

## Warhol. Metafizyka codzienności? [TPCT 327]

Warhol to artysta nietuzinkowy: przekształcający codzienność w sztukę, komentujący amerykańską rzeczywistość kultury masowej, będący jednocześnie jej częścią, jednak umiejący przy tym stawiać pytania o czas, śmierć, zbawienie. To także reprezentant czasu, w którym sztuka nie mieści się już tylko w murach galerii czy muzeów, ale staje się perspektywą codzienności. Czy dziś jesteśmy w stanie wracać do tych prac i mierzyć się z pytaniami o rolę i linię przebiegającą między życiem, sztuką a odkupieniem?

Druga połowa XX wieku to niezwykle czas, w którym mieszają się style i porządki sztuki. Równoległe z pewnymi utrwalonymi już konwencjami zaczyna pojawiać się refleksja nad nowoczesnością, która nie chce zamknąć się w muzeach, dostarczać przeżyć artystycznych na poziomie wizualnym i estetycznym, ale szerzej komentować zastaną rzeczywistość, stanowić jej zarówno odzwierciedlenie, jak i integralną część. Świat grafiki użytkowej zaczyna trwale przybierać formy sztuki, przebijając wysublimowane formy designu, ale też zaczyna dostrzegać, że sam może być nie tylko przekształceniem krajobrazu codzienności, ale również stać się symbolem tejże rzeczywistości w wymiarze sztuki jako takiej. Ten przełom posiadał niezwykle ciekawą galerię reprezentantów, ale to właśnie Andy Warhol znany ze swoich jasnych, kolorowych obrazów i grafik przedstawiających różne postacie – od celebrytów, takich jak Marilyn Monroe i Muhammad Ali, po produkty codziennego użytku, takie jak puszki z zupą i płatki Brillo – stał się symbolem, która dokonywała się w bardzo ciekawym kontekście

amerykanizacji kultury. Kultury, która zaczynała wprowadzać radykalny postulat demokratyczny. Powojenny ład nie tylko został politycznie ukształtowany przez Waszyngtońskie elity, ale uzyskał swoją emanację w postaci pop-sztuki, wdzierającej się na salony już nie te paryskie, ale nowojorskie.

Andy Warhol (lub Andrew Warhola, jeżeli by trzymać się pierwotnego brzmienia jego imienia i nazwiska) urodził się w Pittsburghu w Pensylwanii w 1928 roku. Jego rodzice byli Rusinami Karpackimi, którzy wyemigrowali ze wschodniej Słowacji. Andy był najmłodszym z trzech synów. Jako chłopiec mieszkający w Pittsburghu znalazł ucieczkę od zwykłego życia robotniczego w popularnych magazynach dla nastolatków i podczas zbierania autografów od gwiazd filmowych. Jego ojciec rozpoznał talent artystyczny syna i zaoszczędził wystarczająco dużo pieniędzy, aby zapłacić za edukację w college'u. Warhol studiował w Instytucie Carnegie, a w 1949 uzyskał dyplom z projektowania obrazkowego. Po ukończeniu studiów przeniósł się do Nowego Jorku, aby zostać ilustratorem reklam. W 1949 roku, kiedy Warhol po raz pierwszy przeniósł się do Nowego Jorku, redaktorka magazynu mody „Glamour”, Tina Fredericks, kupiła jeden z jego rysunków i zleciła wykonanie serii ilustracji kolekcji butów. Jedno zlecenie doprowadziło do kolejnego, a Warhol wkrótce zyskał duży rozgłos jako ilustrator dla prestiżowych klientów: Conde Nast, New York Times, Vogue i Harper's Bazaar.

Tym, co rzuca się od razu w jego podejściu do własnych prac, jest możliwość szybkich reprodukcji, myślenia nie tylko poprzez pryzmat samego unikalnego dzieła, ale też możliwości jego zwielokrotnienia – wręcz uprzemysłowienia (co jakże czytelnie wpisuje się w trendy nowoczesności i jej niemal fabrycznego wyobrażenia rzeczywistości).

Powstałe obrazy były spontaniczne i ekspresyjne, ale technika, którą wypracowywał, służyła zarazem do zbadania kreatywnych możliwości tworzenia kopii obrazów. Co więcej, ślady logiki manufaktury czy też taśmowej roboty, są widoczne również w jego późniejszej karierze. W swojej pracowni z lat 60. – zwanej *nomen omen* Fabryką – zatrudnił asystentów do wykonywania dla niego prac. Warhol zdał sobie sprawę, że może szybciej zwiększyć komercyjną produktywność swojej sztuki, angażując innych w jej tworzenie.

Wraz z myśleniem o sztuce jako pracy masowej, Warhol dostrzega zarazem masowe emocje i świat, który je stymuluje, napędza i puszcza w obieg. To właśnie Dyptyk Marilyn z 1962 roku jest prawdopodobnie jednym z najbardziej kultowych dzieł Warhola. Został wystawiony na jego pierwszej nowojorskiej wystawie w 1962 roku. Praca składa się z dwóch płócien, z których każde zawiera 25 twarzy Marilyn wydrukowanych we wzór siatki. Rzędy powtarzających się głów przypominają znaczki pocztowe, plakaty billboardowe lub, może bardziej trafnie, taśmy filmowe. Jedno z płócien jest wibrujące i pełne energii, reprezentując ekstrawagancką publiczną osobowość gwiazdy. Druga jest monochromatyczna i posępna, nierównomierne nałożenie tuszu powoduje, że jej twarz powoli znika. Dwie kontrastujące strony tej pracy ukazują kontrast między sztuczną publiczną osobowością Marilyn po lewej stronie a surową rzeczywistością jej niespokojnego życia prywatnego po prawej stronie. I jest to niezwykle charakterystyczny element twórczości Warhola. Z jednej strony bawienie się formą, masowość sztuki a z drugiej pozostający w konwencji niezwykle trafny komentarz do wyświetlanej codziennie przed milionami odbiorców rzeczywistości.

*Wraz z myśleniem o sztuce jako pracy masowej, Warhol dostrzega zarazem masowe emocje i świat, który je stymuluje, napędza i puszcza w obieg*

Przez całą swoją karierę tworzył dzieła sztuki przedstawiające opakowania produktów – w tym rozślawiona przez niego puszcza z zupą Campbella –

eksplorując ich proste projekty graficzne, pojmowane jako symbole zwykłego amerykańskiego życia. Często powtarzał obrazy puszek z zupą w formacjach siatkowych, przekształcając te przedmioty codziennego użytku w minimalistyczne dzieła sztuki. Ta jednocześnie demokratyzacja konsumpcji tak trafnie oddana w słynnym cytacie: „Wspaniałe w tym kraju jest to, że Ameryka zaczęła tę tradycję, w której najbogatsi konsumenci kupują zasadniczo te same rzeczy co najbiedniejsi. Możesz oglądać telewizję i zobaczyć Coca-Colę i wiesz, że prezydent pije Colę, Liz Taylor pije Colę i pomyśl, że ty też możesz pić Colę. Cola to Cola i za żadną sumę pieniędzy nie kupisz lepszej Coli od tej, jaką pije bezdomny na rogu. Wszystkie Cole są takie same i wszystkie Cole są dobre. Liz Taylor to wie, prezydent to wie, bezdomny to wie i ty to wiesz”, jak i postulat sztuki, która poprzez wytworzone przez codzienne przedmioty – sama się komentuje, jest szalenie ciekawym eksperymentem, które Warhol przeprowadzał na amerykańskiej duszy.

Miał duszę influencera. Można powiedzieć, że stał się społecznym trendsetterem, zanim to stało się modne. Andy Warhol jest teraz ikoną amerykańskiej kultury, a jego wizerunki są tak samo sławne, jak dzieła, które stworzył. Warhol rozumiał

powierzchną naturę celebrytów w społeczeństwie amerykańskim. Wizerunki osób publicznych są tworzone przez firmy marketingowe w celu zarabiania pieniędzy, ale w rzeczywistości niewiele mówią o osobie za maską. Warholowi udało się stworzyć silny wizerunek publiczny dla siebie – „marki” Andy’ego Warhola – dzięki swoim charakterystycznym prostym blond włosom i ciemnym okularom. Stał się mistrzem w pielęgnowaniu własnego profilu celebryty, gdy jego sława rosła. Nieustannie dokumentował swoje codzienne życie za pomocą fotografii i filmu. Był twórcą świadomym autokreacji, ale zdaje się, że nie była to jedynie pusta potrzeba szokowania, czy ekspozycji, lecz kolejna manifestacja twórcy, który integralnie zespaja się ze swoim przekazem: świat codzienności, masowości i sztuki przenikają się w sposób tak pełny, że twórca również przynależy do obydwu sfer jednocześnie.

Jednak myliłby się ten, kto Warhola chciałby widzieć tylko przez pryzmat nowojorskiego artystycznego światka i pieniędzy, które *nota bene* również były elementem jego artystycznego zacięcia. Warhol to postać, która miała swoją głęboką sferę, która również przenikała do jego sztuki w pewnej metafizycznej postaci. Szczególnie motyw śmierci, który zaczyna pojawiać się już od początku lat 60. i towarzyszy mu aż do jego śmierci w 1987 roku. Obok codzienności, jakby na perfidnie odwrotnie skierowanym wektorze do tego, który pamiętamy z Sanatorium Berghof z *Czarodziejskiej Góry* Tomasza Manna, Warhol postanawia przywrócić śmierci jej miejsce, stawiając ją niemal obok półek sklepowych z puszkami Campbella. Nagłościone wydarzenia, takie jak śmierć Marilyn Monroe i zabójstwo Johna F. Kennedy’ego, były dla Warhola równie interesujące, jak wypadki samochodowe, samobójstwa, zamieszki i legalne egzekucje. Jego obrazy czaszek

ludzkich lub zwierzęcych przedstawiają śmierć jako temat uniwersalny. Interesowało go historyczne wykorzystanie czaszek jako symbolu dzieł osadzonych w toposie *memento mori*.

*Myliłby się ten, kto Warhola  
chciałby widzieć tylko przez  
pryzmat nowojorskiego  
artystycznego światka i  
pieniędzy*

Czymś, co  
ostatecznie nie  
pozwala łatwo  
zaszufladkować tej  
postaci jako  
oddanego  
nowoczesności  
członka awangardy,

jest fakt, że jako dorosły nadal chodził do kościoła prawie w każdą niedzielę, chociaż ten aspekt swojego życia utrzymywał bardzo prywatnie, rzadko mówiąc o tym publicznie. John Richardson napisał w mowie pogrzebowej po śmierci artysty: „Wiedza o [jego] tajemnej pobożności nieuchronnie zmienia nasze postrzeganie artysty, który oszukał świat, wierząc, że jego jedynymi obsesjami są pieniądze, sława [i] splendor”. Uwidaczniało się to w jego pracach nad cyklem opartym na *Ostatniej Wieczerzy* Leonarda da Vinci oraz pracach wokół fraz ewangelicznych, takich jak *Repent and Sin No More!* oraz *Heaven and Hell Are Just One Breath Away* – gdzie motyw odkupienia zaczyna odgrywać poważną rolę u schyłku jego życia.

Warhol to artysta nietuzinkowy: przekształcający codzienność w sztukę, komentujący amerykańską rzeczywistość kultury masowej, będący jednocześnie jej częścią, jednak umiejący przy tym stawiać pytania o czas, śmierć, zbawienie. To także reprezentant czasu, w którym sztuka nie mieści się już tylko w murach galerii czy muzeów, ale

staje się perspektywą codzienności. Czy dziś jesteśmy w stanie wracać do tych prac i mierzyć się z pytaniami o rolę i linię przebiegającą między życiem, sztuką a odkupieniem?

*Jan Czerniecki*  
*Redaktor naczelny*

*Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury – państwowego funduszu celowego.*



**Ministerstwo**  
**Kultury**  
**i Dziedzictwa**  
**Narodowego**