

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE  
**FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA**

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média  
Audiovizuální studia

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**SPEKULATIVNÍ KORPORATIVISMUS**  
**Korporátní estetika jako součást postinternetového umění**

**Bc. Daniel Burda**

Vedoucí práce: Mgr. Pavol Fabuš

Oponent práce: Doc. PhDr. Ladislav Šerý

Datum obhajoby: 11.9.2019

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Praha, 2019

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE  
**FILM AND TV SCHOOL**

Film, Television, Photography, and New Media  
Audiovisual studies

**BACHELOR'S THESIS**

**SPECULATIVE CORPORATISM**  
**Corporate esthetics in postinternet art**

**Bc. Daniel Burda**

Thesis advisor: Mgr. Pavol Fabuš

Examiner: Doc. PhDr. Ladislav Šerý

Date of thesis defense: 11.9.2019

Academic title granted: BcA.

Prague, 2019

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma **Spekulativní korporativismus** vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne .....

.....

podpis diplomanta

## Upozornění

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy tj. souhlasu autora a AMU v Praze.



## Abstrakt

Tato práce konstruuje pojem *spekulativní korporativismus*. Chápe jej jako specifickou tendenci uvnitř postinternetového umění v kontextu současných filozofických teorií a uspořádání globální socio-politické situace. Tvrdím, že spekulativní korporativismus existuje jako pokračovatel kritického umění v rámci aktuální postinternetové materiality a technologických inovací přístupných širokému tvůrčímu publiku. Prohlubuje se tak trend, který započal se vznikem Webu 2.0, kdy umělci již neprezentují své osobnosti jako značky, ale imitují mediální strategie komerčních projektů a staví se na jejich úroveň. Předkládám přehled děl, která považuji za signifikantní reprezentanty těchto tendencí a následně z nich extrahuji základní stylistické parametry. Díla spekulativního korporativismu se nacházejí uvnitř virtuálního trojúhelníku mezi postinternetovým uměním, zbožní estetikou a kritickým aktivismem.

## Abstract

This thesis postulates the term *speculative corporatism*. It comes as specific trend among postinternet art in context of the contemporary philosophical theories and the state of geo-political governance. I claim that speculative corporatism exist as the successor of the critical art modified by the current postinternet materiality and technological innovations accessible to broad public. We observe intensification of the *artist-as-brand trend*, brought up by the introduction of the Web 2.0. The artist no longer create their brands yet they are mimicking the commercial project distribution strategies and becoming *artist-as-corporation*. I analyze the group of artworks that best represent the trend and extract from the artworks the essential stylistic parameters. The works of speculative corporatism are found within the boundaries of postinternet art, commodity esthetics and critical activism.

## **Obsah**

Úvod	8
Kapitola první: Spekulativní korporativismus jako východisko postinternetového umění	10
Kapitola druhá: Korporátní strategie a jejich přejímání v umělecké praxi - na příkladech tvorby umělců	14
Kapitola třetí: Podmínky existence	21
Závěr	26
Seznam literatury	28
Seznam uměleckých děl v této práci	30
Obrazová příloha	31

“Prvotní motivací pro vznik výstavy bylo ukázat vývoj na poli umění, aby reflektoval technologické proměny a využívání naprosto odlišné estetiky, která se zaměřuje na internetovou kulturu a korporátní estetiku.”

Susanne Pfeffer, interview v časopise 032c

## Úvod

Současné výtvarné umění prožívá rozmach specifických tendencí, které se obecně označují jako postinternetové umění. Za počátek těchto tendencí můžeme považovat dvě zásadní události roku 2013 – bienále v Benátkách a výstavu "Speculations on anonymous materials" ve Fredericianu v německém Kaselu. Cílem této práce je představit specifickou podkategorii výše zmíněných tendencí, které dále označuji jako spekulativní korporativismus (*speculative corporatism*)<sup>1</sup>. Toto označení bere v potaz spekulativní povahu reality a nové vztahování se k materiálu a objektům, které komentují vize jednotlivých umělců. Korporátní povahu děl pak zastupuje faktor přeznačování (*resignification*) a napodobování distribučních strategií, které k propagování svých produktů používají marketingová oddělení korporátních subjektů nebo vizionářských startupů. Korporátní estetiku představuje použití vícevrstvé vizuální identity, přítomnost značek, log (viz Obrazová příloha) a faviconů nebo povrchní reklamní obrazotvornost. Na příkladech tvorby umělců budu prezentovat, že lze pozorovat provázanost uměleckých vizí současného umění a strategií korporátní distribuce a vizuality. A dále jak se takové praktiky mohou uplatnit jako kritická reflexe a co jsou podmínky nutné k jejich existenci.

Technologický pokrok dal vzniknout specifickému mediálně-informačnímu prostředí, které se vyvinulo během druhé poloviny 20. století. Ten byl ještě urychlen příchodem sdílených ekonomik a rozvojem globálních značek (*brands*), které někdy přerůstají v mezinárodní fenomény často již neasociované s původním produktem, ale s životním stylem. De facto zacházejí tak daleko, že formují vlastní prožívání reality (*platforms*)<sup>2</sup>. Tvrdím, že existuje asociativní spojení mezi způsobem, jakým se prezentují objekty v rámci prostoru bílé kostky, čistého prostoru galerie a showroomu nejnovějšího produktu z dílny designové produkce světových značek typu Apple nebo Louis Vuitton. Takové propojení je logickým výsledkem napodobování, které vede diváky k přesvědčení, že jejich "dívání se" na objekty v galerii je stejně problematické jako jejich touha po získání nových spotřebitelských statků. Zároveň je takové spojení reciproční povahy, umělci se na jedné straně vyjadřují jazykem komerčních subjektů, ale také jsou finančně závislí na komodifikaci svých děl.

---

1 Označuji dále jako s.k.

2 Tímto termínem označuje takové fenomény Benajmin BRATTON v knize „The Stack: On Software and Sovereignty” Cambridge: MIT Press, 2015



V následujících kapitolách nejprve rozebírám z čeho se s.k. jako umělecký podobor odvozuje, v kontextu moderního výtvarného umění a současných teorií o poznání. Dále jednotlivě rozebírám samotné pozadí pojmu, který se odvozuje od spekulativního realismu a umění kritického vůči neoliberálnímu ekonomickému systému. Ve druhé kapitole jsou představeny významná umělecká díla, na kterých lze dobře definovat jednotlivé parametry, které by měla díla s.k. splňovat. A v poslední kapitole vytvářím teoretický diskurz, kterým lze parametrizovat a následně testovat přítomnost děl s.k. Tento teoretický diskurz se skládá ze tří podmínek, které musí dílo s.k. splnit. Nakonec analyzuji funkčnost takového přístupu a možnou modulaci teoretického pojmu umělec jako značka na alternativní pojem umělec jako korporace.

## Kapitola první: Spekulativní korporativismus jako východisko postinternetového umění

Transformaci moderního výtvarného umění je třeba zkoumat jako důsledek několika tendencí, z nichž nejvíce patrná je *změna technologická*. Technologické inovace, především z období 80. a 90.let, jsou považovány za příčinu vzniku tzv. „nových médií“, neboli nových formálních funkcí, možností a standardů, které umožnily alternativním způsobem vytvářet, modulovat nebo reprodukovat data a informace<sup>3</sup>. Tyto nové cesty, po kterých se šíří informace, změnily i způsob, jakým jsou informace chápány (nové použití formule informační společnost). Manovich tvrdí, že se vznikem počítače a jeho stále hlubším pronikáním do oblasti kulturní produkce, vzniká nový, dosud neexistující prostor tzv. kulturního rozhraní (Manovich, 2018). Novomediální umělec funguje na novém principu interakce mezi uměleckým dílem, divákem a prostředím, ve kterém je dílo konzumováno. Manovich tvrdí, že s technologickým pokrokem se otevírá formální potencialita uměleckých děl až do té míry, že lze regulérně diskutovat, jestli je obsah díla závislý na své formě. Nově vzniklé kulturní rozhraní umělec-rozhraní (interface počítače) se stalo daleko více flexibilní co se týče provázanosti formy jako funkce obsahu. V prostředí konzervativních akademických disciplín (malířství, sochařství) existují formální omezení, které neumožňují prolnutí všech myslitelných obsahů do daného média. Na druhé straně, novomediální umění je formálně otevřené a modulární vůči různým druhům obsahu. Daná vlastnost je důsledkem digitalizace informačního obsahu, se kterým lze snáze manipulovat a který prostupuje univerzálně skrz všechna myslitelná zobrazovací, textová nebo zvuková zařízení. Nová perspektiva postinternetového umění (které je odvozené z novomediálního) pak odhalila, že tato formální modularita vzdálila některá umělecká díla diváckému chápání do té míry, že začalo být obtížně rozlišitelné od jiných objektů. Příkladem může být tvorba webového obsahu běžnými uživateli nebo i samotné pojetí prezentace díla v galerii nebo veřejném prostoru.

Vznik nových médií vytvořil prostor pro nový kritický diskurz, který se vyjadřuje k problému komunikace uvnitř vzniklých informačních vazeb. Tyto měly za následek období fetišizace „starých“ mediálních forem typu analogového

---

3 Nepřevzatá definice

filmů nebo VHS kazet. Teoretička Claire Bishop postuluje, že nová média nejsou z podstaty nová pouze z toho důvodu, že ve výrobním procesu využívají nové technologické zdroje, čímž jen naplňují technologické možnosti zařízení (Bishop, 2012). Nejsou inovativní natolik, aby se „konfrontovala s myšlenkou toho, co ve skutečnosti znamená myslet, vidět a projevovat své emoce ve světě digitálním“. Nutno ještě dodat, že tento článek započal období teoretických disputací právě nad tématem, jaké výpovědi jsou novomediální umělecká díla schopna, což nutně ovlivnilo teoretickou definici pojmu postinternet (Kořínek, 2018).

Druhým předpokladem byla reakce uměleckého světa na tzv. spekulativní obrat ve filosofii. (Likavčan eds. 2018) Aplikace spekulativního obratu jako kritická reflexe umění, je zaměřená na zkoumání současných esteticko-kritických teorií. Tyto teorie byly představeny například ve sborníku „Realism, Materialism, Art“. Komplikovaná filozofická perspektiva těchto teorií neumožňuje umělcům reflektovat je ve svých uměleckých dílech bez nutného zjednodušení. Stejně tak existuje vědecká opozice, která propojení umění s teoriemi nového materialismu kritizuje (Hříbek, 2016). Pro pochopení pojmu s.k. je vhodnější zkoumat problematiku nových filozofií z pohledu uměleckých institucí a to, jakým způsobem se jejich vliv uplatňuje na obsahu nebo formě uměleckých děl. Jestliže je současná umělecká kritika zaujatá problematikou toho, jak velmi spolu souvisí nové filozofické názory na poli zkoumání světa (spekulativní obrat, akcelerationismus, objektivně orientovaná ontologie, Mortonovy hyperobjekty, kapitalismus platform) a reprezentace takového myšlení v rámci uměleckých děl, pak nutně docházíme k osobním preferencím kurátorů nebo teoretiků. Susanne Pfeffer tvrdí, že spojnice mezi uměleckými díly a novým filozofickým diskurzem je patrná, pro jiné je taková asociace diskutabilní (Magid, 2016). Pro některé teoretiky spojení „umění spekulativního myšlení“ nebo „umění období platform“ ani žádná další taková variace nebude dávat smysl. Ostatně někteří mají problém s uznáním formulace postinternetové umění (Bishop, Steyerl, 2013). Nicméně přelomová výstava z roku 2013 „*Speculations on anonymous materials*“ je chápána jako představení nového uměleckého diskurzu, který minimálně odkazuje na vize a perspektivy spekulativního obratu nebo jednotlivých filozofů spadajících pod tento myšlenkový proud. Za všechny lze zmínit případ umělce Timura Si-Quina, který považuje filozofie M. DeLandy za svůj inspirační zdroj.

---

Spekulativní korporativismus je z mého pohledu vůči kritice souvislosti se spekulativním obratem robustní. Spekulativní není pouze jako odvozenina z výše zmíněné filozofie (což by bylo pouze rétorické cvičení), ale díla jsou nutně spekulativní v původním slova smyslu, to znamená, že jejich obsah spekuluje (pochybuje, uvažuje v různých perspektivách) o své vlastní povaze nebo se o to do velké míry snaží<sup>4</sup>. Tyto spekulativní taktiky se označují jako přeznačování nebo subverzivní afirmace (Magid). Spekulativní realismus, jímž se celý korpus názorů často zastřešuje, především mění perspektivu zkoumání světa směrem k objektům. Díla s.k. s ním mají společný kritický pohled na globální sociálně-politické prostředí, které vytěžuje lidské i přírodní zdroje a mění tak perspektivu vývoje života na zemi v perspektivu světa bez lidí (Mortonův konec světa).

Spekulativní povahu děl s.k. je ještě třeba rozlišit v rámci diskurzu děl současného umění jako celku. Taktika přeznačení nemusí souviset pouze s kritickou funkcí vůči komerčním subjektům, můžeme se s ní setkat i v jiných podobách. Například praktiky umělecké skupiny *Demystification committee* lze považovat za spekulativní, pokud ji budeme posuzovat podle vztahování se vůči různým nadnárodním institucím, se kterými ve svých performativních akcích pracují – komunikace s mezinárodní investiční bankou je nutně performativní a umělci tedy evidentně spekulují o povaze svých vlastních schopností být důvěryhodným (solventním) žadatelem o půjčku z pozice vyššího než retailového žadatele<sup>5</sup>. Taktika subverzivní afirmace je důvěrně známým formátem, který již dlouho před rokem 2013 aplikovali umělci na svůj vztah k mezinárodním institucím, například akce skupiny Yes Men (Arns & Sasse, 2006). Přeznačení ani subverzivní afirmace tedy není postačující podmínkou existence s.k. děl<sup>6</sup>. Důležité je také oddělit snahy o primární kritiku takové instituce pomocí umělecké reprezentace a o co nejhlubší proniknutí do korporátní administrativy, která dává větší manévrovací prostor. Například Hito Steyerl, která umísťuje do svých videí reference na zbrojařské firmy („This is the future“) pravděpodobně podstupuje hluboký výzkum na dané téma, možná se i s danou společností konfrontuje, ale není to vůbec obsahem díla, pouze slouží jako jeden z dílů mozaiky finálního materiálu, v tomto případě videa, ve kterém jsou počítačové simulace, 3D efekty, nebo ambientní hudba. Naproti tomu logický formát díla korporátní

---

4 Více ve 3. kapitole

5 Demystification Committee – The Offshore Investigation Vehicle

6 Tyto podmínky budou detailně analyzovány po přehledu děl v 2.kapitole

konfrontace typu Demystification committee nebo Yes Men je především precizní dokumentace jejich konání – sběr úředních listin, dokumentace činnosti, záznam komunikace s institucí atd. Podobného kritického diskurzu tak lze dosáhnout pomocí různých formálních perspektiv. Rozdílnost zmíněných přístupů vůči dílům s. k. je především ve způsobu konfrontace, míře agresivity a napodobování. Důležitá je skutečnost, že je třeba chápat spekulativní korporativismus jako globální fenomén, právě podkategorický současnému modernímu umění, protože si z postinternetového umění vypůjčuje náklonost ke zbožní estetice a kritické zaměření svých předchůdců zase z děl *Tactical media* nebo aktivistických performancí. Spekulativní korporativismus vychází z předpokladu, že pokud se umělci začínají stále častěji vyjadřovat komerčním jazykem nebo napodobují korporátní (zbožní) estetiku, pak lze z takového množství děl vypreparovat jednotlivá formální pravidla, která mohou definovat nový umělecký druh. Tato estetika, která existovala a existovat bude, se vyskytuje právě v období zjitřených uvažování o povaze vztahu subjektů a objektů v současném světě. Proto lze usuzovat, že forma této znovuobjevené kritiky bude v hávu postinternetových materiálů a avatarů vypadat specificky jinak než její předchozí mutace.

## Kapitola druhá: Korporátní strategie a jejich přejímání v umělecké praxi - na příkladech tvorby umělců

O postinternetovém umění lze konstatovat, že reflektuje situaci globálních korporací, aropriuje jejich vizuální prezentaci, snaží se předat zprávu o ideálním světě, představuje umělecké dílo v prostoru, který je více showroomem, kde diváka na recepci očekává kustod s platebním terminálem, aby vám okamžitě pomohl získat kýžený produkt. Do velké míry takové bylo prostředí výstavních prostor berlínského Bienále roku 2016, kurátorované kolektivem DIS<sup>7</sup>. Pro specifikaci toho, co je spekulativní korporativismus tak nelze do výčtu uměleckých děl nezahrnout kazuistiky děl, které zde byly vystavovány. Jedním z nich byl i projekt *New Eelam* od autora Christophera Kulendrana Thomase. *New Eelam* je multimediální vícevrstevnaté dílo. Bylo vystavené v několika světových institucích, jmenovitě Institute of Modern Art v Brisbane, Spike Island v Bristolu, Tensta Konsthall ve Stockholmu a kromě zmíněného Berlína i na Gwangju Biennale, můžeme ho tedy zařadit do kategorie děl populárních na světové úrovni. Dílo překračuje hranice uměleckého objektu v galerii, jelikož kromě formálních rovin (multimediální dílo zahrnující HD video, instalaci nábytku, zařízení pro pěstování rostlin, logotypu, lightboxové fotografie a přidružené umělecké předměty autentických umělců z oblasti Srí Lanky) obsahuje i přesah ve formě prezentace reálného start-up a de facto časové a prostorové neohraničenosti, vyplývající z povahy ideového konceptu (Ugelvig, 2016).

*New Eelam* odkazuje svůj název od státního útvaru, který vycházel ze snahy Srílanských Tamilů o vytvoření rovnostářského státu. Snaha Tamilů byla krvavě potlačena, ale myšlenky rovné společnosti, nutně vycházející již z marxismu, jsou základním mottem celého díla. Ve 14ti minutovém videu se mluví nejen o genezi Tamilského státu a jeho neúspěchu, ale především o implikacích takového snažení ve světě zrychlujících technologických inovací. Stále provázanější ekonomika a nové startupy, jejichž cílem je přinést co nejvíce lidem plody hospodářství, symbolizuje zprvu nadějná společnost Amazon, o které je ve videu zmínka. Hlavní důraz je kladen na pojmy jako „globální občanství“ a „tekuté vlastnictví“, jak laskavý voiceover vypráví

---

7 <http://bb9.berlinbiennale.de/>, (citovano 20.8.2019)

divákovi. Jestliže technologie sdílení a univerzálně přístupných dat umožňuje lidem sdílet svoje znalosti a statky, pak je zároveň třeba diskutovat nad pojmy jako národní státy nebo soukromé vlastnictví. *New Eelam* prezentuje vizi streamovaného domova, pravého globálního občanství. Nabízená subskripce do systému opravňuje potenciální uživatele k přístupu k celému portfoliu společnosti a majetků ostatních členů. Vytváří globální komunitu uživatelů, kteří se pohybují mezi jednotlivými nemovitostmi na prestižních adresách po světových metropolích, využívají sdílená auta, společně pracují (coworking) a navzájem se inspirují. Dílo také spekuluje o roli domova v neoliberalní ekonomice. Moderní společnost přesunula pracovní povinnosti z kanceláří do obydlení takovým způsobem, že noví světoví občané ani kanceláře nepotřebují, stačí jim tyto streamovatelné domovy. Nikde není řečeno, kolik taková subskripce stojí, z jakého zdroje pochází počáteční investice do nemovitostí, jak funguje systém sdílení bytů, kdo komu dává přednost, jak dlouho smí v bytě zůstat, o žádných konsekvencích nebo omezeních se nemluví. Nabíledni je také otázka po smysluplnosti a realizovatelnosti takového projektu. *New Eelam* se vzhlíží ve vzestupu internetového gigantu jako je Amazon, zároveň si nelze nepovšimnout jeho spojitosti s poskytovateli p2p ubytování typu Airbnb. Můžeme oprávněně diskutovat nad nedomyšlenými důsledky činnosti takových startupů, v době, kdy jsou výše zmíněné společnosti terčem kritiky, protože sociální nerovnosti více způsobují, než omezují. Samozřejmě, že vize neblahých konsekvencí není součástí díla, ta je ponechána na interpretaci pozorovatele. *New Eelam* zachází skutečně daleko a jeho tvůrce Christopher K. Thomas zaregistroval tento projekt jako obchodní společnost. Vytvořil instalační korpus, který si pohrává s estetikou ideálního domova plného dobře zalévaných rostlin a útulných posezení, ale zároveň neudělal poslední krok, nevstoupil se svým kapitálem nebo kapitálem investorů na trh a nezačal takový projekt realizovat. Soudím, že takový postup ani umělci nepřísluší, ale veškeré myslitelné kroky, až do stavu prodávání podílu v stále ještě nerealizovaném projektu, dle mého soudu ano.

V rámci bienále v Berlíně roku 2016 lze vysledovat mnoho případů korporátní estetiky. Níže analyzuji dílo, které představuje příklad toho, jak se s korporátní estetikou konfrontovat bez nutnosti konstrukce vlastní značky.

---

Simon Denny a Linda Katchev a jejich dílo *Blockchain visionaries* představuje aluzi na korporátní showroom, jako by z oka vypadl prezentaci v rámci festivalu technologických inovací. *Blockchain visionaries* představují tři odlišná kryptoměnová stanoviště pro tři různé charakterové typy investorů –bankéř konzervativních měn, bitcoinový hipster a geekovské alternativní ethereum. V instalaci je kladen důraz na materiály a ladění jednotlivých instalačních prvků tak, aby odpovídaly třem charakterovým typům; všechny využívají důvěrně známé materiály z prostředí konferencí, bank nebo moderních open space kanceláří. Konfrontace tří investičních derivátů však dohromady hovoří stejným jazykem vize lépe fungujících finančních toků. *Blockchain visionaries* promlouvají o futuristické vizi nových monetárních systémů. Nelze v tomto díle nepostřehnout snahu o povrchní adoraci, která ovšem v pozadí skrývá potenciální subverzivní vizi světa, který vzniká pomocí jiného typu platidla. Až potud je zaměření díla ve srovnání s *New Eelam* na stejné úrovni. Považuji však za problematickou skutečnost, že *Blockchain visionaries* operuje s již známými značkami. Pokud tedy spekulativně konfrontuje brand, nemůže přímo citovat skutečnou entitu. Dílo je asociována s reálně obchodovatelným produktem, který ovšem není designován ani jedním z tvůrců, přestože lze spekulovat o podobě autorství v případě decentralizovaných měn, které de facto nemají stvořitele, pouze komunitu, která píše a vylepšuje protokol a práva uživatelů. *Blockchain visionaries* operují s obecnými formulacemi o inovativních monetárních produktech, které jsou známé. Kdyby v tomto případě vytvářeli vlastní kryptoměnu a vizi jejího vývoje, pak by se dalo hovořit o spekulativním korporativismu. Umělecká invence a vytvoření vlastní entity, i když podle předobrazu, je dle mého názoru solidnější základna pro s. k. dílo, které preferuje vlastní „invence“ na místo pouhé „propagace“.

*„Nesledujete instruktážní video specifického typu jógy, ale umělecký projekt (...). Spiritual Fitness je sadou videí, objektů a performancí zabalených do korporátně sektářského designu (...).“<sup>8</sup>* Nedostupnost bydlení je jen jedním střípkem z mozaiky společenských problémů. Další dílo se věnuje stále se rozšiřujícímu fenoménu trénování schopností prožívání emocí a řízenému ovlivňování ostatních pomocí neverbální komunikace. *Spiritual Fitness* je

---

<sup>8</sup> Televizní reportáž pořadu ArtMix. "Nová média pro novou generaci." Vysílání: 16.5. 2017, Dostupné na adrese: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10123096165-artmix/217562229000005/obsah/544375-spiritualni-cviceni-jakuba-jansy> (citováno 20.8. 2019 )



projekt českého umělce Jakuba Jansy. Vyjadřuje se v něm velmi neotřelým jazykem k výše zmíněné problematice, ale zároveň je pro diváka velmi složité prohlédnout, do jaké míry se jedná o parodii a do jaké míry může Jansův produkt skutečně způsobit myšlenkovou očistu. Jansa tvrdí, že se inspiroval u scientologů. Kromě sady objektů se stal součástí projektu i malý plastový box, ve kterém lze jako v kapsli uchovávat veškeré datové materiály k projektu, včetně přístupu k placenému webovému obsahu. Kapsle je součástí merchandisingu a byla dostupná ke koupi během prezentace projektu například na PAFu Olomouc 2016. Vizualní stránce díla dominují dvě pastelově syté barvy, modrá a oranžová, velké airbrushové tisky na kterých jsou tváře „avatarů“, série čtyř výukových videí, ve kterých jsou vysvětlována schémata této mentální jógy nebo základní pilíře celého cvičení jako je „magic touch“ nebo „elevator“. Principem díla je tedy znejistění diváka do té míry, že lze obtížně rozlišit, jaké pozadí se za produktem skrývá. Diváci se v rámci otevřených performancí v rámci festivalu mohli zúčastnit předcvičovaných lekcí, které byly simulovány ve výukových videích. Jansa tedy konstruuje svojí vlastní značku (nutno podotknout, že YouTube videí, které amatérským způsobem představují variantu na stejně pojmenovaný koncept, je nepřeborné množství), již se stává mluvčím, vystupuje jako hlavní tvář celého konceptu, nechává svou tvář reprodukovat a umísťuje ji i na přebal kapsle, čímž svojí tvář potenciálně rozmnožuje i do soukromých prostorů kupujících diváků.

Dalším z děl, jež apropriuje komerční obrazotvornost a dává jí nové neotřelé sdělení je spiritualistický korpus děl, nesoucí více názvů, ale z většiny obrandovaných logem a názvem *New Peace*, za kterým stojí umělec Timur Si-Quin. Nazývám dílo korpusem, protože se v galeriích a na internetu objevuje v několika názvech („A place like this“, „Mirrorscape“, „New Peace“, „A reflected landscape“, „Monument to exaptation“, „Recent horizons“) podle toho, v jaké formální mutaci ho sledujeme. V konečném důsledku všechny tyto variace pracují s jednotícím motivem loga nebo komerčního označení, které se objevuje jak ve videích, tak v instalacích. Zjednodušeně můžeme *New Peace* chápat jako vizi virtuálního světa, který je zároveň reklamou nebo prezentací principu víry v tento svět se vším, co taková forma imaginace vyžaduje - od specificky znějících proklamací, textu manifestu

---

(nazvaný protokolem) vizí budoucnosti formovanou především vizualitou materiálů a krajiny, která je prezentována v rámci galerie nebo i jako virtuální procházka takovou krajinou. Sám umělec dílo označuje jako „spekulativní víru budoucnosti“ nebo jako „materialistický kult“<sup>9</sup>. Tato velice abstraktní myšlenka se převtěljuje do podoby používání velmi technologicky pokročilých metod – počítačem vytvořené prostředí, které se odvozuje i od reálných skenů nebo virtuální krajina vytvořená umělcem, „dokonale“ kulaté logo nápadně připomínající znak taoismu a nakonec materiálové instalace, jako umělé „zahrádky“ s pískem a kameny, sochařské konstrukce a zavěšené obrazy s ledkovými páskami. Více než samotnou podstatu takové víry konstruuje umělec Si-Quin veškeré aspekty, které souvisí s propagací takového konceptu. Vytváří zvláštní estetiku, jejíž principy neustále opakuje tak, jak výstava putuje světem. Objekty se alternují, získávají jiné kontexty podle toho, kde se vystavují, ale jádro zůstává vždy stejné. Zprostředkovává divákovi nepříliš známé vize, které jsou ale zjednodušené a sjednocené komerčním motivem loga nebo názvem. Přestože je tento spirituální koncept obtížně čitelný pro jednotlivé diváky, vyzdvihují trvalou práci s vytvářením estetiky celého konceptu, který neustále vykresluje jinou časovou perspektivu a vyznívá velmi přesvědčivým dojmem, i když dílo na první pohled postrádá participativní složku. Timur Si-Quin významně podporuje propojení nových filozofických proudů s uměleckými díly, protože jeho projekt velice dobře balancuje na hraně vytváření výrazné estetiky ve spojitosti s obtížně pochopitelným až abstraktním typem obsahu, který proklamuje typicky filozofická hesla jako slogan „nového protokolu“: „Radical Immanence, Infinite Difference.“<sup>10</sup>.

V roce 2016 proběhla v londýnské galerii Carroll Fletcher výstava s názvem Neoliberal Lulz, na které vystavoval například známý umělec Constant Dullaart<sup>11</sup>. Výstava se soustředila na analyzování chování korporací a jejich mediálních strategií.

*S každým dalším zpomalením hospodářského růstu nebo recesí je stále více patrné, že pouze nepatrná hrstka investičních bank a korporací ovládá životy mnoha jednotlivců. Neoliberal Lulz takové vztahy odhaluje a pětice umělců se vypořádává s těmito skrytými vazbami, přisvojuje si tyto korporátní strategie a dovádí jejich možnosti až na samou hranici.*

---

<sup>9</sup> Rozhovor pro Schirn Kunsthalle Frankfurt, dostupný na adrese <https://youtu.be/mj4KmdshCmw>, (citováno 20.8.2019)

<sup>10</sup> Protokol ke stažení na stránce: <http://newpeace.faiih/>

<sup>11</sup> Neoliberal Lulz, 12.2. - 2.4. 2016, katalog dostupný na adrese <https://www.carrollfletcher.com/exhibitions/50/overview/>, (citováno 20.8.2019)

Kromě děl, které se věnovaly praktikám investičních bankéřů, vysokorychlostnímu tradingu nebo vytváření paralelních hardware řešení (která fungují méně omezeně než běžně dostupná zařízení), bych chtěl vyzdvihnout jedno dílo - „Jennifer Lyn Morone inc.“. Jedná se o praktickou ukázkou aplikace konceptu umělec jako značka dovedeno ad absurdum (Chan, 2014). Umělkyně si založila obchodní společnost, jejímž cílem je obchodovat svoje veškerá osobní data, která jsou potenciálně zpeněžitelná. Nabízí divákům-investorům možnost zakoupit si balíček svých osobních dat podle přání a finančních možností investora. Zachází tak daleko, že nabízí možnost kupní opce na své orgány i plnou kontrolu nad jednotlivými prvky své osobnosti, pokud s tím budou souhlasit ostatní majitelé podílů. Gró celého díla však nespočívá v dovedení fikce až na hranu snesitelnosti, vzhledem k tomu, že z prvotního shlédnutí lze pochopit, že se o uměleckou fikci skutečně jedná. Morone se totiž diváky v první řadě snaží zahltit informacemi, jaké všechny parametry lidského těla a jeho osobnosti jsou zpeněžitelné nebo vůbec převoditelné na data. Hlavním smyslem není znejistění diváka, ale jedná se spíše o zevrubnou dokumentaci potenciálních hrozeb plynoucích ze stále hlubšího pronikání informačních společností lidskou bytostí, během které umělkyně předstírá, že disponuje prostředky a svolením takto legálně obchodovat (subverzivní afirmace). Nejde jen o data, která člověk generuje, ale také jaké v sobě tělo skrývá materiální možnosti, tzn. nejen potenciální práce, kterou může vykonat, ale i jaké množství minerálů obsahuje jeho tělo nebo jestli lze zpeněžit jeho orgány. Taková komodifikace lidského těla a osobnosti od hodnoty a nákladů na vzdělání až po číslo občanského průkazu je reflexí technologického rozvoje ve světě neetického kapitalistického trhu. Zásadní je, že umělkyně vstupuje na trh a registruje se jako regulérní obchodní jednotka, přičemž nevysvětluje racionální důvod k obchodování těchto statků. Společnost, která takové obchodování akceptuje, nemůže existovat jinak, než skrze spekulativní imaginaci. Takové obchodování by mělo být považováno za nelegální, což si jistě kupující diváci uvědomují. Hlavním přínosem díla je tak nová perspektiva komodifikace umění, respektive obchodování s daty lidského jedince, což vykazuje zajímavou kontroverzi mezi konceptem toho, jak umělci konstruují sami sebe jako značku (*artist-as-brand*) a tím, co je trh s uměleckými díly. Zvláště v porovnání se systémem globálního kapitálového trhu, kde se tato díla nabízejí k prodeji.

---

Přehled takto shrnutých děl generuje určité příbuzné rysy, ať už v rovině způsobu dekonstrukce reality, znejistění diváka, využívání komerčních a jim podobných sloganů nebo společensko-kritických rysů. Žádné z představených uměleckých děl není pro mě ideálním reprezentantem díla spekulativního korporativismu, ale považuji za důležité přehledně je vedle sebe uvést a v další kapitole se pokusím sjednotit a zestručnit to, co je podstatou takového uměleckého směřování v ideálním případě. Ideální model se bude od jednotlivých realizací lišit v jednotlivostech podle toho, které umělecké dílo budeme volit jako srovnání, což však netvoří překážku, protože realita tvorby vždy obrušuje hrany toho, co je ideální.

## Kapitola třetí: Podmínky existence

V minulé kapitole jsem představil výběr několika děl, která obsahují společné stylistické tendence, které považuji za typické pro díla spekulativního korporativismu. Jestliže tvrdím, že existuje stylistická (pod)kategorie uměleckého stylu, pak jednotlivé podmínky pro existenci takového stylu jsou dle mého názoru tyto:

1. Estetická podmínka: Umělecké dílo s.k. je součástí většího celku současného výtvarného umění, pro které se vžilo označení postinternetové, splňuje jeho základní estetické rysy a je součástí jeho formálních institucí (festivaly, webové stránky, galerie).

Takovou podmínku lze teoreticky považovat za redundantní. Jedním z důvodů může být obtížně definovatelný samotný pojem „postinternetové umění“ a jeho estetika. Do velké míry lze pozorovat jednotný styl velkého množství umělců, jejichž díla se prezentují v rámci globálních institucí a jejich relativní trvanlivost a setrvačnost ve veřejném prostoru (především na internetu) – například web DIS.art se transformoval v streamovací službu současného audiovizuálního umění; umělci Ed Atkins, Ian Cheng, Jon Rafman nebo Hito Steyerl vystavují v rámci benátského Bienále 2019. Ovšem samotní „otcové zakladatelé“, tedy umělci a kurátoři se zdráhají používat označení postinternet, což může vybízet k polemice o tom, čeho je s.k. podkategorií. Přesto však tvrdím, že díla uvedená ve druhé kapitole se ke stylu postinternetového umění bez výjimky řadí. Sdílejí s ním mnoho formálních rysů - ať jde o využívání technologií skenování objektů, využívání počítačem vytvořených dat, pokročilé grafické rozhraní a především používání moderní korporátní estetiky, tedy určitá reflexe toho, jak se změnila kultura po nástupu a masovém rozšíření Webu 2.0. Tato korporátní estetika přítomná v umění konstantně během velké části 20.století je tu přítomná ve specifickém mixu, dosud neviděném, především právě díky uživatelské dostupnosti různých druhů aplikací nebo technologií. Estetická podmínka je nutná, ale ne postačující, jelikož pouhá vizualita kulturního prostředí ve věku sociálních sítí je dynamická. Tato estetika prochází změnami

---

tak, jak se proměňuje vztah masového publika v závislosti na nových trendech nebo vzorcích chování.

2. Podmínka kritičnosti: Umělecké dílo s.k. apropriuje mediální strategie korporátních subjektů, které přeznačuje a kriticky modifikuje.

Pro díla je společný rys napodobování (přeznačování, subverzivní afirmace), což je vyjádřením politického postoje, jež vyjadřují umělci, kteří se staví kriticky ke specifickým rysům neoliberálního kapitalismu po globální hospodářské krizi let 2008 a 2009. Tato podmínka je důležitá, jelikož odlišuje díla umělců od jimiž přeznačených produktů nebo konceptů. Kritika velkých nadnárodních řetězců nebo korporací není hrou dvou stejně mocných hráčů, jelikož umělce nelze považovat za schopné reálně ovlivnit trh s produkty. Nahlédnuto perspektivou začínajících firem a startupů, musí být podmínka kritičnosti brána v potaz. Umělci nedisponují prostředky, aby své korporátně laděné projekty mohli realizovat a přiblížit masovému publiku, jenže v této situaci se v určitém bodě nacházeli i dnešní internetový giganti jako Facebook, Airbnb, Uber nebo Amazon. Jejich tvůrci začínali na stejné úrovni možnosti ovlivňování jako jejich umělečtí oponenti. V určitém místě přišel obrat, kterým většinou byla (tak jak tomu u tzv. venture capital většinou je) počáteční investice bankéřů nebo „angel“ investorů. Stejným způsobem však mohou pracovat i zmiňovaní umělci, mohou se stát součástí startupového trhu, do jisté míry můžou svůj produkt rozšířit i mezi širokou veřejnost. Ale v určité fázi by se ten, kdo produkt kupuje, měl dozvědět o „jinakosti“ posláním toho, co koupil. Pravděpodobně k takovému obeznámení dojde v prostoru galerie, jelikož zde divák nutně očekává určitý sociálně kulturní způsob komunikace, ale možnost propagace produktu umělců i mimo prostor uměleckých institucí teoreticky může zamaskovat kritickou funkci produktu do velmi vysoké míry. Třeba takové, kdy je s ním divák/kupující konfrontován až ve fázi, kdy už nemůže „protestovat“. Nutně musíme předpokládat, že toto odhalení „jinakosti“ musí v určité fázi přijít. Pokud tomu tak není, nelze hovořit o splnění podmínky, pouze o umné schopnosti napodobovat marketingové strategie a tudíž se v podstatě jedná o práci, kterou vykonávají reklamní agentury, marketingová oddělení nebo oddělení vnější komunikace (public relations).

V souvislosti s kritickou podmínkou je třeba reflektovat reciproční zaměnitelnost, kterou můžou díla s.k. teoreticky produkovat. Jestliže existuje kritické umělecké dílo, které se prezentuje jako korporátní strategie nebo koncept, jak potom lze interpretovat díla korporátních strategií, která splňují estetické kategorie i onu kritičnost odhalením jinakosti? Takové dílo pravděpodobně vypadá jako kritika či parodie daného komerčního konceptu, ale neodhaluje svou „jinakost“. Diváci můžou pátrat po zdroji takové „jinakosti“, jestliže jim vyznění díla dává některé indicie k tomu, že tato „jinakost“ skutečně existuje. Případovou studii takové zaměnitelnosti představuje srovnání produktů o nových kryptoměnových projektech. Jedním z nich je výše zmíněné dílo Simona Dennyho a Lindy Katchev *Blockchain Visionaries*. Na druhé straně stojí projekt *Blockchains Ilc*<sup>13</sup>, inovativní komerční startup, jež plánuje postavit město uprostřed pouště. Zde hodlá budovat komunitu jiné společnosti, řízené na základě otevřeného protokolu blockchain. Prezentace společnosti využívá motiv mladé dívky, která na poušti „staví“ z písku vizualizaci budoucího města. Na veřejném spuštění projektu byla s moderátorem na pódiu právě tato dívka, tentokrát ve formě umělého hologramu. Pokud bychom srovnávali společné rysy obou projektů, zrcadlí se s vizualitou instalace z berlínského Bienále. Především jde o apropriaci utopické technologické vize, která používá umírněný grafický design, neutrální barvy a motiv personalizace projektu do archetypálního uživatele. Nekritický divák, který shlédl například jen část veřejné prezentace *Blockchains Ilc*, a tudíž si neudělal komplexní názor na celý projekt, může pouze spekulovat nad skutečnou motivací manažerů. Projekt působí jako komerční utopie, jelikož nemá jasnou majetkovou strukturu a ani se s ním nekonfrontoval nikdo jinak, než shlédnutím vizualizací nebo čtením prohlášení. Teoreticky tak můžou komerční utopie soupeřit o svojí uvěřitelnost právě s projekty s.k. Jelikož obsahově mají taková díla společné rysy, jejich rozlišení je dáno především formálními institucemi, ve kterých se prezentují. Odhalení komerčních projektů se velice rychle medializuje, zatímco umělecká díla jednotlivých tvůrců musí nejprve projít systémem kulturního průmyslu. Základní odlišnost je však právě v momentu odhalení „jinakosti“.

---

13 Záznam launch prezentace dostupný na <https://youtu.be/K7Ip8za9yS4>, (citováno 20.8.2019)

3. Podmínka přidané hodnoty: Umělecké dílo s.k. obsahuje přidanou hodnotu, která je potenciálně realizovatelná při aktivní participaci diváka.

Umělecké dílo, které funguje na bázi napodobování komerčních značek nebo korporací musí splňovat konkrétní faktory, aby mělo šanci stát se dobře obchodovatelným – takové faktory se souhrnně označují jako marketing. Jestliže umělci přeznačují komerční produkty, musejí nejdřív zkopírovat jejich základní vlastnosti. Produkty jsou určeny k prodeji na trhu konkurenčního prostředí. Jestliže není produkt vyroben známou obchodní značkou (popularita je také přidanou hodnotou produktu), musí se od konkurence odlišit v jiných faktorech. U uměleckých děl z dílny s.k. se jedná především o přeznačení formou kopírování základních technologických vlastností s pozměněnou funkcí produktu. Taková přidaná hodnota je pozorovatelná jako esenciální vlastnost v díle Timura Si-Quina, jež propagováním alternativního nábožensko-komerčního protokolu odkazuje na kmenové prožívání archaických společenských zřízení. Si-Quin nabízí koncept nové spirituality pro všední den, Jansa zase její každodenní procvičování, subskripce univerzálního občanství *New Eelam* zase nese zprávu o uctívání kultu vizionářské společnosti zaniklého národa a blockchainové technologie technoutopickou vizi lepšího světa pro uživatele kryptoměn.

Magid ve své analýze funkční kritiky z perspektivy teorie kulturního průmyslu tvrdí, že „podřizování estetických projevů tržním kritériím konkurence, zisku a efektivity“ je vždy konečnou fází jakéhokoliv díla, ať je sebevíce kritické nebo odmítající komodifikaci. Můžeme zde připomenout koncept J. Chanové, která tvrdí, že ve věku sociálních sítí konstruuje umělec více svojí vlastní značku, kterou může zpeněžit, než umění jako takové. Vzniká tak nové označení *umělec jako značka* (Chan, 2014). O dílech s.k. tak lze tvrdit, že v tomto ohledu stvrzují tendence kritického umění neoliberálního kulturního průmyslu a modifikace tvůrčího procesu v rámci digitálního prostoru do té míry, že se ani nesnaží o zakrývání snahy o komodifikaci svých děl a díla konstruuje rovnou jako obchodovatelné entity. Teoreticky tak můžeme hovořit o další fázi termínu Chanové: *umělec jako korporace nebo umělec jako startup*. To, co Magid nazývá „ideálním zbožím dneška“, je dle jeho názorů nefunkční kritikou jak neoliberálního

---



systemu kulturního průmyslu tak i galerijních institucí. To samé můžeme usuzovat i o kritičnosti děl spekulativního korporativismu. Tato díla, však alespoň přijímají novou „hru“ a přeznačují samu podstatu toho, co je umělecké dílo v digitálním nebo veřejném prostoru.

Jestliže je kritika konzumní společnosti skrze napodobování jejích produktů diskutabilní praktikou již od 60. let, pak bude diskutabilní i praktika připodobňování se korporátnímu vzhledu jako kritika téhož systému o 50 let později. Spekulativní korporativismus především reflektuje nově rozehranou situaci vládnutí ve společnosti a na trhu. Stále silnější komerční společnosti vznikají a rychle získávají masové množství odběratelů svých produktů, jakkoliv se jedná o sebevíce plytké statky. Umění zde funguje jako kritik a analytik nově vznikajícího globálního rozdělení sil. Technologické inovace umožňují, aby se dnes umělecká produkce vyrovnala “kreativnímu” výkonu, jehož úroveň dosahují komerční startupové projekty. Umělci se zároveň vyjadřují jazykem nového materiálového a estetického hlediska. Z tohoto důvodu můžeme hovořit o nové situaci umělců, kteří reflektují situaci globálních komerčních společností, ovládajících trh. Jestliže je však míra prolnutí umění se světem komerčních produktů příliš vysoká, pak se skutečně jedná pouze o prázdnou formu, pastiš nebo zmetek, který reflektuje jen skutečnost umění, které vyhořelo a stalo se pouhou komercí kritizující komerci. Nezodpovězenou otázkou tak zůstává, kde se tato míra nachází.

## Závěr

V rámci této práce vytvářím nový teoretický výkladový rámec, který lze použít na analýzu děl postinternetového umění, která apropriují korporátní estetiku. Tato apropriace se děje pomocí přeznačování mediálních strategií komerčních produktů – jde o důraz na přítomnost značek, log a zbožní estetiku. V druhé kapitole je zkoumán soubor pěti uměleckých děl, jejich obsahy a prezentační strategie. V poslední kapitole kumulují tyto jednotlivosti do tzv. podmínek existence, tří formálních rysů, jež musí dílo obsahovat. Podmínkami jsou příslušnost k postinternetovému umění a především návaznost na jeho estetiku. Dále kritická funkce díla ve vztahu ke komerčním předobrazům a nakonec přidaná hodnota, obohacující element, který je přístupný pro participující diváky.

Spekulativní korporativismus není inovativní, co se týče kritické role, kterou disponuje svět umění. Jedná se o uměleckou reakci na vzestup síly globálních komerčních společností v rámci nabídky zboží v obchodech i služeb na internetu. Taková reakce je umožněna díky rozšiřujícím se schopnostem používání novomediálních nástrojů v profesionálním měřítku, které se realizuje díky uživatelské konjunktuře Webu 2.0. Umělci stále častěji ve svých dílech reflektují tento nový technologicko-politický mix. Spekulativně korporativistické umění používá taktiky přeznačení nebo subverzivní afirmace, kterými se pokouší v divácích vyvolat kritickou distanci od nových globálních vládců, jimiž jsou dnes, jak se zdá, více programátoři aplikací a marketingoví odborníci, než volení politici.

Spekulativní korporativismus představuje směs, která je výsledkem spojení současné esteticko-kritické teorie na poli moderního výtvarného umění v dialogu s novými objektově orientovanými filozofiemi. Jestli jsou umělecká díla odkazem na novou materialitu nebo odkazují na spekulativního realismus je však obtížně rozlišitelné. Tato práce se proto zaměřuje na praktické ukázky kritických strategií jednotlivých uměleckých děl, které přeznačují vizualitu korporátní estetiky a zároveň přinášejí "přidanou hodnotu", která toto přeznačení odhaluje a dává dílům další rozměr. Kritičtí tvůrci tak nicméně přicházejí o svou uměleckou

---

bezúhonnost, jelikož se stávají korporacemi (*umělec jako korporace*), což je další fází postinternetového konceptu umělců jako značek.

## Seznam literatury

ARNS, Inke & SASSE, Sylvia „Subversive Affirmation. On Mimesis as a Strategy of Resistance“, in: IRWIN (eds.), East Art Map. Contemporary Art and Eastern Europe, Londýn: Afterall 2006, s. 444.

BISHOP, Claire. "Digital divide". Contemporary Art and New Media. Artforum [online], 2012, roč. 50, č. 1, s. 434-442, dostupné na <https://www.artforum.com/print/201207/digital-divide-contemporary-art-and-new-media-31944>, (citováno 20.8.2019)

CHAN, Jennifer. "Notes on the post-internet". v Omar KHOLEIF, You Are Here. Art After the Internet, Londýn: Space – Manchester: Cornerhouse 2014

COX, Christoph , JASKEY, Jenny & MALIK, Suhail (eds.), "Realism Materialism Art", Sternberg Press. 2015, 403s, ISBN: 9783956791260

HŘÍBEK, Tomáš. "Realismus, materialismus a umění". v Sešit pro umění, teorii a příbuzné zóny. ISSN 1802-8918. Roč.10, č. 21, 2016

KOŘÍNEK, David. "Současná nová. v Horáková, Jana & Kreuzzieger, Milan (eds.) "Momentum. Umění a kosmopolitní modernita", 2018, ISBN 978-80-210-8995-2, Spolek přátel Domu umění města Brna, 144s.

LIKAVČAN, Lukáš, Václav JANOŠČÍK & Jiří RŮŽIČKA. "Mysl v terénu: filosofický realismus v 21. století", Praha: Akademie výtvarných umění v Praze, 2017. Edice VVP AVU. ISBN: 978-80-87108-72-7.

MAGID, Václav. „Ozvěny špatného smíchu. Postinternetové umění a kulturní průmysl.“ v Sešit pro umění, teorii a příbuzné zóny. ISSN 1802-8918. Roč. 8, č. 17, 2014, s. 67-97

MANOVICH, Lev. "Jazyk nových médií" Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2018. Studia nových médií. ISBN 978-80-246-2961-2. přeložil: V. Janoščík

MORTON, Timothy. *Hyperobjects: Philosophy and Ecology after the End of the World*. University of Minnesota Press, 2013

NOVOTNÝ, Michal. "Nikdy nebude možné dělat výstavy na internetu". Rozhovor se Susanne PFEFFER. Arttalk.cz [online], 2016. dostupné na <https://artalk.cz/2016/08/08/nikdy-nebude-mozne-delat-vystavy-na-internetu/>, (citováno 20.8.2019)

PFEFFER, Susanne. "How Art's POST-HUMAN TURN Began in Kassel". Rozhovor s Thom Bettridge. 032c magazine [online], leden 2016, dostupné na "<https://032c.com/how-arts-post-human-turn-began-in-kassel/>" (citováno 20.8.2019)

QUARANTA, Domenico; LAMBERT, Nick & MCNEIL, Joanne. *Art and the internet*. Londýn, Black dog publish., 2014, 240 s. ISBN:1907317988

STEYERL, Hito. "Too much world, is the internet dead?" e-flux journal [online], listopad 2013, č.49. (citováno 20.8.2019)

UGELVIG, Jeppe. "New Eelam and the dispersion of critique", DIS magazine [online] , dostupné na <http://dismagazine.com/discussion/83299/new-eelam-and-the-dispersion-of-critique/> (citováno 20.8.2019)

## **Seznam uměleckých děl v této práci**

DEMYSTIFICATION COMMITTEE – „The Offshore Investigation Vehicle“

DENNY Simon & KATCHEV, Linda – „Blockchain visionaries“

JANSA, Jakub – „Spiritual Fitness“

MORONE, Jennifer Lin – „Jennifer Lin Morone Inc.“

SI-QUIN, Timur – „New Peace“

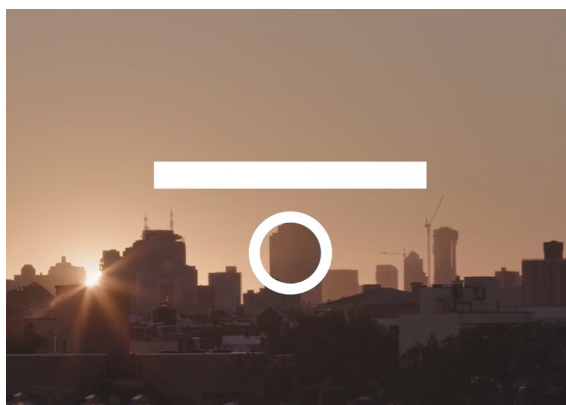
STEYERL, Hito – „This is the future“

THOMAS, Christopher Kulendran – „New Eelam“

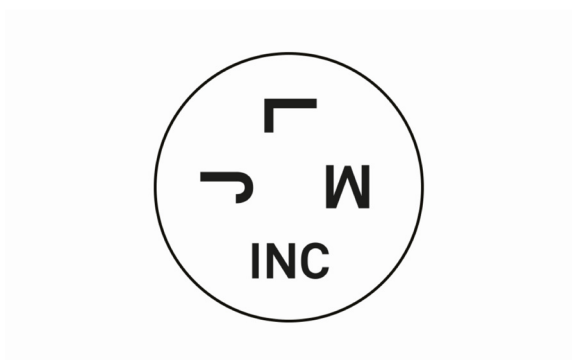
## Obrazová příloha



SI-QUIN, Timur – „New Peace“



THOMAS, Christopher  
Kulendran – „New Eelam“



MORONE, Jennifer Lin – „Jennifer  
Lin Morone Inc.“



JANSA, Jakub – „Spiritual Fitness“