

Exkurs o hospodě neboli pop-art v Čechách

Pražské hospody – připadá mi, jako by ti, kteří sedí v hospodách, se k nim nehodili, jako by hospody se nehodily k nim (výjimky jsou, ale jde mi spíše o trend). Obsluha není ani slušná, ani hrubá, ani perfektní, ani kuriozní. Není potřeba kritiky, o které hovoří Biemel. U nás se hospoda zkritizuje sama.

Zamyslím-li se nad českostí, vybavuje se mi hospoda v kulturním domě na venkově, rozsáhlý sál plný stolů s bílými ubrusy, zlatové držáky svítidel, samozřejmě dvanáctka v úzké sklenici a číšník ve fraku, ve kterém se neumí pohybovat, pak mladíci (jinak pusto), kteří nemají v sobě nic (číšník má ještě někdy alespoň za nehty hlínu ze zahrádky); při bližším pohledu vidíme, že i ti mladíci v sobě něco mají, že se také za něčím pachtí, „staví“ dům, kupují to a to apod.

Warhol předvedl, co to znamená být povrchní, jen povrchní – mizí pak rozdíl mezi vnitřkem a vnějškem, mezi hloubkou a povrchem, Warholova povrchnost je neotřesitelná hloubkou, protože se k ní nevymezuje. Warhol, aby byl „nějaký“, odpověděl, že chce být jen strojem, že miluje umělou hmotu, že by chtěl, aby všichni mysleli stejně. Tyto nepochopitelné téze stávají se pochopitelnými při pohledu na zmíněnou českou hospodu, kde jsou všichni nijací, a přece nechtějí být stroji, ačkoliv je připomínají.

Vzpomínám na jeden list Plíškové, na kterém je též použito opakování. Půllitr piva v jednotlivých políčkách, piva ubývá, v posledním je půllitr opět naplněn; je možno pokračovat do nekonečna. Nebo pokrmy vystřihovánky. Jsem v pokušení spatřit v tom kritičnost, tedy postupovat jako Biemel. Není ale tento můj náhlý sklon něčím typickým pro pop-art v Čechách? Jako by český divák i tvůrce transponovali pop-artistický motiv do roviny kritičnosti (ze života hmyzu), výsměchu, úšklebku.

Je v Čechách možná povrchnost ve Warholově smyslu? Soudě podle české hospody, zdá se mi, že nikoliv. Každý je v ní králem, a nikdo docela. Nikdo ale také nedokáže jen pít pivo, setrvat v povrchnosti u toho, co se stře; jako by v Čechách nebylo možné jen se stříť. Ono pouhé vyprazdňování piva, jak je na listě Plíškové, jako by v Čechách nebylo možné.

V hospodě je možné spatřit, proč pop-art není u nás možný. Protože není možná fascinace. Nejenže se není možné nechat fascinovat reklamou, protože ona se nejprve sama zesměšní – tak je „rafinovaná“. Češi si ze sebe nejprve sami vystřelí, aby to nemohli udělat někdo jiný. Úsměšek, hluboce zakořeněný, jako by byl u nás překážkou oné fascinaci, otevření se.

Petr Rezek, *Tělo, věc a skutečnost v současném umění*, Jazzpetit, Praha 1982, str. 26-27