

Slovníkové heslo + esej

Teorie interaktivních médií

Vztah umělce a publika: umělec je subjektivně nazývaná soba, která produkuje, resp. provozuje umění. Při takové tvorbě musí používat svoji představivost, talent nebo zkušenosti k vytváření děl, která mají určitou estetickou hodnotu. Publikum (latinský výraz pro veřejnost) je zpravidla větší skupina lidí, která je krátkodobě nebo dlouhodobě v roli příjemců účastnících se některé ze speciálních forem sociální komunikace, která se vyznačuje velkou mírou iniciativy původců sdělování, ale i s možností zpětné vazby v průběhu přijímání nebo v době po skončení. Publikum se dá rozdělit do několika skupin či druhů, např.: elitní publikum, masové publikum,

specializované publikum a interaktivní publikum (viz. níže - esej). Vztah mezi umělcem a publikem obsahuje velkou míru angažovanosti ze strany umělce a velkou míru schopnosti přijímání ze strany publika. Tento vztah může být osobní, v případě setkání umělce s publikem, z pravidla s fanoušky, a neosobní v případě, kdy umělec svá díla vystavuje nebo prodává a není u toho fyzicky přítomen. Vztah mezi umělcem a publikem může mít různé formy projevu, vždy se ale jedná o vztah platonický (neoprávněný, neskutečný, nedotažený, bez výsledků), z pravidla ze strany publika.

Vztah umělce a publika aplikovaný na vztah mezi spisovatelem a čtenáři, jež jsou publikum tzv. elitní. Vznik elitního publika je spojen s prvním druhem publika, jímž jsou čtenáři tištěných publikací, které jsou považovány za výtvořiny knihtiskařské technologie. Vztah spisovatele a čtenáře bývá nejčastěji ovlivněn problematikou literární konvence, tzn., že autor předkládá čtenářům, tedy publiku, určité kvality. Poté určí míra jejich konvence obecné společenské přijetí díla. Čím víc je dílo méně konvenční, tím hůř se prosazuje jeho obecné společenské přijetí publikem, protože tvůrčí autorská osobnost se méně či více odlišuje od dobové konvence. Zjednodušeně to znamená, že by autor určitým způsobem měl své dílo přizpůsobit době a dobovým požadavkům, protože lidé, tedy publikum, jsou velmi často alespoň částečně ovlivňováni právě dobovými konvencemi. A jestli chce autor svá díla úspěšně prodávat a těšit se oblibě u čtenářů, musí alespoň částečně dílo přizpůsobit požadavkům publika. Arthur Schopenhauer ve své publikaci *Spisovatelům a čtenářům* uvádí: *spisovatelé jsou dvojí: především ti, kteří píšou pro věc, a pak ti, kteří píšou jenom proto, aby psali. První mají nějakou myšlenku nebo zkušenost, o které se domnívají, že by ji lidé měli znát; druzí potřebují peníze, a proto píšou, aby je sehnali.* Tyto dva druhy autorů můžeme chápat i jako autory, kteří nám sdělují věci, o kterých si myslí, že bychom je měli znát a tím pádem by se publikum mělo víceméně přizpůsobit autorovi a jeho pojetí daného problému. Druhý typ autora je takový, který se co nejvíce snaží přizpůsobit čtenářskému vkusu a dobovým konvencím, jak jsem zmiňovala výše.

Vztah mezi autorem a čtenářem je tedy spjat už od té doby, kdy autor začne psát knihu. Poté, co se stane oblíbenou a prodávanou se vztah mezi umělcem a publikem prohlubuje. Čtenář si autora řadí mezi oblíbené, začne od něj kupovat více titulů a začne se o autora samotného zajímat. A to mě přivádí k dalšímu prohlubování vztahu mezi nimi a tím jsou autogramiády či autorské čtení. Autogramiáda jako taková je dobrý prostředek k tomu, aby autor prodal ještě více svých knih. Jde o to, že po oznámení autogramiády určitého spisovatele, začnou lidé kupovat jeho knihy, aby si je

případně mohly dát podepsat, setkat se tak přímo tváří tvář s autorem a navázat jakési spojení tím, že mu čtenář udělá radost zakoupenou knihou a předpokládá, že se tak dostane do podvědomí autora.

Osobní setkání autora se čtenářem také umožňuje autorovi dát o sobě vědět a rozšířit základnu fanoušků, tedy čtenářů. Autogramiáda je velice důležitý krok ve vztahu, a pro autora to znamená, že by měl upřednostnit své čtenáře před sebou sama, neboť bez čtenářů není autor knih nic. Ve zkratce to znamená, že by se autor při podepisování svých knih měl chovat podle určité konvence, neboť zamračený spisovatel rozhodně neudělá dojem na potencionálního čtenáře. Autor by také měl vztah rozvíjet i něčím navíc, než jen podepisováním. Zde je také žádané už zmiňované autorské čtení, odpovídání na otázky a komunikace se čtenáři.

Vztah se díky těmto faktorům mezi umělcem a publikem prohloubí, stane se pevnějším. V dnešní době je velice těžké se prosadit a zaujmout, protože čtenáři jsou čím dál tím více nároční a obecné konvence se mění. A už i pro tenhle důvod je velice důležité vztah mezi autorem a čtenářem prohlubovat a snažit se o určitou komunikaci.

Ovšem i vztah mezi umělci a čtenáři nemusí být jen profesionální. Pokud čtenář najde zalíbení v autorovi, stane se autorem v určitém slova smyslu posedlý. Jedná se o to, že už čtenáře nezajímají jen díla, která autor vydal, ale zajímá se o autorův osobní život. V mnoha případech čtenáři píšou autorům dopisy až domů, zjišťují, kde se daný autor pohybuje a pak čekají na takových místech, aby spisovatele zahlédli a někdy i oslovili. Když se takový vztah zvrhne, může se jednat i o obtěžování a to se bohužel nestává zřídka. Takový druh vztahu ovšem není masový, ale jedná se o jednotlivce. V tomto případě už se musí mít autor na pozoru a musí se snažit vztah mezi ním a čtenářem naopak potlačit.

Zdroje:

Knihy: Bráblíková, Hana *K některým úkolům sociologie literatury*

Petrusek, Miroslav aj. *Velký sociologický slovník*

Schopenhauer, Arthur *Spisovatelům a čtenářům*

Web: cs.Wikipedia.org *Umělec*

Clanky.rvp.cz *Mediální publikum*