

BOGUSŁAW DZIADZIA

Uniwersytet Śląski w Katowicach  
Wydział Sztuki i Nauk o Edukacji  
e-mail: boguslaw.dziadzia@us.edu.pl  
ORCID: 0000-0003-1838-7197  
DOI: <https://doi.org/10.14746/h.2022.4.4>

## Narcyzm i sprawstwo w kulturze artystycznej

**Abstract.** *Narcissism is a part of the cultural heritage. It reaches many areas of social life. As a cultural phenomenon, it reaches more profound and broader than psychological analyses would indicate. It has always been present in the biographies of people significant for the development of culture and art. The thesis in the text states that cultural achievements without narcissism would be much more modest than we can observe today. The conducted argument indicates the positive aspects of narcissism in the field of artistic culture. Praise of narcissism concerns agency in culture and art. Trying to determine the place of narcissism in art culture, I favor forgoing the one-sidedly negative perception of the phenomenon of narcissism. Narcissism here is one of the motivating factors.*

**Keywords:** *narcissism, agency, culture, art culture*

### Wprowadzenie

Przedmiotem analizy w tym artykule jest narcyzm jako rodzaj sprawczości w kulturze artystycznej. Kontekst narcyzmu w opisach przemian współczesnej kultury zazwyczaj łączy się z myślą Christophera Lascha, autora szczególnie ważnej publikacji pt. *The culture of narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*<sup>1</sup>. O ile wspomniany tytuł w kontekście omawiania zjawiska narcy-

---

<sup>1</sup> C. Lasch, *The culture of narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, W. W. Norton & Company, New York, London 1991.

zmu jest niepomijalny, o tyle uważam, że wymaga on uzupełnienia o wątki, które można by określić swego rodzaju „pochwałą narcyzmu”. Zgłębiając zagadnienie, spróbuję ukazać, iż w wielu przypadkach rezygnacja z pejoratywnego oglądu narcyzmu jest jak najbardziej uzasadniona. Kategoria sprawstwa „narcystycznych” jednostek to zdolność do podmiotowego działania na rzecz zmiany<sup>2</sup>, czego skutkiem mogą być zamierzone, jak i niezamierzone konsekwencje. Rozważania podkreślające pozytywy narcystycznej postawy w aspekcie twórczości najczęściej można odnaleźć w literaturze popularnej, poradnikowej oraz z zakresu treningu personalnego. Przykładem może być tu wypowiedź pochodząca z publikacji dotyczącej rozwoju osobistego, w zakresie znaczenia różnych form ekspresji artystycznej: „Praca twórcza nie jest samolubnym działaniem ani próbą zwrócenia na siebie uwagi ze strony aktora. To dar dla świata i każdej na nim istoty”<sup>3</sup>. Autor tej wypowiedzi sprzeciwia się potocznemu przekonaniu, że za aktem twórczym stoi pewnego rodzaju zapatrzenie w siebie, ale działanie na rzecz szerszych kontekstów kultury i społeczeństwa. Tego rodzaju uproszczenia nie będą jednak przedmiotem niniejszego opracowania. Podobnie nie każdy rodzaj ekspresji twórczej, lecz to, co uznawane jest za uprawienie sztuki. W biografii wybitnych artystów przejawy narcyzmu i egotyzmu traktowane są jako mroczne aspekty twórczej osobowości. Dalsze części niniejszego opracowania dotyczą przykładów sprawstwa wyrastającego z narcyzmu, które można uznać za znaczące w perspektywie historycznej dla kultury i sztuki.

Narcyzm jako kategoria opisu postawy i sposobu działania jest w mowie potocznej waloryzowany negatywnie. Mówiąc o narcyzmie, ma się zwykle na myśli różne poziomy egoizmu bądź autofilii, jak też ugruntowaną, szczególnie na łonie psychologii, patologiczną miłość do samego siebie. Wypowiadam się w tym tekście głównie z perspektywy społeczno-kulturowej, nie kładąc nacisku na odniesienia psychoanalityczne, gdyż te ostatnie, skupione na narcyzmie jako stanie klinicznym pacjenta, są zjawiskiem stosunkowo rzadkim<sup>4</sup> (choć nie brak ustaleń, wedle których narcystyczne zaburzenia osobowości mierzy się na poziomie od kilku do kilkunastu procent<sup>5</sup>). W psychoanalizie, która wprowadziła do annałów nauki ten termin, narcyzm wiązany jest nade wszystko z zaburzeniami sfery seksualnej

<sup>2</sup> Zob. C. Ratner, *Agency and Culture*, „Journal for The Theory of Social Behavior” 2000, vol. 30, ss. 413–434; M. Archer, *Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory*, Cambridge University Press, Cambridge 1988.

<sup>3</sup> S. Pressfield, *The War of Art: Break Through the Blocks & Win Your Inner Creative Battles*, Rugged Land, New York 2002, s. 165.

<sup>4</sup> Narcyzm jako stan kliniczny (rodzaj patologii) dotyka wedle ustaleń psychologów nie więcej niż jeden procent populacji. Por. R. Webber, *Meet the Real Narcissists (They're Not What You Think)*, „Psychology Today” 5.09.2016, za: <https://www.psychologytoday.com/us/articles/201609/meet-the-real-narcissists-theyre-not-what-you-think> [dostęp: 10.11.2021].

<sup>5</sup> S. Ambardar, *What is the prevalence of narcissistic personality disorder (NPD) in the US?*, „Medscape” 25.10.2019, <https://www.medscape.com/answers/1519417-101779/what-is-the-prevalence-of-narcissistic-personality-disorder-npd-in-the-us> [dostęp: 10.11.2021].

bądź okresem rozwojowym człowieka i szeregiem psychoz (na co wskazywał Zygmunt Freud). Narcyzm pojawia się w psychoanalizie również jako sposób radzenia sobie na przykład z pełnioną rolą społeczną, poprzez wyolbrzymianie znaczenia swojej osoby. Warto przytoczyć na wstępie typologię Sandy Hotchkiss, która w swojej bestsellerowej publikacji *Why Is It Always About You?: The Seven Deadly Sins of Narcissism*<sup>6</sup> wyliczyła następujące symptomy narcyzmu: bezwstyd, magiczne myślenie, arogancja, zazdrość, poczucie przywileju, wyzysk, brak granic. Szersze konteksty pojmowania narcyzmu, na niwie humanistycznie zorientowanej psychoanalizy i psychologii, są bliższe języka potocznego, obejmują rozliczne aspekty społeczne, na przykład samozadowolenie czy samozachwyt<sup>7</sup>. Jak widać z przytoczonych przykładów, pojęcie narcyzmu jest pojemne, a przy tym niezbyt precyzyjne, zależne od przyjętej perspektywy badawczej. Zawsze jednak źródło-słów pojęcia wiąże się z którąś z wersji mitu o Narcyzie. W kontekście kulturowym z całą pewnością można się zgodzić, że „niezależnie od wersji przypowieści o Narcyzie, jego figura pozostaje zasadniczo niezmienna, ukazując go jako reprezentację niedojrzałości, egoizmu, zogniskowania na sobie, czy nieumiejętności obdarzania innych uczuciem”<sup>8</sup>. Dostrzegając brak precyzji pojęcia narcyzmu, widzimy jego pewnego rodzaju metaforykę, którą ów termin uosabia za sprawą umocowania w starożytnych mitach. Zapewne nie przypadkiem, wobec tych wieloznaczności, Christopher Lasch, autor bodaj najgłośniejszej publikacji dotyczącej narcyzmu w kulturze (który ukuł pojęcie kultury narcyzmu), rozpoczął swą najsłynniejszą publikację od przywołania słów pochodzących z *Kupca weneckiego*:

For she is wise, if I can judge of her.  
And faire she is, if that mine eyes be true,  
And true she is, as she hath prou'd herself:  
And therefore, like herselfe, wise, faire, and true,  
Shall she be placed in my constant soule<sup>9</sup>.

## 1. Geniusz czy zadufany w sobie tyran?

Postawa narcystyczna może być dla aktywności w polu kultury i sztuki zarówno stymulująca, jak i blokująca<sup>10</sup>. Może mieć charakter introwertyczny i ekstrawertyczny. Większość historycznych przykładów wybitnych osobowości kultury

<sup>6</sup> Zob. rozdział I w: S. Hotchkiss, *Why Is It Always About You?: The Seven Deadly Sins of Narcissism*, Free Press, New York 2003.

<sup>7</sup> Por. E. Fromm, *Serce człowieka. Jego niezwykła zdolność do dobra i zła*, tłum. R. Saciuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996.

<sup>8</sup> M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwo AGD, Kraków 2016, s. 15.

<sup>9</sup> C. Lasch, *The culture of narcissism...*

<sup>10</sup> Zob. H.M. Wallace, R.F. Baumeister, *The Performance of Narcissists Rises and Falls With Perceived Opportunity for Glory*, „Journal of Personality and Social Psychology” 2002, vol. 82, no. 5, <https://doi.org/10.1037//0022-3514.82.5.819>.

i sztuki to przypadki ekstrawertyczne, nastawione na widzialność i oczekiwanie potwierdzenia swojej wielkości przez otoczenie. Ich sprawstwo w kulturze wiąże się zarówno z altruizmem, jak i pragnieniem zysku, społecznym zaangażowaniem jak i pychą, odpowiedzialnością i egoizmem, racjonalnością jak też metafizyką, wiarą czy ideologią. Dla każdego ze wspomnianych zakresów można w historii sztuki znaleźć interesujące przykłady. Nie nastrocza też problemu przyporządkowania do nich egzemplifikacji mniej lub bardziej jawnych postaw narcystycznych.

Jednym z szerzej komentowanych tekstów dotyczących znaczenia narcyzmu na polu sztuki jest artykuł Yi Zhou pt. *Narcissism and the Art Market Performance*<sup>11</sup>. Autorka tego artykułu dowodzi, iż dzieła narcystycznych artystów osiągają wyższe ceny rynkowe (na podstawie szacunków domów aukcyjnych). Nie poprzestaje jednak na samej ekonomii, odnosi się też do uznania takich twórców w środowisku świata sztuki, również w perspektywie historycznej. Yi Zhou swoje ustalenia potraktowała z należyтым dystansem, nie mówiąc jedynie o unikatowej sytuacji pola sztuki. Przywołała również inne sfery życia społecznego, gdzie spotykamy podobne efekty. Powołując się na prace psychologiczne, wskazała na korelację pomiędzy narcyzmem a wydajnością. Przypomniła, że podobnie jak w przypadku sukcesów narcystycznych artystów, istnieje związek między poziomem narcyzmu na przykład prezydentów USA a oceną ich wielkości<sup>12</sup>. Granicząca z arogancją pewność siebie sprzyjać ma rozwojowi artystycznej kariery, tak jak w przypadkach kadry kierowniczej dużych przedsiębiorstw. Yi Zhou jednoznacznie stwierdza, że narcyzm może mieć konstruktywny wpływ na dyrektorów naczelnych, szczególnie gdy wyniki ich pracy można oddzielić od efektywności grupy<sup>13</sup>. Choć co do istoty narcyzm nie jest cechą powszechnie podziwianą, może on stanowić klucz do osiągnięć w wielu dziedzinach.

Świat sztuki obejmuje wiele przykładów osobowości, których ekstrawertycznie ukierunkowany narcyzm mobilizował do działania. Narcyzm może być odczytywany jako czynnik zmuszający do rywalizacji i tego rodzaju sytuację odnajdujemy w biografii wielu znaczących artystów. Jednym z bardziej znanych przykładów są rozliczne potyczki renesansowych gigantów w osobach Leonarda da Vinci i Michelangela Buonarrotiego. To jedne z pierwszych udokumentowanych starć w sztuce czasów nowożytnych, gdzie geniusz łączył się z narcystycznym zapatrze-

<sup>11</sup> Y. Zhou, *Narcissism and the Art Market Performance*, „The European Journal of Finance” 2017, vol. 23, issue 13, <https://doi.org/10.1080/1351847X.2016.1151804>.

<sup>12</sup> A.L. Watts, S.O. Lilienfeld, S.F. Smith, J.D. Miller, W.K. Campbell, I.D. Waldman, S.J. Rubenzer, T.J. Faschingbauer, *The Double-Edged Sword of Grandiose Narcissism: Implications for Successful and Unsuccessful Leadership Among U.S. Presidents*, „Psychological Science” 2013, vol. 24.

<sup>13</sup> Y. Zhou, *Narcissism...*, ss. 4–5. Skuteczność biznesową prezesów dużych firm w korelacji z narcyzmem potwierdzają również badania opublikowane w 2012: N. Aktas, E. de Bodt, H. Bollaert, R. Roll, *CEO Narcissism and the Takeover Process: From Private Initiation to Deal Completion*, AFA 2102 Chicago Meetings Paper, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1784322>.

niem w sobie. Przekonanie o własnej wyższości było w przypadku wspomnianych artystów budowane przede wszystkim na społecznie uznanym kunszcie. Zapewne ów narcyzm od strony psychologicznej mógł być rodzajem reakcji obronnej wobec umiejscowienia artystów w systemie klasowym, z dominacją feudalnych zwierzchności. Przykładem tamtej trudnej relacji renesansowych gigantów, jest okres dekorowania Sali Wielkiej Rady Palazzo Vecchio, gdzie Michelangelo jako temat obrał bitwę pod Casciną, zaś Leonardo bitwę pod Anghiari. Podczas tworzenia swych dzieł wielokrotnie publicznie wypowiadali się niemal pogardliwie o swoim konkurencie.

Narcyzm, samouwielbienie czy pewnego rodzaju „autofilie” artystów można odnaleźć również w czasach nam bliższych. Do najsłynniejszych należą tego formatu osoby, jak Salvador Dali czy deklarujący pragnienie bycia słynniejszym od królowej brytyjskiej Andy Warhol. Narcyzm ma swoje miejsce w biografiach wielu filmowców, na czele z Ingmarem Bergmanem. Jako wzorcowy przykład narcyzmu wśród artystów wskazywany jest Pablo Picasso. Czym innym jak nie emanacją narcyzmu były jego słynne wypowiedzi porównujące siebie do Boga, zaś Boga do artystów, jawne podkreślanie, że dla niego nikt, poza nim samym, nie ma większego znaczenia. Nie chcę dowodzić tu na wybranych przykładach, gdzie narcystyczna postawa artysty była uwewnętrznioną perspektywą oglądu rzeczywistości, a gdzie świadomie przyjętą pozą sprzyjającą sukcesowi. Pragnę jedynie wskazać, że dzięki narcyzmowi wielcy twórcy dokonywali wyborów, mogli zbaczać z utartych ścieżek, ustanawiać fundamenty, na których stanęły następujące po nich pokolenia. Narcyzm w świecie kultury wiąże się często z wolnością myśli i pewną hardością wcielania wizji w życie. Jednocześnie wiedzie do realnego osamotnienia. Przyjęcie postawy narcystycznej oczywiście nie stanowi gwarancji sukcesu. Może być jednak kluczem do twórczej niezależności.

Narcyzm twórcy, poza wskazanymi wyżej cechami, może mieć charakter biernej obojętności wobec otaczającego świata. Jako introwertyczny potrzebuje dla uewnętrznienia efektów pracy czynników zewnętrznych. Ciekawą ilustracją takiego rodzaju narcyzmu jest dialog Vincenta van Gogha z Antonem Mauve ze słynnej powieści Irvinga Stone *Lust for Life*: „Jestem zajęтым człowiekiem, Vincencie – stwierdził Mauve, i nie mam najmniejszej możliwości, by pomagać innym. Artysta musi być samolubny; musi strzec każdej sekundy czasu swej pracy”<sup>14</sup>.

## 2. Niejednoznaczność narcystycznego sprawstwa w kulturze

Sprawstwo w kulturze to kategoria wykraczająca poza grupę artystów, dlatego należy je rozumieć co najmniej dwojako. Główny obszar to pole aktywności twór-

<sup>14</sup> I. Stone, *Lust for Life*, Arrow Books 2001, s. 124 (w oryginale: „»I’m a busy man, Vincent«, said Mauve, and I have little opportunity to help others. An artist must be selfish; he must guard every second of his working time”).

czej literatów, malarzy, architektów itp. Drugi, nie mniej ważny, obejmuje osoby i instytucje inicjujące powstawanie dzieł bez bezpośrednio twórczego ich wkładu. Obszar ten jest zazwyczaj niedoceniany, za wyjątkiem producentów branży filmowej, i to głównie w tradycji kinematografii amerykańskiej (kino europejskie czy azjatyckie stawia tu bezsprzecznie wyższą rangę reżyserom czy scenarzystom). Ci ostatni bowiem niejednokrotnie mieli i mają ważniejszy głos co do finalnego efektu dzieła filmowego niż ci, którzy uchodzą za ich autorów. Sięgając w przeszłość, owa rola „producenta” (zwanego czasem zleceniodawcą, mecenasem, darczyńcą itd.) może być traktowana jako fundamentalna. Wystarczy wyobrazić sobie, kim mógłby być Michał Anioł, gdyby nie największe zlecenia płynące z dworu papieskiego. W przypadku takich dzieł jak sklepienie Kaplicy Sykstyńskiej sprawstwa na rzecz dziedzictwa kulturowego należy upatrywać nie tylko w zamyśle i geniuszu Michelangela, ale też w osobie Giuliano della Rovere, który jako Juliusz II polecił wykonanie imponującego po dziś dzień dzieła. Może być kwestią sporną, dlaczego zamożni minionych czasów inwestowali w – traktowane dziś jako wybitne – dzieła sztuki. Najbardziej wzniosła i humanistyczna interpretacja zakładałaby działalność ku chwale samej sztuki, idei, wiary, państwa, kościoła itd. Jednakże w wielu przypadkach możemy dostrzec wręcz bezceremonialne samouwielbienie. Świadczą o tym między innymi rozliczne sceny alegoryczne czy historyczne, w których portretowani byli dawni panujący. Narcyzm zamożnych warstw społeczeństwa karmiony był hierarchiczną siecią relacji i usługowym poddaństwem artystów. Świadectwem dawnych relacji niech będzie wstęp do *Żywotów najsławniejszych malarzy, rzeźbiarzy i architektów* (drugie wydanie z 1568 roku), w którym ich autor, Giorgio Vasari, dedykuje swoją pracę Kosmie Medyceuszowi, podkreślając funkcję działalności artystów jako dawanie pożytku i przyjemności swemu władcy, a podsumowując swój pochwalny wstęp słowami: „Byłoby to niewdzięcznością, wprost niewiernością, gdybym komuś innemu dedykował Żywoty, i gdyby stwierdzono, że artyści komu innemu, a nie Waszej Księżęcej Mości zawdzięczają pożytek i przyjemność”. Pisząc kilka zdań dalej o woli przekazania wiedzy swemu panu, dodaje: „Jakąkolwiek ona jest, czyż nie pragnie zbliżyć się do wielkości ducha Waszej Księżęcej Mości i do Jego rzeczywistej świetności?”<sup>15</sup>

Naiwnością byłoby zakładać, iż głównym powodem finansowania najznamienitszych dzieł sztuki było umożliwianie artyście twórczego spełniania się (choć mīt o dobrodusznym mecenasie sztuki jest dość powszechnie uznawany). Trzeba pamiętać, że nieomal wszystkie dzieła sztuki do XIX wieku powstawały z myślą o jakiejś ich funkcji, spośród których najważniejszymi były funkcje dekoracyjne i budowanie prestiżu. Pomimo kilku spektakularnych, a w duchu romantycznych opowieści o poczuciu wyrastania twórców ponad wszelką przeciętność, artyści pracowali na rzecz swych panów. Nie tylko można powiedzieć pracowali, ale służyli

<sup>15</sup> G. Vasari, *Żywoty najsławniejszych malarzy, rzeźbiarzy i architektów*, Państwowy Instytut Wydawniczy, tłum. K. Estreicher Warszawa 1980, s. 9.

na rzecz reputacji arystokratów. Tego rodzaju usytuowanie dla artysty żyjącego w XX i XXI wieku kłóci się z podstawami bycia artystą. Ówczasie jednak było to społeczną normą. Zwiastunów zmian pozycji artysty można się doszukać już XVII stuleciu. Mówiąc o przemianie kulturowej w zakresie statusu społecznego artysty, Arnold Hauser wskazał na zakończenie się epoki protektorstwa, a nawet odwrócenie się ról w zakresie tego, kto kogo proteguje. Hauser, by ów proces zilustrować, przytacza słowa filozofa z XVIII-wiecznej komedii Claude-Josepha Dorata: „Nous protégeons les grands, protecteurs d'autrefois” (Protegujemy wielmożów, którzy niegdyś nas protegowali)<sup>16</sup>. Nie zmieniał to faktu, iż klasa społecznie uprzywilejowana była przez całe stulecia fundamentem twórczości, bez której większość dzieł nie mogła powstać.

Mówiąc o finansowaniu i posiadaniu wybitnych dzieł sztuki, trzeba zauważyć, że mecenasi sztuki sprzed wieków do pewnego stopnia kierowali się podobnymi zasadami co współcześni inwestorzy rynku sztuki. Posiadanie dzieł przekładało się na znaczenie w danym środowisku społecznym (polu kultury, jakby to określił Pierre Bourdieu), zauważalne na przykład na przełomie XIX i XX wieku w życiu burżuazji francuskiej (której niektórzy, jak Marks, przypisywali klasowy egoizm). Główna różnica polega na wątpliwych aspektach spekulacyjnych, tak charakterystycznych dla współczesnego rynku sztuki. Niezależnie od intencji posiadania, otaczanie się ważnymi kulturowo artefaktami podkreśla pozycję jego posiadacza oraz oddziałuje na jego tożsamość, samoidentyfikację, ego. Niewątpliwie istnieje wiele innych czynników determinujących posiadanie dzieł sztuki, niewiązanych się z prestiżem, narcyzmem czy budowaniem społecznej pozycji. Przykładem mogą tu być miłośnicy sztuki kupujący je dla własnej satysfakcji, potrzeby autentycznego przeżycia estetycznego. Innego rodzaju przykładem mogą być spadkobiercy dawnych dzieł, na przykład krakowscy posiadacze obrazów Mehoffera czy Wyspiańskiego, którzy w zaciszach swych mieszkań traktują je jako naturalne, niewymagające wytłumaczenia otoczenie.

Odrębną grupą w poruszonym kontekście są osoby zajmujące znaczące pozycje w polu sztuki jako dysponenci powierzonych im środków na kulturę i sztukę. W historycznej perspektywie można ich identyfikować jako łączników pomiędzy warstwą uprzywilejowaną a twórcami. Współcześnie można te osoby rozpoznawać jako ucieleśnione w instytucjach kultury podmioty zarządzające. Pojawiają się tu różnego rodzaju kadry kultury w osobach dyrektorów muzeów, galerii, domów kultury, firm impresaryjnych, teatrów itd. W naturalny sposób obok formalnej misji instytucji, odpowiedzialności w pełnieniu roli społecznej, kompetencji i kwalifikacji pojawiają się czynniki osobiste, w postaci upodobań, gustów i przekonań. Ujawniający się w tym środowisku narcyzm, jeśli go dostrzec, polega głównie na wykorzystywaniu swojej pozycji do promowania kultury związanej ze swoim

<sup>16</sup> A. Hauser, *Społeczna historia sztuki i literatury*, t. 2, tłum. J. Ruszczycówna, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1974, s. 45.



własnym smakiem i przekonaniami. Istotnym przejawem narcyzmu w tym środowisku jest uwewnętrznione przekonanie o swoich racjach i ich manifestowanie (bez względu na głosy podległych pracowników). Wskazana sytuacja nie jest powszechną normą, a wspomnienie o niej służy tu jedynie jako zwrócenie uwagi na rozliczne formy sprawczości w kulturze, które powiązane mogą być z narcyzmem.

### 3. Egotyzm impostora i szczerłość narcyzmu

Pośród artystów odnotowanych w historii jest jedna postać, która w sposób szczególny przekonana była o wysokiej jakości swojej twórczości, a jest nim władca Imperium Rzymskiego Neron. Kiedy umierał 9 czerwca 68 roku, miał wyrazić refleksję na temat swego duchowego jestestwa słowami: „Jakiż artysta ginie wraz ze mną”. Dla niniejszych rozważań Neron stanowi doskonały model związku narcyzmu ze społecznym uprawomocnieniem. Niezależnie bowiem od jakości twórczości wspomnianego cesarza i jej znaczenia, jego pozycja w Cesarstwie Rzymskim uniemożliwiała konstruktywną krytykę<sup>17</sup>, a typowa na cesarskich dworach grupa pochlebców upewniała o wyjątkowości ekspresji twórczej władcy. Przypomina to efekt komory echa (ang. *echo chamber*). Termin ten odnosi się głównie do medioznawstwa i związany jest z metodą wzmacniania przekonań poprzez pozostawianie w pewnego stopniu zamkniętym obiegu informacji (bez dopuszczania głosów niezgodnych z dominującymi wewnątrz „komory”).

Każde pole kulturowe, jeśli zawiera w sobie aksjologiczną integralność, jest jakimś rodzajem komory echa. Podobnie twórcy, jak też zarządzający, identyfikując się z jakimiś polami kultury, wartościują i odczytują swoje pozycje. Kategoria narcyzmu może wydawać się tutaj mało użyteczna, jednakże w sytuacji, kiedy znacząca dla pola kultury i sztuki osoba nie dysponuje środowiskiem myślących podobnie ani „dworem pochlebców” – a ponadto wątpi w jakość swych działań – może wytworzyć w sobie postawę przypominającą narcyzm, a będącą w istocie połączeniem syndromu impostora z egotyzmem. Syndrom impostora<sup>18</sup>, określany też zespołem oszusta, to stan, w którym jednostka utrzymując swoją pozycję, wątpi w swoje osiągnięcia i obawia się ujawnienia swojej niekompetencji (niezależnie od realnych umiejętności). W reakcji na ten stan osoby zarządzające kulturą, jak i sami twórcy, mogą dążyć do wyolbrzymiania korzystnych opinii na swój temat, przeszacowywania własnej wartości. Ów egotyzm maskuje niekompetencję, co przejawia się między innymi w tym, o czym pisała wspomniana na początku tego opracowania Sandy Hotchkiss, wskazując na główne symptomy narcyzmu.

<sup>17</sup> Do nielicznych, którzy mieli odwagę krytykować jego rządy, należał filozof Seneka (do pewnego okresu nauczyciel dorastającego Neron).

<sup>18</sup> J. Sakulku, J. Alexander, *The Impostor Phenomenon*, „International Journal of Behavioral Science” 2011, nr 6, ss. 73–92, <https://doi.org/10.14456/ijbs.2011.6>.



Możemy wtedy obserwować zarówno bezwstyd, myślenie magiczne, arogancję, zazdrość, przecenianie swoich praw, wykorzystywanie innych, jak i rozmycie poczucia społecznych granic. Jest to szczególny rodzaj narcyzmu z wyrachowania, podczas gdy typowy narcyzm nigdy nie może być racjonalny.

## Podsumowanie

W strategiach działania ludzi kultury i sztuki można dostrzec związane z narcyzmem ekstrawertyczne uwypuklanie walorów swojej osoby jako marki. Określa się to w literaturze przedmiotu kategorią *personal branding*. Dotyczy przede wszystkim zarządzania swoim wizerunkiem jako zasobem, który poprzez odpowiednią budowę reputacji gwarantuje sukces. Przywołana kategoria pojawia się w opisach działalności osób publicznych i traktowana jest jako zjawisko względnie współczesne (dotyczące aktywności polityków, aktorów, sportowców i rozległej kategorii celebrytów). Swoistym apogeum zjawiska jest okres rozwoju Internetu i mediów społecznościowych, wraz z nastaniem nowego rodzaju „autorytetów” w postaci sieciowych influencerów, dla których ważności sam wizerunek jest środkiem i kapitałem działalności (gdzie „ja” stanowi warunek wystarczający do budowania pozycji). *Personal branding* w sferze kultury nie jest jednak zjawiskiem tak nowym, jak by się mogło wydawać, obserwując współczesne media. W sferze kultury i sztuki zawsze jednak *personal branding* obudowany był zestawem konkretnych umiejętności i osiągnięć. Sięgając do zasobów historycznych, jako mistrzów w kreowaniu swojego wizerunku możemy uznać takich gigantów sztuki, jak: Salvador Dali, Andy Warhol, Henri de Toulouse-Lautrec, Peter Paul Rubens czy nawet Rafael Santi. Podobnie bardziej współczesnych, na przykład jeden z najlepiej opłacanych żyjących artystów Damien Hirst. Wiele artystycznych biografii zawiera świadectwa obecności w nich narcyzmu. Narcyzm ten wpisywał się w „markę” artysty i jej widoczność, stanowił o marketingowym sukcesie. Nie był jednak nigdy wartością samą w sobie. Mija obecnie 30 lat od ukazania się *Kultury narcyzmu* Christophera Lascha. Wskazywał on na to, jak nowoczesne społeczeństwo doprowadziło do zubożenia zanurzonych w nim jednostek, czego skutkiem stało się poszukiwanie swojej wartości „na zewnątrz”, jako iluzoryczne wypełnienie wewnętrznej pustki. Źródeł zmian kulturowych Lasch dopatrywał się w niektórych ruchach społecznych lat 60. Niniejszy tekst może stanowić argument za tym, iż źródła tych przemian możemy szukać znacznie wcześniej, choć uzasadnionym jest stwierdzenie, że to dopiero XX-wieczny zachwyt nad narcystycznymi osobowościami doprowadził do upowszechnienia takiej postawy życiowej, jako w pełni uzasadnionej i akceptowalnej (a nawet pojmowanej jako klucz do sukcesu).

Problem związku narcyzmu ze sprawstwem w kulturze nie jest jednoznaczny. Nie można się nie zgodzić z twierdzeniami, cytując Magdalenę Szpunar, że „w sensie jednostkowym narcyzm jest zaburzeniem, analogicznie narcyzm kul-

turowy należy postrzegać jako przejaw destrukcji kultury”<sup>19</sup>. Jest to jednak obraz niepełny. Staralem się tu zasygnalizować, iż bez narcyzmu spuścizna kulturowa byłaby znacząco skromniejsza, niż możemy dziś obserwować. Znaczący wkład ma tu powodowany różnymi czynnikami narcyzm artystów, ale też narcyzm w obszarze rynku sztuki – gdzie poprzez sztukę buduje się prestiż i przynależność. Dlatego patrząc z pokorą w przeszłość, nie wykluczam zaistnienia w przyszłości analiz mówiących o narcyzmie kulturowym początku XXI wieku, jako czynnika przemian, których jakości i skutków (również pozytywnych) jako współuczestnicy przeobrażeń dziś nie dostrzegamy.

## Literatura

- Aktas N., Bodt E. de, Bollaert H., Roll R., *CEO Narcissism and the Takeover Process: From Private Initiation to Deal Completion*, AFA 2102 Chicago Meetings Paper, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1784322>.
- Ambardar S., *What is the prevalence of narcissistic personality disorder (NPD) in the US?*, Medscape, 25.10.2019, <https://www.medscape.com/answers/1519417-101779/what-is-the-prevalence-of-narcissistic-personality-disorder-npd-in-the-us> [dostęp: 10.11.2021].
- Archer M., *Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory*, Cambridge University Press, Cambridge 1988.
- Fromm E., *Serce człowieka. Jego niezwykła zdolność do dobra i zła*, tłum. R. Saciuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996.
- Hauser A., *Spółeczna historia sztuki i literatury*, t. 2, tłum. J. Ruszczycówna, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1974.
- Hotchkiss S., *Why Is It Always About You?: The Seven Deadly Sins of Narcissism*, Free Press, New York 2003.
- Lasch Christopher, *The culture of narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, W. W. Norton & Company, New York–London 1991.
- Pressfield S., *The War of Art: Break Through the Blocks & Win Your Inner Creative Battles*, Rugged Land, New York 2002.
- Ratner C., *Agency and Culture*, „Journal for The Theory of Social Behavior” 2000, vol. 30.
- Sakulku J., Alexander J., *The Impostor Phenomenon*, „International Journal of Behavioral Science” 2011, nr 6, <https://doi.org/10.14456/ijbs.2011.6>.
- Stone I., *Lust for Life*, Arrow Books 2001 (wyd. polskie: *Pasja życia*, tłum. W. Kragen, Warszawa 2002).
- Szpunar M., *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwo AGD, Kraków 2016.
- Szpunar M., *Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu*, „Kultura – Media – Teologia” 2014, nr 18.
- Vasari G., *Żywoty najslawniejszych malarzy, rzeźbiarzy i architektów*, Państwowy Instytut Wydawniczy, tłum. K. Estreicher, Warszawa 1980.

<sup>19</sup> M. Szpunar, *Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu*, „Kultura – Media – Teologia” 2014, nr 18, s. 108.

- Wallace H.M., Baumeister R.F., *The Performance of Narcissists Rises and Falls With Perceived Opportunity for Glory*, „Journal of Personality and Social Psychology” 2002, vol. 82, no. 5, 10.1037//0022-3514.82.5.819.
- Watts A.L., Lilienfeld S.O., Smith S.F., Miller J.D., Campbell W.K., Waldman I.D., Rubenzer S.J., Faschingbauer Th.J., *The Double-Edged Sword of Grandiose Narcissism: Implications for Successful and Unsuccessful Leadership Among U.S. Presidents*, „Psychological Science” 2013, vol. 24.
- Webber R., *Meet the Real Narcissists (They're Not What You Think)*, „Psychology Today” 5.09.2016, <https://www.psychologytoday.com/us/articles/201609/meet-the-real-narcissists-theyre-not-what-you-think> [dostęp: 10.11.2021].
- Zhou Yi, *Narcissism and the Art Market Performance*, „The European Journal of Finance” 2017, vol. 23, issue 13, <https://doi.org/10.1080/1351847X.2016.1151804>.

