Umělecké dílo v novomediálním transferu

MgA. Michal Kupilík, Ph.D.

Teze disertační práce

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Teze disertační práce

Umělecké dílo v novomediálním transferu

Artwork in a New Media Transfer

Autor: MgA. Michal Kupilík, Ph.D.

Studijní program: P8206 Výtvarná umění

Studijní obor: 8206V102 Multimedia a design

Školitel: doc. ak. mal. Jan Meisner

Zlín, prosinec 2017

© MgA. Michal Kupilík, Ph.D.

Vydala **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně** v edici **Doctoral Thesis Summary**.
Publikace byla vydána v roce 2017

Klíčová slova: *umění, umělecké dílo, muzeum, galerie, nová média, multimédia, digitální obsah, kulturní transfer, animace, popularizace umění, film, anima artis, videomapping*

Key words: *art, artwork, museum, gallery, new media, multimedia, digital content, cultural transfer, animation, popularization of art, movie, anima artis, procection mapping*

Plná verze disertační práce je dostupná v Knihovně UTB ve Zlíně.

ISBN: 978-80-7454-720-1

ABSTRAKT

Disertační práce se zabývá transferem uměleckého díla do animované podoby. Teoretická část nahlíží na problematiku uměleckého díla z pohledu definice, kulturních institucí a koncového recipienta. Taktéž popisuje historický vývoj muzea umění a upozorňuje na některé problémy a výzvy, kterým musí kulturní instituce čelit v digitálním věku. Pozornost je dále věnována tématu nových médií, jejich kategorizaci a otázce kulturního transferu. Praktická část práce představuje nový soubor multimediálních výstupů od jiných autorů, které navzájem pojí jediné téma – převedení slavného obrazu do animované podoby. Závěry vzešlé z multimediální rešerše jsou uplatněny v projektové části práce, která prezentuje trojici vlastních projektů autora. Patří mezi ně dlouho připravovaný film *Anima Artis*, který mapuje dějiny umění od paleolitu po současnost. Na koncepci filmu navazuje dvojice realizovaných videomappingových projekcí, v nichž se mísí použití rozpohybovaných slavných obrazů s interpretací *genia loci* zvolené lokality.

SUMMARY

The dissertation deals with the conversion of a traditional Artwork into the animated form. The theoretical part examines topics such as the definition of the term Artwork, the history of cultural institutions and the capabilities of recipients. It also describes the historical development of the Art Museums and shows its shortcomings and challenges in the upcoming digital age. Attention is also paid to the topic of new media, its categorization as well as to cultural transfer. The practical part of the thesis presents a new category of multimedia outputs from different authors, within a single theme – the transformation of the famous Artwork into animated form. The conclusions drawn from the multimedia research are used in the project part of the thesis. It presents the trinity of the author‘s own projects, including the long-awaited movie *Anima Artis*, which chronicles the history of art from the Paleolithic to the present. The main concept of the film is followed by a pair of Projection Mappings, which combine the use of animated Artwork with the *genius loci* of the chosen locality.

OBSAH

Úvod 7

1 Metodika disertační práce 8
1.1 Téma 8
1.2 Cíle 9
1.3 Teze 10
1.4 Výstupy 11

2 Problematika uměleckého díla 12
2.1 Umění versus definice 12
2.1.1 Skeptický přístup 12
2.1.2 Funkcionalistická definice 13
2.1.3 Institucionální definice 13
2.1.4 Historická definice 13
2.1.5 Výběr vhodné definice 13
2.2 Umění versus instituce 13
2.2.1 Muzeum umění jako politický nástroj 14
2.2.2 Muzeum umění v roli interpreta 15
2.2.3 Muzeum umění v postmoderní době 15
2.2.4 Muzeum umění jako reflexe doby 16
2.2.5 Muzeum umění a jeho návštěvníci 16
2.2.6 Muzeum umění na domácí scéně 17
2.2.7 Muzeum na prahu digitálního věku 18
2.3 Umění versus publikum 18
2.3.1 Kulturní kompetence 19
2.3.2 Prožitek v psychologii 19
2.3.3 Prožitek v muzeu umění 20
2.3.4 Vnímání a percepce 21

3 Svět nových médií 22
3.1 Médium v obecné definici 22
3.2 Nová média 22
3.3 Umění nových médií 22
3.4 Typologie médií 23
3.5 Vlastnosti nových médií 23
3.6 Apropriace a přejímání obsahu 24
3.7 Kulturní transfer 25

4 Rešerše multimediálních výstupů 26
4.1 Kritéria výběru 26
4.2 Metoda sběru dat 26
4.3 Výzkumná šetření 27
4.4 Případové studie 27
4.4.1 Dancing Venus – Terry Gilliam (1971) 27
4.4.2 Art Movies - Sheila Graber (1975-1991) 27
4.4.3 Famous Paintings - Maarten Koopman (1996) 29
4.4.4 Galerie - Jan Meisner (2004) 29
4.4.5 This is Not a Film - James Kelly (2004) 29
4.4.6 Art with Mati & Dada - Achtoons (2009-2016) 29
4.4.7 The Kandinsky Effect - Manu Meyre (2010) 29
4.4.8 70 million by Hold Your Horses! – L‘ Ogre (2010) 29
4.4.9 The Scream - Sebastian Cosor (2011) 30
4.4.10 Rock of Ages – ACE Team (2011) 30
4.4.11 Carrières de Lumières – Culturespaces (2011) 30
4.4.12 Starry Night - Petros Vrellis (2012) 30
4.4.13 Van Gogh Shadow - Luca Agnani (2013) 30
4.4.14 Enliven Art (2013) 31
4.4.15 Lost Sences – Grupa Smacznego (2013) 31
4.4.16 The Elegant Gentleman‘s Guide to Knife Fighting 31
4.4.17 #WithSyria - Adam Townsend (2014) 31
4.4.18 BEAUTY - Rino Stefano Tagliafierro (2014) 31
4.4.19 Late Rembrandt – CS Digital Media (2014) 31
4.4.20 A-Gallery projections – Front Pictures (2014) 32
4.4.21 Battle of Grunwald 3D – Platige Image (2016) 32
4.4.22 D in David - Michelle Yi a Yaron Farkash (2016) 32
4.4.23 Jane Zhang: Dust My Shoulders Off (2016) 32
4.4.24 Dreams of Dali – Silverstein & Partners (2016) 32
4.4.25 Bosch VR & Magritte VR – BDH Immersive (2016) 32
4.4.26 The Next Rembrandt – Bas Korsten (2016) 33
4.4.27 Loving Vincent - BreakThru Films (2017) 33
4.5 Závěry vzešlé z výzkumu 33
4.6 Poznatky vzešlé z multimediální rešerše 34

5 Projekt Anima Artis 36
6 Přínos pro vědu a praxi 37
Použitá literatura 42
Tvůrčí činnost autora (výběr) 43

ÚVOD

V květnu roku 2012 jsem na půdě Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati zdárně obhájil diplomovou práci nazvanou *Propagace a merchandising animovaného filmu*. Jako doplňující výstup práce vznikl i krátkometrážní animovaný film *Anima Artis*, který se stal vyústěním mých tehdejších snah o animaci. Navzdory řadě nedostatků, které jsem jako autor ve filmu pociťoval, a chybějícím pasážím, jež musely být z důvodu časové náročnosti z filmu vyškrtnuty, se tento animovaný spletenec rozpohybovaných obrazů stal nejzajímavější částí celé diplomové práce, která se přitom věnovala zcela odlišnému tématu. A nejen to. Film se následně stal mým referenčním výstupem. A přestože po celou dobu zůstával vzhledem ke svému nedokončenému statusu v onom příslovečném tvůrčím šuplíku, jeho skutečný potenciál mi byl postupně odhalován skrze reakce lidí, kterým jsem film ve své nedopracované verzi představil.

Závažnost tohoto tématu a potřeba se mu dále věnovat postupem času sílila. Počínaje rokem 2013 se s animovanými výstupy, které rozhýbávaly slavné obrazy z dějin umění, lidově řečeno „roztrhl pytel“. Světlo světa začaly spatřovat animované studentské filmy, interaktivní aplikace určené pro chytrá zařízení, upoutávky vybízející k návštěvě nové muzejní expozice či přímo ambiciózní plány na celovečerní animované filmy, které měly jeden společný průsečík – zabývaly se interpretací nějakého významného uměleckého díla, které za využití animace přiváděly k životu.

Objevivší se množství tématicky podobně koncipovaných děl, jejichž řady navíc rozšířily i nově zdigitalizované animované filmy, které vznikaly v osmdesátých a devadesátých letech minulého století pro analogové médium, postupně utvořilo zcela nový soubor prací. Vznikla tak nová kategorie zdánlivě nesourodých výstupů, jimiž se do této chvíle žádná odborná literatura nezabývala.

Nahlédneme-li pod pokličku současné filmové produkce, nevalné statistiky návštěvnosti evropských a amerických kin momentálně zachraňují hollywoodské adaptace komiksových hrdinů, kteří celá desetiletí strnule brázdili stránkami bohatě ilustrovaných komiksových sešitů, ne náhodou připomínajících filmové storyboardy. A jejich náhlé oživení na stříbrném plátně se tak přirozeně stává splněným snem fanoušků, kteří s hrdiny prožili část svého života. Stejně tak oživení nesmrtelných výjevů z díla Vincenta van Gogha či Leonarda da Vinci, veřejnosti již důvěrně známých z masově produkovaných plakátů, kalendářů a pohlednic, lze označit za jednu z možných cest, jak tyto obrazy transformovat do nového média a jejich kulturní význam nabídnout přicházející generaci. Ovšem jakým způsobem budou do nového média převedeny a jaký příběh budou vyprávět, to již bude záležet na tvůrčím záměru, znalostech a technických zkušenostech nových vypravěčů – interpretátorů.

1. METODIKA DISERTAČNÍ PRÁCE

1.1 Téma

Lidstvo vstupuje do éry, již přední sociologové a psychologové označují jako dobu postfaktickou. Masový rozmach nových médií ruku v ruce s akcelerovaným technologickým pokrokem nemění pouze tradiční způsoby mezilidské komunikace, ale stále více ovlivňuje životní styl a preference mladého člověka. Expanze internetu, sociálních sítí a chytrých zařízení dala vzniknout novým kanálům, kterými mezi sebou lidé komunikují, také ale nenávratně změnila způsob, jakým jsou informace předávány.

Informační nadbytek, s nímž je člověk denně konfrontován, sice nabízí neustále podněty, avšak z dlouhodobého hlediska mívá neblahý dopad na schopnost kritického myšlení. Nositelem pravdy již zpravidla nebývá ten, kdo se opírá o fakta, nýbrž ten, kdo zdatně pracuje s emocemi. Forma čím dál častěji vítězí nad obsahem, kvantita nad kvalitou, komfort nad úsilím.

Nemalý dopad mají tyto společenské a technologické změny také na svět umění a svět kulturních institucí, jejichž smyslem je toku času naopak odolávat co nejdéle a uchovávat své exponáty v nezměněném stavu. Zatímco se okolní svět mění a vyvíjí, muzeum umění čelí stále většímu nátlaku z okolního svět, aby nacházelo nové cesty, jak své kulturní bohatství představit svým návštěvníkům a zprostředkovat jim silný estetický prožitek, v nějž by měla každá návštěva muzea ideálně vyústit. Zároveň musí kulturní instituce soupeřit o svou roli v životě lidí s dalšími, masovějšími formami volnočasového vyžití, aby dokázaly uspokojovat také ekonomické aspekty svého fungování a obhájily tak vlastní existenci.

V rámci marketingových aktivit muzea či galerie tak nevyhnutelně dochází k propojování dvou světů – světa historie umění a světa nových médií. A právě zde je možné spatřit slavná umělecká díla, kterak jsou převedena do podoby animovaného videa a plní novou úlohu ve formě upoutávky k výstavě, interaktivní expozice či přímo animovaného filmu.

Současná exploze velkého množství multimediálních výstupů, které spojuje jednotný koncept – interpretace uměleckého díla do audiovizuální podoby za využití animace – může být vnímána jako nevyhnutelný důsledek technologického pokroku a společensko-kulturní poptávky. Vždyť profesionální software určený pro tvorbu animace je dnes k dispozici za cenu několika desítek dolarů. A reprodukce slavných obrazů, které svým nedotknutelným kulturním statusem k novému tvůrčímu uchopení vždy vybízely, jsou od běžného uživatele internetu dnes vzdálené jen pár kliků myší. Příležitost uchopit oblíbené umělecké dílo a uvést jej do pohybu nikdy nebyla přístupnější.

Proto není překvapující, že při dnešních technologických možnostech usiluje řada autorů o vdechnutí nového života obrazům, které zůstávají po mnohá staletí strnulé. Tyto tendence jsou potom patrné zejména u studentů či absolventů výtvarných škol, kteří přichází s historií výtvarného umění do styku nejčastěji. Ovšem možnosti transferu uměleckých děl do oblasti nových médií v posledních letech objevují také marketéři, organizátoři kulturních akcí či pedagogové.

Dvacáté první století patří video obsahu. Převedení statických obrazů do pohyblivého formátu může v dohledné době představovat nevyhnutelný předpoklad k dosažení ekonomických či edukativních cílů. Popularizace látky skrze pohyblivé obrázky může zanedlouho představovat jediné účinné řešení, jak zaujmout pozornost mladého člověka. Přesto nelze tyto tendence připisovat až nástupu nových médií, neboť první pedagogické pokusy o popularizaci výtvarného umění srze animovaný film nalezneme již v sedmdesátých letech minulého století. A metoda apropriace (přejímání obsahu), kterou tento typ kulturního transferu využívá, byla oblíbeným nástrojem umělců hnutí Dada v první polovině dvacátého století.

Následující disertační práce zkoumá téma kulturního transferu uměleckého díla do animované podoby. Emerzi tohoto tématu lze vnímat jako součást i příčinu dobových změn, kterými lidská společnost během 21. století prochází. Zkoumaný proces transformace uměleckého díla z jedné mediální formy do druhé může být v konečném důsledku vnímán i jako metafora k celé lidské civilizaci. Neboť ta si, s rostoucím vlivem internetu a sociálních sítí, podobnou proměnou a digitalizací vlastní identity prochází taktéž.

1.2 Cíle

Disertační práce sleduje několik samostatných, avšak vzájemně se protínajících cílů. Tyto cíle spojuje zájem o umělecké dílo přenesené skrze nové médium do animovaného formátu. Jednotným tématem celého textu se stává odborné bádání, jaké jsou možnosti kulturního transferu uměleckého díla do nových médií a jakých výsledků lze tímto počínáním docílit.

Prvním cílem práce je postihnout a **zmapovat všechna teoretická východiska**, která je nutné před praktickým ponorem do zkoumané problematiky znát. S tím se pojí stanovení přesné definice, co to „umělecké dílo“ vlastně je a jak by měl tento hojně užívaný termín čtenář chápat. V navazujícím kroku je důležité poznat také prostředí, v němž se v současnosti umělecké dílo nachází. Tím se stává kulturní instituce – tedy muzeum či galerie. Taktéž je nutné nahlížet na behaviorální a kognitivní změny lidského chování, které jsou zapříčiněny sílícím vlivem digitálních technologií na mladého člověka. Posledním teoretickým předpokladem potřebným k orientaci v tématu se stává definice nových médií, představení jejich vývoje a výklad odborné terminologie, jež se k tomuto oboru váže.

Po nabytí teoretického základu se druhým cílem stává **rozsáhlá multimediální rešerše**, na jejímž konci vznikne zcela nový soubor audiovizuálních děl, které navzájem pojí podobný tvůrčí záměr. Tento sběr výstupů od jiných autorů je doplněn o vlastní postřehy, které v závěru utvoří ucelený pohled na zkoumanou problematiku. Z těchto informací bude možné vyvodit nové poznatky o aktuálním stavu řešeného tématu, na jejichž pilířích může vzniknout nové zadání pro tvorbu vlastního projektu.

Závěrečným a klíčovým cílem práce je **realizace trojice výstupů**, které nabudou formu videa a koncepčně budou využívat transfer uměleckého díla do nového média za využití animace.

Tato série tří autorských projektů se stane vyústěním celé předcházející znalostní báze, vzešlé ze studia literárních pramenů a z poznatků získaných skrze analýzu multimediálních výstupů jiných autorů. Ambicí trojice autorských projektů, z nichž jeden představuje dlouho připravovaný animovaný snímek o vývoji umění ***Anima Artis***, je posunutí oborových hranic v rámci zvoleného tématu.

1.3 Teze

Doprovodným cílem disertační práce se taktéž stává prokázání ústřední hypotézy, na níž navazují další předpoklady a úvahy. Hlavní teze vedla k formulaci tří podpůrných hypotéz, jež budou na dalších stránkách prokázány skrze poznatky získané z odborného textu a z rešerše multimediálních výstupů.

Hlavní hypotéza:
Transfer uměleckého díla do nového média je přicházející tendence (nikoliv trend), která nabízí nový potenciál, jak lze popularizovat dějiny výtvarného umění za využití animované tvorby.

Podpůrná hypotéza #1
S nástupem internetu, sociálních sítí a chytrých zařízení mladí lidé postupně ztrácí schopnost vnímat a plně prožívat statický obraz v muzeu či galerii.

Podpůrná hypotéza #2
Animace a nová média se mohou stát podpůrnými prostředky k popularizaci a zpřístupnění uměleckého díla člověku s nedostatečnou kulturní kompetencí či percepčními schopnostmi.

Podpůrná hypotéza #3
Transfer uměleckého díla do animované podoby představuje možné řešení, jak zažehnout mezi lidmi větší zájem o výtvarné umění a zvýšit tak návštěvnost kulturních institucí.

1.4 Výstupy

Disertační práce je formálně strukturovaná do tří samostatných celků, které tvoří část teoretická, část praktická a část projektová.

Teoretická část nahlíží na problematiku uměleckého díla a snaží se ji obsáhnout ze tří různých úhlů pohledu. Kapitola nazvaná Umění versus definice nahlíží na výtvarné dílo zrakem teoretika umění a napříč filozofickými tendencemi hledá přiléhavou definici, jíž lze termín „umělecké dílo“ po zbytek textu zaštítit. Navazující kapitola Umění versus instituce nahlíží na výtvarné dílo zrakem kulturních institucí, jež umělecká díla uchovávají, spravují a vystavují světu. Tato část popisuje historický vývoj muzea umění a upozorňuje na některé problémy a výzvy, kterým musí kulturní instituce v nadcházejícím digitálním věku čelit. Kapitola Umění versus publikum nahlíží na výtvarné dílo zrakem diváka, kterým se stává zpravidla návštěvník muzea umění. Tyto odstavce se zabývají kulturní kompetencí i některými kognitivními funkcemi lidského mozku, jejichž absence znemožňuje méně zkušenému pozorovateli vystavené umělecké dílo plně prožívat.

Druhá pasáž teoretické části práce zkoumá svět nových médií. Nejprve se zabývá definicí tohoto pojmu a odlišnostmi, které oddělují staré médium od nového. Taktéž definuje klíčové vlastnosti, jež jsou pro nové médium specifické, a na potenciální hrozby, které může s sebou přinášet. Navazující část pojednává o umění nových médií a představuje nové umělecké tendence a výstupy, které se rodí již primárně pro digitální médium. Teoretickou část uzavírá terminologický slovník, který se blíže zabývá termíny, mezi něž patří kulturní transfer, umělecká komparistika a interpretace.

Praktická část se zabývá sběrem dat a rešerší multimediálních výstupů, které se vyznačují stejnými rysy a vlastnostmi. Výsledkem se stává zcela nový soubor tematicky podobných výstupů, v nichž probíhá kulturní přenos uměleckého díla do animované podoby. Tento soubor prací, uložený do digitálního archivu na přiloženém DVD, vedle sebe staví téměř tři desítky rozličných tvůrčích přístupů a technik, které pojí jediný cíl – přivést umělecké dílo/díla k životu. Průzkumem těchto počinů vznikají nová teoretická východiska, na nichž lze dále stavět při tvorbě vlastního projektu.

Projektová část předkládá vlastní řešení zkoumaného tématu, jež spočívá ve třech autorských výstupech. Hlavním a nejkomplexnějším počinem je dokončená verze filmu ***Anima Artis***, který demonstruje autorovu vizi, jakou cestou se lze v rámci popularizace výtvarného umění ubírat. Zbylé dva výstupy se sice zabývají jen úzce specializovaným tématem, avšak o to odvážněji experimentují s možnostmi nových médií – významná umělecká díla převádějí na fasády budov za využití světelných projektorů a videomappingové projekce.

2. PROBLEMATIKA UMĚLECKÉHO DÍLA

2.1 Umění versus definice

Disertační práce v celém svém rozsahu frekventovaně operuje s pojmy „umění“ a „umělecké dílo“. První badatelskou výzvou se tak přirozeně stává hledání přesnější definice těchto zaužívaných termínů. Již zde však při podrobnějším studiu odborné literatury narážíme na první rozcestí.

Otázka „Co je to umění“ je přitom nejzákladnější otázkou filozofie umění. Tradiční filozofové jako Charles Batteux, L. N. Tolstoj či Harold Osborne ji vnímali jako otázku, která se táže po podstatě umění, tedy hledá vlastnost, která je všem uměleckým dílům společná a u žádných jiných předmětů se nevyskytuje. Podobně jako každá filozofická otázka, tak i snaha definovat podstatu umění má své historické kořeny, které sahají do 18. století, kdy vznikl takzvaný „systém krásného umění“. Tehdejší filozofové věřili, že některé lidské činnosti jako malba, hudba, sochařství či poezie se odlišují od jiných, například od vědy či služeb, neboť je spojuje společná vlastnost, kterou je snaha napodobovat krásu v přírodě. [1]

Následný vývoj estetického myšlení tyto závěry zproblematizoval. Další generace filozofů se tak opět ocitla před otázkou, co je skutečně oním pojítkem mezi různorodými druhy umění a zda-li jsou dřívější charakteristiky ještě aktuální.

2.1.1 Skeptický přístup

Ve 20. století tak vznikl skeptický postoj vůči zobecňujícím principům, který prosazoval názor, že umělecká díla jsou jedinečná a nelze hledat jejich společné vlastnosti. Mezi významné filozofy umění, kteří snahu o nalezení jednotné definice umění odsoudili, se řadí Morris Weitz. Dle jeho názorů výraz „umění“ není průsečíkem společných vlastností, ale množinou různorodých podobností mezi objekty, které za umělecká díla označujeme. [2]

V druhé polovině dvacátého století byly názory skeptiků vyvráceny, neboť vznikla naléhavá potřeba po stanovení kritérií k identifikaci uměleckých děl. Došlo tak k vytvoření nové definiční strategie, která se snažila o vyložení pojmu umění skrze jeho relační vlastnosti, jež jsou pro samotnou podstatu umění esenciální. Na základě typu zvolené relační vlastnosti tak lze tyto přístupy rozdělit na funkcionální, institucionální a historické.

---

1 Charles Batteux - Les Beaux Arts reduits á un méme principe (1997)

2 Tomáš Kukla – Denis Ciporanov (eds.) Co je umění? Texty angloamerické estetiky 20. století. Červený Kostelec: Pavel Mervart

2.1.2 Funkcionalistická definice
Podle zastánců funkcionalistické teorie je uměleckým dílům společný fakt, že jsou vytvářena za nějakým specifickým účelem. Monroe C. Beardsley tvrdí, že umělecké dílo je objekt vytvořený za účelem zprostředkování hodnotné estetické zkušenosti. Dle této definice se umělecká díla odlišují od běžných předmětů užitkové spotřeby právě tím, že jejich smysl je v prvé řady estetický.

2.1.3 Institucionální definice
George Dickie ve své rané verzi institucionální definice umění tvrdí, že uměleckým dílem se stává každý artefakt, jemuž byl zástupcem světa umění udělen status kandidáta na ocenění. Uměleckým dílem se tak stává každý výtvor, o němž umělec, kritik, kurátor, sběratel či laik prohlásí, že je hodný ocenění.

2.1.4 Historická definice
Historická definice umění nám předkládá tezi, že má-li být nějaký objekt považován za umělecké dílo, musí obsahovat patřičný vztah k umělecké tradici a předcházejícím uměleckým počinům. Tento vztah dále popisuje americký kunsthistorik Noël Carroll coby určitou formu narativu, který propojuje kandidáta na umělecké dílo s již etablovanými uměleckými díly takovým způsobem, v němž novější dílo navazuje na uměleckou tradici a dále ji rozvíjí.

2.1.5 Výběr vhodné definice
Nalezení všeobjímací definice umění je výzvou, která zaměstnává mozky filozofů a historiků umění již po několik staletí. Avšak takovéto snažení není předmětem hlubšího bádání této práce. Definice umění zde slouží především coby metodický nástroj a její vhodný výběr nám usnadní pochopení dalšího textu.

Jelikož se následující práce zabývá uměním a uměleckým dílem především v institucionálním kontextu, jeví se výběr *institucionální definice* umění jako vhodné řešení. Práce se ale též podrobně zabývá vývojem a historickými proměnami muzea jakožto instituce starající se o umělecká díla. Proto je důležité brát v potaz i závěry, které jsou obsaženy v *historické definici* umění.

Umělecké dílo tak můžeme pro potřeby této disertační práce definovat jako *artefakt, který je vytvořený osobou s potřebnou znalostí výbavou za účelem prezentace před publikem ve světě umění, a který obsahuje náležitou vazbu na historicko-umělecký kontext.*

2.2 Umění versus instituce
Chceme-li shlédnout originální umělecké dílo, naše kroky přirozeně povedou do muzea či galerie. Nyní, když máme definovanou ucelenější představu o tom, co to umělecké dílo je, zaujmeme teoretický náhled i na svět institucí, které umělecká

díla spravují a vystavují. V následující části bude pozornost věnována právě muzeu umění, jeho údělu, historii a potenciálním výzvám, kterým musí v dnešní době čelit.

Muzeum umění, neměnné a monumentální díky své budově i vystavovaným exponátům, se v dnešní, stále se zrychlující době stává symbolem nehybnosti a trvanlivosti. Svou existencí pomáhá zpřítomňovat minulost a dává nám možnost zakoušet jedinečnou kulturní retrospektivu. Ač je muzeum ve své holé podstatě neoddiskutovatelně spjato s minulostí, změnám odehrávajících se vně jeho zdí může odolávat jen stěží. Máme-li pochopit situaci muzea v dnešní době a objasnit některé paradoxy, s nimiž se snaží ovlivňovat soudobou společnost, je nezbytné nejprve zrekapitulovat jeho stručnou historii a zaznamenat nejdůležitější události, které vedly ke zformování jeho stávající podoby.

2.2.1 Muzeum umění jako politický nástroj

Kořeny muzea umění v Evropě historicky navazují na královské a aristokratické umělecké sbírky, které se vyvinuly ze sběratelských kolekcí pečlivě vybíraných děl a starožitností, nazývaných též jako kunstkomory či kabinety kuriozit. [3]

Vznik prvních veřejných muzeí kultury začíná v době osvícenství, která zároveň připravila živnou půdu pro budoucí nástup modernismu. Osvícenství definitivně rozdělilo jednotný náboženský světonázor charakteristický pro středověkou společnost a dalo vzniknout samostatným oborům vědy, morálky a umění. Tento jev ještě umocnil následný příchod romantismu, který definoval archetyp umělce jakožto nespoutané a mimořádně nadané individuality, která prostřednictvím své tvorby a tvůrčího génia překonává zavedené společenské konvence. Vznikla tak potřeba po novém typu specializované instituce – muzeu umění.

Prototypem nového typu národního muzea umění se stal Louvre, bývalé sídlo francouzských králů. Snahy některých osvícenských filozofů jako Voltair či Diderot o zpřístupnění královských sbírek veřejnosti uspíšila až velká francouzská revoluce. Nově zformovaný francouzský stát královské sbírky zkonfiskoval a vytvořit z Louvru nové Muzeum francouzské republiky. Muzeum umění se tak zároveň stalo pragmatickým politickým nástrojem určeným k propagaci a oslavě nového státního zřízení.

Podobné události vedly k transformaci soukromých uměleckých sbírek pruského krále v první veřejně přístupné německé muzeum, které bylo otevřeno roku 1830 v Berlíně. I v tomto případě sloužilo zpřístupnění soukromých sbírek veřejnosti především mocenským zájmům, jejichž cílem byla legitimizace státního zřízení

3 Mark Cheetham, Michael Ann Holly a Keith Moxley: The Subject of Art History. Historical objects in Contemporary Perspective: Cambridge, Cambridge UP 1998, s. 230-249).

a politických elit. [4]

Během 19. století tak můžeme pozorovat postupnou proměnu soukromých sbírek do podoby veřejné instituce, která sice neprobíhala všude stejnou rychlostí, avšak cíl byl stejný: zpřístupnění kulturního dědictví majetným vrstvám – měšťanstvu a buržoazii. Pro nemajetné vrstvy byl přístup do muzea komplikovanější, přestože jim nebyl apriori odepírán. Vzestup muzea v 19. století tak můžeme vnímat jako symbol demokratizace přístupu k umění, která s přibývajícím množstvím nově otevřených muzeí umožnila široké společenské skupině bezprostřední prožitek z výtvarného umění.

2.2.2 Muzeum umění v roli interpreta

Muzeum umění sehrálo významnou roli během formování obecných představ o dějinách umění, neboť počínaje 19. století tyto dějiny na svých zdech doslova zhmotňovalo. Od počátku svého otevření tak muzeum umění fungovalo jako dramaturgický aparát, který řadil umělecká díla do specifických souvislostí, čímž návštěvníkům interpretoval historický vývoj umění. Snaha o vytvoření univerzálního přehledu umění, jakési reprezentace výtvarných děl v časové posloupnosti vedoucí od antiky až po současnost, je příznačná pro všechna velká muzea, která vznikla na přelomu 18. a 19. století. Muzeum umění tak zastává dvojí úlohu. Za prvé v roli depozitáře uchovává a vystavuje artefakty vysoké umělecké hodnoty, za druhé v roli interpreta pomáhá utvářet přehled dějin umění a ilustrovat tak jejich postupný vývoj. [5]

Představa, že cesta koridorem muzea má představovat cestu napříč dějinami umění, se následně promítla do způsobu instalace exponátů ve většině významných Evropských muzeí, zejména pak těch národních. Tento způsob uvažování tak nenávratně předurčil nový kontext, v němž bude umělecké dílo vnímáno. Dějiny umění lze považovat za výtvor uměleckého muzea.

2.2.3 Muzeum umění v postmoderní době

Vezmeme-li v potaz, že muzeum umění je produktem i symptomem modernity, dalo by se usuzovat, že v dnešní postmoderní době, která je příznačná právě svým záměrným potlaččováním principů modernismu, bude toto muzeum procházet krizí. Avšak navzdory očekáváním zažilo muzeum umění během 80. let minulého století svůj nevídaný rozkvět a celoplošnou expanzi do světa masové kultury. Na konci minulého století se tak muzea a galerie staly jednou z nepostradatelných složek kulturního vyžití, cestovního ruchu a trávení volného času, pohybujíc se na tenké hranici mezi vysokou kulturou a masovou zábavou.

---

4 Douglas Crimp, The End of Art and the Origins of Museum, Art Journal, Winter 1987, s 261-266.

5 Christian de Mechel, Catalogue des tableaux de la galerie Impériale et Royale de Vienne. Basle 1784, s. XV.)

Důvody tohoto rozmachu jsou zakořeněny v americké poválečné společnosti, v níž byla role muzea přenastavená od služby uměleckým sbírkám směrem k samotnému návštěvníkovi. Důraz byl tak poprvé kladen na popularizační funkci muzea, v rámci níž se instituce stala v prvé řadě poskytovatelem přístupného vzdělání a snadno vstřebatelného estetického zážitku. S tím souvisí i nástup takzvaných „blockbuster show" – obřích výstav velkolepých rozměrů, jejichž primárním cílem bylo přilákat pozornost širokého spektra zájemců. Těmito kroky se muzeum umění vzdálilo své původní podstatě a začalo se přibližovat zákonům a uvažování podnikatelského a komerčního světa.

2.2.4 Muzeum umění jako reflexe doby

Muzeum umění se na přelomu staletí stává nastaveným zrcadlem soudobé společnosti. Mezi hlavní rysy naší doby patří překrývání kulturní a ekonomická sféry, rychle se střídající charakter vizuální kultury (trendy) a exponenciální růst dostupných informací. Tato akcelerace životního tempa a toku informací mění a nahrazují dřívější způsoby prožívání času. Díky elektronickým médiím a online zpravodajstvím, které pohotově reagují na okolní dění, žijeme ve stavu neustálé synchronicity. Ta je doprovázena přetrvávajícím honem za novými zážitky a nutkavou potřebou nahrazovat existující zkušenosti novými, intenzivnějšími.

Tyto zrychlující se tendence vytváří jako vedlejší produkt v lidské psyché podvědomé volání po nostalgii a retrospektivě. Proto se jedním z nejtypičtějších vzorců v umění a kultuře stává zdánlivě protichůdné směřování: na jedné straně neustálý pohyb kupředu, touha po změně a volání po novotě, na straně druhé pohyb směrem dozadu zpět do minulosti. S rostoucím množstvím informací tak roste i nutkavá potřeba tyto informace zaznamenávat, uložit a zachovat.

Někteří teoretici tak hovoří o „muzealizaci" jakožto o symptomu naší kultury, který vysvětluje nebývalý nárůst nových muzeí v 80. a 90. letech, stejně jako všeobecnou zálibu v rekonstruování a uchovávání historie. Ta je patrná ve všech odvětvích – za příklad lze uvést projekty na konzervaci a napodobování historických budov a měst, rekonstrukce dávných bitev či nárůst poptávky po starožitnostech a dobových předmětech. Tato tendence je patrná v případě některých retro-proudů prostupujících světem designu a módy, či ve zvýšeném spotřebitelském zájmu o historické velkofilmy a videohry s historickou tématikou.

2.2.5 Muzeum umění a jeho návštěvníci

Muzea a galerie se tak koncem 20. století proměnily v populární formu kulturního vyžití. Návštěva výstavy umění se stala zajímavou alternativou trávení volného času. Ty nejúspěšnější expozice mohou v návštěvnosti soupeřit i s masovějšími typy moderního vyžití, jako jsou velké hudební koncerty či premiéry filmových megahitů. Optimistické statistiky však zpravidla odvádí pozornost od mnohem

palčivějších otázek: „Jaká je hodnota prožitku průměrného diváka tváří v tvář obrazu nebo soše v expozici výtvarného umění? Jaký má umění přínos v životě dnešního člověka?“ Česky teoretik umění a bývalý kurátor Národní galerie Ladislav Kesner si v jedné ze svých knih tyto otázky rétoricky pokládá a posmutněle odpovídá: „Obávám se, že mizivý.“

Pierre Bourdieu, známý francouzský sociolog, ve své studii potvrdil, že návštěva muzea a prožitek z umění odpovídá kompetenci, která vychází ze vzdělání a výše příjmů. Muzeum dle jeho slov funguje jako hierarchizátor společenské nerovnosti.

Některé sociologické výzkumy nedávno potvrdily, že hlavním faktorem ovlivňujícím u lidí návštěvu muzea je jeho celková „image“ v podvědomí návštěvníků.[6] Další průzkum uskutečněný v Anglii potom poukázal, že 25% dotázaných se domnívá, že muzea nemají v běžném životě místo. Mnohem horší situace je u dětí a mládeže, kteří považují muzeum za nudné a nezajímavé místo.[7]

2.2.6 Muzeum umění na domácí scéně

V českém prostředí je situace ještě horší. Pusté síně uměleckých expozic připomínají prázdné restaurace s prostřenými stoly, marně čekající na své hosty. Na jedné straně tu máme výstavy těšící se přímo masové návštěvnosti a zájmu publika, na druhé straně ale také muzea se stálými expozicemi zejícími prázdnotou. Tyto neblahé tendence se snaží mnoho muzeí a galerií přebít pomocí velkých reklamních kampaní lákajících návštěvníky ke shlédnutí nové výstavy. Například hojně propagovanou výstavu Chagallových originálních ilustrací k Bibli doprovázenou již probíhající výstavou Bohuslava Reyneka navštívilo v roce 2014 v prostorách pražské Valdštejnské jízdárny celkem 56 169 zájemců, čímž se stala aspirantem na jednu z nejúspěšnějších výstav umění v České republice. Otázkou zůstává, zda-li si návštěvníci z výstavy také odnesli hluboký kulturní prožitek či se pouze nechali zlákat naléhavým mediálním sdělením.

Nedokáže-li muzeum svým návštěvníkům zprostředkovat hodnotný umělecký vjem či zkušenost, koliduje tak se svým původním smyslem a posláním. Neboť to bylo právě muzeum umění, které kdysi převzalo původně funkční obrazy a objekty a ve svých halách z nich učinilo exponáty, které mají být esteticky prožívány. Pokud takový zážitek již není schopné poskytnout, bude postupně prohrávat v záplavě konkurenčních forem volnočasového vyžití. Nevyhnutelně se pak stane snáze manipulovatelné současnými trendy, které udává světový trh zábavního průmyslu.

---

6 Srv Nick Merriman, Museum Visiting as a Cultural Phenomenon, in: Peter Vergo (ed.) The New Museology, London, Reaktion Books 1991, s. 149-17)

7 (Můůůůůůůzeum dětských můz (Úvahy a kresby dětí na téma muzeum), Louny: Základní škola J.A. Komenského v Lounech ve spolupráci s Městskou knihovnou v Lounech 1997)

2.2.7 Muzeum na prahu digitálního věku

Proces demokratizace uměleckého muzea a jeho zpřístupňování širší veřejnosti neustále pokračuje. A ač jako instituce zůstává muzeum otevřené každému, dle všech dostupných indícií se nikdy nestane dominantní alternativou trávení volného času. Vzniká tak naléhavá potřeba nové formulace úlohy a smyslu muzea umění, které by se místo péče o objekty a sbírky mělo zaměřit především na to, jak tato díla lépe zpřístupnit svým divákům.

Tuto výzvu je potřeba navíc vnímat také v kontextu nastupujících nových médií, které přináší informační a obrazovou explozi. Nové technologie nyní nevratně mění způsob, jakým vstřebáváme a přijímáme kulturních jednotky a dle všech ukazatelů také redefinují možnosti našeho vnímání a fungování lidského mozku.

Tato „digitální revoluce“ má pochopitelně velký vliv i na činnost muzeí. Vznikají nová virtuální muzea a projekty na digitalizaci celých uměleckých sbírek, aby mohly být zpřístupněny na internetu. S vědomím těchto probíhajících změn se nabízí otázka, zda-li je muzeum umění schopné v nadcházejícím digitálním věku vůbec přežít a zda-li dokáže obhájit svoji další existenci. Jeho budoucnost je nejistá.

Vzhledem k ekonomickému tlaku a novým trendům na poli volnočasových aktivit jsou muzea umění stále více nucena se přizpůsobovat světu medializovaného zábavního průmyslu. Jejich hlavním posláním se namísto starosti o umělecká díla stává péče o diváka, který by si z návštěvy výstavy měl odnést hluboký emocionálně-kognitivní prožitek. Muzea umění se tak postupně transformují v poskytovatele „edutainmentu“ (či „infotainmentu“) – důvtipně namíchaného koktejlu zábavy okořeněného špetkou vzdělání.

Pozitivní obohacování lidského života hraje důležitou roli zejména v dnešní době. Záplava textových a vizuálních podnětů, kterými nás nová média v čele s internetem dennodenně zásobují, nás sice může informačně zcela zasytit, ovšem nad kvalitou těchto informací visí velký otazník. V tomto světe zpravidla vyhrává kvantita a informační plytkost. Přitom návštěva muzea může vhodně zvolenými kroky pomáhat kultivovat naše vizuální schopnosti. A ačkoliv nejsou umělecká díla skrze svůj vizuální kód zdaleka přístupná každému, schopnost porozumět umění a plnohodnotně jej vnímat není výsadou od Boha, jak se stále sebestředně domnívají někteří estéti a historici umění. Kulturní kompetence je naučitelná dovednost. A právě v tom spočívá jedna z možných úloh muzea v dalších desetiletích – vzdělávat člověka a učit jej tyto vizuální schopnosti, zahrnující vnímání a interpretování statických obrazů, opět plně využívat.

2.3 Umění versus publikum

Přemýšlíme-li o uměleckém díle jakožto o jedinečném artefaktu vysoké kulturní

hodnoty a o muzeu umění jakožto o instituci, která toto dílo uchovává a prezentuje svým divákům, měli bychom nyní upřít pozornost také na samotného diváka. Tentokrát jej nebudeme vnímat jako anonymní persónu, kterou s ostatními návštěvníky statisticky pojí pouze skutečnost, že ve stejném období navštívili muzeum umění či zhlédli jeho konkrétní expozici. Zajímá nás jako jednotlivec, individualita. Máme-li lépe pochopili vzorec, kterým divák nahlíží na svět umění a prožívá jej, musíme nahlédnout do fungování jeho mysli a objasnit neméně závažná témata zabývajících se kulturní kompetencí, percepčním vnímáním a kognitivním myšlením.

2.3.1 Kulturní kompetence

Kulturní kompetence je souhrnem znalostí, schopností, dovedností, postojů, hodnot a dispozic. Jedná se o jedinečnou schopnost každého člověka rozvíjet svůj potenciál v konkrétním kontextu, kterým se v tomto případě stává znalost kulturních předpokladů.[8]

Pojem kulturní kompetence lze vnímat ve dvou rovinách. V prvé řadě se tak označuje schopnost člověka vnímat a prožívat kulturní produkt, kterým může být exponát v muzeu, obraz, plastika či architektura samotné instituce. V širším slova smyslu je kulturní kompetencí taktéž označována schopnost návštěvníka orientovat se v prostředí kulturní instituce a náležitě rozpoznávat její konvence. Nezkušený návštěvník může vnímat prostor kulturní destinace, muzea či galerie, jako neznámé a nepříjemné prostředí, kterému by se podvědomě raději vyhnul. Divák, který nemá specifický kód, se cítí ztracen v chaosu zvuků a rytmů, barev a linií, které mu nedávají smysl. [9]

Během procesu vnímání statického objektu přichází ke slovu percepční a kognitivní schopnosti. Pokud jimi návštěvník nedisponuje, projeví se to skrze jeho neschopnost zhodnocení prožité aktivity do podoby nějakého pozitivního prožitku.

2.3.2 Prožitek v psychologii

Touha po výjimečném a autentickém prožitku je s lidskou kulturou spojena od pradávna a existovala dříve, něž tento pojem zahrnuly do svých pouček moderní marketingové teorie a než principy zážitkové pedagogiky ovlivnily sektor vzdělávání a školství – v našich končinách v čele s pionýrem J. A. Komenským. Jak je dnes již dobře známo, principy zážitkové výuky lépe simulují přirozený učební proces dětí i dospělých a jejich využití ve výuce napomáhá efektivnější výuce a dlouhodobějšímu uchování informací.[10]

---

8 Mueller, J. A., Pope, R. L. The relationship between multicultural competence and white racial consciousness among student affairs practitioners. Journal of College Student Development, 2001

9 Pierre Bourdieu (1984) Distinction: A social critique of the judgement and taste, London: Routledge and Kegan Paul

10 Hanuš, R., & Chytilová, L. (2009). Zážitkově pedagogické učení. (Vyd. 1., 192 s.) Praha: Grada

Ve *Velkém psychologickém slovníku* autoři Hartl a Hartlová termín prožitku analyzují a definují následovně: [11]

- **Prožitek autentický** je jeden ze základních obsahů psychiky. Jedná se buď o citově zabarvené vnímání aktuálního, často dramatického životního okamžiku, či o náhlé poznání vzniklé ze zhodnocení okolní skutečnosti (aha-zážitek, konflikt, vhled).
- **Prožitek emoční** je citový zážitek, v němž událost vyvolává autonomní aktivaci a kognitivní hodnocení. To vede ke vnímané aktivaci a emočnímu přesvědčení, což nakonec skládá výslednou emoci. Někteří autoři dále definují emoční výraz a jeho vnímání jako určitý druh výrazové zpětné vazby.
- **Prožívání** je psychický jev charakterizovaný emocionálně zabarveným proudem vědomí každého více či méně uvědomovaného duševního obsahu a pojmového myšlení; je přísně individuální, těžko sdělitelné, proto behavioristé z předmětu svého zkoumání prožívání vyloučili a zaměřili se pouze na pozorování chování.
- **Zážitek** představuje každý duševní jev, který jedinec prožívá: vnímání, myšlení, představivost. Zážitek je vždy vnitřní, subjektivní a citově provázaný. Stává se zdrojem osobní zkušenosti, hromadí se celý život a buduje jedinečné duševní bohatství každého člověka.
- **Zkušenost** nebo-li empirie je poznání, které přichází z prostředí „vně“ člověka prostřednictvím činnosti, pozorování a pokusů. Představuje hlavní a prvotní zdroj poznatků člověka o světě. To, co bylo prožito a uchováno v paměti jedince. Nejedná se o pasivní položku paměti, ale její aktivní prvek. Proces získávání zkušenosti a změny, kterou zkušenost následně vyvolá, tvoří podstatu učení jako zdroj poznání.

2.3.3 Prožitek v muzeu umění

V prostředí kulturních institucí dlouhodobě převažoval nezájem o divákovi pocity a vnitřní pohnutky, proto otázkám týkajících se poskytování silného diváckého prožitku nebyla zpravidla věnována dostatečná pozornost. Hlavní slovo náleží odborníkům – kurátorům, pro které je vnímání uměleckých děl návštěvníkem příliš subjektivní a těžce uchopitelné téma. Tento postoj přitom kontrastuje se základními poučkami marketingu a edukační teorie prosazujících názor, že efektivitu služby kulturní instituce vůči veřejnosti lze měřit pouze na základě kvality kulturního prožitku.[12]

11 Hartl, P., & Hartlová, H. (2010). Velký psychologický slovník. (Vyd. 4. 797 s.) Praha: Portál.

12 Cuno James 2004, Whose Muse? Art Museum and the Public Trust, Princeton: Princeton University Press

Americký marketingový specialista Philip Kotler ve svém článku pro specializovaný magazín *Museum Management and Curatorshi*p konstatuje, že: „zlepšení muzejního prožitku musí jít za tradiční důraz na objekty a sbírky a dokonce i za novější důraz na informace a vzdělání. Vytváření prožitků zahrnuje aktivity, v nichž návštěvníci mohou přímo participovat: intenzivní senzorické vnímání, kombinující zrak, sluch a pohyb, prostředí, do něhož se návštěvníci mohou ponořit, spíše než se chovat pouze jako diváci, a neobyčejné stimuly a efekty, které učiní návštěvu muzea unikátní a zapamatovatelnou.“ [13]

2.3.4 Vnímání a percepce

Ač se v dnešní době stále rozrůstá nabídka animačních programů, vzdělávacích aktivit a multimediálních interaktivních exponátů, je schopnost vnímání stále neoddiskutovatelně spjata s dovedností vizuálně vnímat statický objekt. Tato dovednost je hlavním projevem a podstatou zmíněné kulturní kompetence. Avšak zde narážíme na problém, že současný divák má tuto percepční schopnost, nezbytnou k vnímání statických obrazů a exponátů, rozvinutou zpravidla jen v malé míře. To má neblahý vliv na jeho schopnost stát se v prostředí muzea či galerie aktivním pozorovatelem, který přijímá hodnotnou vizuální zkušenost.

Přitom pro většinu lidí je dnes nějaká forma pohyblivých obrazů důležitým prostředkem k odpočinku a uvolnění se. U starších generací jde o tradiční média masové kultury, televizi a video, u mladší generace to jsou pak videohry, internet, chytré telefony a další nové technologie. Avšak je stále méně lidí, kteří se dokáží do tohoto stavu dostat pouhým sledováním statického objektu a ponořit se do něj, ať už se jedná o obraz, sochu či celou expozici. Již ze sociologických výzkumů z 80. let vyplývá, že středoškoláci a vysokoškoláci jeví buď minimální, či přímo nulový zájem o vysoké výtvarné umění a mají velmi omezené schopnosti estetického prožívání. [14]

Nová zjištění v neurobiologii a kognitivní neuropsychologii začínají odhalovat, že tato schopnost vnímání vedoucí k získání prožitku při kontaktu se statickým vizuálním obrazem je ve velké míře dána již na fyziologické rovině. Může se tak jednat o důsledek synaptické plasticidy, což je vlastnost lidského mozku, která neustále vylaďuje synapse (spojení) mezi neurony v závislosti na povaze zkušeností, který člověk během svého života prožívá. Pokud tedy nebudeme statický obraz pravidelně sledovat a snažit se do něj nahlédnout, čím dál rychleji budeme ztrácet schopnost mu skutečně porozumět.

---

13 Kotler Niel a Kotler Philip 2001, Can Museums be All Things to All People?: Missions, Goals, and Marketing‘s Role, Museum Management and Curatorship

14 Semenik, Richard J. A Bamossy, Garry 1985: Methodological Issues in Arts Marketing Research, in: Managerial Economics for the ARts, AKron: Association for Cultural Economics)

3. SVĚT NOVÝCH MÉDIÍ

3.1 Médium v obecné definici

Médiem rozumíme označení pro prostředníka komunikace, který může mít technologickou či materiálovou formu. Mnoho prvků se může stát médiem na základě kontextu, v jakém jsou využity – například signální svítilna je médiem v případě, dochází-li jejím prostřednictvím k mezilidské komunikaci.

Při definici média je tedy klíčový právě kontext, v němž se používá. Pojem médium je univerzální pojem a zahrnuje mnoho specifických forem umění.

3.2 Nová média

Pojem nová média označuje média založená na digitálním, tedy numerickém kódování dat. Mezi nová média lze zahrnout velkou množinu mediálních technologií, mezi které patří osobní počítače, chytré telefony, tablety či webové služby (sociální sítě, vyhledávače, blogy a jiné). S širokým množstvím těchto technologií je spojeno i rozsáhlé pole jejich využití. V tom spočívá i nejednoznačná definice tohoto pojmu a nová média tak bývají často označována jako digitální média, hypermédia, interaktivní média, supermédia či média 2.0. Označení „nová média“ bylo zaužíváno jakožto protiklad k médiím klasickým, nebo-li masmédiím, mezi něž patří televize, tisk a rádio. Dnes již zlidovělé adjektivum „nová“ považují někteří odborníci za vyloženě nevhodné, neboť v některých případech tak pojmenovává technologie staré desítky let.

Termín *nová média* se kromě označení médií zprostředkovávajících komunikaci stal také synonymem pro *umění nových médií*, tedy pro umělecké projevy, které v rámci své tvorby využívají moderních technologií.

3.3 Umění nových médií

Společně s pojmem *umění nových médií* se pro označení téhož užívají i starší kategorické názvy jako *digitální umění*, *počítačové umění*, *multimediální umění* či *interaktivní umění*. Umění nových médií je společnou podmnožinou dvou širších skupin: umění nových technologií a umění médií.

Umění nových technologií je označení pro aktivity, jako je robotické umění, elektronické umění a genomické umění. Pod pojmem *umění médií* se rozumí video art, multimediální projekce a experimentální film – tedy formy umění využívající technologie a postupy, které již v 90. letech nové nebyly. *Umění nových médií* se stává nadřazenou množinou těchto dvou příbuzných sektorů.

V rámci této práce bude dále kladena pozornost především na výstupy, které se řadí do druhé jmenované kategorie, tedy mezi *umění médií*.

3.4 Typologie médií

K lepší charakteristice nových médií může posloužit typologie médií, která byla definována českými mediology Janem Jirákem, Jaromírem Volkem a Barbarou Köpplovou. Stanovení jednotlivých typů médií kategorizovali následovně:

- **Primární média** tvoří základ mezilidské komunikace, patří mezi ně jazyk a nonverbální formy mezilidské komunikace.
- **Sekundární média** umožňují v rámci mezilidské komunikaci překonávat prostorové a časové bariéry. Do této kategorie patří písmo, telefon či knihtisk.
- **Terciární média**, označována též jako masová média či masmédia, umožňují skrze komunikované sdělení oslovit velkou skupinu adresátů. Patří mezi ně televize, tisk a rádio.
- **Kvartérní média**, nebo-li nová média či digitální média, zastupují širokou skupinu digitálních technologií, jež lze mezi sebou vzájemně propojit.

Toto základní řazení doplňují myšlenky kanadského filozofa a mediálního teoretika Marshalla McLuhana, že každé médium v sobě zpravidla zahrnuje i médium stojící v žebříčku nad ním. Kupříkladu písmo je sekundární médium, ovšem zahrnuje v sobě také jazyk, který je médiem primárním. Terciální médium tisk v sobě sdružuje jak písmo, tak jazyk. A kvartérní média v sobě obsahují jak média terciální, tak sekundární i primární. Příkladem jsou internetové stránky elektronických novin, které v sobě mohou zahrnovat jak obsahové sdělení tisku, tak písmo a jazyk

3.5 Vlastnosti nových médií

Mediální teoretik Martin Lister ve své práci *New Media: A Critical Introduction* popisuje pět vlastností nových médií, které definují jejich charakter:

- **Digitalita** – Nová média jsou tvořena počítačovou technologií, jejichž podstata je založená na digitálním kódu.
- **Interaktivita** – Uživatel nových médií má možnost do nich dále zasahovat a manipulovat s nimi. Role pasivního diváka je transformována do role aktivního uživatele.
- **Virtualita** – V rámci nových médií vzniká počítačem generované virtuální prostředí. Uživatel se ocitá v umělém prostoru s vlastními zákonitostmi, které se liší od reálného světa.
- **Hypertextualita** – Nová média se skládají z množiny navzájem propojených součástí, jejichž vzájemné vazby jsou definovány za využití hypertextů. Jejich chronologický průchod si určuje sám uživatel na základě vlastních preferencí a myšlenkových pochodů.
- **Disperze** – Nová média mají podstatně větší rozptyl oproti tradičním médiím. Často umožňují uživatelům vyjadřovat vlastní stanoviska či do média zasahovat

(komentáře a internetové diskuze). Nevzniká jednosměrná komunikace, mizí hranice mezi producenty a konzumenty.

Další definici vlastností nových médií popsal původem ruský mediální teoretik Lev Manovich, který ve své knize *The Language of New Media* stanovuje těchto pět klíčových vlastností:

- **Numerická prezentace** – Nová média jsou programovatelná a algoritmicky manipulovatelná.
- **Modularita** – Nová média jsou složena z jednotlivých dílů (modulů), které lze měnit, přidávat či odebírat. Jednotlivé moduly mohou fungovat i samostatně a mít svou jedinečnou formu i funkci, přičemž nadále operují jako součást většího celku.
- **Automatizace** – Většina vnitřních operací v novém médiu probíhá automaticky. Uživatel se nemusí zabývat celým vnitřním procesem, dostává již zjednodušené, předpřipravené řešení.
- **Variabilita** – Nová média mají kontextuální charakter, lze je snadno klonovat a můžou tak existovat v takřka nekonečných variantách. Jsou nestálé v prostoru a proměnlivé v čase.
- **Kulturní transkódování** – Poslední a podle Manoviche nejzásadnější vlastností nových médií je takzvaná komputerizace kultury. Nová média převádějí kulturní či informační statky do nového, digitálního formátu. Dochází tak skrze ně k **neustálému novomediálnímu trasnfer**

3.6 Apropriace a přejímání obsahu

Umělci se vždy navzájem ovlivňovali a napodobovali, avšak ve 20. století se objevilo několik nových typů přebírání obsahu, jež se staly alternativou ke klasické umělecké tvorbě *ex nihilo*. Mezi tyto formy patří tradiční koláže či tzv. *sampling*, tedy práce se vzorky původního díla. Díky nově dostupným zdrojům začali umělci ve své tvorbě čím dál častěji používat obrazy a zvuky jiných autorů. Stejně jako dadaistické fotomontáže Hannah Höchové, readymade předměty Marcela Duchampa, pop-artové *Krabice Brillo* Andyho Warhola či nalezené záběry Bruce Connora, i umělci nových médií reflektovali kulturu masové produkce, která nahradila řemeslnou výrobu a proměnila status umělecké originality.

V umění nových médií se přejímání cizího obsahu stává tak běžnou záležitostí, že je často považováno za samozřejmost. Nové mediální technologie jako internet a sítě pro sdílení dat poskytly umělcům snadnou cestu k nalezení obrazů, zvuků, textů a dalších materiálů. Nadměrné množství zdrojového materiálu, ruku v ruce s nepostradatelnými funkcemi *kopírovat* a *vložit,* zcela pacifikovalo tradiční představu, že vytvořit něco od základů je vždy lepší, než si to „vypůjčit“.

3.7 Kulturní transfer

Pojmem kulturní transfer se označuje proces přenesení originálu uměleckého díla nové formy v čase i prostoru. K přenosu zpravidla probíhá z jednoho mediálního formátu do jiného, z jednoho žánru do druhého či z jedné subkultury do další. Kulturní transfer zpravidla mění a posouvá obsah sdělení zdrojového díla, jež se stává předmětem přenosu. Literární teoretik Jiří Pavelka, který se problematikou kulturního transferu opakovaně zabývá, rozlišuje několik různých forem, v rámci kterých může ke kulturnímu transferu dojít: [55]

- **Adaptace** představuje převedení námětu literárního či výtvarného díla do podoby filmu či hudební skladby.
- **Aluze** (neboli narážka) je odkaz na jiný text či jiný kulturní statek. Rozlišuje se na aluze literární a neliterární, přímé a nepřímé, vědomé a nevědomé (reminiscence).
- **Citace** je formalizovaný odkaz vedoucí k nějaké informaci, myšlence či metodě, která se nachází v jiné publikaci či díle. Zpravidla mívá zkrácenou formu původního citovaného díla či textu.
- **Imitace** neboli nápodoba je přiznaná napodobenina jiného uměleckého díla či kulturního statku. Imitace není totéž co padělek či plagiát.
- **Parodie** sestává z přetvoření originálního díla do humorného charakteru. Parodie zpravidla imituje původní dílo, zdůrazňuje jeho chyby či jej naopak přehnaně glorifikuje. S parodií se lze setkat ve filmu, umění, hudbě a literatuře.
- **Persifláž** je výrazový prostředek, který je taktéž používán k zesměšnění zdrojového díla. Je postavený na principu satirického a ironického zpitvoření motivu, tématu či hlavního rysu.
- **Podvrh** nebo-li falzifikát je předmět vydávající se za jiný, obvykle cennější objekt. Podvrhy se vyskytují v mnoha sférách, kupříkladu mezi platidly, dokumenty, listinami i uměleckými předměty.
- **Překlad** je písemný transfer originálního textu do jiného jazyka, který provádí překladatel.
- **Převyprávění** je zkrácený popis obsahu originálního díla, v němž dochází ke zjednodušení některých motivů a zpravidla bývá obohacen o vlastní výrazové prostředky nového vypravěče.
- **Realizace** je uskutečnění původního konceptu či idey a jeho doslovný převod z jedné mediální formy do druhé. Příkladem může být realizace filmového scénáře do podoby samotného filmu.
- **Recitace** je typ ústního přednesu, jehož cílem je výstižně přetlumočit původní myšlenky autora skrze mluvenou formu.
- **Rekonstrukce** je návrat ke staršímu, již neexistujícímu stavu. S termínem se lze nejčastěji setkat v architektuře a umění, avšak využívá jej i řada dalších oborů (rekonstrukce slavných bitev).
- **Shrnutí** je stručným výtahem knihy, odborného článku, dizertační práce nebo jakékoliv hloubkové analýzy zvoleného tématu či díla.

4. REŠERŠE MULTIMEDIÁLNÍCH VÝSTUPŮ

4.1 Kritéria výběru

Výběr multimediálních výstupů podléhal systematickému přístupu a vycházel ze stanovení pěti prerekvizit, jež musí každý zkoumaný výstup splňovat. Kritéria, která se stala základním předpokladem pro zařazení díla mezi případové studie, byla definována následovně:

- každý výstup musí obsahovat **kulturní transfer**
- každý výstup musí zobrazovat **umělecké dílo** či díla vysoké kulturní hodnoty
- každý výstup musí uvádět části tohoto díla v pohyb pomocí techniky **animace**
- každý výstup musí mít profesionální či poloprofesionální **kvalitu** zpracování
- každý výstup musel vzniknout během posledních **50 let**

Navzdory velkému množství nalezených výstupů, které kritéria výběru splňovala, jsou v rámci nadcházející multimediální rešerše blíže představena pouze ta díla, která autor práce vnímá za zásadní a cítí nutnost se jimi podrobněji zabývat. Zpravidla se jedná o projekty, které vzbudily mezi širší veřejností znatelnější ohlas, případně kterým se daří posouvat možnosti novomediálního transferu na novou úroveň – po technologické, obsahové či řemeslné stránce.

Výsledkem se stává soubor 27 případových studií, který lze považovat za dostatečně rozsáhlý a vyčerpávající, aby odhalil široké spektrum odlišných tvůrčích přístupů sdílejících společný rys – animaci uměleckého díla.

4.2 Metoda sběru dat

Sběr dat probíhal v pravidelných intervalech během let 2013–2017 skrze rešerši médií a internetu. Průzkum internetu byl veden systematicky za využití vyhledávacích konzol serverů Google, YouTube a Vimeo metodou postupného zadávání obsáhlé databáze klíčových slov. Tyto výrazy zahrnovaly jména významných umělců, uměleckých směrů a pojmů ze světa umění.

Všechny multimediální výstupy, které byly během uplynulých pěti let shromážděny, byly pro potřeby dalšího zkoumání archivovány na pevném disku a podrobeny selekci na základě výše uvedených kritérií. Výsledný soubor 27 zkoumaných prací byl definitivně uzavřen dne 1. září 2017. Práce tak neobsahuje novější výstupy, které byly uveřejněny po tomto datu.

Součástí práce se stává i vysokokapacitní optické médium, na němž je obsažen celý archiv všech případových studií, které byly pro studijní a vědecké účely této práce shromážděny.

4.3 Výzkumná šetření

Následující případové studie jsou v návaznosti na výzkumný charakter této práce podrobeny šetření, z něhož bude možné vyvodit závěry teoretické části disertační práce. Z toho důvodu byly stanoveny tři výzkumné otázky, jejichž zodpovězením obdržíme lepší vhled do problematiky zvoleného tématu.

1) **CO –** Co se stává předmětem kulturního transferu u zkoumaného výstupu?
   - 1A) **jedno umělecké dílo**
   - 1B) **tvorba jednoho autora/umělce**
   - 1C) **jeden umělecký směr**
   - 1D) **jedno téma prostupující více směry**
   - 1E) **náhodně vybraný soubor děl**

2) **JAK –** Jaká technika animace je ve výstupu využita?
   - 2A) **ručně kreslená či malovaná**
   - 2B) **plošková**
   - 2C) **stop-motion**
   - 2D) **počítačová 2D**
   - 2E) **počítačová 3D**
   - 2F) **generativní**

3) **PROČ –** Jaké cíle má zkoumané dílo primárně splňovat?
   - 3A) **edukativní** – cílem je vzdělávání či popularizace
   - 3B) **ekonomické** – cílem je monetizace či propagace
   - 3C) **estetické** – cílem je vytvoření estetického prožitu či zážitku
   - 3D) **experimentální** – cílem je výzkum a učení se
   - 3E) **komediální** – cílem je parodování či vyvolání smíchu

4.4 Případové studie

4.4.1 Dancing Venus – Terry Gilliam (1971)

Terry Gilliam je režisér, scenárista, herec, animátor a člen známé komediální skupiny Monty Python. Proslavil se jako autor animovaných pasáží z epizod *Monty Pythonův létající cirkus*. Známý je jeho skeč nazvaný ***Dancing Venus (Tančící Venuše)*** z roku 1971, v němž interpretoval slavný obraz *Zrození Venuše* od Sandra Botticelliho. Významnost tohoto díla podtrhává jeho uvedení v rámci výstavy *Botticelli Reimagined* ve V&A Museum v roce 2016.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A, 2B, 3E

4.4.2 Art Movies - Sheila Graber (1975-1991)

Sheila Graberová je britská animátorka a profesorka Sunderlandské univerzity. Pro oblast zkoumání této disertační práce je významná především svou tvorbou animovaných vzdělávacích filmů, v níž se zabývala popularizací umění.

V animovaném filmu nazvaném **Four Views of Landscape** (Čtyři různé krajinomalby) z roku 1970 představuje Graberová 4 odlišné přístupy, kterými se vyznačuje plenérová malba v pojetí čtyř rozdílných autorů – Johna Constablea, Williama Turnera, Claudea Moneta a Vincenta van Gogha.

V navazujícím filmu **Face in Art** (Tvář v umění) Sheila Graberová dále podrobuje svému tvůrčímu zkoumání rozdílné přístupy napříč uměleckými směry, jejichž středobodem se nyní stává výtvarné zpracování lidské tváře.

Další autorčinou rozsáhlejší výpravou do světa umění se stává film nazvaný **Art Horses** (Koně v umění). V něm se Graberová taktéž zabývá jedním motivem, který dále analyzuje a znázorňuje napříč epochami dějin umění. Jak název prozrazuje, ústředním tématem se zde stává malba koně.

V roce 1976 Sheilu Graberovou na základě jejích předchozích prací oslovila Tate Gallery, aby pro tuto instituci vytvořila film k chystané výstavě Williama Blakea. Vznikl tak 4-minutový snímek nazvaný **William Blake**.

Rok nato vytvořila Sheila Graberová svůj další animovaný film ze série dějin umění. Ve snímku **Mondrian** se autorka zaměřila na dílo nizozemského malíře a vůdčí osobnosti neoplasticismu Pieta Mondriana.

V jednom z nejvýpravnějších příspěvku v sérii animovaných filmů ze světa dějin kultury nazvaném **Expressionism** (Expresionismus) se Sheila Graberová podrobně zaobírá expresivitou a výrazem v umění.

V následujícím díle z roku 1982, nazvaném **Henry Moore,** se Graberová zaměřila na dílo anglického sochaře a kreslíře Henryho Moorea, jenž je známý především svými velkými figurálními plastikami.

Další film z roku 1985 Graberová věnuje vůdčí osobnosti renesance, **Leonardu da Vinci**. Tříminutová sonda do díla a mysli tohoto významného malíře, architekta, sochaře, přírodovědce a vynálezce je z velké části tvořena technikou ruční animace, která výtvarně odkazuje na mistrovy dochované kresby a skici.

Předposledním příspěvkem do animované série je tříminutový film představující sochaře, malíře, architekta a jednoho z nejznámějších představitelů vrcholné italské renesance a manýrismu, **Michelangela**.

Závěrečným animovaným filmem, v němž se Sheila Graberová zabývá tématem rozpohybovaných obrazů, se stává dokumentární počin **Turner**, věnující se anglickému romantickému krajináři Williamu Turnerovi.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B+1C+1D, 2A+2B+2C+2D, 3A+3C+3D

4.4.3 Famous Paintings - Maarten Koopman (1996)

V roce 1996 se tématem rozpohybovaných obrazů zabýval nizozemský filmař a pedagog Maarten Koopman, který byl za svou tvorbu mnohokrát oceněn. Nejedno ocenění si odnesl jeho dvoudílný projekt *Famous Paintings*, představující 17 epizod, v nichž animuje známá umělecký díla.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A+1D, 2A+2C, 3C+3D

4.4.4 Galerie - Jan Meisner (2004)

S nápadem vytvořit animovaný film vyprávějící příběh o rozpohybovaných obrazech v galerii umění přišel již v roce 1977 Jan Meisner. Plánovaná realizace v Krátkém filmu Bratislava pomocí ploškové animace avšak byla během schvalovacích procesů zamítnuta. Myšlenku si ale český grafik a ilustrátor nosil v hlavě až do chvíle, než mu vzestup nových technologií umožnil film zpracovat svépomocí v programu After Effects. Dvanáctiminutový animovaný film spatřil světlo světa roku 2004 pod názvem *Galerie*.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2D, 3D+3E

4.4.5 This is Not a Film - James Kelly (2004)

V roce 2004 vytvořil americký animátor a 3D designer James Kelly tříminutový film inspirovaný obrazy belgického surrealistického malíře Reného Magritta. S povolením a dohledem Magrittovy nadace zpracoval za využití 3D animace nahlédnutí do malířova fantaskního světa, které příznačně nazval *Toto není film*.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2E, 3A+3B

4.4.6 Art with Mati & Dada - Achtoons (2009-2016)

V roce 2009 představila italská společnost Achtoons vlastní animovaný seriál nazvaný *Art With Mati & Dada* (Umění s Mati & Dadou) určený pro děti ve věku od 5 do 8 let. Tato animovaná série zasvěcuje děti zábavnou formou do spletitého světa umění, čímž od nejútlejšího věku napomáhá rozvíjet jejich fantazii, obrazotvornost a schopnost abstraktního myšlení. Taktéž buduje povědomí o významných malířích a motivuje děti k vlastní tvorbě.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2D+2E, 3A+3B

4.4.7 The Kandinsky Effect - Manu Meyre (2010)

V roce 2010 vytvořil francouzský animátor a motion designer Manu Meyre animovanou znělku pro skupinu *The Kandinsky Effect*, postmoderní jazzové trio hrající improvizované a experimentální melodie.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A, 2D, 3B+3C+3D

4.4.8 70 million by Hold Your Horses! – L‘ Ogre Production (2010)

Velkou mediální pozornost vzbudila v roce 2010 francouzská kapela Hold Your Horses!, když uvedla svůj nový videoklip k písni *70 Million* z alba *Sorry!*

Household. Ve videoklipu členové skupiny sehrávají scenérie, které odkazují k 25 známým obrazům z historie západního umění.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2G, 3C+3D

4.4.9 The Scream - Sebastian Cosor (2011)
Rumunský filmař Sebastian Cosor se nechal inspirovat notoricky známým obrazem Výkřik ve svém krátkém animovaném filmu, který i stejnojmenně pojmenoval. V něm rozehrává příběh dvou mužů kráčejících po mostě, vedoucích mezi sebou dialog o strachu z umírání.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A, 2E, 3C+3E

4.4.10 Rock of Ages – ACE Team (2011)
Videohra ***Rock of Ages*** z dílny chilského studia ACE Team je protkána krátkými nehratelnými animovanými pasážemi, které svým výtvarným projevem přímo navazují na animovanou tvorbu Terryho Gilliama. Zrcadlí se v nich stejný typ situačního humoru, využití apropriace slavných obrazů i technika ploškové animace.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2D, 3B+3E

4.4.11 Carrières de Lumières – Culturespaces (2011–současnost)
Carrières de Lumières (v překladu „Důl světla“) je umělý jeskynní komplex ve francouzském regionu Les Baux-de-Provence, který primárně slouží jako prostor pro rozsáhlé audiovizuální projekce s tématikou rozpohybovaných děl z dějin umění. Do roku 2012 toto místo neslo označení Cathédrale d‘Images (Katedrála obrazů), nyní je však plně pod správou nadace Culturespaces.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B+1E, 2D, 3A+3B+3C

4.4.12 Starry Night - Petros Vrellis (2012)
Spojení generativního umění a interaktivní aplikace představil v roce 2012 vizuální umělec Petros Vrellis ve svém projektu nazvaném *Starry Night*. V tomto díle interpretoval slavný obraz Vincenta van Gogha *Hvězdná noc*, ve kterém za využití počítačem generovaného kódu rozanimoval jednotlivé tahy štětce a vytvořil tak dojem pozvolna plynoucího toku barev a tvarů.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A, 2F, 3C+3D

4.4.13 Van Gogh Shadow - Luca Agnani (2013)
Luca Agnani je audiovizuální umělec zaměřující se na mappingové projekce. Své znalosti zužitkoval v roce 2013 při tvorbě volného projektu nezvaného *Van Gogh Shadow* (Van Goghův stín). Tříminutový audiovizuální počin je složen z 13 van Goghových výjevů, které malíř namaloval během svého dvouletého pobytu v městečku Arles.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2E, 3C+3D

4.4.14 Enliven Art (2013)
Enliven Art Ltd je polská společnost zabývající se výrobou a distribucí krátkometrážních animovaných děl založených na slavných obrazech, jež jsou následně nabízeny na webových stránkách za poplatek ke stažení.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A, 2D+2E, 3B+3C

4.4.15 Lost Sences – Grupa Smacznego (2013)
V roce 2013 byl za finanční podpory Polského filmového institutu uveden krátký animovaný snímek *Lost Sences (Ztracené smysly)*, který vytvořilo polské studio animované tvorby Grupa Smacznego. Děj filmu vypráví o setkání muže a ženy v abstraktním světě, který je stylizovaný do obrazů řecko-italského malíře a grafika Giorgia De Chirica.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2E, 3C

4.4.16 The Elegant Gentleman‘s Guide to Knife Fighting – Doug Bayne (2013)
Ve svých skečích pro šestidílný komediální seriál *The Elegant Gentleman‘s Guide to Knife Fighting* převzal australský animátor Doug Bayne obrazy z dějin kultury a tato díla následně zanimoval do podoby groteskních situací. Použitý styl animace lze popsat jako jednoduchý, avšak úderný, neboť každá scéna zpravidla graduje neočekávanou pointou.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2D, 3E

4.4.17 #WithSyria - Adam Townsend (2014)
Banksy je jedním z nejproslulejších žijících umělců dnešní doby. Animátor a art director Adam Townsend využil jeho motiv holčičky s červeným balónem při tvorbě propagačního videa pro hnutí za lidská práva *#WithSyria*, které veřejně demonstruje svůj nesouhlas s probíhajícími válečnými konflikty v Sýrii.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2D+2E, 3A+3C

4.4.18 BEAUTY - Rino Stefano Tagliafierro (2014)
Desetiminutový audiovizuální počin Rina Stefana Tagliafierra ***BEAUTY*** zkoumá téma krásy. S cílem pracovat především s náladou a atmosférou vyselektoval Tagliafierro celkem 117 obrazů, které obsahují dobový kánon krásy z období renesance, manýrismu, romantismu a neoklasicismu.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2D, 3C+3D

4.4.19 Late Rembrandt – CS Digital Media (2014)
V roce 2014 představilo nizozemské Rijksmuseum projekt vytvořený za finančního přispění operátora KPN, který nesl název *Late Rembrandt (Pozdní Rembrandt)*. Tato kampaň představila lidem ve veřejném prostoru vybraná Rembrandtova díla v animované podobě. Venkovní reklamní plochy s LED obrazovkami se proměnily v umělecké rámy a promítaly kolemjdoucím rozpohybovaná díla tohoto významného nizozemského malíře.***Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2D, 3B+3C***

4.4.20 A-Gallery projections – Front Pictures (2014)

Když se roku 2014 v ukrajinském Kyjevě otevíralo nové obchodní centrum Art Mall, vznikla v tomto objektu A-Gallery, nová virtuální galerie bez jakýchkoliv obrazů či exponátů, avšak s vysokým počtem videoprojektorů. První projekcí se zde stalo představení nazvané *Renaissance: the Age of Genius*, které představilo nejvýznamnější malíře a sochaře renesanční éry. O půl roku později následovalo představení *Avant-garde: the Space of Colors and Forms*, jež představila dílo dvanácti avantgardních umělců.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1C, 2D+2E, 3A+3B+3C

4.4.21 Battle of Grunwald 3D – Platige Image (2016)

Ve spolupráci s Národním muzeem ve Varšavě pracovalo studio Platige Image na převedení obrazu ***Bitva u Grunwaldu*** od Jana Matejky do podoby detailního 3D modelu, jehož vznik podpořil oslavy 600. výročí bitvy u Grunwaldu.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1A, 2E, 3A+3C+3D

4.4.22 D in David - Michelle Yi a Yaron Farkash (2016)

D in David je absolventský film autorského tandemu Michelle Yi a Yarona Farkashe vyprávějící anekdotický příběh sochy Davida, který kvůli posměchu a šikaně ze strany ostatních obrazů opouští chladné prostory muzea umění a nachází svůj nový domov mezi figurínami v nedalekém obchodě s módou.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2D+2E, 3C+3E

4.4.23 Jane Zhang: Dust My Shoulders Off - Outerspace Studio (2016)

V roce 2016 uvedla čínská popová zpěvačka Jane Zhang videoklip ke své písni *Dust My Shoulder Off*. V něm si zahrála hlavní roli návštěvnice Art Institute of Chicago, která vstupuje do obrazu a skrze něj proniká do rozmanitého světa výtvarného umění. Videoklip interpretuje 12 světoznámých maleb, které mezi sebou propojuje pomocí hladkých přechodů bez viditelného střihu.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1E, 2D+2E+2G, 3B+3C+3D

4.4.24 Dreams of Dali – Goodby Silverstein & Partners (2016)

V tomto výstupu byl slavný obraz *Archeologická reminiscence Milletova Klekání* od Salvadora Dalího převeden do podoby virtuálního 3D prostoru, kterým může divák za využití VR (virtual reality) technologie volně procházet.

Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2E, 3A+3C+3D

4.4.25 Bosch VR & Magritte VR – BDH Immersive (2016)

Komplexní přístup ve využití nových médií k propagaci díla slavného umělce byl využit při slavnostech 500. výročí nizozemského malíře Hieronyma Bosche. Město s-Hertogenbosch na měsíc ožilo pohyblivými výjevy z Boschova díla, které byly k vidění od muzejních zdí po fasády domů. Jako doprovodný výstup

k celé události vznikla aplikace pro virtuální realitu nazvaná ***Bosch VR***. Aplikaci zpracovalo britské studio BDH Immersive, které na téma interpretace slavných obrazů o rok později navázalo aplikací ***Magritte VR***, jež interpretovala surreální svět belgického malíře Reného Magritta.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2E, 3A+3C+3D

4.4.26 The Next Rembrandt – Bas Korsten (2016)
Na zajímavém experimentu začal v roce 2014 pracovat multiprofesní tým pod vedením nizozemského art directora Base Korstena. V rámci tohoto projektu vznikl program, který zanalyzoval 346 Rembrandtových obrazů, z nichž si pomocí algorytmů vytvořil detailní model toho, jakým způsobem Rembrandt maloval. Na závěr obdržel program od zadavatelů příkaz, aby vygeneroval vlastní obraz na základě umělcova rukopisu. Vznikli tím zcela nové díle ryze umělého původu, jež nese název *The Next Rembrandt (Další Rembrandt)*. ***Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2F, 3C+3D***

4.4.27 Loving Vincent - BreakThru Films (2016)
Loving Vincent (S láskou, Vincent) je první ručně malovaný celovečerní film vyprávějící příběh o životě a smrti Vincenta van Gogha. Hodinu a půl dlouhé vyprávění je složeno výhradně z Goghových obrazů – postav, krajin a scenérií, které jsou na nich zachyceny. Každý snímek filmu byl malován ručně na plátno.
Vyhodnocení výzkumných otázek: 1B, 2A, 3B+3C+3D

4.5 Závěry vzešlé z výzkumu
Zkoumané multimediální výstupy, které za využití animace interpretují jiné umělecké dílo či díla, se ve valné většině zabývají tématem jednoho konkrétního umělce, případně pak jedním konkrétním uměleckým dílem. Vyplývá tak skutečnost, že novomediální autoři se ve své tvorbě raději drží jasně ohraničené látky a nemívají ambice hledat komplexnější a obsáhlejší cesty, kterými se skrze svět výtvarného umění vydat. Tyto tendence jsou patrné zejména u novějších projektů, které se tématicky stále více vyhraňují a specializují se tak na jednu konkrétní kapitolu dějin umění. Za zmínku stojí také fascinace osobností a dílem Vincenta van Gogha, který se v rámci prezentovaného souboru děl stává nejčastěji citovaným umělcem.

Navazující šetření zabývající se formou použité animace nahrává logické úvaze, že technické zpracování ve většině případů odráží vývoj na poli informačních technologií a je ovlivněno dostupností nových nástrojů pro tvorbu animace. V době před revolucí domácích počítačů se využívala především metoda ručně malovaných snímků, kterou doplňovala plošková animace. S expanzí osobních počítačů začíná převažovat využití digitálních nástrojů, a to s převahou počítačové 2D animace, která je uživatelsky přístupnější i finančně dostupnější než animace 3D.

Souhrn stanovených cílů se tak stává třetím tématickým okruhem, jímž se průzkum zabývá. Z výsledků šetření vyplývá, že většina zkoumaných výstupů se snaží v divákovi vyvolat především estetický zážitek z výtvarného umění a zapůsobit na jeho emoce. Divák na podvědomé úrovni automaticky operuje s premisou, že slavné umělecké dílo je přirozeně statické. Náhlý pohyb obrazu se tudíž stává překvapujícím okamžikem a zároveň hlavním důvodem, proč podobné výstupy vznikají. Zbylé čtyři zkoumané cíle jsou potom plněny takřka rovnoměrně.

4.6 Poznatky vzešlé z multimediální rešerše

Při širším pohledu na představený soubor 27 prací vyvstávají tři klíčové premisy, které je nutné v rámci dalšího úsilí brát v potaz. Ač se téma interpretace uměleckého díla za využití animace stává ve 21. století často řešeným tvůrčím námětem, jeho skutečné rozvinutí a následná utilizace zůstává stále na počátku svých možností. Přesto lze tvrdit, že čistě z technologického hlediska se jedná o téma prozkoumané. To má za následek, že pouhá senzace z rozpohybování slavného obrazu bude sama o sobě postupem času ztrácet na intenzitě. S rostoucím množstvím nových výstupů (na jejichž realizaci často pracují celé týmy složené z mnoha vývojářů, výtvarníků a animátorů) se pochopitelně zlepšuje i úroveň technického zpracování. Laťka se neustále zvyšuje. Uvěřitelné rozpohybování obrazu a všech jeho částí lze již považovat za standard, prerekvizitu, na níž je nutné minimálně navázat a dále ji překonávat. Řemeslně dobře zpracovaná iluze oživlého obrazu se tak navzdory své komplikovanosti stává samozřejmostí, neboť špatné technické provedení by dnešní divák jen stěží toleroval.

Další cesta, kterou se lze v rámci vytváření silnějšího prožitku vydat, spočívá v hlubších průletech do nitra interpretovaného díla. Je-li divák na efekt rozpohybovaného uměleckého díla již zvyklý, pro dosažení „WOW efektu“ je nezbytné jej vtáhnout hlouběji do samotného obrazu. Takového cíle lze dosáhnout skrze budování členitých 3D scén o mnoha plánech, které pomohou iluzi hloubky a prostoru lépe navodit. Novodobí tvůrci zabývající se tématem oživlých obrazů by tedy měli v rámci svého dalšího tvůrčího úsilí věnovat pozornost otázce, jak diváka ponořit do interpretovaného obrazu co nejhlouběji. První premisou se tak stává prohlubování prostoru, kam až lze diváka do obrazu zavést.

Druhá premisa spočívá v hledání spojitostí. Dějiny výtvarného umění jsou rozmanitým oborem a každé dílo je ojedinělým počinem, jež v sobě uchovává reflexi doby vzniku i část osobnosti samotného autora. Pohledem optiky 21. století tak vzniká nepřeberné množství artefaktů, které ovšem dnes existují v samostatných sférách. Možná je kdysi mezi sebou spojoval podobný tvůrčí impulz či tlaky okolního světa, avšak při vytržení z kontextu a zasazení na bílou modernistickou zeď galerie umění jsou tyto souvislosti ztraceny – bez ohledu na sebevětší množství doprovodných popisků, které se snaží ztracený kontext dovysvětlit. Exponáty v muzeu umění tak mohou připomínat armádu solitérů ohraničených vlastním bílým prostorem.

Třetí a nejdůležitější premisou se stává potřeba narativu. Svět umění může být pro neznalého diváka spletitou a těžko pochopitelnou oblastí, v níž se jako začátečník snadno ztratí. Narativní složku lze přirovnat k průvodci, který jej uměleckou džunglí provede. Na umění lze, stejně jako na další vědní disciplíny, pohlížet z mnoha úhlů. Klíčovým předpokladem, stejně jako u každého jiného oboru, se stává znalost všeobecného přehledu. Ve výtvarném umění je jím zejména povědomí o dějinách kultury o postupném střídání tendencí a uměleckých směrů.

Přesto se naprostá většina zkoumaných výstupů, které přitom oplývají profesionálním technickým provedením, zabývá jen velmi úzkým tématem – jediným umělcem či dílem. Má-li takový výstup naplňovat popularizační charakter, může chybějící narativní složka, která by představované téma vsadila do širších souvislostí, diváka snadno zmást. Přitom by popularizace umění, stejně jako výuka jakéhokoliv jiného tématu, měla být směrována od obecných paradigmat až k postupným detailům. Popularizace jediného umělce či výtvarného díla by měla přirozeně následovat až ve chvíli, kdy si jej divák dovede dosadit do celého kontextu – v tomto případě do historické linky.

Vzhledem k množství tematicky podobných výstupů může být zarážející, že do této chvíle nevznikl žádný audiovizuální počin, který by znázornil celý historický vývoj výtvarného umění od pravěkého umění až po současnost, a do takto vzniklého narativu by kontextuálně zasadil ta nejvíce ikonická a nejčastěji interpretovaná umělecké díla. Absence takového filmu může být pochopitelná, neboť se jedná o nesnadný úkol. Výběr těch nejvýznamnějších obrazů bude vzhledem k rozsáhlosti oboru vždy podléhat subjektivní selekci a tím pádem bude vždy nekompletní či nedostatečně obecný. Na druhou stranu, o podobný úkol se již léta pokouší stovky knižních průvodců po historii umění, které svým čtenářům taktéž předkládají vlastní kurátorský výběr těch nejzásadnějších artefaktů z dějin umění, ve většině případů taktéž skrze chronologický narativ. A přestože se každá publikace ve výběru těch nejzásadnějších výtvarných děl liší, při podrobnějším zkoumání je zjevné, že se některá díla ve všech knihách opakují pravidelněji, než jiná.

Oblast filmů zabývajících se popularizací umění tak stále ještě postrádá souhrnný snímek o vývoji umění, jehož narativ by připomínal adaptaci právě takové knižní publikace o dějinách umění. Snímek, který by představil celou historii kultury a zasadil ta nejikoničtější díla do historického kontextu. Fakt, že se od analagových filmů Sheily Graberové a Marteena Koopmana z 90. let obecným pohledem na svět umění žádný z prezentovaných autorů nezabýval, lze částečně vnímat i jako reflexi současného uvažování. Neboť s každou další informační revolucí se problematika každého oboru prohlubuje a sílí tak potřeba nových specializací a úzce vyhraněných specialistů. A v takovéto době se zaujímání komplexního pohledu, který by na daný obor nahlížel v celé šíři souvislostí, stává stále větší výzvou.

5. PROJEKT ANIMA ARTIS

Závěrečný část práce je věnována tvorbě vlastního autorského projektu, který se skládá ze tří samostatných výstupů: jednoho hlavního a dvou navazujících. Hlavním výstupem je animovaný film ***Anima Artis***. Práce tak přirozeně navazuje na dřívější úsilí autora na akademickém poli. Nová příležitost zabývat se danou problematikou podrobněji dala za vznik novým teoretickým východiskům, na jejichž základě může být film nyní plně dokončen a uveden.

5.1 Film Anima Artis

Hlavním cílem filmu *Anima Artis* se stává popularizace dějin výtvarného umění. Koncepce filmu se nesnaží nabídnout divákovi hlubší vhled do problematiky či se podrobně zabývat konkrétními autory, díly či výtvarnými styly. Smyslem filmu je představit obecný rámec historického vývoje výtvarného umění od jeskynních maleb z doby mladšího paleolitu až po umění 20. století. Bez zacházení do přílišných podrobností, které by spád celého vyprávění brzdily. Aby tento záměr mohl správně fungovat a diváka vzhledem k obsáhlosti látky neunudil, je nezbytné pracovat se svižným tempem vyprávění a střídavými změnami nálad. Klíčovým obsahem filmu se potom stávají samotná díla, která v sobě obsahují svědectví minulých staletí. Na výsledný snímek tak lze zčásti nahlížet i jako na shrnutí vývoje západní civilizace, neboť ve výtvarném umění zůstávají zakódovaná paradigmata a společenské hodnoty každé z uplynulých epoch.

5.2 Videomapping René Magritte

Film doprovází dvě videomappingové projekce, které tématicky propojují koncept animovaných uměleckých děl s *geniem loci* zvolené lokality. Prokazují tak, že *Anima Artis* nemusí fungovat pouze jako osamocený produkt, nýbrž jako nosná myšlenka, s níž je možné za využití nových audiovizuálních forem dále pracovat.

Prvním výstupem, který dále experimentuje s možnostmi nových médií, se stal audiovizuální počin ***Magritte Mapping***, který proměnil fasádu Baťova Institutu 14–15 ve Zlíně ve virtuální galerii belgického malíře Reného Magritta. Projekce byla oceněn prvním místem v soutěži Maska 2016.

5.3 Videmapping Katedrála ve Faru

Druhým doplňkovým výstupem práce, který spadá do koncepce projektu *Anima Artis* a využívá mappingovou projekci, se stává projekt nazvaný ***Katedrála ve Faru (Cathedral of Faro).*** Projekt vznikl v roce 2014 ku příležitosti odborné konference *Algarve Design Meeting*, která se každoročně koná v portugalském městě Faro. Závěrem každého ročníku se stává večerní videomapping, který je promítán na fasádu historické katedrály v centru města.

6. PŘÍNOS PRO VĚDU A PRAXI

6.1 Přínos pro teorii

Z pohledu vědy má disertační práce přínos zejména pro svět kulturních institucí, které spravují a vystavují umělecká díla. Práce ve své teoretické části popisuje nové tendence vývoje společnosti moderní ve společnost informační a dopad tohoto vývoje na tradiční způsoby trávení volného času.

V praktické části práce je prezentována řada případových studií se společnými charakteristikami, které se dle všech dostupných zdrojů až do této chvíle nestaly předmětem zkoumání žádné jiné vědecké práce či odborného článku. Tyto případové studie audiovizuálních děl z celého světa představují nové možnosti, jakými lze přistupovat k popularizaci umění a jak za využití kulturního transferu zvyšovat zájem o kulturní instituce mezi teenagery a mladými dospělými. Vyjma kulturních institucí mají předkládaná zjištění značný význam i pro pedagogickou praxi, neboť prezentují nové možnosti, které lze v 21. století využít v rámci výuky teorie a dějin umění na základních a středních školách.

6.2 Přínos pro praxi

Přínos pro praxi spočívá v názorné demonstraci nových cest, kterými lze posílit marketing muzea či jiné kulturní instituce. Práce navíc odhaluje možné díry na trhu v oblasti konzumace kulturních statků, které na sebe již nemusí brát podobu tradiční návštěvy muzea či galerie. Principy transferu uměleckého díla do sektoru nových médií lze využít i při tvorbě velkolepých multimediálních projekcí, celovečerních filmů, interaktivních aplikací pro chytrá zařízení či pro budování nových světů ve virtuální realitě, v níž světoví inovátoři v oblasti nových médií shledávají budoucnost pro příští generace.

Závěrečným vkladem se stává dokončení a uveřejnění filmu ***Anima Artis***, který vznikl s ohledem na předchozí teoretické poznatky a prezentuje chronologický vývoj dějin umění od pravěku po moderní umění v uceleném narativu.

POUŽITÁ LITERATURA

KESNER Ladislav, MIKŠ František, *Gombrich – Porozumět umění a jeho dějinám*. Brno: Barrister & Principal, 2014. ISBN 978-80-87029-57-2.

SLAVÍK Jan. *Umění zážitku, zážitek umění 1.díl*. Praha: Univerzita Karlova v Praze - Pedagogická fakulta, 2011. ISBN 978-80-7290-498-3.

SLAVÍK Jan, WAWROSZ Petr. *Umění zážitku, zážitek umění 2. díl*. Praha: Univerzita Karlova v Praze - Pedagogická fakulta, Praha: 2004. 80-7290-130-3.

HORÁČEK Radek. *Galerijní animace a zprostředkování umění*. Brno: CERM, 1998. ISBN 80-7204-084-7.

KESNER Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-1104-4.

KESNER Ladislav. *Muzeum umění v digitální době: Vnímání obrazů a prožitek umění v soudobé společnosti*. Praha: Argo, 2000. ISBN 80-7203-252-6.

KIRKOSOVÁ, Kateřina: *Populární kultura jako interpretační výzva: pokus o nové čtení*. Diplomová práce. Mediální studia 2011.

DYTRTOVÁ Kateřina. *Interpretace a metody ve vizuálních oborech*. Ústí nad Labem: Univerzita J.E. Purkyně v Ústí nad Labem, 2010. ISBN 80-7414-250-7.

ELKINS James. *Proč lidé pláčou před obrazy: příběhy lidí, které obrazy dojaly k slzám*. Praha: Academia, 2007. ISBN 978-80-200-1509-9.

READ Herbert. *Výchova uměním*. Odeon, 1967. ISBN 01-521-67.

ZAHRÁDKA Pavel. *Estetika na přelomu milénia: Vybrané problémy současné estetiky*. Brno: Barrister & Principal, 2010. ISBN 978-80-87474-11-2.

TŘEŠTÍK Michael. *Umění vnímat umění*. Praha: Gasset, 2011. ISBN 978-80-87079-15-7.

FARTHING Stephen. *Umění od počátku do současnosti*. Praha: Slovart, 2012. ISBN 978-80-7391-622-0.

BLÁHA Jaroslav. *Výtvarné umění a hudba: Tvar prostor a čas*. Praha: Togga, 2012. 232 s. ISBN 978-80-87258-69-9.

BURTON G., JIRÁK J. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister&Principal, 2003. ISBN 80-85947-67-6.

TRIBE Mark. *New Media Art*. Taschen, 2006. ISBN-10: 3822830410

TVŮRČÍ ČINNOST AUTORA (VÝBĚR)

- videomapping Mercedes-Benz pro festival VZÁŘÍ (2012)
- návrh expozice UTB pro veletrh Gaudeamus Brno 2012 (2012)
- grafické řešení kampaně pro krajské volby ODS Plzeň 2012 (2012)
- univerzitní brožura pro Mezinárodní oddělení UTB (2013)
- animovaný film Králova řeč pro soutěž Jameson Empire Awards (2013)
- knižní trailer Stefan Spjut: Stallo pro Nakladatelství Host (2013)
- návrh expozice UTB pro veletrh Gaudeamus Brno 2013 (2013)
- fakultní brožura pro Fakultu humanitních studií UTB (2013)
- výroční katalog ateliérů A3D a AVK (2014)
- průvodce pro zahraniční studenty UTB (2014)
- sada propagačních tiskovin pro pro Mezinárodní oddělení UTB (2014)
- knižní trailer Samantha Shannonová: Kostičas (2014)
- videomapping René Magritte pro festival Maska (2014)
- videmapping Katedrála ve Faru pro Algarve Design Meeting (2014)
- grafická výbava dokumentu Raport o Velké válce pro ČT (2014)
- návrh expozice UTB pro veletrh Gaudeamus Brno 2014 (2014)
- jednotný vizuální styl a webové stránky ilustrátorky TerryEmi (2014)
- animovaná upoutávka do kina pro časopis RESPEKT (2015)
- logotyp, jednotný vizuální styl a web společnosti Čistá Plzeň (2015)
- sada propagačních tiskoviny pro Erasmus+ UTB (2015)
- návrh veletržní expozice UTB pro Gaudeamus Brno 2015 (2015)
- jednotný vizuální styl a web pro Institut celostní grafologie (2015)
- turistický průvodce Půjdem tudy pro OPŽP (2015)
- jednotný vizuální styl a webové stránky společnosti Include IT (2015)
- návrh expozice UTB pro veletrh Gaudeamus Brno 2016 (2016)
- logotyp a jednotný vizuální styl květinového ateliéru Rosmarino (2016)
- logotyp a webové stránky únikové hry Sherlocked Plzeň (2016)
- kolekce dárkových předmětů do muzejního obchodu Musea Kampa (2016)
- propagační tiskoviny události Werichovka ožívá (2016)
- webové stránky společnosti Temperatior (2016)
- jednotný vizuální a web projektu The Czechoslovak Talks (2016)
- orientační systém a značení na nádvoří Musea Kampa (2016)
- logotyp a jednotný vizuální styl Musea Kampa (2017)
- logotyp a jednotný vizuální styl Werichovy vily (2017)
- webové stránky Werichovy vily (2017)
- sada propagačních tiskovin k festivalu Otevření Werichovy vily (2017)
- logotyp umělecké Central and Eastern Europian Art Foundation (2016)

MgA. Michal Kupilík, Ph.D.

Umělecké dílo v novomediálním transferu

Artwork in a New Media Transfer

Teze disertační práce

Vydavatel: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
nám. T. G. Masaryka 5555, 760 01 Zlín

Náklad: vyšlo elektronicky
Sazba: autor
Publikace neprošla jazykovou ani redakční úpravou.

Pořadí vydání: první
Rok vydání 2017

ISBN: 978-80-7454-720-1