

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

Bakalářské prezenční studium
2009 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Karolína Rejlková

Pop Art a vizuální struktura současného západního světa

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce:
PhDr. Soňa Štroblová

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Full-Time Studies
2009 - 2012

BACHELOR THESIS

Karolína Rejlková

Pop Art and visual structure of the contemporary Western world

Prague 2012

The bachelor thesis work supervisor:
PhDr. Soňa Štroblová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno a příjmení autorky

Poděkování

Ráda bych poděkovala své vedoucí bakalářské práce PhDr. Soně Štroblové za odborné vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce.

Anotace

Bakalářská práce *Pop art a vizuální struktura současného západního světa* pojednává především o třech hlavních tématech. Seznamuje s uměním zvaným pop-art a proniká do jeho podstaty se zaměřením na jeho filosofii, vývoj a historické souvislosti. V neposlední řadě také na jeho netradiční spojení s konzumním světem. Dále se věnuje pop-artovému králi Andy Warholovi, jako umělci i jako člověku, s cílem poznat hlouběji jeho tvorbu a pochopit jeho umělecké počínání. Zabývá se také vymezením současné doby (postmoderny), ve které se nyní nacházíme. Nechybí s ní spřízněná charakteristika tzv. „západního světa“ a „amerikanizace“.

Klíčové pojmy

Andy Warhol, kultura, média, pop-art, postmoderna, umělecká díla, umění, vizualizace.

Annotation

Bachelor work of *Pop art and visual structure of the contemporary Western world* deals with notably on three main topics. Familiarity with the art of the so-called pop-art and penetration into its nature, focusing on his philosophy, evolution and historical context. Last but not least also for his non-traditional connection with the consumer world. Furthermore, devoted to King of pop-art, Andy Warhol, such as artists and as a man, with the aim to further his creation and to understand his artistic actions. It also deals with the definition of the current period (postmodernism), in which we are now. Include related concepts such as "Western World" and "Americanization."

Key words

Andy Warhol, art, artwork, culture, media, pop-art, postmodernism, visualization.

OBSAH

ÚVOD	9
1. Charakteristika současného západního světa	11
1.1 Současnost neboli postmoderna	11
1.1.1 Definice	11
1.1.2 Historie	14
1.2 Svět médií	17
1.2.1 Definování současných médií	17
1.2.2 Globalizace médií	20
1.2.3 Digitalizace médií	21
1.3 Vliv západu	23
2. Pop-art	26
2.1 Co je pop-art?	26
2.2 Zrod pop-artu	28
2.2.1 Dadaismus	28
2.2.2 Abstraktní expresionismus	30
2.3 Pop-art ve Velké Británii	30
2.4 Pop-art v USA	34
2.5 Vizuální struktura pop-artu	37
3. Andy Warhol	39
3.1 Životní mezníky	39
3.2 Díla	42
3.3 Film	45
3.4 Factory a její produkty	47
3.5 Nová Factory 70. let	48
3.6 Muzea Andy Warhola	49
4. Představitelé pop-artu	51
4.1 Roy Lichtenstein	51
4.2 Claes Oldenburg	53
4.3 James Rosenquist	55
ZÁVĚR	58
SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY A PRAMENŮ	61
SEZNAM PŘÍLOH	64

ÚVOD

Tato bakalářská práce je rozdělena do několika tématických celků. Prvním je *Charakteristika současného západního světa*, který se snaží definovat tuto část vývoje lidské společnosti, tedy postmodernu. Jsou zde porovnávány a hodnoceny různorodé názory spisovatelů, zabývajících se postmoderní dobou a jejími souvislostmi. Co dnešní dobu charakterizuje, co je pro ni typické? Jaká je podoba nového životního stylu? Jak ovlivnila globalizace a digitalizace médií společnost? Co je to vlastně „západní svět“ a jak se vyznačuje? Jak a proč se po celém světě projevuje jev zvaný „amerikanizace“? Na tyto a další otázky je možné dostat v první kapitole odpověď.

Druhý celek, kterým se práce zabývá se nazývá *Pop-art*. Umění jako takové ovlivňuje celý svět. Pop-art, extravagantní umění 60. let minulého století je toho důkazem. Jak je možné pop-art definovat? Z jakého důvodu se z něj stalo tak mocné a populární umění? Jak a proč vůbec vznikl? Kde všude se projevoval? Jak probíhal jeho vývoj ve Velké Británii a jak v USA? Kdo za tím stál? Další komplexní informace o pop-artu a jeho vizuální struktuře se nachází v tomto celku.

Andy Warhol je název části třetí. Rozebírá nejzářivější hvězdu pop-artového umění. Z celé řady představitelů byl nejznámější a pro veřejnost nejzajímavější. Otázkou je, za jakou cenu? Zasloužil si svou slávu tvrdou prací, nebo měl jen štěstí? Byla jeho díla propracovaným uměním či shodou náhod? Co všechno tento kontroverzní umělec dokázal a co nestihl? Jaký to byl člověk, a jaký umělec? Jak prosperovala a fungovala jeho slavná Factory (Továrna)?

Posledním celkem jsou *Představitelé pop-artu*. Vynikajících umělců tohoto umění je mnoho, není zde však prostor pro všechny. Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg a James Rosenquist. Co mají společného? Jsou geniálními pop-

artisty, o kterých je nutno se zmínit. Vrcholná díla pop-artu totiž pocházejí právě od nich. Výběr a rozbor těch nejzajímavějších se nachází v tomto celku.

1. CHARAKTERISTIKA SOUČASNÉHO ZÁPADNÍHO SVĚTA

1.1 Současnost neboli postmoderna

1.1.1 Definice

Moderní epocha lidstva je dnes již přežitek. Na pomyslný vrchol nastoupila postmoderna, kterou bychom mohli označit za jakousi formu naplnění moderny. Od posedlosti výroby materiálních statků jsme se spolu s postmodernou posunuli k posedlosti přehlčení informacemi. Je však otázkou, zda se s tak obrovským množstvím informací nevytrácí jejich obsah. Je velký problém najít jednotnou definici postmoderny. Její časové vymezení také nelze přesně označit, ale budeme se jím zabývat v následujícím oddílu. „Post“ – značí něco, co následuje potom, po. Moderna znamená něco nyní se odehrávajícího, současného. Postmoderna má pozitivní vize, není konzervativní, vyjadřuje odpor k universalismu a naopak uznává pluralitu. Postmoderní doba je doba dnešní, ve které je možné takřka vše. Pro představu si uvedeme několik názorů na postmodernu od odborníků.

Postmodernu vystihli v knize *Studia vizuální kultury* autorky Marita Sturken a Lisa Cartwright: „Výraz „postmodernost“ se používá k vyjádření života v éře radikální proměny společenských, ekonomických a politických aspektů modernosti – migrace a globální cestování, toku informací prostřednictvím internetu a nových digitálních technologií, zániku národů-států v jejich tradiční svrchované podobě v důsledku rozpadu Sovětského svazu a konce studené války a zároveň šíření liberalizace obchodu a prohlubujících se rozdílů mezi bohatými a chudými. (...) Z hlediska uplatnění termínu „postmodernismus“ na umění a vizuální styl jde o soubor trendů v uměleckém

autenticitu, autorství a myšlenku stylového rozvoje. Postmoderní díla jsou proto značně reflexivní a zahrnují míšení stylů. V populární kultuře a reklamě se výraz „postmoderní“ používá k označení technik, jejichž součástí je reflexivnost, diskontuita a pastiš a které k divákům promlouvají zároveň jako k otupělým konzumentům, tak prostřednictvím sebe-vědomé metakomunikace.“¹

Francouzský filosof Gilles Lipovetsky o postmoderně tvrdí: *„Postmoderní společnost je společnost, kde panuje masová lhostejnost, kde převládá pocit neustálého omílání a přešlapování na místě, kde osobní nezávislost je samozřejmostí, kde je nové přijímáno jako staré, kde inovace jsou něčím zcela všedním a kde se už budoucnost nespojuje s nevyhnutelným pokrokem.“²* Označuje postmoderní dobu jako dobu, která se nevidí nijak oslavně. Jako dobu bez idolů, kde nejsou žádná tabu a jako dobu, kde se prázdnota postupně zmocňuje nás všech. Tvrdí, že postmoderní kultura má snahu získat kvalitnější životní úroveň a má velké zaujetí pro člověka samého, který je zároveň citliví k ekologickým otázkám.³

Sociolog a filosof Zygmunt Bauman postmodernu chápe jako věk morálky a říká, že: *„(...) etická krize nemusí zvěstovat krizi morálky, a zcela jistě to podlamuje tezi, že soumrak „věku etiky“ znamená nutně úpadek morálky. Lze dokázat, dokonce zcela přesvědčivě, tezi zcela opačnou: že totiž právě pád „věku etiky“ je počátkem „věku morálky“ a že postmoderní dobu je možné, alespoň potencionálně, právě za takový věk pokládat.“⁴*

Podle Jeana-Françoise Lyotarda je postmoderna rozhodně částí moderny.⁵ Tento francouzský filosof je považován za nejprominentnějšího

¹ STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. s. 442-443, ISBN 978-80-7367-556-1.

² LIPOVETSKY, Gilles. *Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 1998. s. 13, Střed; sv. 20. ISBN 80-85190-74-5.

³ LIPOVETSKY, 1998, s. 14-15

⁴ BAUMAN, Zygmunt. *Úvahy o postmoderní době*. Praha: Sociologické nakladatelství (Slon), 2006. s. 162, ISBN 80-86429-11-3.

⁵ LYOTARD, 1993, s. 26

filosofa postmoderny, kterému vděčíme za popularizaci pojmu „postmodernismus“. Dále říká, že: *„Nějaké dílo se může stát moderním, jen když je nejprve postmoderním. Takto chápaný postmodernismus není modernismus dospívající k svému konci, nýbrž modernismus ve stavu zrodu, a tento stav je stálý.“*⁶ Postmoderno je možné chápat jako to, co je budoucí a zároveň minulé. Nacházíme se nyní v nové éře. Jsme za hranicemi moderny, kde je nastolen nový postmoderní řád.

Pluralita je pro německého filosofa Wolfganga Welsche sjednocující ohnisko všeho postmoderního. Je zastáncem názoru, že postmoderna je transformační forma moderny.⁷ O postmoderně tvrdí: *„Svůj hlas dává pluralitě – pluralitě způsobů života a forem jednání, typů myšlení a sociálních koncepcí, systémů orientace a menšin. (...) Je prodloužením moderny, ale opouští modernismus. Za sebou nechává ideologii stupňování, inovace, předhánění a překonávání, dynamiku -ismů a její akceleraci. Proto i názor, že postmoderna chce modernu jednoduše zrušit či překonat, patří nanejvýš k jejím (sebe)neporozuměním.“*⁸

V další své knize říká: *„Jádro postmoderních koncepcí vidím v tom, co nazývám „radikální pluralita“. Situaci postmoderny charakterizuje, že jsme konfrontováni s rostoucím množstvím různých životních forem, koncepcí vědění a způsobů orientace; že si uvědomujeme legální charakter a nepopiratelnost této plurality; a že tuto mnohost bezpodmínečně a stále víc uznáváme a oceňujeme.“*⁹

Postmodernu tedy chápe jako stav radikální plurality, jak již bylo řečeno. Postmodernismus se pak může prezentovat jako jakési uchopení postmoderny. A právě o postmodernismu se vyjádřil takto: *„Neomezuje se například na americké poměry nebo na francouzské myšlení. Jeho záběr je širší*

⁶ LYOTARD, Jean-François. *O postmodernismu: postmoderno vysvětlované dětem: postmoderní situace*. Vyd. 1. Praha: Filosofický ústav AV ČR, 1993. s. 26, Základní filosofické texty; sv. 3. ISBN 80-7007-047-1.

⁷ WELSCH, 1994, s. 14

⁸ WELSCH, Wolfgang a POLÁKOVÁ, Jolana, ed. *Naše postmoderní moderna*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1994. s. 13 a 15, ISBN 80-7113-104-0.

⁹ WELSCH, Wolfgang. *Postmoderna: pluralita jako etická a politická hodnota*. Vyd. 1. Praha: KLP, 1993. s. 21, ISBN 80-901508-4-5.

a jeho dech delší. „Americké“ poměry jsou beztak poměry celého západního světa.“¹⁰ Čímž Welsch potvrzuje teorii takzvané „amerikanizace“.

1.1.2 Historie

V knize *Nová civilizace* se autoři a manželé Alvin Toffler a Heidi Tofflerová zabývají třemi obdobími lidské civilizace, které končí u nyní probíhající postmoderny. Píší: „Až doposud lidstvo prošlo dvěma velkými vlnami změny a každá z nich přitom do značné míry vymazala předchozí kultury nebo civilizace a zaměnila je takovými způsoby života, které si předchůdci nedovedli představit. První vlně změny – zemědělské revoluci – trvalo tisíciletí, než se vyčerpala. Druhá vlna – růst průmyslové civilizace – zabrala pouhé tři stovky let. Dnes jsou dějiny ještě zrychlenější. Je pravděpodobné, že třetí vlna proletí dějinami a završí se během několika dekád. My, kteří jsme se ocitli na Zemi v tomto explodujícím okamžiku, pocítíme tedy plný dopad třetí vlny v průběhu svých životů.“¹¹

První vlna tedy začala zhruba před deseti tisíci lety zemědělskou revolucí, díky níž se rozšiřovali vesnice a obdělaná půda. Ještě před první vlnou žila většina populace v menších, často se přemísťujících skupinách a živila se lovem zvěře, pastevectvím či rybolovem.

Ještě se nestačila vyčerpat první vlna a Tofflerovi již datují vlnu druhou, a to od konce 17. století, kdy začala v Evropě probíhat průmyslová revoluce.¹² Tuto druhou fázi, známou pod pojmem moderna, Antony Giddens popisuje: „V prvním přiblížení řekněme jednoduše následující: „modernita“ se týká způsobů nebo organizace sociálního života, které se vynořují v Evropě asi od 17. století a které se ve svém vlivu následně staly více či méně

¹⁰ WELSCH, Wolfgang a POLÁKOVÁ, Jolana, ed. *Naše postmoderní moderna*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1994. s. 12, ISBN 80-7113-104-0.

¹¹ TOFFLER, Alvin a TOFFLER, Heidi. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001. s. 15, ISBN 80-86569-00-4.

¹² TOFFLER, 2001, s. 18

celosvětovými.“¹³ Zároveň říká, že modernita představuje institucionální změny které mají svůj původ na Západě. Na otázku, zda je modernita západním projektem, odpovídá Giddens kladně. Důsledkem modernity je globalizace. Což znamená rozšíření západních institucí do celého světa, přičemž ostatní kultury jsou zničeny.¹⁴

V okamžiku, kdy industrializace dosáhla po 2. světové válce vrcholu, začíná vznikat prozatím poslední 3. vlna. Tofflerovi však vysvětlují, že se síla 2. vlny dosud nevyčerpala: „*Mnoho zemí proto zažívá současný dopad dvou nebo dokonce tří zcela odlišných vln změny. Z nichž každá se pohybuje odlišnou rychlostí a s jinou silou.*“¹⁵

Takto popisují třetí vlnu a její počátek: „*Tento poslední dějinný bod obratu nastoupil ve Spojených státech v dekádě začínající rokem 1955 – což byla doba, kdy počet bílých límečků a zaměstnanců služeb poprvé v dějinách převýšil počet dělnických modrých límečků. Byla to stejná dekáda, která zažila šířící se rozmach počítačů, civilní lety tryskovými letadly, antikoncepční tabletky a další inovace s dalekosáhlými důsledky. Právě v této dekádě začala v USA třetí vlna nabírat na síle.*“¹⁶

Co se týče politických stran a hnutí, které se s touto třetí vlnou vyrovnávají, Tofflerovi tvrdí, že přežijí a budou vytvářet naši budoucnost. Avšak ty, které se s ní nevyrovnávají „*(...) spláchne vítr proměn do kanalizace dějin.*“¹⁷

¹³ GIDDENS, Anthony. *Důsledky modernity*. Vyd. 2. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. s. 11, Post; sv. 3. ISBN 80-86429-15-6.

¹⁴ GIDDENS, 2003, s. 153

¹⁵ TOFFLER, Alvin a TOFFLER, Heidi. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001. s. 19, ISBN 80-86569-00-4.

¹⁶ TOFFLER, Alvin a TOFFLER, Heidi. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001. s. 19, ISBN 80-86569-00-4.

¹⁷ TOFFLER, Alvin a TOFFLER, Heidi. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001. s. 118, ISBN 80-86569-00-4.

Postmoderní člověk

Mladí lidé v dnešní době takřka touží po životě. Jsou velmi aktivní. Člověk se dnes postupně stává kosmopolitním. Má nesmírnou touhu cestovat a být všude jako doma. Dává přednost duchovnu, mění se i jeho vztah k přírodě. A to tak, že dříve vystupoval člověk jako dobyvatel, dnes působí jako její ochránce a ekolog. Zajímavý názor na postmoderního člověka má Zygmunt Bauman, který tvrdí, že existují čtyři modely postmoderní osobnosti: zevloun, tulák, turista a hráč.¹⁸

Na druhou stranu jsme aktivní spíše pasivně. A to díky digitalizaci médií a vzniku internetu. Pokud něco chceme, nemusíme se proto zvednout z křesla, jak tomu bylo dříve. Máme-li u sebe počítač připojený k internetu, máme před sebou celý svět. Otázkou je, zda nad touto skutečností máme jásat, nebo se hrozit.

„Lidé jsou vrženi do postmoderní společnosti a nemají kam utéci: musí se podívat do tváře vlastní mravní nezávislosti a tedy vlastní mravní odpovědnosti, kterou jim nelze vzít, ale jíž se ani nemohou zříci. Tato nová nutnost je často příčinou mravního bloudění a zoufalství. Dává však také morálnímu subjektu šanci, jakou dosud nikdy neměl.“¹⁹

¹⁸ BAUMAN, 2006, s. 25

¹⁹ BAUMAN, Zygmunt. *Úvahy o postmoderní době*. Praha: Sociologické nakladatelství (Slon), 2006. s. 163, ISBN 80-86429-11-3.

1.2. Svět médií

1.2.1 Definování současných médií

„Ti z nás, kteří žijí na Západě či v jiných vysoce industrializovaných společnostech, obývají kultury a světy, jež bývají označovány jako mediálně saturované. Tato okolnost současného života je nejlepším důvodem pro studium médií.“²⁰ Cituje Jan Jirák ve své knize *Média a společnost* knihu *Jak studovat média* od T. O'Sullivan, T. B. Duttona a P. Raynera

Pojem média patří mezi nejpoužívanější pojmy současnosti. Jsou to – tisk, rozhlas a televize, které jsou obecně považovány za tzv. „stará média“. Logicky tedy musí existovat i „média nová“. Ta jsou založena na digitálním zpracování, prosazují se tedy v prostředí počítačových sítí. Termín pochází z latinského slova „medium“, což se dá přeložit jako prostředník, nebo zprostředkující činitel. Jednoduše to, co nám nějakým způsobem zprostředkuje danou informaci či sdělení, které je posléze označováno jako „mediální komunikace“. Vznik tohoto pojmu přisuzuje Jan Jirák Jamesi Watsonovi, který ho začal používat pro sociálně-komunikační procesy.²¹

S termínem média je úzce spjat podobný pojem, a to masmédia. Pochází ze zkratky „masová média“, což je skupina médií, které se snaží zasáhnout masy, tedy co nejvíce lidí, posluchačů. Jsou to klasická, již zmiňovaná média jako tisk, rozhlas, televize, a dále billboardy, film, webové stránky atd.

Média se postupně stala kulturní drogou, protože stejně jako klasická droga působí jako náhražka snadného a krásného života či reálného styku a komunikace. Nevíme to, co se skutečně děje. Víme jen to, co nám média zprostředkovaně sdělí.

²⁰ JIRÁK, Jan a KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. s. 14, ISBN 80-7178-697-7.

²¹ JIRÁK, 2003, s. 12

Média proměnila informace ve zboží. Lze je kupovat i prodávat. Veřejnost věnuje velkou pozornost jakékoliv změně v oblasti médií. Je však otázkou, zda má být vznik nového média opěvován či obáván. Média ovlivňují společnost stejným způsobem jako společnost ovlivňuje média. To samé lze říci i o kultuře, politice a ekonomice. Média tedy mají vliv na chování, názory a postoje jedinců, čímž mohou rozšířit poznání, pomáhat v rozhodování, vzdělávat či ovlivňovat naše životy. Spoluutváří životní styl jak jednotlivců, tak celé společnosti. Na druhou stranu ale mohou také klamat, děsit, navádět k nežádoucím činnostem a také vyvolávat určité napětí.

Neustále se rozvíjejí. Důvodů pro tento rozvoj je hned několik. Jedním z nich je například snaha o uchování zaznamenaných sdělení, tedy snaha o předání zkušeností příštím generacím. Také chceme překonat velké vzdálenosti za málo času a doručit informaci nejen jedinci, ale celé mase. A nejen mase ale rovnou celému světu.

Jan Jiráček ve své knize uvádí 4. fáze účinků médií podle McQuaila: „*První fáze: neomezená moc médií (zhruba 1900-1940), druhá fáze: neúčinnost médií (zhruba 1940-1965), třetí fáze opětná víra v silné účinky médií (zhruba 1965-1980) a čtvrtá fáze: transakční představy o účincích (zhruba od 1980).*“²²

V knize *Média a modernita* její autor John B. Thompson řadí vývoj médií již k počátku 19. století na rozdíl od Jiráčka, který se na toto téma zaměřoval až od 20. století. Thompson se tedy soustředil na tři základní mezníky: „(...) (1) transformaci mediálních institucí do rozsáhlých komerčních firem, (2) globalizaci komunikace a (3) rozvoj komunikace zprostředkované elektronickou cestou.“²³ A v tomto třetím rozvoji se nacházíme právě teď.

²² JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. s. 169, ISBN 80-7178-697-7.

²³ THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004. s. 65, Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.

Nesmíme zapomenout, že nám média poskytují pouze „mediovanou zkušenost“, kterou často nahrazujeme za zkušenost žitou neboli takovou, kterou bychom měli sami prožít. Ne tu, kterou vidíme např. v televizi. Není dobré stále více využívat mediálních zkušeností k rozšíření těch svých. Sám John B. Thompson v již zmiňované knize popisuje příklad, kdy se člověk nechal strhnout záplavou mediovaných zkušeností.

Řidič nákladního vozu Graham Bamford se tak rozčílil kvůli tomu, že britská vláda nezabránila masakru, který se odehrál v Bosně, že se na Parliament Square v Londýně polil benzínem a zapálil, aby tak protestoval proti právě zasedající sněmovně.²⁴

Tato situace poukazuje na velký vliv médií, který bezesporu mají, měli a asi i vždycky mít budou. Je úctyhodné, že člověk chce díky informacím poskytnutým médií něco dobré pro svět vykonat. Když si však vezme život, není to řešení.

Média v nás pěstují velmi důležitý pocit odpovědnosti. A to hlavně díky různým reportážím a informacím zveřejněných v televizi. Výhodou televize jako média totiž je, že obsahuje jak auditivní (zvukovou), tak vizuální stránku dané informace. Například oznamování o válečných konfliktech, umírajících vojácích i civilistech, o hladomoru v Africe, o živelných pohromách a katastrofách po celém světě atd. Šíření těchto informací díky médiím, může podporovat pocit odpovědnosti za tyto činy, i když se staly na druhém konci světa. Je však rozdíl mezi tímto pocitem odpovědnosti, kdy je to člověku líto, ale nic nedělá a mezi tím, jít přímo do akce a být ochoten jakkoli pomoci. Od médií je ušlechtilé, že se snaží povzbudit člověka k opravdové pomoci, ne jen k pocitu lítosti či beznaděje. Tímto nám média dávají najevo, že celý svět a lidé v něm jsou navzájem propojeni.

„Kdyby zmizela média, nic by nezůstalo stejné. Náš způsob zábavy by se změnil. Nemohli bychom sledovat sportovní týmy v novinách, dívat se na televizi ani jít si užít do kina. Nemohli bychom na večírcích ani pro uvolnění

²⁴ THOMPSON, 2004, s. 187

poslouchat hudební nahrávky. Naše chápání politiky a celého světa, který nás obklopuje, by se změnilo. Bez televize, nahrané hudby, filmů, rozhlasu a internetu bychom měli velký díl svého času ve vlastních rukou...,“²⁵

1.2.2 Globalizace médií

Když se média propojují v sociálním, tržním nebo například kulturním prostředí nad rámec jedné země, hovoříme o globalizaci médií. Tato globalizace byla mimo jiné umožněna i díky digitalizaci médií a možnosti přenosu sdělení pomocí internetu. Dále například celosvětově známé časopisy *Cosmopolitan*, *Harper's Bazaar* a další, nevycházejí jen ve své mateřské zemi, jsou z angličtiny přeloženy do spousty jiných světových jazyků, a vycházejí v mnoha zemích po celém světě. Masivní reklamní kampaně na hollywoodské velkofilmu se neodehrávají jen ve Spojených Státech ale i v Evropě či Asii a navíc ve stejný čas i kvalitě. Jen jazykově upravené vzhledem ke komunikační bariéře. Bohužel stále neexistuje univerzální jazyk pro všechny občany planety, kterým bychom dokázali mluvit a díky němu si porozumět. To by teprve byla globalizace.

„Globalizační procesy se prohlubují, což se projevuje tím, že pokračuje propojování odlehlých míst na zeměkouli do stále těsnější a složitější pavučiny vzájemných závislostí.“²⁶ Píše ve své knize John B. Thompson. Dále popisuje vývoj počátků globální komunikace v druhé polovině 19. století a na začátku 20. století jako tři klíčové posuny: *„(...) (1) rozvoj podmořských kabelových systémů podporovaný evropskými imperiálními mocnostmi, (2) zakládání mezinárodních zpravodajských agentur a jejich rozdělení světa do sfér*

²⁵ JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. s. 15, ISBN 80-7178-697-7.

²⁶ THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004. s. 69, Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.

výhradního působení a (3) ustavování mezinárodních organizací zabývajících se přidělováním kmitočtů elektromagnetických vln.“²⁷

Jako všechno, i globalizace médií má dvě stránky. A sice tu dobrou-otevívá nové možnosti a podporuje celosvětovou komunikaci. I tu špatnou-může být také chápána jako něco neregulovatelného a neomezeného, což nemusí vždy působit úplně pozitivně.

1.2.3 Digitalizace médií

Digitalizace je klíčovým pojmem ve zrodu „nových médií“. Díky ní se mimo jiné zvýšila rychlost a objem přenášených informací, které jsou dnes základem všeho co se týká podnikání, obchodu apod. Produkování informací je tedy v dnešní době čím dál důležitější součástí našeho každodenního života. Digitalizace médií zásadně rozšířila komunikační možnosti společnosti.

Nejvýznamnější je celosvětová síť internet, často nazývaná jako „síť sítí“. Umožňuje urychlené vyhledávání digitalizovaných informací neznaje hranic států či kontinentů. Díky satelitnímu spojení je téměř všude. Nemá konkrétního vlastníka, kterému bychom mohli být vděční za jeho výhody, nebo se na něj obrátit v situaci nespokojenosti. Na internetu se rozvíjí další nová média- elektrická pošta, různorodé diskuse, chaty, internetový tisk (online časopisy, deníky apod.), internetové televize, rádia. Výrazný přísun má i pro Public relations (PR) neboli vztahy s veřejností. A to z toho důvodu, že téměř každá známá osobnost, nebo politik mají svou webovou stránku, díky níž se udržují v povědomí veřejnosti. Dá se také s nadsázkou říci, že pokud firma neexistuje na internetu, jakoby neexistovala vůbec. Díky němu mohou lidé po celém světě a ve stejnou dobu sledovat tytéž události, jako například předávání Oscarů, Olympijské hry a další významné přenosy. Internet nezměnil komunikační možnosti, jen je výrazně rozšířil.

²⁷ THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004. s. 125, Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.

Jan Jirák chápe internet jako „nefyzikální prostor“. Zároveň popisuje názor Williama Gibsona, který v roce 1984 označil internet za „kyberprostor“ (cyberspace) ve smyslu jakéhosi myšlenkového prostoru. Také zveřejnil i názor Tima Millera, který internet vidí jako tzv. „digitální polévku“ (digital soup).²⁸ Jirák tento názor popsal: „*Vidina pomyslného hrnce, z něhož je možné vylovit to, co člověk zrovna potřebuje (a sem tam i něco navíc, popř. i něco, o co člověk vůbec nestál), je velmi přílehlavá.*“²⁹ Toto tvrzení je bohužel pravdivé. Může se stát, že na internetu nemusíme najít úplně vše. Nemusí nás úplně pochopit. Internet nezná význam slov, nemá lidské vlastnosti předvídat a domýšlet si souvislosti.

Prostředníkem mezi námi a internetem je počítač. Jeho důležitost roste v pracovním životě i ve volném čase. Dopad televize a rozhlasu je nicotný v porovnání s účinky počítače. Jeho vývoj jde dnes tak kupředu, že model, který si dnes koupíte je za pouhý jeden rok už zastaralý. Je otázkou zda ještě potřebujeme televizi, rádio a tisk, když máme počítač nabitý internetem. Díky němu je možné vyhledat si libovolnou informaci z libovolné doby, což nemusí vést pouze k pozitivnímu přínosu. Tuto skutečnost popsal zajímavým způsobem Joshua Meyrowitz: „*Výsledný „univerzální specialista“ nebude „vědět všechno o všem“, ale bude mít slušnou představu o tom, kdo co ví, kde a jak co najít a jak mezi sebou propojit podobné otázky položené v různých oblastech. Takový člověk bude „vědět hodně málo o hodně věcech“ a tím bude představovat protiváhu těm specialistům, kteří „vědí téměř všechno téměř o ničem.*““³⁰

²⁸ JIRÁK, 2003, s. 198

²⁹ JIRÁK, Jan a KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. s. 198, ISBN 80-7178-697-7.

³⁰ MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2006. s. 268, Mediální studia. ISBN 80-246-0905-3.

Multimédia

Audiovizuální prostředky spojené s počítačem, nebo jiným zařízením se nazývají multimédia. Jedná se o komunikační a informační technologie. Předpona „multi“ znamená mnohazpůsobový, mnohonásobný, víceúčelový. Když se spojí se slovem média, vzniknou tzv. „mnohazpůsobová média“. Což můžeme považovat za velmi zjednodušenou definici multimédií. Stala se jakousi audiovizuální prezentací pro lidstvo. Multimediální znamená společné působení více médií současně. Může to být například kombinace textových, obrazových, zvukových, animovaných či filmových dat. Za multimediální počítač se pokládá takový, který má reproduktory, zvukovou kartu a cd-rom. V dnešní době jsou všechny osobní počítače (PC- Personal Computers) multimediální.

Za multimédia lze tedy považovat počítač, kameru, televizi, video atd. Bernard Schelman určil definici multimédií takto: „*Integrace různých audiovizuálních médií v jednom mediálním prostředí (CD-ROM, počítačová síť, diashow) s určitým komunikačním cílem se všeobecně označuje jako „multimédia“*“.³¹

1.3 Vliv Západu

Termín „Západ“ se používá pro označení zemí, které jsou vyspělé, demokratické a tedy i svobodné. Jsou to země, které uznávají cesty práva. Obecně za západní země považujeme státy Severní Ameriky, západní Evropy (včetně České Republiky), Austrálii atd. Dosud nemá úplně přesně vytyčené hranice. Evropa se rozvíjela díky stále lepším podmínkám k podnikání a tím pádem vzniku rozsáhlejších trhů. Pokud se bavíme o západním stylu života, většinou máme na mysli životní styl na vysoké noze v jedné konkrétní zemi, ve Spojených státech amerických.

³¹ SCHELLMANN, Bernhard et al. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Europa-Sobotáles, 2004. s. 249, ISBN 80-86706-06-0.

Amerikanizace

Téměř celý svět je ovlivňován kulturou Spojených států amerických. Tento stav se nazývá tzv. „amerikanizace“. Spojené státy jsou ekonomicky nejvyspělejší zemí světa, vyváží tedy velké množství zboží a technologií, které s nadšením přijímáme. Díky amerikanizaci se podřizujeme americké kultuře, ekonomice i politice. Díky Hollywoodu, centru světového filmu a showbusinessu, mají nadprodukcí filmů, televizních seriálů a hudby. Pomocí toho si o nich děláme určitý obrázek. A to takový, že v multikulturní Americe je vše dokonalé a nic není nemožné. Jakoby hlásala: „Vše, co je americké je dobré. Ostatní je špatné, nebo vůbec neexistuje.“ Tak totiž působí navenek. Jako úsměvný příklad této skutečnosti bychom mohli uvést český film *Pelíšky* s jeho známou scénou, kde se ironicky ptá jeden herec druhého jakou krabičku sirek by si vybral, kdyby byly obě naprosto stejné, avšak jedna by byla z USA, načež je mu odpovězeno, že samozřejmě tu z USA.

Země velkých rodinných domů s ještě většími bazény ale není tak růžová jak se tváří. Přesto chceme být jako oni, chceme jíst co oni, chceme vypadat jako oni, chceme prožívat co oni a tak dále... Amerikanizace, též nazývaná i jako westernizace, se stala jakousi kulturní reformou. Proti ní ale stojí v přímém rozporu „antiamerikanismus“ (zejména v Arabském světě), který je jejím opakem. Tzn. odpor ke všemu americkému. Americká kultura a americké symboly jsou rozšířeny a známy po celém světě. Kdo by neznal popovou kulturu a umění Andyho Warhola, coca-colu, mc'donalda, Sochu Svobody, Disneyland a Mickey Mouse, nebo ikonu Marilyn Monroe?

Dalo by se říci, že amerikanizace je do jisté míry chtíč po prožití tzv. „amerického snu“. Je to velmi známý výraz, nebo spíše vidina úžasného života v USA. Američané jsou velcí vlastenci a ve svůj sen i hodnoty věří. Nejsou sami. Víru v americký sen zřejmě má i velká vlna přistěhovalců, která snad už odedávna Spojené státy zaplavuje.

„Amerika se stává světem. Svět se stává Amerikou. Kosmopolitní? Imperiální? Nacionalistická? To, jak se Amerika rozhodne, ovlivní její budoucnost jako samostatného národa i budoucnost světa.“³²

³² HUNTINGTON, Samuel P. *Kam kráčíš, Ameriko?: krize americké identity*. Vyd. 1. V Praze: Rybka, 2005. s. 366, ISBN 80-86182-87-8.

2. POP-ART

2.1 Co je pop-art?

Slovo pop-art vzniklo z anglického výrazu „popular art“, čili populární umění, což je dosti výstižné. Poprvé ho použil anglický umělecký kritik Lawrence Alloway v roce 1955. *„Niméně dnes neznamená to, co jsem tím myslel tehdy. Používal jsem tento pojem – ale také výraz „pop kultura“ – k označení produktů masmédií, nikoli pro umělecká díla vycházející z lidové kultury. V každém případě se tato fáze někdy mezi zimou 1954-55 a rokem 1957 začala běžně používat...“*³³

V té době byl ředitelem Institute of Contemporary Art (Institutu současného umění). Nesmíme však zapomenout, že slovo „pop“ použil již v roce 1947 anglický sochař Eduardo Paolozzi v jedné ze svých koláží. Konkrétně v *I was a Rich Man's Plaything*³⁴.

Pop-art oslavoval konzumní a komerční svět, díky kterým také vznikl. Těžil z atmosféry velkoměsta, reklamy, médií, komiksů a neonů. Zabýval se tematikou každodenního života, těmi nejobyčejnějšími a nejběžnějšími věcmi. Všední téma zpracovával nevšedními prostředky. Z trivialit tvořil hodnoty. Pop-art posunul umění do jiné sféry, protože pop-artové mohlo být úplně všechno. Usiloval o existenci umění bez zábran. Snažil se vymazat tlustou čáru mezi uměním a kýčem. *„Usilovalo se o moderní umění tak pestré, jako je sám moderní život včetně jeho banalit.“*³⁵

Bylo to umění pro všechny, pro širokou veřejnost. Nevyjadřoval nijak hluboké myšlenky, ale byl přímý a srozumitelný. Zasahoval do malířství, sochařství, literatury, hudby, filmu, módy a postupoval dál. I když může být

³³ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 6, ISBN 80-7209-662-1.

³⁴ Viz. Příloha A

³⁵ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 305, ISBN 80-7209-521-8.

považován za jednoduchý, opak je pravdou. Inteligence, ironie, humor. To jsou další prvky pop-artu.

„V roce 1957 vystoupil Hamilton s dnes již proslulým přehledem vlastností pop-artu – „populární, pomíjivý, snadno nahraditelný, laciný, masový, mladý, vtipný, sexy, nápaditý atraktivní a velký byznys!“³⁶

Sám velký Andy Warhol o pop-artu prohlásil: *„Nedokážu vám říct, co je pop-art, je to příliš složité. Znamená to vzít vnějšek a obrátit ho dovnitř, nebo vzít vnitřek a obrátit ho ven – působit na lidi pomocí těch nejobyčejnějších předmětů. Pop-art je pro každého. Nemyslím si, že umění by mělo být pouze pro vybranou hrstku lidí, myslím si, že by mělo být pro úplně všechny Američany a ti mají obvykle smysl pro umění tak jako tak. Myslím si, že pop-art je legitimní uměleckou formou tak jako kterékoliv jiné umění – impresionismus atd. Není to jenom švindl.“³⁷*

„Pop-art vesele a optimisticky odhalil křiklavost, lacinost, vulgárnost, prostě vkus davu. Teď začaly být obrazy řádně barevné. Lesk a pozlátka, jednoduché reprodukce a rychlé kopie, plakátová krása a erotická dráždivost začaly smazávat hranice mezi reklamou a designem, mezi designem a kýčem, kýčem a uměním, uměním a dekorací. Všechno bylo dovoleno, všechno bylo možné.“³⁸

Čím víc se rozšiřovala pole médií a konzumu, tím sílil i pop-art. Reklama, jedna z věcí, kterými se nechal inspirovat, ho posouvala dál. Nalíčit se make-upem od Max Factor, vyrazit k Macdonaldovi, dát si hamburger, zapít ho Coca Colou, potom si dát cigaretu Marlboro a nakonec žvýkačku

³⁶ GAFF, Jackie a OLIVER, Clare. *Svět umění XX. století od postimpresionismu po digital art*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2003. s. 129, Klub mladých čtenářů. ISBN 80-00-01179-4.

³⁷ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 17, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

³⁸ THULLER, Gabriele. *Jak je poznáme? Umění a kýč*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2007. s. 56, ISBN 978-80-242-1998-1.

od Wrigley. Americký životní styl? Značky, symboly americké kultury a také hollywoodské hvězdy. Na nich postavil pop-art svou slávu.

2.2 Zrod pop-artu

2.2.1 Dadaismus

„V šedesátých letech jako reakce na dlouhé období abstrakce, které široká veřejnost nerozuměla, vznikl naopak každému srozumitelný pop-art.“³⁹
A stejně jako každé jiné umění, pop-art musel z něčeho vycházet, na něco navázat a něčím se nechat inspirovat. Jeho předchůdci a múzy byli mimo jiné dadaismus, kubistické koláže a samozřejmě abstraktní expresionismus.

„Dadaismus vznikl v průběhu první světové války na několika místech světa jako reakce na nesmyslnost vraždění. Dadaisté viděli hlavní smysl v nesmyslu. Proto je celé toto hnutí provázeno nehoráznými provokacemi proti měšťáctví, církvi a vládnoucím silám. Hnutí nemělo žádný jednotný program nebo charakter, důraz se kladl na maximální svobodu, skandály, ironii, humor a mystifikace. Hlavním centrem byl neutrální Curych, kde se umělci, z nichž nejvýznamnější byli Marcel Janko a zejména Hans Arp, tvůrce koláží, obrazů z roztrhaných papírů, dřevorytů a reliéfů, sdružovali od roku 1916 kolem rumunského básníka Tristana Tzary v kabaretu Voltaire.“⁴⁰

Válku chápali jako obrovský úpadek lidstva. Odmítali veškeré hodnoty tehdejší společnosti, její zvyky a tradice. Pop-art neprotestoval jako dadaismus, nechtěl vylepšovat svět.

³⁹ ČERNÁ, Marie. *Dějiny výtvarného umění*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: Idea servis, 2002. s. 176, [7] s. obr. příl. ISBN 80-85970-41-4.

⁴⁰ ČERNÁ, Marie. *Dějiny výtvarného umění*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: Idea servis, 2002. s. 159, [7] s. obr. příl. ISBN 80-85970-41-4.

„K charakteristickým znakům dadaismu kromě provokace, absurdity a uplatnění náhody patřily humor a uvolnění fantazie; dadaisté objevili nové tvůrčí metody (koláž, obrazy z roztrhaných papírů, ready-made).“⁴¹

V roce 1914 vzniklo toto hnutí i v New Yorku. Vůdčí osobností se stal francouzský malíř Marcel Duchamp spolu s Franciscem Picabiem či Manem Rayem. A právě kontroverzní Duchamp vytvořil pro pop-art důležitou předlohu a tou je „ready-made“, což v doslovném překladu znamená „hotově-uděláno“. To znamená že koupil v obchodě nějaký produkt, například pisoár⁴² či sušič lahví, podepsal je, přinesl do muzea a označil za umělecké dílo. Tím posunul hranice umění.

„Duchampovy výstavy se staly uměleckým skandálem, neboť koneckonců dělal umělecká díla z věcí vybraných v obchodním domě, aniž ještě hnul prstem, použil štětec či něco vyrobil.“⁴³

Spojitosť Duchampa s pop-artem je nepopíratelná. Jako další příklad můžeme uvést obraz od Leonarda Da Vinciho *Mona Lisa*, které v roce 1919 přimaloval knírek a bradku. O 44 let později ji „zneuctil“ i Andy Warhol, který ji pomocí sítotisku třicetkrát reprodukoval na jedno plátno a vytvořil tak další klasicky pop-artové dílo, za které byl údajně obviněn z plagiátorství.

„Pop-art není umění nebo anti-umění protestu jako dada, prohlašoval starý dadaista Hans Richter, nýbrž jediným velkým dokladem přizpůsobení se dnešnímu konzumnímu a reklamnímu světu. Chápal pop-art výhradně jako epigonský neodadaismus.“⁴⁴

⁴¹ MRÁZ, Bohumír. *Dějiny výtvarné kultury*. 4. 1. vyd., Praha: Idea servis, 2002. s. 16, ISBN 80-85970-32-5.

⁴² Viz. Příloha B

⁴³ THULLER, Gabriele. *Jak je poznáme? Umění a kýč*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2007. s. 54, ISBN 978-80-242-1998-1.

⁴⁴ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Sloart, 2004. s. 322, ISBN 80-7209-521-8.

2.2.2 Abstraktní expresionismus

Tento směr je charakteristický hlubokým citovým zabarvením, harmonií, barevností, odklonem od tradičních ideálů, techniky a naopak chtíčem ke svobodné tvorbě. Abstraktní expresionismus, který vznikl v Evropě byl ve Spojených státech v New Yorku též označován jako „akční malba“, do níž patří Jackson Pollock, Willem de Kooning a další. Říkali si „Newyorská škola“. Vládl společnosti od konce 2. světové války do začátku 60. let. Dá se říci, že podstata abstraktního expresionismu je neodadaistická, postsurrealistická a také existencialistická.

Pop-artisté se nechali inspirovat jeho zajímavostí a barevnou pestrostí. Všechno ostatní pak zvolili přesně opačně. To znamená, že se oprostili od jakýchkoliv hlubších pocitů či spontánnosti. Naprosto odlišné znaky od pop-artu byli emoce, pocity a rukopis. Pop-art byl jasně daný, přesný a ovlivněný rozumem. A jelikož byl abstraktní expresionismus (1940-1960) na uměleckém výsluní již dost dlouho, stal se okoukaným a fádním. Společnost toužila po jiném umění, kterému budou rozumět i „obyčejní smrtelníci“. Pop-art začíná.

2.3 Pop-art ve Velké Británii

„Začátkem 60. let vlna pop-artu prošla světovým uměním a vyvrcholila v roce 1964, kdy jeho americký představitel Robert Rauschenberg byl na benátském bienále poctěn Velkou cenou za malířství.“⁴⁵

Vznikal současně na obou stranách Atlantiku a to v New Yorku a Londýně. Zpočátku nezávisle na sobě.

⁴⁵ MRÁZ, Bohumír. *Dějiny výtvarné kultury*. 4. 1. vyd., Praha: Idea servis, 2002. s. 144, ISBN 80-85970-32-5.

V královské zemi vznikl pop-art v 50. letech 20. století, když se začala zlepšovat zničující situace po 2. světové válce. Za předchůdce britského pop-artu považujeme malou neoficiální organizaci *Independent Group* (1952-1955), což bylo seskupení londýnských umělců, jejímiž hlavními představiteli jsou Eduardo Paolozzi a Richard Hamilton, dále pak Reyner Banham, John McHale, Alison a Peter Smithson, a další. Sešli se na půdě londýnského *Institute of Contemporary Art*.

„Sochař Paolozzi patřil sice díky svým „bunk“ kolážím, filmům a nedadaistickým slovním skládkám k průkopníkům pop-artu, ale nebyl popartistou v pravém smyslu a na rozdíl od Hamiltona se brzy zaměřil na jiné cíle.“⁴⁶

Výrazným dílem pro vznik anglického pop-artu byla koláž Richarda Hamiltona nazvaná „*What is that makes today's homes so different, so appealing?*“ (Co vlastně dělá naše dnešní příbytky tak odlišnými a tak sympatickými?).⁴⁷ Aby napodobil samotná média, koláž vytvořil z útržků tisku. Je plná symbolů blahobytného života a jakousi dvojazyčností. Mladý polonahý pár skládající se z takzvané pin-up-girl (modelky) a kulturisty se nachází v bytě spolu s vymoženostmi techniky jako je televize, magnetofon či vysavač. Nechybí samozřejmě konzumní zboží jako konzerva šunky a obří lízátko ve tvaru tenisové rakety s nápisem „POP“. „*Kompozice obsahuje téměř úplnou antologii moderních vizuálních médií: plakát, firemní logo, kino – za kulturistou je vidět reklama na snad první zvukový film na světě, The Jazz Winter (Jazzový zpěvák) – a televizor.*“⁴⁸

Tato koláž se objevila na důležité výstavě *This is tomorrow* (Toto je zítřek) v roce 1956 ve White Chapel Art Gallery v Londýně. Skládala se z dvanácti oddělených přehlídek, ve kterých její účastníci upřednostňovali vizuální stránku současné společnosti. Koláž sice patří více k surrealismu, protože potvrzuje jeho principy náhody, ale v pop-artu se zabydlela rovněž. Tato výstava je označována za zrod pop-artového umění ve Velké Británii.

⁴⁶ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 306, ISBN 80-7209-521-8.

⁴⁷ Viz. Příloha C

⁴⁸ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 40, ISBN 80-7209-662-1.

„V souvislosti s touto koláží, která prezentuje svůj rozmanitý materiál jako určité životní prostředí, Alloway píše: „Město se takto stává scénou přeplněnou symboly, kterou brázdí ve všech směrech stopy lidské aktivity.“ Z jiných děl téhož umělce jsou pro toto první období charakteristické *Pocta Chrysler Corporation* z roku 1957 a obraz *Má znamenité postavení: v obou jde o jakousi erotizaci mechanických tvarů*.“⁴⁹

Tyto skutečnosti řadíme do takzvaného prvního období anglického pop-artu, což byla léta 1953 až 1958. Toto období je charakteristické technickou tematikou, science-fiction, sériovými produkty, reklamou, atmosférou velkoměsta, filmem i popovou hudbou.⁵⁰

Druhé období je datováno od roku 1957 až 1961 a jedná se o umění abstraktní. Je pravým opakem prvního období, které bylo figurativní. Jan Baleka označuje figurativnost jako zobrazení, jež tvarově vychází ze zrakové zkušenosti a zachovává proto shodnost.⁵¹ A proto můžeme konstatovat, že abstrakce a figurace jsou antonyma. Nastává éra velkých formátů a čerpání z masové kultury, což je charakteristické spíše pro americkou kulturu. Jako představitele můžeme uvést Petera Blakea, Johna Thompсона či Richarda Smithe. A právě Smith se podílel na projektu vytvoření obrazového bludiště z obrazů umístěných přímo na podlaze v lidské velikosti. Učinili tak na výstavě nazvané *Place* (Místo) konané v roce 1959. Další dílo, které reprezentovalo toto období je *Chronometr* z roku 1962 od stejného autora.

Poslední třetí období začíná rokem 1961. Nejradiálnějšími představiteli se stali mladí absolventi Royal College of Art. Byli to například Billy Apple, Allen Jones, Patrick Caulfield, Peter Philips, David Hockney, R. B. Kitaj a Peter Blake, který se inicioval i v období druhém. Téma zní opět

⁴⁹ PIJOÁN, José, BORRÀS, María Lluïsa a HOBZEK, Josef. *Dějiny umění. Díl 10*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1984. s. 155, Světové umění; Sv. 86.

⁵⁰ PIJOAN, 1984, s. 155

⁵¹ BALEKA, 2010, s. 104

velkoměsto, komerční výrobky, technika nápisů na zdech i obrázky z masových sdělovacích prostředků. Dochází také k novému rozkvětu figurace a to také díky Peteru Blakeovi, který se věnoval přesné kresbě ale i asamblážím pohlednic a fotografií. Je také například autorem (spolu se svou manželkou) obalu alba skupiny Beatles Sgt. Pepper's. Jan Baleka popisuje asambláž jako koláž, do které jsou zařazeny trojrozměrné předměty (kombinovaná malba), čímž se obraz prostorově rozvine. Obohacuje tedy dvojrozměrnou koláž jakousi třetí dimenzí. Tento postup používal již kubismus, surrealismus, dadaismus či konstruktivismus.⁵²

Podstatný vliv na toto období měl i R. B. Kitaj díky jeho figurativní tvorbě malování lidí, která může na první pohled působit chaoticky. Využíval také fotografie, které následně převáděl do serigrafie, což je synonymum sítotisku, který používal Andy Warhol.

David Hockney přispěl humorným zužitkováním dětské malby. V roce 1963 však opustil Anglii a přestěhoval se do Los Angeles, které ho tak lákalo a začal malovat tematiku vody, slunečních paprsků a hlavně bazénů, které jsou pro L.A. tolik typické. „*David Hockney je vším, jen ne pop-artovým umělcem. Nezajímá se o říši masové spotřeby a její řvavou symbolikou ani není fascinován jevem reprodukovatelnosti uměleckého díla včetně jeho standardizovaného jazyka. Hockney přijímá impulsy z populární kultury, ale mění je tak, aby vyhovovali jeho estetickým představám.*“⁵³

„*Specifičnost tohoto třetího období odráží dobře jedno prohlášení Philipsovo: „Stroje, reklamu a sdělovací prostředky rozhodně nevnímám stejným způsobem jako generace předchozí, která nebyla těmito různými činiteli ovlivněna hned na počátku... Žil jsem uprostřed nich odjakživa, a je tedy přirozené, že je používám, aniž na ně vůbec myslím.*“⁵⁴

⁵² BALEKA, 2010, s. 31

⁵³ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 42, ISBN 80-7209-662-1.

⁵⁴ PIJOÁN, José, BORRÀS, María Lluïsa a HOBZEK, Josef. *Dějiny umění. Díl 10*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1984. s. 162, Světové umění; Sv. 86.

2.4 Pop-art v USA

Americký pop-art byl mnohem radikálnější než anglický. Amerika navazovala přímo na dadaistu Duchampa žijícího v New Yorku a jeho „ready-made“.

„Větší popularitu ve světě získali američtí popartisté, kteří v reakci na vlnu expresionistické abstrakce usilovali od padesátých let o nové umění, bezprostředně inspirované moderní technikou, civilizací a jejím velkoměstským „folklórem.““⁵⁵

Američané dychtili po novém umění. Abstraktní expresionismus vládl Americe již dlouhá léta. A v 60. letech se to konečně podařilo. Amerika našla své umění par excellence. Našla pop-art.

„Malíř Allan Kaprow, a hlavně komponista John Cage – organizátoři prvních happeningů v letech 1959 – 1960 – sehrají v této oblasti hlavní roli.“⁵⁶

V 50. letech vzniká odpor k abstraktnímu expresionismu. Ke kterému se přiklání i největší průkopník amerického pop-artu Robert Rauschenberg.

„Na konci čtyřicátých let začal do svých obrazů umísťovat písmena, od roku 1952 vznikaly jeho „skříňky a objekty“ (kameny, kosti a dřívka v dřevěných skříňkách), „přírodní obrazy“ (kusy země, z níž vyrůstají rostliny a plastické objekty), „červené obrazy“ (nalepené útržky a novin a textilií přemalované červenou barvou) a combine painting (malba a koláž kombinovaná s trojrozměrnými předměty).“⁵⁷

Od poloviny 50. let Rauschenberg vytvářel asambláže z různých starých předmětů, z harampádí. Prostě ze všeho, co mu přišlo pod ruku. Tomuto jevu dal název „kombinovaná malba“ (combine painting). Nešlo mu o dané předměty, usiloval o neosobnost.

⁵⁵ MRÁZ, Bohumír. *Dějiny výtvarné kultury*. 4. 1. vyd., Praha: Idea servis, 2002. s. 144, ISBN 80-85970-32-5.

⁵⁶ PIJOÁN, José, BORRÀS, María Lluïsa a HOBZEK, Josef. *Dějiny umění. Díl 10*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1984. s. 171, Světové umění; Sv. 86.

⁵⁷ MRÁZ, Bohumír. *Dějiny výtvarné kultury*. 4. 1. vyd., Praha: Idea servis, 2002. s. 144, ISBN 80-85970-32-5.

„*Nepřehrabuji se v podvědomí,“ řekl na vysvětlenou, „ale snažím se mít oči otevřené. Obrazy jsou nejsilnější, když... přijdou samy od sebe jako fakt, jako něco nevyhnutelného a ne jako suvenýr nebo aranžmá.“*⁵⁸

K jeho nejslavnějším dílům patří asambláž *Monogram*⁵⁹, což je obraz ležící na zemi, na kterém je vycpaná koza, která má kolem trupu pneumatiku. Dále Charlene (1954), Postel (1955), Kaňon (1959) či Černý trh (1961). Nelze také opomenout jeho kontroverzní dílo z roku 1953 nazvané *Erased de Kooning Drawing*, což můžeme přeložit jako *Vymazání de Kooningovi kresby*. Šlo o obraz, který Rauschenbergovi sám de Kooning dal. Rauschenberg ho poté vygumoval a označoval ho za umělecké dílo.

Robert Rauschenberg na to všechno však nebyl sám. Za jeho kolegu, přítele a společníka v průkopnictví pop-artu považujeme Jaspera Johnse. V polovině 50. let tvoří témata americké vlajky, mapy, terče⁶⁰, série písmen a číslic. Například o obrazu *Terč* z roku 1958 malíř Edward Ruscha tvrdil, že na něj zapůsobil jako atomová bomba. Vytvářel také sošky těch nejobyčejnějších předmětů, například plechovky od piva, konzervy a žárovky. Snaží se o jakousi neosobnost. Stejně jako Rauschenberg a neodadaisté používá předměty každodenní potřeby. Svými díly se snažil vymazat hierarchii hodnot. Chtěl malovat nehodnotné věci, které se pomocí jeho malby mohou stát hodnotnými. Ne naopak. Dokázal, že pravé umění nemusí mít velkolepé téma.

Jeho dílo *Vlajka* z roku 1955 patří již k jeho tzv. odosobněným dílům. Byla to koláž na látce připevněné na dřevo. Vlajku maloval pomocí techniky zvané enkaustika. Pod jejími barvami prosvítali části novin, které z tohoto díla dělají koláž. Obraz se stal kontroverzní díky otázce „Je to vlajka, nebo zobrazení vlajky?“.

„*Nezobrazoval vlastně vlajku, nýbrž ji maloval. Vlajka není motiv obrazu, obraz je vlajka. Na první pohled jsou téma a povrch obrazu totožné.*

⁵⁸ GAFF, Jackie a OLIVER, Clare. *Svět umění XX. století od postimpresionismu po digital art*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2003. s. 114, Klub mladých čtenářů. ISBN 80-00-01179-4.

⁵⁹ Viz. Příloha D

⁶⁰ Viz. Příloha E

Z toho můžeme vyvodit, že Johns měl pravdu, když řekl, že tématem obrazu je obraz sám – obraz ve fyzickém smyslu jako tahy štětce, barva, předmět.“⁶¹

Tato dvojice – o pět let starší Robert Rauschenberg a Jasper Jones spolu sdíleli ateliér a navzájem se inspirovali. Dodnes jsou považováni za předchůdce amerického pop-artu. Paradoxní je, že ani jeden z nich není pop-artistou. Avšak skutečnost, že americkému pop-artu udali směr a že se staly jeho průkopníky nemůžeme popřít. Je to také patrné z toho, že Rauschenberg používal ve svých asamblážích opotřebované harampádí. Věci, které nikdo nechtěl a které již ztratili svůj lesk. A Jasper Johns takové věci maloval. Na rozdíl od novotou zářivého, nablýskaného a barevného pop-artu. Neupírali se k neonům velkoměsta a reklamy.

Éra pokračuje kolorovanou sádrou Claese Oldenburga (*Hamburger*, 1963; *Umyvadlo*, 1966), sádrovými odlitky postav v lidské velikosti George Segala (*Žena umývající si nohy v umyvadle*, 1965; *Okno do restaurace*, 1967), Velkými americkými akty Toma Wesselmana (*Vana 3*, 1963; *Velký americký akt číslo 98*, 1967; *Zátiší číslo 20*, 1962), gigantickými díly s reklamním pozadím Jamese Rosenquista (*Bez názvu – Joan Crawfordová*, 1964), komiksovým Royem Lichtensteinem a samozřejmě nejproslulejším Andy Warholem.

Společnost a také kritika se výjimečně shodují a z nového uměleckého stylu nadšení nejsou. Opačný názor však mají sběratelé umění a někteří vlastníci galerií. Později se také pop-art stane miláčkem konzumní společnosti. Od roku 1960 pop-art zažívá své první výstavy a postupem času se stává čím dál víc populárnějším.

„Partie byla vyhrána: nový realisté, asamblážisté, nefigurativní malíři, představitelé narativní malby, tohle všechno byl „pop“.“⁶²

⁶¹ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 46, ISBN 80-7209-662-1.

2.5 Vizuální struktura pop-artu

Co vlastně znamená spojení „vizuální struktura“? Jsou to zobrazované náležitosti, které vnímáme prostřednictvím jednoho smyslu, zraku. Díky vizualizaci můžeme zkoumat informace, které jsou však v obrazové podobě. Toto zkoumání nazýváme vizuální analýza dat. A jako každá jiná analýza i ta vizuální má daný cíl proniknout do problematiky a pochopit ji.

Veškeré výtvarné umění vytváří vizuální díla. Ať už je to sochařství, malířství, architektura, či takzvané „nové umění“ jako fotografie nebo film.

„Mnozí věří tomu, že vizualita charakterizuje naši dobu, protože většině médií a prostoru, v němž žijeme, dominují obrazy. Někteří teoretici zdůrazňují celkovou kvalitu vizuality a roli vizuality v kultuře, a ne nutně specifické obory (jako např. fotografii), které jsou určeny k tomu, abychom se na ně dívali. Vizualita se nemusí orientovat jen na vizuální text, může se zaměřit i na způsoby, jakými pohlížíme na každodenní objekty nebo lidi.“⁶³

Každá výstava pop-artu je vizuální prezentací pro společnost. Pop-art se na okolí snažil působit svou silnou vizuální stránkou. Nikoli tou emocionální či pocitovou, jako tomu bylo například u abstraktního expresionismu. Pop-art by se dal nazvat jako extra vizuální umění, protože na vizualizaci kladl největší důraz. Inspiroval se velkoměstskou kulturou a její vizuální komunikací s člověkem – plakáty, billboardy, světelné reklamy, letáky, poutače.

Vizuální struktura pop-artu byla chladná, hladká, dokonalá a plochá. Někdy ohromně barevná, jindy mdlá. Spotřební zboží zobrazoval opakováním, aby poukázal na nadprodukcí. Jak můžeme vidět u Campbellových plechovek od polévky. Pop-art využívat reklamu, aby dokázal kladný vztah k populární kultuře ale i k její kritice. Konzumní kultura byla plná falešných slibů

⁶² PIJOÁN, José, BORRÀS, María Lluïsa a HOBZEK, Josef. *Dějiny umění. Díl 10*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1984. s. 178, Světové umění; Sv. 86.

⁶³ STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. s. 452, ISBN 978-80-7367-556-1.

a stereotypů. Příkladem je *Lednice* z roku 1962 od komiksového krále Roye Lichtenstein, kde se vesele usmívá domácí hospodyňka při čištění lednice, což působí ironicky.

Už odedávna se traduje že kultura se dělí na dejme tomu vyšší a nižší. Za tu vyšší se považuje opera, balet, vážná hudba. A za tu nižší je označována reklama, masmédia, komiksy. Pop-art si vypůjčoval vizuální podněty z té nižší. Snažil se však zničit bariéru mezi nimi. Chtěl být chápán jako oficiální umění.

Komiksy byli dříve považovány za vhodné akorát pro děti. Pro dnešní společnost jsou však zajímavým a originálním zobrazením. Proto jsou dnes animované filmy kasovní trháky, které se zaměřují na všechny věkové kategorie. Je velice pravděpodobné, že za to vše vděčíme pop-artu.

3. ANDY WARHOL

3.1 Životní mezníky

20. února 1987 byl v New Yorkské nemocnici operován muž registrovaný pod jménem Bob Roberts. Operace dopadla dobře. Při rekonvalescenci se mu ale udělalo hůře, jeho plíce se zalili vodou a on zemřel. Z běžné operace žlučníku se tak stala smrtelná rána a z Boba Robertse Andy Warhol, který se takto registroval zřejmě kvůli svému soukromí. Téhož dne v ranních hodinách byl jeho ateliér na Východní 33. ulici zabarikádován z důvodu předpokládaného chaosu. Aukce jeho rozsáhlých sbírek trvala 10 dní a obsahovala přes 10 000 předmětů. Jeho sada krabic od sušenek se prodala za více než čtvrt milionu dolarů přičemž celková hodnota pozůstalosti se odhaduje na 600 miliónů dolarů.⁶⁴

„Až umřu, nechci po sobě nic nechat. Chtěl bych zmizet. Lidé by pak neřekli, že jsem zemřel, řekli by, že jsem zmizel. Ale líbí se mi představa, že se lidé proměňují v prach nebo písek, a bylo by velmi kouzelné znovu se narodit v podobě velkého prstenu na prstu Elizabeth Taylorové.“⁶⁵

Jak sám Andy uvádí, můžeme konstatovat, že se jeho přání zcela nevyplnilo. Superstar amerického pop artu, grafik, umělec, filmař, konceptualista, manažer skupiny Velvet Underground, vydavatel časopisu *Interwiev*, autor společenských portrétů, spisovatel, mezinárodní umělecká celebrita a tak dále. To je pár důvodů, proč Andy Warhol, který se stal živou legendou, nemůže jen tak zmizet. Ale kdo ví v jakém prstenu se dnes může ukrývat.

⁶⁴ RODLEY, Andy Warhol: The Complete Picture, 2002

⁶⁵ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 95, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

Stejně zvláštní jako bylo jeho úmrtí bylo i jeho narození o kterém se dodnes spekuluje. „V literatuře lze najít několik údajů vztahujících se k letům 1928-1931. On sám tvrdil, že jeho rodný list z roku 1930 je padělek. Nejčastěji je jako den jeho narození uváděn 6. červen 1928.“⁶⁶ Andy se narodil a vyrůstal na předměstí Pittsburghu kam jeho rodiče Julie a Andrej Warholovi emigrovali z malé rusínské vesnice Miková. Žili v jakémsi ghettu přistěhovalců, kterou tvořili především Poláci, Slováci, Lotyšši a Italové. Jako nejmladší ze 3 synů byl mamčin mazánek. Jeho otec pracoval jako stavební dělník, zemřel když Andymu bylo 13 let. Nesmírně plachý, citlivý, křehký, zakřiknutý a bledý. Takový byl v dětství Andy Warhol.

V osmi letech u něj vypuklo nervové onemocnění Tanec sv. Víta, které se projevuje nekontrolovatelnými pohyby těla. Díky tomu ležel rok v posteli, kam mu matka nosila barevné pastelky a omalovánky, což možná nastartovalo jeho tvůrčí osobnost. „Talentovanějšího člověka než byl Andy Warhol, jsem nepoznal. Měl fantastický talent. Z lidského hlediska na něm nic moc pěkného nebylo, byl spíše nepřijemný, neměl žádné uznání pro jiné lidi. Zdvořilost zcela postrádal. V tu dobu byl sociálně zaostalý a velmi málo nebo spíš vůbec ničeho si nevážil. Ke spolužákům ve třídě ani k jiným lidem, s nimiž se stýkal, se nechoval pěkně. Možná byl uzavřený, protože postrádal sociální zázemí a vybudoval si systém, jak to zakrýt. Ale zdálo se, že od samého začátku jde za svým cílem. Nebylo jasné, co to je, ale šel zatím. Joseph Fitzpatrick, učitel výtvarné výchovy z dětství“⁶⁷

Své první peníze si vydělal jako „hledáč nápadů“. Pro jistého pana Vollmera se Andy prokousával časopisy Harper's bazar a Vogue, kde měl hledat myšlenky. V roce 1945 byl přijat na Carnegieho technologický institut v Pittsburghu, kde studoval malbu a design.

⁶⁶ HONNEF, Klaus. *Andy Warhol (1928-1987): umění jako byznys*. Bratislava: Slovart, 1992. s. 7

⁶⁷ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 9, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

Po absolutoriu si splnil svůj velký sen a v roce 1949 se odstěhoval do New Yorku. Změnil si jméno z Andrew Warhola na Andy Warhol a začal dělat ilustraci pro časopis Glamour. Později pracoval pro další známé časopisy jako The New Yorker, Harper's Bazaar, Seventeen a také pro Vogue. Aranžoval výkladní skříně známých obchodních domů, navrhoval obaly knih, dělal reklamu na obuv či kosmetiku. V roce 1952 získal vyznamenání od The Art Direktor Club za jeho přínos v reklamním umění. Zároveň se konala jeho první výstava v Hugo Gallery v New Yorku nazvaná *Andy Warhol: Patnáct kreseb podle spisů Trumana Capoteho*.

„Když bylo Warholovi dvacet let, spatřil fotografii Trumana Capoteho na obálce jeho románu Other Voices, Other Rooms (Jiné hlasy, jiné pokoje), vydaného roku 1948, a byl jím naprosto okouzlen. Tehdy vytvořil k této knize kresby, a když se přestěhoval do New Yorku, chtěl je Capotovi ukázat, avšak v té době již slavný spisovatel, který byl stejně starý jako Warhol, o ně neměl zájem. Později se z nich stali velcí přátelé a až spisovatelovy problémy s alkoholem a drogami ukončily jejich intimní vztah.“⁶⁸

Hvězda Andyho Warhola tímto už jen stoupá a v roce 1957 vzniká společnost Andy Warhol Enterprises, Inc. založená pro jeho komerční tvorbu.

Ve Spojených státech se 50. léta nesla v duchu umění zvaného abstraktní expresionismus. Dá se říci, že to byl opak pop-artu. Zatímco abstraktní expresionismus volal po spontánnosti, emocích a zobrazování abstrakce, pop-art žil konzumním světem, komercí, kopiemi a přesností.

„Když Andy prohlásil, že začíná dělat pop-art, zeptal jsem se proč. „Protože nesnáším abstraktní expresionismus,“ odpověděl. Leopard Kessler, Warholův vrstevník na Carnegie Institute of Technology“⁶⁹

⁶⁸ PERERA, Marga. *Warhol*. 1. vyd. Praha: Sun, 2010. s. 11, Géniové umění. ISBN 978-80-7371-253-2.

⁶⁹ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 15, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

3.2 Díla

Začátky

Jeho první díla byla inspirována komiksem. Maloval například Supermana⁷⁰, Batmana, Pepka námořníka. Začíná také pracovat na proslulých lahvích od Coca Coly.

V roce 1962 v Los Angeles zahajuje Andy výstavu Campbellových polévek ve Ferus Gallery. Bylo vystaveno 32 obrazů, které byly vytvářeny technikou spojením malby, sítotisku a tisku. Dalo by se říci, že se jednalo o malou provokaci, protože tato galerie byla „průkopníkem pop-artu“ a záměr výstavy byl napodobit supermarket. To znamená, že díla byla uspořádána v řadách tak, jak je to v obchodě s potravinami. Jeden exemplář stál sto dolarů, pravá plechovka s polévkou 29 centů. Jiná galerie v ulici koupila v obchodě tyto plechovky s polévkou a vystavila si je ve výloze. Napsala k tomu – „Proč utrácet za obraz 100 dolarů, když můžete mít skutečnou polévku za 29 centů?“ Kritici z Los Angeles Andyho napadli, že je podvodník. S nepochopením se ale Andy setkával často. Alespoň doposud.⁷¹

Reklama

Konzumní svět ho lákal. Reklamy na ty nejobyčejnější a nejpoužívanější věci rovněž. Ať už to byli *Campbellovy polévky*⁷², Coca Cola (1962), krabice mýdel *Brillo* (1964), kartóny na *Heinzův rajčatový kečup* (1964), džusy *MOTT'S* (1964), *Corn Flakes* (1964), *Del Monte* (1964) atd. Obraz byl tvořen z jednoho či několika desítek kopií stejného produktu. Veřejnost to chápala jako provokaci. Je však otázkou koho může vyprovokovat

⁷⁰ Viz. Příloha F

⁷¹ HONNEF, 2004, s. 88

⁷² Viz. Příloha G

či naštvat krabice mýdel? Pop-artové umění bylo umění pro všechny, ne jen pro rádky zasvěcené intelektuály.

„Jak vznikly krabice Brillo? No... udělal jsem plechovky od Campbellovy polévky v jedné řadě na plátně a potom jsem udělal krabici, abych je namaloval ještě na ni – ale krabice jsem už měl udělané. Byly hnědé a vypadaly přesně jako krabice, tak jsem si řekl, že by bylo skvělé udělat prostě jenom obyčejnou krabici.“⁷³

Mimo reklamní tvorba

Co se reklamy netýkalo byly například obrazy *Flowers* (Květiny), které kombinují sítotisk, akryl na plátně a syntetický polymer. „V roce 1964 vzal Warhol fotografii květin z jednoho botanického obchodu a proměnil ji v jeden ze svých jedinečných obrazů . Od toho okamžiku maloval pomocí sítotisku květy všech barev, jaké najdeme v přírodě. Maloval je velké i malé a v galeriích, kde je vystavoval, z nich vytvářel skutečné instalace tak, že jimi zcela pokrýval stěny, což bylo v té době něco zcela novátorského.“⁷⁴

Dalším známým dílem je *Caw* (Kráva; 1966)⁷⁵. O kterém galerista Ivan Karp tvrdí, že se ho Andy ptal co má malovat. A jelikož Ivan byl sběratel obrazů krav z 19. století, poradil mu ať zkusí malovat krávy. Andy ho vzal za slovo, ale místo těch klasických obrazů krajiny s pasoucími se krávami vytvořil pomocí sítotisku a akrylu na plátně růžovou hlavu krávy zírající před sebe na žlutém pozadí. V různých barvách ji také přenesl na balicí papír a vytapetoval s ní stěny galerie Lea Castelliho a potom také museum Moderna Museet ve Stockholmu.⁷⁶

⁷³ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 28, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

⁷⁴ PERERA, Marga. *Warhol*. 1. vyd. Praha: Sun, 2010. s. 25, Géniové umění. ISBN 978-80-7371-253-2.

⁷⁵ Viz. Příloha H

⁷⁶ RODRÍGUEZ, 2010, s. 35

Celebrity

„Andy Warhol se chtěl víc než kdokoliv, koho jsem kdy potkal seznamovat se slavnými lidmi. Měl pro úspěch a pro slavné lidi opravdovou vášně. George Glauber, současník na Carnegie Institute of Technology“⁷⁷

Výrobky supermarketů tedy vyměnil za tolik milované celebrity. Andy měl rád vše americké. A co je víc američtějšího než Hollywood? Rád se obklopoval krásnými lidmi. Mezi první díla slavných osobností můžeme zařadit portrét rockového krále Elvise Presleyho (*Triple Elvis*, 1962). Byl proveden fotografickou sítotiskovou technikou, která se používala při výrobě kravat. Jako další měla tu čest i Elizabeth Taylor (*Early Colored Liz*, 1963). Její portréty maloval v době, kdy herečka byla vážně nemocná a proto některé z obrazů byly černobílé. Jelikož chtěl podtrhnout její krásu, další maloval již v živých barvách. Slavnou Marilyn Monroe vyobrazil také několikrát. V roce 1962 vzal fotografii z časopisu, ořízl ji, aby získal pouze tvář a pomocí sítotisku a akrylu zanesl na plátno toto krásné dílo. Pouhý týden po její smrti vytvořil dílo, které obsahuje padesát malých portrétů Marilyn Monroe. Levá polovina kde se nachází 25 portrétů je provedena barevně a herečka zde vypadá krásně svěže, zatímco pravá strana je černobílá a částečně i rozmazaná. Tento jev měl označovat tenkou linii mezi jejím životem a smrtí. Tzn. od toho, co bylo k tomu co je dnes. *Gold Marilyn Monroe*⁷⁸ (Zlatá Marilyn Monroe) je další dílo z roku 1962, kde je zobrazena jako modla a symbol krásy. Jedná se o její malý portrét vydatně obklopen zlatou barvou, což mělo podtrhovat nedotknutelnost či božskou slávu hollywoodských hvězd. Stejně jako reklamní produkty, tak i portréty vytvářel buď jako jeden samostatný portrét či jako řadu několika malých portrétů různě uspořádaných a různě barevných.

⁷⁷ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 12, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

⁷⁸ Viz. Příloha I

Temná díla

V roce 1963 se rozhodl produkovat ponuré obrazy. K jeho první inspiraci patřilo elektrické křeslo z věznice Sing Sing, na kterém byly v témže roce vykonány dvě popravy. Vytvořil 15 sítotiskových fotografií přecházejících od nejsvětlejší po nejtmaší část křesla. Přebíral z tisku fotografie automobilových nehod a sebevražd a upravoval je jako svá další díla. V roce 1965 vytvořil také sérii fotografií vybuchující atomové bomby. Nesmíme však zapomenout na jeho první dílo o smrti z roku 1962 *129 Die in Jet*⁷⁹ (*129 mrtvých v letadle*), což byla přenesená titulní strana časopisu New York Mirror, kterou si Andy upravil po svém.

3.3 Film

„Rád natáčím filmy, protože je to snadnější než malovat obrazy.“⁸⁰

Jeho režijní, herecká a dokumentární filmografie skýtá mnoho „filmů“, zda se tak dají nazvat. Undergroundový film znamená film bez děje, což si Andy Warhol zamiloval. Jeho filmy byli pravými opaky „normálních filmů“. To znamená žádná režie ani scénář, podivní herci či neherci, téměř nulový obsah sdělení a snaha ukázat každodenní činnosti až příliš realisticky.

„Líbí se mi věci, které jsou pokaždé jiné. Proto mám rád amatérské aktéry a špatné aktéry – nikdy nepoznáte, co udělají příště.“⁸¹ Neuměl režirovat a proto také vymyslel, že jeho filmy budou zvláštní tím, že budou celé improvizované. Tvrdil, že ho scénáře nudí, pravděpodobně to ale byla jen zástěrka proto, aby nemusel žádné psát, protože to neuměl. Byl dyslektik a čtení pro něj představoval velký problém. Pustil kameru a řekl hrajte. Snažil se o přirozenost. Je těžké říci, zda se jeho záměr zdařil či ne. Výrok Normana

⁷⁹ Viz. Příloha J

⁸⁰ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 32, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

⁸¹ WARHOL, Andy. *Od A k B a zase zpět*. 1. vyd. Zlín: Archa, 1990. s. 73, ISBN 80-900249-0-4.

Mailera o Andyho filmové tvorbě můžeme považovat také za nejasný. „*Andy Warhol je nejhorsí umělec dnešní doby, ale má největší vliv na druhé. Norman Mailer*“⁸²

Jeho první film se jmenoval *Sleep*. Vznikl v roce 1963. Trvá 5 hodin, kdy Andy natáčí svého přítele Johna Jordona jak spí. V témže roce vznikli další filmy jako *Kiss*, kde se střídají páry lidí a celý film se líbají. Dále *Haircut*, což je snímek pojednávající o pomalém stříhání vlasů. Ve snímku *Eat* Robert Indiana zase celou dobu pojídá houbu. Dosti kontroverzním se stal snímek *Blow Job*, který přes půl hodiny zabírá obličej Toma Bakera zatímco mu kdosi provádí orální sex. V dalším roce vznikaly filmy *Mario Banana*, v kterém herec Mario Montez jako transvestita provokativně pojídá banán, *Vinyl*, *My Hustler* a další. Komerční úspěch však přišel až v roce 1966 s filmem *The Chelsea Girls* (Dívky z hotelu Chelsea). Byl drzí a nebál se tabu. Řešil problematiku homosexuality a drog. Natočit takovýto druh filmu v té době bylo něco naprosto novátorského. Přinejmenším zajímavým můžeme shledat nesestříhaný snímek *Empire* z roku 1964 který 8 hodin snímá New Yorkskou budovu Empire State Building.

Věděl, že média mají na slávu obrovský vliv a tak začal v roce 1969 vydávat filmový časopis *Interwiev*, ve kterém zajistil lidem svých 15 minut slávy. Někdy postával na ulici a sám ho rozdával kolemjdoucím. V tomto období se Warholův manažer Paul Morrissey ujal vedení filmové tvorby v Továrně. Pod Andyho taktovkou pak napsal a režíroval film *Bahno, Tělo a Žár*.⁸³ Od předešlých filmů se lišili, nebyli tak experimentální a měli scénář. Zůstali však u tématu drog a sexu. Pomalu tak vyprchával jejich undergroundový styl a finanční výdělků se zvyšovali. Hvězdou všech tří filmů byl Joe Dallesandro, který se díky tomu stal hvězdou nezávislého filmu.

⁸² WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 37, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

⁸³ RODLEY, Andy Warhol: *The Complete Picture*, 2002

3.4 Factory a její produkty

Andy Warhol v roce 1963 otevírá svoji slavnou Továrnu zvanou Factory. Nacházela se v podkrovních prostorech na 47. ulici a Třetí Avenue. Toto stříbrné rodiště výstřednosti přijímalo do své náruče prostitutky, transvestity, narkomany, různorodé umělce a lidi, kteří se chtěli stát slavnými. Faktory zdobil nábytek sesbíraný z ulic natřený na stříbrno jako vše ostatní. I Andyho vlasy byli stříbrné. Měl jakousi zálibu v parukách, které si různě barvil na bílo, stříbrno nebo je vzadu podbarvil černou. Byl velkým workoholikem, pracoval od deseti dopoledne do deseti večer. Lidem ve Factory za práci neplatil, ale mohli tam bydlet. Každý se chtěl do Továrny podívat, každého zajímalo co se tam děje. Na určitou dobu se stala nejpřitažlivějším a nejtajuplnějším místem New Yorku. Také proto ho čas od času navštěvovali policejní hlídky, které zde hledali drogy či podivná individua. Když byla Factory v plném proudu, nastoupila do ní i Edie Sedgwick. Andy se s ní seznámil na jednom z mnoha nočních večírků New Yorku. Již na první pohled jí byl naprosto okouzlen a slíbil jí, že z ní udělá hvězdu, což se také stalo. Hrál v Andyho filmech *Vinyl*, *Space*, *Chelsea Girls* a další. Bohužel se stala drogově závislou a to se jí stalo osudným. V roce 1971 zemřela na předávkování. Andy na tuto skutečnost údajně reagoval nezájemně a první o čem přemýšlel bylo, zda mu odkázala nějaké peníze. S velkou pravděpodobností to byl chladný člověk, což potvrzuje i jeho výrok „*Chci, aby mi záleželo na lidech, ale jde to těžko...*“⁸⁴

Režisér George Hickenlooper se nechal inspirovat a v roce 2006 natočil film o Edie Sedgwick a Továrně pod názvem *Factory Girl*. Ve filmu je zobrazen zrod i pád její hvězdy a samozřejmě její vztah s Warholem. Jeho další přítelkyní byla například Ultra Violet, která o životě s ním napsala knihu *Má léta s Andy Warholem*.

Nejenže byla Factory dějištěm vzniku velkých pop-artových děl i hvězd, ale stala se i zkušebnou rockové skupiny Velvet Underground. Andy

⁸⁴ WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. s. 44, Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

se v roce 1966 stal jejím manažerem a oni hráli na jeho výstav. V této době bylo moderní vše undergroundové.

Andy Warhol se oženil. Alespoň to v roce 1964 tvrdil. Jeho manželkou se stal magnetofon. Nosil ho všude s sebou a neustále něco nahrával. Viděl v tom další druh popového umění. V roce 1968 se prostory Factory opustili a Andyho tým se přesunul na Union Square, kde ho 3. srpna postřelila Valerie Solanas, lesbická spisovatelka, feministka a prostitutka, která byla Andym posedlá. Trpěla fiktivní představou, že se Warhol chystá natočit film podle jejího scénáře ale bez ní. Po dvou výstřelech musel po zbytek života nosit korzet.⁸⁵

3.5 Nová Factory 70. let

V 70. letech opustil film a začal znovu malovat. Oprostil od svých starých přátel pro které byli dveře nové Továrny zavřeny. Narkomany a prostitutky vyměnil za mladou pracující vrstvu v oblecích. Nový režim a nové složení obyvatel v Továrně zajistilo Andymu novou pověst. Dá se říci, že poněkud konvenčnější. Už tu nešlo o to proslavit se nebo šokovat. Šlo o obchod. První z jeho děl 70. let byl *Mao Ce-tung*. *„Bez jakékoliv politické angažovanosti vytvořil Warhol sérii portrétů tohoto komunistického ideologa. Mao Ce-tung je tu představen jako jeden z nejdůležitějších společensko-politických fenoménů konce šedesátých let po květinových nepokojích roku 1968. V této sérii, kterou Warhol vypracoval se svou obvyklou pestrostí barev, už lze zaznamenat bouřlivé a expresivní tahy štětce a metodu, pomocí níž dokáže zcela proměnit obraz. Jeden a tentýž obraz je postupně překrucován, a nakonec jsou jednotlivé varianty naprosto odlišné.“*⁸⁶

Maloval čím dál více portrétů. Což byli vlastně zvětšené polaroidy, kde se nechali oči, nosní dírky a rty. Takže jste se prostřednictvím jeho portrétů

⁸⁵ RODLEY, Andy Warhol: The Complete Picture, 2002

⁸⁶ PERERA, Marga. *Warhol*. 1. vyd. Praha: Sun, 2010. s. 56, Géniové umění. ISBN 978-80-7371-253-2.

mohli vrátit do minulosti, jelikož v padesáti letech jste vypadali stejně, jako ve dvaceti díky absenci vrásek a jiných nedokonalostí. Portréty hráli všemi barvami a lidé je zbožňovali. Spíše tedy smetánka, protože jeden stál 25 tisíc dolarů. Spousta umělců ho za to kritizovalo. Jeho obrazy se vystavovali více v Evropě než ve Spojených státech, kde ho kritika cupovala.

I když by si někdo mohl myslet, že Andy své knihy všechny napsal sám, je na omylu. Jelikož byl silným dyslektikem, tak například dílo *Od A k B a zase zpět* pod kterým je podepsaný jako autor ve skutečnosti musela napsat skupina jeho spolupracovníků, kteří rozvíjeli jeho myšlenky.

V roce 1978 začal vytvářet nový druh obrazů takzvané oxidační obrazy. Což byl velký formát plátna potažený kovovým prachem na nějž se močilo. Toto spojení zoxidovalo, moč na plátně zezelenala a další mistrovské dílo bylo na světě. Začal tvořit série fotografií transvestitů, následovala velmi odvážná torza mužských těl, což bylo pro Andyho přirozené.

Po jeho smrti se ukázalo, že pracoval na velmi rozsáhlém cyklu obrazů inspirovaných da Vinciho *Poslední večeří páně*, který bohužel úplně nedokončil. Toto dílo dnes tvoří největší kolekci náboženských obrazů jakou kdy nějaký americký umělec vytvořil.⁸⁷

3.7 Muzea Andy Warhola

První muzeum Andyho Warhola po jeho smrti vzniklo v roce 1991 v malém slovenském městečku Medzilaborce, které se nachází nedaleko vesničky Miková, odkud pochází jeho rodiče. Muzeum zvenku zdobí Andyho socha držící deštník, který současně slouží jako fontána. Dále betonová napodobenina Campellovy plechovky v nadlidské velikosti. Muzeum obsahuje řadu jeho obrazů, avšak málo originálů. Jeho oblečení, sluneční brýle, křestní šaty, starý magnetofon, papírové napodobeniny amerických bankovek, podepsanou plechovku Campellovy polévky a jiné předměty. Některé stěny jsou zdobeny barevnými tapetami s Andyho portrétem, plechovkami

⁸⁷ RODLEY, Andy Warhol: The Complete Picture, 2002

od polévky či jeho známými krávy. Na schodišti jsou pak zobrazeny jeho známé květiny.

Sedm let po Warholově smrti, tedy v roce 1994, bylo v jeho rodném městě Pittsburghu otevřeno Muzeum Andyho Warhola. Kromě jeho uměleckých děl jsou zde umístěny i rozsáhlé archivy obsahující 600 schránek označených daným měsícem v roce, které obsahovali zbytky a dobový materiál. Muzeum má k dispozici jeho čtyři tisíce magnetofonových nahrávek.

4. PŘEDSTAVITELÉ POP-ARTU

4.1 Roy Lichtenstein (1923-1997)

Narodil se v New Yorku, ve kterém i zemřel. Byl tedy po celý svůj život ovlivňován velkoměstskou kulturou a gigantickým rájem mrakodrapů.

„Podle data narození to byl nejstarší a po Warholovi nejlivnější umělec pop-artu, který zasáhl hluboko do subkultury evropského i amerického, místy dokonce východoasijského všedního dne. K tomuto zjištění stačil pohled na plakátovací plochy, do výloh obchodů s módou, supermarketů, autoškol, ale také bank nebo lékáren.“⁸⁸

Svá díla inspirovaná americkou historií a kubismem začal vystavovat v roce 1949. Po čase přešel díky experimentálnímu umělci Allanovi Kaprouovi na abstraktní expresionismus. Vzápětí se však začal zajímat o konzumní kulturu a tehdy začal konečně malovat svá proslulá plátna komiksovou tematikou. S jejich produkcí začal v roce 1962.

Lichtenstein ve svých dílech používá specifické znaky jako primární plakátové barvy a prvky rastrového tisku, což je grafika vycházející z mřížky na způsob techniky obrázkových seriálů. Dále je znám legendami ve svých dílech ve formě obláčků. Obraz pak vypadal, jako by byl složen z bodů nebo teček. Z komiksů tvořil hodnoty, dalo by se říci, že je monumentizoval. Zvýrazňoval vyumělkovanost a tvořil velké formáty. O pop-artovém umění se Roy Lichtenstein vyjádřil takto: *„Umělecká díla přece nemohou být doopravdy produktem otupělé vnímavosti – to je jen styl nebo póza. Přesto je to právě tato*

⁸⁸ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 320, ISBN 80-7209-521-8.

vlastnost našeho předmětu, především trapné, excentrické a účelné styly spotřebního umění, k nimž se vztahuje a které dále rozvádí pop-art.“⁸⁹

K jeho nejznámějším dílům bychom mohli zařadit obraz *M-Mabe*⁹⁰ (M-Možná) z roku 1965. Smutná modrooká blondýnka pravděpodobně čeká na svého přítele, který nepřichází, jak můžeme vyčíst z bílé bubliny nad ní, kde se píše „*M-Maybe he became ill and couldn't leave the studio!*“ (M-Možná onemocněl a nemůže opustit ateliér!). I když si rukou starostlivě podpírá hlavu, její výraz je v podstatě nijaký. Stejně stereotypní jako produkty konzumní společnosti. Její pokožka, oči a rty jsou tvořeny z červených teček zvaných Ben-Day Dots. O tomto díle sám Lichtenstein uvádí: „*Mé komiksy doopravdy nevyprávějí, nepředstavují ani část příběhu. Nevím, co se děje před a po obraze, který představuji. Důvody beznaděje plačících hrdinek, které maluji, jsou mi neznámé.*“⁹¹

Jeho dalším slavným dílem je *TAKKA TAKKA*⁹², které vytvořil v roce 1962. Je plné veselých barev i když téma je opačné. Tímto dílem vyjadřuje Lichtenstein svůj negativní názor na válku a na důsledky brutálního násilí. Obraz je plný rychlosti, chaosu a bezmyslenkovitost. Jeho síla je ještě více umocněna absencí lidských postav. Nevíme kdo kam střílí, nevíme ani proč. Vidíme pouze zbraň bezhlavě chrlící kulky a kolem červené výstražné nápisy „*TAKKA TAKKA*“. V horní části je důležité textové pole, které obsahuje větu v překladu: „*Vyčerpaní vojáci, kteří nespali pět šest dní za sebou, nepřestávali toužit po slušném jídle a trpěli tropickými houbovými infekcemi, ale bojovali dál!*“.

V roce 1964 vytvořil svůj *Žlutý a zelený tak štětcem*. A jak název napovídá, je to obraz opravdu vytvořený z dvou tahů štětcem žluté a zelené

⁸⁹ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 321, ISBN 80-7209-521-8.

⁹⁰ Viz. Příloha K

⁹¹ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 322, ISBN 80-7209-521-8.

⁹² Viz. Příloha L

barvy. Navíc je tam ještě pár cákanců barvy navíc. Vše je opět zakomponováno do komiksové atmosféry. I když to může vypadat jednoduše, opak je pravdou. Ve skutečnosti se jedná o velmi promyšlenou záležitost.

Dalšími známými díly jsou například *Whaam!* (1963) či *Exploze č. 1* (1965) a další.

„Ve srovnání se soudobou „nerealistickou a samoúčelnou“ abstraktní malbou, čím dál více „odtrženou od světa“, bylo podle něj komerční umění nejen velmi dobře použitelné, ale dokonce nesmírně „silné a vitální“.“⁹³

4.2 Claes Oldenburg (narozen 1929)

Dnes třiaosmdesátiletý Claes Oldenburg byl jedním z prvních vůdčích představitelů amerického pop-artu. Narodil se ve švédském Stockholmu a v pěti letech emigroval do Chicaga. V roce 1950 vystudoval Univerzitu Yale a pokračoval na Art Institute of Chicago. Do New Yorku odjel v roce 1956.⁹⁴

Kombinoval malbu a sochařství. Své proslulé skulptury začal vyrábět od roku 1960. A to z kolorované sádry či vycpaných syntetických materiálů a tkanin. Jeho inspirací byli ty nejobyčejnější předměty, které vytvořil z neobvyklých materiálů a mnohonásobně je zvětšil. Nechal tak vyniknout jejich absurditu. Jeho díla působila velmi humorně, chtěl tak pravděpodobně poukázat na umělost prostředí, ve kterém žijeme.

„Kráč“ bylo místo, které Oldenburg otevřel v roce 1961 a naplnil ho napodobeninami oblečení a různých potravin. Nyní se na ně podíváme trochu blíže.

⁹³ STURGIS, Alexander, ed. *Jak rozumět obrazům: malby a jejich náměty*. V Praze: Sloart, ©2006. s. 9, ISBN 80-7209-786-5.

⁹⁴ HODGEOVÁ, ANSONOVÁ, 2006, s. 286

Vitrína s cukrářským zbožím (1961-1962) je vytvořena z hrubé tkaniny a mušelínu namočeného do sádry pomalované emailem ve skříňce z kovu a skla. Oldenburg vytvořil vitrínu s klasickým cukrářským sortimentem jako je dort, koláč, zmrzlina a podobně. Zajímavé je, že tvar ani barva těchto pochutin se těm reálným moc nepodobá, což byl pravděpodobně autorův záměr. Jeho další „nejedlé“ dílo je *Hamburger* z roku 1963, kterým chtěl vyjádřit atmosféru velkoměsta.

„„Jsem pro umění posazené na banálech“, prohlásil kdysi. Mimochodem, *Vitrína s cukrářským zbožím* je klíčový dokument v historii pop-artu. Je to nová realizace díla z legendární přehlídky „Obchod“, konané roku 1962 v *Green Gallery* na Manhattanu. Obchodník s obrazy *Sydney Janis* ji tam koupil za 324,98 USD a zařadil na slavnou výstavu pop-artu „Noví realisté“, která byla otevřena 1. listopadu téhož roku. Tato výstava svedla dohromady americké a evropské popartové umělce, jako jsou *Lichtenstein*, *Oldenburg*, *Warhol*, *Klein*, *Arman* a *Niki se Saint Phalle*. Všeobecně je považována za průlom, jímž se pop-art mezinárodně zviditelnil.“⁹⁵

Měkké umyvadlo, nebo také *Měkká Vana*⁹⁶ vytvořené ve stejném roce (1966) a z látky namísto tradičního porcelánu připomíná originál ještě méně než jeho cukroví ve vitríně. Dřevěné kohoutky svěšené dolů přidávají umyvadlu smutný výraz. Kdyby jste se podívali na toto dílo aniž byste znali jeho název, pravděpodobně byste neuhodli cože to před vámi stojí. K podobnému tématu můžeme také zařadit dílo *Měkká odvodňovací trubka*, kterou Oldenburg vytvořil o rok později.

„I když Oldenburg vymodeloval běžně se vyskytující vybavení domácností moderní civilizace, jeho vědomě nedokonalá imitace neměla v úmyslu oslovit sociální a kulturní aspekty nebo vztahy. Má to být estetický předmět, jehož účinek vyvolává pouze okolnost, že jde o umělecké dílo. Proto zeje mezi jeho pojmenováním a funkcí propast.“⁹⁷

⁹⁵ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 56, ISBN 80-7209-662-1.

⁹⁶ Viz. Příloha M

⁹⁷ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 58, ISBN 80-7209-662-1.

*Obří nedopalky cigaret*⁹⁸ (1967) je další známé dílo Claese Oldenburga, které vypadá, jakoby tu právě dokouřila parta obrů. Je to další ukázkový příklad, jak se dělá z obyčejných věcí konzumu umění. Stejně jako u předchozího umyvadla i obří nedopalky naštěstí neplní svůj účel a nezapáchají.

Od roku 1965 začal Oldenburg tvořit i veřejné zakázky. A to své gigantické verze běžných věcí jako například polévková lžice s třešní, obří červená rtěnka, kartáček na zuby, zednická lžice, kolík na věšení prádla a další.

4.3 James Rosenquist (narozen 1933)

Narodil se v roce 1933 v Severní Dakotě ve městě Grand Forks. Začal studovat na Minneapolis School of Art a v roce 1954 absolvoval University of Minnesota. S Jasperem Johnesem a Robertem Rauschenbergem se setkal při přípravě na Art Students League v New Yorku. Jejich tvorba se shodovala v tématice konzumu světa.⁹⁹

*„Rosequistovo dílo, charakterizované svou gigantičností, využívá juxtapozice nalepovaných nebo malovaných reklamních obrazů a uplatňuje se v něm bohatá řada rozmanitých materiálů a technik, takže patří mezi nejpropracovanější a nejsložitější díla.“*¹⁰⁰

Pracoval jako reklamní umělec i jako reklamní malíř pro film. Maloval různé billboardy a inspiroval se tak plakátovací stěnou a velkým formátem, který následně začal používat ve svých dílech. Vycházel z amerického

⁹⁸ Viz. Příloha N

⁹⁹ HODGEOVÁ, ANSONOVÁ, 2006, s. 325

¹⁰⁰ PIJOÁN, José, BORRÀS, María Lluïsa a HOBZEK, Josef. *Dějiny umění. Díl 10*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1984. s. 170, Světové umění; Sv. 86.

abstraktního expresionismu. Stejně jako Oldenburg a Lichtenstein patří k prvním protagonistům pop-artu.

Sestavoval koláže z mnoha různých fotografií a reklamních obrázků ve velkých rozměrech. Maloval umělecký svět plakátů a konzumu. Často ve svých dílech zesměšňuje pojem „americký sen“. Mezi životem a uměním je tlustá čára. V jeho dílech do sebe vše zapadá. „... *at' už je to malířský štětec, rošt chladiče, sušák u holiče, hora špaget, filmová hvězda nebo stíhačka ...*“¹⁰¹

*Bez názvu (Joan Crawfordová)*¹⁰² je dílo z roku 1964. Zobrazuje herečku a velmi emancipovanou ženu před kamerou i za ní Joan Crawfordovou. Její zobrazení připomíná karikaturu díky jejímu nepřirozenému úsměvu, dokonalému účesu či řasám. Obraz maloval podle reklamního letáku, na kterém Joan propaguje značku cigaret. Rosenquist pouze ořízl text reklamního sloganu i cigaretu, kterou držela v levé ruce. Klaus Honnef o tomto díle doslova píše: „*Rosenquist vlastně okradl reklamu o její účinek, sdělení, funkci.*“¹⁰³

Další jeho významná díla jsou *I Love You with my Ford*¹⁰⁴ (Miluji tě s mým Fordem) z roku 1961, kde spojil nespojitelné. A to černobílou kapotu automobilu, pod ním je část portréту ženy a nakonec špagety v rajčatové omáčce. *Hey, Let's Go for a Ride* (Hej, pojďme se projet) z téhož roku je obraz vytvořený z části ženského obličeje s hrdlem skleněné láhve pravděpodobně od Coca Coly. Jeho další díla: *Look Alive, President Elect, F-111*, a další.

„*Myslím, že žijeme ve svobodné společnosti děje, které se v této společnosti odehrávají, umožňují přesahy, protože máme co dělat s komerční společností. Tak jsem se jako inzerent nebo velká společnost připravil na toto*

¹⁰¹ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 317, ISBN 80-7209-521-8.

¹⁰² Viz. Příloha O

¹⁰³ HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. s. 70, ISBN 80-7209-662-1.

¹⁰⁴ Viz. Příloha P

vizuální nafukování – v komerční reklamě, která je jedním ze základů naší společnosti.“ James Rosenquist“¹⁰⁵

¹⁰⁵ RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. [Praha]: Slovart, 2004. s. 316, ISBN 80-7209-521-8.

ZÁVĚR

Neexistuje člověk, kterého by vývoj společnosti nezasáhl. Přechod moderny k dnešní postmoderně byl složitý a dlouhý proces. V této Bakalářské práci je uveřejněno několik názorů a postojů od různých odborníků na téma postmoderní společnost, postmodernismus, postmodernost, ale také moderna, modernita a jejich vývoj. Každý z nich tyto pojmy vidí po svém, ale je pochopitelné, že nemůže existovat jeden jediný platný názor, nebo pohled na určitou problematiku. Shodují se alespoň v tvrzení, že se nyní opravdu nacházíme v době postmoderní. Pro tuto dobu je charakteristická pohodlnost a dostupnost. Digitalizace a globalizace médií nám je poskytují. Existuje však hrozba, ke které bychom neměli být lhostejní. A sice taková, že člověk nevědomky nerozlišuje zkušenost mediovanou od zkušenosti osobně prožité. Cestovat po světě, být neustále zahlcen spoustou informací a vědět všechno téměř o ničem. To a mnohem více obsahuje nový životní styl. Zůstává otázkou, zda nám nestačí cestovat pouze on-line. Postmoderní dobu ovlivnila digitalizace i globalizace médií zásadním způsobem. Otevřeli nám nové možnosti v komunikaci a vědění. Digitalizace přinesla globalizaci a „nová média“. Globalizace zase propojování a pocit sounáležitosti. A to i s takovou velmocí, jakou jsou Spojené státy americké, které patří k vedoucímu sektoru tzv. „západního světa“, tedy k zemím vyspělým, demokratickým. Toto tvrzení potvrzuje i existence jevu, zvaného „amerikanizace“, který představuje náklonnost ke všemu americkému. Každá mince má však dvě strany a na té druhé je závist, která se odráží v tzv. „antiamerikanismu“, který přináší hrozbu přicházející zejména z arabského světa. Může se tak zdát, že nejmocnější zemi světa buď milujeme, nebo nenávidíme.

Umění bez zábran. Umění, které není kýč, ale má k němu blízko. Možná právě to je na něm tak přitažlivé. Pop-art je považován za umění typicky americké, avšak není tomu tak. Vznikal současně v USA a Velké Británii. Dnes je již považován za originální retro styl. Díky tomu, že pro svou

tvorbu používal náměty těch nejobyčejnější věci každodenního života, byl dostupný a pochopitelný pro všechny. Jeho netradiční spojení s reklamou se stalo středem masového obdivu, jaký byl v té době nevídaný. Na rozdíl od abstraktního expresionismu nebyl složitý a citově zabarvený. Byl jejím přesným opakem. Možná právě proto byl v některých kruzích označován za podvod. Neměl to jednoduché, ale postupem času svou pozici oficiálního umění obhájil. Snažil se zbořit bariéry mezi nižším a vyšším uměním. Humorným a inteligentním způsobem odhaloval pozlátka americké dokonalosti. Zasahoval do sochařství, literatury, hudby, filmu, módy. Bez reklamy, značek, a celého světa konzumu a komerce by pop-art nikdy nemohl vzniknout. Tomuto vzniku také pomohla dlouhá vláda abstraktního expresionismu, která svým způsobem znudila a unavila společnost. Dodnes se považuje symbióza pop-artu a mediálního světa za legendární a jedinečný úkaz. Velkou inspirací pro pop-art byla tvorba francouzského dadaisty Marcela Duchampa.

Muž, který byl neustále obklopen tajemstvím a záhadami. Neviditelný a zároveň slavný. Uzavřený, ale díky svým dílům otevřený. Milován a fanaticky postřelen. Nesmírně talentovaný, v běžném životě však nepoužitelný. Velmi aktivní workoholik a zároveň nemocný člověk. To vše charakterizovalo Andy Warhola. Můžeme být hrdí, že pochází z naší blízké krajiny, ze Slovenska. Přestože byla jeho díla z části improvizací a náhodou, většina byla velmi detailně promyšlená a zpracovaná. Andy měl rád peníze, obchod, krásné a slavné lidi. Pokračoval v odkazu Marcela Duchampa a jeho „ready made“. I když to byl velmi rozpolcený člověk, dal umění úplně nový rozměr. Na co ukázal prstem, bylo umění. Změnil svět. Jen těžko si představit, jak by dnešek vypadal, kdyby se Andy Warhol nikdy nenarodil. Jako vlivný, talentovaný a originální pop-artový umělec ale nebyl sám. Co by byl pop-art bez Roye Lichtensteina, Claese Oldenburga či Jamese Rosenquista? Jak by vůbec vypadal svět, kdyby pop-art nikdy nevznikl? Byl by rozhodně jiný. Jaký? O tom můžeme jen polemizovat. Otázkou také zůstává, jak dlouho

budeme muset ještě čekat na další takovou osobnost jakou byl Andy Warhol
a umění jako byl pop-art?

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: výkladový slovník: (malířství, sochařství, grafika)*. Vyd. 1. Praha: Academia, 1997. 429 s. ISBN 80-200-0609-5.
- BAUMAN, Zygmunt. *Úvahy o postmoderní době*. Vyd. 2. Praha: Sociologické nakladatelství, 2002. 165 s. Post; sv. 1. ISBN 80-86429-11-3.
- ČERNÁ, Marie. *Dějiny výtvarného umění*. 3., rozš. a upr. vyd. Praha: Idea servis, 2002. 216 s., [7] s. obr. příl. ISBN 80-85970-41-4.
- GAFF, Jackie a OLIVER, Clare. *Svět umění XX. století od postimpresionismu po digital art*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2003. 187 s. Klub mladých čtenářů. ISBN 80-00-01179-4.
- GIDDENS, Anthony. *Důsledky modernity*. Vyd. 2. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. 200 s. Post; sv. 3. ISBN 80-86429-15-6.
- HODGE, Nicola a ANSON, Libby. *Umění od A do Z: největší světoví umělci a jejich díla*. 1. vyd. Praha: Albatros, 2006. 399 s. Albatros Plus; 94. ISBN 80-00-01649-4.
- HONNEF, Klaus a GROSENICK, Uta, ed. *Pop-art*. [Praha]: Slovart, ©2004. 95 s. ISBN 80-7209-662-1.
- HONNEF, Klaus. *Andy Warhol (1928-1987): umění jako byznys*. Bratislava: Slovart, 1992. 95 s.
- HUNTINGTON, Samuel P. *Kam kráčíš, Ameriko?: krize americké identity*. Vyd. 1. V Praze: Rybka, 2005. 419 s. ISBN 80-86182-87-8.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7178-697-7.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 1998. 269 s. Střed; sv. 20. ISBN 80-85190-74-5.

LYOTARD, Jean-François. *O postmodernismu: postmoderno vysvětlované dětem: postmoderní situace*. Vyd. 1. Praha: Filosofický ústav AV ČR, 1993. 206 s. Základní filosofické texty; sv. 3. ISBN 80-7007-047-1.

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2006. 341 s. Mediální studia. ISBN 80-246-0905-3.

MRÁZ, Bohumír. *Dějiny výtvarné kultury. 4*. 1. vyd., Praha: Idea servis, 2002. s. 16, ISBN 80-85970-32-5.

PERERA, Marga. *Warhol*. 1. vyd. Praha: Sun, 2010. 96 s. Géniové umění. ISBN 978-80-7371-253-2.

PIJOÁN, José, BORRÀS, María Lluïsa a HOBZEK, Josef. *Dějiny umění. Díl 10*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1984. 300 s. Světové umění; Sv. 86.

RUHRBERG, Karl et al. *Umění 20. století: [malířství, soulptury a objekty, nová média, fotografie]*. V Praze: Slovart, 2011. 2 sv. ISBN 978-80-7391-572-8.

SCHELLMANN, Bernhard et al. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Europa-Sobotáles, 2004. 482 s. ISBN 80-86706-06-0.

STURGIS, Alexander, ed. *Jak rozumět obrazům: malby a jejich náměty*. V Praze: Slovart, ©2006. 272 s. ISBN 80-7209-786-5.

STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1.

THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. 1. české vyd. Praha: Karolinum, 2004. 219 s. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.

THULLER, Gabriele. *Jak je poznáme? Umění a kýč*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2007. 128 s. ISBN 978-80-242-1998-1.

TOFFLER, Alvin a TOFFLER, Heidi. *Nová civilizace: třetí vlna a její důsledky*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2001. 125 s. ISBN 80-86569-00-4.

WARHOL, Andy. *Od A k B a zase zpět*. 1. vyd. Zlín: Archa, 1990. 206 s. ISBN 80-900249-0-4.

WELSCH, Wolfgang. *Postmoderna: pluralita jako etická a politická hodnota*. Vyd. 1. Praha: KLP, 1993. 57 s. ISBN 80-901508-4-5.

WELSCH, Wolfgang a POLÁKOVÁ, Jolana, ed. *Naše postmoderní moderna*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1994. 198 s. ISBN 80-7113-104-0.

WRENN, Mike. *Andy Warhol: Jeho vlastními slovy*. 1. vyd. Bratislava: Champagne Avantgarde, 1993. 95 s. Jejich vlastními slovy; sv. 5. ISBN 80-7150-102-6.

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A -	<i>I WAS A RICH MAN'S PLAYTHING</i>	I
PŘÍLOHA B -	<i>WHAT IS IT THAT MAKES TODAY'S HOMES SO DIFFERENT, SO APPEALING?</i>	I
PŘÍLOHA C -	<i>MONOGRAM</i>	II
PŘÍLOHA D -	<i>TARGET</i>	II
PŘÍLOHA E -	<i>FOUNTAIN</i>	III
PŘÍLOHA F -	<i>SUPERMAN</i>	III
PŘÍLOHA G -	<i>32 CAMPBELLS SOUP CANS</i>	IV
PŘÍLOHA H -	<i>COW</i>	IV
PŘÍLOHA I -	<i>GOLD MARILYN MONROE</i>	V
PŘÍLOHA J -	<i>123 DIE IN JET</i>	V
PŘÍLOHA K -	<i>M-MABEY</i>	VI
PŘÍLOHA L -	<i>TAKKA TAKKA</i>	VI
PŘÍLOHA M -	<i>SOFT BATHTUB</i>	VII
PŘÍLOHA N -	<i>GIANT FAGENDS</i>	VII
PŘÍLOHA O -	<i>UNTITLED (JOAN CRAWFORD SAYS...)</i>	VIII
PŘÍLOHA P -	<i>I LOVE YOU WITH MY FORD</i>	VIII

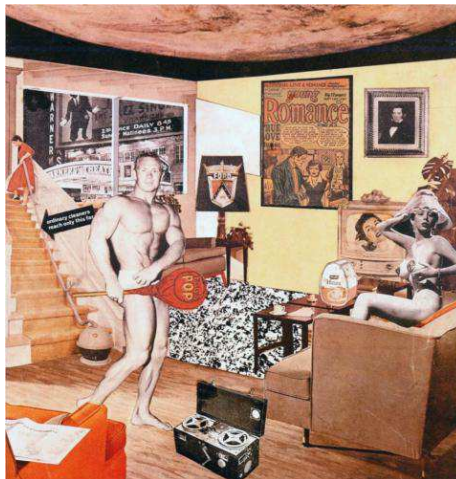
PŘÍLOHY

Příloha A – *I WAS A RICH MAN'S PLAYTHING*



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=Eduardo+paolozzi+i+was+a+rich+man%C2%B4s+plaything&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbm=isch&tbnid=3-HKPNs2eh8V9M:&imgrefurl=http://www.artfactory.com/art_appreciation/art_movements/pop_art.htm&docid=2oqPgBIBuYf_jM&imgurl=http://www.artfactory.com/art_appreciation/art_movements/art%252520movements/pop_art/paolozzi.jpg&w=320&h=472&ei=d110T_fLFYiJ4gTHhcADg&zoom=1&iact=rc&dur=366&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=126&tbnw=85&start=0&ndsp=28&ved=1t:429,r:0,s:0&tx=45&ty=61

Příloha B - *WHAT IS IT THAT MAKES TODAY'S HOMES SO DIFFERENT, SO APPEALING?*



Zdroj:<http://www.google.cz/imgres?q=What+Is+I+that+Makes+Today%C2%B4s+Homes+so+Different,+so+Appealing%3F&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbm=isch&tbnid=9GhD4vkSEWle8M:&imgrefurl=http://nonsite.org/article/the-question-of-poetic-meaning&docid=nEfrVV6fCFgg1M&imgurl=http://nonsite.org/wp-content/uploads/2011/11/http-en-wikipedia-org-wiki-file-hamilton-appealing2-jpg-1956.jpgBlog.jpg&w=481&h=500&ei=91d0T8-7MMLf4QSywPSIDg&zoom=1>

Příloha C – MONOGRAM



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=robert+rauschenberg+monogram&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=7gzpYo7QfhP2rM:&imgrefurl=http://www.artspeakchina.org/mediawiki/index.php/Rauschenberg%27s_1985_Exhibition_at_Beijing_National_Gallery_%25E7%25BD%2597%25E4%25BC%25AF%25E7%2589%25B9%25E2%2580%25A2%25E5%258A%25B3%25E7%2594%25B3%25E4%25BC%25AF%25E4%25BD%259C%25E5%2593%2581%25E5%25B1%2595&docid=T0ZJfgbcGKUZQM&imgurl=http://www.artspeakchina.org/mediawiki/images/d/d4/RRMono.jpg&w=403&h=300&ei=9lh0T4vfLMbE4gSupqWBDg&zoom=1&iact=rc&dur=363&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=127&tbnw=163&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:2,s:0&tx=92&ty=54

Příloha D – TARGET



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=jasper+jones+target&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=1dYbA0y_CeOKiM:&imgrefurl=http://www.michaelarnoldart.com/JasperJohns%2520American%2520Artist.htm&docid=0AqgUqLqXKULiQM&imgurl=http://www.michaelarnoldart.com/johns-jasper.jpg&w=400&h=400&ei=JFI0T6aZPO_Y4QTX0ISBDg&zoom=1&iact=hc&vpx=109&vpy=170&dur=2795&hovh=225&hovw=225&tx=140&ty=113&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=121&tbnw=122&start=0&ndsp=27&ved=1t:429,r:0,s:0

Příloha E - FOUNTAINE



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=marcel+duchamp+pisoar&hl=cs&sa=X&biw=1366&bih=608&tbn=isch&prmd=imvnso&tbnid=XCLS5d0OT8IdCM:&imgrefurl=http://www.beau.wgz.cz/architektura/4-umeni-a-tradice.html&docid=KA4FYmTqt5j_HM&imgurl=http://t.vich.sweb.cz/Beseda%252520NOA/4/duch%252520b.jpg&w=558&h=527&ei=D1Z0T7B16zP4QTJ5tjmDQ&zoom=1&iact=hc&vpx=981&vpy=188&dur=801&hovh=218&hovw=231&tx=126&ty=122&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=121&tbnw=131&start=0&ndsp=23&ved=1t:429,r:21,s:0

Příloha F - SUPERMAN



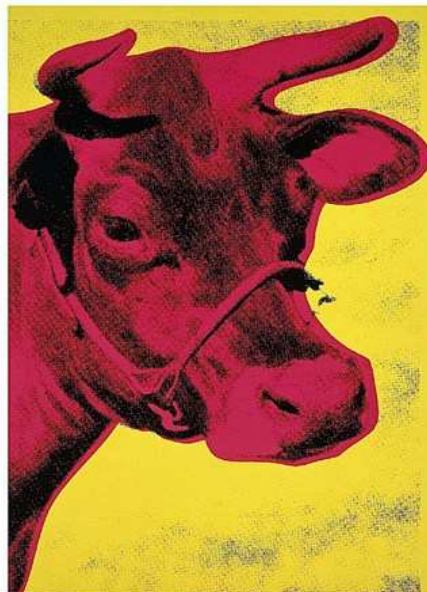
Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=andy+warhol+superman&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=ircDesRmQLEMGM:&imgrefurl=http://randomsignal.tumblr.com/post/3115561231&docid=e5gs_MogvxxjWM&imgurl=http://26.media.tumblr.com/tumblr_lf3mw48JZn1qce9ueo1_500.jpg&w=500&h=631&ei=7l10T6vMK6fP4QSOvtmJDg&zoom=1&iact=hc&vpx=120&vpy=243&dur=362&hovh=252&hovw=200&tx=88&ty=147&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=127&tbnw=119&start=0&ndsp=24&ved=1t:429,r:8,s:0

Příloha G - 32 CAMPBELLS SOUP CANS



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=32+Campbell%27s+soup+cans&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=yjdzD7CYxY3NLM:&imgrefurl=http://www.theslideprojector.com/art1/ranchocampus/art1/lecturerepresentations/art1/lecture6.html&docid=p_kY9ifzaRnw5M&imgurl=http://www.theslideprojector.com/images/art1/chapter9-thelandscapeofsigns/soupcans.jpg&w=900&h=521&ei=uVp0T6GgMabT4QTB1aSBDg&zoom=1&iact=hc&vpx=280&vpy=158&dur=22&hovh=171&hovw=295&tx=144&ty=87&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=98&tbnw=170&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:1,s:0

Příloha H - COW



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=cow+1966&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=kS_Cn9fyor0n_M:&imgrefurl=http://www.bandagedear.com/category/animals/farmanimals/cowsbulls/2&docid=6NguG95rfpFnOM&imgurl=http://www.bandagedear.com/image/view/cow-1966yellowpinkbyandywarhol685212&w=342&h=500&ei=I1t0T8GzC6Xh4QSYzun0DQ&zoom=1&iact=hc&vpx=674&vpy=111&dur=605&hovh=272&hovw=186&tx=116&ty=129&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=136&tbnw=94&start=0&ndsp=27&ved=1t:429,r:5,s:0

Příloha I - GOLD MARILYN MONROE



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=Gold+Marilyn+Monroe+1962&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbm=isch&tbnid=Bfu26SpLsUopEM:&imgrefurl=http://www.moma.org/collection/object.php%3Fobject_id%3D79737&docid=F5iKZqCtvC2AfM&imgurl=http://www.moma.org/collection_images/resized/261/w500h420/CRI_151261.jpg&w=285&h=420&ei=gVt0T_zmJ7T04QT AuZjIDQ&zoom=1&iact=hc&dur=85&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=137&tbnw=103&start=0&ndsp=26&ved=1t:429,r:0,s:0&tx=89&ty=119&vpx=119&vpy=111&hovh=273&hovw=185

Příloha J - 129 DIE IN JET



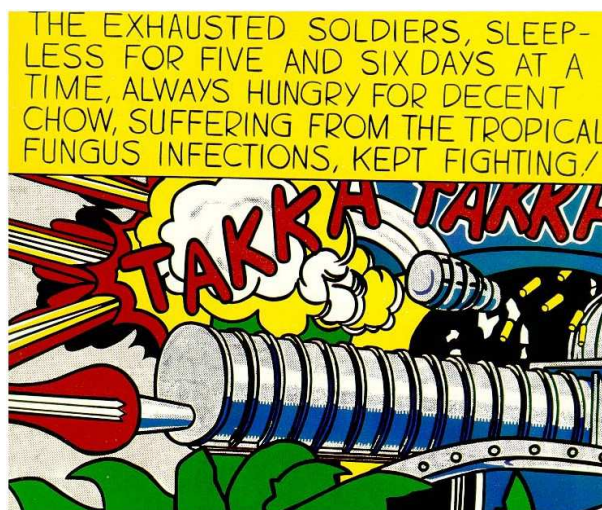
Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=129+die+in+jet+warhol&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbm=isch&tbnid=T1ygata09YrNCM:&imgrefurl=http://blog.unl.edu/dixon/2011/10/01/andy-warhol-in-1963/&docid=n5KBvgNDYoh-5M&imgurl=http://blog.unl.edu/dixon/files/2011/10/warholaircrash.png&w=290&h=400&ei=81t0T4_yKozN4QSZhtz8DQ&zoom=1&iact=hc&vpx=218&vpy=4&dur=2181&hovh=264&hovw=191&tx=101&ty=136&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=123&tbnw=94&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:1,s:0

Příloha K - M-MABEY



Zdroj: http://www.google.cz/imgres?q=Roy+lichtenstein+M-Maybe+1965&hl=cs&sa=X&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=bJTkX_sZo6HRcM:&imgrefurl=https://wiki.brown.edu/confluence/display/MarkTribe/New%2BMedia%2BArt,%2Bby%2BMark%2BTribe%2Band%2BREena%2BJana&docid=upecXBQWK0QYmM&imgurl=https://wiki.brown.edu/confluence/download/attachments/18528/lichtenstein1.jpg%253Fversion%253D1%2526modificationDate%253D1172181049000&w=597&h=593&ei=llx0T6WTLunQ4QTlgYHkDQ&zoom=1&iact=hc&vpx=121&vpy=141&dur=449&hovh=219&hovw=220&tx=97&ty=100&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=131&tbnw=130&start=0&ndsp=23&ved=1t:429,r:0,s:0

Příloha L - TAKKA TAKKA



Zdroj: http://www.google.cz/imgres?q=Roy+lichtenstein+takka+takka+1962&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=Gz0QRHsjafAYqM:&imgrefurl=http://www.leninimports.com/roy_lichtenstein_gallery_19.html&docid=yUDIxwdmXaBaQM&imgurl=http://www.leninimports.com/roy_lichtenstein_gallery_19.jpg&w=748&h=626&ei=5Vx0T4fhLuvP4QS8q4W6Dg&zoom=1&iact=hc&vpx=111&vpy=140&dur=1355&hovh=205&hovw=245&tx=150&ty=143&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=122&tbnw=146&start=0&ndsp=21&ved=1t:429,r:0,s:0

Příloha M - *SOFT BATHTUB*



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=claes+oldenburg+soft+bathtub&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbm=isch&tbnid=XXKRiLyHhk73MM:&imgrefurl=http://www.robertmartin.biz/sculptors/claes_oldenburg.html&docid=eOZ0__kaVU2hTM&imgurl=http://www.robertmartin.biz/sculptors/claes_oldenburg_files/Soft_Bathtub.jpg&w=522&h=696&ei=P110T5z1G6HE4gSastC9Dg&zoom=1&iact=hc&vpx=457&vpy=118&dur=298&hovh=259&hovw=194&tx=117&ty=139&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=136&tbnw=104&start=0&ndsp=26&ved=1t:429,r:3,s:0

Příloha N - *GIANT FAGENDS*



Zdroj:<http://www.google.cz/imgres?q=claes+oldenburg+giant+fagends&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbm=isch&tbnid=FK5t8e1BAzmWJM:&imgrefurl=http://aibartincontext.wordpress.com/2009/05/18/going-softly-into-a-parallel-universe-nyt/&docid=NWSSVWPtaRGNM&imgurl=http://graphics8.nytimes.com/images/2009/05/07/arts/28056597.JPG&w=600&h=442&ei=p110T8KHE4XQ4QSrq6iKDg&zoom=1&iact=hc&vpx=583&vpy=37&dur=293&hovh=120&hovw=145&tx=115&ty=77&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=120&tbnw=145&start=0&ndsp=21&ved=1t:429,r:3,s:0>

Příloha O - UNTITLED (JOAN CRAWFORD SAYS...)



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=james+rosenquist+untitled+%28joan+crawford+says+...%29&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=YsealRQyM53e_M:&imgrefurl=http://www.museenkoeln.de/museum-ludwig/default.asp%3Fs%3D1839&docid=ZaVLam8X1HKUqM&imgurl=http://www.museenkoeln.de/_medien/mlk/Rosenquist_James.jpg&w=500&h=593&ei=ll50T5HiEOSL4gSOw8m7Dg&zoom=1&iact=hc&vpx=122&vpy=250&dur=1252&hovh=245&hovw=206&tx=109&ty=203&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=125&tbnw=129&start=0&ndsp=25&ved=1t:429,r:17,s:0

Příloha P - I LOVE YOU WITH MY FORD



Zdroj:http://www.google.cz/imgres?q=james+rosenquist+i+love+you+with+my+ford&hl=cs&biw=1366&bih=608&tbn=isch&tbnid=tscydTNJ71VZrM:&imgrefurl=http://www.bobedwardsradio.com/blog/2010/1/16/james-rosenquist.html&docid=pHUaWebGRMkdIM&imgurl=http://www.bobedwardsradio.com/storage/rosenquist%2525201.JPG%253F__SQUARESPACE_CACHEVERSION%253D1263432702836&w=3023&h=2676&ei=7150T5vklAKO4gT34KS3Dg&zoom=1&iact=hc&vpx=578&vpy=135&dur=2589&hovh=211&hovw=239&tx=160&ty=102&sig=109526496471465837441&page=1&tbnh=123&tbnw=146&start=0&ndsp=21&ved=1t:429,r:3,s:0

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Karolína Rejlková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Pop Art a vizuální struktura současného západního světa

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 52

Celkový počet stran příloh: 8

Počet titulů české literatury a pramenů: 4

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 23

Počet internetových zdrojů: 0

Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová