

Karolina Golinowska

Sztuka (z) dewocjonaliów : twórczość Roberta Rumasa i Petera Fussa jako przykład krytycznego namysłu nad przemysłem religijnym

Studia Kulturoznawcze nr 2 (6), 125-135

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

KAROLINA GOLINOWSKA

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
Wydział Edukacji Muzycznej, Katedra Edukacji i Animacji Kultury Muzycznej

Sztuka (z) dewocjonaliów. Twórczość Roberta Rumasa i Petera Fussa jako przykład krytycznego namysłu nad przemysłem religijnym

Relacja między sztukami wizualnymi a religią bywa skomplikowana. Tematyka działań i prac artystycznych niejednokrotnie dotyka kwestii o charakterze fundamentalnym, dla których symbolika religijna stanowi swoiste preludium czy pretekst do rozważań nad kondycją współczesnego świata. Wypowiedzi artystyczne, często przyjmujące ton prowokacyjny, stają się zarazem załączkiem publicznego oburzenia, skandalu czy wreszcie podstawą zarzutów o obrazę uczuć religijnych. By nie operować jednak uogólnieniami, rozważania te chciałabym zawęzić do analizy związków sztuki z przemysłem religijnym, a dokładniej – do oglądu rozmaitych sposobów wykorzystywania „artykułów religijnych” w działaniach artystycznych. Przemysł religijny to specyficzna gałąź współczesnej gospodarki, rokrocznie produkująca niezliczone ilości artykułów dewocyjnych w odpowiedzi na potrzeby wiernych. Współczesne dewocjonalia tudzież różnego rodzaju materialne nośniki symboliki religijnej stają się elementami niejednokrotnie zawłaszczanymi przez sztuki wizualne. Kontrowersyjny wymiar owych artystycznych aktów często przyjmuje formę wizualnej „grabieży” i przekształceń znaczeń narastających wokół danego symbolu. Wbrew pozorom jednak wspomniany rodzaj działania nie redukuje pierwotnego znaczenia zapożyczonej symboliki, lecz wzbogaca uniwersum kulturowych znaczeń o element krytyczny.

Nowy kontekst, w którym zaczyna funkcjonować znak symboliczny, uwypukla przede wszystkim materialne i fizyczne aspekty jego nośnika. Jednocześnie kontekst ów odsłania specyfikę funkcjonowania przemysłu religijnego, rozumianego jako jedna ze zwykłych gałęzi gospodarki stojąca za produkcją artykułów dewocyjnych. Poddane w niniejszym artykule analizie działania i prace polskich

artystów, Roberta Rumasa oraz Petera Fussa, w odczuciu odbiorcy mogą mieć wymiar wręcz bluźnierczy. Twórcy ci świadomie grają z symboliką katolicką, by na jej kanwie powstała praca eksponująca dwuznaczność treści odnoszących się do religii, obecnych zarówno w pamięci kulturowej, jak i w życiu codziennym wiernych. Działania tych twórców często postrzegane są jako atak na symbole, zakorzenione i eksplorowane w pamięci zbiorowej, a tym samym rozumiane jako atak na fundamenty tożsamości.

Pojęcie przemysłu religijnego dotyczy dość specyficznej branży obejmującej marketing potrzeb duchowych. Jeśli jednak zastanowić się nad jego charakterystyką, okaże się, że przemysł ów doskonale uzupełnia ideologia rynkowa *sensu stricto*. Jak pisze Jürg Stolz, artykuły religijne stanowią jeden z elementów wchodzących w zakres religii i religijnego życia¹. Religia dokonuje instytucjonalizacji określonych obiektów, łącząc je z ideą zbawienia i odkupienia. Istnieje wiele rodzajów artykułów religijnych, w związku z czym Stolz proponuje podzielić je na wytwarzane indywidualnie przez podmiot oraz wspólnotowo przez grupę osób. Sytuacje prowokujące indywidualne działania podmiotu mogą być bezpośrednio związane z aktem konsumpcyjnym, przynależnością do danej społeczności czy osobistymi pobudkami, istnieje też jednak wiele działań o charakterze kolektywnym, społecznościowym, gdzie produkcja owych dóbr zatracą indywidualny wymiar, stając się częścią większego planu. Sam rodzaj dobra religijnego bezpośrednio wpływa na sposób jego produkcji, przyjmując odpowiednio materialną bądź duchową formę. Ową niematerialną formę mogą stanowić obietnice, przepowiednie czy nadzieja na uzyskanie zbawienia. Uczestnictwo w zorganizowanej grupie o charakterze religijnym staje się z kolei wartością otwierającą wrota do indywidualnego przeżywania religii w ramach danej wspólnoty. Ta wspólnota przeżyć i aktów objawiałaby się dzięki udziałowi w obrzędzie, jakim jest msza święta. Natomiast materialny wymiar religijnych dóbr składałby się na całość przemysłu religijnego, posiadającego unikatową, a zarazem rynkową specyfikę. Innymi słowy, przemysłem religijnym rządzą te same prawa popytu i podaży, co w przypadku każdego innego produktu. W praktyce oznacza to, że osoby dokonujące zakupu określonych dóbr religijnych kierują się domniemaną zasadą racjonalności.

Oczywiście pisząc o rynku artykułów religijnych, należy brać pod uwagę zarówno książki, filmy, muzykę, jak i obiekty religijnego kultu (*salvation goods*) oraz ich oddziaływanie na współczesne pejzaże kultury. Taki kierunek analizy obiera Mara Einstein w publikacji *Brands of Faith*, szczegółowo opisując rozmaite gałęzie „przemysłu wiary”, które ulegają stopniowej komercjalizacji. W swojej analizie ograniczę się jedynie do produktów o zdecydowanie symbolicznym

¹ J. Stolz, *Salvation Goods and Religious Markets: Integrating Rational choice and Weberian Perspectives*, w: J. Stolz (red.), *Salvation Goods and Religious Markets: Theory and Applications*, Peter Lang AG, Bern 2008, ss. 52-58.

charakterze. Mowa tu o artykułach związanych z symboliką katolicką i służących jej upamiętnieniu, choć posiadających zarazem praktyczne zastosowanie. Idea dewocjonaliów w założeniu wykracza poza zaspokojenie potrzeby konkretnego rodzaju, niemożliwej do zrealizowania za pomocą produktów o charakterze świeckim. Jednak fakt umieszczania podobizn osób świętych na rozmaitych przedmiotach stanowi sedno komercjalizacji religii, która, wykorzystując proste mechanizmy, staje się jak najbardziej marketingowo skuteczna. Ostatecznym bowiem celem owych strategii, jak stwierdza Mara Einstein, jest przekształcenie danego produktu w obiekt wzbogacony o konkretne znaczenia religijne lub parareligijne. Gdy ów cel zostaje osiągnięty, sam akt konsumpcji staje się potwierdzeniem tożsamości i przynależności do wspólnoty duchowej, gdyż zarówno religia, jak i marketing wytwarzają znaczenia, z którymi identyfikuje się konsumujący podmiot². Kupowanie oznacza zatem zbanalizowaną formułę utwierdzania własnej tożsamości, która opiera się na mechanizmie prostej autoidentyfikacji. O tym procesie w odniesieniu do idei konsumpcjonizmu pisał wcześniej Benjamin Barber, sugerujący, że proces ów przyjmuje postać wyrazistego sloganu „jestem tym, co kupuję”³.

Zmierzając w stronę przykładów praktyki artystycznej, warto poruszyć dwie kwestie. Po pierwsze, eksponują one wizualny wymiar dewocjonaliów powstających w wyniku bujnego rozkwitu przemysłu religijnego. Symbolika religijna zostaje tu zawłaszczona i przedstawiona za pomocą ubogich materialnych odniesień, co powoduje jeszcze większe spiętrzenie znaczeń. Sięgając po materialny wymiar obiektów religijnych i eksponując go, artyści niejako wyśmiewają tradycję przedstawień religijnych, stanowiącą ukoronowanie talentu artystycznego wielkich mistrzów. Innymi słowy, nawiązują oni do historii praktyki artystycznej sięgającej po tematykę religijną, łamiąc zarazem istniejące przez wieki standardy owych przedstawień. Dla mniej wprawionego oka ironia może jednak okazać się mało widoczna, gdyż na plan pierwszy wysuwa się „pierwotne” znaczenie, odczytywane jako odniesienie do sfery *sacrum*. Przywiązanie do symbolu staje się zatem siłą przeważającą nad wizualnymi właściwościami jego formy materialnej, która nawet w niezbyt udanej postaci i w każdym kontekście zachowa swe oryginalne znaczenie. Po drugie więc, praktyki artystów stanowią akt symbolicznej dywersji ukazującej mniej chlubne oblicze materialnego wymiaru i produkcji religijnych przedstawień. Ironiczna gra towarzysząca owym działaniom staje się zatem preludem do krytyki przemysłu religijnego. Osobną sprawą jest pytanie, dlaczego, mimo tak ubogiej warstwy materialnej, symbol wciąż nie traci swojej

² M. Einstein, *Branding Faith. Marketing religion in a commercial age*, Routledge, Nowy Jork 2008, s. 14.

³ B. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, tłum. H. Jankowska, Muza, Warszawa 2008, s. 142.

wartości kulturowej, a jednocześnie jego wpisanie w nowy kontekst może być odczytane jako akt bluźnierstwa.

W gronie artystów swobodnie manipulujących znaczeniem i kontekstem symboliki religijnej zdecydowanie wyróżnia się postać Roberta Rumasa. Począwszy od lat 90., jego działania oscylowały między tworzeniem niereligijnego kontekstu dla obiektów kultu religijnego a nieustannym manipulowaniem wizualnymi przyzwyczajeniami odbiorcy. Artysta bardzo chętnie wykorzystywał artykuły dewocyjne w kontekstach świeckich, obnażając przy tym ich wykonawczą mierność. Same zaś użytkowane dewocjonalia zachowywały jak największe wizualne podobieństwo do oryginalnych artykułów związanych z kultem religijnym. Ich pierwotny kontekst znaczeniowy nie zniknął zatem z pola widzenia. Stworzony nowy obszar znaczeń budził więc sporo wątpliwości i zastrzeżeń. Tak też prace *Dedykacja I, II, III* z 1992 r. stanowiły instalacje powstałe z połączenia dwóch elementów zdobiących większość mieszczańskich domów⁴. We wnętrzu akwarium, podświetlonym na zielono bądź niebiesko, majaczyły w wodzie figury dewocyjne Jezusa i Maryi. *Dedykacje II* zawierały ponadto roślinność i fragmenty muszli ozdabiające tradycyjnie wnętrza akwarium. Parodiując niejako przemysł religijny, Rumaś zaproponował doskonałe połączenie owych zdobniczych detali domu, łaskawe dla oka i zbawienne dla ducha.

Inna praca w postaci serii *Matka Boska – orzech jasny, Matka Boska – orzech średni, Matka Boska – orzech ciemny* z 1994 r. bezpośrednio nawiązywała do przemysłu religijnego, który pragnie sprostać potrzebom wszystkich klientów. Na instalację składały się trzy identyczne figury Matki Boskiej, pomalowane w trzech tytułowych odcieniach brązu z dołączonymi neonowymi aureolami. W ten oto sposób Rumaś po raz kolejny ironizował na temat wnętrza mieszczańskiego domu, które może zostać uzupełnione o świętą statuę w odpowiednim odcieniu, dopasowanym do kolorystyki mebli. Z kolei w *12 cyklach Księżycy* z 2000 r. artysta poszedł o krok dalej. Tym razem dopuścił się zuchwałego aktu artystycznej „grabieży”, zakłócając przy tym hierarchię świeckiego i sakralnego porządku. Wizualne właściwości przypisywane reprezentacjom symboliki świętości przetransponował na przysłowiowe siedlisko grzechu. W tym celu wykorzystał standardowy kalendarz z nagimi kobietami, zalotnie prezentującymi swoje wdzięki, i niczym grzeczne dziecko domalował im ubrania. Szaty, które zaczęły zdobić modelki, osłabiły impet ich gorących spojrzeń, zmysłowo rozchylonych ust czy wyuzdanych póz na tle rajskich krajobrazów. Problem jednak w tym, że na szali rozmaitych nawyków i przyzwyczajzeń wizualnych naniesione szaty w kolorystyce błękitno-białej układały się w znak typowy dla przedstawień Matki Boskiej. Owa Matka Boska prześwitująca ze zdjęć rozneglizowanych mo-

⁴ Profil na portalu culture.pl poświęcony Robertowi Rumasowi: www.culture.pl/pl/tworca/robert-rumas [5.07.2014].

delek stawała się zatem obrazem obnażającym cielesny i zarazem ułomny wymiar współczesnych artykułów dewocyjnych. Procesowi ich produkcji nie przyświecają bowiem względy duchowe, ale satysfakcja konsumenta i zwiększenie wyników sprzedaży.

Ostatnia praca artysty, która może być przykładem analizowanej tu strategii twórczej, to stworzone w 1994 r. *Termofory*. Praca ta zasługuje na szczególną uwagę, gdyż przenosi analizowaną problematykę do sfery publicznej. W centrum Gdańska Rumas postanowił rozłożyć osiem marnie wykonanych figur Jezusa i Matki Boskiej, które następnie przygniótł wielkimi, plastikowymi, przezroczystymi workami z wodą. Nie musiało upłynąć wiele czasu, by doczekał się silnej, emocjonalnej reakcji. Oburzeni mieszkańcy w spontanicznym odruchu solidarności zniszczyli instalację, a figury dumnie przenieśli do pobliskiego kościoła. Oczywiście gest ten nie świadczy o tym, że przejęli się losem figur, a tym bardziej pracy artysty, której nie odczytali jako należącej do sfery sztuki, ale o tym, jak silnie zakorzeniona jest symbolika, do której owe figury się odnosiły, niezależnie od nadanej im pierwotnej formy materialnej pozbawionej artystycznych właściwości. Druga kwestia wiąże się już bezpośrednio z autokrytyczną świadomością. Można się bowiem zastanawiać, czy uczestnicy owej manifestacji oburzenia zdawali sobie sprawę, że podobne dewocjonalia jako „święte figurki” z wodą zdobią mieszkania wielu z nich. Niemniej inny kontekst funkcjonowania wywołał silną reakcję emocjonalną, utrudniając racjonalny ogląd sytuacji. Związek między gestem Rumasa a elementami zdobiącymi mieszczańskie wnętrza nie został dostrzeżony. Faktem jest, że akcja ta miała miejsce w specyficznym kontekście społeczno-politycznym. Wczesne lata po transformacji ustrojowej, miasto owiane legendą Solidarności oraz bliskie relacje stoczniovców z Kościołem z pewnością nie tworzyły odpowiedniej przestrzeni do krytycznej dyskusji o obliczach polskiej religijności. Pytaniem otwartym pozostaje to, jak owa sytuacja mogłaby wyglądać 20 lat później, w kraju domniemyanych przemian i przełomów. Mimo upływu czasu toczono nadal debaty o charakterze światopoglądowym zdają się jednak wskazywać na nieustanne specyficzne przywiązanie Polaków do symboliki religijnej.

Podobną tematykę poruszają prace drugiego z artystów. Peter Fuss to pseudonim twórcy o nieznanym tożsamości, prawdopodobnie związanego z Trójmiastem. Jego działalność ma niejednorodną formułę, lecz w większości odbywa się w przestrzeni publicznej. Artysta komunikuje się z odbiorcami również za pośrednictwem strony internetowej, na której udostępnia zdjęcia swoich prac, wystaw czy akcji⁵. Twórca chętnie sięga po symbolikę religijną, zwłaszcza tę szeroko wykorzystywaną przez rynek dewocjonaliów, doskonale naśladując pewne mechanizmy rynkowe i obnażając religijny kicz.

⁵ Strona internetowa Petera Fussa: <http://peterfuss.com/> [5.07.2014].

Za przykład może posłużyć jedna z wystaw, zorganizowana we Wrocławiu w 2007 r. Wydarzenie szumnie zatytułowane *Santo Subito* prezentowało trzy grupy przedmiotów scalone przez galeryjną przestrzeń. Pierwszą grupę stanowiły tzw. *garden popes*, czyli powszechnie znane formy ogrodowych krasnali – tu na potrzeby przemysłu religijnego zamienione w statuetki papieża Jana Pawła II. Każdy z niewielkich posągów prezentował wzór postaci uśmiechającego się papieża, zastygającego w geście pozdrowienia. Owe dwadzieścia cztery figurki, jednakowe pod względem formy, różniły się jedynie kolorem papieskiej szaty. Jan Paweł II nosił zatem odpowiednio szaty czarne, czerwone, różowe, żółte, niebieskie, fioletowe i pomarańczowe. Bogactwo kolorów pozwalające na dopasowanie własnej wersji do dominującej tonacji wnętrza/ogrodu nasuwa na myśl wspomnianą serię *Matek Boskich* w różnych odcieniach brązu autorstwa Roberta Rumasa. Niemniej wystawa prezentująca *garden popes* została wzbogacona o elementy znacznie bardziej intensyfikujące istniejące przepływy znaczeń. Drugą grupę przedmiotów stanowiła bowiem wyświetlana za pomocą projektora kolekcja fotografii dokumentujących różnego rodzaju papieskie pomniki i popiersia. Uwiecznione prace istotnie różniły się pod względem rzeźmienniczego kunsztu, nie osiągając nawet poziomu przyzwoitego. Każda z fotografii ukazywała papieską sylwetkę w nowej odsłonie, mało bądź wcale niepodobną do realnego wizerunku Jana Pawła II. Mało tego, niezliczone wersje papieskiego oblicza sprawiały wrażenie, jakby oglądało się portrety różnych osób, tak odległe od siebie wydawały się bowiem papieskie twarze uwiecznione w brązie, gipsie czy marmurze. Trzeci element wystawy stanowiła kolekcja fotografii, tym razem dokumentująca produkty dewocyjne. Dostępne w obiegu handlowym na terenie całej Polski artykuły religijne z papieskimi wizerunkami tworzyły swoisty pokaz sztuki dewocjonaliów. Wizerunek papieża był wykorzystany bowiem jako element kuchennego zegara, część kuli wodnej ze śniegiem, obraz większego formatu, gdzie papieski profil komponował się z zegarem na tle różowej łuny bijącej z płaskorzeźby Jasnej Góry, jako zdobienie dolnej części ogrodowego termometru wykonanego z pseudobrązu, obrazek wyrastający z kompozycji z muszli podpisanej „Wisetka”, kryształowy talerzyk z wytłoczonym papieskim wizerunkiem, wirujący i świecący obraz podłączany do prądu, dekoracja otwieracza do butelek i zapalniczki, zdobienie zniczy i świec, długopisu, solniczki, bransoletki, filiżanki, makatki, dywaniku etc. Na temat jakości wykonania owych artykułów, które świetnie odnalazłyby się w sklepach z przysłowiową „chińszczyzną”, trudno się wypowiadać. Co ciekawe, wystawa została oskarżona o obrazę uczuć religijnych, choć przybyli na miejsce policjanci nie dopatrzili się znamion przestępstwa⁶. W istocie trudno byłoby o obrazę uczuć religijnych

⁶ A. Saraczyńska, *Santo Subito według Petera Fussa*, „Gazeta Wyborcza” z 18.11.2007 r., <http://wyborcza.pl/1,76842,4684034.html> [2.07.2014].

oskarżyć cały polski przemysł dewocyjny, którego uzupełnieniem tylko był produkt w postaci *garden pope*. Ironiczna wymowa wystawy Petera Fussa sprowadzała się bowiem do zatarcia granicy między gestem twórcy, zamieniającego się w projektanta artykułów dewocyjnych, a dostępnymi na rynku dewocjonaliami. Wykorzystując całą paletę dostępnych wizualnych form, Fuss stał się jak gdyby cynicznym propagatorem przemysłu religijnego, ujawniającego niespotykane pokłady uduchowionej tandety.

Tematyka artykułów dewocyjnych i religii pojawiała się w wielu innych działaniach Petera Fussa. Na szczególną uwagę zasługuje cykl prac zatytułowany *Sometimes I feel ashamed to be polish* z 2006 r. Zaprezentowane podczas gdańskiej wystawy szaro-czarne obrazy, utrzymane w specyficznej streetartowej stylistyce, celnie ukazywały specyfikę polskich religijnych klisz. Jeden z nich przedstawiał grupę emerytek („moherowych beretów”) trzymających transparent z napisem: „Ojciec Tadeuszu – Ty to jesteś Ktoś”. Inny prezentował wnętrze polskiego domu z zawieszonymi na ścianie trzema portretami – Matki Boskiej, Jana Pawła II i górującego nad nimi ojca Tadeusza Rydzyka. Następny powracał do tematyki przemysłu religijnego, ukazując breloczek z wizerunkiem liceńskiej bazyliki, podpisany: „Pamiątka z Lichenia”. Krytykę konsumpcjonizmu religijnego w bardziej surowej formie podejmował Fuss także w *The Body of Christ*. Na samą pracę, ułożoną w przestrzeni publicznej, składały się dwa duże billboardy z tradycyjnie szarym tłem. Pierwszy z nich zawierał tytułowy napis, do którego dołączony był dość prymitywny rysunek opłatka (hostii). Napis na drugim billboardzie, utrzymanym w tej samej konwencji wizualnej, głosił „The Blood of Pope”, a towarzyszyła mu ampułka do połowy wypełnioną krwią. Ostentacyjna wymowa owej pracy mogłaby się wiązać z ostrym sprzeciwem wobec przemysłu religijnego, rokrocznie produkującego niezliczone ilości „nowych relikwii”. Śmierć Jana Pawła II z pewnością uruchomiła lawinę nowego rodzaju potrzeb, by sprawom duchowym nadać jak najbardziej materialną formę.

Ostatecznie jednak należałoby wrócić do postawionego wcześniej pytania o relacje między symbolem religijnym, jego materialną (niewysublimowaną) reprezentacją a fundamentami tożsamości. Innymi słowy, dlaczego symbol religijny, nawet marnie wykonany, gdy zostaje umieszczony w innym kontekście, staje się powodem oskarżeń o bluźnierstwo i przyczynkiem do emocjonalnych, a bywa, że wręcz historycznych, reakcji? Dlaczego dewocjonalia umieszczone w przestrzeni galerii sztuki spotykają się z zarzutem obrazy uczuć religijnych, a także ataku na polską tożsamość? By odpowiedzieć na te pytania, należy odwołać się do pojęcia pamięci zbiorowej i kulturowej oraz specyfiki funkcjonowania treści symbolicznych.

Kategorie te znalazły wykładnię w pismach Aleidy Assmann. W swoich rozważaniach wyszczególniła ona cztery warstwy ludzkiej pamięci: indywidualną, pokoleniową, zbiorową i kulturową. Dla niniejszych rozważań najbardziej istot-

ne są dwie ostatnie warstwy. Jak stwierdziła Assmann, między poziomem pamięci zbiorowej a poziomem pamięci kulturowej jest istotna różnica. Pamięć zbiorowa jest bowiem tym, co kształtuje dziedzictwo historyczne, a więc i tożsamość narodową⁷. Jej eksplikacje często mają formułę narodowych mitów i opowieści, które – kontynuowane i rekonstruowane w sposób ciągły – nakładają na społeczeństwo liczne ograniczenia utrudniające zmiany jej wewnętrznych zasobów. Poszczególne zaś jednostki wrastają w pamięć zbiorową przez fakt uczestniczenia w społeczeństwie, stając się zarazem nośnikami owych upolitycznionych treści. Całokształt tych opowieści, przyjmujących także formułę obrazu i tekstu, tworzy swoiste archiwum symboliczne. Warto podkreślić, że formy symboliczne zyskują tu wyraźny i czytelny charakter, który pozwala na przekazywanie ich treści z pokolenia na pokolenie. To z kolei wpływa na procesy politycznego konstruowania przyszłości i może stanowić element szerszej polityki historycznej danego państwa. Manipulacja określonymi treściami, rozpamiętywanie sukcesów i zapominanie porażek, stanowi element wpisany w pamięć zbiorową. W przeciwieństwie do niej pamięć kulturowa operuje złożonymi formami symbolicznymi, choć także transponowanymi na materialny nośnik. Jej repozytorium symboliczne nie zostaje, jak w przypadku pamięci zbiorowej, zredukowane do funkcji sygnalizującej, lecz otwarte jest na wielość interpretacji. Treści pamięci kulturowej nie dają się zatem przekazywać w sposób oczywisty i jednoznaczny. O jej specyfice decydują dwa elementy: część magazynująca pamięci kulturowej to archiwum dostępnej wiedzy o przeszłości, część funkcjonalna natomiast to miejsce gromadzenia fragmentów czasu historycznego, które dzięki nieustannym reinterpretacjom nie stają się elementami oderwanymi od życia społecznego.

Warto się zastanowić, która z wyszczególnionych warstw pamięci staje się miejscem ekspozycji treści religijnych. Według Jana Assmanna owe treści zakorzenione są w pamięci kulturowej, choć nie bez pewnych zastrzeżeń⁸. Zgadza się z wnioskami Thomasa Luckmanna, uznaje on, że pojęcie religii należy rozpatrywać w sposób dwójaki – jako współegzystujące warstwy religii widzialnej i niewidzialnej. Pierwsza z nich odnosi się do indywidualnego doświadczenia, stanowiąc przestrzeń dla konkretnych praktyk kulturowych. Druga zaś tworzy ogólny kontekst, który każda z religii wypełnia na swój sposób w oparciu o sferę instytucjonalną, normy obyczajowe i określone rytuały. Warstwę niewidzialnej religii Jan Assmann uznaje za pojęcie synonimiczne względem pamięci kulturowej. Rozumie ją jako warstwę tworzącą szeroki kontekst znaczeń

⁷ A. Assmann, *Cztery formy pamięci*, tłum. K. Sidowska, w: M. Saryusz-Wolska (red.), *Między historią a pamięcią. Antologia*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013, ss. 48-49, 54-57.

⁸ J. Assmann, *Religion and Cultural Memory: Ten Studies*, Stanford University Press, Stanford 2006, ss. 31-32.

i wartości wchodzących w skład kulturowej praktyki, komunikacji oraz refleksji. Czy jednak pamięć kulturowa obejmuje także przestrzeń ekspozycji artykułów dewocyjnych?

Znajdujące się na peryferiach praktyki religijnej dewocjonalia nie są podatne na interpretacje, ujawniając oczywisty i jednorodny charakter reprezentowanych znaczeń. Dzięki ściśle określonym i niezmiennym standardom wizualnym artykuły te tworzą czytelny i wyrazisty przekaz, zrozumiały także w kontekście następnych pokoleń. Same zaś przywoływane i rekonstruowane treści stanowią fakt bezdyskusyjny i niepodlegający krytycznemu namysłowi. Tym samym dewocjonalia można byłoby uznać za sygnały treści symbolicznych zakorzenionych w przestrzeni pamięci zbiorowej, jednak ich redukcyjny wymiar nie pozwalałby na tworzenie tylu odniesień i reinterpretacji symboliki religijnej, jak ma to miejsce w kontekście pamięci kulturowej. Podejście to pozwalałoby potraktować ich treści jako upolitycznione i mocno zintegrowane z poczuciem tożsamości narodowej. Ostatecznie więc tłumaczyłoby to fakt, że Robert Rumaś i Peter Fuss uważani są w Polsce za artystów kontrowersyjnych. Jako twórcy reprodukujący znaki symboliczne, pieczętowane przechowywane w pamięci zbiorowej, kreują oni sytuację, w której przekazywane, ściśle skodyfikowane znaczenie ulega przekształceniu. W efekcie walory wizualne i artystyczne całkowicie zanikają pod presją znaczenia generowanego przez znak symboliczny, którego wizualny nośnik ujawnia wykonawcze hochsztaplerstwo. Dewocjonalia zyskują zaś nową przestrzeń znaczeniową, która osadza je w dyskursie krytycznym, wątpliwym i zarazem prowokującym. Nowy kontekst funkcjonowania artykułów dewocyjnych stoi jednak w sprzeczności z treściami rekonstruowanymi w pamięci zbiorowej. Umiejscowienie rozpoznawalnych wizualnie fragmentów owej pamięci w przestrzeni krytycznej refleksji napotyka więc na społeczny opór. Pojawiają się zarzuty o ataki na tożsamość narodową, której jednolity charakter zostaje „zanieczyszczony” przez polemiczne głosy.

Funkcjonowanie takiego systemu zależności sugerują również słowa przywoływanej Mary Einstein, ujmującej akt konsumpcji religijnych dóbr jako element konstruowania własnej tożsamości i identyfikacji z określoną wspólnotą duchową. Potwierdzanie własnej przynależności przez nabywanie materialnych nośników religijnych znaczeń tworzy jasno określone kryteria podziału przestrzeni społecznej (my i oni), a także powoduje, że konsumujący podmiot traktuje owe artykuły na równi z fundamentami własnej tożsamości. Tak zdefiniowane relacje cechuje ogromna wrażliwość na wszelkie modyfikacje przyjętych standardów przedstawiania, które mogą zostać odczytane jako akt bluźnierstwa. Każda odmienna materialna forma znaku symbolicznego stwarza bowiem zagrożenie dla jego integralności, podając w wątpliwość bezdyskusyjne treści zakorzenione w pamięci zbiorowej.

Podobną zależność tworzy odmienny kontekst funkcjonowania symbolu, który wyzwała silną emocjonalną reakcję, czego doskonałym przykładem było przeniesienie *Termoforów* Rumasa do kościoła. Warto przy tym podkreślić wagę podmiotu kreującego ten kontekst dla tak silnie skodyfikowanych form wizualno-znaczeniowych. Jeśli ów kontekst jest konstruowany poprzez działanie twórcze, istnieje duże prawdopodobieństwo, że artysta zostanie posądzony o obrazoburstwo. Efektem owego braku społecznego zaufania i niechęci na wrocławskiej wystawie Petera Fussa stała się obecność policji szukającej dowodów na obrazę uczuć religijnych. Mimo iż nie dopatrzone się wtedy znamion przestępstwa, można przypuszczać, że doniesienie nie zostałoby złożone, gdyby obiekty i kolekcje fotografii pojawiły się w przestrzeni pozagaleryjnej, jako chociażby część ekspozycji sklepu z artykułami dewocyjnymi. Sytuacja ta ilustruje więc ogromne przewrażliwienie społeczne co do twórców, jak się podejrzewa, szerzących moralną degrengoladę.

Krytyczne opinie dotyczące artystów często dają wyraz fundamentalizmowi myślowym, ujawniając w ten sposób „głębię” doświadczenia religijnego osób czynnie zaangażowanych w obronę treści religijnych. Polemika podejmowana przez artystów nie uderza jednak w sedno symbolu religijnego, lecz w jego materialną, zubożoną reprezentację – synonim hipokryzji przemysłu religijnego i polskiej bigoterii. Oskarżenia formułowane są więc pod adresem konsumpcjonistycznie nastawionego społeczeństwa, wzbogacającego własne morale bogatymi kolekcjami dewocjonalistów, mających stanowić naoczne świadectwo ich bogobojności. Atakowany jest także przemysł religijny jako narzędzie instytucjonalizacji owego „duchowego konsumpcjonizmu”, zalewające rynek tonami uświęconych produktów dostępnych w okazyjnej cenie. Konsumpcjonizm wzmacniany przez proste mechanizmy autoidentyfikacji sprzyja zaś rozwojowi myślenia fundamentalistycznego. Demaskowany jest także sposób funkcjonowania wzmiankowanego przemysłu, do którego rozwoju przyczynia się zwykła chęć zysku i działania służące generowaniu potrzeb klientów. Tu *Madonny z 12 cykli Księżycy* Rumasa zdają się stanowić doskonałą metaforę pięknych pozorów i finansowego pragmatyzmu.

Wnioski płynące z działań Roberta Rumasa i Petera Fussa nie są budujące. Okazuje się bowiem, że część polskiego społeczeństwa cechuje brak refleksyjności i nadmierne oddanie formom symbolicznym, które stają się następnie obiektami kulturowej wojny. Problem ów nie pozostaje bynajmniej na marginesie życia społecznego. Skandale obyczajowe coraz częściej wkraczają w przestrzeń polskiego życia kulturalnego. Niedawne historie związane z odwołanymi spektaklami czy blokowanymi wystawami dowodzą, jak wielkim problemem staje się brak chęci do dyskusji i gotowości do krytycznej refleksji. Pytaniem otwartym pozostaje obiekt owego ataku, dla jednych tożsamy z wykładnią treści religijnych, dla drugich – stanowiący synonim drobnomieszczańskiej bigo-

terii. Konflikt ten wydaje się nierozwiązywalny, a jawne okazywanie sprzeciwu, poparte fundamentalistycznym myśleniem, powoduje ponowne upolitycznienie przestrzeni religii, czyniąc ją doskonałym narzędziem manipulacji.

Summary

The art of devotional objects. Works of Robert Rumas and Peter Fuss as explications of a critical reflection on religious industry

The main attempt of the present paper is to analyze the relation between the visual arts and the religious industry on the basis of some examples of artistic practice. The matter in question is the idea and the specifics of a religious industry, which reproduces the same marketing patterns and behaviors as any business does. Referring to works of Robert Rumas and Peter Fuss, the author tries to find the acceptable limits of art merging with religion and to study the returning idea of blasphemy. Besides she deals with symbolic forms that constitute the cultural and collective memory of man, which is a starting point for examining the issue of their material (devotional) representations that become some of the formative elements for national identity.

Słowa kluczowe: dewocjonaalia, sztuka współczesna, przemysł religijny, pamięć zbiorowa i kulturowa

Keywords: devotional articles, contemporary art, religious industry, collective and cultural memory