

**J**e ještě možné na začátku 21. století rozlišovat mezi společenskou realitou a médii, která ji zobrazují? Od Los Angeles a Paříže až po předěl mezi Hongkongem a jižní Čínou poskytují digitální obrazy a zobrazovací technologie stále větší a snazší možnosti kulturního vyjádření, komunikace a každodenní interakce. Zdá se, že obrazy a obrazovky, které tvoří jejich rám, jsou den za dnem stále více zahlceny texty, detailními záběry a barvou s cílem co nejrychleji nám nabídnout co nejvíce informací a přimět nás dívat se povrchněji než kdy dřív. Sociální svět, v němž většina z nás žije, je plný věcí určených k tomu, abychom se na ně dívali nebo je používali způsobem, v němž pohled hraje důležitou roli. Každý myslitelný povrch kolem nás – od palubní desky našeho auta po mobilní telefon – představuje prostor, kam lze potenciálně umístit vizuální plochu.

Se světem se vypořádáváme prostřednictvím vizuální kultury bez ohledu na to, zda vidíme bezchybně, nebo trpíme poruchou zraku vyžadující určitou adaptivní či pomocnou technologii, zda žijeme ve městě přetékajícím reklamami a znaky, nebo na odlehlem místě, kde jsme při kontaktu „s vnějším světem“ závislí na monitorech a obrazovkách. Náš život ovládají stále více obraznost a komunikační technologie (drátové i bezdrátové), které umožňují globální šíření myšlenek, informací i politických názorů. Myšlenky a informace kolují po celém světě ve vizuální formě a obrazy hrají ústřední roli v politických konfliktech a významech. Žijeme tedy v éře, kdy více než jindy záleží právě na vizualitě – je zdrojem zobrazení, informací, politiky, provokace, hry a zábavy a v celosvětovém měřítku slouží i jako pojítko mezi lidmi, zároveň je však zdrojem konfliktů.

Tato kniha poskytuje přehled o řadě teorií zabývajících se tím, jak se každodenně díváme, jak chápeme širokou škálu vizuálních médií a jak obrazy používáme k sebevyjádření, ke komunikaci, k potěšení, prožívání a získávání informací. Výraz „vizuální kultura“ zahrnuje celou řadu mediálních forem od vysokého výtvarného umění přes film, televizi a reklamu až po vizuální data ve sférách vědy, práva či lékařství. Zaměřili jsme se na následující otázky: Co znamená studovat tyto rozmanité formy jako celek? Kde a jak vzniká sdílené chápání těchto různorodých forem vizuální kultury? Jakým způsobem koluje význam v různých vizuálních formách a jaký dopad má obraznost na naši společnost? Jsme přesvědčeni, že vizuální kulturu je třeba vnímat jako komplexní a rozmanitý celek: jakmile totiž máme zkušenost s určitým vizuálním médiem, začneme využívat i další média a oblasti založené na vizuálních obrazech. Když se např. díváme na pořad v televizi, významy a potěšení, které z něj odvozuje, zakládáme vědomě i nevědomě na asociacích s tím, co jsme viděli v ně-

jakém filmu, uměleckém díle nebo reklamě. Pohled na obraz z ultrazvuku může evokovat pocity nebo významy obvykle spojované s prohlížením fotografií. Hraní videoher má zase těsnou souvislost se sledováním filmů a dnes běžné šíření digitálních fotografií e-mailem a na internetu si „vypůjčuje“ z praxe sdílení obrazů prostřednictvím fotografických alb a promítání diapositivů. Naše vizuální zážitky se neodehrávají izolovaně; nabalují se na ně vzpomínky a obrazy pocházející z mnoha oblastí našeho života.

Bez ohledu na skutečnost, že jednotlivé vizuální formy se do té či oné míry navzájem ovlivňují a obohacují, naše kultura tendenčně třídí různé sféry vizuální aktivity podle toho, co je v jejím pojetí kvalitní a podstatné. Vysoké školy a univerzity v přednáškách o umění po desetiletí vůbec nebraly v potaz média spadající do oblasti „nízké kultury“ (např. film a televize), protože je nepovažovaly za vhodný předmět seriózního vědeckého bádání – zatímco dnes se studium fotografie, počítačové animace, kombinovaných technik, instalace a performance stalo neoddělitelnou součástí studia mnoha historiků umění. Zároveň s tím se řada oborů, často zcela nových, začala věnovat mnohem širší škále mediálních forem. Od padesátých let 20. století vydali badatelé v oblasti komunikačních věd bezpočet významných analýz rozhlasu, televize, tištěných médií a naposledy internetu. Teorie zaměřené na kinematografii, televizi a média, které se objevily v šedesátých a sedmdesátých letech, nám pomáhají sledovat, jak filmy, televizní pořady a internet proměnily a proměňují kulturu uplynulého i současného století. Díky těmto oborům si vydobyla respekt i studium populárních či lidových forem vizuálních médií. Teorie vědy a technologie vedla ke zkoumání vizuálních technologií a k využívání obrazů mimo sféru umění a zábavy – ve vědách, v právu a v lékařství. Kulturní studia – interdisciplinární vědecký obor, který se objevil koncem sedmdesátých let 20. století – nabídla řadu způsobů, jak uvažovat o studiu populární kultury i zdánlivě všedního využití obrazů v našem každodenním životě. Cílem kulturních studií je především poskytnout nástroje napomáhající k pochopení společnosti, v níž žijeme. Díky rozboru obrazů napříč všemi obory si také uvědomíme souvislosti mezi různými vizuálními médii. V této knize se čtenář postupně setká s různými názory z oblasti kulturní teorie, kinematografie, médií, komunikace, dějin umění, sociologie, teorie vědy i antropologie.

Co je vizuální kultura? Podle slavné definice teoretika Raymonda Williamse patří výraz „kultura“ k jednomu z nejsložitějších pojmů a jeho význam se navíc časem mění.<sup>1</sup> Tradiční pojetí klade rovnítko mezi kulturou a „vysokým“ uměním: klasickými díly malířství, literatury, hudby a filosofie. Filozof 18. století Matthew Arnold definoval kulturu jako „to nejlepší, co bylo ve společnosti myšleno a řečeno“; tedy cosi vyhrazené elitě, vzdělanému, inteligentnímu a náročnému obecnstvu.<sup>2</sup> Máme-li výraz „kultura“ používat tímto způsobem, pak jsou ztělesněním kultury Michelangelovy obrazy či Mozartovy skladby. Kultura je čímsi, co v sobě lidé zušlechťují prostřednictvím běžného kontaktu s kvalitou, hodnotami a vzděláním. S kulturou byla původně úzce spojována idea výhradně „vysoké“ kultury; posléze ji vystřídal názor, že v kultuře lze rozlišovat mezi kategorií vysokého (výtvarné umění, klasické malířství a literatura) a nízkého (televize, romány, komiks). V 2. kapitole se zabýváme tím, že ve 20. století bylo dělení na vysoké a nízké do značné míry rozhodujícím aspektem kulturního diskursu, přičemž vysoká kultura se považovala za kvalitní a nízká kultura za její opovrhovaný protějšek.

Z hlediska toho, co známe pod názvem „antropologická definice“, odkazuje *kultura* k „celkovému způsobu života“, tedy k široké škále činností souvisejících s tříděním a symbolickou komunikací ve společnosti. Ke klasifikačním systémům a symbolickým výrazovým a komunikačním prostředkům, které nám slouží k nastolení určitého životního řádu, patří populární hudba, tištěná média, umění a literatura stejně jako sport, vaření, řízení auta, vztahy a spřízněnost s určitými lidmi nebo skupinami lidí. Tato definice, založená na pojetí kultury jako souboru každodenních a všudypřítomných aktivit, nám umožní pochopit masovou a populární formu klasifikace, vyjádření a komunikace jako legitimní aspekty kultury.

*Vizuální kulturu* pak v této knize definujeme jako praxi sdílenou v rámci skupiny, společenství či společnosti, jejímž prostřednictvím vznikají významy na základě vizuálních, sluchových a textových znázornění a na základě toho, jak se způsob dívání podílí na rozvíjení symboliky a komunikace. V tomto smyslu jsme zavázáni průkopnickým myšlenkám britského teoretika 20. století Raymonda Williamse a dílu britského teoretika kultury Stuarda Halla. Williams i Hall sorně prohlašují, že kultura není ani tak souborem věcí (např. televizních pořadů nebo maleb) jako souhrnem procesů či praktik, skrze něž jednotlivci i skupiny dospívají k pochopení nejen věcí, ale i své vlastní identity v rámci i vně skupiny, a dokonce i v rozporu s ní. Kultura je vytvářena prostřednictvím složitých systémů hovorů, gestikulace, dívání se a jednání, jejichž pomocí si členové společenství či skupiny vyměňují významy. Obrazy a mediální texty v této výměnné síti nehrají roli statických entit pasivně vystavených výměně nebo spotřebě, ale aktivních činitelů, kteří nás vedou k určitému pohledu nebo způsobu vyjadřování. Jak píše Hall, „lidem, věcem a událostem dávají význam právě ti, kdo se na kultuře podílejí... Věci získávají význam tím, jak je používáme, jak o nich uvažujeme a jaké k nim chováme pocity – tedy jak je reprezentujeme.“<sup>3</sup> My toto pojetí dovádíme ještě dál a tvrdíme, že stejně jako lidé dávají význam objektům, mají i objekty, které vytváříme, na něž se díváme a které nám slouží ke komunikaci nebo k prosté potěše, schopnost dávat význam nám samým a dynamickým interakcím v rámci našich sociálních sítí. Směna významů a hodnot mezi lidmi na jedné straně a objekty a technologiemi na straně druhé je vzájemná a dynamická. Z toho vyplývá, že artefakty typu obrazů a zobrazovacích technologií mají nepochybný politický dopad.

Je třeba si uvědomit, že v každé skupině sdílející určitou kulturu (nebo soubor procesů, skrze něž je vytvářen význam) vždy v souvislosti s libovolným problémem nebo objektem existuje široká škála takřkajíc vedlejších významů a interpretací. Kultura je proces; nejde o fixní soubor pravidel či výkladů. Například tři lidé sledující tutéž reklamu a zastávající stejný obecný pohled na svět ji mohou interpretovat velmi odlišně, v závislosti na individuálních zkušenostech a znalostech. I když všichni patří ke stejné kultuře, každý z nich si může obraz vysvětlovat jinak. V diskusi o svých reakcích mohou následně ovlivnit názor dalších. Jedni možná argumentují přesvědčivěji než jiní, hlas některých je však považován za kompetentnější. Významy se tak v důsledku nevytvářejí v myslích jednotlivých diváků, ale při vzájemné interakci mezi jedinci v rámci určité kultury a mezi osobami a artefakty, obrazy, technologiemi a texty, které oni sami a jiní vytvářejí. Interpretace jsou tedy při formování sdíleného názoru na svět určitou kulturou nebo skupinou stejně účinné jako vizuální artefakty samy o sobě (např. reklamy či filmy), průmyslová odvětví a pro-

ducenti, kteří je společně generují. Způsob, jakým v celé knize používáme termín *kultura*, klade důraz na chápání kultury jako plynulého a interaktivního procesu – procesu zakotveného v multimodální a multisenzorické společenské praxi, a nikoli jen v obrazech, textech a interpretacích.

V této knize se zajímáme o ty aspekty kultury, které se projevují vizuální formou nebo alespoň vyzývají k pohledu – o malby, kresby, grafiky, fotografie, film, televizi, video, digitální obrazy, animaci, komiks, populární kulturu, reportážní fotografie, zábavu, reklamu, obrazy jako svědectví v právních kauzách a vědecké obrazy. Vizuální kultura je podle nás čímsi, co by mělo být možné pochopit analyticky – tedy nejen historiky umění a dalšími „odborníky na obrazy“, ale i námi všemi, kdo se dennodenně stále častěji setkáváme s překvapivě rozsáhlou škálou obrazů a pobídek k pohledu. Řada teoretiků v oblasti vizuální kultury zároveň připomíná, že klást důraz na vizualitu ve vizuální kultuře neznamena obrazy oddělovat od psaní, řeči, jazyka a dalších modelů zobrazování a zkušenosti. Obrazy jsou často nedílně spjaté s psaným slovem nebo zvukem, podobně jako je tomu od počátku u většiny současného umění a reklamy. Naším cílem je představit několik teorií, které nám pomohou pochopit, jak obrazy působí ve sféře kultury a jaký vliv má náš způsob dívání se na náš život mimo naše vnímání obrazů *per se*.

První vydání této knihy bylo vzdáleně inspirováno klasickou prací Johna Bergera *Způsoby vidění* (1972), která se stala modelem pro zkoumání obrazů a jejich významů napříč disciplínami, jako jsou mediální studia a dějiny umění. Bergerova práce byla průlomová v tom, že shrnula řadu teorií – od analýzy mechanické reprodukce Waltera Benjamina až po marxistickou teorii – s cílem zkoumat obrazy z dějin umění a reklamy. Mnoha strategiím Bergerovy knihy tu skládáme hold aktualizováním jeho pojetí vizuální kultury z hlediska současného teoretického a mediálního kontextu. Prostředí obrazů a jejich tok a stejně tak teoretické přístupy, jež využíváme, jsou od Bergerových dob mnohem komplikovanější. Díky technologickému rozvoji obrazy kolují po celé planetě nesrovnatelně rychleji. Ekonomický kontext postindustriálního kapitalismu způsobil rozostření mnoha dříve jasných hranic mezi kulturními a společenskými sférami jako umění, zpravodajství a komoditní kultura. Tento mezioborový postoj odůvodňuje mísení stylů v postmodernismu, které napomohlo vzniku kontextu cirkulace obrazů a vzájemných odkazů mezi nimi.

Naše kniha tak vychází z několika přístupů. V jednom z nich nám teorie slouží ke studiu obrazů samých a jejich významu jako textu. To je hlavní, byť ne jediná, cesta k pochopení dynamiky pohledu. Umožňuje nám zkoumat, co obrazy vypovídají o kulturách, v nichž vznikají. Další přístup obnáší sledování reakcí na vizualitu z hlediska zkoumání diváků a dalšího publika a jejich psychologických a společenských vzorců dívání se. Tentokrát se naše pozornost přesouvá z obrazů a jejich významů na formování pohledu a na rozmanité a specifické způsoby, jakými lidé obrazy posuzují, používají a interpretují. Své teorie někdy rozvíjíme pomocí idealizovaného diváka, například diváka filmového; jindy prostřednictvím teorií vnímání zvažujeme, co diváci fakticky dělají s texty populární kultury. Třetí přístup se zabývá tím, jak se mediální obrazy, texty a strategie pohybují z jedné společenské sféry do druhé a obíhají v rámci jedné kultury i napříč různými kulturami, což je zvláště důležité ve světle rozmachu globalizace od poloviny 20. století. Tento přístup rozebírá

institucionální rámce, které řídí a někdy i omezují oběh obrazů, a zároveň to, jak obrazy v různých kulturních souvislostech mění svůj význam. Díky zmíněným přístupům kniha nabízí soubor nástrojů – z nichž některé vycházejí z kritické teorie konce 20. století –, jež mohou sloužit k dešifrování a novému rozvíjení vizuálních médií a ke snaze pochopit, jak a proč jsme začali tolik spoléhat na vizuální formy při naší orientaci téměř ve všech sférách života.

Začátkem devadesátých let 20. století si badatelé zaměřeni na oblast studií vizuální kultury uvědomili, že teorie kritiky prodělává krizi. Termín *teorie kritiky* odkazuje k souboru modelů či systematických rámců rozvinutých na konci 20. století v nejrůznějších oborech – např. v sociologii, literatuře, lingvistice a filosofii – k popisu, objasnění a kritice jevů a zkušenosti ve světě. Teoretici kritiky čerpají ze strukturalismu, fenomenologie, marxismu, feminismu a psychoanalýzy, které jsme v této knize představili dostatečně podrobně. Tvrzení, že existuje krize teorie kritiky, vyvolala skutečnost, že díla s ní spojovaná už koncem minulého století nedokázala vysvětlit ani podnítit společenské změny, po nichž jejich autoři toužili. Kritizovat něco nezbytně neznamená toto „něco“ změnit, ani to adekvátně nepostihuje společenské podmínky. Někteří postmoderní teoretici, kteří často odmítali samotný termín *teorie*, začali prosazovat styl psaní a uvažování o kultuře, který sice postrádal soudržnost či jednotu přístupu, ale umožnil pohyb a změnu nad rámec toho, co bylo dříve v současných společenských podmínkách představitelné.

Naše kniha se s postmoderními badateli shoduje v myšlence, že teorie a snahy o její správnost nemohou samy o sobě poskytnout nástroje k adekvátnímu pochopení a podnícení změny. Proto zde ve vztahu k tomu, jak se díváme, jak vytváříme a používáme věci ve vizuální sféře a našem každodenním životě, prosazujeme pluralitu teorií – starších i novějších – jako soubor nástrojů pro kritické myšlení a akci. Nejsme zastánci jedné jediné teorie nebo jediného přístupu; naopak nabízíme celou škálu pojetí, jejichž prostřednictvím lze dospět k novému vztahu k vizualitě a jejímu praktikování ve společnosti, kde na sebe všichni navzájem reagujeme.

Čtenáře proto vybízíme, aby knihu používali při běžné interakci s dalšími texty a dalšími médii. Vydejte se ven, do muzeí, komunitních center a do supermarketů a zkuste pozorovat, jak vizualita funguje. Sledujte, jak všude kolem vás dochází k utváření pohledu. Až půjdete k lékaři, všimněte si, jak a kdy při vašem vyšetření začíná hrát roli pohled a vizuální znázornění. Zkuste si uvědomit, kdy pohled překročí únosnou míru. Zprávy nevnímejte pasivně; věnujte pozornost tomu, jak jsou řazené, podané a sestříhané. Dívejte se, jak se na zprávy dívají druzí. Snažte se ve zprávách vidět nejen to, co ukazují, ale i co *neukazují*. Studium vizuální kultury nespočívá jen v tom vidět viditelné – co se nám předkládá. Jde v něm i o to rozeznat, *jak* se věci ukazují, a dešifrovat, co se nám *neukazuje*, co nevidíme – protože to přesahuje hranice našeho zraku, kdy je něco mimo naše zorné pole, nebo nemáme prostředky k pochopení a uchopení toho, co máme přímo před očima.

Knihu jsme uspořádali do deseti kapitol zaměřených na různé způsoby vidění v různých kulturách ve vztahu k vědění a moci. Vizuální kulturu v nich sledujeme napříč různými médii a kulturními oblastmi. V 1. kapitole s názvem **Obrazy, moc a politika** představujeme témata, jimž se dále věnujeme do hloubky – např. pojetí znázornění, roli fotografie,

vztahu mezi obrazy a ideologií, základním pojmům ze sémiotiky a způsobům, jak si z obrazů odvozujeme význam a jakou jim přisuzujeme hodnotu. Jedním z našich základních principů je, že význam nespočívá přímo v obraze, ale je vytvářen v okamžiku, kdy ho diváci konzumují a „užívají“. V 2. kapitole, nazvané **Diváci vytvářejí význam**, se proto zaměřujeme na to, jak diváci vytvářejí význam obrazů, podrobněji rozebíráme koncept ideologie a zkoumáme komplexní dynamiku apropiace, začlenění a kulturní produkce v současné vizuální kultuře. Ve 3. kapitole nazvané **Modernost: podívaná, moc a vědění** se vracíme do historie a zkoumáme základní aspekty modernosti a teorií moci a podívané. Rozebíráme pojetí moderního subjektu a podmíněného pohledu (*gaze*) z hlediska teorie psychoanalýzy a teorií moci. Soustředujeme se na to, jak lze obrazy využívat jako prvky diskursu, institucionální moci a kategorizace.

Ve 4. a 5. kapitole mapujeme teorie obrazů v dějinách zobrazování ve vztahu k současné vizuální kultuře. Čtvrtá kapitola **Realismus a perspektiva: Od renesanční malby po digitální média** se pak v největší míře věnuje dějinám umění. Sledujeme v ní historický vývoj realismu v zobrazování a dějiny vizuálních technik, např. perspektivy, od renesance až k současným zobrazovacím technikám a kultuře her. Tato kapitola analyzuje pojetí uměleckého realismu počínaje uměním starověkého Egypta přes fotografii a kulturu digitálních obrazů ve vztahu k vývoji perspektivy až ke zpochybnování její převahy v zobrazovacích zvyklostech. V 5. kapitole s názvem **Vizuální technologie**, reprodukce obrazů a kopie zaujímáme podobný historický přístup k dějinám vizuálních technologií, např. k vývoji fotografie a kinematografie, a k reprodukci, která dodnes převládá ve vizuální analýze. Zároveň zkoumáme politické a právní otázky spojené s reprodukcí obrazů od 19. století po digitální obraznost. Věnujeme se i duševnímu vlastnictví obrazů a copyrightu, tedy problému, který má v 21. století – v éře digitální reprodukovatelnosti – stále větší význam.

V 6. kapitole **Média v každodenním životě** se obracíme k dějinám masmédií a sledujeme kritiku médií ve 20. století, propagandu a veřejnou sféru. Kapitola se zabývá tím, jak dramaticky internet a digitální média proměnily mediální formy a instituce – dokonce natolik, že termín *masmédiá* přestal být obecně platný. Zkoumáme zde demokratický potenciál médií, mediálních toků a státních a globálních mediálních událostí. V 7. kapitole s názvem **Reklama, konzumní kultura a touha** se zaměřujeme na roli vizuality v rozvoji a společenském dopadu konzumní kultury. Rozebíráme tu teorie ideologie a sémiotiky jako nástroje k pochopení strategií uplatňovaných v reklamních obrazech, způsob, jakým marketing využívá vše, co propaguje jako „super“, a související modifikace konzumní kultury.

V 8. kapitole **Postmodernismus, Indie Media a populární kultura** se soustředujeme na ústřední koncepty postmoderní teorie a na širokou škálu stylů v současném umění, populární kultuře a reklamě, jež lze považovat za postmoderní. Rozebíráme postmoderní strategie reflexivity, pastiše a parodie a postmodernismus jako filosofický pojem. V 9. kapitole, nazvané **Vědecký pohled, pohled na vědu**, se vracíme k řadě pojetí fotografické pravdy, kterým jsme se věnovali na předešlých stránkách, a sledujeme vztah mezi obrazy a jejich rolí jako právních a policejních důkazů a zároveň úlohu obraznosti ve vědě. Tato kapitola začíná analýzou historického zobrazování vědy ve formě anatomického divadla a dále rozebírá politiku zobrazování tělesných útrob, významy vytvářené novými lékařský-

mi zobrazovacími technologiemi a marketing vědy v reklamách na léky. Poslední, 10. kapitola **Globální tok vizuální kultury** se zaměřuje na to, jak obrazy kolují v současném kontextu globalizace. Zkoumáme v ní, jakou roli hrály obrazy v pojetí globálního světa, jak se populární kultura z hlediska cirkulace i obsahu stále více globalizuje, a zaměřujeme se na dopad globalizace na uměleckou produkci a vystavování umění. Zároveň sledujeme podmínky v rámci různých společností v globalizující se ekonomice, kde se vizuální technologie šíří velmi rychle, ale také velmi nerovnoměrně. Na závěr uvádíme obsáhlý slovník klíčových pojmů.

Kniha *Studia vizuální kultury* se zabývá širokou škálou otázek souvisejících s vizuální kulturou prostřednictvím zkoumání toho, jak obrazy získávají význam v řadě kulturních sfér, uměním a obchodem počínaje až po vědu a právo, jak jsou obrazy užívány v nejrůznějších kulturních sférách a kulturách a nakolik se staly nedílnou a podstatnou součástí našeho života. Lze jednoznačně říci, že kultura a obrazy hrají v dnešním světě důležitou roli v tom, jak žijeme, v našem vztahu k ostatním i v politice utváření významu.

*Autorky*