

Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

Olga Pětivoká

Fenomén úspěšného umělce – experiment

Mým múzám (ukradla jsem čas)

Mediální angažovanost

Supermédiá

Prof. Ak. Soch. Marian Karel a MgA. Federico Díaz

Mgr. Martina Pachmanová, Ph.D.
Konzultantka

Mgr.A. Lenka Klodová, Ph.D.
Oponentka

2009

OBSAH:

1. Úvod: Téma a záměr práce, zdůvodnění volby práce
 - 1.1. Fenomén úspěšného umělce
 - 1.2. Ano
2. Hlavní část: Umělecká a teoretická východiska
 - 2.1. Slabikář hodnot
 - 2.2. Mediální angažovanost
 - 2.3. Status
 - 2.4. Androgyn
 - 2.5. Individuální osamocení
 - 2.6. Vychovejme si své diváky
 - 2.7. Hitparáda umělců
 - 2.8. Prožitek
3. Podrobný popis diplomového projektu
 - 3.1. Životní posedlost
 - 3.2. Zadáání
 - 3.3. Bohém – liveshow
 - 3.4. Mým múzám, ukradla jsem čas - realizace
4. Charakteristika zvolených technologických postupů a uměleckých prostředků
 - 4.1. Média
 - 4.2. Médium
5. Srovnání s dosavadními řešeními dané problematiky
6. Závěr: zhodnocení výchozího záměru a srovnání s výslednou realizací
 - 6.1. Mediální dostihy
 - 6.2. Zvolme si svého protivníka
 - 6.3. Smrt umělce – prověření časem
7. Obrazová příloha
 - 7.1. Video 1 a textová část videa
 - 7.2. Video 2 a textová část videa
 - 7.3. Video 3 a textová část videa
 - 7.4. Video 4, textová část videa
 - 7.5. Video 5, textová část videa
 - 7.6. Video 6, textová část videa
 - 7.7. Video 7, textová část videa
 - 7.8. Video 8, textová část videa
 - 7.9. Obrazová příloha – Realizace
8. Textová příloha Bohém – liveshow
 - 8.1. Scénář Bohém – liveshow
 - 8.2. Odpověď Milana Krumla, analytika TV Nova

1. Úvod: Téma a záměr práce, zdůvodnění volby práce

1.1. Fenomén úspěšného umělce

Téma mé diplomové práce se pro mne stalo otázkou, která se po čase stala mou noční můrou, sama sebe jsem stále prověřovala, proč jsem si vybrala právě Fenomén úspěšného umělce jakožto mediální mág tématem pro diplomovou práci. Téma, které mě v procesu tvorby přimělo vystoupit z intimní a bezpečně anonymní ulity tvořit “ateliérové dílo”, ale vytvořit “dílo ve spolupráci s odbornou i laickou veřejností, aniž by se jednalo o happening či performance a bez manipulačního záměru odevzdat interpretaci uměleckého světa, tak jak ho sami výtvarní umělci pro sebe vytváříme vlastními pravidly, normami a pamětí.

Jakožto studentku nového ateliéru Supermédiu mě začalo zajímat, co vše se skrývá v novém názvu ateliéru Supermédiu, jež chce obsáhnout více než média, a jistě svým názvem chce reflektovat žádostivost současného uměleckého světa. Jakožto stážistka v Asii jsem pocítila čínský ekonomický tlak jako umělecký akt, který požívá toho, koho již vyprodukoval. Jakožto bývalou studentku ateliéru Prostorové tvorby mě zajímaly kontexty a vztahy uspořádání, poměry a manipulace perspektivy daných fyzikálních vlastností. Jakožto stážistka Dialogického jednání na DAMU jsem se musela naučit nevytvářet si autocenzuru vlastních slov, myšlenek a pudů. Musela jsem se naučit být si vlastním partnerem. Jako externí posluchačka Konceptuální tvorby na VŠUP jsem nahrávala monology profesorů při ateliérových konzultacích, abych mohla vytvořit abstraktní melodii daného ateliéru a konkrétní výkladový slovník ateliérů. Jako stážistka na Nových médiích II. na AVU jsem zjistila, že nikdy nepřekonám stín VŠUP. Jako úspěšná uchazečka feminimní vizáže jsem čelila od neúspěšných uchazeček pomluvám z úspěchu při přijetí do ateliéru maskulárního charakteru Sklo v architektuře na VŠUP. Při talentových zkouškách na VOŠ-SUPŠ jsem slíbila, že si vezmu milionáře, abych se mohla plně věnovat v budoucnu umění. Před přijetím na Hollarku jsem musela od rodičů podstoupit odstrašující kázání, kdo, co a vše dělá umělce umělcem.

Krátký výčet životních setkání, které mě usměřňovaly, nevypovídá jen o mně, ale asi v podobném nástinu o každém začátku, pohnutkách, vedoucích k rozhodnutí stát se výtvarným umělcem. Ve svém údělu výtvarný umělec na sebe přebírá podobu Titána s velkými bedry, která unesou tíhu světa, vypovídá o mýtických představách, kolektivním nevědomí, měnící se v touhu po Héroich, a bájně kliše strachů.

1.2. Ano

Již téma Fenoménu – úspěchu umělce je dostatečně obsáhlé a neutuchající, drásající ve své nevyhnutelnosti, která potká každého, kdo stojí o status umělce – Bohéma, o to více, přizná-li si zájem o úspěch, a je-li tento žadatel a čekatel upřímný sám k sobě, odpověď zní, ANO. Tak i já jsem si odpověděla již ve svých sladkých –nácti, že se chci stát umělkyní a slavnou, vzdát se “všeho” a celý život obětovat jen umění, přesně tak, jak byla očekávaná odpověď při talentových zkouškách již na střední výtvarnou školu. Tak podobně z již očekávajících odpovědí vzniká mýtus a fenomén o umělcích, bohémech. Jaká je však realita a pád těchto představ? A právě touto diplomovou prací jsem se snažila uchopit sladká mámení a dravou realitu “romantických umělců” a kultu umělců.

2. Hlavní část: Umělecká a teoretická východiska

2.1. Slabikář hodnot

Chtěla jsem se dostat dále, než si jen zahrávat s již danými a praxí ověřenými manuály k dosažení úspěchu, například příručka hudební skupiny KLF¹. A nevyjmenovatelný nespočet již klasických manuálů a učebnic o růstu našeho sebevědomí a sebepoznání, prosperity a kariery s tím, že tyto knihy již genderově rozdělují strategii k dosažení úspěchu muže a ženy, vycházejících z bonmotu personálních agentur, finančních statistik. Nový trend management art, strategická sebe prezentace na poli výtvarného umění, a nová generace “čekatelů” se musí naučit používat a využívat nový administrativní slovník, žádosti o grant, sponzoring, mecenášství. Profesionálním standartem se stává využití komerčních kurzů, nebo koučingu, jež nás naučí, jak správně prorazit a být na trhu vidět, či si vůbec uvědomit, čeho chceme dosáhnout a co pro nás znamená úspěch. Tím se dostávám ke schizofrenní problematice vnímání hodnot současného umění. Pakliže je společnost tlačena materiální, finanční či jinak uchopitelnou hodnotou jako důkazem úspěchu, je nutně tlačena touto společností nastolenou normou také umělec. Jsou pryč doby romantických představ chudého umělce na periferii. Bohužel, tyto představy v nás stále převládají, stávají se našimi mýry. Chceme vyhladovělé umělce, neboť jedině tak tvoří z plných plic a pak je z této bídy na světlo showbusnysu vynáší mecenáš, kurátor, kritik umění atd. Nevěříme umělcům, kteří debatují v KFC, jezdí k moři s rodinou. Chceme od umělců totální nasazení až k úplnému padnutí.

¹ KLF, *THE TIMELORDS, THE MANUAL (HOW TO HAVE A NUMBER ONE THE EASY WAY)*, 1988

2.2. Mediální angažovanost

Můžeme sledovat utváření se nového uměleckého stylu *Mediální angažovanost*, kdy umělec bere svůj osud do svých rukou, to znamená vytváří si svůj tým kurátorů, kritiků a donator. Je také starší styl, kdy umělec celou aktivitu nechává na kurátorovi či kritikovi,..., ale tím se stává panenkou v koutě. Výpovědí této starší situace je: *Lízání kurátorova zadku*, performance. Má diplomová práce se zabývá právě tímto novým fenoménem Mediální angažovanosti, sebezprezentace jako umělecký akt.

Strhnout na sebe pozornost předpokládá ukradnout čas vymezenému publiku.²

2.3. Status

Je zajímavé sledovat utváření statusu výtvarného umělce, který byl v antice řazen do skupiny Techne, a múzou umění se mohla pyšnit poesie, drama, hudba. Až ve středověku s šířením křesťanství dostává hlavní didaktické slovo výtvarné umění. Rozmach výtvarného umění a vytvoření bohémského ega nastává až v době renesance, s naukou filosofie o jedinečnosti jedince, chápání bytí. Touto problematikou se mimo jiné zabývá *G. W. F. Hegel* ve svém díle *Estetika*, nebo *Jindřich Chaloupecký*³.

Potřebu změnit svou identitu k autenticitě tvorby si uvědomili již první němečtí romantikové. *Básník "musí (...) být naveskrz poezií a zároveň živoucím uměleckým dílem"*, psal *Fridrich Schlegel* 1798. Stejně *Ludwig Tieck* 1799: *"Nechte nás (...) proměnit svůj život v umělecké dílo."*⁴ Vytvoření záměrné pozy umělce nastává již roku 1817, kdy literární umělec se sám začal nazývat a stylizovat do dandy, což znamená přeměna těla v umělecké dílo. *"Dandy žije ve dvou dimenzích-jednou jako unikátní umělecké dílo a po druhé jako svérázný umělec."*⁵

² Olga Pětivoká, Deník 10.12. 2008

³ Jindřich Chaloupecký, *Evropa a umění*, 2005

⁴ Jindřich Chaloupecký, *Úděl umělce Duchampovské meditace*, 1998

⁵ Adéla Foldynová, *sborníku Gender a umění 19. století*, vydaného obrazar.com v roce 2007, <http://www.mezipatra.cz/2007/aktuality/dandysmus-a-extravagance.html>

Nejpříkladnějším je *Oscar Wilde*, spíše jeho *Obraz Doriana Graye*. Sám autor popisuje toto dílo jako „tragédii, která se zrcadlí v mém životě. Harry je tím, za koho mě svět považuje. Basil je ten, za koho se považuji já sám. A Dorian je tím, kým bych si přál být.“⁶

A až od literárních dandy “dandismus” přejímají výtvarní umělci. Status a póza umělce jde stále v ruku v ruce se závojem tajemství, imaginárna, spiritualismu a extravagance. Myšlenka se vrací v curyšském dada. “Produkovat (...), vyvolávat existenci. Lze take produkovat umělce.”⁷ Též *Marcel Duchamp* si zahrával se svou identitou jako dílem jež samo tvoří, tedy vytvářel svoji novou bibliografii a vědomě vytvářel umělecké dílo ze svého života: “umělec sám musí být uměleckým dílem.”⁸

V 60. letech 20. století *Andy Warhol* sebe prezentaci povýšil na umělecký akt, kdy ze sebe důmyslně vytvořil celebrity s platným poznávacím znakem. Vytvořil sebe jako logo firmy. Je ale otázkou, proč se celebrita ojediněle vyskytuje z řad výtvarných umělců, jelikož většina celebrit vychází z řad krásných hereček, modelek a zpěvaček, osob, které jsou dostatečně medializované.

2.4. Androgyn

K mediální angažovanosti patří práce s identitou, s image. Vráťím-li se k dílu *Marcela Duchampa*, jakým způsobem hledal své druhé já, až ho našel v ženské postavě *Rose Sélavy*, musím říci, že jsem si během studií také procházela obdobím vyholených tvarů v dlouhých vlasech, nalepování si *Dalího vousů*, tedy spíše stilizování se do mužského charakteru a vzoru umělce, a právě proto jsem se ve své diplomové práci vrátila k ženské postavě a charakteru banálního zobrazení detailů každodennosti, fascinace sama sebou. Širším rozbořením tématu androgyn bych však otevřela jen další široké téma gender, vnímání ženského principu nejen v umění.

2.5. Individuální osamocení

Záleží na tom, jakým způsobem bude využit a jakého cíle chce dosáhnout umělec mediálním úspěchem. Může být dosaženo uměleckého aktu, finančního ohodnocení, či nesmrtelnosti ve smyslu kultu dandy. Mluvíme-li o mediálním úspěchu běžného jedince, pohybujeme se ve zrychleném a neřízeném čase. Bude-li dnes vypuštěna naše informace, zítra může nastat

⁶ Adéla Foldynová, *sborníku Gender a umění 19. století*, vydaného *obrazar.com* v roce 2007, <http://www.mezipatra.cz/2007/aktuality/dandysmus-a-extravagance.html>

⁷ Hugo Ball *Deník* 1. března 1916, Jindřich Chalupecký, *Úděl umělce Duchampovské meditace*, 1998

⁸ Marcel Duchamp 1965, Jindřich Chalupecký, *Úděl umělce Duchampovské meditace*, 1998

nekontrolovatelná lavina zájmu. Může též zapadnout a nikdo si ji nevšimne, to znamená, že k práci s médii v mediální angažovanosti potřebujeme tým hybatelů, kteří ze zákulisních zdrojů napomáhají postrčit valící se kuličku mediálního zájmu. Obzvláště v současném výtvarném umění, jež je většinou intelektuálně příliš vzdálené divákům a je přílišný důraz na individualitu jedince, kterou si zaměňujeme se samotou, až osamocením.

2.6. Vychovejme si své diváky

Společnost potřebuje celebritu jako svůj očištný idol. Tím, že sledují svojí celebritu, její strasti i úspěchy, nastává ztotožnění se, a skrze celebritu i průměrný divák může zažít její výkony. Divák může emočně participovat na životě celebrity. Proto každá celebrita, dandy, umělec by si měl vybudovávat a podporovat zázemí svých diváků. Tím se opět vrátím k teorii umění, pojmu Umění pro umění a z toho vzniklé obhajoby, proč se autor nemusí zajímat o diváka, může si svobodně tvořit a explodovat. Nastala egoisticky masturbační tvorba, zahlcující umělecký trh. Divák již tedy nemá problém, jelikož se od něho nežadá porozumění a vlastní invence v chápání umění. Kdo si však hlavu láme jsou teoretici, kritici. A kdo si mne ruče? Ukázkovou výpovědí o situaci mezi kritikou a umělci nastává dezorientace a nemožnost kritiky. Je v současném umění kritika zakázána?⁹

Statě mediálního úspěchu umělců mě vytrhla z romantických představ reálné situace, kdy se v běžných médiích objevovaly zmínky o výtvarném umění maximálně s ekonomickým či šokujícím titulkem. Má budoucí cesta sebe prezentace v médiích vycházela z konceptu dílo jako sebe prezentace v médiích. Tím jsem sama za sebe mohla cítit dva poly, já, jako umělec a dosažené uspokojení prezentace a já, jako prezentované dílo v médiích, čímž jsem se však dostala k odosobnění, ztrátě aury, chladné sebe prezentaci, tak jak o ní píše *Walter Benjamin "Umění upadá, ztrácí auru, díky využívání reprodukčních technologií a masové produkci"*.

Mé vnitřnosti se vzbouřily a odmítly se vydat naplánovanou cestou dle sestaveného Harmonogramu¹⁰ ač jsem si již vytvořila doménu www.shoking-art.com, prostor na Facebook a přihlásila se do kontroverzních skupin, abych vytvořila sobě pomyslnou historii kurátorky, tak i umělkyně.¹¹

⁹ Art+antiques 04 duben 2009, článek Je vsoučasném umění kritika zakázána?, str. 60

¹⁰ Olga Pětivoká, příloha, Deník 5.12. 2008

¹¹ Olga Pětivoká, Deník 5.12. 2008

2.7. Hitparáda umělců

Umělci jsou laickou veřejností považováni za podivíny, budižkničemy, vyžírky, vyhořelé existence, alkoholiky, kriminálníky zaštitěné uměleckou beztrestností, psychicky labilní jedince, třetí pohlaví, vizionáře políbené múzou, provokatéry, idealisty, vizuální filozofy; jejich nepochopení a neschopnost zařadit se do průměrného stavu společnosti odráží jejich čtenářsky úspěšné bibliografie a post memory aukce děl. Je zajímavé, že samotní umělci jsou na tyto leckdy nelichotivé tituly pyšní, jelikož je to staví do vlastního elitářského světa, tím však vznikají další bariéry nepochopení. Tyto bariéry se nyní pokoušejí překonat galeristé budováním finančního trhu s uměním, jež je otevřen i laické veřejnosti jako možnost alternativní finanční investice za podpory odborné konzultace, vypracování průzkumu trhu a tržního profilu umělce. Například za nejvhodnější investici se nyní udává dílo mladého umělce s návratným ziskem do tří let.

Ocitla jsem se v kolotoči změřitelných norem materiálního úspěchu. A přesto jsem cítila, že se tyto normy v praxi nedají uplatnit. V prvních měsících jsem byla nadšena sbírat data, jakým způsobem je dosahováno mediálního úspěchu. Je však úspěch ve výtvarném umění vůbec měřitelný? Co bereme jako úspěch? Co je dnešní normou úspěchu a uznání? Ukázkou může být metodika žebříčku umělců,¹² kde již za normu úspěchu nepovažujeme estetické, institucionární či historické hodnocení díla, jednotná norma uměleckého díla neexistuje.

2.8. Prožitek

V mé výtvarné tvorbě se primárně projevuje zájem o konceptuální a prostorovou tvorbu s emoční fascinací. Diplomovou videoinstalací MÝM MÚZÁM navazuji na videoinstalaci DIALOG VEŘEJNÉ A INTIMNÍ nebo na fotoinstalaci MIMIKRY. Emoce využívají hru a divadelní expresi, která se spolupodílí na utváření umělecké identity jako fenoménu - uměleckého mága. Hra s vlastní identitou vychází z kolektivního nevědomí, jedná se o mýtický fakt nad fascinací samasebou, kterou každodenně zažíváme při pohledu do zrcadla. Uvědomění si, teď a tady jsem a žiji, se blízce dotýká kultu smrti. Strach ze smrti nás žene k popření nesmrtelnosti, k zviditelnění samasebe činem, v uměleckém světě dílem a sebe prezentací. Umělec má plnou zodpovědnost za své dílo, za mentální připravenost stálé obhajoby statusu umělce, či přípravy platformy pro přijetí nového uměleckého diskurzu. Hra s identitou je snaha o mentální dozrání, teprve toto umělecké mentální dozrání může zaručit budoucí plné nasazení v uměleckém poli, jež se požaduje po "čekateli" na status umělec.

¹² Metodika žebříčku umělců a politiků, <http://www.mediainfo.cz>

3. Podrobný popis diplomového projektu

3.1. Životní posedlost

Téma Fenomén úspěšného umělce již samosebe požívá, jak z pozice zájmu mne jako studentky umění “čekatele” na můj budoucí status výtvarného umělce “Umělce” a princip uměleckého úspěchu, tak kteréhokoli již renomovaného umělce. Z úhlu umělec jakožto mediální mág pokládám sebe prezentaci jako dílo, nikoli dílo jako sebe prezentaci.

Takto dvě nastolené perspektivy; úspěch a sebe prezentace jsem se snažila zahrnout v jeden artefakt. Úspěch a sebe prezentace jakožto mediální angažovanost, projev současné umělecké scény, čili nový právoplatný styl v umění. Vytvořila jsem si subjektivní umělecký jazyk a kritérium díla “mediální angažovanost”. Pokusila jsem se subjektivně pojmenovat a uchopit mýtus “romantického umělce” v současném uměleckém světě a společensky uznávaná klišé o úspěchu umělce jakožto mediálního mága ještě dříve, než jsem plný úspěch umělce sama mohla plně okusit sama na sobě. Téma Fenomén úspěšného umělce a Mediální angažovanost je natolik obšírné, že se nedá uchopit jediným výstupem v jedné diplomové práci. Fenomén úspěšného umělce a Mediální angažovanost je běh na celý život a hodnotu prověří až čas. Proto jsem se ve své práci ubrala směrem experimentu, deníkového záznamu podaných výpovědí, ve výsledné práci - videoinstalaci. Danému problému, který mě velice zajímá a stane se mi nejspíše inspirací pro moji další uměleckou tvorbu, jsem se teprve přiblížila.

Na mé diplomové práci byl nejdůležitější proces tvorby, zvrát v pokládání si otázek a sbírání dat jako metodického materialu pro moji cestu budoucího úspěchu. Existenciální experiment “čekatele” na status umělec, před kterým se nedá uprchnout, pakliže se stává umění naší životní posedlostí.

3.2. Zadání

Následná zmatenost, až důležitá ztráta viděné cesty, jež jsem si dala jako úvodní zadání:

Konceptuální reakce na současnou uměleckou scénu, kdy se mění vnímání umělce. Z umělce „romantického génia“, který tvoří umělecká díla na umělce „mediálního mága“, který pracuje na své popularitě určující úspěšnost jeho tvorby.

V mé práci se budu zabývat experimentem sama na sobě, jak a zda sama ze sebe mohu vytvořit fenomén úspěšného umělce „mediálního mága“. Rozdvojením své role na kurátor – manager a umělec. Já, jako kurátor, který medializuje a prezentuje (sama sebe) neznámého umělce v médiích a postupně tak vytvářet fenomén nového úspěšného umělce. Já, jako umělec tvořím umělecká díla prezentací (mé osoby) umělce v médiích.

Výstupem práce bude dokumentace experimentu. Experiment, který se zabývá úspěchem, ale úspěch nezaručuje.¹³

K vytvoření sebeprezentace v médiích jsem v prvním konceptu realizace chtěla nejdříve vytvořit dvě postavy, sebe jako kurátorku a umělkyni. A vybudovat potřebné teoretické a praktické zázemí, tzn. nejdříve najít a poté využít zákulisní „fígl“ k sebeprezentaci ve druhé osobě. Po dvouleté stáži v Indonésii jsem neznala ani neměla žádného známého v televizi, novinách či jiných médiích. Musela jsem se spolehnout jen sama na sebe, tím jsem se vydala na tenký led naivity a mířených posměšků otvírajících oči zákulisní rivality.

Přicházím na scénu s existenciální otázkou, ale vrací se mi ozvěna Proč, proč do toho rýpeš? Vždyť to nikoho nezajímá. Podnikla jsem mnoho průzkumných debat, jež končily obdobným návodem na instantní umělecký úspěch: šokuj, manipuluj, lži... Ano, lež je pro umělce legitimní. Bohužel při další akademické debatě jsem se dozvěděla, že ještě nejsem umělec, jen „čekatel“ na status umělce. A pro „čekatele“ je lež též legitimní?¹⁴

3.3. Bohém – liveshow

... s manipulací, a s klišé rychlého růstu popularity, jsem vytvořila několik imaginárních postav umělců, diváků, kritiků umění na internetu. Nestačilo mi vytvořit „jen“ sebe jako vizuální hvězdu. Musela jsem si vytvořit anonymní zázemí.

Napsala jsem scénář Bohém – liveshow,¹⁵ který jsem odeslala do TV Nova a České Televize. Scénář zábavně kulturního pořadu a liveshow soutěž, ve kterém bych mohla sama vystupovat,

¹³ Olga Pětivoká, *Deník*, 9. 10. 2008

¹⁴ Olga Pětivoká, *Deník*, 20.11. 2008

¹⁵ Olga Pětivoká, Bohém – liveshow, registrace Dilia, 2009

buď jako student „čekatel - amatér“ či již jako umělec. Pořad si kladl za cíl konfrontaci „profesionálů“ a „amaterů“ na poli současného výtvarného Českého umění.¹⁶

3.4. Mým múzám, ukradla jsem čas - realizace

Během roku a sbírání dat k tématu diplomové práce, jsem se odklonila od prvoplánové sebe prezentace v médiích, abych dosáhla tak zvané mediální angažovanosti. Chtěla jsem se do podvědomí dostat spíše jako médium. Vydala jsem se opačnou cestou přímo do zákulisí médií. Oslovila jsem s žádostí o rozhovor, či konzultaci na téma Fenomén úspěšného umělce, mediální angažovanost mnoho novinářů, jak z komerčního, tak z uměleckého prostředí a několik umělců, kurátorů. Někteří přistoupili na hru a rozhovor, někteří ne. Otázkami na toto téma jsem též působila na chatu pod různými nicky. Z nasbíraných rozhovorů a reakcí jsem vybrala několik pro mě nejvíce inspirujících, otvírajících vzájemné perspektivy. Po krátký čas rozhovoru jsme se stali vzájemnou múzou, kterou jsme nechápali a zároveň zbožňovali, neboť otázky naháněly strach z vlastní existence. Debaty i rozhovory byly někdy plné emocí, jež pramenily z návratu k existenciálnímu pochybování nad smyslem cest ve výtvarném umění, které je pro nás - umělce způsobem obživy. Kolikrát jsme během rozhovoru viděli císařovy nové šaty?

Rozhovory jsem nenahrávala ani jinak nedokumentovala, nechala jsem působit jen svoji paměť a způsob uchování vzpomínek jen v mém deníkovém záznamu. Až odstupem času jsem se vracela skrze psaný deník k rekonstrukci rozhovorů, které zachycují nejcharakterističtější situace k tématu. Vybrala jsem sedm rozhovorů, pro mě sedm múz a vytvořila jsem z nich svou interpretaci vzpomínek na rozhovor. Ve vzpomínkách slyším plynulý hlas, ale obraz vnímám již potrhaně a většinou už jen ty nejdůležitější gesta a mimikry, proto jsem použila video záznam opakujících se emočních mimikrů s plynulou hlasovou nahrávkou monologů vybraných múz.

Sebe sama prezentuji v jednom videu, jako múzu mých múz. Sebereflektivně prezentuji sebe z mých deníkových záznamů, mé strasti i úspěchy, aby se moji diváci mohli se mnou ztotožnit jako se svou celebritou a já, sobě samé upamatováním role „čekatele“. Jedná se o rekapitulaci vlastní identity, fyzicky i mentálně náročný výkon.

Proběhlými debatami a rozhovory vznikla rozehrávka, která mi otevřela zavřené dveře k taktické sebe prezentaci, kdy jsem si splnila svůj sen mediální angažovanosti, neboť jsem se setkala s lidmi, kterých si vážím. Ukradla jsem svým múzám čas, který je dnes tak drahý.

¹⁶ Olga Pětivoká, Diplomová práce, příloha, 2009

Videoinstalace je umístěna ve druhém patře VŠUP, v přednáškové a projekční učebně číslo 215, ve které jsou stupňovité lavice a projekční pult s plátnem. Sedm noteboků s vybranými monology rozhovorů je umístěných na přední lavici. Video-rekapitulace mé cesty a motivace vedoucí k tomu stát se umělkyní je na projekčním plátně.

4. Charakteristika zvolených technologických postupů a uměleckých prostředků

4.1. Média

Běžně se setkáváme s pojmem média ve spojení televizní, internetová, rozhlasová, tištěná média, tyto formy komunikace využívá Mediální angažovanost, hledá strategie, jak prorazit do médií a tím k publiku. Umělecký výraz New media se již stal zaklínadlem současného umění, jako by použití slova New media mělo zaručit svěžest uměleckého díla a výrazu. Vše však postupuje a stárne a tak i New media jsou v podstatě již klasickou formou umění, proto se na scéně objevuje svěží vítr v pojetí Supermédiu, spojení, jež chce obsáhnout vše a tím stírá nastolené hranice pravidel. Stejně jako Superman, hrdina, na kterého již neplatí zemská gravitace.

4.2. Médium

Pro Mediální angažovanost jsem si zvolila osobní způsob komunikace a tím sebe prezentaci skrze lidi, kteří sami pracují s tištěným, audio-vizuálním či elektronickým médiem či přímo ovlivňují mediální angažovanost a možný úspěch ve výtvarném umění.

Upřednostnila jsem osobní zážitek z procesu tvorby, než-li výsledný artefakt, který pro mě nemá takovou hodnotu, jako právě tělesný a psychický prožitek při realizaci. Tím se opět vracím k individualismu a superegoismu umělců, bezohlednosti vůči širokému publiku či svému úzkému okruhu přátel. Jedná se o ztělesnění umělce jako Superhrdiny, na kterého již neplatí zemská gravitace. Můžu též odkázat na práce z 60.let *Setkání*, happeningy a performance, během tvorby videa na body-artisty, tělesně-mentálně psychických prožitků, tak na teoretické statě Z. Freunda a G. Junga jejich zájem o sublimaci umělců.

Výtvarník má právo nevytvořit dílo – hmatatelný artefakt, tedy rozhodovat o své produkci, tím si opakovaně stvrzuje svůj status Bohéma a Umělce. Dle slov Jiřího Davida, aby se výtvarník stal uznávaným umělcem, musí se své publicitě věnovat každý den minimálně pět let, tím se blížíme opět k radám z managemet art a podobnosti ve vytrvalosti rozvíjení firemního bysnyu a stálosti

loga, tedy umělecké značky a stálosti. Tím načínám téma umělec jako Medium vytvářející sebe jako značku, což v praxi chápu rozšiřovat a podporovat o sobě mýty.¹⁷

Umělec by měl svoji tvorbu specifikovat a vytvořit tím nový umělecký jazyk, to je snad žádost a počin na každého umělce, který je nazýván úspěšným.

5. Srovnání s dosavadními řešeními dané problematiky

Téma dílo jako sebe prezentace, či sebe prezentace jako dílo, téma manipulace s médii, jsou již klasické formy, které uplatňují jak jedinci, tak umělecké skupiny ve výtvarném umění. Téma osobní prezentace umělce jako hvězdy, bohéma, šaška společnosti, hrdiny, tržně-ekonomického úspěchu... a hesel.¹⁸ Jedná se o základní existenciální téma, mediální angažovanost, jako jedna z múz neutuchající fascinace tématu, které se nás (umělců) tolik dotýká.

Tématem alter ega a kultu umělců se mimo jiné zabývala rozsáhlá roční série výstav *Kult des Kunstler* v Berlínských galeriích v roce 2008.¹⁹ Na této výstavě mě v části věnované *I can't just slice off an ear every day*, a zabývajících se *Deconstructing the myth of the artist*, zaujalo video umělkyně *Andrea Fraser*,²⁰ zabývajících se úvodní a děkovnou řečí při předávání cen, nebo video umělce *Antje Schiffers*²¹ prezentující vypracovanou studii od manažera Vladimíra na vytvoření prosperující umělecké značky a zlepšení umělecko – malířské situace na trhu s uměním.

6. Závěr : zhodnocení výchozího záměru a srovnání s výslednou realizací

6.1. Mediální dostihy

Mám-li shrnout mé poznání o současné Mediální angažovanosti, dostávám se k prázdnotě a zatím na české scéně k nevyužitému potenciálu tohoto směru. Mediální angažovanost se prezentuje zábavnou až ironickou formou, s častým odkazem na Čecháčství Dobrého vojáka

¹⁷ např. začátek skupiny Rafani, či prezentace umělců v médiích a na přednáškách např. David Černý

¹⁸ Antika, Renesance, Dandyismus, M.Duchampe, A.Warhol, D.Hirst, B.S. Kečír, J. David, D. Černý,

¹⁹ The Cult of the artist, Berlín 2008

²⁰ Andrea Fraser, Official Welcome, The Cult of the artist, Berlín 2008, www.youtube.com/Official Welcome

²¹ Antje Schiffers, Vladimir, says, The Cult of the artist, Berlín 2008

Švejka. V hlubším kontextu je pro mne, ale Mediální angažovanost hra Umění boje. Umělec si po celý svůj život musí budovat svůj okruh zázemí jak v uměleckých, tak v laických řadách publika. Pro rychlý úspěch umělce a jeho mediální angažovanost je důležité vymezení jasných hranic a pojmů, jazyk, kterým bude bojovat. Využití strategického tahu úspěchu předpokládá zvolit si svého protivníka např. z uměleckých řad, svého kolegu, či si zvolit instituci, politickou stranu, či situaci. Umělec si tedy musí vytvořit svého rivala, svoji černou a bílou. Zvolit si tím strategickou pozici, zda chce být obětí či vyvoleným spasitelem. Umělec mediální angažovanosti potřebuje jako artefakt sebevyjádření, adrenalinovým způsobem sebezmotivování, proto si volí jasné demonstrativní cíle a témata své tvorby, média nejvíce osloví šokující sebe prezentace.²²

6.2. Zvolme si svého protivníka

Útok na srdce je perlou každého vynikajícího vojevůdce. Pokud zasáhneš srdce maximální silou zbytek padne sám. Pokud máš v záloze jistou zbraň, sílu či úder kterým dobudeš srdce protivníka, použij jej právě a jen k tomu, kdekoliv jinde přijde užití této zbraně nazmar.²³

6.3. Smrt umělce – prověření časem

Umělecký směr Mediální angažovanost je instantní způsob rychlého úspěchu. Jedná se o boj s časem, přímo předběhnutí času tradičního prověření uměleckých kvalit. A právě jednotkou času se opět vracím k médiím, jako jedinému médiu jež dokáže vyzdvihnout čas v uměleckém procesu.

Nepřemožitelnosti můžeš dosáhnout sám, tvá schopnost zvítězit je ale v rukou nepřítele.²⁴

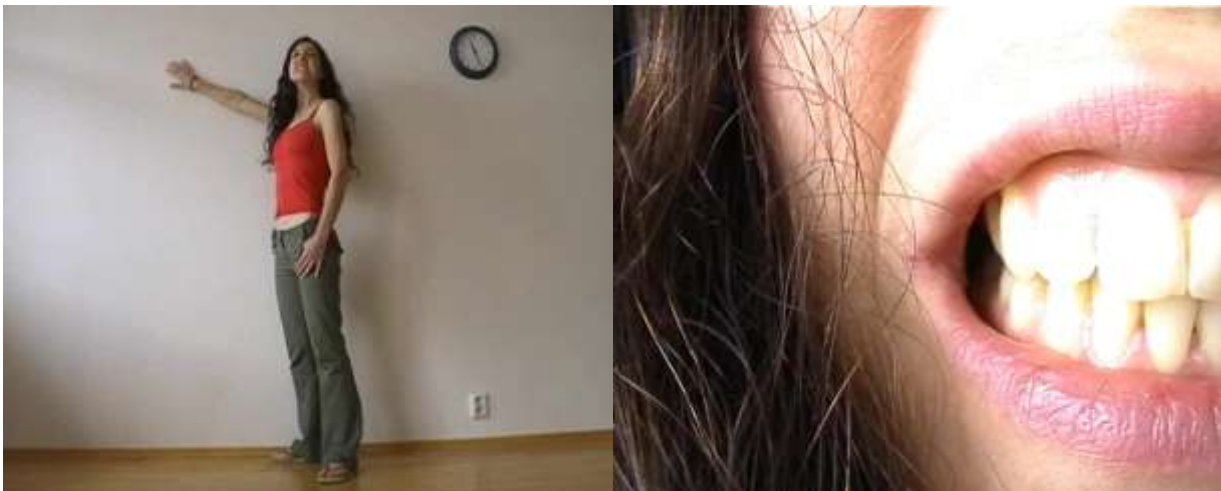
²² Porovnání medializace vybraných osobností, <http://www.mediainfo.cz/medialni-dostihy>

²³ Sun Tzu, On the Art of War, GB 1910, <http://www.ccak.org/static/suntzu.pdf>

²⁴ Sun Tzu, On the Art of War, GB 1910, <http://www.ccak.org/static/suntzu.pdf>

7. Obrazová příloha – Realizace

7.1. Video 1



Textová část videa 1

Sociolog, historik, galerista galerie Tembi Jakarta a Yogyakarta, Indonézie

Nejsem umělec, neumím malovat, ale mám umění rád. Vždy chci znát background umělce. Jsem profesionál, je to má investice, a proto chci vědět, do koho investuji, proto u mě umělci dělají psychologický test, zda je přijmu na uměleckou residenci, nebo ne. Podporuji i ty, u nichž vidím, že je můžu vytáhnout, ty které stačí popostrčit. Vlastně je tak jako popostrkuji, aby se mohli stát lepšími a třeba slavnými.. Ne, to není předpoklad.

Hahaha

Pomáhám jim stát se nesmrtelnými.

Hahaha

Miluji kulturu, ta rozjasňuje mozek, ale nabubřelý umělec je mrtvola, která jen plodí zplodiny.. Chci vychovat ve své rezidenci umělce, kteří dokáží kočírovat a rozpoznat, kdy je lepší přestat tvořit a radši se stáhnout do ústraní a neplivat stále jen ta samá díla kolem sebe. Umělec musí mít vývoj.

Mnoho umělců je nemocných..., že nemají hrdost.. jen se ohání slovy a ideály, ale pak je realita srazí na kolena... Kolik absolventů s titulem Akademik končí kariéru dřív, než začali. Tím, že dostali diplom, a co pak? Zmizí jako nádeníci, mladí učitelé. Proto podporuji jen mladé, ti jsou

ještě odváží. K čemu to je, čím se umělci honosí, že mají výstavu v Hong Kongu, když jim pořadatelé obrazy přemalovali, aby lépe prodali. Hlupáci. A proto si chci vychovat svoje umělce, ne skákající tupce.

Ne, na umění, ale pro umění vydělávám na burze s akciemi rýže.²⁵

7.2. Video 2



Textová část videa 2

Alternativní výtvarník, kurátor, pedagog, laureát ceny Chalupckého 2003

Co vás sem přivádí? No dobře, a jak si to představuješ? Dobře, ale jak to uděláš? Ale jak? Víš, ale sama to nezvládneš. Na to je třeba tým lidí. Umělecká Skupina a ta se o to systematicky stará a zajímá už několik let. Mají mnoho projektů, vyšlou všechny, a kolik jich uspěje? Z deseti jeden? Kolik se jich z těch deseti dostane do médií? Je to o profesionálním týmu. My tu v Čechách, ale ještě nejsme na PR agentury.

A jak si to představuješ? Takhle to ale nefunguje, že pošleš článek do novin a oni, že ho otisknou. Ne, na to musíš mít tým lidí. A kdo ti pomůže? Vem si takové Rafany. Nebo Ztohoven nebo Guma guar. Ti se už programově několik let o mediální angažovanst snaží a kolik jim toho vyšlo? Jde to pomalu. Takhle rychle, za pár měsíců to nejde.

²⁵ Olga Pětivoká, Deník, Pa Nuranto, Tembi Jakarta, 2009

Koho to zajímá. Myslím, že to je téma tak 90.let. Teď je spíš expanze ne dovnitř, do niternosti umělce, ale ven. Komunikace s lidmi. Víš, je to o komunikativnosti. Třeba taková Iveta Bartošová, té se to už vymklo z rukou, ač by chtěla, ač by něco udělala, je stále v médiích. Ona je jen v léčebně, nic nedělá, ale třeba ji jen převezou a už je to v novinách, že ji převezli do jiné léčebny. Mě to vlastně vůbec nezajímá, ale sleduji to. Kdekoli mě to dostihne. Občas, že vydá nej CD starých hitů. Nebo takový Kristian Kodet, ten má charisma. Stále se schází se svými diváky, s publikem, je to o té interakci a oni ho milují. Ale to je o úmorné práci. Stále se scházejí a komunikovat. Třeba taková Kateřina Šedá jak dokázala, aby spolu komunikovali přes plot. Na diplomku si pozvala jako porotu své z rodiny, vznikla zajímavá debata mezi odbornou porotou a porotou z rodiny. Těžké. Aby ji sami hodnotili.

Je to zajímavé téma, ale to téma ti hodnotit nebudou. Budou chtít vidět něco hmatatelného. A proč tě tak zajímá tohle téma? Myslíš, že jsi úspěšná, jak jseš spokojená se svojí tvorbou? Jak by ses zhodnotila? Co vlastně děláš? Hm, ale to máš dobrý věci. No, já bych ti to téma rozmluvil. Víš, a to si ještě musíš dát pozor, aby ses tím stálým připomínáním médiím nezprotivila, že se staneš neodbytnou, třeba takový Jirka David, víš, on dělá stále, ale stále mu to nejde prorazit. Tělesnost to není. Ale co je shocking art, čím šokuješ? Někdy šokuješ ani si to neuvědomíš, většinou, že dáš věc do jiného kontextu, než jsou lidi běžně zvyklí. Víš jak Jirka David udělal to červené srdce, no, kdo to mohl vědět, že zrovna to bude lidi šokovat. Použil dvousečný symbol, ač on myslel na srdce Havla, ale to víš, že lidi, hned že bordel, a ještě hned nad katedrálou. Na hradě, že prej má být jen vlajka a nic víc. No, kdo to mohl tušit, že i tohle může šokovat.

Měla by ses radši zaměřit na ty první témata. To je zajímavé udělat ze skladníka umělce. Ano, nebo se zaměřit na profesory. Mě to třeba mrzelo, studoval jsem u Kokolii a nevěděl jsem za celou dobu studia, co dělá. Třeba takový Jirka David, ten dělal každý týden výstavu, a sice jsme se pak už bavili jen o ní a o ničem jiném, ale byla debata. On dokázal jen kritizovat, co teda ten druhý udělal. Profesori by se neměli kritizovat navzájem a hlavně ne před studentama. To demoralizuje a demotivuje.

Viděla jsi teď výstavu Veroniky Bromové? A pamatuj si, udělej něco jiného, než děláš normálně, než jsi dělala. Všichni většinou chtějí shrnout všechno, co dělali. Udělej cos běžně nedělala. No to uvidíš. Jsem ti zamotal hlavu, že. No, zítra uvidíš. Nech si to projít hlavou.²⁶

²⁶ Olga Pětivoká, Deník, Michal Pěchouček, Praha, 2009

7.3. Video 3



Textová část videa 3

Novinář a zpravodaj České tiskové kanceláře

Novináři se už bojí manipulace s médii. Už si každou informaci ověřují, bojí se napadení, z napomáhání a manipulace, v tom ti žádný novinář nepomůže. Nejpřednější je zájem čtenářů a nárůst čtenářů, ani já z četky, ani řadoví novináři nerozhodujeme o zajímavosti a upřednostnění článku. Určitě musíš pracovat s časem, musíš sledovat události a vše si pořádně načasovat. To začni, když je okurková sezóna, to je nejlepší, to se možná novináři chytanou čehokoli. Pokud jsou třeba volby, tak to přední příčku sledovanosti může přebít leda smrt umělce, nebo nějaký fakt fopa.. Ale, hlavně dnes jsme už hrozně otrlí, málo co nás v umění překvapí.

Že má někdo výstavu, to už je jen informace, kvůli které žádný novinář nehne brvou, to je normál.. a hlavně je málo novinářů zaměřených na výtvarné umění. Musíš mít nějaký figl, čím zaujmout. Představovat, co vždy každého zaujme a zamrazí, to je práce s tělem, s tělesností, ukazovat lidské maso a utrpení. To je teď naše hantýrka.

Proč chceš manipulovat s médii, to nás chceš zkoušet? Zas nějakou aféru? Ted už jsou novináři ostražití. Výtvarní umělci jsou sami outsideři, nechtějí s médii komunikovat, až ted, ale jen kvůli byznisu, chtějí se zviditelnit, ale neumí s námi spolupracovat... viš, třeba modelky, herečky, zpěvačky, jsou víc zajímavější a otevřenější, bohatší pro mediální život a představení čtenářům. Umělec teď volí cestu šokovat, ale to už je únavné.. Co by se mohlo dostat na první stránky novin

z řad výtvarného umění? Co za dílo by jako měl udělat? No, kdy by si třeba uříz nohu a běhal s ní po ulici, jako že protest a zároveň body-art. Víš, sám současnému umění už nerozumím, zdá se mi, že jen co je bizarní, hrůzné, nelogické, neestetické a co nejvíce napadá tradice.. to je dnes nazýváno moderním a úspěšným uměním..

No, když budeš cokoli potřebovat za informace, tak se na mě obrať. To ti pošlu, jak vypadá tisková zpráva. Pokud možno ji napiš, aby ji už nemuseli moc editovat, tak A4, ale použijou jen první odstavec, tak v něm vše hned shrň a pak v dalších rozepiš. Určitě si to editor ověří na internetu, ale nemá moc čas. Ale nechci, abys někde zveřejnila moje jméno.²⁷

7.4. Video 4



Textová část videa 4

Malíř, pedagog a hudebník, člen skupin Krásné nové stroje a Balek band

To vám nikdo neřekne, a nebo jen to, co stejně všichni ví. Jak jsou schopní jezdit po světě od festivalu k bienále, tím jsou jen jako zářící hvězdičky. A jen na okamžik. Kurt by na to třeba odpověděl, že to nevádí, ať si jezdí, vždyť je to pěkné. To byste mohla, vaši výpověď kolik je druhů, už jen to pojmenovat, kolik je druhů cest v umění. Jakou cestu, kdo vzal, ale úspěch prověří až roky a fakt dělat. Já jsem domácí pecivál. Nikam nejezdím. Ať si na cestu k úspěchu každý přijde sám. Nepřeji si být toho účasten, jmenován. Je to každého strategie a nepřísluší ji prozrazovat. Stejně vám během rozhovorů řeknou jen co chtějí, neotevrou karty. Jen čas

²⁷ Olga Pětivoká, Deník, MK, Praha, 2009

úspěšnost a kvalitu umění dostatečně prověři. A dvacet, i čtyřicet let, a i to je málo. Snad se na to přijde až opravdu po smrti. Stejně mé názory nikdo nechce slyšet, nikdo to nevnímá i když to studentům říkám přímo do očí. Jsou hluší a slepí.

Jaká strategie umělců? To je tajemství, které se nemá dříve prozrazovat. Nejsme zde ještě připraveni na cestu výtvarných celebrit, kolik jich tu je? Je to o trendu. Jen málo skutečných umělců umíme přijmout a vyprodukovat.²⁸

7.5. Video 5



Textová část videa 5

Vydavatel a redaktor uměleckého nakladatelství Divus a Umělec

To je ta naše Česká kotlina, horizont máme definovaný horami.

Hahaha

Myslím, že se nemůžu bavit o mediálním umění v Čechách, tady není a ani snad nemůže existovat. Čeští umělci neumí komunikovat s médii, a to, co vidíme, občasné pokusy, to se nedá nazvat komunikací na úrovni. Ano, protože herečky, zpěvačky jsou více mentálně připravené na komunikaci, jsou i sdílné, ale hlavně je to o mentálním projevu. Jak se můžu chtít bavit s umělcem, pakliže se ho zeptám na nějakou kulturní, uměleckou či jinou souvislost a on prostě neví, tím pro mě samozřejmě rozhovor končí. Myslím, že současní umělci jsou líní se vzdělávat, číst literaturu, nemohou se jen spolehnout na svoji tvořivost, tím se začnou motat v kruhu a

²⁸ Olga Pětivoká, Deník, Stanislav Diviš, Praha, 2009

uzavírat. Víte, my ani nemůžeme tady v Čechách vytvořit pořádné umění, vždy to bude od nás jen taková hra. To je to samé, my tu prostě nikdy nevytvoříme Rock&roll, to nejde, vše vzniká za určitých podmínek a dispozic, a my vždy budeme tvořit to naše, takovou tu grimasu, úšklebek. Asi, tak za co nás nesnáší Němci, za tu naši rozšklebenou tvář, ta naše ukázková sebe prezentace Davida Černého, naší smějící se bestie. Ve světě jsme zapsaní s naší stálou sebeironií a parodií jako Voják Švejk.

Proč jste si vůbec vybrala toto téma, je tak frustrující.

Měli bychom více číst.

Uznávám lidi, co svůj život prožijou, jako jedno dílo, až život prožijou, to jsou pro mě bohémové.

Měla byste se odvázet od klasických ustálených pojmů, hlavně slovo umění, už se nadužívá a tím ztrácí význam. Zkuste to celé opsat svými slovy. Zabýváte se vlastně základní existenciální otázkou, kterou by si měl projít každý. A toho se právě většinou sami umělci bojí, tím, že si tím teď projdete, prožijete, tak na něco přijdete, ztratíte zabrány a začnete jasně pojmenovávat co vidíte a toho se asi bojí i vaši profesori. To jsou už uznávané struktury, které dosáhly ocenění, ale možná nikdy nepochopily, co to je umění a změna.

Dejte si pozor. Myslíte, že vůbec po této práci budete ještě dělat umění? Tohle odhalení je totiž hrozně frustrující. Ano. Musíte přijmout, že budete trapná, a stále trapná. Trapná, že budete pojmenovávat, ukazovat a šlapat na kuří oka. A až pak, po stálé trapnosti, vás přijmou.²⁹

7.6. Video 6



²⁹ Olga Pětivoká, Deník, Ivan Mečl, Praha, 2009

Textová část videa 6

Umělecký solitér, pedagog, performer a zakladatel Centra pro současné umění – Libušíň

Já, sám tomu nerozumím, nezajímal jsem se, zda jsem úspěšný umělec, ale asi nejsem. To by mě také zajímalo, kdo je dnes český úspěšný umělec, Jo, Reflex dělal anketu, ale ta také nebyla o úspěšnosti, jen o ovlivnění. Ani nevím, a jak to udělat?

Hahaha

To, mediální umělci aspoň mají Héma, i muzikanti mají něco nad sebou,

Umělci – nemají nic nad sebou, žádnou múzu, asi proto mají jen to slovo... umění

Je to až vzývání, jako sekta, že nemají nic, žádnou tu múzu.. literáti mají také řeckou múzu...

A teď se to už konečně přibližuje k tomu mágovi, jo umělci si musí vytvořit to magično a umění kolem, proto o tom tolik mluví, literáti, muzikanti, to mají vyřešené, když se jich zeptáte tak muzikant, dělá hudbu, literát píše a umělec? Ten dělá umění..

Hahaha

Úspěch hledáme jen kolem hmotných statků, ale kdo se zeptal třeba Jiřího Davida zda se cítí úspěšný, on sám.. něco jiného zda ho za úspěšného považujeme my, ale zda se on sám považuje.. to se nikdo neptá.. neví. A čeho dosáhnout?

Na představu romantického umělce už jen doplácíme, jelikož galeristé, kurátoři a i ta uklízečka dostane zapláceno víc, že je v tom mašinérském procesu. Ale umělcovi prý stačí jeho múza, že prej čím více hladu, tím lepší vytvoří dílo a vyjádření.

Tak posledních šest let jsem na tom byl finančně bídňě. Teď učím.

A tak teď mě máte v jaké kategorii? Těch úspěšných, či neúspěšných?

Úspěch – cítíme z venčí jako nátlak a žádost společnosti.

Umělec očišťuje psychiku společnosti.³⁰

³⁰ Olga Pětivoká, Deník, Martin Zet, Praha, 2009

7.7. Video 7



Textová část videa 7

Umělci, performeři, pedagogové kurátoři a spoluzakladatelé Skupiny František Lozinski o.p.s.

Jak tu můžou být umělci, pokud tu neexistuje trh s uměním? To, co se vystavuje záleží prostě na kurátorech a penězích, výběr je v rámci možností. Stát nepodporuje výtvarné umění.

A dvacet let od listopadu 89 je dlouhá nebo krátká doba na změnu a vývoj? Teď je tu marasmus, nastala deziluze, kterou se nedaří změnit a ani nepostačí suplovat instutece. Spíše se jedná o konfrontaci umělců s radními.

Je to na dětech, na nové generaci. Zda selepší vnímání umění.

Myslím, že naše umění z Ostravska a Valmezu má větší šťávu než umění z Prahy. Protože v Ostravě jsou převážně nezávislé galerie a ty jsou odvážnější, víc riskují oproti centru v Praze, kde narážíte na profesní diplomacii.

Třeba situace v Klenové s Fišerem, co dokázal a byl sprostě sesazen.

Umělec prostě nemá na trhu uplatnění.

Je to ironie, využití mystifikace vyvádí lidi ze zažitých struktur a umělec se pohybuje mimo struktury. Divák na mystifikaci rád skočí.

Nesouhlasím se současným diskurzem o umění.

Princip náhody v tvorbě je důležitý.

Už je samozřejmé, že na západě technicky dokonalá velkoformátová fotografie, lehce rozmazaná a za 100 tisíc. To je vina distributorů, ženou cenu vysoko, protože musejí taky vydělávat peníze.

Hahaha

Výborně se mají na západě, tam je nadbytek intelektuálů, proto jim dávají tolik grantů, aby nemuseli přiznat, že jsou blbci..., jen konstruují teorie. Je to vykalkulovaná entetická záležitost, nápad. Talentovaní tam jsou také, ale ti jsou bohatí.

Umělci na západě nemají práci a umělci nechtějí dělat v bance, v krámu a na pracák taky nepůjdou, protože jsou elita, tak žádají instituce, a ty dávají granty, aby nemuseli přiznat, že jsou blbci...

Třeba filozofové, někdo ani neví jak vypadají, a o jejich práci se také nikoho nezajímá. A oni se leckdy schází jen doma, ti jsou stále ve svém undergroundu.

Musel jsem se vlastně stát umělcem, neb mě ani jako učitele nechtěli, dnes mí studenti (umění) musejí učit, protože nemůžou být umělci.

Musíte umět pracovat se skandálem, ale abyste to zas nepřehnali, třeba jako Entropa našeho kolegy Davida Černého, ten je naše generace a ten také umí pracovat se skandály – no, když si nás tak v tom šedém nevšímají.

Vyzkoušeli jsme mnoho forem prezentace umění. A nejlepší je pro nás performance pro komunikaci. Na západě je to zas až moc jen o komunikaci až dílo není důležité, to také není dobře.

Performance zaujme, divák si pár vteřin najde, aby se podíval na takový pouliční skandálek.

S teoretikama komunikace vážne.

On někdo stejně používá slovo umělec jako nadávku, když jsem byl mladý, tak na mě hanlivě volali. A politici ti mají naprosté nevědomí o umění.

Zůstávám, být umělcem, je pro mne jistá prestiž.

Až trhem s uměním se ustálí hodnota díla. Jak se stanovuje hodnota díla? Třeba v Německu se vypočítává koeficient, dle cívíčka, kolik jsem měl výstav, účastnil se soutěží, stáží a rezidencí. No, podle toho jsem teď tak na 4, pak se vypočítává koeficient na metr čtvereční z díla. Dle toho, je teď můj metr čtvereční za 4 tisíce euro.

Hahaha, metr čtvereční.

Takže to jsme zas jen u teorie.³¹

³¹ Olga Pětivoká, Deník, Surůvka a Lysáček, Praha, 2009

7.8. Video 8



Textová část videa 8

Jmenuji se Olga Pětivoká

V šesti letech mě nepřijmou na Lidovou školu umění pro nedostatečnou výtvarnou zralost a nedostatečný talent. Chodím na judo. V devíti letech zanevřu na Jiráska. Najdu knihu plnou fotografií obrazů, nerozumím ji, je ve francouzštině o Tretakovské galerii. V deseti letech na výtvarném kroužku ve mě objeví skrytý umělecký talent. Začnu se učit německy. Ve 14 letech se rozhodnu studovat střední výtvarnou školu. Nikoho znám. Nepřijmou mě na Střední školu umělecko průmyslovou obor malba. Nepřijmou mně na Výtvarnou školu Václava Hollara. Umělci jsou Bohémové. Chodím do deváté třídy a navštěvuji večerní kurzy kresby portrétu. Umělci kreslí boty a portréty. Bratr se mnou kvůli studiu umění přestane mluvit. Vystuduji střední uměleckou školu Václava Hollara v Praze. Odmaturuji z Angličtiny. Pracuji jako promotérka. Přečtu si knihu Žízeň po životě. Odjedu na zkušenou do Vídně, do arteterapeutické komunity. Naučím se Německy. Koupím si kolo. Maluji olovnatými barvami vytraje. Kamarádovi zemře maminka. Na festivalech čepuji pivo. Nepřijmou mně na Akademii výtvarných umění v Praze do atelieru malba profesora Střížka. Nepřijmou mně na vysokou školu uměleckoprůmyslovou v Praze do atelieru malba profesora Nešlehy. Nepřijmou mě na Univerzitu Karlovu na Pedagogickou fakultu obor Výtvarná výchova. Dělán hostesku. Udělám si řidičský průkaz. Maluji olovnatými barvami vitraje. Umělkyně nemají rodinu. Absolvuji Vyšší školu uměleckoprůmyslovou v Praze, obor malba a přidružené techniky s vyznamenáním. Vedu výtvarné kurzy pro děti na vesnici. Nepřijmou mně na Vysokou školu uměleckoprůmyslovou do

atelieru malba profesora Nešlehy. Nepřijmou mně na bakalářské dálkové studium v Českých Budějovicích na fakultu Arteterapie. Vedu výtvarné a přípravné kurzy pro děti a dospělé po vesnicích. Studuji francouzštinu. Stoletá voda v Praze mi odplaví veškerou tvorbu. Studijní cesta po Thajsku. Starám se o nemocného otce. Pořídím si domů počítač a digitální fotoaparát. Zemře mi otec. Přijmou mně na Vysokou školu uměleckoprůmyslovou v Praze do atelieru Sklo v architektuře profesora Karla. Poprvé přijmou dvě holky do ročníku. Účast na soutěži pomníku Otto Wichterle, pro nedostatečné bezpečnostní podmínky nedoporučen k hodnocení. Život v Paříži. Přejmenován atelier na Prosotrovou tvorbu profesora Karla. Účast na sněhovém symposiu ve Švédsku bez ocenění. Studium alternativního herectví na Divadelni fakultě. Stáž na Akademii na atelieru Nových Médii 2. Profesorky Bromové. Setkání s muslimy z Maroka. Účast na sněhovém symposiu ve Švédsku, oceněno druhou cenou. Účast na soutěži pomníku generála Pattona, oceněno druhou-třetí cenou. Odmítnu stáž v Austrálii. Přijmu stáž v Indonézii, v Yogyakarta na Výtvarném Institutu obor stínové divadlo. Studuji Indonézštinu. Zemětřesení. Účast na Mezinárodním uměleckém festivalu v Yogyakarta. Mé jméno se dostává do novin. Nastane Booming Sewon. Stáž v Indonézii, v Surakartě na Výtvarném Institutu obor stínové divadlo. Výstava Adamova v Jakartě a Yogyakarta. Pomůžu s rozvedem smíšenému páru žijícímu v Indonézii. Pro uskutečnění projektu Koexistensi Inclusif se na oko provdám. Projekt se změní v residenční pobyt a vyvrcholí výstavou Zero Ultra Ego v Jakartě a Yogyakarta. Jsem v TVonline. Starám se o spolužačku po pokusu o sebevraždu. Pomáhám s překlady do indonézštiny. Kontaminuji se jedovatým pavoukem. Vrátím se do Čech. Atelier převezme profesor Diaz s názvem Supermedia. Složím státnice z estetiky a dějin umění. Postoupím k diplomové práci s tématem Fenomén úspěšného umělce, Mediální angažovanost. Skeptické názory o nemožnosti uskutečnit moji diplomovou práci. Pomáhám s překlady z Indonézštiny. V Indonézii pro úspěch umělce dělají woodo. Setkání s múzou. Skepse o instantním úspěchu. Napíši scénář Bohém-liveshow do televize. Potkám smrt. Projdu bránou Luny.³²

³² Olga Pětivoká, Deník, Olga Pětivoká, Praha, 2009

7.9. Obrazová příloha – Realizace



Situace - Instalace v místnosti 215, projekce a 7 notebooků s videi

8. Textová příloha Bohém - liveshow

8.1. Scénář Bohém – liveshow³³

Dobrý den,

Obracím se na Vás s nabídkou na spolupráci přípravy-realizace nového scénáře zábavně kulturního pořadu s podtitulem Bohém-liveshow soutěž a i následné realizace pro vaši televizi.³⁴

Během rozpracovanosti mé diplomové práce jsem se dostala až k tématu přípravy nového zábavně kulturního pořadu s podtitulem Bohém-liveshow, vycházející ze současné umělecké scény, která odráží stav politické, ekonomické i sociální situace v České Republice. Interakce a záznam procesu tvorby.

Název:

Bohém – liveshow

Koncepce a námět:

Zábavně kulturní pořad – liveshow soutěž

³³ Olga Pětivoká, Bohém – liveshow, registrace Dilia, 2009

³⁴ Olga Pětivoká, Mail pro petr.moravek@ceskatelevize.cz, tomas.fertek@nova.cz, 2009

Liveshow v tomto případě znamená sledovat proces tvorby a vznik díla, nikoli „bulvární sledovanost“.

Díky participaci při vzniku díla, můžeme porozumět současnému stavu a vývoji v moderním umění.

Nakouknout do zákulisí výtvarných ateliérů a umělecké české scény.

Konfrontace „profesionálů“ a „amaterů“ na poli výtvarného Českého umění.

Bohém-liveshow, vychází ze současné umělecké scény, která odráží stav politické, ekonomické i sociální situace v České Republice. Interakce a záznam procesu tvorby.

Hlavní linie nápadu:

Utváření fenoménu umělce

Motto: „patnáct minut slávy“, Andy Warhol

Záznam procesu tvorby „profesionálů a amaterů“, participace diváků na výsledném artefaktu

Čím se vyznačuje umění -umělec – uvědomění si dané situace, rozvíjení své práce, sebekritika

Cíl a sledovanost:

Pořad Bohém - liveshow o výtvarném umění, je pro většinu diváků okrajově zájmová záležitost, klade si však za cíl právě tuto okrajovost překonat a mezeru vyplnit. Nezájem z řad publika vychází z komplikovaných definic a složitosti porozumět současným trendům ve výtvarném umění.

Jak zaujmout „pasivního“ diváka, aby se stal participantem na utváření výtvarného díla?

Předpoklad zájmu vychází z porozumění a možnosti zapojit se do procesu tvorby, ovlivňovat výslednou práci.

- A) Formou sms divák může zasahovat do rozpracovaných děl soutěžících
(sledování reakcí pakliže jiná osoba než autor zasahuje do jeho autorské tvorby)
- B) Divácká sekce pomocí sms sama vytváří/ maluje obraz
 - připravené plátno v TV studiu, online TV přenos
 - technicky: plátno je rozděleno šachovnicovým rastrem
 - forma sms: G5 bílá, K8 zelená
- C) Týdenní průběžné živé i sestříhané vstupy pro TV a web, dokumentace procesu tvorby

Časové období:

Jedno periodické vysílání – 4 měsíce, 12+2 odvysílání po 40 min

Koncepce a kategorie:

- A) Soutěž pro „amatéry“ splnění svého snu, a naplnit svoji uměleckou kariéru za pomoci odborné asistence z řad odborné komise a konfrontovat se s profesionály české umělecké současné scény. Cílem do budoucna a vítězná trofej, účast na výstavě s předními českými umělci.
- B) Soutěž pro „profesionály“ možnost ověření experimentu, jak dalece v každém dřímá originalita a připravenost konfrontace sama sebe jak s amatéry, tak s kolegy z branže. Cílem do budoucna a vítězná trofej, samostatná výstava nebo účast na výstavě s předními českými umělci.
- C) Pozvání „komise profesionál“ hosté odborné komise, zároveň přistupují na „intro“ soutěž jen mezi sebou, poskytnutí po dobu finálního kola soutěže svůj ateliér. Cílem a vítězná trofej, samostatná výstava v galerii současného umění (např. DOX)
- D) Oslovit odbornou veřejnost a vytvořit odbornou komisi: kurátor, kritik, teoretik umění (vedou odbornou debatu, selekce soutěžících, komentáře, živé vstupy) Zároveň participují a dotváří výslednou formu finálního kola – zadávají témata, motivují k lepším výsledkům. Ovlivňují formu závěrečné prezentace a vítězné výstavy.

(Paradoxně může nastat i střet mezi TV koncepcí a koncepcí sestavené komise, např. kurátor je také v pozici tvůrce. Vzniklý střet by měl být zdokumentován pro následné vysílání např. na webu)

Body A-D jsou zároveň shrnuté kategorie, které divák může sledovat jak v přímém TV vstupu, tak delší šoty připravené na webu.

- Zajímavé debaty, vzniklé situace jak z řad soutěžících, tak z řad odborníků a profesionálů.

První kola „amatéři i profesionálové“: 2 týdny - 2 TV vstupy

- Zájemci o soutěž pošlou CV a fotodokumentaci svých 7 dosavadních prací s krátkým popisem a motivačním dopisem (podmínka: plnoletost, „amatéři“ neabsolvovali / nestudují VŠ uměleckého zaměření a „profesionálové“ absolvovali/ studují VŠ uměleckého zaměření)
- **Průběžná selekce**, (1 TV vstup) za vedení odborné debaty složené komise (kurátor, kritik, teoretik, komise profesional), tak na webu, kde jsou prezentovány zasláné práce zájemců
- **Užší selekce**, soutěžící jsou - sebe prezentaci před kamerou. (max 1min, jak dokáží odprezentovat sebe, svoji tvorbu a zařadit ji do současného uměleckého kontextu)
- Diváci mohou hlasovat formou sms, kdo postoupí do dalšího kola

Další kola „amatéři i profesionálové“ (5 a 5): 6 týdnů - 6 TV vstupů (sledovat proces tvorby)

- Vybraný stejný počet soutěžících „amaterů i profesionálů“
- Soutěž již v ateliérech (pronájem) nejlépe v soukromí samotných soutěžících „amaterů i profesionálů“

- Soutěžící jsou pozváni do ateliéru a dle svého vkusu, tématu, zvolené techniky, formátu začínají vytvářet díla/ artefakty
- Podmínkou: každý soutěžící během 6 týdnů vytvoří minimálně 5 děl, po každém týdnu se soutěžící posouvají do jiného ateliéru (nová inspirace a konfrontace s novou situací)
- Selektce soutěžících: odborná komise, diváci i soutěžící

Finále „amatéři i profesionálové“ (3 a 3): 4 týdny – 4 TV vstupy (sledovat proces tvorby)

- Soutěž již ve 3 vybraných ateliérech (pronájem) nejlépe hostů „komise profesionál“
- Soutěžící se mezi sebou spárují (3x dvojice) a vyberou si svého hosta „komise profesionála“, který jim může pomoci, či paradoxně je potopit... (jde o strategii, o emoce a i uměleckou prestiž...) Co nakonec u soutěžících i komise převládne, jelikož z každé kategorie „amatér, profesionál a komise profesionál“ postupuje jen jeden.
- Soutěžící tráví 4 týdny u svého „komise profesionála“ buď vytvoří tým, či mohou jet solo. Soutěžící vytváří svůj závěrečný výstup/ artefakt, který rozhodne zda vyhrávají soutěž a výstavu. Jejich „komise profesional“ jim může pomáhat, kritizovat, motivovat atd.
- Do selekce zasahuje publikum, soutěžící, komise a vede odborné debaty

Vítězná výstava: 2 TV vstupy

- Pro vítěze „amatér i profesionál“ a host „komise profesionál“ sólová - společná výstava v galerii pro současné umění (např. DOX, Praha)
- Možnost po skončení výstavy dražba děl ve prospěch humanitních, kulturních aktivit.

8.2. Neformální rozhovor České televise

Petr Morávek předal scénář Bohém-live show Aleši Ulmovi.

- Je to zajímavý scénář. A hlavně, že se dá využít z více perspektiv, buď vyloženě jako zábava, soutěž a show o umění, a nebo vyloženě jako kulturní pořad.

8.3. Odpověď Milana Krumla, analytika TV Nova

16.4.2009

Vážená paní Pětivoká,

Děkujeme za zajímavý námět na show. Posuzovalo jej několik kolegů, kteří se zabývají zábavnou formou i fikcí a já budu z části interpretovat jejich stanovisko, z části přidám své. Jako člověk, který se už řadu let zabývá programovými formáty a televizními žánry, musím říci, že jde o námět

velmi originální, v podstatě do značné míry o světovou premiéru. Myslím, že je i dost dobře rozpracovaný a jeho jednotlivé části do sebe logicky zapadají. Má však i řadu problematických míst, která dle našeho názoru brání jeho realizaci v komerční televizi. Především jde o kategorii, v níž nelze sázet na obecný vkus (tedy divácký), ale ani na hodnocení odborníků. Na rozdíl od zpěvu nebo tance je výtvarné umění, jak sama dobře víte, z hlediska vnímání a také hodnocení mnohem individuálnější než zmíněné jiné lidské projevy. Reality show pracují s průměrem, s nejsilnějším proudem v daném oboru – například s pop music v hudbě – právě proto, že zájem o ně je nejvýraznější a tzv. masový. Ale současně jde o tu nej povrchnější kategorii, o projevy, u nichž daleko víc než kvalita hraje roli marketing. Pokud se pokusíme o stejný přístup u výtvarného umění, krutě narazíme. Ostatně ani bych to žádné komerční stanici nedoporučoval, protože se vystaví obrovskému tlaku ostatních médií, zhorší si svou pověst atd. Divil bych se, kdyby se do podobného pořadu chtěli přihlásit skuteční umělci – protože nevidím jediný důvod, proč by měli podstoupit konfrontaci s amatéry.

Jednoduše řečeno, obávám se, že by tento velmi zajímavý námět posléze skončil ve formě soutěže v malování, což také není špatný nápad, ale asi je to něco jiného, než jste zamýšlela. V každém případě děkujeme za námět, který patří mezi těmi, které dostáváme k nejoriginálnějším. Možná, že samo téma pro televizi vhodné je, jenom je třeba vzít jej za jiný konec.

Zdraví

Milan Kruml, analytik TV Nova

Použitá literatura a inspirace:

Adéla Foldynová, sborníku Gender a umění 19. století, vydaného obrazar.com v roce 2007, <http://www.mezipatra.cz/2007/aktuality/dandysmus-a-extravagance.html>

Andrea Fraser, Official Welcome, The Cult of the artist, Berlín 2008, [www.youtube.com/Official Welcome](http://www.youtube.com/OfficialWelcome)

Antje Schiffrers, Vladimir, says, The Cult of the artist, Berlín 2008

Antonín Mokrejš, Umění a k čemu, Triton 2002

Art+antiques 04 duben 2009, článek Je vsoučasném umění kritika zakázána?, str. 60

Jaroslav Vančát, Tvorba vizuálního zobrazení, Karolinum 2000

Jindřich Chalupecký, Evropa a umění, Torst 2005

Jindřich Chalupecký, Úděl umělce Duchampovské meditace, Torst 1998

Josef Kirschner, Bible egoistů

K. P. Leismann, Filozofie moderního umění, Votobia 2000

Marie Němcová, Jak se stát úspěšnou ženou

Marta Smolíková, Management art, VŠUP 2008

Martina Pachmanová, Neviditelná žena, OWP 2002

Martina Pachmanová, Věrnost v pohybu, OWP 2001

Média a obraznost, Insea 2000

Metodika žebříčku umělců a politiků, <http://www.mediainfo.cz>

Michal Vimmer, Bad Design, Divus 2008

Milan Knížák, Dav se mýlí vždycky

Miroslav Míčko, Umění nebo život, Academia 2004

Olga Pětivoká, Bohém – liveshow, Dilia 2009

Olga Pětivoká, Deník, 2009

Sun Tzu, On the Art of War, GB 1910, <http://www.ccak.org/static/suntzu.pdf>

Tomáš Kulka, Umění a kýč

Tomáš Pospiszyl, Octobriana a ruský underground, Labyrint 2004

Tomáš Pospiszyl, Srovnávací studie, Fra 2005

Ulta Grosenická, Ženy v umění 20. A 21. Století, Taschen 2004