

Virtuální realita a simulakra



Virtualita

- Definice virtuality dle Nicholase Mirzoeffa (*Úvod do vizuální kultury*): obraz nebo prostor, který není reálný, ale jeví se, jako by byl. Virtualitu si můžeme představit „jako prostor vznikající při telefonování: není ani na místě, z něhož voláme, ani tam, kam telefonujeme, ale rozkládá se někde mezi“.
- Virtualita v současnosti: kyberprostor, internet, telefon, TV, virtuální realita
- První příklady „virtuality“ zaznamenané na konci 18. stol.: zkušenost s antickým a klasicistním uměním - J. W. Goethe (při spatření sochy Apollóna Belvederského), Thomas Jefferson (když byl fascinován obrazem J. G. Drouaise Marius v Minturnae). Soustředěné vnímání umění, na něž tehdy začal být kladen důraz, znamenalo přenesení do „jiného světa“, nyní vnímaného jako „virtuální starověk“.
- „Virtuální starověk“: iluzivně působící historické a/nebo krajinářské motivy – velkoformátové obrazy (ambiente), malovaná a insceno- vaná panoramata, stereoskop... film. K tomu i prez. VK02.

Snímek+2: detail z panoramatu bitvy u Lipan (Luděk Marold, 1898)



Jean Germain Drouais, Marius v Minturnae, 1786

Dojem z tohoto obrazu, jak jej popsal Thomas Jefferson, 3. prezident USA: „Znehybněl jsem jako socha na čtvrt nebo půl hodiny, ani přesně nevím. Zcela jsem ztratil ponětí o čase, dokonce jsem přestal vnímat svou vlastní existenci.“ (cit. dle Mirzoeff, 2012, s. 118)



Simulace/simulakra dle Jeana Baudrillarda

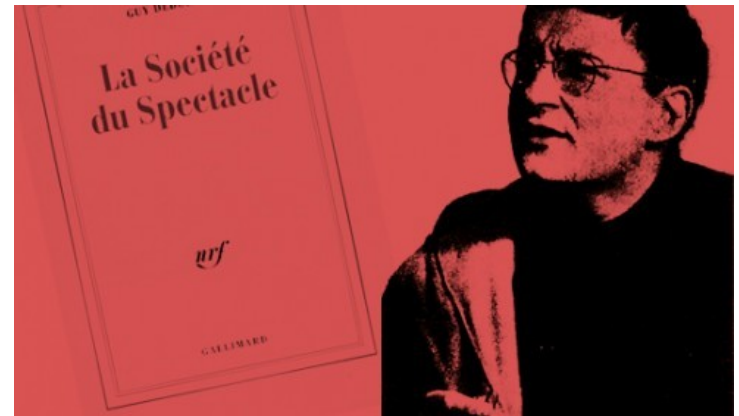
Guy Debord (1931-1994) rozvinul z marxistických pozic kritiku *Společnosti spektáklu* (1. vyd. 1967), společnosti plně ovládanou zábavnou konzumní podívanou.

Jean Baudrillard (1929-2007), francouzský filosof, sociolog a fotograf. Jeho nejznámější spis: *Simulacres et Simulation* (1985), v němž definuje **simulakrum** jako znak, který nemá žádný protějšek, referent, ani precedens v reálném životě, jako virtuální kopii neexistujícího originálu, která je skutečnější než skutečnost. Není tedy nutně znázorněním něčeho jiného a fakticky může věc, jíž znázorňuje, anticipovat. Konec 20. století je podle něj dobou, v níž se obrazy staly skutečnějšími než skutečnost a vytvořily tak **hyperrealitu**, v níž simulace nahradila zobrazení a reprodukce.



J. Baudrillard

G. Debord



Stírání rozdílu mezi realitou a simulací

Baudrillard vysvětluje pomocí těchto fenoménů:

- vliv médií (TV, film, tisk, internet) – komerční představy zamlžují hranice mezi věcmi potřebnými a nepotřebnými
- „směnitelnost“ reality – hodnota věcí je určena penězi, nikoliv jejich užitečností
- mnohonárodnostní kapitalismus – odcizuje předměty místům, kde byly vyrobeny, a „původním“ surovinám, které se využívají k jejich tvorbě
- urbanizace – lidé se odcizují přírodě
- jazyk a ideologie – jazyk je používán k zastírání reality, zejména názorově dominantními skupinami

Pomocí této argumentace autor charakterizuje současný věk jako „*hyperrealitu*“, kde je skutečná věc potlačena nebo znetvořena obrazem své existence a shrnuje své ideje do věty: „Skutečnost (už) neexistuje.“ Jeho teze o „nadřazení obrazu nad skutečností“ (*precedence simulacra*) vyjadřuje ideu, že v naší společnosti obraz nějaké věci předchází realitu, tj. že obraz má prioritu před realitou, kterou zpodobuje. Baudrillard přitom uvádí příklad mapy dávno rozpadlého impéria, jehož zobrazení na mapě pro nás má prioritu před (dnešním) reálným geografickým územím, a dále např. situací v době první války v Perském zálivu v letech 1990-1991, kdy představa války předcházela skutečné válce.

Pastiš, parodie, remake... postmoderní citace a variace

- Citace, variace, apropiace apod. jsou typické pro postmoderní kulturu. Díla už neodkazují na realitu, ale na jiná díla. Umberto Eco napsal r. 1984 v komentáři ke svému románu *Jméno Růže*, že v éře postmoderny už člověk nemůže říci „Miluji tě“, ale: „Jak říká Barbora Cartland v jednom svém románu: Miluji tě.“
- Příručka *Studia vizuální kultury*: „(...) postmodernismus je charakteristický jakousi vyčerpaností ze všeho nového a pocitem, že vše již bylo. Postmodernismus se ptá: Mohou se ještě někdy zrodit nové myšlenky a obrazy, věci, které nikdo předtím nevymyslel? A záleží na tom? Dnešní svět obrazů se skládá z nespočetného množství remaků, kopií, parodií, replik, reprodukcí a remixů.“
- Pastiš: způsob napodobování, citování a vypůjčování si z předchozích stylů bez jakéhokoli ohledu na historii nebo dodržování pravidel. Pastiš můžeme vnímat jako imitaci, která se hlásí sama k sobě jako k imitaci a kombinuje prvky z jiných zdrojů. Slovo pastiš vzniklo úpravou italského *pasticcio*, tj. dílo, které vzniklo spojováním prvků (např. asambláž, koláž, *capriccio* – kompozice s prvky z různých míst, reálných i nereálných). Tradice spojování různorodých prvků sahá až do manýrismu k G. Arcimboldovi či ještě dále.
- Appropriace/přivlastnění: Akt vypůjčování, zcizování nebo přejímání děl, obrazů, slov, významů od jiných pro uskutečnění vlastních záměrů.
- Vizuální citace známých děl se využívají v reklamě (parodie na reklamu: další snímek).



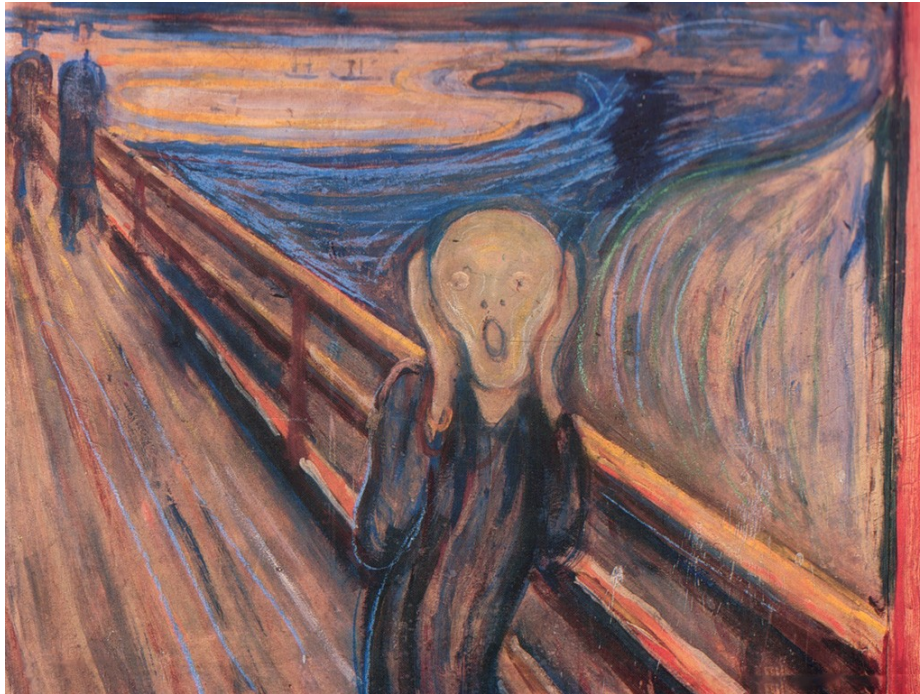
Ferrerochervenus



Orbitarcimboldo

www.pzrservices.typepad.com/advertisingisgoodforyou/page/266/

Současné variace
na obraz *Křik*
(*Výkřik*) Edvarda
Muncha z r. 1893



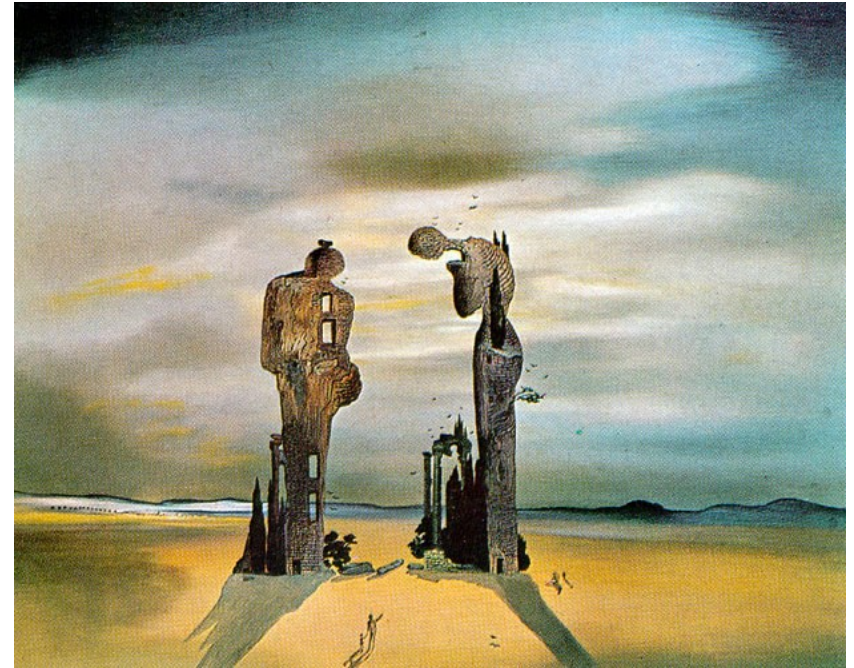


Jiří Černický, Křik, 1995

Modernistické variace



Jean-François Millet, Klekání (Angelus), 1859



Salvador Dalí, Archeologická reminescence
na Milletův Angelus, 1935

Variace byly běžné už v modernismu (např. na obraz D. Velazqueze Las Meninas, viz prez. VK01, 3. část), avšak zůstávaly ve sféře „vysokého umění“, bez odkazů na populární kulturu.



Médium televize

TV a video art

Nam June Paik
Pre-Bell-Man, 1990
socha před Muzeem
komunikace ve Frankfurtu
nad Mohanem

Další snímek: Týž,
Electronic Super-highway:
Continental U.S., Alaska,
Hawaii, 1995

Nam June Paik: *„Televize
nemá, neměla a nikdy
nebude mít nic společného
s myšlením.“*



Kritika televize

Günther Anders, *Die Welt als Phantom und Matrize* (1956). Navázal na Waltera Benjamina a Theodora Adorna.

- „To specifické v této situaci vytvořené přenášením spočívá v její *ontologické dvojznačnosti*.“ Vysílané události jsou fantomy. „Neboť fantomy nejsou ničím jiným než formami, které vystupují jako věci.“
- Televize je stroj, který produkuje zcela určitý typ člověka, „masového poustevníka“. „Modelem smyslového vnímání dnes není jako v řecké tradici vidění; ani jako v židovsko-křesťanské tradici slyšení, nýbrž jezení. Byli jsme vpravováni do industriální orální fáze, v níž kulturní kaše klouže hladce do žaludku.“

Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death*, 1985 (česky 1999, 2010)

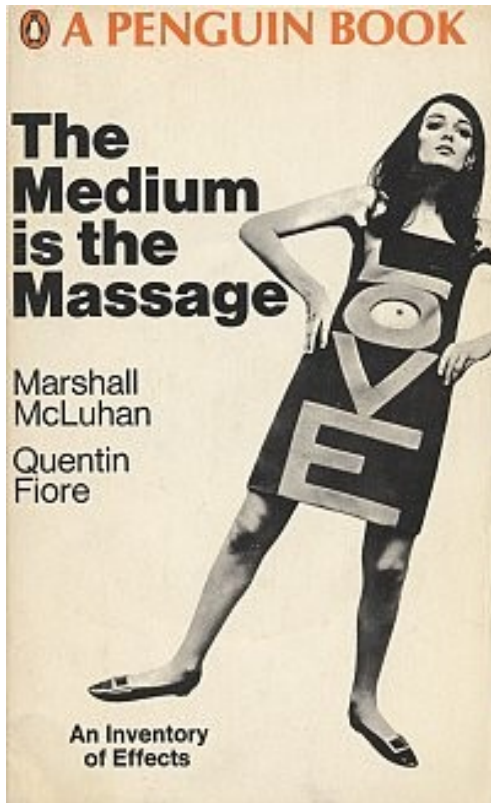
- „Americká televize je krásné představení, každodenní chrlení tisícovek obrazů, oko si ani na chvíli neodpočine, neustále je k vidění nového. Široká paleta témat s minimálními nároky na porozumění. Je plně oddána poslání zásobovat publikum zábavou.“
- „Mnohokrát se ukázalo, že daná kultura je schopná přežít dezinformace a falešná mínění. Nikdo však dosud nedoložil, že může přežít i tehdy, dokáže-li obsáhnout celý svět ve dvaadvaceti minutách. Nebo určuje-li hodnotu zpráv podle toho, kolik lidí rozesmály.“

Chápání médií

- Marshall Mc Luhan rozuměl médiím především jako rozšíření našich tělesných orgánů, a takto posuzoval i pokrok technologií. Když chápal média jako *protézy těla*, které zlepšují náš přístup k času a prostoru, tak mluvil o *médiích těla*.
- Dějiny umění: média - druhy a materiály, v nichž se umělci vyjadřují, tedy *média umění*.
- Belting: *médium obrazu*. Pojem těla jako vnímajícího i zobrazeného subjektu se stává měřítkem a zárukou vztahu k realitě.
- Týž: „Ke *krizi analogie* přispěl také digitální obraz, jehož ontologie se zdá být nahrazena logikou jeho produkce.“ (Srov. J. Aumont: pojem *arché* obrazu. Neil Postman, *Ubavit se k smrti*: vztah mezi formou média a kvalitou sdělení.)

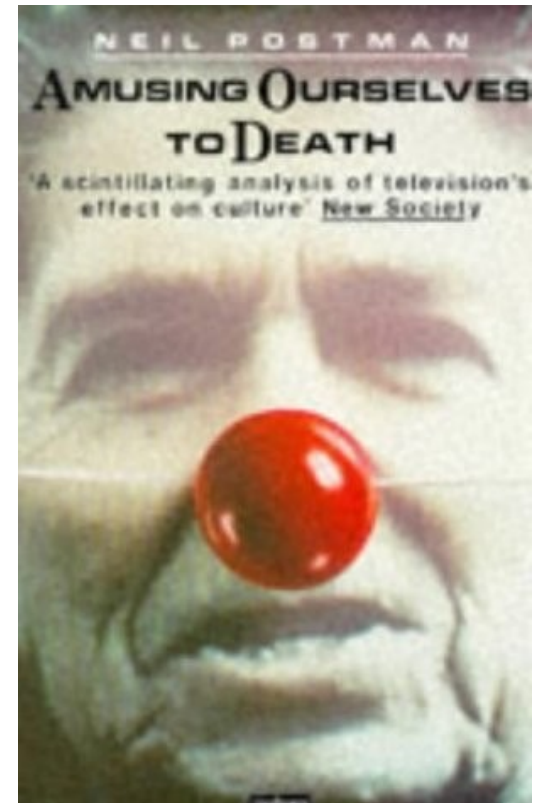
Teorie médií

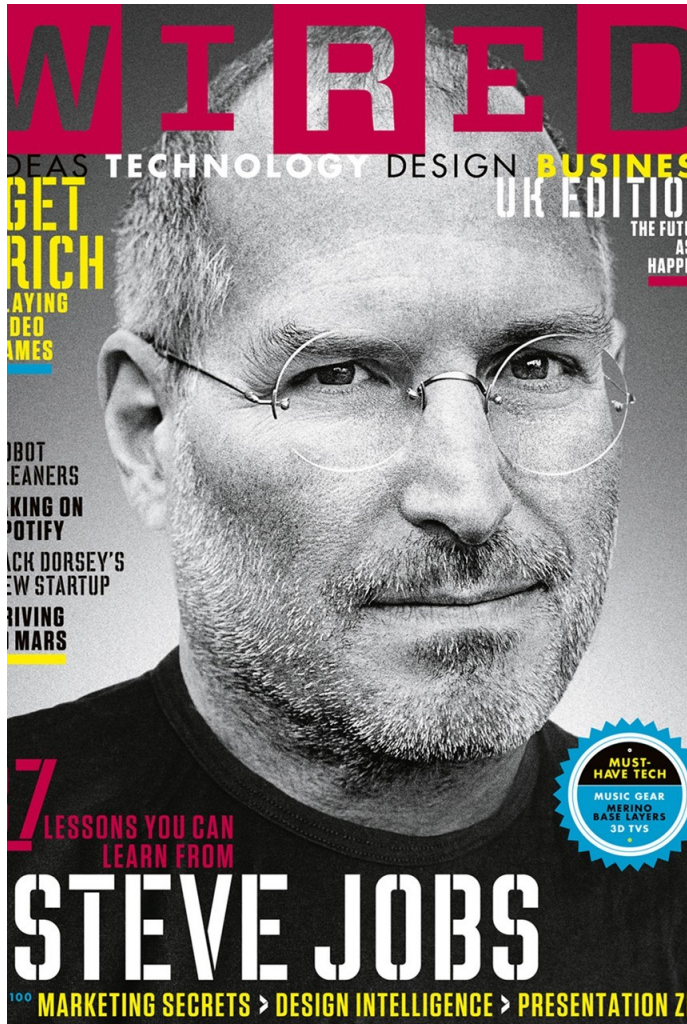
Marshall McLuhan



Dva hlavní směry úvah:
1) technooptimistický, zdůrazňující pozitivní dopad nových technologií na kulturu: Mc Luhan, Vilém Flusser, Lev Manovich.
2) skeptický, vycházející z kritiky masmédií: Anders, Postman, v zásadě i Belting.

Neil Postman



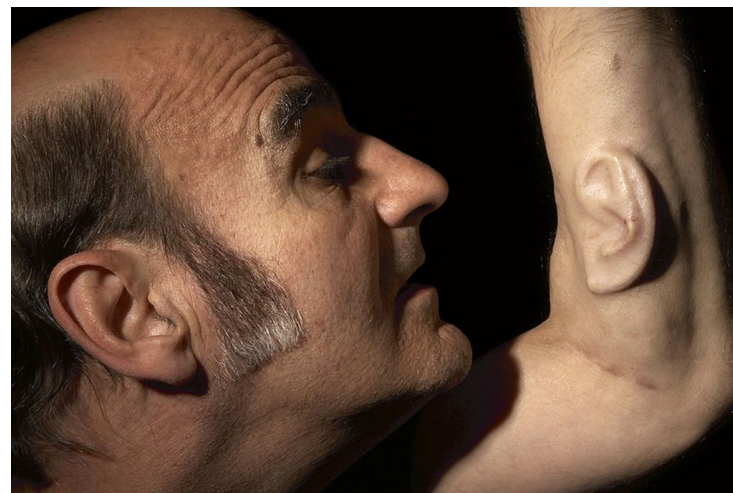


Wired

Měsíčník vycházející v Kalifornii od r. 1993 a navazující na technooptimismus McLuhana, je zaměřen na problematiku, jak ovlivňuje pokrok technologií kulturu, ekonomii a politiku.

Virtuální těla

- Nová elektronická média přispívají k smazávání rozdílu mezi realitou (přirozenou a bezprostřední) a kulturou (umělou a zprostředkovanou). Mirzoeff: „Nikde toto narušování hranic nevidíme tak jasně jako v proměnách moderního těla. Kdysi platilo, že tělo představuje jasnou hranici mezi vnitřní subjektivní zkušeností a vnější objektivní realitou, dnes se ale ukazuje jako fluidní a hybridní pomezí obou kategorií, které podléhá změnám stejně jako kterýkoli jiný kulturní artefakt.“ Podle Donny Harawayové se všichni stáváme kyborgy a ztrácíme pocit, že člověk se svou podstatou liší jak od zvířat, tak od strojů.
- Prostředky manipulace s lidským tělem: odtučňovací kúry, posilování, laserová chirurgie, změny mozkové činnosti prostřednictvím psychofarmak atd.
- Umělecké aktivity francouzské performerky Orlan (nechává na sobě provádět zákroky estetické chirurgie, jejichž nahrávky komentuje). Mona Hatoumová, instalace *Cizí tělo*, 1994: bílá věž simuluje tělo umělkyně, do nějž vstupují diváci. Performer Stelarc chce pomocí technologií rozšířit lidské tělo (viz foto).



První TV reality show: seriál *American Family* (od 1973), v Británii *Family* (od 1974)

Zpočátku předváděly scény z každodenního života jakoby z pohledu „mouchy na stěně“, později více prvků exhibicionismu, jako v seriálu *The Real World* (od r. 1992), v němž jsou aktéři, mladí lidé, soustředěni v pronajatém domě.



The Broken Family, rodina Loudových z Kalifornie se rozpadla během natáčení seriálu – komentář J. Baudrillarda (1984): „odehrává se zde obětní špektákl předkládaný dvaceti miliónům Američanů. Liturgické drama masové společnosti.“

Médium – obraz – tělo

podle *Bild-Anthropologie* H. Beltinga

- Pojem média, formy zprostředkování, se projevuje v kontextu těla. V médiu obrazů leží dvojitý vztah k tělu. V prvním smyslu se tělesná analogie projevuje tím, že přenášející média pojmáme jako symbolická nebo virtuální těla obrazů. V druhém smyslu tím, že média se vpisují do našeho tělesného vnímání a mění je. Řídí naši tělesnou zkušenost skrze akt pozorování v míře, v níž na jejich modelu vykonáváme vlastní vnímání, stejně jako zvnějšnění našich těl. Platí to také pro elektronická média, přestože vykonávají odtělesnění obrazů.
- Protože obraz nemá tělo, potřebuje médium, do kterého se vtělí. Když sledujeme kultury až po nejstarší pohřební kultury, pak tu vidíme sociální praxi, dát jim v kameni nebo hlíně trvalé médium, které nahradí rozpadlá těla mrtvých.

Obnovení vztahu médium-obraz-tělo

- Belting, 4. kap., *Obraz těla jako obraz člověka*: Současná praxe umělců nasadit vlastní tělo jako médium umění vede k myšlence, že jsou to ztracené obrazy těla, na které reaguje tato náhrada *in corpore*. Touto *reálnou přítomností* se snaží překonat krizi analogových a mimetických obrazů. Obracejí se tím proti uzurpujícímu monopolu mediální reality.
- Také v digitálních médiích vzniká tlak na vtělení, uživatel se proto na internetu zapojuje jako **avatar**: virtuální postava ovládaná hráčem, nebo ikonka uživatele v diskuzních fórech. Jak tomu bylo vždy, když se člověk nemůže reálně vtělit, učiní tak *in effigie* (tj. v obraze).
- Michel Foucault *Krise reprezentace*: Obrazy jsou zodpovědné za to, že reprezentace světa se ocitla v krizi. Jean Baudrillard nazývá obrazy *vrahy reálného*. Krize je způsobena pochybnostmi o referenční schopnosti obrazů vůči realitě. Producenti obrazů začali se zobrazováním virtuálních světů, které triumfují nad nutností analogie a existují jen v obraze. Jiná tendence je přesně opačná: *reality show*. Belting neuznává splývání reality a kultury ve *virtuálních tělech*, nýbrž hledá východisko z *krise reprezentace* skrze kulturní antropologii, obnovením vztahu médium-obraz-tělo (viz prez. VK01).

Média v postindustriální společnosti

- Obvyklé kategorie zkoumané u nových médií: interaktivita, hypermédiá. Lev Manovich uplatňuje následujících pět: číselná reprezentace, modularita, automatizace, variabilita, kulturní překódování.
- Logika starých médií odpovídá logice industriální masové společnosti – ta sledovala film, rozhlas, televizi i tištěná média. Logika postindustriální společnosti je založena na individuální objednávce, ne na masové standardizaci, na možnosti konstrukce svého vlastního životního stylu. Z toho vyplývá: „přechod od konstant k proměnným, od zvyku k volbě, provází ve všech oblastech života současné společnosti morální úzkost“. Viz Lev Manovich, Principy nových médií, online: <http://www2.iim.cz/wiki/images/5/52/Manovich2-02i.pdf>.
- I v postindustriální společnosti však převažující kulturní formou zůstává „masová konzumace“, proto např. Andersovy a Postmanovy kritiky média televize nepozbývají na aktuálnosti, byť došlo ke změně.



Lev Manovich

Lev Manovich: Principy nových médií

- **Číselná reprezentace:** vyplývá z toho, že všechna neomediální díla jsou založena na digitálním kódu, a proto médium se stává programovatelným.
- **Modularita:** díla jsou sestavována z oddělených a oddělitelných částí.
„V protikladu k tradičním médiím ale vymazání části neomediálního díla nutně nemaže celý význam. Modulární struktura nových médií činí mazání a nahrazování různých částí obzvláště snadné.“
- **Automatizace:** na nižším stupni počítačové úpravy díla, na vyšším stupni uplatnění umělé inteligence (AI).
- **Variabilita:** interaktivita (uzavřená i otevřená), hypermédia.
„V postindustriální společnosti si každý občan může zkonstruovat svůj vlastní životní styl a ze široké (ale nikoli nekonečné) palety možností vybrat svou ideologii.“
- **Kulturní překódování.** „Komputerizace kultury postupně dosáhla překódování ve vztahu ke všem kulturním kategoriím a pojmům. Nahradila je na úrovni významu a/nebo jazyka kategoriemi a pojmy novými, odvozenými z počítačové ontologie, epistemologie a pragmatiky. Nová média jsou tedy předzvěstí obecnějšího procesu kulturní rekonceptualizace.“