

Inter/aktivní publikum: Interaktivní média, narativní kontrola a revize dějin publika

// Audience Inter/active: Interactive Media, Narrative Control and Reconcepting Audience History¹

Rob Cover

Překlad: Jakub Macek

„Interaktivita“ je coby módní slovo, reklamní motiv, intelektuální koncept a technologický rys nových médií už nějakou dobu chápána jako klišé, jako nadužívaný termín, jako marketingový koncept nepatřičně uplatňovaný i při označování médií, která interaktivní rozhodně nejsou, právě tak jako termín „digitální“ bývá často používán při popisu produktů, médií a konceptů, které nejsou nutně závislé na informačním zpracování binárního kódu. „Interaktivita“ je ovšem důležitý koncept, který se promítá do způsobů, jimiž můžeme uvažovat o autorství, publiku a textech, a jenž umožňuje zásadní reinterpretaci role a funkce publik v případě předchozích, starších mediálních forem. Interaktivní a digitální podstata počítačově mediované komunikace je ve vztahu autora, textu a publika zdrojem řady tenzí, a to především proto, že smazává hranici mezi autorem a publikem a narušuje starší technologické, politické a konvenční modely „kontroly“ textu, jeho narativní souslednost a distribuci. Dá se říci, že autoři a provozovatelé médií, kteří nadále působí uvnitř dominantního paradigmatu duševního vlastnictví, jsou prostřednictvím technologických a právních forem ochrany vtaženi do války proti tomuto druhu interaktivní účasti, zatímco publika jim s každou další novou technologií, která tyto pokusy o získání kontroly zpochybňuje, vzdorují. Je proto důležité, aby se teorie, rozvíjející se okolo interaktivních médií, zaměřily nejen na to, v čem je tato kontroverze nová, ale i na to, jak se na rozvoj interaktivních médií dívat jako na novou linii mnohem staršího střetu v pojetí autora, textu a publika.

Zabývám se zde formami interaktivity, v jejichž rámci je text nebo jeho obsah v interaktivním procesu ovlivňován, nově řazen, upravován, přizpůsobován či převypravován publikem. Je to ten druh interaktivity, kdy je obsah ovlivněn nejen v onom „styčném bodě“, v němž se stává textuálním – a sem patří soubor bodů zahrnujících dobu vysílání nebo vydání, případně jiné formy digitálního šíření obsahu – ale také a zejména v bodě, v němž se text vymaňuje z přímé, v reálném čase uskutečňované kontroly ze strany autora nebo tvůrce obsahu a otevírá se možným úpravám ze strany čtenáře nebo uživatele. Mám za to, že právě tato interaktivita způsobila nová napětí ve vztahu mezi autorem, obsahem a publikem, a to především proto, že rozostřila linii mezi autorem a publikem. Tyto tenze někdy ústí v zápas o kontrolu nad autorskou „čistotou“ nebo „autenticitou“ textu, v zápas vedený prostřednictvím správy duševního vlastnictví, digitální programové ochrany nebo omezených, řízených či „povolených“ forem interaktivity; vedou ale také k tomu, že se publika a uživatelé pokoušejí „bojovat“ s těmito novými formami kontroly, a to tak, že vyvíjejí programové nástroje odemykající digitální kódy, že se pokoušejí přestrukturovat textuální narace, či že si text přizpůsobují jinými způsoby, překračujícími autorský záměr.

1 Text je zkráceným překladem studie: Cover, Rob. 2006. „Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history.“ Pp. 139–158 in *New Media & Society*, r. 8 (1).

Tento článek vychází z předpokladu, že digitální prostředí podporující interaktivitu posílilo kapacitu a zájem publika měnit text, upravovat ho a manipulovat s ním nebo s textuální narací a vyžadovat spoluúčast na autorství, a tedy redefinovat tradiční vztah autora, textu a publika. Konstatuji zde, že ve světle nového vývoje v oblasti interaktivity, odrážejícího se v rostoucí popularitě nových mediálních forem, jakými jsou například elektronické hry, a současně s ohledem na „reakční“ vývoj nových technologií, počítačových programů a právních metod, aktivně se pokoušejících zamezit upravování a redistribuci textů, může být historická a současná koncepce spřízněnosti autora, textu a publika charakterizována jako taktická válka o kontrolu nad textem. Tvrdím, že je to bitva odehrávající se napříč mnoha různými kontexty, mediálními formami, platformami a schopnostmi autorů i čtenářů. Předtím, než se budu zabývat tím, jak interaktivita vztah autora, textu a publika narušovala retrospektivně, z pohledu historie médií, a jak jej narušuje v současnosti, v souvislosti s novým vývojem ohledně multimediální textuality, shrnu diskuzi ohledně způsobů, jimiž jsou dnešní teoretické úvahy o interaktivitě ukotveny v technodeterministickém paradigmatu.

Povaha interaktivity

Ačkoli je složité interaktivitu definovat, a navzdory tomu, že je tento termín často užíván tak obecně, že ztrácí zřetelný význam, oním druhem interaktivity, který má vliv na vztah autora, textu a publika a který nám umožňuje rozšířit naše chápání komunikace, je ten, který rozvíjí jisté prvky uživatelské kontroly nad narativním obsahem textu neseného médiem nebo novými médii. V kontextu rozvíjejících se teorií interaktivity jde o výrazně obecnou koncepci, avšak současně je to pojetí, ve kterém je interaktivita chápána nikoli jako determinovaná technologií, programováním, produkcí či autorským „svolením“ k úpravě textu, ale jako utvářená v rámci kultury coby prostředek nebo požadavek spoluúčasti na textuální naraci, na jeho průběhu či časovosti jeho toku nebo na jeho strukturaci. Jinými slovy, jedná se o určitý stupeň účasti na textu během aktu čtení nebo použití, jež zásadně a vědomě ovlivňuje text nebo zkušenost s jeho recepcí. Problém teorií interaktivity spočívá v tom, do jaké míry tyto teorie chápou interaktivitu jako technologicky nebo autorsky podmíněnou a kolik aktivity, nutné k ovlivnění recepce, vyžadují na straně příjemce. Interaktivita – ačkoli často označuje předem vestavěné možnosti transformovat, ovlivňovat či přizpůsobovat si text v souladu s autorovým přáním – podněcuje a podporuje touhu transformovat text způsobem, který se vymyká kontrole autora a naopak souzní s individuálními přáními člena publika nebo uživatele. Co prostředí digitálních médií podporuje, jsou jednoduché a pohodlné způsoby upravování textu: spolupracovat na tištěné knize, restrukturovat ji či interaktivně transformovat, by znamenalo *skutečně* stříhat a lepit stránky, zatímco možnost restrukturovat a zásadně měnit digitální text prostřednictvím funkcí kopírování a vkládání je nejenom jednodušší, ale je i předmětem sporu. Spiro Kiousis tvrdí, že kvůli nedefinovatelnosti interaktivity není třeba bít na poplach: „Proč by tu měl být nějaký problém, pokud se všichni shodneme na tom, že tento termín odkazuje k určitému stupni uživatelské zpětné vazby a že je obvykle spojen s novými technologiemi?“ (Kiousis 2002: 357) V nejobecnějším pojetí může být uživatelskou zpětnou vazbou přepínání televizních kanálů nebo užití tlačítka „pause“ na DVD přehrazači – to, že do hry vstupuje uživatelská volba, ovšem nutně neznamená interaktivitu.

Jiní autoři předkládají užší pojetí interaktivity. Lelia Greenová například tvrdí, že interaktivita předpokládá jednak schopnost komunikačního média nebo jeho produktů být upravovány uživatelem (nebo také publikem) a technologii vyžadující ke svému efektivnímu fungování vklad ze strany uživatele. (Green 2002: xx) Tato definice by zahrнула takové

produkty či texty, jakými jsou elektronické hry, ale míra, v níž tato forma interaktivity závisí na technologii, je nejasná – flashové video může svůj digitální charakter využívat tím, že bude obsahovat prvky umožňující uživateli volit nebo přerazovat scény, ale uživatel může stejně tak interaktivně využívat i DVD disk, na němž lze nesequenčně vybírat filmové kapitoly bez ohledu na jejich číselné pořadí. Ačkoli většinou není prvkem do filmu přímo vestavěným a zatímco *technologie* výslovně nesměruje k tomuto typu volby, zahrnuje i druhý ze jmenovaných příkladů uživatelskou zpětnou vazbu a zřetelnou účast na digitálně manipulovatelném textu.

Detailněji propracovaný soubor definic interaktivity nabízí Sally McMillanová, vycházející z práce Bordewijka a van Kaama. (Bordewijk – van Kaam 1986) McMillanová nastiňuje koncept interaktivity prostřednictvím typologie čtyř vzájemně se prostupujících úrovní užití: (1) *Alokuce*, v jejímž rámci je interaktivní zapojení minimální, se odehrává v kontextu tvořeném jedním centrálním vysílatelem a množstvím příjemců. Alokuce by zpravidla zahrnovala většinu masmediálních forem, jako je například televize, právě tak jako v reálném čase se odehrávající události typu přednášky nebo představení. (McMillan 2002: 273) (2) *Ke konzultaci* dochází při užití databáze, jakou je například CD-ROM nebo webová stránka, kdy uživatel aktivně vyhledává předem vytvořenou informaci. (tamtéž) Zpětná vazba je v tomto případě zjevně minimální, a ačkoli součástí databáze mohou být prvky umožňující zaznamenávání přístupových vzorců, nedochází zde nutně ke změně obsahu, narace, individuálního sub-textu nebo sekcí s vyžádanými informacemi. (3) *Registrace* je spojená se zaznamenáváním přístupových vzorců a stejně jako mnohé formy digitálního dohledu shromažďuje informace z periférií tak, aby mohly být použity v centrálním registru. (tamtéž) Uvádí-li McMillanová jako příklad registrační aktivity internetovou „cookie“, jež mapuje a obsahově uzpůsobuje internetové stránky navštívené uživatelem, (4) pak *ke konverzační* interaktivitě dochází tehdy, když spolu přímo interagují jedinci napodobující prostřednictvím počítačové mediované komunikace kontakt tváří v tvář, což je forma komunikace, jež situuje „text“ převážně v reálném čase, spíše než v *dříve* zaznamenaném formátu. Problematické ovšem je, že žádná z těchto definic nebere v potaz takové mediální formy, jakými jsou například digitální multimediální klip nebo elektronická hra, v nichž má uživatel nad textem a jeho narací výraznou kontrolu. V těchto případech počítač nebo zařízení pracující na principu počítače získávají od uživatele souvislý sled vstupů a na jejich základě a v průběhu času naraci pozměňují. Narativní tok videohry se nebude odvíjet jen od autorské nebo programové struktury, ale současně bude záviset i na vkladech ze strany uživatele a na rozmanitých herních variantách utvářených prostřednictvím generátorů náhodných čísel. Takový interaktivní text ovšem z definic interaktivity, které McMillanová předkládá, vypadává.

Definice Greenové i McMillanové se při charakterizování toho, co lze považovat za interaktivitu, jako na ústřední kritérium odvolávají na strukturu a uspořádání technologie nebo média. Ačkoli žádná z autorek není technologickou deterministkou, jejich definice jsou pronásledovány příznakem digitálních technologií, a tak jsou poznamenané tendencí hledat interaktivitu výhradně v oblasti digitálních paradigmat, současných médií a těch textů, jež jsou vědomě vystavěny na interaktivní účasti. Interaktivita ovšem se strukturou nebo účelem technologie či média nemusí být nutně spojena. Jak podotýkají Rafaeli a Sudweeksová:

[I]nteraktivita není charakteristikou média. Interaktivita je procesuální konstrukt týkající se komunikace. Je vyjádřením toho, do jaké míry

spolu vzájemně souvisí po sobě následující sdělení, a především toho, do jaké míry pozdější sdělení odpovídají provázanosti sdělení předchozích.

(Rafaeli – Sudweeks 1997)

Pro tvrzení, že interaktivita – i když je jedním z klíčových rysů počítačově mediované komunikace – je technologicky orientovaným konceptem, nebo že závisí výlučně na technologickém vývoji, tedy nemáme logické důvody. Rafaeli a Sudweeksová těžiště interaktivity naopak posouvají od technologie směrem k formě komunikace a tím, že komunikačním procesům přiznávají vztahový charakter, do hry vracejí postavu člena publika, uživatele či příjemce. Otázku člena publika, uživatele či příjemce coby lidského subjektu, který je součástí komunikačního procesu, znovu otevírá rovněž McQuail:

Může se zdát, že návrat lidského faktoru a individuality do mediované sociální komunikace a obnovování mocenské rovnováhy mezi příjemcem na periferii a dominantním centralizovaným vysílatelem jde proti obecným trendům mediální historie. Tento trend ale současně stupňuje individualizaci užití a fragmentarizace masového publika. Přitom je stále nejasné, do jaké míry chce být publikum interaktivní.

(McQuail 1997: 10)

V návaznosti na kulturálněmaterialistické modely Raymonda Williamse nemusí být koncept interaktivity chápán jako „zprístupnění“ nově vynalezeného technologického nástroje, ale jako rozšíření mediálních technologií o kulturně utvářenou touhu po komunikaci, která má své místo mezi žitými projevy kultury. (Williams 1981: 10; Williams 1990) Navzdory McQuailovu tvrzení o nejasnosti toho, jak interaktivní si publika přejí být, je čím dál tím zřetelnější, že „adopce“ interaktivních forem mediálního prostředí – konkrétně elektronických her, ale též nových forem multimédií distribuovaných prostřednictvím internetu – je nejen signifikantní, ale že je řízena kulturní poptávkou. Jinými slovy, touhou uživatelů participovat na textuální textu, podílet se na jeho naraci, restrukturovat text podle svých požadavků a hledat nové a imaginativní způsoby, jak tak činit i v případě, kdy text volbu, účast nebo aktivitu výslovně nepodporuje. Takový pohled na interaktivitu vnímá členy publika jako aktivní a vědomé účastníky mediálního procesu, a ne jako na důvěřivé oběti marketingových technik nebo autorských záměrů.

Uvedenou touhu zde charakterizují jako cosi, co se spolu s novými technologiemi rodí a znovuobjevuje v rozmanitých obdobích a situacích, a co je od vzniku konceptu „autora“ stavěno do těsného protikladu k otázce autorské kontroly nad utvářením jak *zaznamenaného*, tak *živě utvářeného* obsahu. Estetika a architektura antického divadla, zrod teorií publika zabývajících se interpretací a produktivním spouštěním významů, pokusy o zapojení se do redistribuce mediálních textů – překupováním knih počínaje a nahráváním audiokazet konče – to jsou některé z mnoha příkladů, na nichž můžeme vidět, že se tato touha vynořila před vznikem *digitálních* interaktivních technologií, které jí slouží nejlépe. Tvrdím, že zrod interaktivity jako formy divácké participace není ani *nejčerstvějším* trendem mediální historie, ani něčím, co *narušuje* původní synergii mezi autorem, textem a publikem, ale že je setrvalou a kulturně podmíněnou touhou participovat na tvorbě a transformaci textu, touhou, jež byla staršími technologiemi mediální produkce a distribuce efektivně popírána. Řekl bych, že už není zdaleka tak „nejasné, do jaké míry chce být publikum interaktivní“,

a to v závislosti na tom, co charakterizujeme jako mediální text – zejména vezmeme-li v potaz popularitu multimédií a elektronických her jako mediálních forem.

Mark Dery ve svém vlivném textu *Culture Jamming* popisuje taktiky nových forem zdola vyrůstajícího odporu vůči textuální kontrole, zjednodušování a moci, jimiž disponuje informační průmysl, který prostřednictvím udržování kontroly nad textuální interpretací vyrábí společenský souhlas. Tento odpor na sebe podle Deryho bere podobu mediálního hackingu, informační války, teror-artu a guerillové sémiotiky, jejímž cílem je poukazovat na to, že masmediální texty jsou konstruovány v procesu označování. (Dery 1993) Tato koncepce rodičího se vyhoceného konfliktu mezi mediálním průmyslem a diváckou participací a interpretací je něčím, co bych zde rád zmínil s ohledem na dlouhodobou historii publika,² tak s ohledem na způsoby, jimiž rodičí se formy interaktivity, které posilují publika ve vztahu k textu a naraci – a mezi něž patří jak rozpaky vzbuzující posuny směrem k interaktivní televizi, tak nové digitální mediální formáty, jako například macromedia flash – zpochybňují kontrolu nad textem, založenou na vztahu autora, textu a publika, a rozvíjejí tak Deryho formy divácké rezistence. Tím nechci říci, že lze diváckou interaktivní participaci s rezistencí ztotožňovat, ani že tato participace je svébytnou formou odporu. Koncept interaktivity nám, přesněji řečeno, projevy kulturní rezistence vůči dominantnímu humanistickému pojetí vztahu autora, textu a publika – a stejně tak ony projevy odporu, které mají spíše historický než technologický původ – umožňuje pochopit. Ačkoli uznávám mimikry počítačově mediované komunikace tváří v tvář, probíhající v reálném čase, jako jednu (z mnoha) forem interaktivity, hodlám se zde zabývat interaktivními formami a texty napříč různými médii, jež umožňují kontrolu nad narací – čehož nejvíce samozřejmým příkladem je elektronická hra. Jde zde o to, že tato forma digitální interaktivity je vrcholem mnohem staršího a stále probíhajícího sporu ohledně kontroly nad textem, jako kdyby text byl v momentě své distribuce dokončeným, jednotným a koherentním celkem.

Interaktivita a vztah autora, textu a publika – synergie a soupeření

Jistá reklama na CNN.com tvrdila, že „počítač má obvykle 101 kláves“. A pokračovala: „Tvrdíme, že potřebujete klávesy jen tři – CNN.“ Ačkoli tato reklama spouští jistou konkrétní hru mezi fyzickým rozhraním obvykle využívaným k přístupu k internetu a obchodní značkou, zřetelně ilustruje původ a oporu interaktivity v populárních diskurzích obklopujících nová média, autorství, text a publika. Klávesnice, extenze klasického psacího stroje obdařená všemi kreativními konotacemi, jež jsou s ním spojeny, je rozhraním vysloveně určeným k utváření obsahu. Redukce klávesnice na jediné tři potřebné klávesy, již se CNN ve své reklamě dopouští, implikuje, že tvorba zpravodajství a informací je – a měla by být – v rukách mediálního průmyslu a jeho autorů, novinářů a tvůrců obsahu. Zpravodajská masová média, která na jedné straně prohlašují, že zastupují „lid“ (jako masu, čtenářstvo, publikum), samozřejmě nejsou zcela nezávislá na kapitálu a na státu (Hardt – Negri 2000: 311–312) a mohou vskutku očekávat, že budou svou síťovou silou „hlasu“ a svou filtrační moc „(ne)zpřístupňovat diskurz“ ztrácet kvůli tomu, že publiku je při nakládání s textem umožněna větší interaktivita. Střet mezi autorem a publikem, charakterizovaný jako střet mediálních korporací a konzumentů–uživatelů, je pěkně ilustrován tím, jak se zmíněná reklama na CNN v podtextu vymezuje vůči nezávislým internetovým médiím, jako jsou například indymedia.com, která jak ve strukturálním, tak v intencionálním smyslu umožňují uživateli právo na odpověď a redefinici, debatu a diskuzi. Jejich motto ostatně zní: „Každý je novinářem.“

2 Autor v angl. originále používá termín *longue durée*, spojený se jménem teoretika Fernanda Braudela. Sociolog Ilja Šrubař tento termín překládá jako *dlouhodobou historii*. (Šrubař 2001: 150)

Samotná idea autora jako centrální autority díla je, jak tvrdil Foucault, regulována kulturou a její pojetí je otevřené kritice. (Foucault 1994: 47–48) Funkce jména a role autora je pravidlem kvality a moci díla jako díla historického, jako díla, které se dále proměňuje a zároveň je obhajováno – přičemž problémy týkající se například duševního vlastnictví ilustrují dvě polohy autorství, kdy na jedné straně může být zpochybňována potřeba ochrany díla jako „majetku“ autora a na druhé straně mohou být bráněna práva autora na to, aby jeho dílo nebylo pozměňováno nebo distribuováno bez jeho vědomí (či, přesněji, mohou být bráněna práva vlastníků firem, na něž autor tato práva převedl). Foucault obratně odhalil nejen historický rozměr konceptu autora, ale i to, že se jedná o koncepci, jež byla mnohokrát a mnoha rozmanitými způsoby ohrožena:

[F]unkce autora je vázána na právní a institucionální systém, který uzavírá, určuje, člení svět diskursu: nepůsobí jednolitě a stejně ve všech diskurzech, za všech dob a ve všech formách civilizace; není definována spontánním přírůstkem diskursu jeho tvůrci, ale sérií specifických a komplexních operací; neodkazuje čistě a jednoduše k nějakému skutečnému jedinci, může simultánně vyvolávat vícero ego, vícero postavení subjektu, jež mohou být zaujata různými třídami jedinců.

(Foucault 1994: 55, překl. P. Horák)

Je tedy možno tvrdit, že zrod mediálních technologií, které se otevírají nejen jistým formám interaktivního vztahu k textu, ale i tomu, že potěšení z participace na textu je nabízeno pod označením interaktivity, je tím, co zpochybňuje funkčnost autorství a otevírá pole možností pro celou škálu médií, jež už na jméno autora nebudou závislá: „Lze si představit kulturu, v níž by diskursy obíhaly a byly přijímány, aniž by se vůbec kdy funkce autora objevila. Všechny diskursy, ať jsou jejich status, forma a hodnota jakékoli, by se odbyvaly v anonymitě šepotu.“ (Foucault 1994: 62, překl. P. Horák) Za prostor, v němž autorovo jméno mizí pod přívalem anonymních stránek, komentářů, vědění a textualit vynořujících se v prostředí založeném na interaktivitě a proměnlivosti, může být považován internet jako takový, ačkoli v souvislosti s tlakem na reinkorporaci internetu, fungujícího jako veřejná sféra, jsou role autora a důraz na jeho ověřitelnost znovu kříšeny jako součást trendu vedoucímu k opětovné centralizaci tohoto média. (Dahlberg 2001; Ess 1994; Papacharissi 2002) Přežívání mýtů autora je v digitální věku součástí toho, o čem Manuel Castells hovoří jako o pluralizaci zdrojů autority (Castells 1997: 303) – o pluralizaci, jež podle nejslabší definice interaktivní zpětné vazby zahrnuje publikum využívající konzumní volby a podle nejsilnější definice znamená plně interaktivní účast na textu, přesahující požadavky zanesené do textu autorem či tvůrcem obsahu. Jedná se nicméně o systém, který je – s tím, jak se ostatní lidé, zdroje a instituce pokoušejí centralizovat autorský hlas jako jediný zdroj moci psát a promlouvat – terčem pokračujícího odporu.

Zpochybňována je tak nakonec i sama textualita. Kritika koherence textu se ovšem neodvíjí od problematiky interaktivního vztahu publika k textu, ale vychází z kulturních studií a z kritické teorie, jež prosazují nekoherentní pojetí textu, který existuje v síti *inter*-textuality (viz např. Barthes 1975, 1977) a o němž je nutno uvažovat s ohledem na jeho formu, zarámování, na to, co v něm absentuje, a s ohledem na nestabilitu kontextu. (Derrida 1978, 1988) V obecných představách ovšem text – zvláště coby zaznamenané dílo – nadále přežívá jako jednotný, koherentní a fixní celek. S tím, jak se interaktivní zapojení a participace znovuvynořují jako součást touhy a jednání

publika, je textuální koherence dále podryvána, a to do té míry, že jsme svědky pochyb ohledně například elektronických her, které vedou k otázce ohledně smysluplného a přínosného rozlišování mezi *textem* a *hrou*. (Berger 2002: 11–12; Pearce 2002) Řekl bych, že s tím, jak se text stává stále amorfnější, je stále těžší jej i „lokalizovat“, a to především tehdy, je-li digitální a síťový, a nikoli obdařený „aurou“ materiality a jedinečnosti. (Benjamin 1992)

To, k čemu dochází, když je interaktivitě přisouzena schopnost vnést do tvorby textu aspekt participace nebo možnost měnit, transformovat či redistribuovat text, bylo předmětem diskusí jednak v souvislosti s konceptem *posílení* (*empowerment*) publika (McMillan 2002: 279, 285) a jednak v souvislosti s odmítnutím tradičního pojetí diváctví. (Brooker – Jermyn 2003: 333; Webster 1998: 190) Definice publika jsou samozřejmě rozmanité a rozporuplné, ale nevyhnutelně se stávají předmětem nejrůznějších kategorizací, zejména ve vztahu k tomu, jakou velkou přiznávají publiku schopnost interpretovat, utvářet, transformovat či redistribuovat rozličné významové vazby. Například Len Angová ve své významné práci *Desperately Seeking the Audience* (1991) kategorizuje publikum s ohledem na dvě paradigmaty – paradigma *veřejnosti* a paradigma *trhu*. Toto rozlišení je důležité mimo jiné proto, že odhaluje rozpor mezi touhou publika po participaci a autorskou touhou po textuální kontrole. (Ang 1991: 29) Dualistický systém, jak jej prezentuje Angová, je nicméně otevřený reinterpretaci, týkající se interaktivního zapojení: paradigma publika jako veřejnosti v pojetí Angové zasazuje publikum do přenosového modelu komunikace, přičemž na ně nahlíží jako na publikum, jež žádá a – v paternalistických systémech – potřebuje informace a významy. Jde tedy o pojetí publika jako masové skupiny „příjemců“, již jsou součástí systému více či méně uspořádaného přenosu významů. (Ang 1991: 29) Touha po narativní interaktivitě by z toto pohledu byla narušením tohoto řádu a rozpouštěla by centristický model, na němž jsou přenosové systémy postaveny. Představa publika jako trhu ovšem otázce transferu významů – respektive materiálu, z něž je význam podle koncepce „aktivního publika“ vytvářen – přiznává pouze druhořadé postavení, kdy primární funkcí je poskytování zboží a služeb potenciálním zákazníkům, motivované snahou udržet si jejich pozornost. (Ang 1991: 29)

Členové publika a ti, kteří by mediálním průmyslem obvykle byli definováni jako příjemci či uživatelé obsahu, jsou si vztahu typu „jeden tlačí, druhý táhne“ (push-and-pull) mezi autorskou/narativní kontrolou a diváckou interaktivitou zcela jistě vědomi. Edward Downes a Sally McMillanová vedli s řadou uživatelů rozhovory o dopadech počítačově mediované interaktivní komunikace, přičemž získané odpovědi bylo možno rozdělit do tří skupin, jimiž byly revoluční potenciál interaktivity, obecné důsledky pro konzumaci médií a nejistota ohledně budoucího užití médií. (Downes – McMillan 2000) Na výňatcích z rozhovorů, jež autoři použili, je zajímavé, že problém interaktivity formulují v rámci sémantiky ohrožení, posílení, opozice vůči mediálnímu průmyslu a kontroly komunikací. Interaktivita, slovy jednoho z respondentů, „ohrožuje celá odvětví, ohrožuje celé profese“. (tamtéž: 164) Další respondent došel k názoru, že možnost získávat a využívat vědění je obecně posilující, a zařadil toto posílení do systému dyád kontrolor/uživatel a korporátní média/občan: „Protože jsem teď slyšet. Myslím, že je to hrozba pro stávající instituce a pro zaběhnuté formy jednání.“ (tamtéž) Zdá se sice, že tito Downesovi a McMillanové respondenti pojímali *hrozbu* pro autorství rozdílně, ale ostatní se, lze říci, vyjadřovali především ve smyslu odebrání kontroly autorům (tamtéž: 170) a vytváření teritoria či prostoru, obdařeného pocitem „místa“ a nacházejícího se v počítačově mediových prostředích. (tamtéž: 166)

Jeden tlačí, druhý táhne: Divácká interaktivita v dějinách média

Se střetem interaktivní účasti a autorské kontroly je možno se setkat napříč širokým spektrem historických i současných médií. V tomto článku není dostatek prostoru na skutečně důkladný a dostatečně propracovaný rozbor velkého počtu médií, ale rád bych přesto některé z těchto juxtapozic typu „jeden tlačí, druhý táhne“ zkoumal v rámci delšího časového úseku, a to prostřednictvím stručného nástinu vývoje mediálních forem od divadla (coby události odehrávající se v reálném čase) přes analogové záznamové formy, jako jsou kino a televize, směrem k internetu a elektronickým hrám jako současným populárním formám interaktivní účasti na textu.

Nemělo by být příliš riskantní tvrdit, že současná forma živého, v reálném čase se odehrávajícího divadla se ve své dominantní, střední třídě určené podobě vrací k velmi rané formě prezentace sakrálního, kdy je jakýkoli pokus publika o vměšování se nebo zahrnutí sebe sama do průběhu představení vnímán jako překročení hranice, jako proniknutí do sakrálního prostoru, jako jednání, které je, abych použil výrazu Julie Kristevy, aktem abjekce. (Kristeva 1982) Mluvit během hry neznamena jen rušit publikum a herce, ale i rušit divadelní dílo jako dílo *dokončené*, zpochybňovat jej, destabilizovat finalitu a přesnou opakovatelnost hry. Architektonická estetika řeckého amfiteátru, v němž se sponzoři interaktivně účastnili na textu/hře, tak s viktoriánskou scénou kontrastuje především v omezení explicitní možnosti členů publika kontrolovat nebo přerušovat v reálném čase se odvíjející text. Filmová projekce je tak pod vlivem viktoriánského modelu vnímána jako divadelní představení par excellence, protože plátno funguje jako nepřekročitelný předěl a ukotvení filmu v čase znemožňuje jakoukoli možnost destabilizace textu jako textu dokončeného (i když cenzorní komise, management kina, technické problémy a další faktory mohou být jako narušení dokončeného, vytvořeného díla chápány, přičemž podobné rušivé podněty jsou v dnešní kultuře právě z těchto důvodů obvykle většinou vnímány s jistou podrážděností). Podle Williamse je ovšem velmi zjednodušující vnímat film jako neinteraktivní formu divadla – i když je to přirovnání velmi časté, patřící k těm, jež mechanické technologie 20. století chápou, vzhledem k předchozím formám komunikace, jako *neosobní*:

Kde divadlo prezentovalo herce, prezentuje film snímky herců. Kde setkání prezentovalo hovořícího člověka, rozhlas prezentuje hlas a televize hlas a obraz. Postřehy tohoto druhu jsou namístě, ale musí být formulovány opatrně. Není relevantní srovnávat večer strávený sledováním televize s večerem stráveným konverzací, ačkoli je to srovnání časté. Věřím tomu, že žádná forma sociální aktivity nebyla užitím těchto technik nahrazena.

(Williams 1997: 21)

Právě tak ani interaktivní formy divadla nebyly nahrazeny filmem nebo nedotknutelnou divadelní „textualitou“, což odkazuje k dvojznačnému charakteru zápasu mezi publikem toužícím po participaci a autorskou touhou udržet kontrolovanou textuální koherenci a nenarušitelnost. Interaktivnější formy divadla vždy měly svůj prostor, konkrétně v textech obvykle označovaných jako avantgardní, a i když zůstávají marginálními, je možno na ně pohlížet jako na malé niky odporu proti uzavřenosti vůči interaktivním formám, jež je typická pro masová média.

Základem, od něhož se tradičně odvíjí rozlišení divadla jako komunikačního textu odlišného od tištěné knihy, filmu, televize, rozhlasu a webové stránky, je argument, že většina

jmenovaných zpřístupňuje text, který je – v protikladu vůči textu šířenému v reálném čase – zaznamenaný, anebo že, pokud operuje v reálném čase tak jako například živý zpravodajský přenos v televizi, text distribuuje prostřednictvím jednosměrného neinteraktivního systému, a tedy bez možnosti narušení, zásahu či jakékoli transformace. Dokonce i v případě živé, v reálném čase se odehrávající události je publiku znemožněno hrát kreativní a transformativní roli, a to z prostého důvodu, jímž je distance: masová média, jak tvrdí Meadows, programové tvůrce a publika efektivně oddělují. (Meadows 1994: 133) Rozmanité směry vývoje uživateli pochopitelně otevírají výraznější možnosti kontroly a my si tento rozvoj a využití jeho výsledků můžeme představit jako součást zápasu s autorskou a průmyslovou kontrolou textu – jako ono „tažení“ (pull) ze strany publika. V případě televize neznamenal nástup videorekordéru jen vyvázání textu časových imperativů vysílání (Cubitt 1991: 42), ale umožnil uživateli sledovat obsah různými rychlostmi, přetáčet nezájímavé pasáže, zhlédnout znovu, podruhé či potřetí, celý text a – což se týkalo uživatelů pokročilejších – využít dvou propojených rekordérů k přeuspořádání části či celých bloků textu. (Jenkins 1992: 212; Jenkins 2003; Penley 1997: 114) Video tak přineslo ranou formu narativní interaktivity, jež umožnila kontrolu nad textem a narací.

Na tomto postřehu není nic nového – krom tvrzení, že máme-li hledat kauzální faktory vysvětlující vzestup a popularitu interaktivní zábavy, bude vždy rozumné vyvarovat se technologického determinismu a pohlížet na zrod interaktivity jako na fenomén aktivovaný kulturně. Pochopení mediálních technologií závisí, jak potvrzuje Raymond Williams, na schopnosti nahlížet na ně jako na zakotvené v kultuře a v interpretaci jejich vývoje, který do tohoto procesu vrací *intenci*:

Technologie by totiž mohla být chápána tak, jako by byla očekávána a rozvíjena s ohledem na určité předem vytyčené cíle a praktiky. [...] [T]yto cíle a praktiky lze pojímat jako přímé: jako vědomé společenské potřeby, cíle a praktiky, vzhledem k nimž technologie nehraje marginální, ale ústřední roli.

(Williams 1990: 13)

S ohledem na tento závěr je možno tvrdit, že jedním ze způsobů, jimiž můžeme přistupovat k historickému vývoji rozmanitých mediálních technologií, je zvolit perspektivu, jež vznik těchto technologií chápe jako řízený kulturním – tedy populárním – požadavkem po demokratizaci kontroly nad textem. Jde o požadavek po odebrání kontroly nad textem z rukou autorů, o požadavek zahrnující nejen možnost zaznamenávání a kopírování textu a jeho nezávislé distribuce, ale i možnost jeho restrukturační, reorganizace, jeho kvalitativní změny a tak dále – tedy požadavek všeho, co je v souladu s imaginativními potřebami a uspokojením publika/uživatele. Jako vyvrcholení této kulturní touhy jsou samozřejmě většinou chápány digitální technologie, dovolující nejsnadnější manipulaci, kopírování a síťovou distribuci textu. Tyto technologie publiku účinně vracejí jeho schopnost participovat právě tím způsobem, který současná kultura spojuje s antickým řeckým divadlem a s komunikačními formami nesenými aktivní a kreativní participací na přenosu.

Velký bratr a zdánlivá snaha o interaktivitu

Reality show *Big Brother* prostřednictvím propojení a konvergence rozmanitých médií naznačila interaktivní možnosti obepínající jednosměrný mód standardního televizního vysílání. Tvůrci televizního pořadu nečekali, až různé formy interaktivní televize získají

podobu dostatečně decentralizovaného formátu, umožňujícího participativní účast prostřednictvím jediného média, a interaktivní potenciál televizní show naplnili alternativními prostředky – výsledkem čehož je zábavní fenomén spojující televizní vysílání, internetové aktuality a fóra poskytující zpětnou vazbu, telefonické hlasování a nejnověji též (obousměrnou) komunikaci prostřednictvím SMS. (Kim – Sawhney 2002) Producenti přitom explicitně propagují interaktivitu jako příslib i předpoklad zážitku z reality TV, když tvrdí, že „diváci/konzumenti získají větší možnost podílet se na výrobním procesu“ (Andrejevich 2002: 260)

Pokud elektronická masová média, jak říká Michael Meadows, „efektivně oddělují programové tvůrce a publika, ponechávající tak jen nepatrnou šanci pro interakci“ (Meadows 1994: 133), pak je důležité zabývat se nejen tím, jak různá média této separace využívají k udržování autorské kontroly, ale i tím, jak využívají „zdánlivé“ interaktivity, jež vede k předstírání interaktivní účasti na textu. Schopnost naplnit publikum pocitem, že kolektivní hlasování může změnit složení televizní vily, a tedy měnit kompozici v čase se vyvíjející narace, je nakonec opravdu určitou formou interaktivity, ale jedná se o interaktivitu, která zastírá autorskou kontrolu nad zajištěním, selekcí a řazením záznamů z vily, které jsou – vedle „klíčových“ komentářů zajišťovaných moderátory pořadu – jednou ze zásadních proměnných určujících směr, jímž se narace vyvíjí. Australská televize Special Broadcasting Service (SBS) svého času vysílala pořad *TwentyfourSeven*, v němž diváky požádala, aby každý týden prostřednictvím SMS nebo webové stránky pořadu hlasovali o třech možných ukončeních příběhu. Narace se odvíjí v kancelářích fiktivního zábavního magazínu, a je to právě tento způsob účasti na zápletky, který je ústřední charakteristikou divácké zkušenosti. (Nguyen 2002) Interaktivní účast na zápletky není v žádném případě pouhým falešným gestem – spíše lze říci, že pořad pracuje se zřetelným vývojem postav a buduje silný dojem, že člen publika může ve vysoké míře participovat na tvorbě a budoucnosti zápletky, což je, narozdíl od pořadů reality TV typu *Big Brother*, jež kladou důraz na prvek náhody, prezentováno jako programový záměr.

Zda interaktivní aranžmá založené na tomto principu volby vyvolává nebo nevyvolává skutečný pocit kreativity, je věc jiná. Pokud se na takové aranžmá podíváme optikou Ecova rozlišení otevřených a uzavřených textů, pak otevřený text, který publiku záměrně předkládá více než jedinou možnou interpretaci, je ve skutečnosti méně otevřený kreativní interpretaci než text uzavřený, který je podle Eca interpretovatelný proměnlivě a rozmanitě, a to v závislosti na individuálních a imaginativních trajektoriích. (Eco 1979) Otevřený text svého čtenáře vyzývá k aktivní kooperaci, „ale zároveň po tomto čtenáři žádá řadu interpretačních voleb, jichž sice není neomezeně, ale nikdy nejde o volbu jedinou“. (tamtéž: 4) Uzavřený text, za který můžeme považovat kterýkoli televizní text, záměrně a explicitně navržený pro přenos v rámci jednosměrného komunikačního systému, je na druhou stranu otevřený širší škále „aberantního“ dekodování ze strany diváků, kteří nespádají do průměru, neboť texty tohoto druhu si minimální divácké požadavky odvozují od diváka sociologicky „průměrného“. Tato úvaha by mohla znamenat, že otevřené texty, jako je pořad *TwentyfourSeven*, budou své čtenáře přímo směřovat k některé ze třech možných interaktivních dějových linií a uzavírat se tedy úvahám o možnostech spoluúčasti na tvorbě dalších možných linií, zatímco epizoda populárního australského seriálu *Neighbours* by patrně byla otevřená většímu množství interpretací a možností kreativní spoluúčasti – to ovšem jen v případě, že by interaktivnímu potenciálu bylo dovoleno naplnit takovou participaci v plné rozsahu. Zdá se ovšem, že projev vstřícnosti směrem k interaktivitě je přece

jen projevem určitého – i když jen taktického, pokud ne přímo nevědomého – ústupu od perspektivy zvýhodňující mediální průmysl a jeho pozice autorské kontroly.

Z pohledu mediálního průmyslu je ovšem příslib interaktivity, jak podotýká Andrejevich, součástí logiky generování zisku a v případě reality TV zcela jistě platí, že dodatečné náklady spojené s poskytováním interaktivních prvků jsou kompenzovány tím, že platby za telefonní spojení, přístup k internetu a další dílčí výdaje na interaktivní vybavení jsou efektivně přeneseny na samotné konzumenty. (Andrejevich 2002: 256; Mougayar 1998: 170) Dallas Smythe poukazuje na to, že zadavatelé reklamy si kupují pracovní sílu publika, což slouží „k naplnění záměru monopolních kapitalistických inzerentů, kterým je vytvoření poptávky po propagovaném zboží“. (Smythe 1995: 222) Pracovní silou publika je jeho „pozornost“, respektive „potenciální pozornost“, jež je prodávána inzerentům, a samotnou prací je učení se „patřičnému“ utrácení. Smythe zastává názor, že členové publika se tomuto druhu „práce“ mohou vzpírat, ale že „inzerentova očekávání jsou naplněna do té míry, že výsledky udržují systém řízení poptávky v chodu“. (tamtéž) Jako součást gesta vstřícnosti vůči interaktivitě se objevuje to, že publika se setkávají s novými prostředky sloužícími k maximalizaci jejich velikosti (Ang 1991: 27), přičemž je nutno poznamenat, že tato maximalizace nestojí a nepadá jen s motivem zisku. Je to právě iluze participace, jež je pro publikum obecně zásadní a přitažlivá (Schultz 1994: 108–109), a jak s odkazem na nutkání nakupovat DVD filmy podotkla australská mediální komentátorka Laurie Zionová, „hnací silou, která je za tím [...], je zákazníkům hlad po extra bonusech“. (Zion 2002)

Na závěr této analýzy je třeba podotknout, že průmysl udržující si jistou formu autorské kontroly nad mezižánrovou mediální zkušeností v oblasti dramatických a herních médií má svou vlastní taktiku, kterou projevuje vstřícnost vůči interaktivitě, aniž by zároveň se zpochybňováním narativní kontroly ztrácel půdu pod nohama. Do jaké míry budou publika a jejich jednotliví členové vnímat takovou formu interaktivity jako dlouhodobě přitažlivou, je samozřejmě otázka, která ještě čeká na zodpovězení, a může se dokonce stát, že čtenáři „uzavřených“ textů najdou nové přitažlivé způsoby, jimiž se budou na rekonfiguraci, transformaci a spolutvorbě textů interaktivně účastnit a podílet.

[...]

Literatura

- Andrejevich, M. 2002. „The Kinder, Gentler Gaze of Big Brother: Reality TV in the Era of Digital Capitalism.“ Pp. 251–70 in *New Media & Society*, r. 4, č. 2.
- Ang, I. 1991. *Desperately Seeking the Audience*. London – New York: Routledge. Barthes, R. 1975. *The Pleasure of the Text*. New York: Hill & Wang.
- Barthes, R. 1977. *Image/Music/Text*. New York: Hill & Wang.
- Benjamin, W. 1992. *Illuminations*. London: Fontana.
- Berger, A.A. 2002. *Video Games: A Popular Culture Phenomenon*. New Brunswick –London: Transaction Publishers.
- Bordewijk, J.L. – van Kaam, B. 1986. „Towards a New Classification of TeleInformation Services.“ Pp. 16–21 in *InterMedia*, r. 14, č. 1.
- Brooker, W. – Jermyn, D. 2003. „Conclusion: Overflow and Audience.“ Pp. 332–335 in *The Audience Studies Reader*. Ed. Brooker, W. – Jermyn, D. London – New York: Routledge.
- Castells, M. 1997. *The Power of Identity*. Malden, MA – Oxford: Blackwell.
- Cochrane, N. 2002. „How You See It, How You Don't.“ *The Age*, 27. srpna 2002. <http://www.smh.com.au/articles/2002/08/24/1030052995857.html> (1. 9. 2007)

- Cubitt, S. 1991. *Timeshift: On Video Culture*. London – New York: Routledge. Dahlberg, L. 2001. „Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis.“ *Journal of Computer-Mediated Communication*, r. 7, č.1. <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html> (1. 9. 2007)
- Derrida, J. 1978. *Writing and Difference*. Chicago: University of Chicago Press.
- Derrida, J. 1988. *Limited Inc*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Dery, M. 1993. „Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs.“ <http://www.levity.com/markdery/culturjam.html> (1.9.2007)
- Downes, Edward J. – McMillan, Sally J. 2000. „Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions.“ Pp. 157–179 in *New Media & Society*, r. 2, č. 2.
- Eco, U. 1979. *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*. Bloomington – London: Indiana University Press.
- Ess, C. 1994. „The Political Computer: Hypertext, Democracy, and Habermas.“ Pp. 225–253 in *Hyper/Text/Theory*. Ed. Landow, G.P. Baltimore – London: Johns Hopkins University Press.
- Foucault, M. 1994. *Diskurs, autor, genealogie*. Praha: Nakladatelství Svoboda.
- Green, L. 2002. *Communication, Technology and Society*. St. Leonards: Allen & Unwin.
- Hardt, M. and A. Negri (2000) *Empire*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Jenkins, H. 1992. „...Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community.“ Pp– 208–236 in *The Adoring Audience*. Ed. Lewis, L. New York: Routledge, Chapman and Hall.
- Jenkins, H. 2003. „Interactive Audiences? The ‚Collective Intelligence‘ of Media Fans.“ <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/collective%20intelligence.html> (1.9.2007)
- Kim, P. – Sawhney, H. 2002. „A Machine-like New Medium – Theoretical Examinations of Interactive TV.“ Pp. 127–233 in *Media, Culture & Society*, r. 24, č. 2.
- Kiousis, S. 2002. „Interactivity: A Concept Explication.“ Pp. 355–383 in *New Media & Society*, r. 4, č. 3.
- Kristeva, J. 1982. *Powers of Horror: An Essay on Abjection*. New York: Columbia University Press.
- McMillan, S. 2002. „A Four-Part Model of Cyber-Interactivity: Some Cyber-Places are More Interactive than Others.“ Pp. 271–291 in *New Media & Society*, r. 4, č. 2.
- McQuail, D. 1997. *Audience Analysis*. Thousand Oaks: Sage.
- Meadows, M. 1994. „At the Cultural Frontier.“ Pp. 131–147 in *Not Just Another Business: Journalists, Citizens and the Media*. Ed. Schultz, J. Leichhardt: Pluto Press.
- Mougayar, W. 1998. *Opening Digital Markets*. New York: McGraw Hill.
- Nguyen, M. 2002. „Switched on TV.“ *The Age*, 7. září 2002. <http://www.smh.com.au/articles/2002/09/06/1031115930136.html> (1.9.2007)
- Papacharissi, Z. 2002. „The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere.“ Pp. 9–27 in *New Media & Society*, r. 4, č. 1.
- Pearce, C. 2002. „Story as Play Space: Narrative in Games.“ Pp. 112–119 in *Game On: The History and Culture of Videogames*. Ed. L. King. New York: Universe Publishing.
- Penley, C. 1997. *Nasa/Trek: Popular Science and Sex in America*. London – New York: Verso.
- Rafaeli, S. – Sudweeks, E. 1997. „Networked Interactivity.“ *Journal of Computer Mediated Communication* 2(4). <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html> (1.9.2007)
- Schultz, J. 1994. „Universal Suffrage? Technology and Democracy.“ Pp. 105–116 in *Framing Technology: Society, Choice and Change, pp.* Ed. Green, L. – Guinery, R. Sydney: Allen & Unwin.
- Smythe, D. 1995. „The Audience Commodity and its Work.“ Pp. 222–228 in *Approaches to Media: A Reader*. Ed. Boyd-Barrett, O. – Newbold, C. London: Arnold.

- Webster, J.G. 1998. „The Audience.“ Pp. 190–207 in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, r. 42, č. 2.
- Williams, R. 1981. *Culture*. Glasgow: Fontana.
- Williams, R. 1990. „The Technology and the Society.“ Pp. 9–22 in *Popular Fiction: Technology, Ideology, Production, Reading*,. Ed. T. Bennett. London: Routledge.
- Williams, R. 1997. „Mass and Masses.“ Pp. 18–27 in *The Media Studies Reader*. Ed. O'Sullivan, T. – Jewkes, Y. London: Arnold.
- Zion, L. 2002. „DVD with the Lot.“ *The Age*, 26. září 2002. <http://www.theage.com.au/articles/2002/09/26/1032734268554.html> (1.9.2007)

Literatura odkazovaná překladatelem

- Šrubař, I. 2001. „Longue durée, cyklicita a sociální transformace.“ Pp. 149–159 in *Sociologický časopis*, r. 37, č. 2.