UMĚNÍ JAKO ZBOŽÍ

Současná hodnota umění

Adéla Mikšová

„Umění ve skutečnosti neexistuje. Existují pouze umělci. Kdysi to byli muži, kteří si vzali barevnou hlinku a na zeď jeskyně načrtli tvary bizona; dnes si někteří kupují barvy a navrhují plakáty pro plakátovací plochy; dělali a dělají i mnoho jiných věcí. Nazývat takovou činnost uměním můžeme tehdy, když si uvědomíme, že toto slovo může znamenat v různých dobách a místech velmi různorodé věci a pokud nám je jasné, že umění s velkým U neexistuje. Umění s velkým U se stalo jakýmsi strašákem a fetišem. (…) Pro prožitek z velkých uměleckých děl neexistuje větší překážka, než naše neochota zbavit se návyků a předsudků. Obraz znázorňující nečekaným zúpůsobem známý námět je často odsuzován z prostého důvodu, že někomu připadá, že není správně namalován. Čím častěji jsme viděli umělecké ztvárnění nějakého příběhu, tím pevněji jsme přesvědčeni, že příběh musí být vždy znázorněn podobným způsobem.“ ***1**

„Umění, v širším smyslu každá tvořivost, která řemeslnou dovedností dosahuje dokonalosti výsledku. (…) Předmětem umění je proto obecně člověk a jeho mnohostranné životní zájmy, hmotné a duchovní potřeby, vztah ke kosmu, přírodě, technické a kulturní civilizaci, stejně jako vztah k sobě a k jiným.“ ***2**

„Warhol nebyl žádný vizionář, žádný génius, nikdo takový, koho by trápil svět, byl ztělesněním profesionálního, manažerského typu umělce, který suverénně využíval všech médií a nezalekl se žádné triviality, byl to vůrobce softwaru pro umění, který udržoval celý systém v chodu, v podstatě koncepční umělec, který ale vytváří i umělecký hardware, podporující jeho osobnost umělce. (…) Díky jeho uměleckému přínosu není již umění tím, čím bylo dříve. (…) Warholem končí epocha měšťanského umění, nebo s požadavkem autonomie padá i převládající chápápní umění.“ ***3**

„**Zboží** je hmotný statek (přírodní nebo vyrobený), který je určen k prodeji. To znamená, že zboží za určitých podmínek změní svého majitele – vlastnictví produktu přechází z prodávajícího na kupujícího. Nejčastější podmínkou pro přechod vlastnictví je zaplacení kupní ceny.“ ***4**

Umění má bezpochyby velký význam v životě každého člověka, který se snaží zajímat o okolní dění – a co je důležitější – něco si z něj odnést. Nevidět pouze zřejmé, ale i skryté významy dějů, odehrávajících se denně okolo nás všech. Právě umění je skvělým pomocníkem pro lepší pochopení nejasného, pro pohled z jiného úhlu. Jeho další vlastností je rozvíření otázek, které mají za cíl rozšířit obzory diváka, posunout jeho mysl dál, než by kdy dokázala být bez něj. Co je ale umění, které nemá za cíl rozvíjet? Jaký je význam díla, které jen je, a jeho obsah nevykazuje známky sdělení? V tomto bodě přichází na scénu byznys. Taková díla jsou totiž součástí, v současnosti velmi rozšířeného, kultu nic neříkajícího populárního umění. V ten moment se dílo stává zbožím, protože jeho cílem je pobavit a vydělat, nic jiného. Z něčeho tak specifického a krásného se stává pouhý výrobek, jako každý jiný. Kdo zapříčinil, že díla, se kterými se denně setkávají miliony lidí, nemají obsah? Existuje viník? Jde vůbec o vinu?

Problém začíná již v základu – u vzniku děl. Nejjednodušším příkladem je současná situace tuzemských divadelních scén, zde se totiž převládající vyprázdněnost projevuje naprosto přímo. Pokud chceme problém ve zkratce popsat - k tomu, aby mohla vzniknout kvalitní představení, je potřeba nemalé sumy peněz. Fungování divadla, herci, autorská práva, technické zázemí, tvůrci – jelikož jde o práci, je potřeba výplat. A na ty je těžké sehnat peníze, protože – a to je velká součást problému – ministerstvo kultury a města (jejich správní orgány) nejsou ochotna přispívat odpovídajícími sumami. A nejen to – velké scény typu Městského divadla Brno nebo Divadla Ta Fantastika v Praze dostávají ročně mnohonásobně vyšší částky, než scény malé, které městské kase nepřinesou zdaleka tolik peněz, jako turisty nacpané sály velkých divadel. Je jasné, že to má svůj dopad i na kvalitě vznikajících představení – nepopulární témata a díla jsou předem odsouzena k zániku, na úkor velkolepých projektů bez sdělení, zato se spoustou efektů. Toto nemůže vést k ničemu jinému, než k deformaci současného českého divadla ve zboží. Nablýskanost je zde víc, než plodná myšlenka díla. Malé scény končí svá působení po celé republice, protože prostě nemají chuť vyrábět výrobky, ale tvořit. Zde se setkáváme tváří v tvář s uměním jako zbožím, s dopadem této skutečnosti v reálném světě, v tom nejblíž nám samotným.

Dál, a přesto blízko, je svět populární hudby, který se během jedné desítky let posunul na dno umění. Absence silných témat, opakování dávno napsaného a zpívaného, prvoplánová vulgarita – nejen tyto problémy dělají ze současného světového popu to, čím je – výsměchem všem zásadám o poctivé práci na uměleckém díle. Nejde o naivní vidění světa popu jako něčeho objevného a rozvíjejícho debaty, problémem je naprostá prázdnota, kterou obsahuje snad každá píseň, kterou současní ´velcí´ umělci vytvoří a internetem ji pošlou fanouškům napospas. *Umění, v širším smyslu každá tvořivost, která řemeslnou dovedností dosahuje dokonalosti výsledku.* - jasná a jednoduchá definice Jana Baleky je denně porušována. Žádný z autorů současné taneční populární hudby, která se z klubů dostává čím dál víc do života každého člověka, neprojevuje snahu alespoň předstírat, že je text něčím zajímavý a že by chtěl něco říct. Ne, naopak se dostáváme do situace, kdy dav všepříjímajících spotřebitelů chce slyšet to, co dříve, a myšlenka v jeho oblíbené písni mu je spíš překážkou. Banální rýmy, stokrát ohrané rytmy. Přesto je populární průmysl ten nejlépe fungující a jeho časy jsou nalinkované ještě daleko dopředu. Uvidíme, zda se v budoucnu uchýlí spíše k trendům rappera a rythmnbluesového zpěváka Ne-ya, (*Don't wake me up up up up up up / Don't wake me up up up up up up / Don't wake me up up up up up up / Don't wake me up, don't wake me / Don't wake me up (no) / Don't wake me up / Don't wake me up (yeah) / Don't wake me up up up up up up / Don't wake me up, don't wake me*)***5** nebo britské pop-alternativně rockové skupiny Coldplay. *(Every teardrop / Is a waterfall / So you can hurt / Hurt me bad / But still I'll raise the flag)****6**

Velkou roli v daném problému hraje pokrok – a jeho poskok, internet. Na tom se totiž denně objevují tisíce nových děl, která mají za cíl upoutat naši pozornost. Je jasné, že v dobách, kdy hlavním a skoro jediným médiem byla kniha, znamenalo dílo něco jiného, než teď, kdy má skoro každý občan civilizované země možnost tvořit a své dílo následně sdílet. To má jasný důsledek – svět je plný něčeho, co se považuje za dílo; a je jen na každém z nás, zda má dost síly a důvodů hledat v tom množství něco, co ho zaujme a osloví. Dalším efektem všudepřítomného internetu je také možnost krást. Stejně jako se kdykoliv můžeme dostat do Louvru a odnést si domů Monu Lisu,

tak také můžeme zadat do googlu odpovídající údaje o díle a během chvíle jej mít doma. Rozdíl mezi první a druhou možností je jasný – zatímco v prvním případě budeme nejspíš během nevelké chvíle souzeni za trestný čin, v druhém případě si dílo dosyta užijeme a postih nepřijde žádný. V takovém světě, ve kterém je krádež díla ignorovanou a běžnou součástí fungování umělecké sféry, se musíme zastavit a uvědomit si zásadní věc – rozdíl mezi hodnotou ukradeného obrazu a hodnotou, tedy cenou, čehokoliv staženého z internetu. Je celkem jasné, že tvůrce současného díla, které má zaútočit na přední příčky hitparád, ví moc dobře, že jeho výrobek bude kolovat internetem jako cosi erárního, neunikátního – prázdného. Směr, kterým se pop ubírá, je tedy celkem pochopitelný, nebo alespoň vysvětlitelný. Z lidí, které chápeme jako umělce, se stali anonymní autoři v závorkách za názvem písně a jejich zodpovědnost za dílo je celkem nulová. Proto si taky nelámou hlavu s následky svých činů. Neřeší, že jsou autory něčeho, s čím se setká denně obrovské množství lidí. Neřeší, že jejich tvorba ovlivňuje uvažování celé jedné generace. Jde tu jen o zisk. A ten přichází, pořád a pořád dokola.

Existuje cesta ven? Máme řešení situace, které by uspokojilo všechny? Autorka této práce se domnívá, že problém s financováním české kultury, je řešitelný jasně a jednodušše – orgány moci, které sedí na státních penězích by měli být lidé, kteří vidí do budoucnosti a nechtějí ji mít obalenou v lesklém balícím papíře, ale plnou zbořených tabu a nových, odvážných nápadů.

Komplexní řešení krize populárního umění nejspíš neexistuje. Je ale jedno řešení, jak to celé ustát a ještě si najít to své. Umění totiž není jen populární a, již zmiňovaný pokrok, má i své obrovsky světlé stránky. Talentovaný člověk odkudsi z Asie totiž může svoje dílo - které obsahuje myšlenku, pro nás samotné má nějaký význam - okamžitě vystavit na síť. My si jej z té sítě máme možnost tady a během pár sekund vzít. Řešením jsou tedy zdroje, ze kterých současné umění čerpápe. Správným výběrem zdrojů si zajistíme to, co ještě nikdy nikdo na této planetě neměl – neustále se obnovující prostor plný kvalitních informací, umění a možností interakce. Prostor, ve kterém nejde o kvalitu zboží, ale o sílu myšlenky.

***1** _ GOMBRICH, E. *Příběh umění*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1992, 558 s. Klub čtenářů. ISBN 80-207-0416-7.

***2** _ BALEKA, Jan. Výtvarné umění: *Výkladový slovník*.

***3** _ HONNEF, Klaus. *Andy Warhol*. TASCHEN. ISBN 3-8228-6696-2.

***4** _ Zboží. In: [online]. [cit. 2012-12-30]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Zbo%C5%BE%C3%AD

***5** _ Chris Brown: Don't wake me up. In: [online]. [cit. 2012-12-30]. Dostupné z: http://www.karaoketexty.cz/texty-pisni/brown-chris/don-t-wake-me-up-360883

***6** _ Coldplay: Every teardrop is a waterfall In: [online]. [cit. 2012-12-30]. Dostupné z: http://www.azlyrics.com/lyrics/coldplay/everyteardropisawaterfall.html