

## Umění Jako zboží

Pokud chceme dále rozvinout pojem umění jako zboží, tak to musíme rozdělit tento pojem na části. Nejprve se musíme podívat na význam pojmu zboží. Člověk tomuto pojmu rozumí díky využití asociačních funkcí mozku. Mozek si za jistou dobu života utvoří databázi, která mu umožňuje tvoření vlastních názorů. Tato tvorba názorů je důležitá, protože se podle ní určuje hodnota. Je to nejjednodušeji vyjádřena cena produktů. Určování ceny je velice důležité pro společnost. Cena v dnešní společnosti vládne. Samozřejmě se vyskytují výjimky, jako jsou například city. Cenu utvářejí mnohé faktory. V současnosti je to nejčastěji unikátnost, prestiž, nebo tržní hodnota. Toto je samozřejmě jen část cenových ovlivňujících faktorů. Umění je velice široký pojem, který závisí na lidské asociační databázi. Tato databáze určuje a umožňuje člověku utvořit si vlastní názor na určité umění. Vezme-li si jako příklad určitého člověka stojícího před Mona Lisou, tak v ní nemusí vidět mistrovské dílo jako ostatní, ale díky jinak vytvořenému systému asociací a akumulace zkušeností vidí jen hezký obraz, který však nijak výjimečně nevyniká. To by však vyžadovalo velmi dlouhou diskuzi, a proto shrňme tuto myšlenku v následujících větách. Svět umění je rozdělen již z minulosti na dva. První je o opravdových milovnících umění, které zajímá spíše hodnota estetická a citová, než peněžní. Druhá vrstva se zase dívá jen po zisku. Všechny tyto názory směřují ke dvěma velice důležitým oborům, které je potřeba studovat dále k hlubšímu porozumění tématu. Těmito obory jsou Psychologie a uměnovědní studia spojená s ekonomikou. Na závěr chci říci, že umění je jednoznačně zboží, které má však často jinou hodnotu než si člověk myslí

## Co je to cena z odlišného pohledu

Každý den lidský mozek kategorizuje velké množství informací. Používá k tomu systém, který dává, jistým informacím prioritu. Tato priorita zajistí, že člověk si danou informaci pomatuje déle. Podobný proces se děje při pohledu na umění. V předchozí definici jsem se pokusil zařadit pojem umění jako zboží. Tento pojem se dále pokusím aplikovat a ujasnit. Člověk pomocí mozku přiřazuje hodnoty. Přiřazuje je pro zjednodušení, aby mohl zařadit věci do kategorií. Tyto kategorie se liší člověk od člověka. Mnoho lidí odmítá kategorizovat umění jako zboží. Některé umění možná nebylo tvořeno jako zboží, ale taky závisí na vnímání tohoto umění. Vezmeme si amforu jako příklad uvedený při přednášce. Amfora jako taková byla čistě praktický

předmět. Dnes však je předmětem obdivu. To díky svému stáří tvaru a již zmíněnému lidskému hodnocení založeném na zkušenostech a informacích. Pan Sharidan ve své knize uvádí několik příkladů, které se dají aplikovat na definici umění jako zboží. V těchto příkladech je dobře vidět rozdělení lidí do dvou skupin. První skupinou jsou milovníci umění. Milovníky umění je možné najít na mnoha místech, ale je těžké je rozpoznat. Milovník umění hledá ve všech uměleckých dílech potěšení. Takoví milovníci mohou sbírat pro mnohé lidi podivné věci. Podivné z toho důvodu, že nemusí vidět umění jako úzkou uličku, ale jako široké náměstí. Většinou, když řekneme umění, tak se nám vybaví obrazy, architektura, sochařství a další tradiční formy umění. Pro mnohé umění jsou například auta, reklamy nebo něco tak obvyčejného jako japonské hůlky na jídlo. Nesbírají to jen kvůli peněžní hodnotě, ale kvůli svému nadšení pro daný sběratelský předmět. Druhá skupina používá dané umění čistě pro zisk bez ohledu na to, že poškozují pověst umění. Nelze však říct že tyto skupiny se neprolínají. Například podle příkladu v knize pana Sharidena jsou lidé, kteří získávají svoji sbírku pro radost, ale kvůli vlivu společnosti a trhu jsou donuceni ji prodat. Rozpracujme si nějakou hypotetickou situaci. Člověk má sbírku starých mincí. Sbírá ji celý svůj život díky své vášni pro danou věc. Dívat se na ně mu působí potěšení a tak nemá nutkání si svoji sbírku ocenit. Svou sbírku předá svému vnoučeti. Poté může nastat několik situací. Popíše tři z nich. Vnuk se může pro sbírku nadchnout a pokračovat v ní. To by byl příklad sbírání bez ohledu na hodnotu. Další možností je že si ji nechá ocenit a zjistí její cenu. Pokud je tato cena vysoká, tak ji prodá, nebo pokračuje ve sbírce za účelem zvýšení její peněžní hodnoty. To by byl příklad druhé skupiny lidí. Nebo, jako třetí možnost, i když si ji nechá ocenit tak mu nezáleží na hodnotě, jako na nejdůležitějším aspektu. Všechny tyto domněnky pracují s tím, že umění je skutečně zboží. I přes dosti hlasité názory proti, je jasné, že to tak je. Každé umění má nějakou hodnotu, ať už pro umělce nebo diváka. Tato hodnota z umění dělá zboží. Některé takové zboží se může stát velice drahou komoditou. Ta může dosáhnout ohromné ceny, jen pokud ji shání ten správný sběratel. Tak to je s veškerým zbožím, které se pohybuje po světě. To nijak nezmenšuje hodnotu umění v očích svých obdivovatelů. Možná právě naopak, může je to nadchnout pro umění. Nakonec bych chtěl tento text zakončit pozměněnou větou od Platona, která se často objevuje mezi lidmi. Umění je v očích diváka, nebo anglicky Art is in the eyes of beholder.

## Zdroje

Art commodity článek (online) David cole

[http://www.boston.com/business/blogs/global-business-hub/2012/04/art\\_as\\_commodit.html](http://www.boston.com/business/blogs/global-business-hub/2012/04/art_as_commodit.html)

Why art isnt commodity článek (online) Felix Salmon

<http://blogs.reuters.com/felix-salmon/2012/02/13/why-art-isnt-a-commodity-cady-noland-edition/>

Art is in the Eye of the Beholder článek (online) peachtron

<http://peachtron.hubpages.com/hub/Art-in-Eye-of-the-Beholder>

Art's value in the eye of the beholder článek (online) Marty Latz

<http://www.jewishaz.com/jewishnews/990625/latz.shtml>

Art a commodity kniha (online) Sheridan Ford

<http://archive.org/stream/artacommodity00fordgoog#page/n0/mode/2up>