

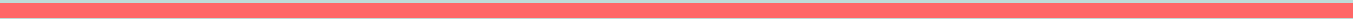
Zrozumieć sztukę?

NAJSŁYNNIEJSZA
ZUPA NA ŚWIECIE,
CZYLI

PUSZKA CAMPBELL 'S



ANDY'EGO
WARHOLA

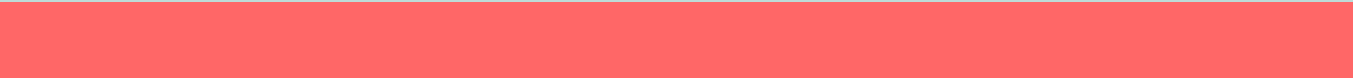


projekt wykonała

KATARZYNA NIESTORUK

fotografia

ANNA NIESTORUK



PUSZKI Z ZUPĄ FIRMY CAMPBELL

Prace zostały wykonane metodą sitodruku, ułożone w rzędach, podobnie jak produkty na sklepowych półkach. Wystawa stała się punktem zwrotnym w karierze Warhola, zwłaszcza, że od tego momentu pojawiał się dość często na językach znawców i krytyków sztuki. Jak można się domyślać, nie były to początkowo dyskusje pochlebne, zarzucano mu bowiem zdegradowanie jakości i wartości sztuki do poziomu produktu z pobliskiego marketu.

Namalowane przez Andy'ego Warhola w 1962 roku trzydzieści dwa płótna, każde o wymiarach 51 × 41 cm. przedstawiają puszkę z zupą firmy Campbell we wszystkich dostępnych w tamtych czasach smakach.

Warhol stworzy więc coś, co możemy nazwać martwą naturą lat 60. – puszkę najpopularniejszej, pospolitej zupy pomidorowej w Ameryce. Pop-art pojawił się jako odpowiedź na szybko rozwijająca się kulturę masową i konsumpcjonizm. Puszka Warhola była odbiciem wszechobecnej reklamy i komercjalizacji świata.

Warhol nie pozostawił żadnych wskazówek dotyczących kolejności, w jakiej powinny wisieć jego prace, dlatego Muzeum Sztuki Nowoczesnej zdecydowało się uporządkować płótna chronologicznie, według smaków, które wprowadzał producent Campbell Soup Company – serię rozpoczyna puszka z napisem „Tomato”. Taki układ muzeum zaprezentowało po raz pierwszy w 1997 roku.

Poproszony o komentarz na temat ręcznie malowanych obrazów puszek zup, dokładnego odwzorowania produktu, który można znaleźć w każdym sklepie, powiedział: „Kiedyś pijałem te zupy. Przez 20 lat jadłem na obiad to samo, w kółko i w kółko”.

Podobno „Puszki z zupą firmy Campbell” były jedną z ulubionych prac Warhola. Mówił: „Powinienem był zrobić tylko zupę Campbella i potem ją powtarzać... wszyscy i tak malują jeden obraz”. Działania artystyczne Warhola dowodziły, że seryjne powtórzenie obrazu pozbawia go znaczenia. A pożyczenie obiektu i przeniesienie go w inną przestrzeń, np. muzealną przynosi nowe znaczenia.



Ekspozycja z 1962 roku

Warhola nie łączyły żadne relacje biznesowe z Campbell Soup Company. W tym czasie cztery na pięć puszek z zupą sprzedawanych w USA było produkcji Campbella, jednak Warhol nie chciał, by producent się zaangażował, „ponieważ jakiegokolwiek związki handlowe oznaczałyby utratę przestania. W 1965 roku producent znał Warhola na tyle dobrze, że dostał on etykiety z prawdziwych puszek i wykorzystał je jako zaproszenia na wystawę. Producent sławnej zupy zamówił nawet u niego jeden obraz.

Muriel Latow powiedziała Warholowi, że powinien namalować „coś, co widzi każdego dnia i co każdy by rozpoznał. Coś na wzór puszek z zupą Campbella.”

Ted Carey, świadek tej rozmowy, twierdzi, że Warhol w odpowiedzi wykrzyczał: „Fantastyczny pomysł”.

Według Careya następnego dnia Warhol wybrał się do supermarketu i kupił walizkę pełną „puszek z zupami o każdym smaku”, które Carey widział w mieszkaniu artysty dzień później.

Przez jednych
uważany za
najzdolniejszego
artystę tamtych
czasów,
przez drugich za
powielacza świata
masowej konsumpcji.

Niemniej jednak,
uprawiana przez
niego technika jest
naśladowana po dziś
dzień przez wielu
artystów a jego prace
wciąż osiągają
zawrotne ceny.

Warhol zmienił pojęcie
doceniania sztuki. Zamiast
harmonicznej,
trójwymiarowej kompozycji,
wybrał mechaniczne pochodne
ilustracji reklamowych,
skupiając się na opakowaniach.
Jego wariacje, między innymi na
temat puszek z zupą sprawiły,
że proces powielania stał się
docenianą techniką.





Campbell's

CONDENSED

BEEF

SOUP



