

## JAK BUDE VYPADAT GRAFIKA ZA 20 LET?

Čeká ji vůbec nějaká radikální proměna za těch „pár“ let? K čemu nám budou prorocké vize, které předpoví její zánik nebo naopak rozkvět? Budeme grafiku v případě nepříznivé předpovědi chránit před vyhynutím ze strachu, aby nebyly zapomenuty její vynalézavé řemeslné postupy v současné převaze dematerializovaných či bezdotykových médií? Má opravdu nějaké nepřátele tento po staletí užitečný obor, který máme tak rádi?

Zdá se, že současné umění miluje převleky a rádo se kroutí před zrcadlem. Architektura se převléká za sochu, socha za objekt, grafika za plakát, fotografie za malbu, malba za grafiku..., a všichni se pak rádi převlékají třeba za instalaci. Ty šaty si navíc účinkující mezi sebou půjčují a zvou k těm výměnám i další „interprety“ současného světa: sociologii, politologii, biologii... Kdo by se rád nestal účastníkem tohoto vzrušujícího zábavného reje, kde se vše pojí se vším, kde se vzdělaný a informovaný může převléct za insitního, vědec pracující se statickými čísly za vtipného vypravěče a nenápadný člověk za exhibicionistu?

Někdy se mi zdá, že grafika má s tímto všeobecně sdíleným převlékáním problémy. Jakoby jí některé šaty byly velké a zároveň malé. Zvládla vcelku úspěšně diktát velkého formátu, i když její původní „výzvou“ byl formát spíše intimní. Černobílá škála nikomu nevádí, naopak: tu si od ní půjčují jiní. Ani barvy nikoho neobtěžují, byť k nim grafika dospívá velmi pracně, chce-li své obrazy rozmnožit. Jenže pracnost, ta přece nikoho nebaví už dnes! To ona bude zřejmě jedním z vrozených „handicapů“, který v atmosféře technologické lehkosti oblubu grafiky v příštích dvaceti letech rozhodně nezvysí.

Pak tu je jakási nevyslovená povinnost obrazy reprodukovat. Proč? Není snad dost obrazů originálních všude, kam se podíváte? Je, ale předražených a nedostupných. Chci věřit, že na tomto poli grafika svůj půvab příštích dvacet let neztratí. Zde by se strategie média měla změnit skrze aktivní postoj tvůrců dokonce v jakousi marketingovou ofenzívu.

Velký otazník bude možná viset nad strojním vybavením ateliérů a jejich drahým provozem, které symbolizují tíhu a zastaralost oboru. Krásný velký litografický lis Karl Krause Leipzig kontra notebook. Ekologicky neúnosná chemie leptadel a rozpouštědel kontra Photoshop, ten věčný čekatel na Nobelovu cenu. Ale budme spravedliví; i digitální tisk často pěkně smrdí na rozdíl od vodou ředitelných hlubotiskových barev, které jsou skvělé, stejně jako fotopolymery.

Další atribut grafiky – obtisk – snad přetrvá, protože nese rozměr tajemství a překvapení, a netýká se jen grafiky. Horší to bude s tradiční dualitou matrice a obtisku, které už kurátoři a teoretici přestali rozumět dnes, natož aby jí porozuměli za dvacet let.

A to ještě nebyla řeč o obrazech, které grafika přináší. Věřím, že za dvacet let budou jiné, protože jejich kontinuální proměnu nemůže nic zastavit. Nebudou to ovšem obrazy jen zcela nové, protože couvání do minulosti je také jednou z možností této proměny. Ty staré dobré časy, kdy cesty umění nebyly ještě tak přečpané jako dnes a kdy kolem něho nebylo tolik kibiců, budou přitahovat stále. Nové obrazy budou zřejmě taky chtít víc bavit, protože šokovat už nebude čím. A protože si umění bude dál přisvojovat prvky vizuálního jazyka jiných oborů, vše, co se dosud uměním ještě nestalo, se jím postupně stane. Grafika v některých případech možná i opustí zařízené grafické ateliéry, aby se vydala na dobrodružnou cestu improvizace nezatížené technologickými imperativy, za novými objevy v mezerách mezi obory, za novými obsahy. Je ale možné, že až se ze své cesty vrátí, ateliéry – především ty na školách - už budou mít nového majitele a jiné vybavení. Současně je ale možné, že se vše seběhne ještě jinak. Že totiž nejmódnějším a nejžádanějším převlekem grafiky za dvacet let bude právě připomínka její pracnosti a nesnadnosti cesty k výsledku, protože „lehkost“ a bezbřehost, která bude všude kolem, začne už nudit. A pokud si někdy všechny myslitelné převleky umění jednou provždy koupí nějaká nadnárodní firma, něco mi říká, že grafika si ponechá své „slušivé“ montérky, zatímco ostatní budou čekat, až se ty značkové modely objeví v outletech.

*Ondřej Michálek*