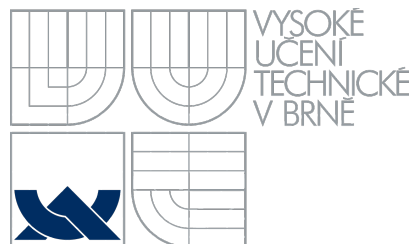


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA VÝTVARNÝCH UMĚNÍ

FACULTY OF FINE ART

ATELIÉR INTERMÉDIA
STUDIO INTERMEDIA



MEDIÁLNY ~OBRAZ~ CULTU FU-FU

THE CULT FU-FU'S MEDIA ~PORTRAIT~

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

MARTINA RŮŽIČKOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

doc. VÁCLAV STRATIL, Prom. Ped.

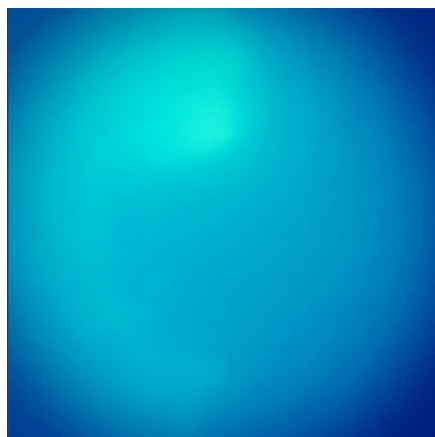
OPONENT PRÁCE
OPPONENT

LUIS ARTEMIO DE LOS SANTOS, BFA

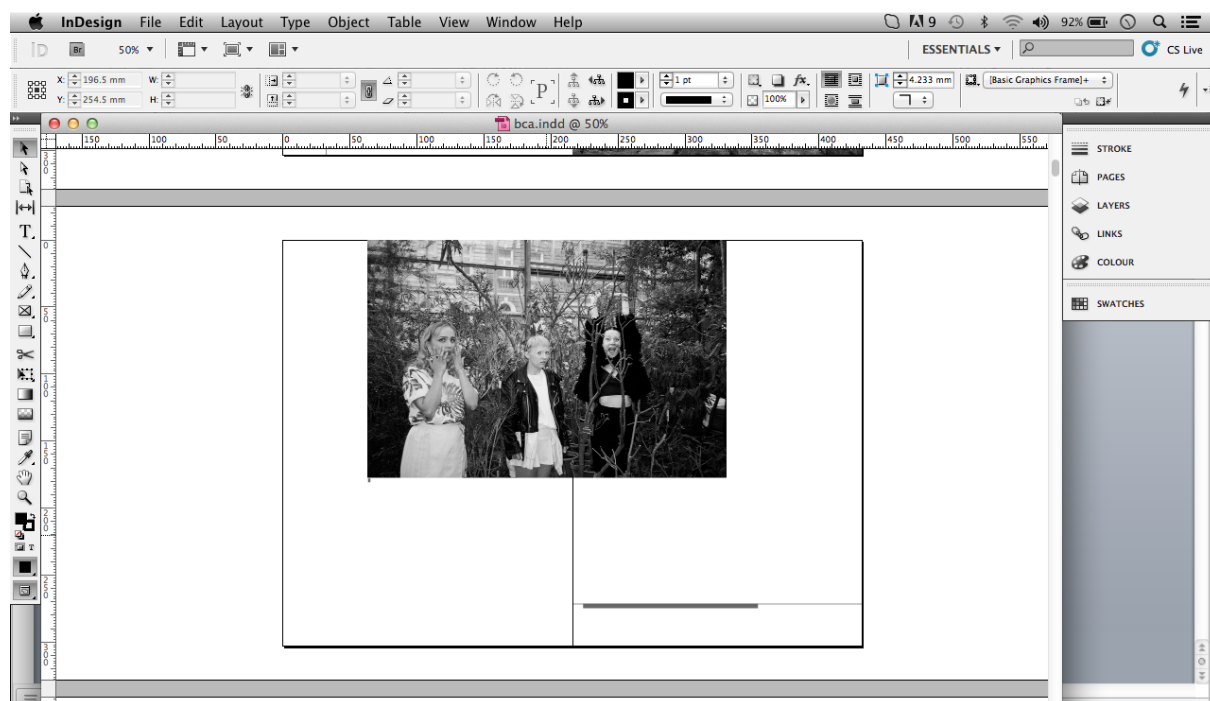
BRNO 2014

DOKUMENTACE VŠKP

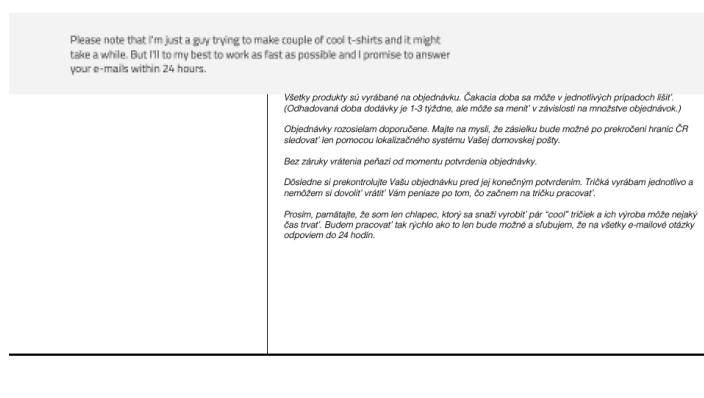
K obhajobe bude predložená situácia.



True Blue, Alexander Lubomirski, digitálna fotografia, 2014



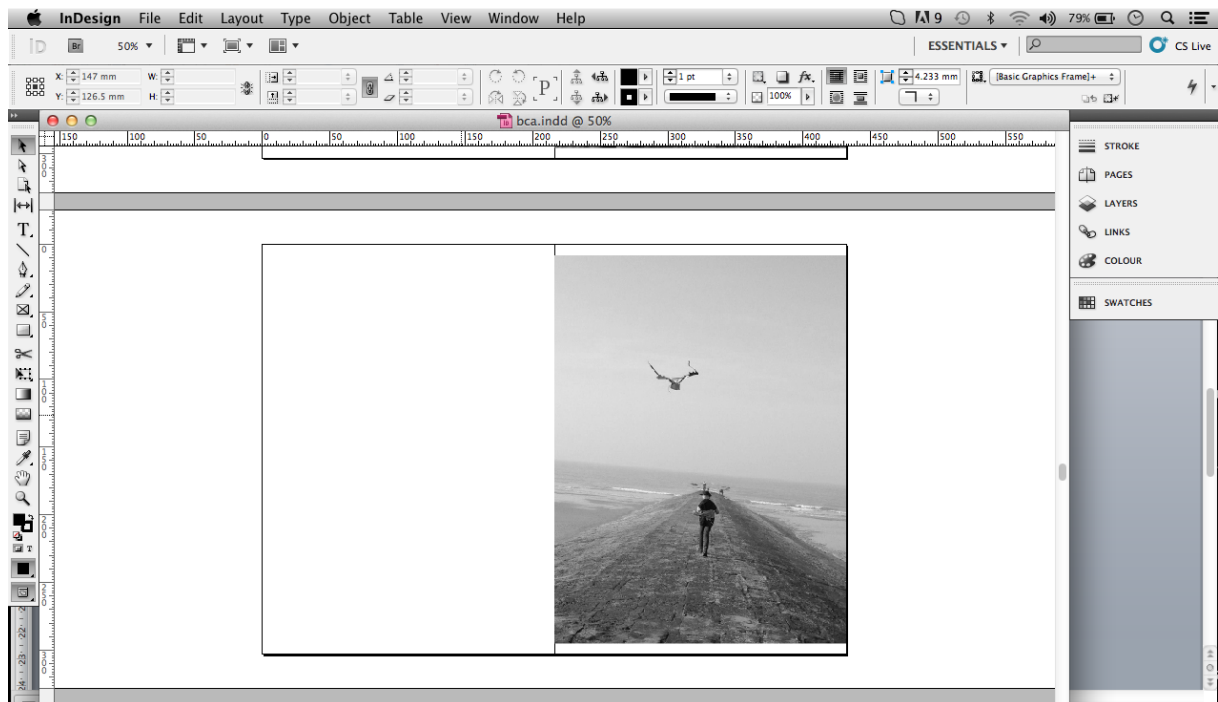
Strany 8-9 autorskej knihy, 2014



Výňatok zo strán 18-19 autorskej knihy, 2014



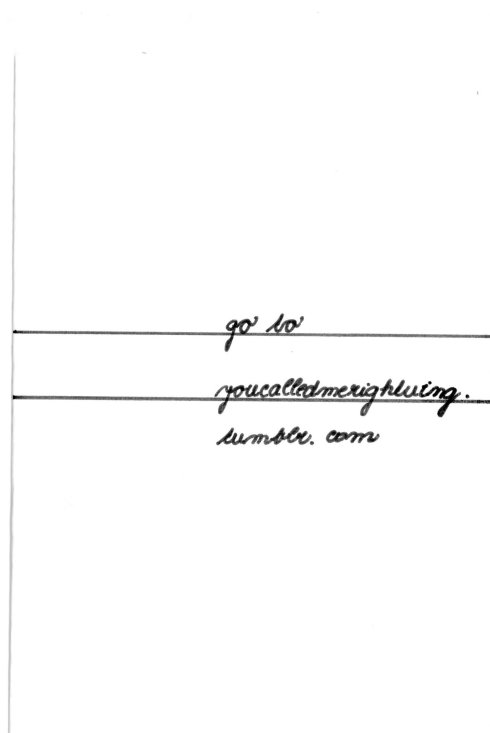
Výňatok z architektonického návrhu Luxemburského Freeportu, stena budúceho Luxemburského Freeportu, diskolorovaný obrázok, 2014



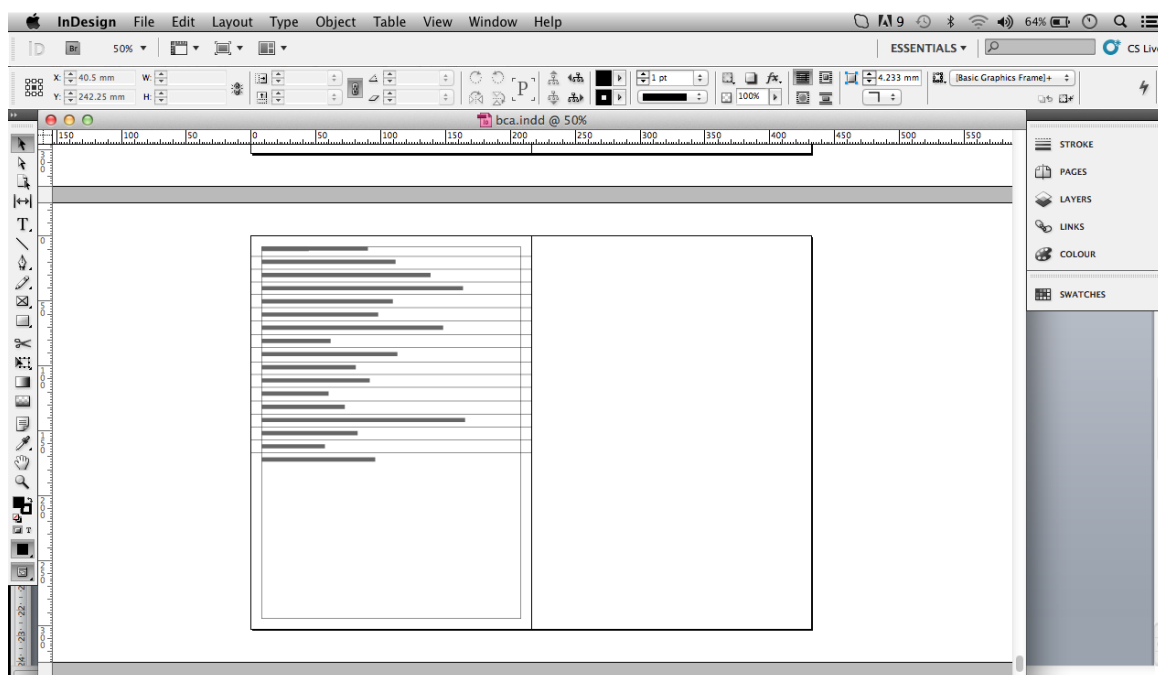
Strany 40-41, 102-103 autorskej knihy, 2014



Výňatok z verejného profilu Hynka Alta na sociálnej sieti Facebook, diskolorovaná fotografia, 2014



Výňatok z autorského zošita vytvoreného pri prijímacích skúškach na Universität für die Angewandte Kunst vo Viedni, strany 146-147 autorskej knihy, 2014



Strany 168-169 autorskej knihy, 2014

https://soundcloud.com/younglife1/katy	
http://www.youtube.com/watch?v=a08JmJN6YfI	
https://soundcloud.com/sacredb-sme/lust-for-youth-epoetin-alfa	
http://www.advojaka.cz/archiv/2013/9/kapitalismus-nam-vzal-budovnost	
https://soundcloud.com/dreamhoala/saturn-b-oy	
http://moussemagazine.it/articolo-mm?id=111	
http://www.dramaz.fidlo-ro/1000940-sunka-veprona-porazka	
http://www.altrvajd.com/	
http://www.youtube.com/watch?v=E_kRqumNrcdg	
https://www.facebook.com/trinallt	
http://www.diamondandunicorn.com/	
http://www.kaglo.com/	
http://www.melissaminva.com/	
https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152272346653704.1000000597729306.119763	
http://newmagiciamedia.tumblr.com/	
http://www.fotpuco.uk/	
http://youcalledmerightwing.tumblr.com/	

Detail strán 168-169 autorskej knihy, 2014

Písomná obhajoba bakalárskej práce.

Individualita umelca je v prepojenom svete samostatne stojacich individualít v mnohých prípadoch vyjadrená snahou o zpochybnenie nadnárodných korporácií a vierou v ich nahraditeľnosť nezávislým myšlienkovým aparátom umelca. Tento je schopný produkovať samostatne stojace diela, diela-komentáre, post-ironické individuá, individuá ako vysoko diverzifikované značky. Umelci príliš dlho snívajú o širokom rozptyle a legitimizácii svojej práce, svojho umenia. Zamorením noviniek na sociálnych sieťach svojich obdivovateľov sa ich predstavy začali naplňovať.

Existencia značky je mylnou prerekvizitou umeleckého diela.

Výstupy umeleckej produkcie možno v súčasnej dobe rozdeliť do dvoch kategórií:

1. Vysoko špekulatívny "hlavný produkt"
2. Medziprodukt

Termín hlavný produkt odkazuje k dielu nezávislého myšlienkového aparátu, a to i napriek tomu, že ten je v súčasnosti ľahko spochybniteľný. V dejinách umenia je tento pojem spojený s dielom nevytvoreným na zakázku. Hlavné produkty súčasných umeleckých tendencií sú jednodu budúcnosti. Násilná výstavná prezentácia dokumentácie je zlyhaním súčasných komunitne orientovaných projektov. Zneužíva do nich zapojenú verejnosť k pozdvihnutiu osobného a grantového kreditu umelca.

Markantný rozptyl medziproduktov výtvarného umenia je úzko prepojený s rozptylom post-internetovej éry. Minulá budúcnosť nepriniesla očakávanú liberalizáciu exkluzívneho umeleckého sveta. Existencia relatívne otvorených informačných zdrojov je vykúpená neustále sa rozširujúcim spektrom individualít a nutnosťou sebazviditeľňovania. Umelci pôsobiaci na poli sociálnych médií si snažia udržať auru ľudovej, všeobecnej dostupnosti. Avšak jediné čo môže bežný, lepšie informovaný užívateľ internetu získať je konštantný prúd surových informácií vo forme obrazového materiálu. Vo virtuálnom prostredí môžeš snívať o sebe ako o hosťovi na vernisáži v Londýne a New Yorku ten samý večer, pridať sa k súkromnému ateliérovému exkurzu, nazrieť do hĺbky umelcovej mysle prostredníctvom jeho Facebookových predajní, je však náročné predvídať ich budúcu hodnotu, čím priťahujú pozornosť špekulatívnych investorov. V prípade akvizície na počiatku sľubnej kariéry umelca sú diela ponechávané v tzv. freeport-och. Z dôvodu vysokých nákladov na prepravu a zabezpečenie ich možno zhladať len na niekoľkých umeleckých veľtrhoch, v rámci ktorých prebieha výmena a nákup akvizícií. Umelci tu mnohokrát vidia produkty svojej prekarizovanej práce naposledy. Svet vysokého umenia je exkluzívne hracie pole s hráčmi vyčkávajúcimi na nové a lepšie príležitosti. Svet fungujúci sám pre seba. Každá výstava je spolu so svojou dokumentáciou chápaná ako možná budúcnosť v rozširujúcom sa portfóliu statickej statusov a nakoniec si z neho kúsok zakúpiť na bigcartel.com.

Medziprodukt, inými slovami umelecké dielo na zakázku, je možno v súčasnosti definovať ako široko dostupný obsah, komoditu, dostupnú 24 hodín denne prostredníctvom sociálnych sietí, internetových obchodov, alebo iného typu webových prezentácií umelca. Napriek tomu, že medziprodukt nehmotného charakteru je na sieti neobmedzene dostupný, predstavuje len náhľad podružnej druhej vrstvy viazanej na osobné vlastníctvo. Druhá vrstvu tvorí buď

materiálna forma náhľadu, napríklad tričko z internetového obchodu, alebo kombinácia spoločenských znalostí, ktorá umožňuje aktívnu formou zasahovať do lokálneho umeleckého diskurzu. V širšom zmysle sa môže označenie medziprodukt vzťahovať i k textu umelca-teoretika.

Vo svetle vyššie popísaného;

rada by som obhájila a rozšírila svoje teórie, ponúkla praktické alternatívy prostredníctvom hlbšieho výskumu založeného nie len na umeleckej praxi/teórii, ale i na sociológii a filozofii. Verím, že premýšľanie o umení nemožno naďalej ohraničovať jediným oborom. Kritiku jednotlivých výstav a smerov je nutné nahradiť kritikou širších sociálnych zmien, ktorých sú dôsledkami, a ktoré je nutné skúmať komplexne.

1. Budúcnosť prezentácie
2. Budúcnosť role a pozície
3. Medziprodukt je budúcnosťou

1. Rozdiel medzi sebareprezentačnou snahou umelca a propagáciou akéhokoľvek biznisu neexistuje. I keď sa určité frakcie umeleckého provozu snažia priblížiť svoju odvrátenú stranu, činia tak len využitím prefabrikovaných objektov a štruktúr aparátu podliehajúceho kritike. Je potrebné prehodnotiť náš vzťah k prefabrikovaným sociálnym médiám primárne určeným k sebareprezencii, (t.j. Facebook, Tumblr, Twitter), k ich instantnému rozhraniu. Je chybou premýšľať o väčšine činností ako o entitách pripravených ku kontextualizácii v rade možných obrazov. Je skutočne nutné byť infomovaný o všetkom dianí a mali by sme podliehať obavám o pochopenie a šírenie našich názorov? Umelecká kritika sa premenila na informačnú agentúru vysielajúcu fragmenty, vybrané na základe exkluzívneho vkusu v ilúzii otvorenosti. Možnosť absolútnej informovanosti je konceptom kritiky, ktorá nikdy nebude zrodená. Zacyklí sa v nedostatku sebavedomia v uzavretom, vzájomne prepojenom umeleckom svete. Prečo sa umenie snaží zastávať globálnu pozíciu, a kde leží dôvod ostychu z reakcie na lokálny paralelný priestor? Nevytvára sám pojem "umelecký svet" psychologickú bariéru, dojem dočasnej hry?

2. Umelecký aparát má prispievať nie len ku kritike samého seba ale i ku kritike celej spoločnosti. Zároveň by mal túto kritiku uvádzať do praxe a tým rozšíriť svoje pole pôsobnosti na experiment s komplexnou štruktúrou reality. Týmto umenie demonštruje vlastnú nezávislosť. Existujeme v spoločnosti, ktorá je poháňaná a prepájaná túžbami, ktoré nedokážeme samostatne naplňať, napriek tomu, že sami seba vnímame ako individuality. Rola umelca v súčasnej spoločnosti by mala byť spochybňovaná. Existuje umelecká špecializácia po procese dequalifikácie? Možno túto špecializáciu popísať ako určitý spôsob uvažovania? Subverzívneho uvažovania? Uvažovania umelca ako prejav slobodnej mysle? Takýto druh uvažovania nemožno pretaviť do formy objektu, ktorý usiluje len o vyšší stupienok na poli prekarizovanej práce.

3. Jadro môjho výskumu bude ďalej rozvíjané na základe viery v medziprodukt a špecifickú formu premýšľania ako podmienky budúcej udržateľnosti a zmysluplnosti umeleckej prevádzky. Namiesto cielenej snahy o obchádzanie princípov neustále sa rozširujúceho trhu v podmienkach neo-liberálnej spoločnosti, umelci zahlcujú, chcene či nie,

vlastné i dobre informované kruhy novými produktmi. Medziprodukt nemožno chápať ako štýlovú komoditu, ktorej exkluzivita je ospravedlniteľná prítomnosťou samotného umelca. Naopak, umelci musia zanechať pozíciu tvorcov materiálnych hodnôt a základov špecifickej sociálnej skupiny, ktorá za účelom vlastnej legitimizácie tieto hodnoty využíva. Čo stojí za vznikom dis-stratégie? Môžno exkluzívny štýl dneška premeniť v masový?

Pokúsim sa načrtnúť konkrétne modely praxe. Otvorené dielne prepájajúce umelcov s praktickými potrebami výukového procesu - ako obísť praktiky masovo produkujúcich korporácií vlastnou, organizovanou výrobou, aké dôvody nás k tomu vedú. Automaticky nespájať kvalitný a lokálne produkováný tovar s marketingovými stratégiami cieľenými na vyššiu vrstvu. Umelci s remeselnými znalosťami by nemali byť, v lepšom prípade, chápaní len ako domáci kutili. Ako nositelia zručnosti sú povinní vzdať sa svojho informačného a socializačného patentu. Drží priemysel miesto pre umelcov vo svojej ne-neo-liberálnej budúcnosti? Zároveň verím v dequalifikovaných umelcov ako významných prispievateľov k ére širokého rozptylu kritického myslenia. V tomto ohľade verím v silu nezávislých vydavateľstiev.

Ďalšiu kapitolu tvorí obhajoba hlavného produktu vizuálneho umenia, výčet dôvodov jeho existencie. Vnímam galérie ako diskusné priestory, nie showroomy. Je nutné rozšíriť a akcelerovať kritiku galerijnej prezentácie až do doby jej pádu. Návazne by mali byť znovuobjavené alternatívne módy prezentácie. Boj o existenciu umenia by nemal prebiehať len pred podávaním grantových žiadostí. Ak je umenie definované ako estetický sen, uskutočni ho čo najskôr.