

“Echoes of the Wrong Laughter:
Post-Internet Art and the Culture Industry”

Abstract

The essay focuses on a new art movement called “Post-Internet” and its approach to the Culture Industry. In the first parts of the article the author introduces the reader to the main facts about the so-called “Post-Internet Condition”, in which the Internet becomes a banal aspect of our everyday lives, and about “Post-Internet Art” as a response to this overall change in the cultural climate. In the following sections the author examines the ambitions of Post-Internet Art with regard to the Culture Industry, comparing and contrasting the conceptual apparatus of Critical Theory with a current political tendency known as Accelerationism. The analysis of Post-Internet Art as represented by the DIS collective leads the author to conclude that this recent movement reinforces the ubiquitous power of the Culture Industry while harmlessly parodying its forms and strategies. The effect is the “wrong laughter”, which “echoes the inescapability of power”.

Keywords

Post-Internet – Culture Industry – DIS collective – Accelerationism

Klíčová slova

postinternet – kulturní průmysl – kolektiv DIS – akceleracionismus

Autor je doktorandem na Katedře estetiky Filozofické fakulty UK v Praze a redaktorem Sešitu pro umění, teorii a příbuzné zóny.

vaclavmagid@gmail.com

66

OZVĚNY ŠPATNÉHO SMÍCHU.
POSTINTERNETOVÉ UMĚNÍ
A KULTURNÍ PRŮMYSL
VÁCLAV MAGID

Tento článek se zabývá některými aspekty relativně aktuálního trendu postinternetového umění. Ačkoli v úvodních kapitolách věnuji jisté úsilí tomu, abych představil tuto tendenci, naznačil její východiska a uvedl pár příkladů typických postupů, cílem textu není klást otázku vhodnosti pojmu „postinternet“ ani vstupovat bez náležité orientace do jeho reflexe na poli teorie nových médií a internetové kultury. Místo toho se zaměřuji na analýzu specifického způsobu, jak postinternetové umění využívá produkty a strategie kulturního průmyslu. Tento výraz zde používám primárně v jeho běžném, neteoretickém chápání coby shrnující označení pro formy masové zábavy a konzumní estetiky. Přesto v některých bodech svého rozboru navazuji na odkaz kritické teorie, v jejímž rámci byl pojem kulturního průmyslu původně vypracován.

67

Ve své interpretaci se nejprve věnuji částečným podobnostem postinternetového umění se staršími modely přivlastňování zboží estetiky v moderním a postmoderním umění, jež jsou popisovány pomocí kategorií „mimésis zvěcnění“, „přeznačení“ či „subversivní afirmace“. Odlišnost postinternetového umění oproti této tradici ale ukazuje, že se na ně lépe hodí výkladový rámec tzv. akceleracionismu. Přijetí role „umělce jako značky“ (*artist-as-brand*) prosazujícího se prostřednictvím sociálních sítí neslouží v postinternetovém umění kritice stávající podoby kapitalismu, ale má přinést umělcům osvobození od rigidních institucionálních struktur světa umění.

Kritici postinternetovým umělcům vytýkají, že vůči tomuto očekávání selhávají, když využívají prvky internetové kultury, aby uspěli v galerijním systému, a tím dotyčný systém znovu legitimizují. Mé výhrady oproti tomu směřují vůči samotným intencím, které motivují postinternetové umělce k afirmaci konzumerismu. Snažím se ukázat, že jejich odmítnutí zaujmout kritickou distanci vůči internetovým

obchodním strategiím, spojené s úsilím vymanit se ze spárů tradičního trhu s uměním, ústí do nivelizace rozdílů mezi oběma oblastmi v rámci zastřešující tržní logiky. Parodické a sebereflexivní prvky, kterými se vyznačují rozebírané umělecké projekty, nepodněcují k odporu, ale pouze vyvolávají „špatný smích“, který je symptomem bezvýchodnosti tváří v tvář dnešním ekonomickým a politickým podmínkám kultury.¹

I.

K nejčastěji opakovaným klíše o postinternetovém umění patří tvrzení, že se dá jen obtížně definovat. V tomto duchu hlásá název článku na webu *Art F City* z října tohoto roku, že tu „konečně“ máme „napůl definitivní definici postinternetového umění“.² Text je věnován katalogu výstavy *Umění po internetu* v Ullens Center of Contemporary Art v Pekingu.³ Karen Archey a Robin Peckham, kteří výstavu i katalog připravili, vymezují pojem „postinternet“ v kontextu současného umění jako označení pro „umělecký objekt vytvářený s vědomím sítí, v jejichž rámci existuje, od koncepce a produkce až po šíření a recepci“.⁴ Tato definice ovšem sotva přidává něco nového k explozi definic v době zrodu tohoto „předčasně kanonizovaného“ trendu, který podle některých kritiků ztroskotat mimo jiné právě v důsledku „soustředění diskursu kolem specifického pojmu“.⁵

Termín „postinternet“ poprvé použila roku 2008 umělkyně Marisa Olson,⁶ která ale už v roce 2006 mluvila o umění „po internetu“ (*after internet*). Olson se těmito výrazy snažila charakterizovat své „performance, písně, fotografie, texty nebo instalace“, které vznikly

¹ Děkuji Ondřeji Dadejkovi a Jakubu Stejskalovi stejně jako dvěma anonymním recenzentům za cenné kritické připomínky, které vedly k zásadnímu přepracování textu.

² Paddy JOHNSON, „Finally, a Semi-Definitive Definition of Post-Internet Art“, *Art F City*, 14. října 2014, <http://artfcity.com/2014/10/14/finally-a-semi-definitive-definition-of-post-internet-art/> (cit. 1. 11. 2014).

³ Karen ARCHEY – Robin PECKHAM (eds.), *Art Post-Internet. Information / Data*, Peking: Ullens Center for Contemporary Art 2014; katalog je volně přístupný ke stažení na <http://post-inter.net/> (cit. 1. 11. 2014).

⁴ *Ibid.*, s. 8.

⁵ Ben VICKERS, „Some Brief Notes on: How Post-Internet Got Lost“, *Pastebin*, 21. října 2013, <http://pastebin.com/bm1EKB9H> (cit. 1. 11. 2014).

⁶ Régine DEBATTY, „Interview with Marisa Olson“, <http://we-make-money-not-art.com/archives/2008/03/how-does-one-become-marisa.php> (cit. 19. 9. 2014).

v důsledku „kompulsivního surfování a stahování“.⁷ Časové indikatory „post“ nebo „after“ v tomto případě nemají označovat nějakou novou fázi v kultuře, ale jednoduše vystihují konkrétní metodu práce.⁸ Na rostoucí význam internetu pro současné umění poukazuje také obrat „internetově uvědomělé“ (*Internet Aware*) umění, který ve stejné době vyslovil umělec Guthrie Lonergan.⁹

K rozšíření a popularizaci různých variant výrazu „postinternet“ přispělo několik online publikací, jež se objevily kolem přelomu dekad. Právě díky těmto textům získává temporální údaj „post“ obecnější význam zachycení nového paradigmatu v kultuře. V letech 2009–2010 umělecký kritik Gene McHugh provozoval blog s názvem *Post Internet*, na kterém denně publikoval žánrově různorodé texty.¹⁰ Mezi příspěvky z tohoto blogu najdeme shrnutí debat kolem pojmu, charakteristiku a interpretaci strategií spojovaných s postinternetovým uměním, reflexi tvorby řady umělců, kteří se autorovi zdáli relevantní pro daný trend,¹¹ ale také performativní textové experimenty, jež dovolují charakterizovat samotný blog jako dílo postinternetového umění.¹² V roce 2010 umělkyně Katja Novitskova zahajuje projekt *Manuál přežití po internetu*, který má podobu brožury, blogu i série instalací.¹³ Novitskova v něm usiluje o jakousi katalogizaci zdánlivě spolu nesouvisejících kulturních fenoménů ve světě, kde „internet je neviditelnou daností, jako cesty a stromy, a slouží k navigaci nejen mezi informacemi, ale také v materii a prostoru“.¹⁴ Ve stejném roce publikuje umělec Artie Vierkant na webu esej „Objekt obrazu po internetu“, který je zároveň teoretickou

⁷ Lauren CORNELL, „Closing the Gap between Art and Life Online“, *TimeOut New York*, 9. února 2006, <http://www.timeout.com/newyork/art/net-results> (cit. 19. 9. 2014).

⁸ Například v díle *Abe & Mo Sing the Blogs* Olson ve dvojici s dalším umělcem zhudebnila texty z různých blogů, načež zveřejnila výsledné album rovněž ve formě blogu obsahujícího odkazy na soubory mp3 s písněmi a na původní blogy, <http://www.linkoln.net/abeandmosingtheblogs/> (cit. 19. 9. 2014).

⁹ Thomas BEARD, „Interview with Guthrie Lonergan“, *Rhizome*, 26. března 2008, <http://rhizome.org/editorial/2008/mar/26/interview-with-guthrie-lonergan/> (cit. 19. 9. 2014).

¹⁰ Blog je v tuto chvíli již nefunkční, texty z blogu ale vyšly v knižní podobě jako Gene MCHUGH, *Post Internet. Notes on the Internet and Art 12.29.09 > 09.05.10*, Brescia: LINK Editions 2011.

¹¹ Například Kari Altmann, Cory Arcangel, Harm van den Dorpel, Martijn Hendriks, Martin Kohout, Seth Price, Ryan Trecartin, Damon Zucconi a další.

¹² Domenico QUARANTA, „Editor's Note. Criticism as Performance“, in: MCHUGH, *Post Internet*, s. 2.

¹³ Katja NOVITSKOVA, *Post Internet Survival Guide*, <http://katjanovi.net/postinternetsurvivalguide.html> (cit. 1. 11. 2014).

¹⁴ *Ibid.*

reflexí tzv. postinternetové situace v kultuře i manifestem jedné z podob postinternetového umění.**15**

Kolem roku 2010, kdy se objevují klíčové charakteristiky postinternetového umění, cirkuluje tento pojem a související debata uvnitř poměrně úzké komunity umělců (usazených převážně v New Yorku a Berlíně) propojených prostřednictvím sociálních sítí. Do středu pozornosti světa umění se pojem „postinternet“ dostává během následujících pár let, mimo jiné také díky panelům a publikacím věnovaným jeho kritické revizi.**16** Současně s tím, jak se objevují kritické hlasy konstatující selhání postinternetového umění coby pokusu zohlednit v umělecké praxi změnu kulturních podmínek vlivem internetu,**17** dochází ke konjunktuře tohoto trendu v galerijním prostředí. Na přelomu let 2013–2014 probíhá v Kasselu ambiciózní výstava *Spekulace o anonymních materiálech*, jež se pokouší uvést tvorbu postinternetových umělců do užšího vztahu s časově souběžným směrem spekulativního realismu ve filosofii.**18** Následuje již zmíněná bilancující výstava *Umění po internetu* v Pekingu.**19** Zároveň se debata dočkává shrnujících knižních publikací.**20** Ke konci roku se v médiích objevuje zpráva, že byl postinternetový umělecký kolektiv DIS pověřen kurátorskou přípravou příštího Berlínského bienále**21** – což, jak uvidíme, je zároveň rozporuplný i příznačný moment.

S výše zmíněným klišé o údajné neuchopitelnosti pojmu „postinternet“ kontrastuje relativní snadnost, s jakou dnes dokážeme podle řady typických rysů rozpoznat díla zapadající do této škatulky. Zde si opět

70

15 Artie VIERKANT, „The Image Object Post-Internet“, http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_us.pdf (cit. 19. 9. 2014), česky jako „Objekt obrazu po internetu“ v tomto čísle *Sešitu*.

16 Panel „Post-Net Aesthetics“ organizovaný Karen Archey a *Rhizome*, Institute of Contemporary Arts, Londýn, 17. října 2013, <http://new.livestream.com/icalondon/events/2464307> (cit. 1. 11. 2014); kulatý stůl časopisu *Frieze* vedený kurátorkou Lauren CORNELL, „Beginnings + Ends“, *Frieze*, č. 159, listopad – prosinec 2013, s. 126–131.

17 VICKERS, „Some Brief Notes“; Jennifer CHAN, „Notes on Post-Internet“, in: Omar KHOLEIF, *You Are Here. Art After the Internet*, Londýn: Space – Manchester: Cornerhouse 2014, s. 106–123; Michael CONNOR, „Post-Internet. What It Is and What It Was“, in: KHOLEIF, *You Are Here*, s. 56–65.

18 *Speculations on Anonymous Materials*, kurátorka Susanne Pfeffer, Kassel: Fridericianum 29. 9. 2013 – 23. 2. 2014.

19 *Art Post-Internet*, kurátoři Karen Archey a Robin Peckham, Peking: Ullens Center for Contemporary Art, 1. 3. 2014 – 11. 5. 2014.

20 KHOLEIF, *You Are Here*; Joanne MCNEIL – Domenico QUARANTA – Nick LAMBERT, *Art and the Internet*, Londýn: Black Dog 2014.

21 <http://www.berlinbiennale.de/blog/en/allgemein-en/dis-appointed-curatorial-team-of-the-9th-berlin-biennale-for-contemporary-art-35986> (cit. 1. 11. 2014).

můžeme vypomoci s definicí Archey a Peckhama, podle nichž valná část představitelů této tendence „využívá vizuální rétoriku reklamy, grafického designu, obrazů z fotobank [*stock imagery*], korporátních značek, vizuálních obchodních metod a komerčních softwarových nástrojů“.**22** Nejčastěji se nám vybaví instalace či objekty umístěné v asketicky čistých galerijních prostorech, snoubící digitální obrazové prvky, robustní konstrukce ze stavebních prefabrikátů a naopak lehké, amorfni či průhledné materiály (plexiskla, látky, tekutiny). Tato převládající podoba postinternetových realizací také dovoluje zformulovat o něco vulgárnější charakteristiku, podle níž by toto umění spočívalo jednoduše v přenesení vizuálních forem webu do galerijního prostředí. Významná část postinternetové tvorby se ovšem stále prezentuje primárně nebo výlučně na webu. Může mít podobu videí nahraných na YouTube, uměleckých blogů, příspěvků do debat na sociálních sítích, internetového časopisu či obchodu.

II.

V debatě kolem termínu „postinternet“ je možné rozlišit dvě základní, částečně se překrývající roviny, v nichž se používá. Hovoří se jednak o postinternetové situaci (*post-internet condition*) jako charakteristice současné doby, jednak o postinternetovém umění, které uvědoměle reaguje na tuto situaci, činí ji zjevnou a také na ní různými způsoby participuje (otázkou záhy bude, zda kriticky či afirmativně).

Obrat „postinternetová situace“ má signalizovat určitou proměnu statusu internetu a spolu s ní také zlom celkových společenských podmínek. Gene McHugh charakterizuje postinternetovou situaci jako moment, kdy internet už není novinkou, ale stává se banalitou, tedy je akceptován jako neodmyslitelná součást našich každodenních životů.**23** Díky dostupnosti elektronických zařízení s přístupem k internetu můžeme být neustále připojeni a sdílet své prožitky v reálném světě s našimi „přáteli“ ve světě virtuálním. V tomto ohledu sehrál – vedle masového rozšíření smartphonů – zásadní roli nástup Webu 2.0, kdy se objevily bezplatné a snadno ovladatelné publikační platformy,

71

22 Karen ARCHEY – Robin PECKHAM, „Essay“, in: *eidem*, *Art Post-Internet*, s. 9.

23 MCHUGH, *Post Internet*, s. 16.

jež umožnily běžným uživatelům, nemajícím ponětí o programování, sdílet své obsahy na internetu.

Otevření se internetu širokým masám uživatelů je poněkud paradoxně doprovázeno rétorikou „smrti internetu“. **24** Ta má zřejmě poukazovat na odvrácenou stránku rozšiřování možností aktivní participace na utváření podoby webu, nejvíce patrnou v případě korporátně spravovaných sociálních sítí, jako je Facebook – totiž na nárůst dohledu a regulace. Naše aktivity na webu jsou sledovány s komerčními a politickými cíli. Podle Hito Steyerl je internet mrtvý v tom smyslu, že se proměnil z otevřeného pole možností na prostředí totální kontroly, prosazování monopolů a konformismu. **25**

Ústřední charakteristikou postinternetové situace je zhroucení hranice mezi světem online a offline. Internet ovlivňuje naše vnímání a myšlení i ve chvílích, kdy nejsme připojeni, což vede k prohlášením, že jsme dospěli do „internetového stavu mysli“. **26** Zkratka „IRL“ (*in a real life*) jako označení „skutečného života“ v protikladu k našim aktivitám online ztrácí opodstatnění, protože čas strávený u klávesnic se stal převládající částí našeho skutečného života. **27** „Internet“ už nechápeme jako prostředí, kam můžeme utéct před světem, ale jako „svět, ze kterého se snažíme utéct“. **28**

Dopady rozhodnutí učiněných v online komunikaci či způsoby reprezentace reality na internetu ovlivňují dokonce životy těch, kdo možnost připojení nikdy neměli. Řčení, že dnes je internet všude, tedy v posledku nemusí souviset s mírou dostupnosti připojení. Je všude, protože expanduje do světa offline, kde působí „jako způsob života, dohledu, produkce a organizace – jako forma intenzivního voyeurismu, který jde ruku v ruce s maximem neprůhlednosti“. **29**

Steyerl popisuje svět prosycený internetem jako realitu sestávající z obrazů, které se přelily za hranice obrazovek a získaly novou materiální podobu. Přitom je podstatné, že se jedná o obrazy „editované“, např. o fotografie upravené v programu Photoshop. Podle Steyerl se do

72

24 Hito STEYERL, „Too Much World. Is the Internet Dead?“, *e-flux journal*, listopad 2013, č. 49, <http://www.e-flux.com/journal/too-much-world-is-the-internet-dead/> (cit. 1. 11. 2014).

25 *Ibid.*

26 ARCHEY – PECKHAM, „Essay“, s. 8.

27 Domenico QUARANTA, „Umění a internet 1994–2014. Poznámky a komentáře k postinternetovému umění“, *A2*, roč. 10, 19. listopadu 2014, č. 24, s. 19.

28 MCHUGH, *Post Internet*, s. 5.

29 STEYERL, „Too Much World“.

fyzického světa přesouvá nejen forma těchto obrazů, ale také funkce používané k obrazové postprodukci. Jejimi slovy, „nástroje postprodukce: stříh, korekce barev, filtry, ořezávání [...] se staly prostředky vytváření nejen obrazů, ale následně také světa“. **30** Výsledný efekt pak Steyerl přirovnává k Borgesově mapě překrývající celé území, která jej ale v tomto případě dokonce překračuje: díky množství postprodukčně upravených obrazů dnes najednou máme „příliš mnoho světa“. **31**

Úvahy Steyerl o převaze postprodukovaných obrazů nad realitou se zdají zapadat do dlouhé myšlenkové linie, sahající přes Baudrillardovu „hyperrealitu“ a Debordův „spektákl“ až k Adornovým a Horkheimerovým analýzám kulturního průmyslu. Autoři *Dialektiky osvícenství* líčí – s ohledem na dobový stav médií masového přenosu – modelový příklad návštěvníka kina, který po skončení promítání vnímá ulici, do níž vychází, jako pokračování právě zhlédnutého filmu. **32** Schémata kulturního průmyslu mají podle Adorna a Horkheimera ochromit představivost konzumentů, a tak zajistit, „aby smysly lidí – od jejich večerního odchodu z továrny až po příchod k píchačkám druhého dne – nesly pečet onoho pracovního procesu, který musí přes den snášet“. **33**

Významným rozdílem oproti modelu kulturního průmyslu je ovšem skutečnost, že vztah mezi původci a příjemci informací či kulturních projevů není ve světě po internetu jednosměrný. Jedinec zde není pasivním divákem obrazů nahrazujících realitu, ale sám se podílí na jejich vytváření a šíření. **34** V této souvislosti můžeme opět citovat Hito Steyerl: s masovou dostupností prostředků digitální úpravy fotografií a jejich sdílení na internetu přestává být produkce obrazů specializovanou činností a stává se „masovou postprodukcí ve věku davové kreativity“. **35** Steyerl v této souvislosti ne bez jistého sarkasmu parafrázuje avantgardní klišé, že se tak téměř každý stává umělcem. Stačí se zapojit do koloběhu přenosu a postprodukce – publikovat tweety, facebookové statusy či fotografie na Instagramu, označovat

73

30 *Ibid.*

31 *Ibid.*

32 Theodor W. ADORNO – Max HORKHEIMER, *Dialektika osvícenství*, Praha: OIKOYMENH 2009, s. 128.

33 *Ibid.*, s. 132–133.

34 VIERKANT, „Objekt obrazu“, s. 106.

35 STEYERL, „Too Much World“.

na sociálních sítích příspěvky, které se nám „líbí“, přebírat, upravovat a dále rozesílat memy...**36** Tato exploze možností participace na obsahu webu bývá v debatě kolem postinternetu označována výrazem „všudypřítomné autorství“ (*ubiquitous authorship*).**37**

Obrátíme-li se ale znova k možným paralelám s Adornovou a Horkheimerovou analýzou kulturního průmyslu, lze vůči optimismu ohledně možností masové participace na utváření obsahu webu vznést jisté skeptické výhrady. Objevuje se v horizontálním prostoru vzájemné výměny mezi uživateli něco, co by se zásadně vymykalo standardům vkusu vnucovaným shora? Neústí „všudypřítomné autorství“ z velké části do pouhé artikulace konzumních preferencí?**38** Nepohybujeme se zde v kruhu „manipulace a retroaktivních potřeb“, v němž se průmysl „přízpůsobuje výsledku hlasování, který sám podnítl“?**39**

Výraz „postinternetová situace“ konečně charakterizuje také způsob, jak se vlivem internetu celkově proměnila naše zkušenost s uměleckými díly. V recepci umění dnes převládá prohlížení si digitální dokumentace výstav, nejčastěji ve formátu jpg. Tento model prezentace na jednu stranu ochuzuje díla o jejich materiální charakter, na druhou stranu je obohacuje o nové významy tím, že je dává do souvislosti s dalšími informacemi a obrazy v kontextu dané webové stránky.**40** Potud by se situace mohla jevit jako pouhý další stupeň technické reprodukovatelnosti díla. Nové je ale to, že v době všudypřítomného autorství se každému otevírá možnost participovat na vytváření, manipulaci a šíření reprodukováných obrazů. V rámci permanentní cirkulace a rekontextualizace ztrácí smysl připisovat někomu zásluhu za vznik díla nebo brát ohled na autorskou intenci coby ukazatel správného porozumění jeho smyslu. Podle některých autorů zde namísto ostré hranice mezi produkcí a recepcí nastupuje

74

36 Pojem „mem“ označuje v kontextu internetu obraz cirkulující v síti mezi různými uživateli a zažívající přítom formální i významové proměny, aniž by bylo možné nebo žádoucí vystopovat jeho originální podobu.

37 VIERKANT, „Objekt obrazu“, s. 106.

38 „Mají svá přání. Neomylně trvají na ideologii, kterou byli zotročeni.“ ADORNO – HORKHEIMER, *Dialektika osvícenství*, s. 135.

39 *Ibid.*, s. 163.

40 Louis Doulas nazývá umělecké objekty prezentované v galeriích, jež byly digitálně zdokumentovány, uměním „konvertovaným“ do digitální podoby, aby je tak odlišil od umění, jež je digitální od svého vzniku, jako jsou webové stránky, digitální obrazy či skladby vytvořené na počítači. LOUIS DOULAS, „Within Post-Internet. Part One“, s. 4, <http://louisdoulas.info/wp-content/uploads/2014/11/Within-Post-Internet-Part-One.pdf> (cit. 15. 11. 2014).

model sítě diváků-autorů (*viewer-authors*), kteří si mezi sebou sdílejí ustavičně se proměňující digitální obrazy.**41**

III.

Postinternetové umění lze chápat jako pokus odpovědět na otázku, jak má vypadat tvorba, která chce po vzoru avantgardy reflektovat podmínky a možnosti kultury, ovšem v době po internetu. Hito Steyerl navrhuje, že by dnešní analogií produktivismu (tedy pozdní fáze sovětského konstruktivismu, založené na spolupráci mezi umělci a průmyslem), mohl být přístup, který nazývá „cirkulacionismem“.**42** Jednalo by se o umělecké intervence, jež se snaží překódovat existujících sítě, vytvářet v nich zkratky, hledat cesty, jak obcházet korporátní omezení. Podobně, jak se to stalo produktivismu, hrozí ovšem podle Steyerl i cirkulacionismu nebezpečí, že se promění v pouhý ornament systému produkce, v tomto případě spjatého s internetem.

Může být zajímavé porovnat podnět Steyerl s následující výzvou, kterou kdysi produktivistům adresovala redakce časopisu *LEF*: „Učíte-li dělníky, učte se od dělníka. Když ze svých pokojů diktujete estetická nařízení továrně, stáváte se pouhými zadavateli.“**43** Umělci, kteří dnes usilují o to přiblížit se převládající formě produkce, se už nechtějí učit od dělníků, ale právě od zadavatelů. Tím, co do díla vkládají, není práce, ale značka – což ovšem souvisí s tím, že konstrukci vlastní značky lze v dnešním ekonomickém systému vnímat jako ústřední formu práce. Názornou ukázkou představuje výstava *Inovace značek pro všudypřítomné autorství*,**44** při které umělci vytvořili v počítači návrhy objektů (například šálku na kávu, kreditní karty), jejichž tisk nebo výrobu si objednali u firem jako CafePress, Zazzle či Walmart. Balíky s těmito objekty byly od výrobců dopraveny přímo do galerie, kde zůstaly uzavřeny až do otevření výstavy. Během vernisáže je umělci rozbalovali a zároveň se přitom natáčeli ve stylu tzv. „unboxing“ (internetového trendu, kdy uživatelé ve formě videozáznamu sdílejí svůj požitek

75

41 Brad TROEMEL, „Art after Social Media“, in: KHOLEIF, *You Are Here*, s. 40.

42 Sama Steyerl se zdráhá používat výraz „postinternet“ s poukazem na jeho komercializaci, viz STEYERL, „Too Much World“, pozn. 1.

43 LEF, „Kogo predostěregajet LEF?“, *LEF*, 1923, č. 1, s. 11.

44 *Brand Innovations for Ubiquitous Authorship*, kurátor Artie Vierkant, New York: Higher Pictures, 19. 7. – 17. 8. 2012.

z rozbalování nově získaného spotřebního zboží).⁴⁵ Tato krátká videa zveřejněná na YouTube ukazují umělce jako zadavatele práce, který se sám nemusí vůbec podílet na hmotné realizaci návrhu, a zároveň jako běžného konzumenta zveřejňujícího na internetu své potěšení ze zakoupené věci.

Přístup postinternetových umělců je třeba odlišit od strategií první generace tvůrců pracujících s internetem, jejichž práce byla označována jako „net.art“. Průkopníci net.artu v druhé půlce devadesátých let, jako Olia Lialina nebo JODI, se zaměřovali především na možnosti a úskalí technologie tvorby webu. V jakési paralele s modernistickou sebereflexí média tak vznikaly nové webové stránky jako umělecká díla, jež měla přitahovat pozornost k samotným nástrojům webu.⁴⁶ Členové kolektivu JODI jako jedni z prvních uplatnili estetiku *glitch* (chyby v zobrazení, která způsobuje nahodilý vznik obrazců připomínajících geometrickou abstrakci) nebo simulovali „šílenství“ počítače, na němž ve zběsilém tempu vyskakovala okna. Olia Lialina mezi jinými experimenty pracovala také s textem URL (tedy s adresou stránky) jako s autonomním literárním útvarem. Například její práce *Agatha přichází* (*Agatha Appears*) z roku 1997 zahrnuje sérii odkazů na různé webové stránky s identickým obrázkem ženy, v jejichž URL se objevují střípky narativních informací.⁴⁷

Oproti tomu postinternetové umění v reakci na zlom spojený s Webem 2.0 usiluje o mediálně nespécifickou tvorbu reflektující širší společenský význam internetu a vztah digitálního obrazu k současnému umění prezentovanému v galeriích. Ve zkratce se dá říct, že zatímco net.art byl uměním programátorů a o programování, postinternet je uměním uživatelů a o používání internetu. Jakožto hybridní praxe, která přenáší impulsy webu do galerijního prostředí, je postinternet „levobočkem net.artu a současného umění“.⁴⁸

„Uvědomělý“ přístup této vlny umělců k internetu znamená především zájem o to, co před námi skrývají obrazy, jimiž nás dnes internet zaplavuje – tedy o technologické procesy (a také jejich politické

76

45 Michael CONNOR, „Post-Internet. What It Is and What It Was“, in: Kholeif, *You Are Here*, s. 61–62.

46 <http://www.wwwwwwwww.jodi.org/> (cit. 1. 11. 2014).

47 CONNOR, „Post-Internet“, s. 62; příklady: http://www.johannes-p-osterhoff.com/agatha/makes_stupid_things.html (cit. 1. 11. 2014); https://www.tommoody.us/agatha/already_tired.html (cit. 1. 11. 2014); http://www.tema.ru/agatha/has_no_idea.html (cit. 1. 11. 2014).

48 CHAN, „Notes on Post-Internet“, s. 110, citát je parafrází názvu diskuse v rámci projektu *Reading Club*, <http://readingclub.fr/events/522ee3d89ce713e879000003/0/text> (cit. 1. 11. 2014).

a ekonomické pozadí), podmiňující existenci těchto obrazů. Jak říká James Bridle, který se dané problematice věnuje ve svém dlouhodobém projektu „nová estetika“, „každý obraz je odkaz, ať už zakódovaný, nebo imaginární, vedoucí k dalším aspektům mnohem většího systému“.⁴⁹

Častým motivem postinternetových projektů je poukazování na způsoby, jak dnešní ekonomický a politický systém využívá a omezuje možnosti demokratického šíření informací a participace, které internet nabízí. Hrdiny této umělecké generace jsou Edward Snowden, Chelsea (dříve Bradley) Manning, Julian Assange či Aaron Swartz. Aktivistická a umělecká skupina Metahaven spolupracuje s WikiLeaks tak, že pro ně vytváří „merchandise“ – navrhuje a distribuuje oblečení a další výrobky, a tak jim zajišťuje další zdroj zisku.⁵⁰ Kenneth Goldsmith vytiskl a vystavil v galerii všech 18 592 odborných publikací z databáze JSTOR (33 GiB dat), které zpřístupněním torrentu na Pirate Bay zveřejnil uživatel Greg Maxwell. Na 230 000 stránek formátu A4, rozložených na stolech v galerii, podněcuje k pokusu – dopředu odsouzenému k selhání – představit si nepřeborné množství informací, jejichž dostupnost je omezoována copyrihtem.⁵¹

Rámec galerie umožňuje umělcům upozorňovat na skryté roviny obrazů, jež jsou nabízeny různými internetovými aplikacemi (Google Images, Google Street View) coby pomůcky orientace, a fungují tedy jako anonymní a iracionální produkt samotné technologie. Jon Rafman vyhledává ve službě Google Street View snímky, na nichž se objevují dramatické situace či jinak pozoruhodné výjevy, a vystavuje je v podobě velkoformátových tisků.⁵² Tím je zapojuje do tradice západního obrazu jako *tableau*: scénérie, jež byly zachyceny (nebo podvrtně vloženy fotografie) v rámci mechanické katalogizace výjevů z ulic, najednou působí dojmem promyšleného komponování a dramatizace obrazového celku – jako kdyby se spojili Ed Ruscha a Jeff Wall. Umělkyně Taryn Simon prezentuje v galerijním prostoru webovou aplikaci, která umožňuje hledat na Google Images obrázků podle klíčového slova současně v několika jazykových mutacích. Výsledek pak ukazuje

77

49 James BRIDLE, „The New Aesthetics and Its Politics“, in: Kholeif, *You Are Here*, s. 23.

50 Lumír NYKL – Martina POLIAČKOVÁ, „LOL, nebo SOS? Spekulace o kritickém designu s Metahaven“, A2, roč. 10, 19. listopadu 2014, č. 24, s. 20–21.

51 Kenneth GOLDSTIMTH, *Papers from Philosophical Transactions of the Royal Society*, 2014, instalace, 5 stolů, 5 tiskáren, 10 svítidel, 233 000 listů papíru.

52 Jon RAFMAN, *The Nine Eyes of Google Street View*, <http://9-eyes.com/> (cit. 1. 11. 2014).

vedle sebe různé sady obrázků, které vyjadřují odlišné klíče provázání obrazu a textu v jednotlivých národních prostředích. Narušuje se tak zdání objektivit nástrojů vyhledávání a do popředí vychází charakter sítě jako provázání různých lokálních perspektiv.⁵³

Širokým předmětem zájmu umělců spojovaných s postinternetem se staly obrázky z fotobank (*stock images*), představující modelový příklad vizuálního materiálu dostupného na internetu a propojeného s komerčními účely. Aleksandra Domanović vytvořila pomocí tohoto typu obrazů celovečerní film, v němž zkombinovala zvuk z Allenova snímku *Annie Hall* se sekvencemi obrázků převzatých z databáze Getty Images.⁵⁴ Katja Novitskova vybírá z těchto zdrojů fotografie zvířat či jiných přírodních výjevů a jejich zvětšené výřezy instaluje do prostoru galerie jako jakési monstrózní plošné objekty. Mezi postinternetovými umělci se těší oblibě také digitální vodoznaky, jež překrývají obrázky z fotobank a mají bránit jejich nepovolenému užití – ty se objevují zejména u autorů spolupracujících s kolektivem DIS, o němž se bude podrobněji pojednávat níže.

K výše zmíněnému fenoménu všudypřítomného autorství se postinternetoví umělci vztahují dvojznačným způsobem na pomezí mezi participací a apropriací. Často se jedná o jakési parazitování na masové kreativě: blogy se umělcům stávají zásobárnou materiálu, kterému přenesením do světa umění přidělují novou kvalitu. Nemusí přitom jít vždy o obrazy – příkladem může být projekt Coryho Arcangela *Pracuji na svém románu*. Jde o knihu sestavenou z nalezených tweetů (krátkých zpráv publikovaných v sociální síti Twitter), které v různých souvislostech obsahovaly slovní spojení použité posléze jako název knihy.⁵⁵ Role autorského subjektu, který se pomocí neosobních prostředků internetové komunikace vyznává z vrcholného projevu individuální kreativity, je v Arcangelově projektu ironicky zpochybněna zmnožením zmíněné řečové figury. Umělec se zapojuje do horizontálního řetězce proměn sdělení, ale zároveň se nad něj povznáší coby agent světa umění.

Vedle apropriace výstupů masové kreativity amatérů se v postinternetovém umění setkáváme i s přijetím a uměleckým uplatněním jejich charakteristických metod. Tohoto druhu jsou performance pro

78

webkameru Petry Cortright nebo využití formátu „*selfies*“ publikovaných na Instagramu u Amalie Ulman.

Ryan Trecartin (často tvoří ve spolupráci s Lizzie Fitch) zapojuje estetiku amatérských videí zveřejňovaných na sociálních sítích do galerijní instalační praxe. Filmy charakteristické návalem obrazových a zvukových impulsů střídajících se ve zběsilém tempu většinou zobrazují třešticí mladé lidi při jakýchsi podivných rituálech. V prostředí galerií jsou pak prezentovány v kontextu důmyslných instalací, působících jako cosi mezi odpočinkovou místností, kulisou orgií a vězeňskou kobkou, především ale jako svatyně zbožního fetišismu.

Postinternetoví umělci se hlásí ke znásobené a pohyblivé identitě díla a činí ji názornou tím, že vytvářejí práce, které existují současně v několika médiích a rovinách. Umělecký projekt může mít paralelně podobu textu dostupného online ve formátu PDF i artefaktu vystaveného v galerijním prostředí, přičemž tyto dvě složky už vůči sobě nestojí v hierarchickém vztahu originálu a reprodukce, nýbrž rozehrávají složitý proces vzájemné výměny. Tím zároveň upozorňují na odlišnosti jednotlivých konkretizací. Artie Vierkant označuje tento typ prací, reprezentovaný například díly Olivera Larica nebo Setha Price, za „*emblematická postinternetová gesta*“.⁵⁶

Neustálý pohyb mezi virtuálním prostředím sítě a fyzickým prostorem galerie je spojen s intenzivním zájmem o povahu různorodých objektů, s nimiž se v obou oblastech setkáváme, a materiálů, z nichž jsou dotyčné objekty utvořeny. Tomuto významnému aspektu postinternetového umění byla věnována výstava *Spekulace o anonymních materiálech*⁵⁷ z přelomu let 2013 a 2014. Škála spekulativní hry s produkcí a percepcí hmotných objektů zde sahala od hyperrealistického zobrazení těla v imateriálním médiu počítačové animace u Eda Atkinse přes práci s tvary, barvami a vůněmi konzumně vyráběné maskulinity u Timura Si-Qina (instalace ze sprchových gelů značky Axe nabodnutých na samurajské meče) až po prolínání heterogenních kvalit v instalaci Yngveho Hollena, jež zahrnovala zlomky mramoru připomínající kusy masa. Kurátorka výstavy Susanne Pfeffer se pokusila teoreticky zarámovat vystavená díla odkazem na spekulativní realismus či nový materialismus, tedy na filosofické trendy objevující se současně s postinternetovým uměním a v obdobném duchu přijímající některé

79

⁵³ Taryn SIMON, *Image Atlas*, 2012, webová stránka, video, instalace.

⁵⁴ Aleksandra DOMANOVIĆ, *Anhedonia*, 2007, video.

⁵⁵ Cory ARCANGEL, *Working on My Novel*, New York: Penguin Global 2014.

⁵⁶ VIERKANT, „Objekt obrazu“, s. 102.

⁵⁷ Viz pozn. 18.

strategie populární kultury.**58** Souvislost vystaveného umění a „spekulativního obratu“ ve filosofii ovšem zůstala i po sympoziu v rámci výstavy, jehož se zúčastnili významní představitelé tohoto intelektuálního hnutí,**59** blíže nevyjasněna.**60**

IV.

Ve zbytku tohoto textu se chci zaměřit na interpretaci vztahu post-internetového umění k produktům a postupům kulturního průmyslu. Použití tohoto výrazu, který zavedli Theodor W. Adorno a Max Horkheimer, ale nemá naznačovat, že bez výhrad přijímám jejich koncepci. Přestože různá dnešní prohlášení o všudypřítomnosti internetu vyvolávají asociace s některými motivy *Dialektiky osvícenství*,**61** tento více než půl století starý teoretický model nelze mechanicky přenést na současnost. Výraz „kulturní průmysl“ budu spíše používat v běžně rozšířeném smyslu, tedy jako zastřešující označení pro masovou kulturu a zbožní estetiku (reklamu, design výrobků či jejich obalů, loga značek). Na jisté prvky Adornovy a Horkheimerovy koncepce budu odkazovat až na závěr své úvahy v souvislosti s otázkou kritické distance mezi uměním a kulturními projevy vládnoucí formy produkce.

V postinternetové situaci se umělecká díla zveřejňovaná v síti dostávají do zásadně nového a značně rozporuplného vztahu k trhu. Jak říká umělec a kritik Brad Troemel, umění po nástupu sociálních sítí „je paradoxně odmítnutím i odrazem trhu“.**62** Tento výrok má ale

80

58 Podrobněji viz materiály v tematickém čísle *Texte zur Kunst*, březen 2014, č. 93. V opozici vůči „kritickému“ a „jazykovému“ obratu, jež určovaly hlavní tendence kontinentální filosofie v posledních dvou stoletích, myslitelé spojování s dnešními podobami materialismu či realismu chtějí překročit limity filosofie, jež zkoumá svět objektů pouze coby korelát lidského myšlení, a prosazují „spekulativní obrat“ k realitě samé, tak jak existuje nezávisle na našich poznávacích schopnostech. Viz Levi BRYANT – Nick SRNICEK – Graham HARMAN, „Towards a Speculative Philosophy“, in: *eidem* (eds.), *The Speculative Turn. Continental Materialism and Realism*, Melbourne: re.press 2011, s. 3. Tento myšlenkový trend vešel v širší známost díky sympoziu „Speculative Realism“ na Goldsmith College v Londýně v dubnu 2007. Veřejnosti ho zde představil „boyband“, jehož sestavu tvořili Ray Brassier, Iain Hamilton Grant, Graham Harman a Quentin Meillassoux, http://roundtable.kein.org/sites/newtable.kein.org/files/C3_Spec_Real.pdf (cit. 1. 11. 2014).

59 Mezi jinými např. Iain Hamilton Grant, Robin Mackay nebo Reza Negarestani; symposium moderoval Armen Avanessian, autor projektu „spekulativní poetiky“: <http://www.spekulative-poetik.de/> (cit. 1. 11. 2014).

60 Videozáznam sympozia je přístupný na YouTube: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLr1SVkvRZnnOmSph-oYyg8lDddNHcdov9> (cit. 1. 11. 2014).

61 Viz druhý oddíl výše.

62 TROEMEL, „Art after Social Media“, s. 42.

smysl zcela odlišný od obdobně znějících Adornových sentencí.**63** Na jedné straně se nám podle Troemela otevírá utopická možnost umění založeného na sdílení, kdy se dílo stává obecně dostupným statkem, jehož hodnota spočívá v potenciálu „být dále přetvářeno a reblogoováno“**64** s libovolnými cíli, které bude síť diváků-autorů považovat za významné“.**65** Při sdílení na Facebooku, Instagramu či Twitteru dílo záhy ztrácí kontextuální informace, jako je jméno autora, název či datum vzniku,**66** čímž se podle Troemela vymaňuje ze své povahy zboží a stává se libovolně recyklovatelným materiálem.**67**

Druhou stranou této mince je obrat umělců aktivních v kontextu sítě k marketingovým strategiím, pomocí kterých ze sebe dělají jakési obdoby korporátních značek (*brands*).**68** Ve chvíli, kdy již nemohou mít kontrolu nad svými obrazy zveřejněnými online, objevují nový způsob, jak si uchovat aspoň něco z vlastnických privilegií autorství: snaží se přesměrovat pozornost veřejnosti na zdroj těchto obrazů – tedy na svou vlastní virtuální personu. Prvořadým úkolem umělce tvořícího v podmínkách postinternetu se tak stává bedlivé konstruování vlastní prezentace na platformách typu Facebooku, Twitteru či YouTube.**69** Pozornost, kterou si umělec získává prostřednictvím sociálních sítí, je analogická k tržnímu úspěchu a funguje tedy jako jakási forma kapitálu. Umělecká díla se již nejen prodávají prostřednictvím internetu, ale přímo se vytvářejí jako součást obchodní strategie.**70**

81

Jména umělců, kteří přijali utopickou vizi umění jako sdílení za svou, se musí nutně ztratit v anonymitě nekonečné cirkulace obrazů, textů či hudby. Proto patří veřejně známí postinternetoví umělci nevyhnutelně k druhé straně opozice, již navrhuje Troemel, tedy mezi ty, kdo konstruují svou internetovou personu jako obchodní značku.

Jakkoliv tyto úvahy mohou znít přehnaně, nebo být chápány metaforicky, v práci kolektivu DIS nacházíme zcela doslovné naplnění

63 Viz následující oddíl.

64 „Reblogo“ je operace, která dovoluje uživatelům sdílet obsah příspěvků jiných uživatelů. Viz „Glossary“, in: KHOLEIM, *You Are Here*, s. 243.

65 TROEMEL, „Art after Social Media“, s. 40.

66 *Ibid.*, s. 39.

67 *Ibid.*, s. 40.

68 *Ibid.*, s. 37.

69 *Ibid.*, s. 40.

70 *Ibid.*, s. 42.

modelu „umělce jako značky“ (*artist-as-brand*).⁷¹ Kolektiv se prosadil zejména díky online časopisu *DIS Magazine*, „postinternetové lifestyle publikaci o umění, módě a obchodování“,⁷² kterou vydává od roku 2010.⁷³ Ve svých projektech spolupracuje s dalšími postinternetovými umělci (včetně řady autorů zmíněných v tomto článku) a vedle vlastní tvorby se věnuje také kurátorství postinternetové umělecké komunity či obchodování s její produkcí. Proto je možné chápat strategii DIS jako reprezentativní naplnění tužeb a ambicí tohoto okruhu umělců.

Deklarovaným cílem *DIS Magazine* je „konstruovat a podporovat nové kreativní praktiky“.⁷⁴ To, že tyto praktiky jsou v určující míře inspirovány formami internetového obchodování, dosvědčuje další dlouhodobý projekt, *DISimages*.⁷⁵ Jedná se o fotobanku, jejímž prostřednictvím umělci nabízejí obrazový materiál ke komerčnímu využití, včetně možného uplatnění v rámci dalších uměleckých projektů. Výjevy na fotografiích opatřených nezbytným vodoznakem spojují svůdnost reklamních plakátů a módních časopisů s absurdními prvky (gymnastka cvičící v hořícím lese, mladík čuchající si ke gumovým sandálům, mořská panna fotící se smartphonem...), jež vyvolávají u některých kritiků poněkud unáhlené asociace se surrealismem.⁷⁶

Jako manifestaci pojetí umělce coby svého druhu komerční značky lze chápat projekt *DISown*, který skupina popisuje jako „pokračující obchodní platformu a laboratoř testující dnešní status uměleckého objektu“.⁷⁷ Jedná se o funkční internetový obchod, kde je možné si zakoupit výrobky (oblečení, interiérové doplňky) navržené předními postinternetovými umělci.⁷⁸ V březnu 2014 tento projekt díky podpoře Red Bull Studios dočasně získal fyzický prostor na Západní 18. ulici v New Yorku.⁷⁹ Podle očitého svědka zářily místnosti, kde se výstava konala, bílou výmalbou jako v obchodech Apple, zatímco

82

⁷¹ Jennifer CHAN, „Notes on Post-Internet“, in: KHOLEIF, *You Are Here*, s. 116.

⁷² <http://disimages.com/FAQ> (cit. 1. 11. 2014).

⁷³ <http://dismagazine.com/> (cit. 1. 11. 2014).

⁷⁴ <http://dismagazine.com/about/> (cit. 1. 11. 2014).

⁷⁵ <http://disimages.com/> (cit. 1. 11. 2014).

⁷⁶ Jacob KING, „#Convulsivebeauty“, *Mousse*, únor – březen 2014, č. 42, s. 112–117.

⁷⁷ <http://dismagazine.com/about/>.

⁷⁸ <http://disown.myshopify.com/> (cit. 1. 11. 2014).

⁷⁹ <http://www.redbullstudios.com/newyork/events/disown> (cit. 1. 11. 2014).

další náležitosti (ukazatele směru prohlížení od umělkyně Lizzie Fitch nebo velké igelitky s logem DIS) připomínaly IKEA.⁸⁰ Nabízenými „konzumními produkty“ pak byly příspěvky zúčastněných umělců, příznačně opatřené cenovkami. Často se jednalo o konfekci nebo o bytové zařízení, ozvláštňené odkazy k uměleckým dílům či k politické agendě. Například Ryan Trecartin a Coracrit doplnili kusy oblečení potisky svých děl; skupina Jogging vystavila barevné čepice použité jako květináče a popsané jmény osobností spojených se zveřejňováním utajovaných informací, jako Manning, Snowden nebo Assange. Ač mnohé vystavené objekty byly jedinečnými, ručně vytvořenými kusy, měly působit jako sériově vyráběné, průmyslové produkty, aby se tak umocnila aura obchodní značky.⁸¹

Zmíněné příklady práce DIS se pohybují na hraně mezi satirou a participací. Dají se interpretovat jako kritika pokrytectví umělců, již zvyšují tržní hodnotu svých děl tím, že je prezentují jako „umění pro umění“ vymykající se trhu.⁸² Ovšem sami DIS se trhu rozhodně nezříkají, naopak prosazují pojetí umělce, který si vytváří vlastní trh. Jak uchopit tento ambivalentní postoj, který se zdá být typický pro vztah postinternetových umělců ke kulturnímu průmyslu? Mohli bychom říci, že jej kritizují tím, že se mu připodobňují? Nebo tímto způsobem jenom přitakávají konzumní společnosti?

83

V.

Prvním krokem směrem k pochopení nového umění je pokusit se je vyložit pomocí podobnosti se starším uměním, ovšem nikoliv proto, abychom je na tuto podobnost redukovali, ale proto, abychom v další reflexi lépe uchopili jeho odlišnost.⁸³ Přejímání prvků zbožní estetiky a masové kultury má v moderním a současném umění dlouhou tradici: kubistická a dadaistická koláž, readymade, pop art, situacionistická vychylování (*détournements*), postmoderní aropriace, remix a post-produkce v tvorbě umělců spojovaných se vztahovou estetikou... Ve

⁸⁰ Christopher GLAZEK, „Shopkeepers of the World Unite“, *Artforum*, 12. června 2014, <http://artforum.com/slant/id=47107> (cit. 1. 11. 2014).

⁸¹ *Ibid.*

⁸² *Ibid.*

⁸³ Theodor W. ADORNO, *Estetická teorie*, Praha: Panglos 1997, s. 33.

všech těchto směrech se přitom napodobování zakládalo na jisté kritické distanci k napodobovanému. Nabízí se proto vyjít z předpokladu, že se i v případě postinternetového umění jedná o další podobu ambivalentního přístupu, kdy umění podléhá principům kulturního průmyslu proto, aby se mu tak stavělo na odpor.

Adorno tuto ambivalenci rozpoznal jako základní strukturu moderního uměleckého díla. Moderní umění charakterizuje Adorno jako abstraktní negaci veškeré dosavadní umělecké tradice. Tímto svým charakterem reaguje umění na abstraktnost trhu, jež spočívá v tom, že trh všechno převádí na stejné kalkulovatelné jednotky. U zrodu moderního umění stojí úzkost z této všeobjímající abstrakce, která činí zboží i z uměleckého díla. Úzkost je v Adornově pojetí mimetickým postojem: archaický subjekt se snaží čelit silám, jež v něm vyvolávají hrůzu, tím, že se jim připodobňuje. Umění pak chápe Adorno jako útočiště mimetického postoje v moderní době. Prostřednictvím *mimésis* umělecké dílo zevnitř odporuje zvěčnění: je zbožím, které se ve své formě identifikuje s vlastním abstraktním charakterem jakožto zboží, a tak ho činí zjevným. „Umění může přesáhnout trh, který je vůči němu heteronomní, jen tím, že jeho *imagerie* vnese do své autonomie. Moderní umění je *mimésis* toho, co ztuhlo a odcizilo se.“⁸⁴

Adorno své pojetí moderního umění jako něčeho, co se brání zvěčnění prostřednictvím *mimésis* zvěčnění, vykládá na bázi Baudelairovy tvorby. Zdůrazňuje přitom, že se tento odpor odehrává na úrovni zkušenosti zprostředkované formou. „Baudelaire ani nehorlí proti zvěčnění, ani je nezobrazuje: protestuje proti němu ve zkušenosti jeho archetypů a médii této zkušenosti je básnická forma.“⁸⁵ *Mimésis* zde tedy nespočívá v zobrazování konkrétních příkladů komerčního zboží, ale především ve způsobu výstavby díla, při kterém umělecký subjekt usiluje o stejnou míru objektivitu, jaká charakterizuje zboží.

V mnohem doslovnější podobě se s *mimésis* zboží setkáváme v případě dadaistických *readymades*, kubistických koláží a především u poválečných neoavantgardních a postmoderních směrů, které dál rozvíjejí tyto postupy. Ovšem čím více se umělecká díla podobají konzumním produktům, tím méně jim jsou ochotni myslitelé navazující na Adorna připsat kritickou funkci. Peter Bürger na adresu Andyho Warhola prohlašuje, že ve chvíli, kdy již není možné rozlišit mezi

⁸⁴ *Ibid.*, s. 36.

⁸⁵ *Ibid.*

konzumním produktem a jeho uměleckým zobrazením, jen těžko dokážeme v umění objevit odpor vůči zbožní společnosti.⁸⁶ V obdobném duchu formuluje Fredric Jameson svou kritiku postmoderní kultury coby projevu pozdního kapitalismu. Univerzální praktikou této kultury je podle Jamesona *pastiš*, která představuje vyprázdněnou parodii. „Podobně jako parodie, *pastiš* napodobuje jakousi příznačnou masku, řeč v mrtvém jazyce“,⁸⁷ ovšem na rozdíl od parodie tato imitace v případě *pastiše* postrádá satirický impuls. *Pastiš* se totiž už nemůže opřít o představu nějakého normálního jazyka, který by stávena do opozice vůči nenormálnosti, již se vysmívá.

V těchto úvahách rezonuje pesimistický tón, který daly do vínku kritice kulturního průmyslu její zakládající texty jako *Dialektika osvícenství* a *Minima moralia*.⁸⁸ Na jednu stranu, možnost negace kapitalistického systému se zde váže na to, že stále přetrvávají oblasti života společnosti, které nejsou zasaženy jeho účelovou racionalitou. Útočištěm tohoto radikálního „vnějšku“ má být umění, jehož hlavní užitná hodnota spočívá v „osvobození od principu užitečnosti“.⁸⁹ Na druhou stranu se ale ukazuje, že kulturní průmysl dokáže pohltnout každý takový projev odporu a podřídí ho kritériu efektivity, takže v posledku žádný vnějšek neexistuje. „Estetické manifestace, stejně jako manifestace politických forem odporu, se stejnou měrou připojují k chvále ocelového rytmu.“⁹⁰ Trh s uměním či rozhlasové pořady zaměřené na vážnou hudbu zbavují umění autonomie a činí z něj další spotřební statek. Požitek z uměleckých děl se nahrazuje chozením po galeriích a zjišťováním faktických informací s cílem zvýšení společenské prestiže. Jamesonova charakteristika postmoderny jako situace, kdy je estetická produkce „integrována do celkové produkce zboží“,⁹¹ tedy v zásadě jen prohlubuje pochmurné nálady, již obsažené v Adornově a Horkheimerově popisu kulturního průmyslu.

Z pohledu zastánců postmodernismu se ale problematickým jeví naopak samotný pojem kulturního průmyslu. Představa monolitického mechanismu, který usměrňuje každou myšlenku a přizpůsobuje ji

⁸⁶ Peter BÜRGER, *Theorie der Avantgarde*, Frankfurt n. M.: Suhrkamp 1974, s. 85.

⁸⁷ Fredric JAMESON, „Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism“, *New Left Review*, červenec–srpen 1984, č. 1/146, s. 65.

⁸⁸ Theodor W. ADORNO, *Minima Moralia. Reflexe z porušeného života*, Praha: Academia 2009.

⁸⁹ ADORNO – HORKHEIMER, *Dialektika osvícenství*, s. 157–158.

⁹⁰ *Ibid.*, s. 123.

⁹¹ JAMESON, „Postmodernism“, s. 56.

svým účelům, ztrácí legitimitu coby jeden z „velkých příběhů“ moderny, podřizujících rozmanitost kulturních projevů jedinému paradigmatu.⁹² Postmoderní formy odporu už nemíří na jednoho „hlavního nepřítele“, jako je kapitalistické zvěčnění, ale jsou spjaty s dílčími transverzálními zápasy proti bezprostředním účinkům moci.⁹³ Z této perspektivy se působení kulturního průmyslu přestává jevit jako čistě jednosměrné, jak jej prezentují Adorno s Horkheimerem. Vůči moci kulturního průmyslu integrovat, a tak zneškodnit pokusy o transgresi, se jako protiváha objevuje také opačná možnost – přivlastnění jeho prostředků a jejich využití s kritickými či emancipačními záměry.

Politicky angažované umělkyně a umělci osmdesátých let již neusilují o autonomní prostor mimo dosah masových médií a populární kultury, ale naopak se snaží hledat „nečekané způsoby, jak využít technologie kulturního průmyslu“ ke svým cílům.⁹⁴ To je případ feministických umělkyně Jenny Holzer, která umísťovala své podvratné *Truismy* na světelné panely ve veřejném prostoru, nebo Barbary Kruger vystavující galerijní tisky (jež samy často vznikaly aropriací propagačních plakátů) na billboardech. Susan Rubin Suleiman v této souvislosti cituje poznámku Jenny Holzer o tom, že koupit si pár vteřin času v televizi nestojí zas tolik, a tak se může televize navzdory svému převažujícímu odcizujícímu vlivu stát na chvíli místem, kde se naopak narušují stereotypy.⁹⁵

Tento způsob přeměrování vládnoucího jazyka a jeho kanálů by bylo možné vystihnout pojmem „přeznačení“ (*resignification*), pomocí kterého Judith Butler popisuje parodické praktiky sexuální reprezentace, jež vyhoceným způsobem imitují esencialistické stereotypy genderových rolí, a tím ukazují diskursivní podmíněnost genderu. Jedná se o subversivní strategii, která probíhá „v souladu s rytmem toho, co se snaží zpochybnit“.⁹⁶ Přeznačení významu výrazu zároveň zachovává jeho předchozí konotace, ale svou hyperboličností a teatralností

86

⁹² Susan Rubin SULEIMAN, „Feminismus a postmodernismus. Namísto konce“, in: Martina PACHMANOVÁ, *Neviditelná žena. Antologie současného amerického myšlení o feminizmu, dějinách a vizualitě*, Praha: One Woman Press 2002, s. 224–225.

⁹³ Michel FOUCAULT, „Subjekt a moc“, in: *Myšlení vnějšku*, Praha: Herrmann & synové 2003, s. 200–201.

⁹⁴ SULEIMAN, „Feminismus a postmodernismus“, s. 226.

⁹⁵ *Ibid.*, s. 227.

⁹⁶ Josef FULKA, „Od interpelace k performativu (feminismus a konstrukce rodové identity)“, *Sborník prací Fakulty sociálních studií Brněnské univerzity. Sociální studia*, 2002, č. 7, s. 48.

destabilizuje diskursivní zvyklosti zevnitř. Butler se vymezuje vůči výše citované Jamesonově kritice pastiše, když říká, že „samotná ztráta smyslu pro ‚to, co je normální‘, může být příležitostí k [parodickému] smíchu, obzvláště když se odhalí, že ‚normální‘, ‚originální‘ je [samo] kopií“.⁹⁷ Ukazuje tak, že existence nějakého „vnějšku“ vůči systému, či v tomto případě diskursu, není nezbytnou podmínkou jeho kritiky.

Blízkou koncepci představuje pojem „subversivní afirmace“, který zavádějí německé teoretičky Inke Arns a Sylvia Sasse. Tímto výrazem charakterizují taktiku odporu, jejíž příklady nacházejí jak v neoficiálním umění bývalého východního bloku, tak v mediálním a síťovém aktivismu začátku jednadvacátého století.⁹⁸ Jak naznačuje aluze na Adornovo pojetí „*mimesis* jako strategie odporu“ v podtitulu jejich článku, jedná se o variantu téhož modelu, již ale autorky přizpůsobují situaci, kdy se kritické umění již nemůže opřít o žádný „vnějšek“ vůči kulturnímu průmyslu. Pro subversivní afirmaci je podle Arns a Sasse „charakteristický fakt, že zároveň s afirmací dochází k utvoření distance vůči tomu, co je afirmováno, nebo k jeho odhalení. Subversivní afirmace vždy obsahuje zbytek, který destabilizuje afirmaci a převrací ji v její opak“.⁹⁹

Vrcholnou podobou subversivní afirmace je podle autorek přístup, který Slavoj Žižek označil jako „přehnané ztotožnění“ (*over-identification*). Podle Žižka se cynické ideologii postmoderny, která pohlcuje svou vlastní kritiku, nedá čelit prostřednictvím ironie, ale právě naopak totálním ztotožněním, které ji dovádí do důsledků. Největším ohrožením pro ideologii není ironický kritik, ale fanatik, který vynáší na světlo její skrytou obscénní povahu, a tím zbavuje ideologii účinnosti.¹⁰⁰

Z příkladů, jimiž Arns a Sasse ilustrují taktiku subversivní afirmace, má smysl v kontextu naší úvahy zmínit činnost dua Yes Men, odehrávající se zejména v první dekádě jednadvacátého století.¹⁰¹ „Přítakávači“, jak by se jejich přízvisko dalo přeložit, opakovaně vytvářeli

87

⁹⁷ Judith BUTLER, *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*, New York – Londýn: Routledge 1990, s. 138–139.

⁹⁸ Inke ARNS – Sylvia SASSE, „Subversive Affirmation. On Mimesis as a Strategy of Resistance“, in: IRWIN (eds.), *East Art Map. Contemporary Art and Eastern Europe*, Londýn: Afterall 2006, s. 444.

⁹⁹ *Ibid.*, s. 445.

¹⁰⁰ Slavoj ŽIŽEK, „Proč Laibach a Neue Slowenische Kunst nejsou fašisté?“, in: *Podkova nade dveřmi. Výbor z textů*, Praha: AVU 2008, s. 65.

¹⁰¹ Jacques Servin a Igor Vamos. Členové dvojice ve svých akcích vystupovali pod různými pseudonymy. Jsou rovněž tvůrci aktivistického projektu RT Mark, <http://www.rtmark.com/> (cit. 1. 11. 2014).

falešné webové stránky významných osobností (například G. W. Bushe) a mezinárodních obchodních organizací jako GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) nebo WTO (World Trade Organisation). Jako představitelé subjektů, jejichž webové stránky napodobili, pak veřejně vystupovali v médiích a na konferencích. Přitom přehnaným způsobem vyjadřovali důsledky plynoucí z ideologie přijatých identit nebo se veřejně přiznávali k jejich chybám. V roli zástupců WTO například při různých příležitostech navrhovali zlepšit demokratický proces tím, že by se volební hlasy prodávaly v dražbě, předváděli fiktivní přístroj (v podobě obřího pozlaceného falu), jenž měl stimulovat dělníky v továrnách k větší efektivitě práce prostřednictvím elektrického šoku, nebo vyhlásili, že WTO pod tíhou vlastních chyb ukončuje své působení.**102**

Yes Men patří jako klíčoví představitelé „haktivismu“**103** či „*tactical media*“**104** z doby přelomu milénia k přímým předchůdcům postinternetového umění. Daly by se tedy také strategie, které používají umělci z okruhu kolektivu DIS, vykládat jako projev subversivní afirmace? Je možné, že by tito umělci přejímali nové formy propagace a prodeje zboží, jež nabízí postinternetová situace, s intencí demaskovat současnou podobu kapitalismu?

Kritik Ed Halter vidí odlišnost práce kolektivů DIS od uměleckého aktivismu předchozí dekády právě v tom, že zde už není možné rozpoznat takovou kritickou intenci. Zatímco intervence Yes Men byly ve své době jasně čitelné jako pokus rozvracet korporace zevnitř, u tvůrců *DIS Magazine* tento pocit chybí. DIS se hlásí k logice trhu, aniž by nabídli jakoukoli ideu, která by jej přesahovala. Míra chytré ironické sebereflexe, kterou nacházíme ve způsobu, jak DIS „pomrkává na konzumerismus a zároveň oslavuje jeho emocionální efekty a rozkoš z jeho povrchů“, nestačí k tomu, aby odlišila projekty DIS od produkce módních časopisů jako *Nylon* či *Vogue*, které zase obdobným způsobem vykračují směrem ke světu umění.**105**

Tyto závěry se zdají být oprávněné. Procházíte-li katalog uměleckého zboží internetového obchodu *DISown* s cenovkami, tlačítka PayPal a ikonkou nákupního košíku, marně čekáte, až bude tato afirmace

88

systému vykoupena negací. „*Mimésis* toho, co ztuhlo a odcizilo se“, zde sahá až k nerozlišitelnosti s tím, co napodobuje, zatímco subversivita se omezuje na absurdně humorné ladění nabízených obrazů či předmětů. Místo pocitu zesměšnění trhu se spíš dostavuje podezření, že dotyčná aplikace chce záměrně zklamat očekávání diváka poučeného uměleckou teorií, který si zvykl na dogma, že umění má být kritické.

Pohled na práci kolektivu DIS coby modelový příklad ukazuje, že postinternetové umění navzdory parodickému tónu svých projevů nejen nezapadá do výše představené linie *mimésis* odcizení, přeznačení či subversivní afirmace, ale přímo se brání tomu, aby do ní bylo zařazeno. Je možné najít nějaký jiný politický rámec, který nás přesvědčí, že tato tvorba není vtipným dekorem neoliberalismu a že DIS nejsou jen další reklamní agenturov?

VI.

V souvislosti s otázkou politických motivací postinternetových umělců bývá zmiňován pojem akcelerationismu.**106** Editoři letos vydané antologie akcelerationistického myšlení ho charakterizují následovně:

Akcelerationismus je politická hereze: důrazně trvá na tom, že jedinou radikální politickou reakcí na kapitalismus není protestovat, narušovat nebo kritizovat, ani čekat na to, až zanikne pod tíhou svých vlastních rozporů, ale akcelerovat jeho vykořeňující, odcizující, dekodující, abstraktivní tendence.**107**

„Manifest akcelerationistické politiky“ Nicka Srniceka a Alexe Williamse z roku 2013, který významně přispěl k popularizaci tohoto pojmu, prezentuje akcelerationismus jako východisko z „paralýzy politické imaginace“, kterou zažíváme tváří v tvář čím dál častějším krizím kapitalistického systému.**108** Zatímco větší část levice stále lpí na údajně přežitých modelech sociálního státu nebo poválečných nových

89

102 ARNS – SASSE, „Subversive Affirmation“, s. 454–455.

103 „Hacktivist“ je někdo, kdo využívá technologií počítačů a počítačové sítě k účelům občanské neposlušnosti, protestu nebo politického aktivismu. Viz „Glossary“, in: KSOLEIM, *You Are Here*, s. 241.

104 Forma aktivismu zaměřená na dočasné intervence do masmédií.

105 Lauren CORNELL – Ed HALTER, „Mass Effect. A Conversation between Lauren Cornell and Ed Halter on Art and the Distributed Spectacle“, *Mousse*, prosinec 2013 – leden 2014, č. 41, s. 93.

106 GLAZEK, „Shopkeepers“.

107 Robin MACKAY – Armen AVANESSIAN, „Introduction“, in: *eidem* (eds.), *#Accelerate#*. *The Accelerationist Reader*, Falmouth: Urbanomic – Berlín: Merve 2014, s. 4.

108 Nick SRNICEK – Alex WILLIAMS, „#Accelerate: Manifesto for an Accelerationist Politics“, in: MACKAY – AVANESSIAN, *#Accelerate#*, s. 349.

sociálních hnutí, „akcelacionisté“ vidí možnost znovunastolení horizontu budoucnosti v uvolnění latentních „sil kreativní destrukce“, vlastních samotnému kapitalismu.¹⁰⁹ Vycházejí z tradičního marxistického učení o rozporu mezi výrobními silami a výrobními vztahy. Podle této hypotézy kapitalistický systém omezuje technologické a sociální výdobytky, jimž dal vzniknout, v jejich dalším rozvoji, který by měl logicky vést k překročení dané ekonomické formace. Chceme-li tedy uspišit konec tohoto systému, neměli bychom se k inovacím obracet zády, ale naopak „akcelarovat proces technologické evoluce“. Materiální základna neoliberalismu nemá být zničena, ale přesměrována k obecně prospěšným účelům, čím poslouží jako odrazový můstek k postkapitalismu.¹¹⁰

Ideologii dnešní podoby kapitalismu Srnicek a Williams nazývají „neoliberalismus 2.0“. Ten se prosazuje po ekonomické krizi let 2007–2008 (tedy zhruba současně s nástupem Webu 2.0) a vyznačuje se prohloubeným pronikáním soukromého sektoru do zbývajících oblastí působení demokratických institucí.¹¹¹ Steven Shaviro v podobném duchu (ale také zcela v souladu s obsahem Adornova a Horkheimerova pojmu kulturního průmyslu) popisuje všemocnost „reálné subsumpce“ dnešního kapitalismu.¹¹² Práce, subjektivita a sociální život už nestojí „vně“ kapitálu, nýbrž získávají funkce v jeho rámci, což se odráží v termínech „sociálního“, „kulturního“ či „lidského“ kapitálu. Dokonce i estetické, považované počínaje Kantem za oblast vymykající se zájmům spojeným s našimi touhami a potřebami, je využito k produkci nadhodnoty. Shaviro proto mluví o „antinomii estetická v pozdním kapitalismu“: na jednu stranu se vše estetizuje za účelem lepší prodejnosti, na druhou stranu se tak estetické ochuzuje o dvě své klíčové vlastnosti, totiž bezzájmovost a nemožnost být subsumováno pod pojem. Estetické vjemy už nejsou bezzájmové, ale naopak vyjadřují preference konzumentů, na něž reagují obchodní značky; zároveň jsou objektivně popsány tím, že se přeměňují v data, a vykořisťují se coby forma „afektivní práce“.

¹⁰⁹ *Ibid.*, s. 351.

¹¹⁰ *Ibid.*, s. 355.

¹¹¹ *Ibid.*, s. 350.

¹¹² Steven SHAVIRO, „Accelerationist Aesthetics. Necessary Inefficiency in Times of Real Subsumption“, *e-flux journal*, červen 2013, č. 46, <http://www.e-flux.com/journal/accelerationist-aesthetics-necessary-inefficiency-in-times-of-real-subsumption/> (cit. 1. 11. 2014).

Projekt akcelacionistického umění, který navrhuje Shaviro, vychází z předpokladu, že jestliže neexistuje žádný vnějšek vůči kapitalistickému systému, pak je kapitalismus možné překonat pouze zevnitř. Zatímco umění, které se až doposud snažilo čelit systému transgresí, stavělo na představě radikálního „vnějšku“ vůči moci, akcelacionistické umění má být zcela imanentní systému. Jeho náplní je „intenzifikace hrůz současného kapitalismu“, která sice sama o sobě nemůže přinést politickou změnu, ale „nabízí nám určité uspokojení a uvolnění tím, že nám říká, že jsme si konečně sáhli na dno“. To se podle Shavira má rovnat nastolení „estetické neefektivnosti“, tedy osvobození naší estetické zkušenosti od účelové logiky kapitalismu.

VII.

Je akcelacionismus základním politickým rámcem přivlastňování konzumerismu postinternetovými umělci? Pokud by tomu tak bylo, znamenalo by to změnu perspektivy oproti moderním i postmoderním formám kritického umění, jež se snažily klást odpor kulturnímu průmyslu prostřednictvím *mimésis*, přeznačení či subversivní afirmace jeho projevů. Přitakání kulturnímu průmyslu by tady už nesloužilo jako pouhý prostředek jeho negace, ale mělo by hodnotu právě jako afirmace. Nejednalo by se přitom o přitakávání stávajícímu společenskému systému ve smyslu „afirmativního charakteru kultury“ v kritické teorii,¹¹³ nýbrž o afirmaci produktivních sil, které dovolují tento systém překročit.

Christopher Glazek ve svém článku věnovaném DIS označuje užití pojmu akcelacionismu v souvislosti s činností skupiny za „marxistické alibi“, pomocí kterého se zpětně racionalizuje tvorba vycházející z jiných motivací. Umělci tohoto okruhu podle něj ve skutečnosti nevzývají konzumerismus, aby tak přispěli ke zničení kapitalismu, ale aby se vysmáli světu umění.¹¹⁴

Odpor k institucionálnímu systému umění číší z řady fotografií a videí, kde DIS ukazují jeho aspekty (studium na akademii, jazyk umělecké kritiky) jakožto svého druhu komerční praktiky. Mladí lidé

¹¹³ Herbert MARCUSE, „O afirmativním charakteru kultury“, *Divadlo*, roč. 19, 1968, č. 3, s. 46–55, č. 4, s. 47–57.

¹¹⁴ GLAZEK, „Shopkeepers“.

v ateliérech se předvádějí v tričkách či teplákových soupravách s ručně domalovanými značkami jako Nike či Adidas;**115** v reklamě ohlašující globální soutěž pro studenty uměleckých škol pronáší modelka klišé ze slovníku současné umělecké kritiky („umění může být vztahové, může být službou, interakcí...“), jako by vyjmenovávala atraktivní vlastnosti nového pracovního prášku nebo nápoje.**116**

Jak vysvětluje Glazek, generaci, která vychází z uměleckých škol v období po ekonomické krizi, se jako největší zdroj útlaku nejví konzumní kapitalismus, ale rigidní kódy uměleckých škol a akademické teorie. Trh – a především internetové obchodování – pro tuto generaci představuje osvěžující alternativu vůči robustnímu komerčnímu a byrokratickému aparátu institucí světa umění (ať už se jedná o evropský model grantů a rezidencí, nebo o americký systém soukromých galerií).**117** Inspirací pro absolventy uměleckých škol se dnes stávají spíše módní designéři či hazardující podnikatelé, dovedně těžící z ekonomického systému, než tradiční umělci zatížení požadavkem usilovat o jeho transgresi.**118**

Přijmeme-li tento výklad, pak se zdá, že jsme svědky převrácení Adornovy představy autonomního umění jako útočiště před zvěčňující mocí trhu. Cílem DIS jako zástupců své generace je především osvobodit nastupující autory ze závislosti na sběratelích, komerčních galeriích, kurátorech a odborném tisku. Umělci se mají osamostatnit díky tomu, že se promění v komerční značky nabízející díla masám prostřednictvím dynamických prodejních strategií internetového obchodování, jako je například propagace na sociálních sítích. S kulturním průmyslem se tedy sbližují nikoli proto, aby jej kritizovali, ale naopak proto, aby se s jeho pomocí vymanili ze závislosti na ztuhlých hierarchiích světa umění.

Tento přístup podle Glazeka čelí nebezpečí, že místo vzniku alternativního prostředí prezentace a vydělávání pro mladé umělce pouze umožní pár autorům, kteří se včas zapojili do hry, efektivněji rozšiřovat svou produkci do elitních galerií a mezi významné sběratele. Naplnění tohoto rizika zažíváme v posledních letech, kdy se termín postinternet stal oblíbeným označením kurátorů a galeristů pro svěží vítr ve výstavní praxi. Dokonce bychom mohli říct, že převažující chápání

92

115 <http://dismagazine.com/distaste/trends/33026/art-school-trends/> (cit. 1. 11. 2014).

116 https://www.youtube.com/watch?v=oHWQTe_VpsI (cit. 1. 11. 2014).

117 GLAZEK, „Shopkeepers“.

118 *Ibid.*

postinternetu jako překladu digitální estetiky do podoby konvenčního galerijního objektu je symptomem selhání snahy nastavit nový model distribuce umění jako protiváhu k instituci světa umění, která dokázala snadno přizpůsobit tyto nové postupy svým cílům.

Této skeptické interpretaci postupů kolektivu DIS lze z větší části dát za pravdu, zdá se mi ale, že Glazek poněkud unáhleně zamítá možnost dívat se na ně prizmatem akcelerationismu. Ačkoliv konečným cílem DIS zřejmě skutečně není svrhnout kapitalismus, *strategie*, které používá, je možné popsat jako akcelerationistické. Postinternetoví umělci se snaží akcelerovat inovativní potenciál technologií sdílení, dokumentace a (post)produkce, jež získali díky internetu, aby tyto technologie uvolnili z okovů světa umění coby zastaralé kulturní formace. Nový formát „umělce jako značky“, který se prosazuje prostřednictvím sociálních médií a rozšiřuje do světa obrazy, jež mají status volně manipulovatelného materiálu, má nahradit konvenční model autorství, intelektuálního vlastnictví a díla jako luxusního zboží, spojený s nadvládou kurátorů, kritiků, galeristů a sběratelů. Postinternetoví umělci sice tímto způsobem neusilují o celkovou změnu systému, ale jsou akcelerationisty ve své dílčí oblasti.

Kritika postinternetového umění se může od tohoto závěru odrazit dvěma směry. První si vystačí s mírnou reformulací výhrad, které byly právě shrnuty: postinternetové umění se nakonec zpronevřuje akcelerationistické intenci uvolnit produkci umění z otravných omezení galerijního systému, který místo toho znovu legitimizuje prostřednictvím jistého osvěžení formy vystavovaných objektů. Tato kritika nezpochybňuje samotné principy akcelerationismu, ale jen poukazuje na to, že postinternetová umělecká praxe těmto principům nedokáže dostát. Druhá verze kritiky, o kterou se chci nyní pokusit, vychází ze skepse vůči akcelerationismu a afirmativnímu myšlení vůbec, podmíněné stanoviskem kritické teorie. Jejím jádrem je požadavek kritické distance umění vůči kulturním formám legitimizujícím vládnoucí ekonomický a politický systém. Nejde zde o to, že by postinternetové umění vůči tomuto požadavku selhávalo, ale o to, že si jej vůbec neklade.

93

VIII.

Na důkladnou reflexi akcelerationismu není v tomto textu místo. Omezme se proto jen na pár postřehů. Při čtení manifestu Srniceka a Williamse a dalších souvisejících textů se dostáváje pocit, že se zde

křísí to nejhorší a odhazuje to nejlepší z marxistické myšlenkové tradice. Tím nejhorším mám na mysli představu logické nutnosti historického vývoje, podle níž změny výrobních sil musejí nutně dříve či později vést k překročení stávající ekonomické formace. Tím nejlepším míním požadavek kritické distance, která nám nedovolí akceptovat to, co je dáno. Co nás opravňuje k tomu, abychom věřili, že akcelerace technologických inovací dnešního kapitalismu povede ke zhroutení tohoto systému a jeho nahrazení nějakým lepším ekonomickým modelem? A pokud musíme hodit za hlavu kritickou distancí, co nás pak má motivovat k tomu, abychom vůbec chtěli změnu společenských podmínek?

Jak poznamenává Benjamin Noys¹¹⁹ v rozhovoru s Alexandrem Gallowayem,¹²⁰ akceleracionismus představuje stejně přehnanou pozici jako poválečný západní marxismus, jak jej reprezentovala například Adornova *Minima Moralia*. Jestliže druhé jmenované stanovisko vedlo k extrémnímu pesimismu tím, že popisovalo kapitalismus jako naprosto dominantní, první se vyznačuje naopak až přílišnou vstřícností vůči současným formám technologie a kultury. Akceleracionismus naivně chápe kapitalismus jako parazita, kterého se můžeme zbavit, a tak se vrátí k „neutrální technologické či kulturní možnosti“.¹²¹

V citovaném rozhovoru Galloway charakterizuje akceleracionismus jako politickou pozici v rámci širší tendence „technofilního, síťového afirmacionismu“ v současném myšlení. Oproti tomuto myšlenkovému *milieu* Noys obhajuje životnost étosu negativity, tedy „praxe kontroverze a roztržky“, jež „narušuje všechny výzvy brát ‚věci takové, jaké jsou‘“.¹²² Přestože Noys shodně s hlasateli akceleracionismu uznává, že neexistuje žádný „vnějšek“ vůči kapitalismu, zdůrazňuje, že uvnitř tohoto sociálního rámce se vždy dají nalézt rozpory a boje, do nichž se praxe negativity může zapojit.

Étos negativity nás vybízí, abychom od umění nadále požadovali kritický odstup vůči společenským podmínkám své existence – a tedy

94

¹¹⁹ Noys dal akceleracionismu jeho jméno v rámci své kritiky některých motivů Gillesse Deleuze a Félixeho Guattariho, Jean-Françoise Lyotarda či Nicka Landa. Benjamin NOYS, *The Persistence of the Negative. A Critique of the Contemporary Continental Theory*, Edinburgh: Edinburgh University Press 2010, cit. podle Robin MACKAY – Armen AVANESSIAN, „Introduction“, in: *eidem*, #Accelerate#, s. 8, pozn. 1.

¹²⁰ Alexander GALLOWAY – Benjamin NOYS, „Crash and Burn. Debating Accelerationism“, *3:AM Magazine*, 4. listopadu 2014, <http://www.3ammagazine.com/3am/crash-and-burn-debating-accelerationism/> (cit. 30. 11. 2014).

¹²¹ *Ibid.*

¹²² *Ibid.*

i vůči formám kulturního průmyslu jako výrazu těchto podmínek. Zde si dovolím s omezenou platností navázat na použití tohoto pojmu u Adorna a Horkheimera. Dnes již zřejmě není udržitelné bez dalších upřesnění a korekcí mluvit o kulturním průmyslu jako o jakémsi totálním systému, který prostřednictvím svých standardizovaných produktů podřizuje naše smysly a představivost nadvládě kapitalistické formy produkce. Tento výkladový rámec ale může být stále užitečný pro porozumění způsobům, jakými fungují některé konkrétní modely produkce a distribuce kultury. Přitom na rozdíl od běžného užití, které zahrnuje populární hudbu, filmy nebo reklamu, ale už ne obrazy, sochy či konceptuální projekty vystavované v galeriích, se pojem kulturního průmyslu v chápání Adorna a Horkheimera dá uplatnit také na sféru umění, nakolik patří do „říše administrace“¹²³ – tedy, mohli bychom říci, na svět umění jako instituci pozdně kapitalistické společnosti.

Z hlediska vztahu ke kapitalistické formě distribuce umění – a k ideologii neoliberalismu jako jejímu politickému rámci – není mezi hierarchickým systémem současného umění vytvářeného pro galerie, vůči němuž se postinternetová generace vymezuje, a rhizomatickým prostředím internetu, který tito umělci naopak vítají jako prostor, kde se mohou sami prosazovat po vzoru komerčních značek, víceméně žádný rozdíl. Na obou pólech této opozice totiž převládá stejná tendence, kterou zachycuje pojem kulturního průmyslu: podřizování estetických projevů tržním kritériím konkurence, zisku a efektivity.

Přestože se horizontální struktura sociálních médií a vertikální stavba světa umění řídí značně odlišnou logikou, obě mají společné to, že jsou slučitelné s logikou směny. Postinternetové umění se zrodilo z potřeby akcentovat jejich rozdíly, ale nakonec se díky přijetí konzumní estetiky a komerčních mechanismů ocitlo přesně v tom bodě, kde se tyto rozdíly stírají. To začíná být dobře patrné ve chvíli, kdy se umělkyně a umělci, kteří si udělali jméno prostřednictvím sociálních sítí, stávají předmětem zájmu sběratelů a galeristů. Jedna forma zboží se tu snaží zakrýt svou fádnot pomocí jiné formy zboží. Kouzlo uměleckého díla vytvářeného pro galerii se umocňuje tím, že je stejně zábavné a svádivé jako produkty masové kultury a komerční estetiky, že je rozpohybováno a zmnoženo jako internetový mem. Přitažlivost reklamy či módní fotografie se znásobuje tím, že ještě navíc získává fetišový status uměleckého díla. Vzniká ideální zboží dneška, které

95

¹²³ ADORNO – HORKHEIMER, *Dialektika osvícenství*, s. 132.

v sobě spojuje prestiž kamenné galerie i dynamičnost internetového obchodu.

Ve strategiích postinternetového umění tedy nepřevládá nárok kritické distance vůči vládnoucímu řádu, který by bylo možné interpretovat jako formu odporu prostřednictvím *mimésis* odcizení, jako přeznačení vládnoucího diskursu, nebo jako subversivní afirmaci ideologie. Postinternetové strategie zapadají do schématu překročení kapitalismu prostřednictvím akcelerace technologických a sociálních inovací; vůči akceleračnickému modelu ovšem selhávají tím, že akceptují konvence světa umění. Samotné akceleračnické schéma se ale jeví nepřesvědčivé ve srovnání s étosem negativity, ukotveným v tradici kritické teorie, jež spojuje emancipační cíle s praxí odhalování rozporů uvnitř systému.

Úspěšným provázáním tvorby pro galerie a generování obrazů cirkulujících v síti postinternetoví umělci nakonec potvrzují platnost logiky trhu v obou oblastech. Jejich produkty, halící se do hávu ironie a rozporuplnosti, je pak možné vystavit obdobné kritice, jakou dříve adresoval Jameson pastiši nebo autoři *Dialektiky osvícenství* masové zábavě. Výsledným efektem je nudný vtíp zbavený podvratného působení. Pokud se vůbec smějeme, je to „špatný smích“, jež kdysi popsali Adorno a Horkheimer:

Je to smích nad tím, že tu není nic k smíchu. Smích, jak ten usmířený, tak hrozivý, vždy doprovází okamžik, kdy pomíjí strach. Naznačuje vysvobození, ať už z tělesného nebezpečí, nebo z pout logiky. Smířený smích se rozeznívá jako ozvěna úniku z moci, špatný smích překonává strach tím, že přebíhá na stranu mocností, z nichž jde strach. Je to ozvěna moci, které nelze uniknout.**124**

96

97