

PETR SZCZEPANIK

TECHNICKÉ OBRAZY V KAŽDODENNÍM POUŽITÍ

„Instaloval jsem si do svého počítače videokartu. Co mi umožňuje? To, že si na počítač nahraji třeba Bergmanův film. Mohl bych říct *Terminátora*, ale to by bylo příliš snadné. [...] Pak se můžu na film zbožně dívat. Ale můžu také vzít videokameru a dohrát k tomu filmu jakoby nové scény. Můžu vzít jiný Bergmanův film nebo film Sjorströma a porovnat jednotlivé scény nebo záběry. Prostě můžu na tom filmu pracovat, abych například zjistil, jestli to, co Bergman říká, je opravdu moudré, jaké jsou kontexty atd. Tato moje práce je symptomem zásadní kulturní proměny, která spočívá v tom, že v tradičním kině divák neměl jinou možnost, než jen sedět a dívat se na film. Celá jeho aktivita se vyjadřovala v práci jeho mysli. Teď jsem to já, kdo film promítá na monitoru svého počítače a má aktivita může — zdůrazňuji: nemusí, ale může — spočívat v tom, že připojuji vlastní obrázky, které беру odjinud, nebo multiplikuji obrázky bergmanovské nebo přidávám zvukovou stopu.

Tím můžu skončit. Ale může se stát i to, že výsledek své práce umístím na Internet a nějaký další autor (?), příjemce (?) si jej nahraje k sobě a provede tutéž operaci co já. Kdo je autorem takto vzniklého audiovizuálního textu? Bergman? Já? Jiný uživatel?“

(Fragment záznamu diskusní odpovědi Mirosława Przylipiaka Grażynie Stachównie na konferenci nazvané *Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej* [Hopfinger 1997: 100])

„Vzájemné pronikání se (vzájemné tlaky) obsahů aktuální zkušenosti s obsahy zkušeností minulých jsou jádrem exprese. Z jedné strany je zapojeno celé já, z druhé strany skutečnost přináší nový materiál. Ve výsledku vzniká expresivní předmět — výtvar s novým významem. Nedochozí zde k jednoduché výměně významů, nýbrž k jejich promíchání, přetavení vzájemnými tlaky. [...] Proces recepcce probíhá analogicky. Příjemce se střetává s předmětem, který byl expresivní pro jeho tvůrce, ale aby se stal expresivní pro příjemce, musí se obsahy jeho minulých zkušeností smísit s obsahy a významy, jaké předmět dostal od umělce. I zde jde o vzájemné pronikání významů starých a nových, jehož výsledkem je vznik nového expresivního předmětu.“

(Krystyna Wilkoszewska: *Sztuka jako rytm życia. Rekonstrukcja filozofii sztuki Johna Deweya* [Wilkoszewska 1991: 97])

„John Dewey směřoval k tomu, aby se éra moderní osvěty vrátila k prvotní formě, do doby před vynalezením tisku. Chtěl žáka vyvést z pasivní role příjemce jednotně baleného a podávaného vědění. Dewey ve své reakci na pasivní kulturu tisku souzněl s novou elektronickou vlnou, která se dnes valí přes náš svět.“ (Marshall McLuhan: *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man* [McLuhan 1975: 216]).

* * *

„Obrazy existují, protože máme oči,“ píše na začátku své knihy *L'Image* Jacques Aumont [1997] a v následující kapitole pokračuje pojednáním o aktivní a kreativní povaze lidského zrakového systému. Obrazy neexistují samy o sobě, ale pouze pokud jsou jako obrazy vnímány. Odtud je již jen krok ke konstatování, že obrazy — podobně jako knihy — nelze vůbec analyzovat samy o sobě, jako soběstačné výtvořiny, nýbrž pouze v kontextu (konkrétní) recepce. Není možné se ptát pouze na to, jak obrazy působí a ovlivňují život člověka. Je třeba si klást otázku, co člověk dělá s obrazy, jak je používá.

V této práci se pokusím využít dva zdroje — základní předpoklady a výsledky etnograficky orientovaných kulturních studií televizní kultury na jedné straně a pragmatickou estetiku na straně druhé -, abych se pokusil popsat kulturní proces interakce mezi technickým obrazem a divákem-uživatelem. Technické obrazy jsou přitom všechny technicky vyráběné obrazy od fotografie až po digitální obraz; sociologicko-estetické myšlení o technických obrazech má svého průkopníka ve Walteru Benjaminovi. Bude-li řeč o „kultuře“ či o „umění“, je třeba tyto pojmy číst v kontextu dvou uvedených teoretických směrů: kultura není „vysokou kulturou“, ale celkovým terénem nepřetržitého boje o významy, obecně řečeno „způsobem života“ v podmínkách (post)industriální společnosti (Fiske); umění není souborem tradicí kodifikovaných děl, nýbrž určitou kvalitou zkušenosti, způsobem prožívání světa (Dewey). Je tedy zřejmé, že ani v jednom případě nejde o statický model: kultura je boj, umění je proces zkušenosti.

Pragmatická estetika (John Dewey, Richard Shusterman) uvažuje o umění jako o zkušenosti, přesněji kvalitě estetické zkušenosti (*quality of aesthetic experience*). Shusterman staví pragmatickou estetiku do opozice k pozdější tzv. analytické estetice, která se podle něj příliš soustředila na objektivní vlastnosti neměnného, autonomního a fyzicky existujícího uměleckého výtvořiny, případně na vymezení ontologického statusu uměleckého díla v rámci jednotlivých umění. V pragmatické estetice se naopak nezdůrazňuje autonomní charakter umění vzhledem k běžnému, praktickému životu. Estetická zkušenost se propojuje se sférou každodenních zkušeností dvojnásobným způsobem: je sice v jistém smyslu čistší, plnější a intenzivnější než jiné typy zkušeností, ale živí se tím, že tyto jiné zkušenosti sjednocuje a intenzivněji naplňuje v aktuálním prožitku (princip jednoty s prostředím), kromě toho je organizována emocemi, tělesným rytmem a osobním zaujetím a plynule tak přechází (podle principu kontinuity, pragmatického odmítání pevných hranic) do oblasti praktických zájmů. Estetická zkušenost tedy v interakci s aktuálně vnímanou událostí zpracovává dřívější každodenní, praktické zkušenosti jako látku a zároveň se jimi obklopuje a přechází do nich jako do svého kontextu. Každá estetická zkušenost, ať už jde o tvůrce nebo o recipienta, je složena z pasivní i aktivní složky, je stejně tak nasloucháním jako tvorbou, a tedy jednáním. Je také vždy orientována na nějaký objekt, který je ovšem pouze východiskem, impulsem procesu „exprese“ (*expression*), je využit pro tvorbu nového „předmětu“ s novým významem, který vnímatele posouvá dál v jeho vývoji (evoluční aspekt).

Předmětem iniciujícím estetickou zkušenost nemusí být nutně výtvar umělce, ale v podstatě jakákoli věc či událost, protože proces zkušenosti utváří svůj vlastní předmět — umělecké dílo v deweyovském smyslu, čili ono „zakoušené“ — až v aktivní interakci s prostředím; zakoušené je neodlučitelné od zakoušení, umělecké dílo je proto vždy procesem.

Aniž bych chtěl důsledně analyzovat pojem *aesthetic experience* a pátrat po jeho původním smyslu u Deweye (to již učinili jiní — v celé své práci vycházím z vynikající knihy polské estetičky Krystyny Wilkoszewské *Sztuka jako rytm życia* [1991]), využiji (snad i zne-užiji) z něj pro své potřeby pouze fragmentární aspekty, abych pomocí nich popsal novou komunikační situaci populární kultury a audiovizuálních médií. Vzhledem k Deweyově postoji k tradici a jeho pojetí „rekonstrukce“ (*reconstruction*) jako „reorganizace“ našich dosavadních zkušeností, která umožňuje objevení se nových významů a nových způsobů jednání“ [Wilkoszewska 1991: 9], je to myslím zcela namístě — je to „pragmatické“. Pro mou argumentaci bude důležitý důraz na propojenost estetické zkušenosti (případně její „všednější“ varianty — *an experience* — viz níže) s praktickým životem a realizací osobních i skupinových cílů, na její procesualitu, rytmický a tělesný charakter. Jednoduše řečeno, budu pojímat recepci jako kreativitu v kontextu každodennosti. Prostor každodenní recepce a prostor praktických zájmů se tak budou moci alespoň zčásti stát předmětem reflexe estetické teorie.

Pojem estetické zkušenosti uvádím do přímé spojitosti s koncepcemi použití a užitečnosti, jak jsou formulovány u Richarda Rortyho v souvislosti s jeho pojetím interpretace. Podle Rortyho je interpretace — stejně jako jiné formy poznávání — vždy jen deskripční způsobu, jak daný text, dílo či věc **používáme** — a používáme je pro své vlastní potřeby (přiznačné je srovnání literárního textu a šroubováku, který si také sám nediktuje, jestli ho použít k utahování šroubů nebo k otevření krabice). Texty jsou ve své spojitosti vlastně interaktivně vytvářeny až během interpretace. Text čteme vždy v kontextu jiných textů, událostí, lidí [Rorty 1996: 92–104]. Na rozdíl od Rortyho musím ale klást větší důraz na kritéria a typy těchto použití, která jsou dána konkrétními kulturními a sociálními situacemi uživatelů, jejich vztahem k „preferovanému způsobu čtení“ a také dispozitivem daného média. Kromě toho má zde „použití“ širší význam: týká se výrazněji „materiální manipulace“ s mediálním sdělením. Jinak bude interpretovat televizní sdělení jihokorejská žena při návštěvě USA a jinak Indián-bezdomovec z předměstí Wisconsinu; je zločin zmačkat originální maliřský obraz, ale v případě reprodukce je to již jiné; jinak lze použít televizi s videorekordérem a jinak film v kině, digitální obraz pak můžeme „fyzicky“ formovat až na úroveň jednotlivého pixelu. Důležité je také chápat způsob použití jako další text — text, který zkoumá právě kulturní analýza televize. Rortyho model pragmatického čtenáře je třeba v případě audiovizuální populární kultury konkretizovat vzhledem k reálné pozici příjemce a technologicko-sociálně-psychologickým dispozicím média.

Pojem použití, používání budu tedy chápat velmi široce: zahrnuji pod něj jak deweyovskou estetickou zkušenost nebo Rortyho interpretaci-použití, tak negociační (*negotiated*) a opoziční (*oppositional*) „čtení“ v pojetí Stuarta Halla, pro-

cesy „sémiotické demokracie“ (*semiotic democracy*) Davida Morleye a Johna Fiskeho, individuální a kolektivní způsoby manipulace s technologií (médiem v jeho materialitě), ale také stváření sebe sama s pomocí mediálních obrazů, konstrukci vlastních identit v postmodernistickém duchu (Wolfgang Ivers). Pojem použití má rovněž hodnotící aspekt: zdůrazňuje se jím činný postoj recipienta-uživatele-tvůrce, který je lepší než pasivní přijímání (které je v úplné podobě de facto nemožné).

Podobně hodnotící aspekt bude mít i pojem každodennosti (všednosti), která je zde chápána v pozitivním smyslu jako oblast realizace vlastních zájmů, jež je nasycena živlem neukončenosti, nedefinitivnosti, procesuality, nedistancovaného prožívání, konkrétního (většinou cílově orientovaného) jednání. Pozitivní charakter každodennosti souvisí i s její orientací na tělesnost v širokém smyslu: na tělesné rozkoše¹, tělesné rytmy, stejně jako na hapticitu vnímání, čili na „tělesnost“ obrazů. Z druhé strany působí na energii každodennosti síly sociální kontroly ustanovující „tyranii sociálně a kulturně konstruovaného subjektu“. Mezi silami rozkoší a silami kontroly dochází k boji, který je z kulturního hlediska bojem o významy (Fiske).

Pojmy všednosti a tělesnosti jsou v přímém rozporu s představami trvalého a v sobě identického já, jeho nadčasových přesvědčení a bezzájmové estetické slasti z umění-objektu. Z deweyovského hlediska je každodennost komplexním, nedělitelným proudem *experience*, komplexem událostí (událostí v široce chápané přírodě, v nichž se ruší dichotomie subjekt/objekt), mezi nimiž vznikají napětí: je to proces neustálého vzájemného působení organismu a prostředí v rytmu střídajících se bodů disharmonie, chaosu a opětovně nastolované relativní jednoty, harmonie; evoluční proces přizpůsobování se, práce, řešení pro-

¹ Problematika tělesnosti a tělesných rozkoší byla v souvislosti s populární kulturou analyzována již mnohokrát: Bachtin popisoval podvrtné působení tzv. tělesného principu (který není totožný s tělem jednotlivce, ale s materiálním principem života, v jehož rámci přestávají platit společenské hierarchie) v lidové karnevalové kultuře; motiv dotyku jako desakralizačního aktu miffeného směrem nahoru ve společenské hierarchii se objevuje např. i v prózách a dramatech Witolda Gombrowicze. Podvrtné působení tělesnosti a tělesných rozkoší v současné populární kultuře, ale i ve sportech jako fotbal nebo box (karneval: dočasné propuštění těla z rámce sociálně konstruované subjektivity a kontroly, osvobození od tyranie subjektu vůbec, realizuje se zde rozkoš typu barthesovské *jouissance*) popisoval John Fiske — mj. na příkladu televizního *Rock 'N' wrestlingu* [Fiske 1994: 69–102]. Zcela jedinečným příspěvkem k tématu je neopragmatická estetická teorie Richarda Shustermana, který ve své knize *Pragmatist Aesthetics: Living Beauty, Rethinking Art* [Shusterman 1998] verifikuje deweyovskou koncepci umění jako estetické zkušenosti na tělesně intenzivním působení a recepci newyorského rapu. Shusterman přitom vychází také z Pierra Bourdieua, jenž ve své sociologické teorii vkusů rozlišoval mezi „chladnou estetikou“ vysoké kultury a tělesnými, smyslovými rozkošemi kultury nízké. „Tělesnost obrazů“ popisoval v souvislosti s tradiční olejomalbou a analogicky k ní se současnou reklamou John Bereger: olejomalba i reklama měly zprostředkovávat samu hmatatelnost, materialitu věcí-majetku, ať už stávajícího (v případě olejomalby — stvrzením statusu majitele) nebo budoucího (reklama — konkrétní vize budoucího štěstí). Význam videoklipu pro konstruování fanouškovy tělesné identity, jeho „tělesného ega“, jsem se sám pokusil popsat v článku „Videoklip — proměna diváka a elektronická tělesnost“ [Szczepanik 1998]. Hapticita samotného vidění pak není věcí teorie populární kultury, ale spíše fenomenologického popisu obrazového vnímání vůbec (Miroslav Petříček, jr. [1999]).

blémů. Z proudu *experience* se někdy jako relativně jednotné celky vyčleňují *an experiences*, plně završené zkušenosti (viz níže).

Každodennost zde budu chápat jinak než Roger Silverstone, který píše o hrozcí ztrátě orientace, chaosu, jenž je desakralizovanému každodennímu bytí-ve-světě vlastní a kterému vtiskne řád teprve obcování s nějakou náhražkou mýtů (v podobě televize). Každodenní život by měl být naopak chápán vždy holisticky, v kontextu celkové kulturně sociální situace. Jednotlivý člověk je v kontaktu s televizí již vždy sociálně a kulturně situovaný díky ne-televizním kontextům, vlivům a aktivitám a je si této pozice do značné míry vědom; televize je jen jednou z řady determinací. To ale neznamená, že by s pomocí televize nemohl vytvářet sebe sama, svou identitu, novým, tvůrčím způsobem.

Použití obrazu znamená jeho vtažení do sféry vlastní všednosti, zapojení do vlastních kontextů, přidělení vlastních významů, načerpání vlastních rozkoší. Ve sféře osobní všednosti se rozehraje živá interakce mezi obrazem (chápaným jako soubor podnětů, vodítek) a místním prostorem a časem. Nejde tedy jen o interakci obraz — mentální prostor (paměť, poznávací schémata, sociální pozice) recipienta, ale také o interakci obraz — rekvizity, životní prostor a čas divákovy světa (jeho bytu a rodinné domácnosti, pracovní plochy počítače, vlastní webové stránky, umělé identity v internetovské komunikaci, rodinného alba, knihovny, způsobu oblékání).

Tímto způsobem ale nebylo možné obrazy používat odjakživa, alespoň ne ve všeobecně rozšířené míře a ne všechny (sobě vlastním způsobem dříve mohli používat obrazy jen vlastníci originálů). Bylo třeba, aby se od originálního malířského obrazu, který byl vždy pevně vázán na místo, kde se prezentoval, začaly odpoutávat jeho technické reprodukce, čili fotografie. Fotografie reálných předmětů stejně jako fotografické reprodukce tradičních obrazů mohly putovat v nepřeborných identických replikách do soukromých rukou, domácností, aby zde byly používány zcela jinak, než jak byl používán malířský originál. Malíř a kritik John Berger, který ve svých esejích psal o obrazech z hlediska způsobů vidění, jaké implikovaly a umožňovaly, čili rovněž o způsobech používání obrazů, popsal radikální proměnu vizuální kultury způsobenou fotografickou praxí jak na straně tvorby, tak na straně recepce. Obrazy se osvobodily od místa-oltáře a začaly samy putovat za divákem, vstoupily do jeho domácího prostředí, mezi rekvizity jeho všedního a rodinného života a zde jim byly připisovány velmi různorodé významy, zde byly používány velmi diferencovaným způsobem.

Jako levicový materialista vycházející z Waltera Benjamina upozorňoval Berger na ideologické využití technických obrazů dominantními společenskými skupinami (reprodukce malířských obrazů sloužily k většímu upevnění statusu institucí vysoké kultury, odkazovaly na originál jako na relikvii), ale jeho pozitivní zájem se soustředil na alternativní způsoby použití obrazů, na použití v silném smyslu soukromé: „Dospělí i děti umísťují někdy ve svých pokojích nástěnky, na něž připevňují kousky papíru: listy, snímky, reprodukce obrazů, novinové výstřižky, originální kresby, pohlednice. Na každé z těchto nástěnek všechny obrazy patří ke stejnému jazyku a všechny jsou si v jeho rámci ve větší

či menší míře rovny. Je tomu tak proto, že kritérium výběru je v nejvyšším stupni osobní. Pokaždé jde o to, aby nový prvek byl v souladu s ostatními a aby vyjadřoval zkušenost obyvatele pokoje. Logicky vzato by tedy tyto nástěnky měly nahradit muzea“ [Berger 1997: 30]. Podle Bergera je ideálním modelem recepce alternativní, soukromé použití. Model soukromého použití má přitom několik klíčových aspektů. Historické obrazy je třeba vnímat prizmatem přítomné zkušenosti, právě plné usazení v přítomnosti umožňuje intenzivní estetickou zkušenost s minulým obrazem, protože ten pak není chápán v bezzájmové kontemplaci neproblematických (z praktického a sociálního hlediska) rysů, nýbrž v tázání po konkrétní situaci vidícího — vidícího malíře a vidícího diváka. Berger vybízí k haptickému, „zištnému“ a „povrchovému“ vidění obrazů: alegorii je možné vidět primárně v jejím erotickém působení, olejomalba může být chápána jako předchůdce fotografické reklamy.

Berger v eseji *Způsoby použití fotografie* píše o možnostech, jak aplikovat soukromé použití fotografie na veřejné fotografie utrpení, které podle něj reprezentují „paměť kohosi nepoznatelného“: „Právě z toho důvodu, že nenesou pevný význam, že jsou podobné obrazům v paměti někoho zcela cizího, je možné je použít libovolným způsobem“ [Berger 1999: 76]. Fotografie zcela cizích lidí jsou vtaženy do kontextu jakési paradoxní, pomyslné rodiny a minulý čas fotografie je začleněn do osobní historie diváka. Pouze díky tomu fotografie může přestat být momentkou, ztuhlou anekdotou vytrženou ze životního kontinua, a stát se trvale přítomnou v čase. Opětovné umístění v historickém čase se rovná umístění do narace, která má stimulovat proces zapamatování. Podle Bergera je tedy fotografii třeba znovuvytvořit odpovídající kontext, umístit ji mezi jiné fotografie, slova a obrazy (do pomyslného „rodinného alba“). Nepoužívat fotografii „unilineárně“, k ilustraci příčiny, prezentaci myšlenky, nýbrž „radiálně“, s pomocí paprskovitých asociací vedoucích k jediné události, tak, jak pracuje paměť, a umístit tak událost fotografie zpět do společenského kontextu a společenské paměti: „Kolem fotografie je třeba vytvořit radiální systém, aby mohla být vnímána v kategoriích, které jsou současně osobní, politické, ekonomické, dramatické, každodenní a historické“ [Berger 1999: 88]. Skrze soukromé použití chce Berger zachránit společenské působení veřejné fotografie.

V případě televize je použití chápáno jako vtažení obrazů a zvuků, případně rozkoší a významů s nimi spojených do vlastní každodennosti rovněž nasyceno pozitivním potenciálem. Podle Johna Fiska má dokonce charakter „vykoupení“: **masově produkovaná kultura** se může díky aktivní recepci skupin příjemců stát **populární kulturou** — různá subkulturní čtení vytěží z textů specifické rozkoše a aktivizují (nebo vkládají) negociační i opoziční významy, které následně příjemci používají v každodenní kulturní zkušenosti pro vlastní potřeby.² Masově produkovaný televizní text je v reálném oběhu zásadně polysémický,

² Fiske píše o „dvou ekonomích“ televize: politická ekonomie komodifikuje, tvoří publikum, které je možné jako zboží prodávat inzerentům. Kulturní ekonomie je dána aktivitami diváků jako cítících a myslících tvorů, kteří v interakci s televizí produkují své vlastní významy a rozkoše, přivlastňují si pro své potřeby obrazy produkované původně se záměrem vytvořit pouze kontext k reklamám.

obsahuje pouze potenciality významů, může zaznačit jenom dráhy tzv. preferovaného (nikoli jediného možného) čtení, vymezit arénu pro boj o významy a o jejich další kontrolu. Masový text je přetvářen v populární tím, že diváci používají masově produkované signifikanty jako části svých kultur: k artikulaci vlastní každodenní kulturní zkušenosti, k dotváření vlastní kulturní identity, k šíření subkulturních významů, které jsou vždy specifické a různí se od významů do textu vkládaných podavatelem.

Z deweyovského hlediska se v takovém pojetí populární kultury objevuje hořistický předpoklad, že televize je nedílnou částí celistvé kulturní zkušenosti diváka a skupin diváků. Není možné redukovat televizní recepci na pasivní příjem významů ani na nehybnou kontemplaci obrazů a zvuků. Do recepce se zapojuje celá mysl, všechny smysly a také tělo, rodinné a subkulturní prostředí, stopy minulých zkušeností. Výzkumy Davida Morleye ukázaly, že z kulturního hlediska jsou stejně důležité způsoby čtení televizních textů jako způsoby sledování televizoru, čili způsoby používání televizoru jako fyzického objektu umístěného v domácím prostoru. Televizní divák zapojuje aktuální recepci do řetězce svých každodenních aktivit (rodinných prací, společenské komunikace) a pevně ji propojuje se svými dlouhodobými i chvilkovými tužbami. Televize se stává proměnlivým nástrojem pro dosahování velmi různorodých cílů (vzpomeňme např. Morleyova pozorování, která ukázala, že televizor může sloužit jako různého typu stimulátor komunikace nebo naopak kanál odvádějící napětí v rodině).

Pro etnograficky zaměřená kulturní studia mají velký význam tzv. terciární texty, *tertiary texts* (primárními texty jsou ty přímo produkované kulturním průmyslem, sekundárními texty jsou texty podřízené prvním: obraz studiového publika, fandovské časopisy, televizní rubriky v novinách), čili texty produkované samotnými diváky: „jejich rozhovory o televizi, dopisy do časopisů, z televize přejímané způsoby oblékání, mluvení, chování nebo dokonce i celého životního stylu“ [Fiske 1998: 299; Fiske 1987:124–126]. Pro etnografické výzkumy představují tyto produkty tzv. etno-sémiologické údaje (*ethno-semiological data*). Mohli bychom Fiska doplnit a říci, že by sem patřily i čtenářské či divácké deníky, ony Bergerovy nástěnky složené z různorodých obrázků a re-produkcí, o nichž byla řeč výše, amatérská tvorba vlastních videonahrávek reflektujících kulturní zkušenost s televizí, filmem a jinými médii, tvorba podobně zaměřených webových stránek a jiných počítačových projektů, internetové diskusní skupiny. S nástupem levných technologií záznamu a multimediálních osobních počítačů se i třetí texty staly skutečně multimediálními a získávají čím dál tím víc charakter materiálně realizované tvorby, která je navíc regulérně a necenzurovaně zveřejňována.

V situaci nebývalého bujení a dostupnosti „třetích textů“ na Internetu bychom se mohli také tázat, zda v nich lze vidět materiální realizaci Deweyova „expresivního předmětu“ (*expressive object*) příjemce, hmatatelný výsledek a důkaz tvůrčího charakteru jeho estetické zkušenosti.³ „Expresivní předmět“

³ Deweyovu teorii exprese a expresivního předmětu zde komentuji podle knihy Krystyny Wil-

vzniká jako výsledek procesu exprese (*expression*) příjemce, čili během procesu interakce vnímatele s vnějším materiálem (zde televizním textem či proudem textů). Expresivní předmět může být výsledkem exprese jak na straně primárně tvořivé (umělecké dílo), tak na straně primárně vnímající, čili nepřímou analogií uměleckého díla na straně recepce. Zde při interakci s prostředím (uměleckým dílem nebo jiným předmětem či událostí) nastává úzké spojení, ba splynutí průběžně transformovaného vnějšího materiálu (čili původního televizního textu) a rovněž průběžně aktivizovaných a transformovaných kvalit a významů vzpomínek uložených v zobecnělé formě v divákově paměti, čili „splynutí“ diváka s obrazem. Vzniká „něco nového“, něco, co má nový význam⁴ a neleží ani zcela na straně původního objektu, ani na straně recipujícího subjektu. Expresivní předmět tedy není výrazem, zvnějšíněním původní podoby dřívějších divákových prožitků, ani hotových (vložených) významů a kvalit recipovaného textu. Toto „nové“, výsledek interakce organismu s prostředím, který vedl k výjimečné aktivizaci minulých obsahů myslí, jejich transformaci za současné transformace vnějšího materiálu a případně k završené estetické zkušenosti, se v televizní kultuře podle mého názoru může realizovat právě jako tzv. terciární text (ontologická otázka expresivního předmětu recepce byla přitom neřešitelným problémem v Deweyově estetice, která tyto „třetí texty“ neznala a tvůrčí charakter recepce vysvětlovala pouze na úrovni představitosti, prožitku).

Problémem paralely mezi Deweyem a kulturními studii televize (ve verzi, jakou představují např. David Morley, John Fiske, Ien Angová) samozřejmě vždy zůstane fakt, že Deweyova *aesthetic experience* jako zvláštní, čistá (*sublimated, pure*) zkušenost, jejímž cílem je samo její završení (*fulfillment*) — což neznamená, že by byla oddělena od širšího životního kontextu nebo že by byla bezzájmová: představuje pouze očištěnou, maximálně intenzifikovanou každodenní zkušenost, je posvátnem uvnitř všednosti — je pojmem programovým, ideálním. Může se sice objevit při interakci s událostí či předmětem, které nejsou uměleckými výtvoři, ale její aplikace na sféru každodenní konfrontace člověka s médii by vyžadovala příliš mnoho vstupních podmínek. V rámci „širší“ verze vlastní estetické teorie však Dewey zdůrazňoval, že tzv. *an experience*, jakýsi nižší předobraz, zárodek *aesthetic experience*, má rovněž estetické kvality a objevuje se mnohem častěji a běžně při praktických činnostech.

Při *an experience* dochází k jejímu vyzdvížení z komplexu životních událostí, k bezprostřednímu vtažení celého organismu (zrušení distance subjekt-objekt),

koszewske [1991]. Propojení estetické zkušenosti s každodenností, praktickými zájmy a sférou tělesnosti popisují s využitím knihy Richarda Shustermana [1998].

4 „Význam“ je v tomto případě chápán velmi široce — v opozici k arbitrárnímu významu jazykových znaků — v kontextu tzv. kvalitativního myšlení. Má vždy současně poznávací i kvalitativní stránku, je tedy vždy i smyslový, daný bezprostředně: existuje „bezprostředně, jako emoce zabarvená kvalitou“ (*as feeling having qualitative color*) [Dewey 1975: 146]. Význam je definován jako soubor relací mezi věcmi a událostmi; relace mají ovšem u Deweye zvláštní status: jsou dány bezprostředně, percepce je uchopuje při plném zapojení organismu (viz Wilkoszewska [1991: 54]). Podobně specifické je Deweyovo pojetí „emocí“: Wilkoszewska píše o implicitně přítomném rozlišení na emoce přítomné v umění (expresivním předmětu) a emoce organizující umění (akt exprese).

aktivizaci významů a kvalit minulých zkušeností a k završení danému znovunastolením harmonie. Je to integrální, plná zkušenost se začátkem, koncem a cílem (v protikladu k časté rozptýlenosti, přerušovanosti životního proudu) nesená plným aktem percepce, při němž dochází k současnému zapojení smyslů i intelektu, vůle i emocí, myslí i těla, aktuálního vnímání a paměti. Každá *an experience* je současně zkušeností expresivní (estetická zkušenost je pak tedy intenzifikovanou expresivní zkušeností a čistší formou *an experience*), realizuje se v ní akt exprese, který na rozdíl od okamžitého vybití (charakteristického pro zvířata) směřuje k transformaci a organizaci vnějšího materiálu v prostředky výrazu a k současné transformaci obsahů a kvalit minulých zkušeností. Akt exprese tedy probíhá, jak již bylo řečeno, ve vzájemné interakci obsahů minulých zkušeností a podmínek zkušenosti aktuální, vyznačuje se určitou obtížností, bolestným překonáváním odporu vnějšího materiálu a také organizujícím působením deweyovské emoce; a nakonec, jako výsledek tlaků (*press*), přináší něco nového, *expressive object*, který posouvá člověka kupředu v jeho kulturním vývoji. Během procesu exprese se mění jak původní text, tak sám recipient, skutečným „subjektem“ (a současně „objektem“) exprese je tedy spíše **proces sám**, relativní **jednota zakoušení — zakoušeného** (*experiencing — experienced*). Dewey tak ruší opozici subjekt/objekt, vnitřní/vnější svět. Na úrovni *an experience* se realizuje Deweyovo širší pojetí estetiky, které je také lépe využitelné pro popis způsobů použití mediálních obrazů a zvuků. *An experience* se jeví jako vhodnější termín než čistá *aesthetic experience*, která přece jen odpovídá spíše recepci umění.

Co se tedy musí stát, aby při sledování televize nastala *an experience*? Zdá se, že se musí zintenzivnit právě ty rysy televizní recepce, které odlišují televizního diváka od filmového. Obrazy a zvuky televize musí být vtaženy do kontextu každodenních zájmů a starostí v rodinném (nebo jinak soukromém) prostředí a zde přetransformovány při současné transformaci obsahů myslí diváka. Musí diváka v jeho specifčnosti hluboce zaujmout, zneklidnit: divák se do aktu recepce vloží naplno, se svým tělem, obyvákem, rodinou, s rekvizitami svého intimního prostoru. Následně musí dojít k organizujícímu působení emoce a k završení, čili k obnovení harmonie. V aktu exprese zároveň vzniká nový předmět s novým významem. Tímto novým významem by při televizní zkušenosti chápané jako součást širší, subkulturní zkušenosti mohl být právě produkt negociačních a opozičních čtení. Pokud divák dokáže televizní proud použít pro účely, které jsou skutečně jeho vlastní (a nikoli preferované kulturním průmyslem), a vloží se do procesu zakoušení celou svou bytostí a s celým svým světem, může mu výsledek v podobě nového, deweyovského významu pomoci v osmyslnění jeho konkrétního bytí ve světě, jeho sociální a kulturní identity, čili divák může tak dát vlastní význam své kulturní zkušenosti (a nikoli si jej nechat vnutit dominantní ideologií). Televizní text — byť vytvořený jako text masový kulturním průmyslem — pak bude **vyjadřovat** (v tomto pojmu se Fiske a Dewey scházejí) jeho vlastní, kulturní zkušenost. Toto „vyjadřování“ je ale třeba chápat jako souhru tlaků, proces interakce, ne jako zvětšňování již dříve utvořených obsahů divákovy myslí. Ono „nové“ v jeho životě jej posouvá

vpřed, což lze chápat i z evolučního hlediska: nabízí mu to vzorce nových strategií přežití, lepší adaptace na nové životní podmínky. Expresivní předmět recipienta realizovaný v trvalém materiálu přitom může být východiskem další aktivní zkušenosti. Umělecká díla postmoderní éry jsou naopak často založena na určitém tvůrčím čtení starších děl. Stírá se tak rozdíl mezi tvorbou a recepcí.

Lze namítnout, že takovéto obecné vymezení by se dalo stejně dobře aplikovat na tradičně chápané umění. Samozřejmě, že je to pravda. Ale vzhledem k převládajícímu statusu, který umělecké dílo má v kontextu současné západní kultury, je potřeba, aby si „obyčejný“ příjemce nenechal vzít váhu své vlastní situace a každodennosti: proto lze — v deweyovském duchu — mluvit o tom, že **užitečnější než muzea, kina a knihy pro něj mohou být reprodukce, televize, video nebo Internet.** Pomocí nich může být za stávající situace lépe dosaženo deweyovského plného aktu percepce, čili vtažení organismu do procesu aktivního vnímání v celé jeho organické jednotě (vzhledem k nepevnosti hranic mezi organizmem a jeho bezprostředním okolím je třeba k tomu počítat i kontext jeho každodennosti).⁵

Dewey v estetice důrazně odmítal veškeré dualistické myšlení. Estetickou zkušenost nelze chápat jako zakoušení, které probíhá mezi distancovaným subjektem a uměleckým výtvozem. Skutečným subjektem, „já“ zkušenosti, je samotný proces, který přetavuje člověka i materiál. Dewey byl v opozici proti estetickým teoriím založeným na koncepcích bezzájmové kontemplanace, čistě intelektuálního poznání, stejně jako mimetizmu v umění. Vždy se bránil pevným hranicím mezi subjektem a objektem zkušenosti. Také poznávání pro něj bylo psychofyzickou aktivitou (jakoby taktilního typu: ochutnávání, trávení), která ve svém procesu zároveň konstituovala skutečný objekt poznávání. A právě poznávání jako tvůrčí jednání může být přínosným konceptem při popisování aktivit uživatelů nových médií. Hypertext například nelze poznávat, aniž bychom jej nějak (dočasně, ale v některých případech na paralelní úrovni i trvale) měnili.⁶ Je podobný spíše aktivitám navigace, která nás vede již rozbrázděným

⁵ Cílem umění (chápaného jako kvalita zkušenosti) je podle Deweye nastolit jednotu já s prostředím. Dnes se stává interfejsem kontaktu já s prostředím a zároveň součástí tohoto prostředí obrazovka (počítače, televize), která přenáší obrazy a současně je objektem umístěným v konkrétním prostoru divákovy/uživatelské každodennosti. Prostředí recepce tedy není dáno pouze bytem a rodinným klimatem, ale také obrazy a zvuky vzdáleného přicházejícími do naší blízkosti. Požadavek jednoty s prostředím jako cíl estetické zkušenosti měl u Deweye i religiózní rovinu — ztotožnění se s univerzem. Dnes je tato premisa (i když často paradoxně) naplňována síťovým komunikačním propojením. Přenášení sebe sama do oběhu sítě a přijímání obrazů vzdáleného ale stejně tak provokuje větší cit pro lokální identitu. Jak to ukázal např. A. Giddens, globalizace neznamená jednoduché nivelizující propojení a srovnání všeho se vším, nýbrž vede i k paradoxnímu upevňování lokálního. Totéž činí také kabelová a lokální televize nebo Internet.

⁶ Podobný příklad použití nám nabízejí formy digitálního obrazu a prostoru vůbec v počítačových hrách. Prostor obrazu přestává být nedotknutelnou plochou s vloženými významy a stává se souborem míst k „odkliknutí“. Ve fiktivním prostředí počítačové hry je vlastně „reálné“ pouze to, co lze odkliknout či jinak otevřít nebo spustit, čili to, co funguje jako prostředek k dalším místům nebo funkcím. Obraz zde není sám za sebe, k dívání, ale jako soubor nástrojů k řešení problémů.

pískem a nechává v něm další dráhy, nebo práce (s tělesnými prvky), ochutnávání — než tradičnímu čtení (s Barthesem řečeno: čtení „čitelného textu“).

Pro lidi, kteří denně pracují s digitálním obrazem (počítačovní grafici nebo webmasteri), se počítač začíná stávat komplexním (každodenním) pracovním prostředím i v časoprostorovém a vizuálním smyslu. U některých grafiků pak vidíme snahu polidštit či osvojit si tento prostor vytvářením osobní „pracovní plochy“. Ať už jde o pozadí viditelné na monitoru při spuštění programu Windows nebo o vizuální prostředí webové stránky, pokoušejí se tito lidé v onom prostoru „zabydlet“ a vtahovat sem atributy svých zálib: fotografie blízkých osob či sebe sama, citáty z básní, oblíbené reprodukce, vlastní kresby, kousky domácích videonahrávek nebo hraných filmů, jakési osobní emblémy (znám případ, kdy si grafik elektronicky modeloval vlastní fotografii z dřívějších let různými doplňky až k nerozeznání a pak si nechal vytetovat jakousi vizuální „značku“ i na vlastní tělo). Když do takto zabydleného virtuálního prostoru později přibývají nové obrazy a zvuky zvenčí, jde o stejný princip vtažení do osobního kontextu za účelem plného a bezprostředního prožitku, o jakém psal John Berger v *Ways of Seeing*. Do podobného prostředí je možné přenést prakticky jakýkoli technicky zachytitelný fragment viditelného světa a kulturních produktů, je možné tyto fragmenty libovolně upravovat, měnit, rekontextualizovat.

Dosud jsem popisoval vědomé, reflektované používání technických obrazů, kreativní recepci, jejímž výsledkem jsou negociační a opoziční čtení, případně nové expresivní předměty, které se někdy mohou realizovat v podobě tzv. třetích textů. Existují ale i jiné způsoby, jak organizmus vtahuje audiovizuální texty do své všednosti. Podle Rogera Silverstona, autora koncepce „televize jako každodenního života“, je funkcí televizních obrazů a zvuků v každodennosti strukturace prostoru a času. Televize jako objekt i jako médium a informátor pomáhá odreagovávat napětí mezi vnitřním a vnějším světem, pomocí pravidelného a cyklického vysílacího schématu vtiskává řád našemu životnímu času, inscenuje civilizační úzkosti z katastrofy či neznámého, aby je vzápětí pomocí známých žánrových postupů „vyřešila“, v širokém smyslu nás socializuje a propojuje se vzdáleným i blízkým okolím, umožňuje nám udržovat důvěru v trvalost a spolehlivost našeho světa. Mnohé ze Silverstonových postřehů jsou nepochybně pravdivé, ale nemusí platit pro všechny diváky a pro všechny typy televizního vysílání. Silverstone navíc chápe recepci televize spíše jako nesoustředěné, relaxované vstřebávání v polospánkové otupenosti, jako regresi do infantilnosti, pasivní odevzdávání se (i když — s prvky kreativity a práce představitivosti). Televize nahrazuje divákům ztracené náboženské jistoty, vytváří novodobé mýtické rámce pro vypořádávání se s realitou. Tímto pojetím se Silverstone částečně blíží koncepcím kritiků masové kultury, např. Adornovi, který mluvil o mase konzumentů jako o nekritických a naivních dětech. Populární kultura je na rozdíl od masové kulturou (znovu)privlastněnou, vnímanou a používanou vědomě pro vlastní potřeby.

Ve své práci tedy zastávám poněkud odlišné stanovisko než Silverstone: recepci televize v časoprostoru každodennosti chápu ve Fiskově a Morleyově smyslu jako součást komplexní kulturní zkušenosti, která je sociálně, etnicky

a jinak specifikovaná, jako kreativní aktivitu, jež mobilizuje potenciální body odporu proti preferovaným způsobům čtení (v souladu s Gramsciovo konceptem hegemonie, která se značně liší od althusseriánských teorií přidělování pozic subjektu vzhledem k ideologii nebo od psychoanalytických teorií dominantního pohledu), body, které obsahuje každý televizní text (nebo supertext). Kromě toho se současná podoba televizního programového proudu (*flow*) — alespoň v euroamerické kultuře — vyznačuje radikální mnohohlasostí, protože strategií „politické ekonomie“ producentů je (ve vlastním zájmu) oslovovat současně různé konkrétní skupiny diváků. Různé formy kabelové televize se specializovanými kanály nebo WEBTV (prolnutí televize, osobního počítače a komunikační sítě) budou heterogenitu televize stále zvyšovat a přizpůsobovat se heterogenitě publika. Bude pak ještě možné uvažovat o televizi jako profánní náhražce ztracených mýtů v tak totalizujícím rozsahu, jak to činí Silverstone? Zdá se, že divák bude (někde a někdy již je) naopak stále více uživatelem, který si své televizní „schéma“ bude programovat sám, než pasivním příjemcem inscenovaných katastrof a jejich následných „vyřešení“. Na druhé straně ale nelze popírat socializační funkci televize (vzpomeňme například výzkumy „terciárních textů“ diváček soap opery, které využívaly rozhovory o minulém díle seriálu jako prostředek k dosažení společného porozumění a sounáležitosti). Televize pomáhá upevňovat sociální a kulturní identity na individuální i kolektivní úrovni, může sloužit jako nástroj k přidělování významů a smyslu vlastní kulturní zkušenosti.

Etnograficky zaměřená kulturní studia nabízejí také protiváhu teoriím mediálních simulaker a hyperreality (především Baudrillardově [1995]). Fiske [1998] zdůrazňuje, že teorie simulakra jako imploze kategorií skutečnosti, ideologie a obrazu je správná potud, pokud nezačneme brát v úvahu konkrétního příjemce. Ten totiž simulakrum rušící diference používá a v interakci s jeho potencialitami mu přiděluje významy. Simulakrum (ovšem transformované aktivní četbou) obnovuje svůj vztah ke skutečnosti: k sociální a kulturní situaci příjemce.

Fiskovu koncepci bychom podle mého názoru mohli také úspěšně doplnit o evoluční teorii vztahu technologií a člověka. Technologie, která vždy znamená určité vytržení z původního časoprostorového kontextu, je po nějaké době a historicky čím dál rychleji asimilována, vstřebávána, „druhotně artikulována“ (Jim Collins [1998: 307]). Současně evoluční vývoj samotných technologií (starší média jsou vylepšována tzv. remédii) směřuje k čím dál větší plynulosti a adaptabilitě na lidské smyslové, tělesné, myšlenkové i emocionální predispozice, metaforicky řečeno digitální technologie se stále více připodobňuje analogovému uzpůsobení člověka a naopak, člověk se adaptuje na digitální způsob analýzy a konstrukce (viz Paul Levinson [1997]). Média se stávají stále přátelštější a člověk je stále intenzivněji vtahuje do své každodennosti. Budeme-li podceňovat tuto vzájemnou tendenci k adaptaci (viditelnou zvláště na vývoji osobních počítačů na jedné straně a na vztahu dětí k nim na straně druhé), její kulturní (tvůrčí) a také ekologický význam, nepodaří se nám pochopit dynamiku interakce člověk — médium.

A vývoj lidské kultury není myslitelný bez technologií již od svých počátků, všechno, co je kulturní, je nějak zprostředkováno technikou, technikou je proniknuta sama ontologická situace člověka (viz Jozef Kelemen [1998]). Aktivní používání pro své vlastní potřeby, rekontextualizace média ve vlastní sociální a kulturní situaci, spojení estetického s praktickým v plné životní zkušenosti jsou proto jedinými způsoby, jak se s médiem zdravě vyrovnat, jak — řečeno s Johnem Bergerem — překlenout zhoubnou propast mezi nedosažitelnou (a neurotizující) vizí štěstí a budoucnosti z reklamního obrazu na jedné straně a realitou vlastní každodennosti na straně druhé. Osobní práce s médii v kontextu každodennosti tak dostává ekologický rozměr.

POUŽITÁ LITERATURA:⁷

- Allen, Robert C. (ed.): *Channels of Discours, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*, University of North Carolina Press, 1992. Polský překlad: *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, Kielce (Wydawnictwo Szumacher) 1998.
- Aumont, Jacques: *The Image*, London (British Film Institut) 1997.
- Bachtin, Michail Michajlovič: *Francois Rabelais a lidová kultura středověku a renesance*, Praha (Odeon) 1975.
- Baudrillard, Jean: *Praccessio Simulacrorum*, in: Host, 1995, s. 3–28.
- Benjamin, Walter: *Dílo a jeho zdroj*, Praha (Odeon) 1979.
- Berger, John: *Ways of Seeing*, London 1972. Polský překlad: *Sposoby widzenia*, Poznań (Dom Wydawniczy REBIS) 1997.
- Berger, John: *About Looking*, London 1980. Polský překlad: *O patrzeniu*, Warszawa (Fundacja Aletheia) 1999.
- Collin, Jim: *Telewizja a postmodernizm*, in: *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*. Kielce (Wydawnictwo Szumacher) 1998, s. 301–322.
- Dewey, John: *Art as Experience*, New York (Capricorn Books) 1958. Polský překlad: *Sztuka jako doświadczenie*, Wrocław — Warszawa — Kraków — Gdańsk 1975.
- Fiske, John: *Television Culture*, London (Routledge) 1987.
- Fiske, John: *Understanding Popular Culture*, London — New York (Routledge) 1994.
- Fiske, John: *Postmodernismus a televize*, in: *Biograph*, 1998, č.5, s.16–19.
- Fiske, John: *Brytyjskie badania kulturowe*, in: Allen, Robert C. (ed.): *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, Kielce (Wydawnictwo Szumacher) 1998, s. 260–300.
- Flitterman-Lewisová, Sandy: *Psychoanaliza, film a telewizja*, in: *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, Kielce (Wydawnictwo Szumacher) 1998, s.190–224.
- Godzic, Wiesław: *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków (Universitas) 1996.
- Godzic, Wiesław: *Telewizja jako kultura*, Kraków (Universitas) 1999.
- Gwóźdź, Andrzej (red.): *Po kinie?...Audiowizualność w epoce przekaźników elektronicznych* (antologie překladů), Kraków (Universitas) 1994.
- Gwóźdź, Andrzej (red.): *Pejzaze audiowizualne. Telewizja — wideo — komputer* (antologie překladů), Kraków (Universitas) 1997.
- Gwóźdź, Andrzej: *Obrazy i rzeczy*, Kraków (Universitas) 1997.

⁷ Tak velký počet polských textů a polských překladů jsem použil mj. proto, že jsem celou studii připravoval i dokončoval během stáže v Krakově.

- Hall, Stuart: *Encoding/decoding*, in: Hall S., Hobson D., Lowe A., Willis P. (eds.): *Culture, Media, Language*, London (Hutchinson) 1980. Polski překlad: *Kodowanie i dekodowanie*, in: *Przekazy i Opinie*, 1987, č. 1/2, s. 58–71.
- Hopfinger, Maryla (red.): *Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej*, Warszawa (Instytut Badań Literackich) 1997.
- Kaplanová, E. Ann: *Badania feministyczne a telewizja*, in: *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, Kielce (Wydawnictwo Szumacher) 1998, s. 225–259.
- Kelemen, Jozef: *Postmoderný stroj*, Bratislava (F.R.&G.) 1998.
- Kinderová, Marsha: *Sen jako sztuka: model twórczego współdziałania między obrazem wizualnym a opowiadaniem*, in: Helmanová, Alicja (red.): *Panorama współczesnej myśli filmowej*, Kraków (Universitas) 1992.
- Levinson, Paul: *The Soft Edge. A Natural History and Future of the Information Revolution*, 1997. Polski překlad: *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa (Muza) 1999.
- McLuhan, Marshall: *The Gutenberg Galaxy. The Making of Thypographic Man*, University of Toronto Press 1962. Polski překlad: *Wybór pism. Przekazniki, czyli przedłużenie człowieka. Galaktyka Gutenberga. Poza punktem zbiegu. Výběr Jacek Fuksiewicz*. Warszawa (Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe) 1975.
- Morley, David: *Family Television*, London (Comedia/Methuen) 1986.
- Petříček jr., Miroslav: *Poststrukturalismus a výtvarné umění*, in: *KINO-IKON*, 1999, č. 2, s. 42–48.
- Rorty, Richard: *Nahodilost, ironie a solidarita*, Praha (PedFUK) 1995.
- Rorty, Richard: *Kariéra pragmatisty*, in: Umberto Eco oraz Richard Rorty, Jonathan Culler, Christine Brooke-Rose: *Interpretacja i nadinterpretacja*, Kraków (Znak) 1996, s. 88–107.
- Shusterman, Richard: *Pragmatist Aesthetics: Living Beauty, Rethinking Art*, Oxford (Blackwell) 1993. Polski překlad: *Estetyka pragmatyczna. Żywe piękno i refleksja nad sztuką*, Wrocław (Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego) 1998.
- Silverstone, Roger: *Television and Everyday Life*, London and New York 1994.
- Szczepanik, Petr: *Videoklip — proměna diváka a elektronická tělesnost*, in: *Biograph*, 1998, č. 5–6.
- Welsch, Wolfgang: *Estetické myslenie*, Bratislava (Archa) 1997.
- Whiteová, Mimi: *Analiza ideologiczna a telewizja*, in: *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, Kielce (Wydawnictwo Szumacher) 1998, s. 152–189.
- Wilkoszewska, Krystyna: *Sztuka jako rytm życia. Rekonstrukcja filozofii sztuki Johna Deweya*, Kraków (ZEIF UJ) 1991.

TECHNICAL IMAGES IN EVERYDAY USE

The presented text seeks the connections between viewer-oriented, British and American cultural studies in television culture (John Fiske, David Morley, Stuart Hall), and pragmatist aesthetics of John Dewey, Richard Shusterman, Krystyna Wilkoszewska and Richard Rorty. I try to provide an insight into the ways television and other (audio)visual media may be used by viewer-user in his everyday life. Dewey thinks about art only to find its close relations with life and restore continuity between everyday experience and aesthetic experience. The analyses of Dewey's "an experience" on the example of television, shows, how ordinary everyday experience of tv-viewer can become an aesthetic experience and thereby gives moments of human life character of fulfillment. Dewey conceives the conception of expression as reciprocal pressure of two fragments of reality, in result of which a new expressive object with new meaning comes into being. I try to compare this "expressive object" of viewer with "tertiary texts" (John Fiske), the texts that the viewers make themselves out of their responses.

