koons są chyba tego najlepszymi przykładami. Damien Hirst, najbardziej znany z całej formacji YBAs (Young British Artists), skandal artystyczny uczynił



sposobem na życie i karierę. Swój sukces zawdzięcza także współpracy ze znanym kolekcjonerem Charlesem Saatchim. Jest nie tylko najbardziej znanym, ale także najbogatszym z żyjących brytyjskich artystów. Jego prace nie tylko szokowały publiczność, ale też sprzedawały się jak świeże bułeczki i to za niebotyczne ceny. Warto wymienić choćby takie dzieła jak *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* z 1991 roku, za które w 2004 roku zapłacono 8 milionów dolarów. Dzieło nie tylko zrobiło karierę na rynku sztuki, ale trafiło także do prestiżowej Metropolitan Museum of Art w Nowym Jorku. W podobnym stylu (martwych zwierząt) były utrzymane także prace: *The Golden Calf* (sprzedane na aukcji w Sotheby's za 10 mln funtów), *A Thousand Years*, *Mother and Child Divided*. Wszystkie budziły duże kontrowersje dotyczące tego, czy to, co robi Hirst, jest jeszcze sztuką. Jego kolejną głośna praca to *For the Love of God*, najdroższa rzeźba świata, czyli czaszka wykładana diamentami o wartości 14 milionów funtów, która została sprzedana za 100 milionów dolarów. W 1995 roku Hirst zdobył prestiżową Nagrodę Turnera, co jeszcze utwierdziło jego wysoką pozycję w świecie sztuki. Choć prace tego twórcy często wywoływały oburzenie i zgorszenie, to jednak konsekwentnie trzymając się swojej strategii zyskał on uznanie świata sztuki.

Trochę inny sposób na zrobienie kariery w sztuce wybrał Jeff Koons, którego prace wpisują się w kulturę promocyjną (Wernick 1992). Koons wytrwale trzyma się stylistyki, która jest kontynuacją i jednocześnie połączeniem pop-artu, dadaizmu oraz *ready-mades*. Rozgłos przyniosło mu też między innymi małżeństwo z gwiazdą porno Iloną Staller (Ciccioliną) oraz cykl prac *Made in Heaven*, przedstawiających artystę wraz z żoną w pozycjach Kamasutry. Wszystkie jego prace utrzymane są stylistyce kiczu i wykorzystują elementy kultury popularnej: *Puppy*, *Michael Jackson and Bubbles* czy cały cykl *Balloon Animals*. Koons wystawiał w takich miejscach jak Guggenheim Museum w Nowym Jorku czy Tate Modern w Londynie, a jego prace kupowane są za milionowe kwoty (najdroższa, *Tulips*, została sprzedana na aukcji w Christie's w Nowym Jorku w 2012 roku za ponad 33 miliony dolarów).

Historia sztuki pokazuje, że dzieła, które z początku wywoływały skandale, często po czasie zostawały uznane za arcydzieła, prace, które wyznaczyły nowe trendy i trafiały do prestiżowych kolekcji.

#### SKANDAL ARTYSTYCZNY A RYNEK SZTUKI

Rynek sztuki jest bardzo podatny na działania skandalistów. W czasie ogromnego boomu na rynku sztuki w latach 1960–1980 artyści zaczęli bezwzględnie wykorzystywać skandal do uzyskania komercyjnego sukcesu. Ci, którzy skutecznie stosowali strategię skandalu jako podstawowy rys swojego stylu tworzenia i/lub bycia, obecnie sprzedają swoje dzieła po niebotycznych cenach. Na przełomie XIX i XX wieku znaczącą rolę w wyznaczaniu wartości dzieł sztuki miały muzea, ponieważ nowatorskie i awangardowe prace wymy-

kały się dotychczas stosowanym kryteriom ewaluacji. W latach sześćdziesiątych XX wieku monopol muzeów został złamany przez rynek sztuki (kolekcjonerów i galerzystów), którzy zaczęli wyznaczać, co zasługuje na uwagę publiczności. To był moment, w którym zastosowano marketing w sztuce i kiedy nazwisko artysty stało się rozpoznawalną marką, a budowaniu marki sprzyjały między innymi skandale (zarówno artystyczne, jak i obyczajowe).

Światem sztuki, a przede wszystkim rynkiem sztuki, rządzą takie same zasady jak światem dóbr konsumpcyjnych i podobnie jak tam kluczową rolę odgrywa w nim marka. Nie wystarczy dobra sztuka, aby odnieść międzynarodowy sukces. Obecnie trzeba dbać o to, aby sztuka, którą się tworzy, zainteresowała odpowiednie osoby. Skandal może być jednym z narzędzi stosowanych przez artystów w celu zwrócenia na siebie uwagi wpływowych galerzystów, kolekcjonerów, kuratorów prestiżowych instytucji czy krytyków. Nie wystarczy, że praca jest wybitna, ktoś (ważny) jeszcze musi ją zobaczyć, a — jak pisze Marek Krajewski (b.d., s. 2) — „uwagę odbiorcy można zdobyć tylko poprzez odwrócenie jej od czegoś innego”. W czasach, w których nieustannie trzeba walczyć o uwagę, skandal wydaje się skuteczną strategią. Jednak ze skandalem należy umieć się obchodzić. Ci, którzy wykorzystują go nieumiejętnie lub w zbyt oczywisty sposób próbują się promować, mogą zapłacić za to wysoką cenę. Jednak ci, którzy tworzą skandalicznie dobre dzieła, mogą odnieść sukces z powodów czysto artystycznych, a nie koniunkturalnych.

Sukces artystyczny można mierzyć w kategoriach uwagi poświęcanej danemu artyście. Jakie instytucje zaprosiły go na swoje wystawy, kto kupuje jego prace i w jakich kolekcjach się one znajdują. Uwaga ma to do siebie, że jest w stanie bardzo szybko się pomnażać. Im więcej uwagi ktoś otrzymuje, tym jeszcze więcej uwagi będzie zyskiwał. Na zasadach ekonomii uwagi opiera się także świat nauki, w którym naukowcy swoją pracą naukową zabiegają o uwagę innych uczonych. Jednak uwaga w nauce jest wysoce sparametryzowana za pomocą punktów publikacyjnych i konferencyjnych, wskaźników cytowań (Franck 2002). W świecie sztuki brak jest tego typu narzędzi i być może to właśnie popycha artystów do sięgania po radykalne środki służące zwracaniu na siebie uwagi.

Pojawiają się jednak próby parametryzacji uwagi także w świecie artystycznym. Twórcy rankingu ArtFacts na ekonomii uwagi oparli algorytm, dzięki któremu próbują zobiektywizować podział uwagi w sztuce, a co za tym idzie — obliczają pozycje artystów we współczesnym świecie sztuki. Pod uwagę brane są następujące zmienne: miejsca, w których artysta wystawia (miasta i kraje), instytucje, w jakich miał wystawy, rodzaje wystaw (indywidualne czy zbiorowe), z kim spośród rówieśników wystawia, obecność w kolekcjach publicznych i prywatnych, obecność w drugim obiegu rynkowym: aukcje i ceny dzieł. Ranking nie jest oczywiście w stanie ocenić poziomu artystycznego dzieł artystów ani tego, czy są oni wybitnymi twórcami czy nie. Może natomiast ocenić stopień uwagi poświęcanej artystom przez profesjonalistów świata sztuki.

Uwaga jest formą kapitału, który inwestowany jest przez gatekeeperów świata sztuki w artystę i który może przynieść zyski w postaci „zwrotu” uwagi na inwestorów<sup>3</sup>. Dobłą sztukę tworzą obecnie ci, którzy są oglądani przez tłumy, a nie ci niewidzialni.

Należy również zauważyć, że scena sztuki współczesnej działa według modelu „zwycięzca bierze wszystko” (Frank, Cook 1996), gdyż uwaga poświęcana danemu artyście jest równoznaczna z jego sukcesem. Tym samym kilku z tych, którzy są u szczytu swojej kariery, dostaje więcej uwagi niż wszyscy pozostali artyści razem wzięci. To właśnie uwaga poświęcana danemu dziełu staje się miernikiem tego, czy jest ono wartościowe w artystycznym sensie. Jak pisze Ari Adut (2008), tacy artyści jak Picasso, Dali czy Pollock byli, co prawda, celebrytami, ale ich sława i wizerunek podążała za ich sukcesem w świecie sztuki. Od lat sześćdziesiątych środek ciężkości się przesunął. Odpowiedni wizerunek artysty czy jego znane nazwisko stało się warunkiem odniesienia sukcesu w świecie sztuki.

Skandal artystyczny uległ już pewnego rodzaju oswojeniu w świecie sztuki. Dzieła skandalistów bardzo szybko przechwytywane są przez rynek sztuki (ze względu na swoją wysoką wartość komercyjną) lub „oblaskawiane” przez muzea, które mają zdolność sakralizacji obiektów i niepodważalnego nadawania im pełnoprawnego statusu dzieła sztuki — co może być przekleństwem wszystkich skandalistów.

#### JAK EFEKTYWNIE I EFEKTOWNIE WYWOŁAĆ SKANDAL W SZTUCE?

Skandal w sztuce może wywołać prawie wszystko, gdyż wszystko zależy od kontekstu, sposobu zaprezentowania i odczytania dzieła. Według Natalii Okoń (2005, s. 89) przepis na skandal artystyczny wydaje się prosty. Po pierwsze, należy wystąpić przeciwko powszechnie uznanym normom obyczajowym i tzw. uczuciom religijnym. Po drugie, dobrze działa duża doza erotyzmu, choć obecne raczej perwersyjnego seksu (najlepiej w wydaniu homoseksualnym). Należy również zaatakować postawy globalistyczne, szowinistyczne oraz sekсистowskie, a także politykę.

Aby jednak stworzyć skandalizujące dzieło, należy zastanowić się zarówno nad jego treścią, jak i formą. Obserwując dotychczasowe głośne skandale artystyczne można wyodrębnić kilka warunków, jakie powinno spełnić dzieło, aby wywołać poruszenie:

po pierwsze, kiedy można uznać, że sami równie dobrze moglibyśmy wykonać dane dzieło i że jego wykonanie nie wymaga żadnego przygotowania artystycznego; z tymi zarzutami bardzo często spotykali się minimaliści i abstrakcyjniści;

<sup>3</sup> [http://www.artfacts.net/marketing\\_new/?Services,Artist\\_Ranking](http://www.artfacts.net/marketing_new/?Services,Artist_Ranking)

po drugie, kiedy wydaje nam się, że artysta nie traktuje nas poważnie, kpi ze swoich widzów; punkt drugi często związany jest z punktem pierwszym i dotyczy dzieł „łatwych w wykonaniu” lub takich, które w powszechnym mniemaniu nie zasługują na miano dzieła sztuki (np. *ready-mades*);

po trzecie, kiedy dzieło po prostu jest brzydkie lub wykracza poza społecznie przyjęte oczekiwania estetyczne względem dzieła sztuki, jak choćby pierwsze kubistyczne prace Picassa;

po czwarte, kiedy dzieło sztuki wydaje nam się niemoralne: emanuje seksualnością, nagością, cielesnością, wykorzystuje symbole religijne i polityczne albo — co gorsza — łączy kilka z wyżej wymienionych w jedną całość; przykłady takich dzieł to między innymi *Piss Christ* Andreasa Serrano, fotografie Roberta Mapplethorpe’a czy *Pasja* wspomnianej już Doroty Nieznalskiej;

po piąte, kiedy dzieło jest tak nowatorskie i zaskakujące, że nie mieści się w przyjętych ramach interpretacji (jak dzieła pierwszych impresjonistów czy abstrakcjonistów).

Konkurs na wywołanie większego skandalu w sztuce nieustannie toczy się między współczesnymi artystami. Dlaczego jednak dzieje się tak, że niektórzy artyści-skandaliści odnoszą ogromne sukcesy, a inni odchodzą w niepamięć? Można opisać co najmniej dwie zależności: po pierwsze, w świecie sztuki lepiej widziane jest skandalizowanie formą niż skandalizowanie za pomocą treści; po drugie, jednorazowy skandal nie jest tak skuteczny jak przyjęcie w uprawianej sztuce stałej strategii skandalizowania.

Przekroczenie granic tematów „dozwolonych” do poruszania i pokazania w kontekście sztuki wydaje się łatwą strategią przykucia uwagi. Często, dzięki mediom szukającym sensacji można w ten sposób dotrzeć do masowej publiczności. Jest to jednak strategia krótkotrwała i nie tak efektywna, ponieważ na ogół wywołuje krótkotrwałe oburzenie, które później może przerodzić się nawet w niechęć do artysty. Szeroka publiczność mediów masowych nie jest też grupą, której uwagę chciałby zwrócić artysta dbający o swoją karierę. Mądrzej jest zabiegać o zainteresowanie ze strony osób, które w świecie sztuki coś znaczą: krytyków, kuratorów, galerzystów, kolekcjonerów.

Przykładem skandalizującego dzieła, którego kariera potoczyła się szybciej niż kariera jego twórcy, jest *Myra* Marcusa Harveya. Ten brytyjski artysta, należący do YBAs, miał dobre warunki do tego, aby zrobić karierę: zwrócił uwagę wpływowego kolekcjonera Charlesa Saatchiego, przyjaźnił się z Damienem Hirstem. Jego prowokacyjne dzieło *Myra*, które jest portretem Myry Hindley, morderczyni, skazanej przez sąd na dożywocie za zamordowanie pięciorga dzieci, wykonanym z odcisniętych w gipsie otwartych dziecięcych dłoni, zostało pokazane na wystawie *Sensation* w 1997 roku w Royal Academy of Art w Londynie. Praca spotkała się z ostrymi atakami publiczności, została nawet obrzucona jajkami. Uzyskała jednak dość przychylne opinie krytyków. Tuż po wystawie popularność Harveya sięgnęła szczytu, ale obecnie

rzadko kto pamięta nazwisko artysty, który był autorem tego dzieła. Jak toczą się kariery „gwiazd jednego przeboju”? Jak można przeczytać w artykule poświęconym Harveyowi: „Dziś praca [portret Myry Hindley] jest chyba lepiej znana niż człowiek, który ją zaprezentował. Podczas gdy koledzy z YBAs skwapliwie korzystali z kontrowersji, jakie wywoływały ich prace, Harvey nie budował swojej «marki». Przepadł na całą dekadę poszukując własnej drogi artystycznej [...]” (Akbar 2011). Za brak konsekwencji w tym, co robił, w odróżnieniu choćby od Damiena Hirsta, Harvey zapłacił wysoką cenę — stracił zainteresowanie ze strony najbardziej wpływowych ludzi świata sztuki.

Bardziej skuteczną taktyką jest szokowanie formą i innowacją — wywołuje ono mniejsze zamieszanie w mediach, ale daje szansę zwrócenia uwagi osób, które są znaczącymi postaciami *art world*. Jeśli do tego artysta będzie konsekwentnie używał specyficznej formy sztuki, to może się ona stać jego rozpoznawalnym „znakiem handlowym”, a to pierwszy krok do sukcesu. Przykładami artystów, którzy w ten sposób zbudowali swoje marki, są z pewnością Andy Warhol, Pablo Picasso czy Salvador Dali.

\*

Artystyczne skandale nie wywołują aż tak dużego zamieszania i nie przykuwają tak dużej uwagi publiczności jak skandale polityczne czy choćby obyczajowe wywoływane przez celebrytów. Świadczy to o niewielkim zainteresowaniu popularnych mediów (a także ich odbiorców) sztuką współczesną. Skandale związane ze sztuką trafiają do szerokiej publiczności jedynie w niektórych przypadkach. Po pierwsze, kiedy dziennikarze zauważą „niegospodarność” w wydawaniu publicznych pieniędzy (zakupione zostało dzieło sztuki, które albo jest bardzo drogie, albo nie zasługuje na miano „dzieła sztuki”, albo, co gorsza, jedno i drugie). Po drugie, dzieje się tak, kiedy dane dzieło zwróci uwagę znanych i wpływowych osób — może to być Charles Saatchi powiększający swoją kolekcję o kolejne bardzo drogie dzieła, prawicowi politycy żądający zamknięcia wystawy lub usunięcia z niej dzieła, które jest bulwersujące (najczęściej obraża czyjeś „uczucia religijne”) — lub kiedy dzieło zostało ocenzone. Po trzecie, kiedy dzieło zostaje zniszczone przez wandalów, zwłaszcza jeżeli wandalami okazuje się ktoś znany, na przykład Daniel Olbrychski atakujący szablą pracę *Naziści* Ukłańskiego w warszawskiej Zachęcie.

Status artysty we współczesnym społeczeństwie nie jest aż tak wysoki, aby warto było interesować się skandalami, jakich się on dopuszcza. Trzeba też chyba przyjąć, że skandale artystyczne były, są i zapewne nadal będą angażowały jedynie wąską grupę odbiorców, co oczywiście nie odmawia im miana skandalu.

## BIBLIOGRAFIA

- Adut Ari, 2008, *On Scandal: Moral Disturbances in Society, Politics and Art*, Cambridge University Press, New York.
- Akbar Arif, 2011, *No More Shock Tactics: Marcus Harvey Reveals Why He's Happy to Leave the YBA Movement Behind*, „The Independent”, 15 września.
- Balcerzan Edward, 2004, *O nowatorstwie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Boorstin Daniel J., 1982, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Atheneum, New York.
- Bowness Alan, 1990, *The Conditions of Success: How the Modern Artist Rises to Fame*, Thames & Hudson, London.
- Franck Georg, 2002, *The Scientific Economy of Attention: A Novel Approach to the Collective Rationality of Science*, „Scientometrics”, t. 55, nr 1, s. 3–26.
- Frank Robert H., Cook Philip J., 1996, *The Winner-Take-All-Society: Why the Few at the Top Get So Much More Than the Rest of Us*, Penguin, London.
- Krajewski Marek, b.d., „Kultura dystrybucji — deficyty uwagi i strategię jej kumulacji” ([http://krajewskimarek.blox.pl/resource/Ekonomia\\_uwagi.doc](http://krajewskimarek.blox.pl/resource/Ekonomia_uwagi.doc)).
- Okoń Natalia, 2005, *Skandal artystyczny — forma twórczej prezentacji?*, „Akademia”, nr 3.
- Ridgeway Sally, 1989, *Artist Groups: Patrons and Gate-Keepers*, w: Arnold W. Foster, Judith R. Blau (red.), *Art and Society: Readings in the Sociology of the Arts*, Suny Press, New York.
- Walker John A., b.d., *Carl Andre's Pile of Bricks — Tate Gallery Acquisition Controversy — 1976* (<http://www.artdesigncafe.com/carl-andre-bricks-tate-gallery-1976> [31.10.2012]).
- Wernick Andrew, 1992, *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*, Sage Publications, London.

CONTEMPORARY ART SCANDALS:  
IS BEING A SCANDALOUS ARTIST WORTHWHILE?

## Summary

This article contains a sociological analysis of the social phenomenon of the art scandal in the field of visual art. The author first describes the concept of scandal used in the social sciences then defines an art scandal: its dimensions and characteristics. She shows what is necessary to produce an art scandal and why art is one of the areas where scandals most often occur. She also refers to some of the larger scandals in art history, particularly those of recent times.

## Key words/słowa kluczowe

art scandal / skandal artystyczny; art / sztuka; economy of attention / ekonomia uwagi; artist / artysta