

Dorota Frąckiewicz

Dzikiе wiśnie : kultura popularna w twórczości Katharine Kuharic

Sztuka i Filozofia 30, 127-136

2007

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.

Dorota Frąckiewicz

DZIKIE WIŚNIE. KULTURA POPULARNA W TWÓRCZOŚCI KATHARINE KUHARIC

Katharine Kuharic jest jedną z tych artystek, które swoją twórczość traktują jako rodzaj pamiętnika. To, co oglądamy na płótnach, jest silnie związane z jej biografią, a jednocześnie mocno osadzone w kontekście kulturowym. Na obrazach pojawiają się autoportrety, portrety przyjaciół czy „znajomych” z telewizji. Można powiedzieć, że prace Kuharic nie tylko zawierają autoportrety, ale też bywają autoportretem „duchowym”, przedstawiającym istniejące i minione relacje autorki z ludźmi i przedmiotami. W pierwszym wypadku mam na myśli znaczenie dosłowne, czyli pojawiający się wizerunek. W drugim znaczeniu chodzi o autoportrety metaforyczne; często bowiem obrazy Kuharic skrywają także „portret” seksualnych, politycznych i kulturowych doświadczeń artystki. Nie ewokuje ona obrazu minionego w jego historycznym całokształcie, raczej przywołuje nastrój i wspomnienia przez przywrócenie do życia specyficznych obiektów czy znaczących kolorów.

Drobiazgowo i obsesyjne przedstawianie przedmiotów, prawie ich kolekcjonowanie, stanowi o specyfice obrazów Katharine Kuharic. Aby uzyskać zamierzony efekt, artystka używa szczegółowego rysunku i złożonych technik malarskich.

Ostatnio jej uwagę przyciągają wizerunki kultury konsumpcyjnej. Ich pierwotnym zadaniem jest promocja i sprzedaż, ale dzięki działaniom twórczym zostają wyrwane z kontekstu marketingowego. Kuharic wycina obrazki z ulotek, druków reklamowych, gazet i magazynów. Twórcy reklam starają się przyciągnąć uwagę i zachęcić potencjalnych konsumentów do zainteresowania lansowanym przez nich produktem. Tak więc druki reklamowe muszą być atrakcyjne, jak to określają Amerykanie: *sexy*. *Sexy szynka* z folderu powinna być apetyczna i soczysta, przedstawiona w sposób „witalny”, może na liściach zielonej sałaty, żeby nikomu nie przyszło do głowy skojarzenie tej wędliny z organem zwierzęcia, które utraciło życie z ręki rzeźnika. Błyszczące kartki reklamowe bywają konsumentom pomocne jako przewodnik po świecie konsumpcji, ale często irytują, kiedy wysypują się z gazet codziennych albo zapychają skrzynkę pocztową. To ma na myśli Kuharic, kiedy nazywa napływające falami ulotki reklamowe „nieproszonymi wizerunkami”. Nikt ich nie zamawia i nie ma na nie wpływu; artystka też nie wie, co zastanie na progu swojej pracowni. Ulotki stają się dla niej katalogiem przyszłego dzieła sztuki.

Proces transformacji śmieci w sztukę zaczyna się od wyrwania obiektu z kontekstu reklamy przez wycięcie postaci czy przedmiotu. Następnie artystka rozkłada wycięte fragmenty na podłodze swojej pracowni. Obrazki są nieduże, czasem nawet niewiele większe od monety. W jednym momencie może pojawić się kilkadziesiąt par sandałów albo wiele rodzajów ciasta świątecznego, bo akurat trwa ich wyprzedaż i sklepy rozsyłają ofertę. Kiedy tak leżą w nowym

porządku na podłodze, artystka zaczyna rysowanie. Każdy przedmiot zostanie przerysowany z wielką pieczołowitością na kalkę.

Twórczość Kuharic opiera się na popularnej kulturze wizualnej. Artystka tworzy swoistą kronikę współczesności, przerabiając na malarstwo wszystko, co ją pociąga, interesuje czy odstręcza. Stwarza w ten sposób estetyczny portret doświadczenia kobiety, lesbijki, artystki amerykańskiej.

Zainteresowanie życiem codziennym, traktowanie przedmiotów codziennego użytku oraz kultury popularnej jako źródła artystycznej inspiracji – to wszystko bezsprzecznie daje powody do kojarzenia Kuharic z pop-artem. Mimo wielu podobieństw, nie mamy tu jednak do czynienia z prostą kontynuacją. W działaniach artystów sztuki pop przedmioty codziennego użytku są przenoszone w kontekst „sztuki wysokiej”. Natomiast Kuharic zależy nie na wyniesieniu przedmiotu do rangi sztuki, ale na zachowaniu pierwotnej skali; obiekt ponownie jest przedstawiany w wersji bliskiej, intymnej. Oczy artystki podążają za kształtem i konturem każdej butelki. Każde załamanie linii, powtórzenie, zakładka, różne linie czy waga nie ujdą wzrokowi malarki. Kiedy przerysuje już wszystkie obrazki, układa je w różne konfiguracje, do momentu uzyskania satysfakcjonującego efektu, czyli efektu pobudzenia intelektualnego i myślenia krytycznego. Andy Warhol wybiera elementy kultury popularnej i zamienia je w dzieła sztuki, aby wyzyskać ich estetyczny walor. To, że artysta zwrócił swoją uwagę akurat na puszkę zupy Campbella czy pudełko *Brillo Box*, wynikało z ich przykuwającej formy i barw. Kuharic zaś używa elementów kultury masowej bez estetycznej selekcji. Przeciwnie, zależy jej na zohydzeniu przedmiotów konsumpcyjnych, odarciu ich z wątpliwej atrakcyjności, o której pozory dbają działy marketingu. Wprowadzając serie niskogatunkowych butów czy hamburgerów w psychodeliczny kołowrót, nie dodaje im powabu, ale chce pokazać, że to, co nas – konsumentów – pociąga, jest często bezwartościowe.

Kultura popularna staje się dla malarki zarówno punktem wyjścia, jak i przedmiotem ataku. To trochę testowanie gustów Amerykanów, a trochę wyraz współczucia dla manipulowanych reklamami konsumentów, którzy wchodzą na równię pochyłą konsumpcjonizmu, zawsze skazani są na porażkę.

Inna różnica wyraża się w technice malarskiej. Odrzucając dokładnie wypracowane powierzchnie z widoczną pracą pędzla, charakterystyczne dla wielu abstrakcyjnych ekspresjonistów, artyści sztuki pop symulowali mechaniczną obojętność sztuki komercyjnej. Kuharic natomiast łączy nowoczesny temat z tradycyjnymi technikami malarskimi¹.

Artystka często używa pracochłonnej techniki *bistre*, która daje możliwość zharmonizowania wielorakich wizerunków, różniących się wielkością i stylem, rozrzuconych po płaszczyźnie płótna. *Bistre* jest jednocześnie nazwą koloru i techniki malarskiej. Kuharic zachwyca się tym półmatowym czerwono-brązowym kolorem z niebieskawym poblaskiem, uzyskiwanym z sadzy drewna. Dodaje on głębi oraz wertykalnej i przestrzennej jakości obrazowi. Ta duńsko-włoska technika, używana zwłaszcza w XVII wieku, jest zmysłowa i wibruje

¹ Kolejną różnicą między pop-artem a twórczością Kuharic jest różny sposób kadrowania. Można by pewnie doszukać się dalszych odrębności, ale wydaje mi się, że mimo ich istnienia, wyraźnie widoczne są związki stylistyczne i tematyczne z tradycją pop-artu. Malarstwo Kuharic to nowe wcielenie sztuki popularnej – postpop-art.

kolorami przed oczami widza, który może oglądać powierzchnię płótna, ale przed którym odstawiają się również jego warstwy spodnie. Obraz nie skrywa historii swego powstawania. Widz widzi kolejno nanoszone warstwy. Zwykły but dla przykładu bywa skomponowany z dziesięciu dyskretnych warstw i wielu szczegółów oddanych za pomocą barw i odcieni. Wierzchnia powłoka obrazu – transparentna – tworzy swego rodzaju ekran, spod którego wyłaniają się mocne, nieprzezroczyste, matowe kolory. Obrazy są ilustracją przepychu naszej kultury i dlatego, jak ona, stają się zmysłowym wyzwaniem dla odbiorcy. Przytłaczają przepychem barw i form.

Dla potrzeb tego artykułu wybrałam cztery obrazy Katharine Kuharic. Są to prace z ostatnich dwunastu lat i dają wyobrażenie o jej stylu oraz podejmowanych tematach.

AUTOPORTRET PIERWSZY – *WILD CHERRY (DZIKA WIŚNIA)*

W obrazie *Wild Cherry* (1995, 61 × 91) motywem przewodnim jest para nóg, która unosi się w górnej części płótna. Miednica przemienia się w płód. Płód przemienia się w czaszkę. Przestrzeń i czas są symultanicznie rozpięte od kołyski aż po grób.

Wszystkie obrazy z tej serii zawierają lejtmotyw powiązany z jakimś symbolicznie ujętym kolorem. Tutaj żółć tła ma kojarzyć się z żółtym pigmentem używanym przez Indian, ale to także kolor moczu. Umieszczenie całości przedstawienia na żółtym polu nasuwa skojarzenie z formułą plakatu, w którym wyraziste tło służy wydobywaniu pierwszego planu. Płaska płaszczyzna tła jest wynikiem pracochłonnego procesu nakładania czterech czy pięciu warstw farby za pomocą małego pędzelka, a potem polerowania powierzchni. Efekt jest bogaty, w rezultacie wierzchnia warstwa, w kontraście do „plastikowego” tła, wydaje się jakby zamszowa, przestrzenna – przypominająca haft.

Obraz nie ma jednej osi kompozycyjnej. Kobiety przedstawione na nim jedynie pozornie współdziałają ze sobą. Przy dokładniejszym oglądzie widać, że w istocie każda z nich jest zajęta wyłącznie własną aktywnością, a „ignoruje” działania innych postaci. Obraz składa się więc z osobnych płaszczyzn, zróżnicowanych horyzontów. Przedstawione kobiety to wizerunki byłych kochanek, opowieść o erotycznym przyciąganiu i odpychaniu. Być może chodziło tu o pokazanie, że różny czas jest reprezentowany przez odmienne płaszczyzny. Obraz zawiera autoportret. Kuharic przedstawiła siebie jako kobietę władczą, maszerującą po prawej stronie płótna. Ciekawe, że ta właśnie postać jest zupełnie osobna w stosunku do pozostałych; nie dzieli z innymi kobietami przestrzeni, nie patrzy na nikogo i na nią nikt nie zwraca uwagi. Narzuca się przypuszczenie, że artystce chodziło o zaznaczenie, iż relacje, jakie łączyły Kuharic z innymi kobietami, to przeszłość, która pozostawiła jedynie obojętne wspomnienia.

W tytule zawarta jest aluzja do utarty dziewictwa². Nawiązuje on też do australijskiej symboliki, zgodnie z którą wiśnie są znakiem rozpoznawczym les-

² W języku angielskim idiomatyczne określenie: „to lose one’s cherry” znaczy tyle co po polsku: „stracić wianek”.

bijek. Gałęzie tytułowych wiśni stają się ważnym detalem dekoracyjnym. Nie stanowią one części krajobrazu, ale są odrębnym elementem kompozycyjnym, nadającym obrazowi symetryczny wygląd.

Wracając do symbolicznej warstwy pracy, trzeba wspomnieć też o być może negatywnej konotacji zawartej w tytułowych wiśniach. Wyrażenie: „Life is not a bowl of cherries” należałoby tłumaczyć: „życie to nie bajka”. Pozostawię otwarte pytanie, czy Kuharic, opatrując historię swojego życia uczuciowego emblematem wiśni, mówi: „moje życie to nie bajka”. Czy może odwrotnie, sugeruje, iż życie lesbijek, skojarzone symbolicznie z wiśniami, to miska wypełniona słodkimi owocami.

Z jednej strony, to bardzo osobisty obraz, z drugiej jednak, jest on też wypowiedzią o znaczeniu bardziej uniwersalnym. Obraz zawiera bowiem narrację, której tematem jest pozycja kobiet i przełamywanie stereotypów dotyczących postaw związanych z płcią biologiczną.

W historii sztuki nietrudno znaleźć motyw artysty i modelki, szczególnie od końca XVIII wieku, kiedy to akt kobiecy stopniowo zdominował europejską sztukę figuratywną. Nie jest to jednak ewolucja i dominacja korzystna dla kobiety³. Lynda Nead w książce *Akt kobiecy* zauważa:

„Wystarczy tylko przyrzeć się serii fotograficznych portretów twórców zrobionych przez Brassai’a, aby zrozumieć, iż naga modelka funkcjonuje jako znak autorytetu artysty i jego statusu. Sędziwy Matisse ze szkicownikiem w ręku jest przedstawiony tam obok pozującej modelki, a łączy ich niewygodna bliskość. (...) Przedstawienie Matisse’a z nagą modelką w pracowni potwierdza w taki oto sposób, iż studium nagiej kobiety leży u podstaw wszelkiej kreacji artystycznej, a mężczyzna jako artysta-alechemik dokonuje transmutacji surowej materii ciała w ‘złoto’ wielkiej sztuki modernizmu”⁴.

Tradycyjnie przeciwstawia się nage, pasywne kobiety – aktywnym, twórczym i władczym mężczyznom. Kuharic chętnie drwi z konwencji kulturowych. Dla przykładu, w obrazie *Crabapple (Dzika jabłoń)* jabłka – symbol Ewy kusicielki – kładzie przewrotnie na kolanach chłopców, omijając dziewczynki. W *Wild Cherry* część kobiet jest naga, w pozach charakterystycznych dla dziewiętnastowiecznego malarstwa, ale większość to kobiety ubrane w wojskowe uniformy, pozbawione „kobiecej” płochliwości i pasywności. Wydają się one bardzo „męskie” – energiczne i władcze. Zdaje się, że Kuharic, portretując w ten sposób kobiety, opowiada się za doktryną filozoficzną, która płci biologicznej, a co za tym idzie – determinizmowi biologicznemu, przeciwstawia pojęcie *gender* – płęć kulturową. Walczy tym samym z nieuchronnością wtłoczenia kobiet

³ Przypisywanie kobietom pasywności i sprowadzanie ich do roli biernej modelki prezentującej swe ciało artyście jest obiektem krytyki podejmowanej przez grupę artystyczną Guerrilla Girls. To ich plakat witał gości przybywających w 2005 roku na Biennale Weneckie. Guerrilla Girls wykorzystywały postać *Wielkiej odaliski* Ingresa. W wersji oryginalnej obraz przedstawia widziane od tyłu, zmysłowe ciało niewolnicy. Artystki przedstawiły ponętną kobietę z głową czarnej gorylicy. Przestając być obiektem przyjemnym dla wzroku, stała się ironiczną manifestacją oburzenia. Napis pod obrazem głosił, że muzea i galerie są przepełnione dziełami mężczyzn, a jedyną szansą dla kobiety, aby dostać się do Metropolitan Museum, jest bycie modelką słynnego malarza. Znamienne wydaje się to, że mniej niż 3% artystów wystawianych w sekcjach sztuki współczesnej to kobiety, ale aż 83% aktów to akty kobiece.

⁴ L. Nead, *Akt kobiecy. Sztuka, obscena i seksualność*, przekł. E. Franus, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 1998, s. 89.

w sztywne ramy konwencji własnej płci. Poszczególne tożsamości są wypadkową doświadczeń konkretnych kobiet i nie sposób sprowadzić ich do wspólnego mianownika.

Wchodzimy w ten sposób w obszar teorii Judith Butler⁵, która udowadnia, że nie da się znaleźć niczego takiego, co możemy nazwać esencją kobiecości czy męskości. Wydaje się, że dwie idee obecne w poglądach amerykańskiej feministki mogą być szczególnie przydatne w analizie obrazów Kuharic⁶. Po pierwsze, istotne może być przekonanie o tym, że płeć jest pewnym sposobem przedstawienia, a nie ekspresją głęboko zakodowanej kobiecości czy męskości. Ta *performatywna* koncepcja pozwala spojrzeć na kobiecość czy męskość jako na pewien sposób funkcjonowania społecznego, które ujawnia się otwarcie w przypadkach granicznych, takich jak *queer* czy *drag queen*. Kuharic w swoich ekspozycjach kobiecości i męskości często pokazuje iluzoryczność tych kategorii i pozorność ich esencjonalności.

Po drugie, Butler, rozwijając lacanowskie pojęcie podmiotu, stwierdza, że jest on konstytuowany zawsze wokół niespełnienia, braku i wynikającej z tej sytuacji traumy. „Zaakceptowana” tożsamość ciągnie za sobą cień – smutek niespełnienia.

„Butler szczegółowo analizuje tworzenie się tożsamości płciowej (*gender*), kiedy ceną za jasną identyfikację orientacji seksualnej w wymiarze homoseksualizm/heteroseksualizm jest odrzucenie tożsamości przeciwnej. (...) Podmiotowość w koncepcji Butler jest ujmowana jako proces niespełnienia, ciągłego przewycięzania tego, co zostało odrzucone, ale co nie może jednocześnie być przewyciężone”⁷.

Obrazy Kuharic są przepięknie erotyzmem. Nagie ciała czy napięcie erotyczne między przedstawionymi postaciami często odnoszą się do konfliktu uwikłanego w mechanizmy władzy. Tutaj również można doszukać się odniesień do twórczości autorki *Gender Troubles*. Wiąże ona bowiem swą *performatywną* koncepcję płci z problemem sprawowania i podporządkowywania się władzy. Władza jest przez nią rozumiana jako zdolność do nazywania. Judith Butler nawiązuje do prac francuskiego filozofa Louisa Althussera, który twierdził, że proces konstytuowania się podmiotu zachodzi w wyniku akceptacji narzuconych z zewnątrz nazw. Zaakceptowane nazwy tworzą z kolei podstawę procesu upodmiotowienia. Dla amerykańskiej feministki koncepcja ta stanowi punkt wyjścia do wyjaśnienia paradoksu podporządkowania, kiedy nie tylko, jak chce Michel Foucault, jesteśmy kształtowani przez mechanizmy władzy, ale też jesteśmy do tej władzy emocjonalnie przywiązani⁸. Jednocześnie to przywiązanie nie chroni nas przed poczuciem niespełnienia i melancholii, którymi

⁵ Wydaje mi się, że warto przeprowadzić szerszą analizę twórczości Kuharic przez pryzmat filozofii Butler, ale wymaga to szerszych badań i osobnego tekstu.

⁶ Ciekawą analizę polskiej sztuki współczesnej w kontekście filozofii Butler zawiera książka I. Kowalczyk, *Ciało i władza. Polska sztuka krytyczna lat 90.*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2002.

⁷ L. Koczanowicz, *Wspólnota i emancypacje. Spór o społeczeństwo postkonwencyjne*, Wydawnictwo Naukowe DSW TWP, Wrocław 2005, s. 89.

⁸ Por. J. Butler, *Excitable Speech. A Politics of the Performative*, Routledge, New York–London 1997.

są przepelnione obrazy Kuharic. Takie nastroje odnaleźć można w *Wild Cherry*, *Fairy Lights*, *Mister Rogers* czy też w nieopisywanym tu *Show Quality Bitches*⁹.

AUTOPORTRET DRUGI – FAIRY LIGHTS (LAMPKI CHOINKOWE)

Obraz *Fairy Lights* (1999, 81 × 107) powstał niejako na zamówienie środowisk homoseksualnych, które zarzucały Kuharic, że w swej twórczości skupia się na kobietach, pomijając zupełnie „sprawę męską”. Odpowiedzią było to psychodeliczne i jednocześnie hipernaturalne dzieło.

Podobnie jak w przypadku innych prac Kuharic „akcja” tego obrazu rozgrywa się w pełnym, rozproszonym świetle. Mimo ekshibicjonistycznego doświetlenia każdego zakamarka płótna, obraz nie traci na tajemniczości. Barwy są bardzo żywe, nie mamy tu subtelnego cieniowania i łagodnych przejść kolorystycznych. Pieczołowitość przedstawienia szczegółów daje pozory realizmu, ale jednocześnie malarka odrealnia świat przedstawiony; nie przejmuje się ona brakiem proporcji ukazanych obiektów i umieszcza je na nienaturalnej zielonej płaszczyźnie. To realizm bliższy marzeniu sennemu albo wizji narkotycznej.

W obrazie dominują linie poziome, a jedynymi motywami wertykalnymi, obok kwiatów na pierwszym planie, są drabina i flaga amerykańska, bardzo częsty motyw w pracach artystki.

Politycznie niepoprawny termin „ciota” stanowi lejtymotyw i słowną zaczepkę obrazu. Ściany domu w tle obrazu pokrywają ozdobne napisy, będące synonimicznymi określeniami fallusa. Na pierwszym planie artystka umieściła postać młodego mężczyzny, swego przyjaciela. Oplatają go lampki choinkowe, które można traktować jako swego rodzaju siłła. Tytułowe lampki umieszcza też artystka po przeciwległej stronie obrazu. Dzięki temu jest on wyraźnie symetryczny. Oś symetrii przecina go po skosie od ogniszcze czerwono-żółtych kwiatów do liści kapusty. Kwiaty te to ewidentny motyw falliczny, który jest nawiązaniem do obdarzonych seksualnym ładunkiem „kobiecych” kwiatów Georgii O’Keeffe.

Precyzyjne i bardzo drobiazgowo opracowanie fragmentów roślinnych na obrazie dowodzi świetnych umiejętności warsztatowych artystki. Sposób ukazania unerwienia liści kapuścianych jest majstersztykiem, którego nie powstydziliby się dawni mistrzowie.

Podobnie jak w innych obrazach, również w *Fairy Lights* na jednej płaszczyźnie płótna umieszcza Kuharic symultanicznie rozgrywające się sceny. Między wijącymi się liśćmi kapusty można dostrzec umięśnionych ponadnaturalnie „twardzieli”; są tam kowboj i marynarz, typowy chłopak z przedmieścia oraz mężczyzna w skórzanym stroju sugerującym kontekst sadomasochistyczny. Wyglądają jak miniatutki ludzi, ale to zupełnie nie razi w psychodelicznej konwencji obrazu. Nie tylko oni nie mają wiele wspólnego z zasadą prawdopo-

⁹ Tytuł tego obrazu można tłumaczyć jako *Dziwki na pokaz*. Raczej nie ma wątpliwości, że z postaciami obdarzonymi takim nagłówkiem Kuharic nie sympatyzuje. Interesujące jest jednak pojawienie się nowych konwencji językowych, w świetle których wyraz „dziwka” nabiera odmiennych, pozytywnych konotacji. To ostro brzmiące słowo okazuje się przydatne do nazwania kobiety zdecydowanej, władczej, ostrej, świadomej konieczności walki o swój status. Być może w tłumaczeniu tego tytułu należałoby uwzględnić oba te znaczenia.

dobieństwa. Kapusta została przedstawiona jak pod szkłem powiększającym, a grupa tancerek to w istocie jedna zmultiplikowana postać.

Tchórzliwy lew z *Czarnoksiężnika z krainy Oz* stoi na składanej drabinie, miętosząc w łapach koniec własnego ogona. Nieprzypadkowo znalazł się on w centralnej części obrazu. Jak deklaruje Kuharic, w środowiskach amerykańskich *queer* ma on ugruntowaną pozycję symbolu homoseksualistów. Przyczyniły się do tego jego powierzchowność, specyficzna „miętkość” i delikatność. Na obrazie widzimy kilka drabin. Są one symbolem ambicji, pięcia się w górę, ale mają też konotacje negatywne. Jedni pną się w górę, inni zsuwają się w dół. Dla lwa jednak miejsce na szczycie drabiny to nie efekt pięcia się po jej szczeblach i ostatecznego sukcesu – jego strapiona mina mówi o tym, że to miejsce uciezki. Nie jest to zatem „król lew”, władczy i triumfujący, ani nawet „lew salonowy”, światowiec, czarujący uwodziciel, gdyż wyraźnie stroni on od roześmianych, atrakcyjnych dziewcząt z *Radio City Music Hall*, robiących zalotne miny, prowokujących odkrytymi udami i ogniście czerwonymi kozakami.

Homoseksualni koledzy Kuharic doczekali się więc ironicznego i złośliwego zainteresowania.

AUTOPORTRET TRZECI – MISTER ROGERS (PAN ROGERS)

Mister Rogers (1996, 102 × 152) to jeden z ciekawszych obrazów Kuharic, powrót do dzieciństwa. Zawiera on znane z poprzednio omawianych prac wędrujące motywy: odarte ze skóry kończyny, niemowlaki, amerykańską flagę. Centralne miejsce zajmuje kobieta, która nie jest fizycznie podobna do malarki, ale można potraktować ją jako *alter ego* artystki. Jej rysy i dłonie zostały przedstawione bardzo graficznie, płasko, bez szczegółów. Kuharic nie chciała tu sportretować żadnej konkretnej osoby, to raczej kobieta – billboard, której zapisane ciało, a nie rysy twarzy, wskazuje na tożsamość postaci. Sama Kuharic ma tatuaże, na dłoni małe wisienki jako sygnał jej orientacji seksualnej, a na piersi portret ukochanego buldoga. Kobieta z *Mister Rogers* malarka wytatuowała swoimi fantazjami i wspomnieniami z dzieciństwa. Forma i stylizacja obrazków jest utrzymana w tradycyjnej estetyce tatuażu. Mamy tu typowe motywy: czaszki, smoka, tygrysa, niespotykane kwiaty i dziwne oczy oraz obrazki rodem z mitologii pirackiej z przywołaniem czarnej postaci bajkowej – Kapitana Haka.

Ponad głową kobiety znajdują się płaczące bobasy wplątane w sploty napisu układającego się w tytułowego Mistera Rogersa. Jego nazwisko jest powtórzone na tułowiu i klamrze paska. Fred M. Rogers był postacią, z którą dorastały amerykańskie dzieci przez blisko pięćdziesiąt lat. Prowadził on jeden z najbardziej popularnych programów dla dzieci pod tytułem *Mister Rogers' Neighborhood* (*Sąsiedztwo Pana Rogersa*). Każdy odcinek zaczynał się w ten sam sposób – Pan Rogers wracał do domu i śpiewając piosenkę, wkładał kaptcie oraz charakterystyczny rozpinany kardigan. Ten kardigan stał się jego znakiem rozpoznawczym¹⁰. Zwykle każdy tydzień miał temat przewodni, na przykład pierwszy dzień w szkole lub jak być osobą kreatywną. Tak jak na początku, również na końcu programu gospodarz śpiewał piosenkę. Najczęściej treść pio-

¹⁰ Jeden z jego sweterków znajduje się w muzeum edukacji przy Instytucie Smithsona.

senek, podobnie jak cel całego programu, była związana z ideą przekonania dziecka, że musi akceptować zarówno siebie, jak i innych. „Jesteś wartościowy, bo jesteś tym, kim jesteś” – powtarzał małym widzom Pan Rogers. Dzieci słuchały piosenek z pedagogicznym przesłaniem oraz oglądały filmy wskazujące właściwe sposoby postępowania.

Pan Rogers – ikona kultury amerykańskiej, miły sąsiad dla wielu pokoleń dzieci – generował nie tylko pozytywne emocje. Pojawiało się wiele plotek na jego temat. Mówiono o jego problemach z narkotykami, a także o tym, że bez względu na pogodę zawsze nosi sweter, aby ukryć tatuaże. Mówiło się, że na jego ramieniu pojawiał się nowy tatuaż czaszki za każdym razem, kiedy kogoś zastrzelił, służąc jako snajper. Jednak najbardziej kontrowersyjne były informacje o jego niezdrowych skłonnościach do dzieci. I choć nigdy nie potwierdzono żadnej z tych plotek, sama Kuharic kojarzy go z uczuciem ambiwalencji, bo jak twierdzi, ten przyjaciel dzieci był podszyty oślizgłością molestatora.

Kuharic nie boi się szablonowych motywów. Na tym obrazie po przeciwległych stronach umieściła dwie scenki. Z lewej strony pani z parasolem, stojąca nad leżącą na sofie atrakcyjną młodą kobietą, jest zapowiedzią nieuchronnej starości. Z prawej strony Kuharic zestawia „święte” i „dziwki” – symbol sprzecznych męskich oczekiwań w stosunku do swoich partnerek.

Jeszcze jeden element tego obrazu wydaje mi się godny zauważenia. Myślę o kobiecie w różowej sukni wspinającej się po drabinie. Drzewo, jako najpotężniejsza roślina, w wielu kulturach było utożsamiane z istotami boskimi albo stanowiło miejsce ich zamieszkiwania. Przedstawia się je często jako symbol siły życiowej, płodności, wzrostu czy długowieczności. Drzewo z obrazu *Mister Rogers* wydaje się jednak zaprzeczeniem tej symboliki. Jest kruche i pozbawione witalności. Oparcie, które daje, okazuje się pozorne. Dziewczyna, która wspina się po drabinie opartej o to drzewo, jest narażona na porażkę. Im wyżej się wespnie, tym większe prawdopodobieństwo upadku.

Niebieskie tło nie jest tylko dekoracyjnym dopełnieniem kompozycji. Ten rodzaj niebieskości każdy Amerykanin skojarzy z *Tiffany blue* – kolorem firmowym popularnych sklepów jubilerskich. Już od 1837 roku wszystkie pudełka, katalogi, torby reklamowe i broszury używane przez sklepy Tiffany’ego mają ten specyficzny odcień błękitu, który z czasem stał się synonimem luksusu, szczodrości i marzenia każdej dziewczyny o pierścionku zaręczynowym z brylantem¹¹.

AUTOPORTRET CZWARTY – *SUPER BOWL SUNDAY*

Kuharic bardzo często interesujący ją temat rozpisuje na serie obrazów. Tak jest w przypadku krytyki konsumpcjonizmu. *Super Bowl Sunday* (2003, 91 × 61) znajduje swoją kontynuację w obrazie pod tytułem *Jack’s Original*. W obu wypadkach paradoksalne zestawienia przedmiotów uchylają ich pierwotne znaczenie, a w zamian kreują nowe asocjacje.

W przeciwieństwie do *Jack’s Original*, gdzie centralne miejsce zajmuje grupa przygaszonych i jakby zawstydzonych konsumentów, przedstawionych w towa-

¹¹ Oczywiście najstynniejszym sklepem Tiffany’ego jest ten ze skrzyżowania 5 Alei z 57 Ulicą w Nowym Jorku, gdzie polepszała sobie nastrój bohaterka *Śniadania u Tiffany’ego*.

rzystwie wirujących tanich butów z tworzywa skóropodobnego, sztucznych kwiatów i pochodów hamburgerów tryskających keczupem, układających się w „słońca konsumpcyjne”, w *Super Bowl Sunday* przejmująca jest nieobecność głównych bohaterów. Pojawiają się tu również „słońca konsumpcyjne”, ale nie „świecą” dla potencjalnych nabywców. Tłem dla ułożonych w rozety rozmaitych przedmiotów, od małych odkurzaczy, przez pizze, po ozdoby choinkowe, są błękitne niebo i rumowisko po huraganie. Malując niebo, artystka starała się odtworzyć z pamięci kolor nieba nad Manhattanem 11 września 2001 roku, aby przywołać nastrój z przeszłości skojarzony z tym kolorem. Kuharic mieszkała wówczas w dolnej części Manhattanu, w pobliżu budynków World Trade Center. Podobnie jak inni świadkowie owych tragicznych wydarzeń wspomina ona szok i niedowierzanie, że zdarzyło się coś tak strasznego. Uczucia te potęgował kontrast z piękną pogodą tamtego dnia. Wydaje się, że taki dzień może przynieść tylko dobre doświadczenia...

Jak łatwo się zorientować, w twórczości Kuharic duże znaczenie mają tytuły obrazów. Są zapowiedzią, specyficznym afiszem rozgrywanego na płótnie „przedstawienia”. Aby rozszyfrować znaczenie obrazu *Super Bowl Sunday*, przyjrzyjmy się bliżej konotacjom tytułu. W futbolu amerykańskim *Super Bowl* to finałowa rozgrywka o mistrzostwo amerykańskiej zawodowej ligi – *National Football League (NFL)*. Całość ceremonii określana jest jako *Super Bowl Sunday*, w skrócie *Super Sunday*, i stała się nieformalnym amerykańskim świętem narodowym. Niedziela, o której tu mowa, jest więc jednym z najważniejszych dni dla amerykańskiego społeczeństwa. Jednak *Super Sunday* to nie tyle święto sportu, ile eldorado sprzedawców. Tylko w Święto Dziękczynienia sprzedaje się więcej żywności niż w tę niedzielę.

Transmisje telewizyjne z rozgrywek *Super Bowl* przyciągają przed telewizory rekordowe liczby widzów, szacunki mówią nawet o 140 milionach osób. Z tego względu rzesze reklamodawców są gotowe płacić miliony dolarów za każdą minutę czasu antenowego. Co roku stawki są wyższe. Rekordem roku 2006 było 2,5 miliona dolarów za trzydziestosekundową reklamę.

Obraz Kuharic powstał w 2003 roku. Tłem dla konsumpcyjnych kolaży jest tu rumowisko po huraganie. Ta wizja doczekała się swego rodzaju tragicznego ucieleśnienia. W sierpniu 2005 roku potężny cyklon tropikalny zdevastował południowe wybrzeża Stanów. W wyniku huraganu Katrina doszło do katastrofalnej powodzi w Nowym Orleanie, a to właśnie Nowy Orlean obok Miami jest miastem, któremu, jak do tej pory, najczęściej udawało się wygrać, przy ogromnej konkurencji, możliwość organizowania finałowej rozgrywki.

Obrazy Katharine Kuharic to swego rodzaju martwe natury, choć nie portretuje ona cennych przedmiotów, co było częste w przypadku klasycznych barokowych martwych natur. Jednak obojętnie, czy bierzemy pod uwagę dobra konsumpcyjne, czy kunsztowny srebrny kielich, w obu wariantach przedmioty te mają zaświadczać o bogactwie i sile kultury, która je wydała. Dodatkowo to, co niewątpliwie łączy obrazy Kuharic z owymi martwymi naturami, to prześycenie treściami symbolicznymi i metaforycznymi. Przedstawiony przedmiot nie jest portretem konkretnej rzeczy, ale odsyła do szerszych zagadnień, dzięki pojawieniu się w nowym kontekście, w jakim umieszcza go artystka. Fragment ulotki reklamowej, stając się częścią obrazu Kuharic, przestaje być reklamą jakie-

goś produktu, a zaczyna „rozprawiać” o kondycji współczesnego społeczeństwa, zaczyna być elementem procesu negocjowania znaczeń, gdyż zdaniem artystki znaczenia nie są jednoznaczne. Balansowanie pomiędzy nimi może być zatrważające, bo: „Usta zarówno całują, jak i gryzą. Ręce zarówno pomagają, jak i zadają cios. Ciało pragną i ulegają oraz odsłaniają swą nagość i podlegają rozkładowi. Miłość staje się seksem, staje się śmiercią. Siła staje się autorytetem, staje się przemocą”¹². Kuharic, pokazując różnorodność doświadczeń egzystencji, akceptuje je wszystkie, bez wartościowania. Nie można więc mówić o niej jako o surowym, zdystansowanym krytyku kultury. Oczywiście pojawiają się w jej twórczości wątki krytyczne, ale łagodzą je współczucie i empatia. Kultura popularna to codzienność artystki. Ulotki reklamowe zbiera ona z własnego progu. Nie wyrzuca ich ze wściekłością, ale kolekcjonuje jako punkt odniesienia procesu twórczego. Komunikat artystyczny często bywa przesycony humorem oraz ironią, ale jest to również autoironia. Kuharic nie wynosi się ponad portretowane postacie i sytuacje, ale za ich pomocą opisuje siebie.

Charakterystyczną cechą współczesnych społeczeństw jest wszechobecność, a nawet dominacja ikon kultury popularnej. Sztuka, jak i współczesna filozofia, czuje się często bezradna wobec tego zjawiska; waha się między całkowitym jego ignorowaniem a bezkrytyczną afirmacją. Twórczość Kuharic pokazuje, że krytyczna konfrontacja z kulturą popularną może stanowić satysfakcjonujące źródło inspiracji i samorefleksji.

WILD CHERRIES. POPULAR CULTURE IN THE ART OF KATHARINE KUHARIC

In my paper I focus on four pictures of an American artist: Katharine Kuharic, who uses sophisticated painting techniques for absorbing and modifying cultural and social environment.

A collection of images of consumer culture is the beginning of Kuharic's artistic process. Then she uses these images to compose multicolored, vibrant metaphors of popular culture. It is interesting that Kuharic transforms an 'easy' consumer product into her pictures using very complicated painting techniques and extremely detailed drawings.

Her works are very intimate (it is a diary of her experiences and feelings) but at the same time she tries to say something general about contemporary world.

¹² K. Recker, „Never Endings” (w.): *Katharine Kuharic, katalog wystawy*, Galeria PPOW, Nowy Jork 2004, s. 10.



Wild Cherry (1995, 61 × 91), olej na płótnie, kolekcja prywatna



Fairy Lights (1999, 81 × 107), olej na płótnie, kolekcja własna artystki



Mister Rogers (1996, 102 × 152), olej na płótnie, kolekcja Lindy Holt, USA



Super Bowl Sunday (2003, 36 × 24),
olej na płótnie, kolekcja St. Louis Art
Museum, USA