

3_UMĚLECKÉ REAKCE NA KULTURNÍ PRŮMYSL A POPULÁRNÍ (VIZUÁLNÍ) KULTURU. INDEPENDENT GROUP (PAOLOZZI, HAMILTON), POP ART (WARHOL, LICHTENSTEIN, OLDENBURG). NEPŘERUŠENÁ TRADICE POPU – OD 80. LET DO SOUČASNOSTI (KOONS, MURAKAMI)

Ve 30. letech se do centra pozornosti některých filosofů a kulturních kritiků (pro nás je důležitý především okruh tzv. Frankfurtské školy, kam patřili např. Walter Benjamin, Theodor Adorno, Max Horkheimer nebo Herbert Marcuse) začíná dostávat oblast masové produkce, které se svou povahou v některých ohledech blíží umění, ale v jiných se zásadně odlišuje. Jedním ze způsobů, jak označit kulturní produkci určenou pro široké masy především městského obyvatelstva, bylo spojení **masová kultura**. V průběhu 30. let, kdy v Evropě upevňovalo svou moc několik totalitních režimů, si tito kritici uvědomili také úzké sepětí masové kultury/zábavy a mocenského (ideologického) aparátu.

V knize *Dialektika osvícenství* (1947) nahradili Theodor Adorno a Max Horkheimer pojem „masová kultura“ spojením **kulturní průmysl**. Ten byl postaven jako určitý protiklad moderního umění, které se během osvícenství zformovalo jako oblast mimo sféru instrumentální racionality (charakteristické pro kapitalistické formy společenského zřízení). Pojem „průmysl“ podle Adorna odkazuje ke **standardizaci produkce a racionalizaci technik distribuce**. Adornovy úvahy o kulturním průmyslu lze v kratším výběru nalézt mj. zde: <http://glosy.info/texty/prehodnoceni-kulturniho-prumyslu/>

Pojem kulturního průmyslu je velmi blízký jinému klíčovému pojmu pro dnešní přednášku, a to je pojem nízké či populární kultury. Spojení „popular culture“ bychom sice mohli překládat jako „lidová kultura“, tady je však třeba odlišovat mezi lidovou kulturou, která vzniká v rámci tradičních (např. vesnických společenství) a „populární kulturou“, jež je lidem dodávána jako zboží ke konzumaci.

Nízká/populární kultura má daný soubor charakteristik:

- využívá klišé a opakování (orientuje se na masové publikum, proto musí být snadno stravitelná);
- jelikož je široce distribuována, je obvykle spojena s masovými médii (televize, film, nebo tisk);
- má komerční základ a je produkována jako komodita sloužící ke generování zisku.

Po 2. světové válce začaly být projevy populární kultury studovány a kriticky reflektovány napříč celým Západním světem. Ve Francii se jejím projevům věnoval ve svých slavných esejích **Roland Barthes** (výbor původně novinových článků vyšel v roce 1957 pod názvem *Mytologie*, do češtiny byl přeložen v roce 2004). Silně kritický přístup k projevům a mechanismům populární kultury nacházíme v teorii **Guy Deborda**, hlavního představitele Situacionistické internacionály. Debord spojuje oblast populární kultury s širším pojmem „spektákl“. Tady je jedna z jeho charakteristik v podání Stevena Besta a Douglase Kellera:

Debord chápe spektákl jako prostředek pacifikace a depolitizace; je to „nepřetržitá opiová válka“, která paralyzuje sociální subjekty a odvádí je od nejdůležitějšího úkolu reálného života, jímž je vzkríšení jejich všestranného lidského potenciálu skrze revoluční změnu. Pojem spektákl je podle Deborda neoddelitelný od pojmu oddělenosti, neboť v procesu pasivní konzumace spektáklu je

člověk oddělen od aktivní produkce vlastního života. [...] Situacionistický projekt naproti tomu požadoval překonání veškerých forem oddělenosti, aby jednotlivci mohli přímo produkovat své vlastní životy a vynalézat nové způsoby sebetvorby a kolektivní praxe.

(Steven BEST – Douglas KELLER, „Debord a postmoderní obrat. Nové etapy spektaklu“, *Sešit pro umění, teorii a příbuzné zóny*, roč. 2, 2008, č. 4–5, s. 74–101.)

V minulé přednášce jsme viděli, že řada představitelů francouzského **Nového realismu** se nebránila popularitě, jaká je vlastní spíše hvězdám kulturního průmyslu; zvláště u **Yvese Kleina** nacházíme strategie, které vypovídají o hledání cesty směrem k hvězdnému statusu (totéž, ale daleko intenzivněji a na delší časové ploše nacházíme později u Andy Warhola). Noví realisté se zajímali o oblast konzumu a produkce zboží všeho druhu (včetně toho kulturního).

VELKÁ BRITÁNIE – INDEPENDENT GROUP

Ve Velké Británii byl po 2. světové válce umělecký výzkum oblasti kulturního průmyslu teritoriem skupiny **Independent Group (IG)** <http://www.independentgroup.org.uk/index.html>. Samotná existence skupiny je vymežována lety 1952 až 1955 a úzce souvisí s jejími aktivitami v rámci londýnského **Institutu současného umění** (ICA, založen 1946); někteří členové IG byly s ICA spojeni také personálně. IG není uměleckou skupinou v tom slova smyslu, že by se jednalo pouze umělce, kteří by svoji skupinovitost demonstrovali společným vystavováním. IG se dá charakterizovat spíše jako „studijní skupina“, která se zaměřovala na širší škálu aktivit – zejména organizování výstav (jichž se někteří členové IG účastnili jako umělci), přednášek a diskuzí. V rámci IG lze identifikovat 3 základní skupiny: umělce, teoretiky a architektky, respektive designéry.

Umělci: **Richard Hamilton** (1922–2011), Nigel Henderson, **Eduardo Paolozzi** (1924–2005), William Turnbull

Teoretici: **Reyner Banham** (1921–1988), **Lawrence Alloway** (1926–1990), Toni del Renzio

Architekti/designéři: **Alison** (1928–1993) a **Peter** (1923–2003) **Smithsonovi**, James Stirling, Edward Wright

Autory z okruhu IG dnes vnímáme jako předchůdce britského a amerického pop artu. Je to dáno jejich intenzivním zájmem o oblast populární kultury a konzumní společnosti obecně. V roce 1952 prezentoval Eduardo Paolozzi v rámci výstavy *New Aspects of British Sculpture* sérii koláží nazvanou *Bibost! (Bunk!)*, které vnikly z tiskovin shromážděných během pobytu v Paříži na konci 40. let (skutečně vystaveny byly tyto koláže až v roce 1970). O rok později pak tento výběr prezentoval i v rámci ICA. Téma vztahu umění a populární kultury se pak do centra pozornosti IG dostalo v roce 1955. Do té doby byl hlavním teoretikem skupiny, který určoval tematické zaměření výstav a přednášek, Reyner Banham, který se soustředil na vztah vizuální kultury, techniky a vědy. V roce 1954 své aktivity v rámci skupiny utlumil a na jeho místo nastoupil Lawrence Alloway, který se později stal ředitelem ICA. Byl to údajně právě Alloway, který v roce 1958 v jednom ze svých článků poprvé „oficiálně“ použil spojení pop art.

Stejně jako někteří další představitelé IG Alloway na přelomu 50. a 60. let odešel do USA a těžiště britské avantgardy se přesunulo na **Royal College of Art**, kde už se formuje samotný okruh britského pop artu (**Peter Blake** (1932), **David Hockney** (1937) <http://www.hockneypictures.com>, **Allen Jones** (1937), **Ronald B. Kitaj** (1932–2007), **Patrick Caulfield** (1935–2006) a další).

Významným přínos IG spočívá s přístupem k organizování výstav. Někdy se v této souvislosti píše o specifické „nástěnkové estetice“. Zásadní je, aby výstava obsahovala určité sdělení, a za tímto účelem se v ní často spojují umělecké a neumělecké obrazy, vše podpořeno často velmi netradičními instalačními řešeními. Hlavní výstavy organizované členy IG byly: **Růst a forma** (1951, hlavní organizátor R. Hamilton), **Paralela mezi životem a uměním** (1953, Henderson, Paolozzi, Smithson), **Člověk, stroj a pohyb** (1955, Hamilton), **Toto je zítřek** (1956, výstavu připravovalo 12 pracovních skupin tvořených vždy umělcem, architektem a designérem).

Co se týče vztahu k populární kultuře, nízkému umění, kýči a konzumerismu, stojí IG někde mezi radikálním odmítnutím, jaké nacházíme např. u Clementa Greenberga a Theodora Adorna, a afirmativním postojem, jaký je charakteristický pro samotný pop art. Je to postoj zkoumavý, možná trochu povýšený, každopádně zaujímající kritický odstup.

USA – POP ART

V USA se pop art rozvíjí jako jedna z mnoha tendencí, které problematizují převládající doktrínu modernistického umění, jak ji prezentoval vlivný kritik Clement Greenberg. Ten na konci 30. let publikoval esej *Avantgarda a kýč*, v níž tvrdí, že avantgardní umění představuje jedinou obranu proti narůstajícímu objemu falešného umění (kýče), které je masově produkováno k uspokojení chabého vkusu nepřilíživě vzdělaných mas. Je určitým paradoxem, že většina známých představitelů amerického pop artu celkem dobře naplňuje Greenbergovo spojení malby a **plochosti**. Na začátku můžeme vidět Johnsonovy malby s motivy terčů nebo amerických vlajek. Co na představitelích pop artu dobové kritiky obzvláště iritovalo, byl ostentativní zájem o produkty populární kultury, o konzum, o kýč. Tematický obsah, nikoli formální kvality byly trnem v oku. Nebo ještě lépe – bylo jím spojení „pokleslého obsahu“ s formálními postupy rozvíjenými v rámci tradice (vysokého) modernistického umění.

Příklad dobové kritiky můžeme najít např. v recenzi Barbary Rose z roku 1963 (není zcela jasné, jestli se jednalo o reakci na Warhola nebo Lichtensteina): *„Jeho obrazy mě přijdou urážlivé; obtěžuje mě, že se mám v galerii dívat na totéž, co jsem nucena sledovat v supermarketu. Do galerie chodím proto, abych ze supermarketu unikla, ne proto, abych si zopakovala zkušenost s ním.“*

Roy Lichtenstein (1923–1997) http://www.moma.org/collection/artist.php?artist_id=3542 získal magisterský titul v roce 1949, stejně jako mnozí jiní díky programu G. I. Bill. V 50. letech byla jeho malba založena na ironicky distancovaných reinterpretacích moderního evropského malířství. Na konci roku 1960 začal (ve stejný čas jako Andy Warhol) malovat obrazy s komiksovou tematikou. Zatímco pro Warhola to byl pouze první krok na cestě, která se později ubírala jiným směrem, Lichtenstein se „komiksovým malbám“ věnoval daleko systematictěji. Jeho práce přitom velice poučeně reprodukuje nejen specifickou formální kvalitu komiksu (s jeho vinětami, textovými bublinami, výraznými citoslovci nebo rastry nízkonákladového barevného tisku), ale také specifickou tradici modernistické malby (můžeme uvažovat o zjevných inspiracích u kubistů, Matisse nebo Légera).

Andy Warhol (1928–1987) je zřejmě nejznámějším představitelem pop artu. Jeho práce je však až příliš komplexní na to, aby se dala touto škatulkou vyčerpat. Studoval na Carnegie Institute v Pittsburghu, kde bylo kurikulum výrazně ovlivněno dědictvím Bauhausu (zprostředkovaným přes chicagský institut designu založený Laszlem Moholy-Nagyem), posunutým ovšem směrem k využití v dynamicky se rozvíjícím kulturním a spotřebním průmyslu. V 50. letech se živil jako komerční umělec, navrhoval reklamní kampaně, z nich bývají připomínány např. vizuály pro obuvní firmu I. Miller & Sons. V roce 1960 vznikají první malby vedené snahou prosadit se ve světě vysokého umění. Sem spadají známé malby parodující do jisté míry v té době populární „participativní estetiku“ (vedenou představou, že divák by se měl do percepce díla nějak aktivněji zapojit), jako je např. série *Do It Yourself* (1962). V této době maluje také různé komerční produkty a obrazy s komiksovou tematikou.

Je paradoxní, že Warhol se jako malíř proslavil v letech 1962–65, tj. právě v době, kdy začal intenzivně využívat síťotisk a kdy jeho práce vznikaly jako výsledek kolektivního úsilí velkého množství asistentů. V těchto třech letech vzniklo okolo 2000 prací. Velmi často se jednalo o velké série prakticky identických obrazů, které přesto měly jistý punc originality – tisklo se obvykle na nenapnutá plátna, takže během rámování pak každý jednotlivý obraz měl trochu jinou kompozici. Některé síťotisky byly doplňovány o závěrečné lazurní tahy štětcem, které dodávaly obrazům punc autenticity (a zároveň je můžeme vnímat jako totální výsměch autografickému gestu abstraktního expresionismu). Warhol v této době nastavil model autorství jako korporátní identity. Jeho jméno fungovalo jako značka, která dodávala punc autenticity předmětům, na jejichž tvorbě se podílela řada více či méně anonymních spolupracovníků.

Na těchto síťotiscích se často objevují motivy spotřebního zboží (slavné série s Campbellovými polévkami, krabice Brillo atd.). Dalším charakteristickým motivem jsou portréty hvězd, jako např. Marilyn Monroe nebo Jackie Kennedyová. Posedlost slávou je známým rysem života a práce Andy Warhola. Neprojevovala se pouze ve výtvarné tvorbě – Warhol vydával od roku 1969 časopis *Interview* (rozhovor s jeho pozdějším editorem <http://www.tate.org.uk/tateetc/issue17/poplife2.htm>), v 80. letech měl vlastní kanál kabelové televize **Andy Warhol TV**. Kromě zájmu o hvězdy Warhol svým vlastním životem a způsobem, jakým zaznamenával život v rámci **Factory**, přispěl k rozvoji toho, co se označuje jako „kultura celebrit“ (*celebrity culture*). Na rozdíl od hvězd (*stars*), které si svou slávu získaly na základě performativních výkonů (hereckých, zpěváckých...), je zájem o celebrity stimulován možností nahlížet do jejich privátního života. Médii vyhledávanými „událostmi“ se pak stávají takové banality, jako co si kdo oblékne, co kde kdo řekl, nebo kdo se s kým vyspal.

Další představitelé amerického pop artu:

Z umělců zmíněných v minulé přednášce bývají k pop artu řazeni **Jasper Johns**, **Robert Rauschenberg** a **Claes Oldenburg**.

James Rosenquist (1933) Po studiích na univerzitě v Minnesotě se polovině 50. let přestěhoval do New Yorku, kde navštěvoval na stipendium Art Students League. Od roku 1957 pracoval jako reklamní malíř a techniky, které si osvojil v této oblasti, pak od začátku 60. let začal využívat také v malbě. Pro Rosenquista 60. let jsou charakteristické často monumentální formáty, v nichž zhodnocuje řemeslnou zručnost. Od umělců, jako byl Lichtenstein nebo Warhol, se Rosenquist lišil výrazným zájmem o politická témata, jak jde vidět např. v rané práci *Prezidentská volba* (1961) nebo

ve slavné kompozici *F-111* (1964) kombinující odkazy na americkou intervenci ve Vietnamu, konzumerismus, daňový systém... Jeho práci můžeme také vnímat jako jeden z výrazných inspiračních vlivů amerického fotorealismu.

Ed Ruscha (1937) Na konci 50. let začal pracovat a na kolážích a kombinovaných technikách, které byly blízké těm Rauschenbergovým. Do vztahu k pop artu bývá dáván především na základě maleb tematizujících loga či logotypy různých produktů a institucí. Utkvělým tématem je Hollywood jako továrna na sny. Textové obrazy Ruscha tvoří kontinuálně a je to jedna celistvá linie jeho tvorby, která doplňuje jeho konceptuální fotografie, jimž se budeme věnovat v jedné z následujících přednášek.

Odkazy k pop artu ve střední Evropě

Sigmar Polke (1941–2010) a **Gerhard Richter** (1932) http://www.gerhard-richter.com/art/paintings/photo_paintings/category.php?catID=27 v polovině 60. let vyhlásili směr „kapitalistického realismu“, což byla zjevná narážka na oficiální umění Východního bloku. Pro oba byl v této době charakteristický zájem o spotřební kulturu, o masmédiá a masmediální reprezentace každodenního života, politiky, zboží... Polke v druhé polovině 60. let, zjevně pod vlivem Lichtensteina, pracoval s tečkováním a rastry.

Pokračující zájem o témata konzumerismu, populární kultury a kýče

Jeff Koons <http://www.jeffkoons.com/site/index.html>

Richard Prince <http://www.richardprince.com/photographs/cowboys/>

Mike Kelley <http://www.laartdiary.com/2011/01/mike-kelley.html>

<http://www.stedelijk.nl/en/40051/exhibition-mike-kelley>

Takashi Murakami <http://www.youtube.com/watch?v=H1qQykCo3YQ>

<http://www.youtube.com/watch?v=K1EVMw5EVM> představuje v současnosti asi nejradikálnější fúzi umění a obchodu, v tomto ohledu je pravým dědicem Andy Warhola. Je mj. zakladatelem (a taky vlastně šéfem) umělecké skupiny / produkční společnosti Kaikai Kiki.

české umění po roce 1989 např.:

Vít Soukup <http://www.vit-soukup.cz/obrazy.html>

Tomáš Lahoda <http://www.lahoda.com/o/jeleni/index.php>