

Masarykova univerzita
Filozofická fakulta
Úvod do uměnovědných studií

Umelecká kritika

Michal Ivanecký

438045

Kritika je v *Ottovom Slovníku náučnom* definovaná ako činnosť vnímateľa, ktorá by sa dala chápať aj ako prirodzené zhodnotenie a posúdenie kvality diela. Poukazuje však ale aj na druhú vrstvu a význam aký môže táto kritika nadobudnúť – význam spolupráce, kde kritik s odbornými znalosťami a čo najviac objektívnym pohľadom dotvára význam diela.

Ako som spomenul, je zapotreba nadobudnúť objektívny stav úsudku, no samozrejme to platí do istej hranice, keďže ani tvorca, umelec, nemá objektívny prístup, teda subjektívny rozpor nieje nič neprípustné. Skôr by sa dalo hovoriť o druhom spôsobe vnímania, namiesto hodnoty umeleckého diela z hľadiska kultúrneho, či spoločenského, sa vnímateľ zaoberá skôr dojmami, ktoré vyvoláva dané dielo. Túto úlohu kritika ale zväčša nadobúda širšia verejnosť, skôr pasívnym prístupom, ktorý ich bohužiaľ čiastočne týmito dojmami obmädzuje. To ale môže mať ale v istých prípadoch, kde je vyslovene subjektívny dojem potrebný, vcelku značnú hodnotu.

Tak teda môžeme predpokladať, že kritika je úzko spojená s estetickými hodnotami, ktoré môžu mať v svojom období výrazne kladné ohlasy, no neskôr môžu na základe spoločenského vývoja upadať. Na takúto kritiku historických materiálov je ale samozrejme zapotreba konkrétnych historických znalostí kritika, na pochopenie tehdajšej spoločnosti, skôr než kladné, či záporné posudzovanie.

Kritika je teda súčasťou tvorivej činnosti ako takej, no tak ako vzniká na konci diela, tak s ňou zároveň vzniká povedomie o nej, ktoré môže mať vcelku silný dopad na spoločenský pohľad na autora a jeho dielo. Nie len v umeleckej kritike ale aj v gastronomickej sfére sa stretávame s mnohými preslávenými podnikmi, či dielami, ktorých sláva je v porovnaní s ostatnými konkurentami nepriamo úmerna voči ich kvalite. Tento nepomer vzniká, pri hodnotení známym, vplyvným kritikom, ktorého postrehy, či už objektívne či subjektívne doslova nasledujú masy.

V tomto duchu by som chcel viesť svoj kritický pohľad na dnešný umelecký priemysel, konkrétne na sféru počítačových hier. Tu sa stretávame s absolútnym dopadom kritického hodnotenia produktu na úspech marketingu autora, ikeď to nemusí nutne znamenať úspech v pravom pozitívnom slova zmysle, skôr len pasívnych následovníkov.

Keďže počítačová hra je z hľadiska pochopenia a vnímania vcelku komplexný systém, pozrime sa najprv na spôsob akým sa naži tvorca predať to čo jeho fascinuje na svojom výtvore hráčovi. Ako herný tvorca a vývojár zastávam názor, že čo je zaujímavé pre mňa, je zaujímavé pre každého, pokiaľ vníma v kontexte a s rovnakými vplyvmi ako ja. Toto platí vo všeobecnosti v celom umeleckom prejave a umelci ju docieľujú použitím rétoriky, či už vizuálnej, lyrickej alebo procedurálnej. Ako sa dá predpokladať, pri tvorbe hier sa využíva prave rétorika procedurálna a pomocou nej sa snažíme hráča doviesť ku krokom, ktoré bude vykonávať z vlastnej iniciatívy a voliť ich podľa svojho uváženia a tým sa dostane do pozície v ktorej bude vnímať to spomínane *zaujímavé*, ktoré tam spočiatku nieje zrejmé. Ak teda chápeme význam tohto dokazovania svojej idej, môžeme uviesť kritiku, ktorá je síce subjektívna, no vychádza z rovnakého zážitku, objektívneho prostredia a podmienok. Teda v tejto umeleckej sfére nájdeme o čosi zložitejšie a rozporupnejšie odozvy na hry, keďže ku utvoreniu predstavy o nich, vedie vcelku dlhá cesta pochopenia a zážitku.

No i napriek tejto rôznorodosti sú bohužiaľ hry v dnešnej dobe hodnotené na základe ich úspechu predaja, čo často vzniká kvôli sile kontaktov, či marketingu, či dokonca náhodou. Nedá sa pochybovať, že marketing je dôležitá súčasť tvorby produktu. V hernom priemysle ide o spôsob predávania vlastnej kritiky médiám, ktoré rozhodnú o úspechu hry, no z hľadiska hodnotenia, je často hra a jej kvalita len

sekundárny subjekt merania úspechu tvorby. Nechcem tým nihilizovať komerčnú časť procesu, no poukázať na fakt že v dnešnej dobe, keď sa hrám dostáva maximálna pozornosť, sa touto cestou predaja nedostáva dostatočná pozornosť hrám, ktoré svojou jednoduchosťou a minimalistickým charakterom nie sú schopné súperiť s mocnými tzv. *main-streamovými* hrami, kde je pochopiteľne vplyv marketingu podstatne markantnejší. Touto cestou sa dostávame do stavu, kde sa hráči chovajú pasívne a hry sú pred ne predkladané, teda tie ktoré su komerčne najsilnejšie. Týmto spôsobom sa rozhľad hráča okresáva a zužuje a neskôr nieje schopný posudzovať hry tak objektívne.

Ide o prirodzený jav, no podľa môjho názoru je potrebné si tento nepomer občas pripomenúť a aktívnejšie hľadať hry menej komerčného charakteru, pretože tie často obohatia človeka úplne odlišným, jedinečným spôsobom.

Zdroje:

OTAKAR, Fischer: Slovo o kritice

OTTO, Jan: Ottův slovník naučný: Illustrovaná encyklopedie obecných vědomostí.