

Konflikt výtvarného umění a mas (pop) kultury

The failure to be sufficiently transformative in this context means that capitalism necessarily subjugates art, but if truly transformative, then art subjugates capitalism.

Andreas Huyssen [1]

mass art-masové umění-za americké bylo považováno jak Gramscim tak Frankfurtskou školou, jako pojem používám před a po druhé světové válce s nástupem holywoodských zvukových filmů, American network radia a empória magazinů Henryho Luce.

Toto masové umění nahlíženo spíše jako způsob prezentace a inzerce pozbývalo ze začátku dva důležité znaky umění skutečného-individualitu a originalitu.

Masové umění zasahuje svými lačnými chapadly do všech pěti sfér umění vyššího, těží z něj, co se mu zrovna hodí a přetváří to k obrazu svému. Dle slov Macdonalda je dynamickým procesem, jenž plundruje ostatní kultury a to jak v USA tak tehdejší SSSR s tím rozdílem, že v Americe se umělci zaměřovali na reklamní sféru a v Rusku pak na ideologii a její propagandu. Zde se setkáváme s občasnou diferenciací pojmu, od 80. let minulého století rozdělující východ a západ, pro tehdejší Sovětský blok se používá označení masové kultury, ideologie vychovávající masy, např:

Spartakiáda, zatímco pro Americkou kulturní scénu se používá označení Pop kultura(jako zkratka se datuje kol. 1960)-úpadková z kapitalistické části světa. Ovšem obě označení mají společný „povahový rys“-jsou jako housenka požírající list, mezitím co nevrací nic rostlině-potažmo půdě zpět, využívá, který zmixuje všechno dohromady až dosáhne svého a vytvoří homogenizovanou kulturu, v níž pod tíhou reklamních účelů a nároků na splnění jejich atributů stojí různé oddělení umění jako prostředky manipulace s davu, zsobněné do materiálních hodnot doby, umění znásilněné konzumností nebo konzumenty, kteří už ani sami nerozeznají umění od „umění“. Umělci, kteří pokud se chtějí prosadit, musí šokovat stále znovu a znovu, bez ohledu na to, že estetické hodnoty jdou stranou. Zákonitosti reklmany a medializovanost této kultury-její působení nás obklopuje celé dny od narození do smrti, více či méně vědomé vímání jejího ovlivňování vedoucí k postupné otupělosti naší obrany proti ní, atakuje naše sociální životy, určuje naši chuť k jídlu, touhu po spotřebním zboží, náš vkus hudební nebo životní vůbec, veškeré sféry umění, jenž si masová kultura zotročila ve svém rajónu, podléhají fetiši a my jim. Nevnímáme už tak objekt, produkt samotný ale atributy, jenž jsou nám způsobem jeho prezentace předkládány. Fotografie a obrazy jako modly naší kultury, jako reprezentanti nově vytvořené reality nezávislé od skutečnosti a podstaty zobrazovaných objektů. Obrazový a fotografický materiál pak kromě toho napomáhá médiím prezentovat jejich pravdu nejen o produktech, dění ve světě, ale i o různých osobnostech. Ohledně obrazového fetišismu to vystihuje následně

Teoretik Jean Baudrillard:

Images become our true sex objects,
the object of our desire....It is this
promiscuity and the ubiquity of im-
ages, this viral contamination of things
by images which are the fatal charac-
teristics of our culture. [2]

Obrazy

My všichni žijící v této masové kultuře jsme se stali bezděky pasivními vnímátelemi obrazů fungujících jako virus společnosti. Tak se dá ve zkratce shrnout jeden z Baudrillardových názorů. Dopad obrazových útoků na naše sociální životy vidí autor myšlenky jak je z jejího konceptu patrné, negativně, jsme osamělí, rozdělení, naproti jednotlivci stojí kolektiv plný rozdělených a osamocených jedinců. Baudrillard dokonce identifikuje tyto obrazy jako sexuální objekty, nekonečně schopné kopií a transformací do videových nahrávek, fotografií, proměňující se v

produkt trhu, prodejní artikl, tím také v předmět naší potencionální posedlosti, takové posedlosti, kterou jsou zachvázeni turisté u Grand Kaňonu, jenž musejí rychle nahromadit nějaké snímky tak krásné scenérie bez toho aby si užili skutečnou atmosféru místa v ten daný okamžik.

Stejně tak nám uniká skutečnost jako taková, skutečné hodnoty pod nánosy všední iluze. Iluze naší důležitosti v systému, kterého jsme součástí a s jehož davem slepě pokračujeme v předem nám vyznačených stezkách. Umění naší doby má přesně vyznačené mantinely, stejně jako my. Z umění se vytratila krása, o té už se nemluví jako o určujícím artefaktu objektů umění reprezentující. A možná abychom nahradili uspokojení z krásna-myšleno estetického, jehož se nám nedostává a my jsme vystaveni příznakům jeho nedostatku ať už v interiérovém designu, minimalismu a ostatních „prázdných hnutích“ vytváříme si teorie, abychom obhájili umění bez krásna jako Umění. Umění, které nese už jen holý koncept, myšlenku, nahou a prostou a možná právě proto skrytým zrakům obyčejných lidí. Protože Umění této doby pochopí pouze ten, kdo zná celý kontext historie výtvarného umění a umění vůbec, chápe dopady společenských zvratů, vývoje společnosti. Takže snad jen vzdělaný člověk rozpozná v naší době Umění. Ale možná aniž by to sám uznal, i on potřebuje ony podpůrné teorie k utišení hladu po krásnu.

.....

Co se tedy požaduje po umění naší doby?

Co vyžaduje dobový cenzus když né krásu-umění nikdy nebylo úplně samostatné, kromě snah larpourlartistů, nebylo nikdy bez politických přísad, v dřívějších dobách záviselo více či méně na nárocích objednavatelů, gotika, renesance, baroko, romantismus-umění vždy podléhalo a podléhat bude nárokům trhu. Jde snad o to, odkud tyto nároky v minulosti-před romantismem, před průmyslovou revolucí plynuly? Protože právě díky této revoluci se dostaly ke slovo vrtvy buržoazie, které na rozdíl od šlechtických rodin, nebyly vychovány v esteticky vytříbeném prostředí, bez zkušeností a vkusu pronikli k umění, začali stavět sídla, objednávat si portréty, chodit do opery..v době objevu vysoké kultury původně nižší třídou tak mohl vzniknout kýč, kterému se dodnes poměrně dobře daří. Umění tedy muselo projít konfrontacemi z různých směrů zároveň. Kapitalizace, komercializace, rozmach kýče, vlastní krize ideálů, konkurenceschopnost a zároveň zachování vlastní umělecké invence, s tím vším se museli umělci konce 19. století vypořádat. Od zrodu prvního ismu napříč všem dalším hnutím o stejné koncovce slova se periodicky ztrácela a znovu objevovala filozofická rovina děl až jsme dospěli přes avantgardu k moderně a k samotnému POP ARTU

k jeho začátkům se vztahuje tvrzení jeho představitele Oldenberga že je pro umění, které je politicko-eroticky mysticizní, které dělá něco jiného než že vcelku sedí na prdeli v galeriích a má možnost startovního bodu nuly. Ovšem dnes je už situace jiná a pop art plně využívá privilegií své postupné institucionalizace a průniku do galerií a muzeí.

Pop art-původ pojmu:

Termín angli. Kritika L.Allowaye pův. Označoval kulturu velkoměstské konzumní společnosti, kterou charakterizuje film, hrací automaty,sci-fi,triviální magazíny, comics,fotografie,reklama, komunikační symboly aj. Formy vizuální komunikace. Termín však není zcela jednoznačný ani jako označení ani jako označení směru, který je velmi mnohotvárný;se zřetelem na bližší charakterizaci povahy zdrojů, cílů a některých jeho poloh používá kritika i jiná označení, např. Neodada, nový vulgarismus apod.Ve Velké Británii se nový směr vyhrnil v prostředí Nezávislé skupiny(zal.1954), která vystoupila na veřejnost s výstavami Paralely života a umění (1953), Člověk stroj a námět(1953) a To je zítřek (Londýn,1956)na které se podíleli již tehdy američtí malíři a sochaři. Anblické seskupení doceňovalo podněty K. Schwitterse a F.Bacona, zatímco americké stoupence sněhu inspirovala figurální tvorba F. Légera, ready-made M. Duchampa a dadaismus;americký okruh je označován souhrnně jako New Yourk Pop a jeho významným vysem je snaha zaujmout pozici anti-umění, obdobně jyk o to usiloval v 10. a 20. letech dadaismus. Tvorba obou okruhů byla

reakcí na abstraktní umění, a svou obraznost proto těžila z předmětnosti prostředí, které obklopuje člověka. Velmi ostře byla vnímána sociální, estetická, komunikativní aj. Funkce nejen umění, ale i jiných forem výtvarnosti (magazínové ilustrace, seriály, pokleslá forma comics, televize). [3]

Přičemž, I PŘESTO, že POP ART programově stojí vůči avantgardě v opozici (avantgarda vnímaná jako symbol mužského principu, aktivního, tvořivého, naproti tomu stojící pop art ženský jako pasivní a přijímající), filozofii tvorby si udržel. I PŘESTO že vzešel z pokrytecké a povrchní kultury, nepozbývá na rozdíl od ní sebereflexi a kritiku sounáležející kultury, která je pro něj paradoxně polem inspirace.

Ironie míří proti údajným hodnotám života, na něž je nazíráno z hlediska konzumu, proti fetišismu věcí, vyznáváním ikon (filmová herečka M. Monroe jako erotický idol doby) proti reklamě užívající superlativy a sakratizace i běžných věcí naší potřeby, např. Ústní vody.

Ano. Pop art je také ovlivněn reklamou. Dobře si uvědomuje, že obrazy dané věci v nás dokáží vyvolat touhu po dané věci, její konzumaci pak omlouváme-vždyť jsme jen naplnili svou potřebu. Dopady reklamy také kritizuje. Moc reklamy a propagace je díky medializaci silná. A vládnoucí síly světa ovládající trh mas kultury dobře vědí, po čem lidé ve skrytu touží, jak lze využít pudy a chťič pro zvýšení svých zisků, jak svůj produkt-ať jde o film, celebritu z hudebního průmyslu nebo jen běžný spotřební produkt, prodat. Proto definuje naši dobu teoretik Baudrillard a současnou společnost dle Monodovy (nositel Nobelovy ceny za objasnění procesu replikace DNA) biologické teorie, to, co vládne jako činné molekuly se schopností přepsat naši DNA je to, čemu jsme dali nezvratitelnou moc-sex a síla, tyto dva pojmy v naší společnosti privilegujeme, ty jím hýbou, ty ho přepisují. Nakonec samotné lidské jedince vidí jako mutanty společnosti, kteří se chovají dle předepsaných dat ve své DNA, jako žijící stroje. Jednotlivci jako buňky ztracené v systému globálního těla bez svobodného myšlení a vůle plní svou úlohu pokorně a vzorně a obrazy ve službě reklamy-to je podle Baudrillarda náš svět. Po zamyšlení se nad otázkou co požaduje maskultura po umění v kontextu zmíněného, ob stojí pop art I PŘESTO, že mnozí namítali, že nemůže být považováno za umění jako takové jelikož není dostatečně proměnlivé a postrádá uměleckou invenci, autorova génia. Ten není přítomen ovšem jen zdánlivě, v myšlenkách a významech děl se vyskytuje vždy.

Jak vidíme umění prosadit nové umění za Umění je zřejmě to největší umění ze všech.

Trpělivost, znalosti, nápad, splněné požadavky doby versus profánní společnost ovládaná vyšší majetkovou a intelektuální sférou. Umění I PŘESTO (že musí jít společně se symbolismem jazyku masové kultury, který hlásá uniformitu všech, jedince bez vlastního svobodného myšlení, nápadů, jediné světové náboženství, vládu..) V KONFLIKTU tak toužící se přiblížit „prostým“ lidem, upozorňující na jejich problémy, jen v dnešní době už to není jen bída a hlad, ale také estetická otupělost, pohodlnost, neochota pátrat po pravdě, bouřit se vůči systému, slepá poslušnost vůči jeho konvencím a řádu.

Ale...

bez ohledu na nekonečné snahy umění zmanipulovat, znásilnit a koupit si ho do svých služeb.. Skutečné umění si vždy-ať už je první zdání jakékoli-uchovává svou tvář.

[1]

NAREMORE, James and BRANTLINGER, Patrick. Modernity and Mass Culture. 1. vyd. Indiana: Indiana University Press, 1991. 278 s. Chapter seven Baudrillard's America (and Ours?): Image, Virus, Catastrophe, s.135. ISBN 0-25333968-5, anglicky.

[2]

NAREMORE, James and BRANTLINGER, Patrick. Modernity and Mass Culture. 1. vyd. Indiana: Indiana University Press, 1991. 278 s. Chapter ten Appropriating Like Krazy: From Pop Art to Meta- Pop, s.207. ISBN 0-25333968-5, anglicky.

[3]

Ph.Dr. BALEKA Jan, Výtvarné umění, výkladový slovník. 1.vyd. Praha: Academia,1997, s. 429, s.281. ISBN978-80-200-1909-7