



Komunikační prostor Školská 28
Školská 28, Praha 1
tel. 296 325 066
skolska28@skolska28.cz
www.skolska28.cz
otevřeno: středa až pátek 13 – 18 h, úterý 13-19 h

The Bureau of Melodramatic Research: *Cizí vášně*

07. → 28.03.2014

kurátor: František Zachoval

zahájení: čtvrtek 06.03. v 18:00

workshop: 10. - 11. 03., 17:00 – 20:00 (Akademie výtvarných umění)

Samostatná výstava *Cizí vášně* umělecké skupiny The Bureau of Melodramatic Research (Irina Gheorghe a Alina Popa)* premiérově uvádí trilogii prací *Chraň své srdce v práci* (Protect Your Heart at Work, 2012), *Zlatoláská. Současná alchymie* (Lovegold. Contemporary Alchemy, 2013) a poslední díl, speciálně připravený pro výstavu v galerii Školská 28, *Psané ve větru* (Written on the Wind, 2014).

Trilogie zkoumá roli melodramatu a její klíčový element - emoce - v rámci současných společenských mechanismů. Těžištěm prací je sledování a zachycení momentu ekonomických proměn, a to v oblasti využívání *emočního* kapitálu v procesu výroby.** Název výstavy odkazuje ke koncepci odcizení od Karla Marxe, ale také k cizím, nadpřirozeným a nelidským formám nepřirozenosti, které se odehrávají v současné ekonomice.

Jedním z východisek pro první část trilogie, video *Chraň své srdce v práci* (2012, HD video, 28 min), je tzv. teorie média úspěchu (Erfolgsmedien), jež formuluje klíčovou vlastnost, potřebnou k dosažení úspěchu - mimořádnou komunikaci, která se za určitých podmínek transformuje do podoby zdárného nástroje přesvědčování. Ve videu autorek jsou to instrukce k osvojení dokonalého úsměvu. Video využívá slovník bezpečnosti práce na pracovišti a evokuje postindustriální ekonomiku, v níž je zboží nehmotné a kde vládne pocit pohody a osobního uspokojení. Práce vznikla během rezidence v Centru současného umění Zámek Ujazdowski ve Varšavě. ***

Video *Zlatoláská. Současná alchymie* (2013, HD video, 25 min, premiéra) je v provedení pořadu o vaření, kde kosmické vaření je modelem pro dnešní (ne)materiální ekonomiku. Práce artikuluje význam lásky v oblasti, ve které společnost prahne po pozitivních ekonomických výsledcích a blahobytu. Metaforické vaření je v přeneseném slova smyslu *tvorba, výchova* nebo *produkce*; láska je kvalitativně postavena na stejnou úroveň jako zlato. „*Láska je novým zlatem* (Love is the new gold).“ ****

Trilogii zakončuje performance *Psané ve větru* (work-in-progress), která využívá formátu programu předpovědi počasí. Jednou z hlavních charakteristik melodramatického žánru byl emoční náboj jeho postav vůči přírodě. Název odkazuje na proslulý film *Psané ve větru* Douglase Sirka z roku 1956, který je pro The Bureau of Melodramatic Research zásadním zdrojem uvažování o melodramatu jako o nástroji společenské kritiky. Instalace reviduje prvky filmu *Psané ve větru* v širším kontextu globálního oteplování a klimatických změn a prezentuje emoce jako cizí síly pocházející z nelidské, tak jako z nekontrolovatelné démonické posedlosti. V průběhu vernisáže si návštěvníci budou moci s Bureau promluvit o počasí.

Pobyt skupiny v Praze je podpořen Rumunským kulturním institutem a Akademií výtvarných umění v Praze.



de ai / estetika



MINISTERSTVO
KULTURY



INSTITUT
KULTURNÍ
DĚDÍČÍ

Mediální
podpora



Mediální
partner



Další podrobné informace:

Workshop:

10 - 11. 03., 17:00 – 20:00, Akademie výtvarných umění (aula) / <http://dl.avu.cz>.

Irina Gheorghie a Alina Popa se budou ve svých přednáškách věnovat citové proměně v politice a emoční složce v současné ekonomice. Diskuse se dotýká témat současného uvažování v oblasti spekulativního realismu a v objektivě orientované ontologii (politická ekonomie, aktivismus).

* The Bureau of Melodramatic Research je instituce, která sama sebe identifikuje skrze aktuální sociální tendence. Výzkum skupiny se pohybuje na pomezí práce a politického prostředí, ve kterém se v současné době objevují silné prvky melodramatu. Skupina byla založena v roce 2009 a je od svého vzniku aktivní jak v Rumunsku, tak na mezinárodní scéně. V poslední době skupina participovala na výstavách a rezidencích jako v BAK art center Utrecht (2013), MUMOK Vídeň (2013), MNAC Muzeum současného umění Bukurešť (2013), Depo Istanbul (2013), Salonul de Proiecte Bukurešť (2012), Centrum současného umění Ujazdowski zámek ve Varšavě (2012) atd.

** The Bureau of Melodramatic Research reaguje na aktuální diskusi, která vyhodnocuje, zda tradiční ekonomické principy jako důvěra v ní jsou ještě dnes nosné. Postupně se ukazuje, že ekonomické pilíře postavené na důvěře jsou nejistým fundamentem. Autorky pozvolně sledují přeskupování ekonomických strategií a přispívají k současné debatě novými poznatky a modely, kdy např. k uzdravení ekonomiky je nutná *celá* lidská přítomnost (bytosť) a její pozitivní emoce a empatie. V rozličných médiích si tak subverzivně přivlastňují vzdělávací a instruktážní formáty a volně takto interpretují současné společenské posuny.

*** *Média úspěchu* jsou rovněž popisována jako komunikační média; podle německého sociologa Niklase Luhmanna jsou to *moc, peníze, láska, umění a pravda*. Jejich atributem je, že nás přinutí si něco přisvojit. Koupit si nějaký produkt, objednat nějakou službu nebo nás přesvědčí osvojit si určitý názor. Instrukce autorek nás vedou, jak si osvojit *úsměv*, který utváří dnes důležitou hodnotu - *živost*. *Body makes our industry flourish*, naše mimika nebo naše *tělo* nepochybně ovlivňuje a utváří prosperující průmysl, neboli naše *tělo* je srdcem produkce: *our body is heart of production*.

**** Citace odkazuje na předešlé funkce lásky, kdy byla jedním z hlavních instrumentů náboženských institucí a vlastně protikladem kapitalistické výroby. Zřetelný kontrast obou látek lze sledovat ve vyprávění *Honzovo štěstí* (Hans im Glück) z Pohádek bratří Grimmů, kde je *láska* k domovu silnější než hrouda zlata, kterou si Honza po sedmi letech práce vydělal, ale postupně na cestě domů propachtoval. Po stovky let předávaná lidová zkušenost ukazuje, že některé věci si nelze koupit a jsou přirozeným rozparem. Například německý sociolog Niklas Luhmann zmínil, že když si myslíme, že za peníze (zlato) je vše k máni, mýlíme se, protože již od středověku víme, že vášnivá *láska* je neprodejná. Nyní je *láska* nástrojem a součástí výroby.

Dnes zároveň vzniká zvláštní situace zlata/peněz, kdy dříve bylo jejich funkcí udržovat neklid/nepokoje pod kontrolou, ale současně je rozšířeno povědomí, že peníze naopak produkují nejistotu. Celý paradox samozřejmě podporují spotřebitelé, kteří si neuvědomují, že pokud lidé používají peníze, evidentně akceptují nejistotu. Film formuluje tyto a příbuzná rizika, která jsou znakem současné společnosti.