

Szczepanik, Petr

**Divák - rozkoš - žánr : za pragmatickou teorií populárního umění**

*Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. Q, Řada teatrologická a filmologická.* 1999, vol. 48, iss. Q2, pp. [173]-191

ISBN 80-210-2189-6

ISSN 1212-3358

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/114437>

Access Date: 27. 11. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

PETR SZCZEPANIK

## DIVÁK — ROZKOŠ — ŽÁNŘ

### Za pragmatickou teorii populárního umění

Otázka, zda má smysl vážně, teoreticky zkoumat populární kulturu (v našem případě její současnou audiovizuální větev), působí v intelektuálním prostředí, které staví na principech tradičních uměnověd, ještě stále překvapivě, nemístně. Z pozic estetiky by bylo možné namítnout, že nutný přechod ke kritériím typičnosti (např. dějiny soap opery nelze psát jako dějiny výlučných uměleckých děl, nýbrž pouze jako dějiny příznačných projevů) a propojenost se sociální problematikou (alternativní možnosti recepce a produkce) činí z předmětu neestetické téma.

Estetika se obává rozpuštění v sociologii či kulturologii. Sociologie má ale zase sklon zůstat u objektivistické, obsahové analýzy, kde se kvantitativní údaje převádějí na kvalitativní, nebo otázky populární kultury redukovat na problematiku ideologického působení a politicko-ekonomických vztahů. Ztrácí se zřetel k estetickému působení populárního umění, které je přitom sociálně nepochybné (ve smyslu estetické zkušenosti, jak ji definuje pragmatická estetika, viz dále). V této práci se pokusím načrtnout metodologické východisko, které by funkčně propojovalo propozice pragmatické filozofické estetiky Johna Deweye a Richarda Shustermana s empiricky a levicově orientovanými sociologickými teoriemi populární kultury na jedné straně a s pragmatickou teorií textu (případně filmové formy) na straně druhé. Výsledkem by měly být nástroje k interdisciplinárnímu zkoumání populární audiovizuální kultury jako populárního umění<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Terminologické upřesnění: Populární kultura je úhrn kulturních produktů a způsobů kulturní spotřeby, které se v různých dobách šířily mezi různými typy „širokých vrstev“ obyvatelstva bez omezení sociálními hierarchiemi (většinou se ale mluví o „nižších“ vrstvách); zahrnuje jak historické projevy „lidové kultury“ (včetně folkloru), tak produkty šířené masmédií industriální a postindustriální doby. Masová kultura je populární kultura šířená masmédií, která nese silné stopy působení kapitalistického tržního hospodářství (někteří teoretici vidí začátky masové kultury již v 16–18. století a spojují je s rozšířením knihtisku a nástupem tržního systému; u Marshalla McLuhana bychom mohli najít podněty pro uvažování o masové kultuře již od doby rozšíření písma). 3) Masová média jsou hromadné sdělovací prostředky.

\* \* \*

Běžná představa o tom, co je to umělecké dílo, se soustředí kolem vize objektivně a fyzicky existujícího předmětu, textu nebo struktury s pevnými konturami a významy a estetického prožitku charakterizovaného bezzájmovou distancí a vyčleněním z všedního světa. Pragmatická estetika přichází s odlišnou koncepcí: umělecké dílo je *kvalita estetické zkušenosti*, způsob, jak dílo tvaruje estetickou zkušenost, a nikoli objektivní předmět. Hodnota díla se měří intenzitou a komplexností zkušenosti, kterou dílo vyvolává. **Richard Shusterman** na této zkušenostní teorii, přejeté od klasika amerického pragmatizmu Johna Deweye, staví svou filozofickou obhajobu populární kultury jako oblasti, kde působí *živé krásno*.

Základními kameny pragmatické estetiky populárního umění by byly tyto body: *organická jednota celistvé a přímé zkušenosti, rozkoš s intenzivní tělesnou rytmikou, důraz na všednost jako kontext, živá interakce s prostředím, dynamičnost a proměnlivost, procesualita, vitalita, instrumentalita, angažovanost*. Umělecké dílo jakožto *zkušenost* je neoddělitelně začleněno do celku *všedního života* s jeho *tělesnými a praktickými* rovinami. Pragmatická estetika se staví proti „fundamentalistickým“ dělením všeho typu, proti nehybnosti a izolacionismu analytické estetiky (estetický/praktický, objektivismus, bezzájmovost, distance, instituce vysokého umění, intelektuálnost). Odmitá ale také redukci textu na bezhraničnou (dílo není pevně vymezeno, je plynulou součástí nekončící hry diferencí) intertextovost v poststrukturalizmu (pragmatizmus zachovává koncepci jednoty díla jako strategii čtení). V centru pozornosti si pragmatizmus hýčká představu *vitální, přímé životní zkušenosti* jako jednání zaměřeného na individuálně *užitečné cíle*, na *změnu*. Pragmatická estetika nemasává jen hranici umění/všední život, ale také hranice umělec/praktický svět a především dílo/příjemce: divák aktivně *participuje* na konstituci estetické hodnoty, provádí *tvůrčí rekonstrukci* díla, je *jednajícím* aktérem, využívá *estetickou zkušenost* (která zahrnuje i jeho tělesné prožívání) pro přímé zkvalitnění svého *každodenního* (pracovního) života.

### Od masy k postmodernímu flanérovi

Abychom si vymezili pozadí, bude nutné bodově (velmi zjednodušeně a se značnými vynechávkami) načrtnout přehled implicitních teorií diváka populární

---

Pojem populární kultura má pozitivnější konotace než masová kultura (odcizenost, nerozlišitelná směs): „pojem »populární« bývá stavěn do protikladu k pojmu »elitářský«, protože jeho použití má blíže každodenní zkušenosti a méně podléhá vlivům a pravidlům školského systému, standardům formálního vzdělávání a dominujícím intelektuálním institucím“ [Shusterman, 1998, s.214]. Další inspirace pro pozitivní pohled na populární kulturu lze nalézt v Bachtinově konceptu smíchové kultury a tělesného principu. Vzhledem k tomu, že se zde nesnažím o úplné teoretické ani historické pokrytí problematiky, dovolím si účelové významové zúžení: budu zde mluvit o populárním **umění** jako o esteticky přijímané populární kultuře v synchronním pohledu na současnou situaci v západoevropských a amerických demokraciích.

audiovizuální kultury, jak se projevovaly v humanitních vědách dvacátého století (v různých koncepcích pod různými jmény: divák, příjemce, adresát, konstruovaný subjekt, čtenář [lector in fabula], interlokutor, konzument, uživatel, spolu-tvůrce). Zohledníme dvě tradice: dějiny teorií populární (a masové) kultury (sociologické a kulturologické výzkumy) a dějiny filmových teorií (s některými jejími kořeny: pragmatika, naratologie, lacanovská psychoanalýza, kognitivní psychologie, filozofie mysli). V první linii budeme řešit pragmatické otázky týkající se způsobů použití (jak je s textem zacházeno) a budeme směřovat k teorii estetického vnímání jakožto sociálního jednání. V druhé, paralelní linii se obrátíme k pragmatickým otázkám procesů konstrukce významu a smyslu. Jde tedy vlastně o dvě tváře pragmatiky: 1) výzkum způsobů použití (sociologické tendence) a 2) zkoumání relací mezi textem a kontextem (jak se text, případně filmový formální systém, obrací k divákovi, jak si jej vychovává a jak divák na jeho výzvu odpovídá; sémiopragmatika, kognitivní filmová teorie).

Dějiny sociologických teorií pop-diváka bychom měli pro naše potřeby začít načrtávat od prvních **kritických vizí industrializované masové kultury**, a konkrétně od těch, které se zabývaly amerikanizací [viz Strinati 1998: 18-49]. Převládal v nich skeptický duch: industrializace proměnila společnost v atomizovanou a odcizené masy a populární kulturu, která vyjadřovala autentický hlas lidu, v kulturu masovou, jež je jako degenerovaný odlesk vysoké kultury<sup>2</sup> prodávána pro zisk masám. V masové kultuře se lid stává tupým příjemcem diktátu trhu. Demokratizace a zpřístupňování kulturních statků v podobě masově šířených kopií byly vnímány jako rozklad jak vysokého umění, tak autentické předindustriální populární kultury, jako zhoubné míšení. Typickým předsudkem těchto postojů byly nostalgické představy o minulosti, tradici a autentičnosti staré, nesekularizované společnosti, elitářství a neochota k empirickému výzkumu. Intelektuálové se stavěli do pozice privilegovaných a osvícených pedagogů, kteří jaksí sami od sebe znají pravé významy pojmů autenticita, umění, pravda, hloubka, aktivita. Hlavní pojmy: smísení, devalvace, ztráta duchovní orientace a odpovědnosti, zpasivnění, standardizace.

<sup>2</sup> Je poměrně obtížné definovat pojem „vysoká kultura“ (též: „vysoké umění“, „elitářská kultura/umění“) tak, aby byla opsána jeho funkcionalita způsobem, který je v kontextu pragmatické teorie užitečný. Definice jistě nemůže být fundamentalistická: nejde o pevný soubor děl nebo autorů, nýbrž o společenskou „instituci“ s ideologickým působením, o instituci, která není tvořena jen jednotlivými „úřady“, nýbrž především svým dispozitivem (pojem, který známe také z filmové teorie: mentální odraz objektivní složky kinematografické instituce, aparátu). Ideologická instituce slouží reprodukci sociálních vztahů produkce a společenských hierarchií, determinuje pozice subjektů vzhledem k sobě samé (althusseriánský smysl pojmu); ve způsobu, jak o věcech mluví, jsou zapsány tiché předpoklady určitých typů členění (= diskurzivní působení, foucaultovský smysl pojmu). Jde tedy hlavně o to, jak se o umění ve společnosti **mluví** a jak vypadají kanonizované typy estetické percepcce.

Vzhledem k tomu, že pragmatismus si nijak nezakládá na pevných definicích, není bez užitku odvolat se na ono mlhavé (i když pro mnohé zcela nepřijatelné nebo zbytečné: členění a hierarchie působí nejsilněji tehdy, když zastírají své vlastní stopy) chápání slova „vysoký“: jako na to, o čem se učíme ve školách a co vidíme ve státních galeriích; díla, ke kterým se máme chovat uctivě (nebo lépe: onen kanonizovaný postoj úcty sám).

V podání frankfurtské školy, a konkrétně **Herberta Marcuse**, je konzument masové (populární) kultury v zajetí *falešných potřeb*, iluzivních pocitů uspokojení a *iluze svobody* (možnost volby mezi různými masovými produkty), které mu vštěpuje prostřednictvím masmédií kapitalistický systém, aby udržoval koloběh konzumu. Problém začíná tehdy, když se Marcus pokouší definovat potřeby nefalešné, čili skutečné a opravdové (autonomní kontrola nad svým osudem, tvůrčí aktivita, nezávislost), které jsou falešnými potřebami skryty a potlačeny.

U **Theodora W. Adorna** ideologické působení mocného *kulturního průmyslu* způsobuje konformismus a souhlas zcela bezbranných mas, které *standardizované* produkty přijímají v opilosti iluzí jejich *auratičnosti*, jejich *pseudoindividualizací* (viz Adornovy analýzy populární hudby: kostra je nositelem *standardizace* a detail *pseudoindividualizace*). Masový člověk je *regresivní*, pasivní, ztrácí individualitu, stává se dítětem. Ve stavu rozptýlenosti a odtrženosti od reality se oddává *pseudoaktivitám* a kopíruje tak bezděky *zmechanizovanost* svého pracovního dne (odcizená práce — odcizený relax), oddává se sentimentálním pseudo-katarzím. Pod vlivem kulturního průmyslu konzument stále znovu žádá to, co již stejně dostal. Adornovu koncepci populární kultury lze kritizovat ze dvou hlavních důvodů: nezhledňuje, že inovace zde má jiné zákonitosti než ve vysokém umění (změny relací jádro-periferie, vnitřní diferenciací žánrů) a zcela přehlídá možnost empiricky zkoumat způsob, jak se konzument s produkty skutečně vyrovnává, míru jeho reálné aktivity.

Adorno vytvořil model pro další odmítavé teorie populární kultury, které proti sobě stavěly asketickou, intelektuální, kontemplativní estetickou percepci spojenou s vysokým uměním a pasivní, *regresivní* konzumaci populární kultury. Příznačné bylo podceňování alternativ: somaticky, kineticky a smyslově intenzivních prožitků populární hudby; bohatosti a proměnlivosti periferních prvků (Adornovy detaily jako nositelé *pseudoindividualizace*), např. žánrových variací. Zvláštní vybočení představoval outsiderský soupeřník frankfurtské školy, **Walter Benjamin**, jenž spojoval demokratizaci a masovou recepci s pozitivnějšími kvalitativními změnami: s širší participací. Pro pozdější, populističtější teorie je důležitý také jeho pojem *flanéra*, který v nich získal podobu městského poutníka po atrakcích elektronické audiovizuality, naladěného na vychutnávající, „ohmatávající“ pohled člověka procházejícího shopping centrem a navyklého na interaktivní postoje.

Jelikož se zde nemůžeme podrobně zabývat všemi následujícími deterministickými modely konzumenta populární kultury, zmiňme alespoň krátce tři nejvýznačnější: althusserovský, lacanovský a mulveyovský. **Louis Althusser** je autorem nového pojetí *ideologie* a *ideologické instituce*. *Ideologie* je u něj na rozdíl od dřívějších marxistických teorií chápána jako relativně autonomní vzhledem k základně; slouží reprodukci výrobních vztahů: reprezentuje imaginární vztahy jedinců k jejich reálným životním podmínkám; není to ale vládnoucími vrstvami vnucený iluzorní soubor idejí, nýbrž lidmi reálně prožívaný imaginární vztah k jejich světu; *ideologie* má materiální existenci: nejsou to ideje nebo stav vědomí, nýbrž materiální a institucionální praktiky řízené pomocí rituálů. *Ideologie* působí prostřednictvím *ideologických institucí*: školství, církve, rodiny; vztahuje se k jedinci jako k poddanému, určuje *pozici subjektu*

jako podřízeného určitému hledisku (vštěpuje určité podoby znalostí, know-how a postoje podřízenosti, poslušnosti, pracovitosti, v souhrnu: socializace). Z Althusserova pojetí *ideologie* vycházela většina ideologických teorií filmu sedmdesátých let.

Myšlenka, že instituce určuje pozici subjektu, je přítomna i v teorii *kinematografické instituce* Christiana Metzze, kde instituce má dvě složky: materiální (výroba filmů, síť kin, ekonomické vztahy) a *mentální*: odraz instituce v psychice diváka: divák se již tím, že cítí potřebu koupit si lístek do kina, stává součástí mechanismu *aparátu*. Divák je při recepci filmu „všit“ do určité pozice vzhledem k imaginárním obrazům, vstupuje do řetězce *identifikací*, při nichž se částečně obnovuje jeho zkušenost s imaginárním řádem (Lacanovo stadium zrcadla: ve filmu vidíme druhého, z něhož se stává já, ovšem s tím rozdílem, že to není zrcadlový obraz nás samých) a dostává se do stavu podobného dennímu snění. Divák je psychická konstrukce, kterou pro své fungování vyžaduje *kinematografická instituce*. Je pasivní, nehybný v tmavém sále, stává se čistou absorpční plochou, nutným, ale prázdným kolečkem ve stroji. „Jedním z nejtrvalejších, všeobecně uznávaných mechanismů kinematografické iluze se stává proměna sociálního prostoru kinematografie v imaginární prostor vnímání, který vyznačuje souřadnice kinematografického dispozitivu“ [Gwóźdź 1997: 51].

U Laury Mulveyové je zase divákovi vnucen sadisticko-*voyeurský* pohled muže-subjektu na objekt-ženu. Stejná zde zůstává kategorie uniformního situování, včleňování. V pozdějších feministických teoriích se tento striktní postoj radikálně měnil. Příkladem může být Sally Stockbridgeová, u níž divácký pohled, identifikace a rozkoš fungují podle principu *fantazie* (fantazie = „kladění a artikulace touhy“ [Stockbridgeová 1987:3]). Teorie divákovy fantazie „sexuální diferenci přiznává, ale popírá, že dochází k diktování nebo předurčování následné distribuce této difference (v termínech sexuální identity) do jakéhokoliv filmu nebo na jakéhokoliv diváka, mužského či ženského. Všechny možné role ve vyprávění jsou divákovi přístupny: může být stejně tak subjektem jako objektem a může dokonce zaujímat pozici »vně« scény [...] pouze samotná formální diváková pozice je fixována (existují »mužské« a »ženské« pozice touhy); subjekt tyto pozice adaptuje vzhledem k různým komplexním scénářům a v souladu s proměnlivým modelem jeho nebo její touhy“ [4]. Vznikají divácké přesuny (*shifting*), *multiplicitní identifikace*, rodově (*gender*) nespécifikované pozice. Je zpochybněno pojetí textu, které vychází z toho, že text „něco“ reprezentuje: text reprezentuje odlišné věci pro odlišná publika v odlišných kontextech (publika a jeho příjem).

Tím se již dostáváme k pragmatickému obratu v angloamerických sociologických teoriích, který bude ovšem nejlepší ilustrovat na materiálu novějších audiovizuálních médií (čili televize v současných modifikacích a post-televizních monitorových médií využívajících elektronický nebo digitální obraz a umožňujících *interaktivní* zásahy různé úrovně). Předpoklad diváka jako nehybné absorpční a odrazové plochy je zde relativně neudržitelný. Dynamická interakce s médiem je všední životní zkušeností, nedílně spjatou s řešením praktických životních problémů. Koncepce institucionálně a vnitrotextově programovaného

diváka jsou vytlačovány teorií *divákovy kreativity*: především v televizi a médiích se zvýšenou interaktivní vazbou již nelze mluvit o jednom dominantním pohledu, který je divákovi nabízen k identifikaci, ale spíše o *pluralitě pohledů*, mezi nimiž divák volí nebo které si sám dosazuje.

Díky společenskému kontextu *komunikační situace* a některým technickým vlastnostem média (např. v porovnání s kinem malá obrazovka, dálkové ovladače, simultánně dostupné větší množství programů atd.) je televizní divák v postavení aktivního *spolutvůrce* sledovaného programu, který již nechtí jako soubor jednotných děl, nýbrž si jej přivlastňuje pro vlastní potřeby<sup>3</sup>. Nekonzumuje izolované centralizované jednotky-pořady (s jedním autorem, přesně daným začátkem a koncem), nýbrž nestrukturovaný nepřetržitý proud audiovizuálních *vsuvek*, z nichž si vybírá, které kombinuje a které přetváří vsazováním do aktuálního kontextu příjmu nebo manipulacemi během různého typu *diváckých her*. Podle koncepce tzv. *neo-televize* (Francesco Casetti a Roger Odin, Umberto Eco) je současná televize nesměrovaným, neutříděným, nehierarchizovaným jednolitým *proudem*, kde hlavní slovo má divák, který v televizi vidí obraz sebe sama a prodloužení všední každodennosti.

Neoteleviznímu divákovi jsou vyznačeny tyto aktivní role:

- a) *zákonodárce* (programy na přání);
- b) *účastníka* (tv-turnaje; interaktivní seriály, kde divák rozsuzuje postavy fiktivního příběhu a rozhoduje o vývoji děje);
- c) *hosta* (v politic. diskusi, rozhodčí v soutěžích);
- d) *soudce* samotné televize (ankety, sondáže, audiometria);
- e) Casetti s Odinem nezaznamenali dnes samozřejmou roli diváka jako *tvůrce*: např. v různých verzích home-videa nebo jako autora námětu v pořadech typu *Bakaláři*;
- d) *hyperrealistického herce* v pořadech založených na sledování reálných emotivních reakcí vyvolaných konfrontací dvou nepřátel, nečekanou zprávou apod.

Podle polského teoretika filmu a elektronických médií **Wiesława Godzice** se *přetvářecí aktivita* diváka plně realizuje (divák je pak skutečně současně hercem, režisérem, střihačem i příjemcem svého vlastního filmu) v novějších audiovizuálních zábavách, jako jsou video, počítačové hry, virtuální realita nebo internet. Právě tyto formy zpětně ovlivňují i současného filmového a televizního diváka, který svou zkušenost, načerpanou při setkáních s jinými audiovizuálními formami, vnáší i do kina (kde uplatňuje ostříží zrak nakupujícího v obchod-

<sup>3</sup> John Fiske v eseji *Postmodernism and Television* [1992] popisuje přetvářecí aktivity v souvislosti s revizí baudrillardovského pojmu *simulakrum*. Simulakrum jakožto imploze tří rovin — obrazu, reality a ideologie — v kontextu reálné komunikační situace již není zbaveno významu: význam mu dává sociální příjemce. Fiske zmiňuje různé empirické výzkumy, z nichž nejilustrativnější je případ kočovných Indiánů, kteří v maringotkách sledují westerny tak, že televizi vypínají v okamžiku, kdy filmoví Indiáni provedou první, úspěšné přepadení vlaku. Z „deformovaného“ zážitku si odnášejí vitální pocit naděje, že i jim se podaří bez trpké odplaty zrealizovat vlastní představy o svobodě.

ním megacentru). Godzic to dokumentuje na případě kultovních filmů, které jsou vnímány skupinově a jejichž význam je zásadně dotvářen za branami kina.

Na poli samotné kinematografie dochází k těmto proměnám také, i když ne tak samozřejmě a ne komplexně: Godzic zkoumá filmového diváka ze dvou stran: jednak popisuje *komunikační situaci* typickou pro žánry, jako je kultovní film (v užším slova smyslu — žánr levných filmů pro „půlnoční“ americká kina) a filmová pornografie, v nichž dochází k výraznému zespolečenštění příjmu a zesiluje se diváková významotvorná aktivita. Z druhé strany se na nového filmového diváka Godzic dívá prostřednictvím benjaminovského pojmu *flanér*, což je podle něj — v novějším postmoderním provedení — mobilní návštěvník obchodních megacenter plynule přecházejících do kinových multiplexů. Filmový divák do kina *vchází* jako sociálně uvědomělá, postmoderní společností zformovaná bytost, naladěná na ostražitý pohled kupujícího (a nepřestává nakupovat, konzumovat — a někde i debatovat, procházet se — ani v kině) a nikoliv na pasivní postoj podobný dennímu snění (Ch. Metz). Film chápe jako jednu z mnoha audiovizuálních atrakcí (zdaleka ne nejdůležitější a ani ne tak výsadně výjimečnou, jak tomu bylo dříve), které mu nabízí dnešní město. Divák si text filmu *přivlastňuje* (Godzic zmiňuje fancluby, časopisy, mnohonásobné návštěvy téhož filmu nebo užitkové projekce, jejichž cíl leží mimo text samotný — v případě pornografie a zvláště starých pánských filmů) a přizpůsobuje jej svým potřebám, realizuje jeho prostřednictvím různé *subkulturní významy a identity*. Godzic své pojetí diváka vymezuje v protikladu k barthesovskému pojmu „vycházet z kina“, kterým jeho autor v sedmdesátých letech charakterizoval omamující účinek filmu na diváka vrženého z tmavého sálu zpět do ulice [Barthes 1993]: divák nyní do kina *vchází*.

„Divák touží po kontaktu a komunikaci — tak jako dříve toužil po identifikaci s postavami filmu, s kamerou nebo kinematografickou institucí. V tomto smyslu opouští filmový sál a svědčí o konci starého typu audiovizuální komunikace“ [Godzic 1995: 222].<sup>4</sup> Na otázku, proč divák sleduje audiovizuální atrakce, odpovídá Godzic prostřednictvím koncepce *radosti sémiotické demokracie*, „rozkoše<sup>5</sup> plynoucí z převzetí kontroly významů, které byly jevům dány domi-

<sup>4</sup> Existuje i opačný pohyb. Tradiční filmové příběhy jsou zatahovány do interaktivních narati v nich počítačových her a jiných projevů současné audiovizuality: „Filmová subkultura přešla na pozici »vysokého umění« a stala se tak materiálem pro postmodernistické hry“ [Godzic 1996: 222].

<sup>5</sup> O rozkoši v souvislosti s estetickou percepcí se často mluví v návaznosti na Barthesovu esej *Le plaisir du texte* (1975). Barthesovo dělení na *jouissance* (slast, angl. *bliss*) a *plaisir* (radost, angl. *spíše pleasure*) se ale vzpírá striktnímu vymezení. *Jouissance* Barthes charakterizuje jako slast, erotickou rozkoš ze čtení, spojuje ji s „rozplynutím“, „roztrácením“, tělem slasti, zneklidněním. *Plaisir* je naopak situováno v kultuře, „uspokojuje, zaplňuje, vede k euforii“ [Barthes 1991: XIV]. Kromě toho však Barthes používá (jako například v případě nadpisu své eseje: *Radost textu / Plaisir du texte*) pojmu *plaisir* (radost) v obecnějším smyslu a zahrnuje pod něj jak radost v užším smyslu, tak *jouissance* (slast): „s touto dvojnázností se však musíme smířit; neboť na jedné straně — mám-li ukázat na přerůstání textu, na to, co v něm přesahuje každou funkci (společenskou) a každé fungování (strukturní) — potřebuji obecný pojem »radost« a na druhé straně — je-li nutné odlišit euforii, naplnění, pohodlí (pocit přesycenosti, kterým svobodně postupuje kultura) od nárazu, otřesení, propadání —



nující kulturou a ideologií, individuální a skupinové tvoření vlastního významu. Máme co do činění se situací, kdy televizní seriál o životě žáků je příběhem »o vězení« pro skupinu diváků — vězňů, společnost homosexuálů zase nachází souvislosti se svou subkulturou v seriálu *Dallas* (což heterosexuálním divákům vůbec nepřijde na mysl). Současná situace překračuje precizní dělení na metonymickou »interpretaci z tohoto světa« a na interpretaci metaforickou. Interpretace kulturních jevů realizované skupinami a subkulturami mají ilustrovat jejich cizost vůči společnosti jako takové a současně stvrzují skupinovou identitu. Jsou tedy výrazem aktivní »sémiotické demokracie« [...]“[222].

Samotný fakt socializačního účinku televize není třeba příliš zdůvodňovat: příjem probíhá v rodinném kruhu, během jídla, pití, žehlení, debatování apod. Model pasivního izolovaného diváka, kterého „ovlivňuje“ televizní text, by nebyl na místě. Divák je montérem (dálkový ovladač) celku i přetvářecím mechanismem částí — zapojuje sledování televize do jiných domácích aktivit. Je aktérem kolektivních her a slovních i tělesných interakcí, které pomáhají vyrovnat se se sledovaným pořadem. *Neo-televize* mu v tom vychází vstříc různými způsoby simulované i skutečné dialogičnosti a divákovy všudypřítomnosti.

### Vtažený divák a teorie médií

O tom, že televize k divákovi spíše promlouvá, než aby ho ochromeného zahltila svým iluzivním světem, že je vnímána spíše jako obraz všednosti a součást každodenního života než jako okno do hotového kouzelného světa (řečeno s **Marshalllem McLuhanem**, že je spíše *chladným* než horkým médiem), se vědělo již dříve. Právě kanadský médiolog McLuhan [1991] počátkem šedesátých let popsal komunikační situaci televizního příjmu jako hlubokou diváckou *vtaženost* s participací všech smyslů (alespoň v podmínkách horké kultury).

Na nejnižší, „technické“ úrovni si divák synteticky konstruuje obraz na základě bodových definic — silou obraznosti aktivně dotváří abstraktní obrazce do podoby konkrétního obrazu. Řečeno s **Vilémem Flusserem**, divák shluky bodů elektronického obrazu (stopy elektronů v katodové lampě), samy o sobě nenesoucí informaci, v procesu *aktivní práce představitosti* (*einbilden*), která je ovlivněna kulturním návykem a předpokládá *povrchové* vnímání (divák se nepřibližuje k obrazovce až na dosah, neprohlíží si obraz detailním vhladem do jeho bodové struktury), přetváří do podoby konkrétních obrazů a může proto

---

potřebují konkrétní pojem »radost«, která je prostou součástí radosti v celku“ „[Barthes 1991: XIV]. Ona náročná, avantgardistická rozkoš se u Barthesa pojí s jeho „pisatelným“ textem (a kulturní radost zase s klasickým, „čitelným“ textem).

Teorii rozkoši pak rozvíjí především její sociologické analýzy, a to v podobě koncepcí „subversive pleasures“ (podvratných rozkoši), které vycházejí z Bachtinovy práce o smíchové kultuře (např. John Fiske). Rozkoš z participace a ovládnání významů je příznačná pro populisticky (od: kulturologický populizmus, optimistické teorie populární kultury) orientované empirické výzkumy (Godzic, Fiske).

prožít konkrétní zkušenost; z vykalkulované konstelace abstraktního bodového univerza se divák silou své obraznosti „vrací“ zpět ke konkrétnímu obrazu.

McLuhan specifikuje divákův aktivní postoj i na vyšší úrovni: televizní příjemce sleduje spíše reakce postav, na něž televizní akce působí, než samotné ohnisko akce; raději *participuje* na procesu, vývoji nějaké události, než aby přijímal hotoové, „úhledně zabalené“ [1991:286] produkty, dá přednost politikovi s rozmlženou, otevřenou image před hustě definovanou osobností. Televize se kloní „ke *komprimovanějším*, aforistickým a alegorickým formám výrazu“ [c.d.:295], divák dostává zhuštěné náznakové informace, které si pak doplňuje, činí je explicitnějšími.

Hlavním strukturním principem televize je *mozaika*: „Mozaiková forma není vizuální strukturou. Mozaiku můžeme vidět, stejně jako tanec, není však vizuálně strukturována a není ani extenzí vizuální schopnosti. Mozaika totiž není ani uniformní, ani nepřetržitá a neopakuje se. Je přerušovaná, nesouměrná a nelineární, stejně jako hmatový televizní obraz. Pro hmat je všechno náhlé, kladoucí odpor, originální, skrovné, podivné“ [308]. Televizní obraz prostřednictvím své *taktilní* povahy probouzí dosud zahálející smysly: dochází k jevu podobnému *synestezii*, sjednocenému smyslovému a imaginativnímu životu, *vtaženosti* do všeobšáhleho „ted“. Vtahující účinek televize umožňuje, aby se marginální sociální skupiny, které byly na základě vizuální literární *fragmentarizace* podrobny tlaku sociální homogenizace a uniformizace, cítily vtaženy do lidského údělu stejně jako skupiny privilegované, aniž by se vzdávaly své jedinečnosti.

McLuhanovský obrat v teorii médií přináší změnu hlediska: nezkoumáme již obsahovou stránku médií, ale médium samotné: jeho *komunikační situaci*, intermediální vlivy a posuny, hluboké proměny společenského života způsobené nástupy nových médií. McLuhan charakterizuje elektronizaci civilizace jako nástup globální *vtaženosti*, *imploze*, obnovení kmenové sounáležitosti a konce pracovního odcizení. Proměna statutu reálného příjemce audivizuálního sdělení, jak je popisovaná Wiesławem Godzicem, s touto *vtažeností* úzce souvisí. Godzic ji ale nazývá *interaktivitou*. Dalo by se říci, že *interaktivita* počítačových her nebo internetu je pouze dalším důsledkem mcLuhanovské všeobecné elektronizace, čili rušení časoprostorových a hierarchických bariér.

Bohuslav Blažek ve své sociální ekologii médií předpokládá, že divák je v první řadě zformovanou (více či méně „hotovou“) psychologickou a sociální bytostí. Jako *zformovaná sociální bytost* usedá k televizní obrazovce a vstupuje do složité sítě vztahů vzájemného oslovování, demaskování, vysmívání, přesvědčování, lhaní apod. V lepším případě má vztah diváka a média *dialogickou* povahu, v horším případě (ať už vinou média nebo diváka) dochází k patologii dialogu: k uzavřenému *monologu* média a k pasivnímu příjmu diváka. V žádném případě však televize není jakýmsi trychtýřem, kterým by bez odporu jako oknem protékala do divákovy mysli všechna špina, sex a násilí zvrhlých televizních pořadů. Pro televizi platí pravidlo „čím víc, tím víc/ čím hůř, tím hůř“: je-li divák vzdělaný a vychovaný ke svobodnému dialogu, televize mu pomůže v další kultivaci; je-li divák nevzdělaný a prošel-li defektní výchovou, bude mu televize zastiňovat jiné možnosti vzdělávání. Všechno důležité se odehrává v rámci *kunikační situace*: zde se rozhoduje o tom, jaký užitek bude divák z televize mít.

Blažek se zabývá *pragmatickou dimenzí* kulturní komunikace v podmínkách masové kultury jako vztahem mezi komunikujícími stranami: *producentem a konzumentem*. Důležitější než struktura a význam sdělení je jeho „tělo“, „paralingvistické“, „*tělesně* — komplexní“ projevy prozrazující *utilitární záměry* producenta / konzumenta. Text se stává nástrojem k uskutečňování *cílů*, je proniknut záměry. Hlavním prostředkem *pragmatického výzkumu* jsou analýzy: a) *klišé* (jakožto nástrojů manipulace), a to jak na úrovni média, tak na úrovni diváka: divák *klišé* umožňuje tím, že na něj přistupuje, že jej nereflektuje, ve své mysli tak uchovává jakési otisky či analogie mediálních *klišé*; b) různých modů *interaktivity*, *instrumentálního přivlastnění média*, *dialogičnosti*, *adaptivních her* a *komplexní smyslové vtaženosti*.

Přesuneme-li pozornost k médiím založeným na principu *hypertextu*, čili síťově propojených bloků textu a audiovizuálních informací (v rámci jednoho textu i v rámci intertextu jako celé kultury), můžeme v souladu s návrhy **Georgese P. Landowa** [1998] užitečně propojit barthesovské a derridovské pojetí *čtenáře*, *čtení* a *decentralizace* s komunikační situací internetu. Vzájemné síťové propojení textových bloků i obrazových a zvukových záznamů či živých kanálů umožňuje zcela nový typ *čtení* jakožto *psaní*. V **Barthesově** koncepci *pisatelného (scriptible)* textu (z jeho studie *S/Z*) je ústřední představa aktivního čtenáře a *plurality textu*: „Zatímco pisatelný text, např. avantgardy, může být psán nebo přepisován, »čitelný« (*lisible*) je jenom *recipovatelný*, ovšem nelze jej už použít jako model pro písmo nebo »écriture«. Pisatelný text, to je — trvale současná — praxe *écriture* sama [...] Pisatelný text, to jsme *my při psaní* [...]“ [Zima 1998: 281–82]. Kategorie neustálé přítomnosti a *čtení* jako *psaní*, čili trajektorii v pluralitě textu, inspirovaly Landowa ke srovnáním s *interaktivní* četbou *hypertextu* na internetu, která sestává ze dvou hlavních složek:

- *asociativního* vyhledávání *přímých zdrojů* (a ne pouze poznámek, jak tomu je ve vědecké literatuře s poznámkovým aparátem, který obsahuje pouze citáty a bibliografické údaje)
- „*linkování*“, čili nového, tvůrčího propojování, konstruování *stop* svých čtecích *drah* (tyto *linky* výchozí bloky textu a jejich návaznost sice nepoškodí, ale připojí se k nim jako jejich doplněk, tvůrčí rozšíření).

Druhým východiskem pro teoretický popis uživatelské dispozice internetu (*hypertextu*) je **Derridova** představa rozpadu identity a jednoty textu-díla, textuality jako nekonečné *hry diferencí*: „Intertextovost tak není specifickou představou konkrétního textu nebo skupiny textů, ale je obsažena v samotné textovosti; [...] každá četba je pak interčtetbou. [...] V této globální koncepci jediného univerzálního a nekonečného (nekončícího) intertextu ztrácí text charakter autonomní sémiotické struktury, jeho sémantika je upozaděna a ztrácí se v *pragmatice*.“ [Málek 1993a: 13]. Programy pro práci s internetem (*Netscape*, *Internet Explorer*) nabízejí služby, jako jsou *asociativní vyhledávače*, tzv. záložky (bookmarks) nebo „*hypertextové odkazy*“: je možné se na ně dívat jako jakési technické protějšky *poststrukturalistických* pojmů.

## Sémiopragmatika, kognitivizmus a bachtinovské inspirace ve filmové teorii

Klasická, esencialistická filmologie (většina textů o filmu do padesátých let), chápala diváka jako něco zcela samozřejmého, jako nezpochybnitelnou existenci člověka sedícího v kině nebo čtoucího filmové kritiky. Hlavní otázky zněly: co je to film, filmovost, je film umění, případně jak film odráží skutečnost? (Byly i výjimky: např. Hugo Münsterberg nebo Boris Ejchenbaum vnímali diváka jako aktéra, jenž musí plnit určité úkoly, aby dal filmu vůbec vzniknout: mám na mysli především způsob, jak Ejchenbaum pracuje s pojmem *vnitřní řeč*.)

První vlna strukturalizmu a sémiologie vycházela ze *saussurovského* dělení jazyka na *langue* a *parole* a z binární koncepce znaku, z čehož plyne, že přijemce, byť byl formálně zohledňován (*označující* i *označované* jsou psychickými jevy), nehrál zde žádnou skutečně aktivní roli. U Lévi Strausse si lidská bytost není vědoma mentálního působení struktur podobně, jako si člověk mluvící daným jazykem neuvědomuje jeho pravidla. Jinde teorie dekódování předpokládá, že čtenář bude pouze zrcadlit význam vložený do komunikátu na opačné straně řetězce. U Umberta Eca (v době jeho analýz Flemingových příběhů o Jamesi Bondovi) a Barthes (ve fázi „Mytologií“) se předpokládají různé úrovně možných čtení, ale významy na těchto úrovních jsou pevně dány a odhaleny mohou být pouze analytikem, shora, bez problematizace vzhledem k působení reálného příjemce. Podobně tomu bylo v první vlně filmové sémiologie, kterou ve francouzském prostředí iniciovali Roland Barthes a Christian Metz.

Americká sémiotika se k problému uživatele, příjemce stavěla již od počátku pozorněji: triadická znaková schémata Ch. S. Peirce a především Ch. W. Morris již počítala s kategorií *interpreta* a kladla důraz na *procesualitu* označování. U Peirce byl ještě spíše prázdou kategorií, pouhým nosičem *interpretans*, čili ideje vyvolané znakem. U Morris je však již interpret *aktivním činitelem* označovacího *procesu* (uzávorkovaným čtvrtým bodem schématu *sémiose*). Morrisův *interpretans*, účinek na *interpreta*, díky němuž se pro *interpreta* daná věc stává znakem, se více podobá psychofyzické aktivitě, jak o ní mluví neopragmatická estetika (Shusterman).

Zajímavější je způsob, jak se s problémem komunikační situace vyrovnává sémiotika a naratologie sedmdesátých a osmdesátých let. Peirceovské inspirace (triadické znakové schéma, kategorie *interpretans* umožňující zkoumat působení znaku na uživatele) vedly k rozvoji sémiopragmatiky i ve filmové teorii (např. Roger Odin, Francesco Casetti). Ruší se v ní pevné hranice mezi příjemcem a dílem, aby se dospělo k obrazu složité vzájemné propletenosti, včlenění, využívání, přetváření a toužení. Čtení *textu-obrazu* (pojem text nahradil strukturu, znakový systém) již není determinováno textem samotným (text může pouze klást odpor určitému typu čtení), text není nositelem významů, tvorba významů je dílem aktivního diváka/čtenáře – „*lectora*“. Odin ale nechápe diváka jako reálnou osobu, divák je „teoretickým konstruktem se statutem *aktanta* [...], bodem, kterým prochází svazek [pouze vnějších — pozn. P.S.] *determinací*. Produkce významu je téměř zcela dílem vnějších determinant; jsou to právě

ony a pouze ony, které umožňují fungování procesu filmové komunikace. Čím více *determinant* působících v prostoru diváka se blíží determinantám ovládajícím pole produkce, tím větší je možnost podobnosti modelů konstituovaných činným divákem (aktantem) a aktantálním realizátorem.“ [Odin 160] Nejdůležitějším typem vnějších determinant jsou *instituce* (= struktury určující svazky determinant a diváka jako jejich bod střetu; instituce hrozí *sankcemi*): Odin (na rozdíl od Ch. Metz: myšlenka jedné, kinematografické instituce) razí koncepci *institucionální plurality*, heterogenity *kinematografických dialektů*: nachází instituce narativního, dokumentárního, pedagogického, průmyslového, experimentálního či rodinného filmu. Tyto instituce řídí základní divákovy představy o filmovém médiu, o realizátorovi, usměrňují citový postoj a *pozici diváka*, stejně jako způsob, jak (nebo zda vůbec) lektura filmu diváka *vpisuje* na *osu Imaginárního*. Výsledkem je dělení na „film-realizaci“ (obdařený významy vytvořenými v prostoru realizace) a „film-lekturu“ (vybavený smyslem, který mu dal *aktant-lector* v prostoru čtení), na dva nezávislé procesy produkce významu.

Ital Francesco Casetti pomocí sémiopragmatického přístupu dospívá k definici *diváka-interlokutora* (od lokuce — promluva [spolu-mluvčí, partner rozmluvy, dialogu, participant]), kterého staví do kontrastu k *divákovi* — *dekódujícímu*, jak si jej představovala strukturální sémiologie šedesátých let. Dekódující divák je „ten, kdo může a musí rozšifrovávat soubor obrazů a zvuků; pozorný kontrolor, který progresivně integruje význam reprezentací; konečný překladatel zakódovaného signálu. „Význam byl již pevně daný, dekódující příjemce jej má pouze umně odhalit, podvolit se. *Interlokutor* je naopak někdo, „ke komu jsou směřovány určité propozice, od koho je možné očekávat porozumění, je to citlivý společník toho, co se odehrává na plátně; partner vykonávající vlastní úkoly.“ [Casetti 175]. *Vědomě* se rozhodující, více či méně *kompetentní, aktivní participant* je sám zodpovědný za výsledek lectury: *rozpoznává* konvence (žánrové aj.), hledá pravidelnosti, *doplňuje* mezery, *vypouští* redundance, pomocí systému očekávání *reguluje* proud informací, vstupuje do identifikace, je aktérem *strategické hry*.

Film na druhé straně *touží být viděn*, nabízí se pohledu, vysnívá si *ideálního diváka*, obrací se k němu, konstruuje jeho *vnitřní obrazy* (fiktivní postava *vnitřního adresáta* jako zástupný divák). Vznikají tak dvě síly, které dohromady vytvářejí dynamickou kruhovou hru mezi divákem dopředu konstruovaným jako *implikovaný vztažný bod* a mezi divákem reálným: čili mezi *divákem uvnitř*, v centru textu<sup>6</sup> a mezi *divákem na okraji textu*. Divák tedy ovládá a zároveň je

<sup>6</sup> Paralelně s italskou a francouzskou filmovou sémiopragmatikou se rozvíjí i filmová naratologie, která se podrobně zabývá stylovými (rétorika) i ideologickými důsledky práce s oním implicitním divákem, divákem v textu. K nejvýznamnějším analýzám tohoto typu patří dva texty o *Přepadení* Johna Forda: jeden od Nicka Browna a druhý od Daniela Dayana: i ve zdánlivě objektivistickém filmovém zobrazení lze najít vepsaná hlediska, která lze popsat — (v prvním případě) pomocí rozšíření pojmu *point-of-view* nebo (v druhém případě) pomocí klasifikace performativních řečových aktů J. L. Austina — jako pozice, z nichž nevědomky apriori soudíme prezentované události. Podle Dayana jsou naše divácké reakce přesně naprogramovány jednak pomocí použití pohledů postav jako určujícího činitele orientace a vedení pozornosti v časoprostoru *diegeze*, a jednak pomocí autorských postojů nenápadně vepsaných

ovládaný, existuje nutný integrální vztah mezi *vnitřkem* a *vnějškem*: „požadavek osoby z masa a kostí a vypracování symbolické konstrukce reprezentují sice dvě odlišná řešení, ale přesto vyžadují vzájemnou zvrtnou integraci“ [Casetti 1992: 182], text říká „já“ (diskurz má dispozice prosadit se) a současně oslovuje „ty“ (hledá oživující zrcadlo). Casetti vidí v práci textu vnitřní *dialogickou hru hlasů*, v níž zdánlivě sekundární hlas *oživuje a sjednocuje* dominantní téma.

Procesuální pojetí filmové recepce našlo vynikající naplnění v kognitivních teoriích aktivního filmového diváka (David Bordwell, Kristin Thompsonová), jenž *tvorí význam* na základě a) *percepčního pozadí* a *mentálních schémat* (různé kategorie historických, žánrových a zkušenostních konvencí a norem) a b) *systému vodítek* (film = systém vodítek, které samy o sobě nemají žádný význam). Význam a obsah ale nejsou účelem uměleckého díla ani estetické recepce; účelem je *ozvláštnění* (jako účinek), *intenzifikace*, *rozšíření* a *obohacení percepce*, *komplexní vtaženost myslí*. Právě eliminace kategorií imanentního významu a obsahu umožňují chápat aktivní percepci jako téměř *tělocvičný* (viz neoformalistická přirovnání estetické zkušenosti ke sportu) proces založený na *zdolávání překážek* a *řešení problémů* (čím větší námaha, protažení, odklad, komplikace, tím intenzivnější prožitek). Filmová forma je *funkcionální stroj* na výrobu intenzivního estetického účinku, kterýžto stroj uvádí do pohybu divák, vtažený do hry prostřednictvím angažovaných konstrukcí *formálních očekávání* a *hypotéz*, jež směřují k celkovým *hypotézám fabule*. Kromě fyziologických a podvědomých aktivit (konstituce předpokladů média v divákově vnímání: např. iluze pohybu, základní konvence zobrazení apod.) je divák především *aktivní vědomě, kognitivně: rozpoznává* podobnosti, variace, paralelismy, *porovnává* a *sjednocuje*, *vyvozuje* a usuzuje, *vyplňuje* prázdná místa a *zapomíná* přebytečnosti.

Kdybychom šli touto cestou dále směrem ke kognitivní vědě, filozofii myslí a teoriím umělé inteligence, mohli bychom rozvíjet úvahy o diváckých mentálních aktivitách způsobem, který by pracoval s pojmy agentů a agentur, které plní v divákově myslí určité specializované úkoly, řeší určité třídy problémů, podnikají specializované akce ve střetech s vnitřními agenty recipovaného díla. Marvin Minsky [1996] dovádí tuto představu do důsledku, když spekuluje o možnosti konstrukce *inteligentního stroje* na poslouchání hudby, který by využíval databáze všedního vědění a *řešil* percepční a hodnotící *problémy* ve škále od základního rozpoznání a srovnání po specializované kritické soudy.

Zajímavým pokusem přispěl k podobným úvahám Vlastimil Zuska [1998], když inspirován Gillesem Deleuzem a Minskym načrtl představu *milieu*

---

přímo do způsobu snímání, a tedy nutně sdílených i divákem filmu. „Narace zdánlivě zdůrazňuje to, že film je nezávislou existencí, kterou divák (nezávisle na konstrukci filmu) může sledovat pouze zvnějšku. Na druhé straně [...] film ve všech strukturách zobrazení směřuje k vypravěčské konstrukci komentáře vyprávění a situování diváka tak, aby disponoval společensky obvyklým (v *Přepadení* má divák nejprve vidět prostitutku Dallas v její zavrženosti, aby pak dospěl k přehodnocení svého původního hlediska — pozn. P.S.) úhlem pohledu.“ [Brown 1994: 169] Skrytá a maskovaná narativní autorita manipuluje divákovým okem uvnitř fiktivního prostoru a integruje jej do struktury filmového pohledu: divák a jeho reakce jsou integrální součástí textu.

(prostředí) jako styčného rozhraní mezi filmem a divákem: „Milieu film+divák pak tvoří osnova trajektorií, společenství událostí, jejichž integrální a integrující součástí jsou trajektorie subjektivity (jejšho vždy nového nastávání), stejně tak jako (v abstrakci) procesuální struktura díla, složená z kvalit, událostí (významů) a sil (empatie, anticipace, erotická povaha narativity aj.)“ [Zuska 1998:2] Rozpadá se tedy jak jednota a identita soběstačné subjektivity diváka, tak homogenita „filmu o sobě“, aby vzniklo dynamické a decentralizované bojiště singularit. V tomto *milieu* je jak subjektivita, tak příběh ve stavu vznikání, neukončenosti.

Motiv *decentralizace* a neredukovatelné mnohosti rozvíjí i teorie *mnohohlasosti*, *chronotopů* a *tělesného snižování*, které vycházejí z M. M. Bachtina. Na jedné straně lze v návaznosti na sémiopragmatiku hovořit o střetu hlasů vnitřního a vnějšího diváka. Na druhé straně je možné pracovat také s představou komunikační situace jakožto *chronotopu*: „Pohyblivé obrazy, primárně chápané jako imanentní, zahrnují do své kolem vlastní osy rotující chronotopiky situaci, v níž se rozvíjejí. Textový pohyb řídí čas, mající pozici »dominujícího principu v chronotopu«, a to jako sukcesivní průběh filmových chronotopů i jako historicko-biografický referenční proces »mimo« film. Obrazy zasazené do času a vystavené pohybu dynamizují také enunciativní situaci, s níž jsou konfrontovány. Sál kina, pokoj s televizorem či místo předvádění videopořadu a také ti, kteří pobývají v daném poli vypovídání, vystupují sami jako chronotopy a vyvolávají odpovídající specifický dialog. Neobklopují obrazy jako jejich vnější rámeček, ale pronikají jimi [...] [analýza chronotopů] pojímá diváka jako účinnou sílu v chronotopickém poli předvádění filmu a nezachází s ním — zjednodušeně řečeno — vlastně jinak než jako s postavou »z filmu.«“ [Sierek 1997: 123] Divákův časoprostor se zde prolíná s časoprostory filmovými v *decentralizované mnohohlasosti*. Bachtinovy myšlenky lze využít také k jemnější interpretaci ideologického působení jakožto *dialogických smluv* mezi čtenářem a textem, a rovněž, v případě analýz rozkoše z „*nízkého*“ a z „*převercení*“ k jejich interpretacím jakožto *podvratných rozkoší*. [Strinati 1998: 201]

### Za pragmatickou estetiku populárního umění

Můžeme si nyní vytvořit přehledový žebříček proměn statusu diváka:

1. Divák jako nereflektovaný reálný člověk, jenž „sám od sebe“ chodí na filmy a čte recenze (první, esencialistické teorie filmu).
2. Divák-dítě je součástí masy, která je zcela vně procesů masové produkce a kulturního průmyslu. Je drcen, indoktrinován, ohlupován (první kritici masové kultury a amerikanizace, frankfurtská škola).
3. Divák jako nutná, ale prázdná složka instituce (kinematografické) — subjekt s ideologicky přidělenou pozicí (althusserovské koncepce).
4. Nevědomý nositel mentálních struktur (Lévi-Strauss), dekódující v lineárním a jednosměrném procesu komunikace (strukturální sémiotika).
5. Je sítěmi identifikací a částečnou regresí všíván do mentálního aparátu instituce a do vztahu k imaginárnímu prostoru, který při projekci zastře prostor sociální. (Metz, Jean-Pierre Oudart a jeho pojem *sutury*)

6. Je ztotožněn se sadistickým pohledem muže na ženu (Mulveyová)
7. Aktivní tvůrce smyslu se statusem prázdného průsečíku vnějších determinant; je součástí hry mezi vnitřkem a vnějškem textu (filmovým kontextem), současně ovládajícím i ovládaným hráčem (sémio pragmatika).
8. Divák „taktičně“ vtažený do řídky definovaného chladného média (McLuhan, Flusser).
9. Vědomý a kognitivně činný „oživovatel“ stroje filmové formy (Bordwell); cvičenec překonávající obtíže za odměnu v podobě ozvlášťující percepcce (Thompsonová). Film si diváka vychovává, učí jej své logice.
10. Divák jako stroj na sledování filmů (Minsky); je souborem potencialit (agentů) subjektivity, který se na poli milieu střetne s potencialitami (agenty) příběhu (Zuska).
11. Dehierarchizovaný a decentralizovaný dialogický vztah divák — text; divák jako filmová postava + podvrtné rozkoše jako pozitivní síla činné zkušenosti s populární kulturou (bachtinovské teorie).
12. Sociálně aktivní spoluvůrce a tvůrce významů, sebevědomý praktik všedního života, jenž si chrání svou sociální identitu. Jeho percepční postoj charakterizuje také návyk na (tělesnou) mobilitu a interaktivitu (angloamerická empirická sociologie aktivního diváka u Fiskeho, Godzice, Stockbridgeové ad.).
13. Divák-autor v náročné a odpovědné činnosti tvůrčího mapování pluralitní intertextuality hypertextu (internetu). Četba je rovna psaní. (Konečné naplnění McLuhanova volání po větší vtaženosti?).<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Je nezbytné ještě jednou zdůraznit, že výše uvedený přehledový průřez implicitními teoriemi diváckých aktivit nemůže suplovat žádné „dějiny“ teorií. Ve zkratkovité podobě jsem se snažil účelově zachytit pouze motivy kladoucí zvýšený důraz na diváka jako na konstitutivní prvek (nebo naopak diváka ukázkově a příznačně opomíjející), a z nich ty, které jsou použitelné pro výzkum současného populárního audiovizuálního umění. Proto také zcela chybí pasáže o fenomenologii (nabízela by se řada linií: ingardenovská, zdůrazňující vrstevnatost díla, merleau-pontyovská, týkající se dotváření smyslu a těla zapuštěného ve světě, nebo např. fenomenologie tělesnosti v estetické zkušenosti, jak ji v kontextu současného vizuálního umění popisoval Petr Rezek), o hermeneutice, marxizmu (místo Althussera bylo možné zmínit teorie populární kultury vycházející z Gramscioho pojmu *hegemonie*) atd. Bylo by také možné „přepisovat“ z nového hlediska staré teorie, jež zdánlivě s divákem jako tvůrčím aktérem příliš nepočítají (čili které se soustředí na strukturu díla samotného) — k tomu by nám mohl napomoci pojem *vnitřní řeči* užívaný v souvislosti s filmem ve formalismu (Borisem Ejchenbaumem), ale i jinde (Stephen Heath ad.), nebo Mukařovského pojem *sémantické gesto*. Ve formalismu i v pražském strukturalismu bychom tak mohli nalézt řadu motivů vypovídajících o přijemci jako spolu-tvůrci. Z doporučených důvodů jsem také zcela opomenul recepční estetiku v literární vědě (W. Iser, H. R. Jauss), jejíž koncepce osvobozeného recipienta a implicitního čtenáře by pro filmologii mohly být jistě inspirativní.

Svou studii jsem orámoval pasážemi týkajícími se Shustermanovy pragmatické estetiky (a jeho teorie afroamerického rapu). To ale neznamená, že všechny dále zmiňované teorie jsou v nějakém přímo shodném nebo přímo protikladném vztahu k Shustermanovým koncepcím. Naopak, např. z hlediska hranic mezi estetickým a praktickým je kognitivní neoformalistická filmová teorie, kterou jinak řadím mezi ty spíše „rovnoběžné“, radikálně izolacionistická (autonomie estetické oblasti, estetická percepcce jako rekreace, odpočinek od všedního světa plného automatizovaného vnímání). Společné body je třeba vidět pouze v kategoriích pragmatické dimenze a částečně populární kultury: a to buďto v negativním, nebo pozitivním vztahu k tématu.



Z předchozího textu musí být již zřejmé, že body 7–13, reprezentující koncepcí po „pragmatickém obratu“, považuje autor této studie za alternativy adekvátnějšího popisu způsobů recepcí a komunikačních situací v kontextu současné populární kultury a nových médií, než jsou body 1–6. Nyní je důležité zdůraznit, co spojuje tyto jinak velmi různorodé přístupy: obracejí se k představě díla jako něčeho mezi recipujícím subjektem a hotovým estetickým objektem. Hledají pojmy pro popis procesů, konstituujících smysl, význam a výsledný účinek; dílo i zkušenost jsou ve stavu neukončenosti. Společný je tedy důraz na časovost, dynamičnost a procesualitu estetické percepcí, zkušenosti či konzumpční aktivity.

Pragmatické teorie lze rozdělit na ty, které zkoumají, „jak film poutá svého interlokutora, jak v sobě nachází jeho přítomnost, jak organizuje jeho aktivity — jinými slovy, jak film říká „ty““ [Casetti 1992: 184], a na ty, jež se zabývají způsoby možného použití, recepcí jako jednáním. Místo abych stávil tyto tendence do protikladu, navrhl bych raději jejich propojení: není nutno vzdávat se sociologického popisu diváckých aktivit, zkoumáme-li percepční kontext díla ze strany potencialit filmu samotného, a naopak. Podstatné je, že pragmatické hledisko v obou svých obměnách umožňuje bezpředsudečný pohled na populární kulturu/umění.

Vynikající představitel současného neopragmatizmu, estetik **Richard Shusterman**, kritizuje filozofickou estetiku za celou řadu ignorancí, které způsobují její přehlíživost vůči fenoménům, jako je například americký rap. Estetika (a celá instituce vysokého umění) je podle něj ovládána historicky omezeným (romantismus a pozdní modernismus 19. stol., působení aristokracie, církve a bohatého měšťanstva) diktátem novosti, originality, „karteziánskou arogancí vůči tělu“, „čistým“ krásnem, platonským oddělováním umění a skutečného života (byť nyní v pozitivním smyslu). Představa výlučného génia se zdá být v přímém protikladu k týmové práci a bezskrupulózní adoraci přejímek, typických pro současná média. Pojetí umělecké formy jako neslučitelné s jakoukoli mimouměleckou funkcí nutně ústí do apriorní přehlíživosti vůči praktickým (ekonomickým, politickým atd.) účelům, jaké plní populární umění v konkrétním sociálním prostředí, vůči žánrovým variacím, obměnám a fúzím. Populární umění chápe Shusterman jako odbojné, podvrtné umění potlačovaných lidových vrstev, které v sobě skrývá archetypální poselství *tělesně vitálního, vzbuřeného poddaného* (za příklad si volí afroamerickou hudbu s významovými nánosy sahajícími až do otrokářské doby).

Nás ale více zajímají jeho argumenty týkající se percepčních aktivit. Podobně jako Fiske, i Shusterman mluví o tvůrčím charakteru recepcí populárního umění, kde hrají důležitou roli různá *subkulturní čtení*, koexistence rozporných postojů, *mnohovrstevnaté interpretace* a také přijetí podmíněné *funkčním nepochopením*, návyky na *mobilitu* a *interaktivitu*. Místo o masovém publiku mluví o „početném publiku“, neboť *mnohost* v postmoderní společnosti zdaleka neimplikuje homogenitu. Populární tak může být i umění, jež se obrací ke konkrétním, i velmi specifickým subkulturám (a vychází z nich), aby pak právě svou odlišností a buřičským patosem oslovilo široké vrstvy mládeže ze středních vrstev (takto lze psát dějiny populární hudby od jazzu a především rock-and-rollu). Hluboká propojenost populárního umění s problémy *všedního života* není

podle pragmatizmu ničím anti-estetickým, ba co víc, je to pozice historicky původnější, než je koncepce romantická (Shusterman uvádí paralelu s plebejským antickým divadelním publikem). Shustermanovi samozřejmě nejde o pouhé převrácení hierarchie vysoké/nízké nebo o antikulturní buřičství, nýbrž o odbourání konvenčních zábrán, které znemožňují vidět v bezprostřední *psychofyzické rozkoši a inenzitě organicky jednotné zkušenosti s populárním uměním plnohodnotný umělecký zážitek*. Vzdáme-li se předsudků modernistické filozofické estetiky založené na imperativu novosti a obtížnosti, můžeme podle Shustermana přistoupit ke světu pop kultury se stejnými estetickými nároky, jaké bychom uplatnili na umění vysoké (schopnost intenzivně působit, formální a intertextová hravost, inovace, mnohvrstevnatost, umělecká autoreflexe).

Je pochopitelné, že Shustermanovy (a také Fiskovy či Godzicovy) postoje působí mnohem adekvátněji, vztáhnou-li se na kulturní prostředí USA. Považuji nicméně přínosy materialisticky a pragmaticky orientované teorie a estetiky za zcela zásadní i pro naše prostředí, a to přinejmenším z důvodu velmi inspirativní rehabilitace kategorie *všednosti*, která zde již nemá nános idylického „úniku do své malé zahrádky“, nýbrž spíše sociologické orientace na to, co se s uměním děje „na ulici“, jak se umění stává *jednáním*.

### Použitá literatura:

- Altman, Rick (1989), *Sémanticko-syntaktický přístup k filmovému žánru*, in: *Illuminace*, č.1, s.17–29.
- Bachtin, Michail Michajlovič (1975), *Francois Rabelais a lidová kultura středověku a renesance*, Praha, Odeon.
- Bachtin, Michail Michajlovič (1980), *Román jako dialog*, Praha, Odeon.
- Barthes, Roland (1991), *Radost textu*, in: *Výtvarné umění*, č.1, s.XII–XV.
- Barthes, Roland (1993), *Wychodząc z kina*, in: W.Godzic, red., *Interpretacja dzieła filmowego*, Kraków, Uniwersytet Jagielloński, s.157–160.
- Baudrillard, Jean (1994), *Praecessio simulacrorum*, in: *Host*, s.3–28.
- Benjamin, Walter (1979), *Dílo a jeho zdroj*, Praha, Odeon.
- Blažek, Bohuslav (1995), *Tváří v tvář obrazovce*, Praha, Sociologické nakladatelství.
- Blažek, Bohuslav (1997), *Rychlost jako emblém světa* (rozhovor připravil Ivan Adamovič), in: *Živel*, č.8 (zima), s.36–41.
- Bordwell, David, Thompsonová, Kristin (1990), *Film Art: An Introduction*, McGraw-Hill.
- Bordwell, David (1993), *Analiza tekstowa, etc.*, in: W.Godzic, red., *Interpretacja dzieła filmowego*, Kraków, Uniwersytet Jagielloński, s.19–31.
- Bordwell, David (1995), *Procesy poznawcze i rozumienie. Widzenie i zapominanie w Mildred Pierce*, in: *Kwartalnik filmowy*, nr.11 (jesień), s.22–39.
- Brown, Nick (1994), *Widz-w-tekście. Retoryka Dylizansu Johna Forda*, in: W.Godzic, red., *Sztuka filmowej interpretacji*, Kraków, Uniwersytet Jagielloński.
- Casetti, Francesco (1992), *W poszukiwaniu widza*, in: A. Helmanová, red., *Panorama współczesnej myśli filmowej*, Kraków, Universitas, s. 171–184.
- Casetti, Francesco & Odin, Roger (1994), *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semio-pragmatyki*, in: A.Gwóźdz, red., *Po kinie?...Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, Kraków, Universitas, s.117–136.
- Dayan, Daniel (1992), *Widz zaprogramowany*, in: A. Helmanová, red., *Panorama współczesnej myśli filmowej*, Kraków, Universitas, s. 185 — 196.

- Derrida, Jacques (1993), *Texty k dekonstrukci*, Bratislava, Archa.
- Eco, Umberto (1973), *Dzielo otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, Warszawa, Czytelnik.
- Eco, Umberto (1994), *Lector in fabula*, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Eco, Umberto (1995), *Skeptikové a těžitelé*, Praha, Svoboda.
- Fiske, John (1992), *Television Culture*, London, New York, Routledge.
- Fiske, John (1992), *Postmodernism and Television*, in: James Curran, Michael Gurevitch (eds.), *Mass Media and Society*, Edward Arnold, London — New York — Melbourne — Auckland, s. 55–67.
- Godzic, Wiesław (1996), *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków, Universitas.
- Gwóźdź, Andrzej: *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, Kraków, Universitas.
- Chandler, Raymond, *An Introduction to Genre Theory*,  
www.wysiwyg://135/http://WWW.aber.ac.uk/~dgc/intgenre1.htm.
- Landow, George P. (1998), *Hypertext a kritická teorie*, in: Biograph, č.6, s. 9–21.
- Lowry, Stephen (1993), *Film — vnímání — subjekt. Teorie filmového diváka*, in: Illuminace, č. 2, s. 71–82.
- Lotman, Jurij M. (1995), *Text v textu*, in: *Tartuská škola. Sborník filmové teorie 2*, NFA, Praha, s. 13–29.
- McLuhan, Marshall (1991), *Jak rozumět médiím. Extenze člověka*, Praha, Odeon.
- Metz, Christian (1991), *Imaginární signifikant. Psychoanalýza a film*, Praha, ČFÚ.
- Minsky, Marvin (1996), *Konstrukční mysl*, Bratislava, Archa.
- Mulveyová, Laura (1998), *Vizuální slast a narativní film*, in: Libora Oates-Indruchová (ed.), *Divčí válka s ideologií*, Praha, SLON.
- Odin, Roger (1992), *O semiopragmatyce kina*, in: A. Helmanová, red., *Panorama współczesnej myśli filmowej*, Kraków, Universitas, s. 157–169.
- Ostaszewski, Jacek (1995), *Dawida Bordwella kognitywna teoria filmu*, in: *Kwartalnik filmowy*, nr. 11 (jesień), s. 40–50.
- Oudart, Jean-Pierre (1992), *Suture*, in: A. Helmanová, red., *Panorama współczesnej myśli filmowej*, Kraków, Universitas, s. 19–32.
- Palek, Bohumil (uspořádal) (1997), *Sémiotika. Ch.S. Peirce, C.K.Ogden & I.A. Richards, Ch.W. Morris, H.B. Curry*, Praha, Univerzita Karlova.
- Shusterman, Richard (1998), *Estetyka pragmatyczna. Żywe piękno i refleksja nad sztuką*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Slerek, Karl (1997), *Analýza chronotopů a dialogičnost. Prolegomena k jinému způsobu zkoumání pohyblivých obrazů*, in: Illuminace, č.4, s. 115–134.
- Stockbridgeová, Sally (1987), *Music video: question of performance, pleasure and address*, in: Continuum: The Australian Journal of Media and Culture, vol.1 no. 2  
(kali.murdoch.edu.au/~continuum/1.2/Stockbridge.html).
- Strinati, Dominic (1998), *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań, Zysk i S-ka Wydawnictwo.
- Thompsonová, Kristin (1998), *Neoformalistická filmová analýza: jeden přístup, mnoho metod*, in: Illuminace, č.1, s. 5–36.
- Zima, Petr V. (1998), *Literární estetika*, Olomouc, Votobia, 1998.
- Zuska, Vlastimil (1996), *K estetice XX. Století. Mimesis — Fikce — Distance*, Praha, Gryf.
- Zuska, Vlastimil (1998), *(Film+divák) jako milieu společenskvi uddlosti*, interní nepublikované materiály filmologického semináře „Hranice (ve) filmu“, Poněšice 16.-18.10. 1998.

## AUDIENCE — PLEASURE — GENRE IN QUEST OF A PRAGMATIC THEORY OF POPULAR ARTS

The basic aim of this article is to present some achievements of semiotic, aesthetic, sociological and philosophical reflections on pragmatic aspects of audio-visual communication and popular culture. The starting point for the discussion was a general conviction that we can distinguish two basic phases in the development of theorizing spectatorship. The first is the theory of mass art, the second are theories based on the active role of the viewer/reader, especially some sociological theories of television culture (John Fiske and his concept of “semiotic democracy”) and Richard Shusterman’s pragmatist aesthetics (with his concept of “living beauty”).

The other thema is mutual relationship between film and new media or hypermedia and consequences of their coexistence: film in the context of contemporary audiovisual culture. Television, which was the first to disturb the solitude of film, was followed by video and soon afterwards by various forms of computer-synthesized pictures and internet. All these media help to transform the role of the viewer: he becomes more active, he likes “subversive pleasures” of transforming and making meaning, transforming messages in his own, subcultural context.

