

Úvod do uměnovědných studií, US_42

Radka Levá, 415880

Konzumerismus

Konzumerismus

Konzumerismus je chování, kdy člověk nakupuje a hromadí předměty za účelem zvyšování osobního štěstí. Jinými slovy: nekonzumuji proto, abych žil, ale žiji, abych mohl konzumovat. Je to tedy kupování pocitu než věci samotné. Konzumerismus je odvozený od slova *konzum*, což je potřeba hmotných statků a spotřební vztah k duchovním hodnotám. Důraz na konzum je charakteristický pro životní styl moderní a postmoderní společnosti.

Další pojem spjatý s konzumerismem je *konzumní společnost*. Jedná se o společnost, kde se za měřítko úspěšnosti považuje konzum materiálních statků. Spotřeba zboží zde není prostředkem ale samotným cílem. Potřeba konzumovat převyšuje nad ostatními potřebami. Člen konzumní společnosti je tedy uspokojován především potřebami materiálními a zanedbává potřeby duchovní. Je potlačeno kritické myšlení, lidé se nebrání proti společenské manipulaci.

Konzumní společnost je předmětem kritiky v rámci kritiky společnosti masové (a zároveň je předmětem kritiky kritizování této společnosti). Konzumní společnost svou nadměrnou spotřebou vyčerpává zdroje na úkor zejména zemí tzv. třetího světa, kde lidé obtížně uspokojují jen ty základní životní potřeby. Člen konzumní společnosti neboli konzument je v nadměrné spotřebě materiálních statků dokonce podporován. Z ekonomického hlediska je masový konzum vynucován potřebami tržní ekonomiky. Významnou úlohu zde hraje reklama, která v lidech vyvolává potřebu vlastnit jakoukoli třeba i zbytečnou věc. Poté, co si danou věc koupíme, je tato potřeba vytěsňena novou potřebou vlastnit něco jiného, na co nás nalákala další reklama.

Opakem konzumerismu je tzv. minimalismus. Je to tedy životní styl, kdy se člověk snaží být závislý na co nejmenším počtu materiálních potřeb a soustřeďuje se na potřeby duchovní. Minimalistou se stávají lidé, kteří pohrdají výše zmíněnou konzumní společností a snaží se demonstrovat, jak šťastný člověk může být jen s minimem statků.

Člověk, který v minulém století na konzumerismus nejvíce upozornil, byl pop-artový malíř Andy Warhol. Vystavoval symboly konzumerismu jako umělecká díla a místo aby se mu soudobá společnost vysmála, byla obrazy nadšena. Jeho obrazy byly přehledné a pěkně barevné, proto působily na masy lidí. Tento fakt fascinoval Warhola nejvíce, dokonce nazval svou dílnu „The Factory“ („Továrna“), z jejíhož názvu přímo křičí: čím více toho vyprodukuje, tím více si toho koupíte. Ironií je, že právě ten, kdo takto zásadně upozornil na konzumní společnost, žil v přepychu, nakupoval pouze pro zábavu a jeho životní láskou byly peníze.

Konzumerismu tedy propadlo i umění, které je dnes masovou společností považováno spíše za předmět obchodu, tedy materiální statek (či prostředek k jeho získání), než ten duchovní.

Problém současného muzejnictví

Jestliže dnešní společnost považuje umění pouze za cestu k získání peněz, co provedla konzumní společnost se současnými muzei?

Muzeum je samo o sobě velmi vznešené slovo odvozené od řeckého slova *Múseion*, což byl chrám ve starověké Alexandrii zasvěcený Múzám. Podle encyklopedického slovníku z roku 1981 muzeum „shromažďuje, odborně spravuje a zpřístupňuje sbírky hmotných pramenů o vývoji přírody a lidské společnosti v okruhu své působnosti“.

Kdysi opravdu platilo pravidlo, že byly vystavovány pouze projekty intelektuálně přínosné. Dnes už se nikoho nepřekvapí, že se množství muzeí tímto pravidlem neřídí. Jak je možné, že i velká evropská a americká muzea propůjčí své prostory projektům, které jsou prostě směšné. Odpovědí jsou samozřejmě peníze. Čím více přizpůsobíme program výstavy masovému vkusu, tím více diváků – konzumentů muzeum navštíví, tím více na výstavě muzeum vydělá. Návštěvnost ale není jen způsob, jak naplnit muzejní kasu, jde také o větší zájem sponzorů.

Dnes si lze za peníze pronajmout celé muzeum, nebo si můžete zapůjčit sbírku, třeba i samotného Leonarda, a použít ji téměř k čemukoli.

To, že dnes v muzeích můžeme najít i špatné projekty, bych ale nikomu nevyčítala. V minulém století byla totiž většina nových uměleckých směrů vnímána s odstupem. Kdyby byli všichni umělci odmítnuti, že jejich umění není vhodné k vystavování, nejspíš by se o nich nikdo nedozvěděl. Možná by spousta směrů nevznikla a my bychom dnes byli ochuzeni o všechny ty pisoáry, kuličková ložiska a plechovky.

Použitá literatura

WOLF, Veronika. Mezi chrámem a tržištěm: Výzvy současného muzejnictví. *Art+antiques: umění žít s uměním*. 2010, roč. 2010, č. 06, 38 - 41.

WARHOL, Andy. *Od A k B a zase zpět*. 1. vyd. Zlín: Archa, 1990. ISBN 80-900249-0-4.

Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích: 4. svazek. 1. vyd. Praha: DIDEROT, 1999.

ISBN 80-902555-6-6.

Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích: 7. svazek. 1. vyd. Praha: DIDEROT, 1999.

ISBN 80-902555-9-0.

ČESKOSLOVENSKÁ AKADEMIE VĚD. *Ilustrovaný encyklopedický slovník II.díl*. 1.

vyd. Praha: Academia, 1981, 960 s.

HOŘÍNKOVÁ, Pavla. Andy Warhol: Jak se symboly konzumerismu staly uměním. [online].

[cit. 2013-01-01]. Dostupné z: <http://www.dreamlife.cz/svet-uspesnych/umeni/andy-warhol-jak-se-symboly-konzumerismu-staly-umenim/article.php?id=880>