

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Katedra estetiky

Bakalářská práce

Anna Kymlová

Specifičnost estetické recepce hudebního videoklipu

The Peculiarity of Aesthetic Reception of Music Video

Praha 2013

Vedoucí práce: prof. PhDr. Vlastimil Zuska, Csc.

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze, dne 27. August 2013

.....
Anna Kymlová

Poděkování

Ráda bych poděkovala prof. PhDr. Vlastimilu Zuskovi, Csc. za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích bakalářské práce.

Klíčová slova:

Obraz, zvuk, film, audiovize, filmová hudba, audiovizuální synkreze, synestézie, postmoderna, simulakrum.

Key words:

Image, Sound, Film, Audiovision, Film Music, Audiovisual Synchresis, Synaesthesia, Postmodernism, Simulacrum.

Abstrakt:

Bakalářská práce se věnuje problematice hudebního videoklipu a jeho estetické recepci, nicméně paralelně zasahuje průběžnými náhledy do několika dalších oblastí zkoumání, jako je například formální a funkční analýza filmu, historický vhled do počátků a následků stále probíhající digitální revoluce nebo teorie fungování lidského sensorického aparátu a vjemového zpracování v mozku. Cílem práce je na základě studia odborné literatury a pramenů skrze rozbor vybraných aspektů hudebního videoklipu postihnout jeho zvláštní charakter a specifčnost jeho estetické recepcce nejen mezi dalšími audiovizuálními útvary, ale také tedy v kontextu širším – historickém, mediálním, kulturním či filosofickém.

Abstract:

This bachelor's thesis focuses on the problems of music video and the peculiarity of its aesthetic perception, however it simultaneously reaches into other academic areas such as formal and functional analysis of film, historical perspective into origin and impact of the ongoing digital revolution or a theory of a human sensory apparatus and a processing of perception. The goal of this thesis is to capture a special characteristic of a music video and the peculiarity of its aesthetic reception done so based on a study of appropriate materials and through an analysis of a selected aspects. It should lead us not only to other audiovisual structures but also to a various contexts like the historical, medial, cultural or philosophical ones.

Obsah

| | |
|--|-----------|
| 1. ÚVOD | 7 |
| 2. HUDEBNÍ VIDEOKLIP | 8 |
| 2.1 DEFINICE | 8 |
| 2.1.1 Žánr | 11 |
| 2.2 HISTORIE, KULTURNÍ KONTEXT | 12 |
| 2.3 FUNKCE..... | 13 |
| 3. OBRAZ A ZVUK: ESTETICKÁ RECEPCE..... | 14 |
| 3.1 AUDIOVIZE..... | 15 |
| 3.1.1 <i>Funkce obrazu a hudby</i> | 16 |
| 3.1.2 <i>Audiovizuální synkreze</i> | 18 |
| 3.2 FILM A HUDBA, FILMOVÁ HUDBA..... | 19 |
| 3.3 HUDEBNÍ VIDEOKLIP | 25 |
| 3.5 KONCEPT SYNESTÉZIE | 30 |
| 4. POSTMODERNA Z HLEDISKA HUDEBNÍHO PRŮMYSLU A AUDIOVIZUÁLNÍCH PRODUKTŮ | 31 |
| 4.1. MTV A DIGITÁLNÍ REVOLUCE V MÉDIÍCH..... | 31 |
| 4.2 HUDEBNÍ VIDEOKLIP JAKO SIMULAKRUM..... | 33 |
| 5. ZÁVĚR | 35 |
| 6. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY | 37 |

1. Úvod

Specifičnost estetické recepce hudebního videoklipu v sobě předpokládá specifičnost žánru daného druhu umění. Postihnout takovou věc se jeví problémem poslední doby, speciálně s nástupem nových médií a uměleckých odvětví vycházejících z automatického obrazu – především fotografie, filmu a videa, kdy se pokusy o postižení zvláštností této formy znovu vrátily do zorného pole filosofů a teoretiků. Budu se snažit popsat několik zvláštností recepce hudebního videoklipu z estetického hlediska, rozhodně ne s ambicemi vyčerpat možnosti a podat dokonalý vhled do problematiky, nebo se jinak pokoušet o jasné závěry, co se definice nebo funkce týče, ale několika nejzjevnějšími aspekty přiblížit povahu hudebního videoklipu a jeho estetické recepce. Jako metodu jsem si zvolila hlavně vymezení na základě pozorování „okolí“ videoklipu a tím jeho oddělování od dalších složek příbuzných různých fenoménů, jakousi *odstředivou* metodu, dále teoretickou abstrakci, funkční analýzu a komparaci s příbuznými jevy.

Je třeba se také zaměřit na změny povahy a recepce hudebního videoklipu v čase. Jeho historie není vůbec dlouhá, je to v dějinném kontextu zcela nové médium, ještě novější, než film, ale i za své krátké působení se dočkalo několik změn – jak v nějakých specifikách své funkce tak především s nástupem digitalizace a s ním související ohromné revoluce v celém mediálním světě, v nazírání na takové fenomény, které spadají nejen do audiovizuálního pole, v očekávání, která s sebou nesou, zrychlení veškeré produkce a tím pádem i konzumace, z toho plynoucí změny povahy diváka/posлуchače - celkové transformace mediálního světa, do kterého podle institucionální teorie samozřejmě patří i recipient. Jeden z hlavních hlasů bych chtěla dát srovnání hudebního videa a hudby ve filmu, jakožto jednoho z nejdominantnějších audiovizuálních jevů a zřejmě také žánru jednomu z nejpříbuznějších. Právě digitální revoluci a jejím podstatným dopadu na mnoho odvětví jako jsou třeba mediální svět či mezilidská komunikace, jsem věnovala také poměrnou část práce, jelikož taková revoluce ovlivňuje nejen to, jak náš svět „vypadá“, ale velkou měrou i to, jak my sami ho vnímáme. Proto jsem na úplný konec práce uvedla kapitolu spojenou s médii a

digitalizací a to o fenoménu simulakra, kde jsem vycházela především z teorie Jeana Baudrillarda¹ a která se týká charakteru postmoderní doby, která sama o sobě mění lidské vnímání, samozřejmě také to estetické.

Nakonec bych ráda dala alespoň nějaké limity tomu nejširšímu kontextu a to tvrzením, že se budu zabývat formou videoklipu, s jakým je většina z nás obeznámena nejvíce, totiž videoklipem anglo-americké produkce a k němu přidruženými projevy západní kultury a žádné jiné. Pro srovnání nabídnu jeden krátký vhled do japonské hudební/vizuální produkce v kapitole 2.2., ale tím toto jediné odkročení od výše zmiňovaného končí.

2. Hudební videoklip

2.1 Definice

Spolu s digitalizací a masovou přístupností médií, jak z hlediska uživatelského, tak tvůrčího, je potřeba nového náhledu na pojem videoklipu a jeho celého pole. Nejprve se budu snažit přiblížit k aktuální definici hudebního videa nahlédnutím definic, které poskytují tři velké anglické slovníky.

Cambridgeský slovník definuje hudební video pod heslem *video* jako „krátký film, který má za úkol propagovat populární píseň“². Jsou tedy všechna hudební videa točena kvůli propagaci písně? Videoklip může být přeci více, než propagační materiál písně, nebo interpreta. Oxfordský slovník definuje videoklip jako „natočené představení nahrané populární písně obvykle provázené tancem a vizuálními obrazy interpretující text písně“³. Tato definice je sice nejobsáhlejší,

¹ BAUDRILLARD, Jean: *Simulacra and Simulations* [online] in Jean Baudrillard, *Selected Writings*, ed. Mark Poster (Stanford; Stanford University Press, 1988), s.166-184. [14.8.2013]. Dostupné z: http://www.stanford.edu/class/history34q/readings/Baudrillard/Baudrillard_Simulacra.html

² “a short film made to advertise a popular song“ in *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*, Cambridge University Press, 2013. ISBN 978-1-107-685499

³ “a videotaped performance of a recorded popular song, usually accompanied by dancing and visual images interpreting the lyrics” in *Oxford Dictionaries* [online], Oxford University Press,

ale úplně přehlíží možnosti abstrakce, grafické zpracování pohybu nebo experimentální povahu některých videoklipů – jak nových, tak starých. Longmanův slovník uvádí k heslu *video* mimojiné to, že je to „krátký film, který je natočen k určitému dílu populární hudby“⁴, což je v rámci našeho zkoumání definice asi nejbližší, jelikož v ničem neomezuje (snad kromě toho, že hudební videoklip nemusí být natočen pouze k dílu populární hudby). Některé další slovníky raději neposkytují definici žádnou. Takže způsob, jakým je hudební video v těchto slovnících definováno, nedrží krok s vývojem jeho žánru, ani dostatečně nebere v potaz jeho rozličné variace, funkce a možnosti.

Nesnažím se kritizovat - sama se do definice hudebního videoklipu pouštět nehodlám, pouze chci poskytnout prostor pro možnosti předefinování tohoto hesla, tím, že zdůrazním, že stávající definice nejsou poněkud dobře podané. Začneme tím, že samotný žánr hudebního videa je těžký přesněji popsat – pohybuje se někde na hranici televizní reklamy, video artu a krátkého filmu. A proti slovníkovým definicím, které se nejspíš stále drží představy utvořené podle většinové, středoproudové produkce videoklipů z nyní již upadající éry MTV⁵, která svoje fungování založila na hudebních videoklipech, se dá namítnout, že mnoho videoklipů již není tvořeno kvůli propagaci písně a interpreta, nýbrž můžou samy o sobě stát například jako samopropagující se umělecké dílo. Toto pravděpodobně souvisí se stále větší nezávislostí interpretů na hudebním průmyslu, která je zapříčiněna digitální revolucí⁶, a ta stojí za rostoucím a hlavně demokratizujícím vlivem internetu a stále dostupnější technikou, se kterou v současné době již většina „autorů“ může tvořit jak hudbu, tak videa v domácím prostředí.

Zde i v kapitole 2.3 o funkci hudebního videa, budu opět zmiňovat, že není nutné, aby bylo video přísně o propagaci písně, nebo interpreta. Co tedy videoklip

2013. [12.7. 2013]. Dostupný z:

http://oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/music-video

⁴ “a short film that is made to go with a particular piece of popular music“ in *Longman Dictionary of Contemporary English*, Pearson Education Limited, 2009. ISBN 978-1-4082-0297-5

⁵ Více o MTV v kapitole 4.1

⁶ Digitální revoluci stručně představím v kapitole 4.1.

vlastně je? Esej Daniela Mollera⁷ mluví o tom, že hudební videoklip je především píseň a zobrazení. Píseň je vždy součástí videoklipu a tu vždy doprovází zobrazení různého druhu, to by mohla být pravda. Videoklip je také obvykle krátký – v rámci audiovizuálních děl je na škále časové délky pořád ještě v pomyslné kategorii „krátké“. Moller dále tvrdí, že je videoklip většinou stejně dlouhý, nebo ne o moc delší, než píseň samotná a tím pádem se o něm může mluvit jako o krátkém filmu, ovšem s tím rozdílem, že videoklip má většinou už z hlediska své funkce⁸ tendenci zdůrazňovat hudbu, respektive je jeho produkce často hudbou motivována, k čemuž v krátkém filmu nedochází⁹. Já se domnívám, že se o videoklipu moc jako o krátkém filmu mluvit nedá. Krátký film jako samotná audiovizuální kategorie je všemi svými formálními prvky identický s celovečerním filmem, kromě jednoho – délky trvání. Ačkoliv není hranice mezi délkou krátkého a celovečerního filmu nijak oficiálně stanovena, obecně se předpokládá, že krátký film není natolik dlouhý, aby byl za celovečerní považován. Stejně tak se o videoklipu jako o “krátkém filmu” mluví ve výše zmiňovaných slovnících. Je pravděpodobné, že slovníky ani Moller nepřipouští, že už se při pokusu o definici pohybují na poli terminologie jiného žánru, stejně bych ale vyzvala k jisté opatrnosti a při popisu nazývala hudební videoklip třeba spíše *audiovizuálním útvarem*. Nicméně, vraťme se k pokusům o postžení povahy videoklipu. Moller dále tvrdí, že mezi zvukem a obrazem by určitě měl být nějaký vztah – míra toho ovšem ovlivní maximálně to, jak je klip efektivní, než to, jestli je typickým vzorkem svého žánru. Hudební video je podle něj v drtivé většině stále lineárním médiem¹⁰, i když jako další jeho vlastnosti se díky technickým pokrokům i toto pravděpodobně v budoucnu bude měnit. Tak například není pravda, že by hudební video vždy doprovázelo píseň, v některých případech je tomu i naopak.

⁷ MOLLER, Daniel. *Redefining Music Video* [online], 2011. [29.7. 2013]. Dostupný z: http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf

⁸ Více o funkci hudebního videoklipu v kapitole 2.3.

⁹ MOLLER, Daniel. *Redefining Music Video* [online], 2011. [29.7. 2013]. Dostupný z: http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf

¹⁰ Lineární děj je klasická textová či obrazová linie děje, se kterou se divák může spojit jedině tak, že jí bude sledovat. Opakem je interaktivní médium, kdy dochází buď k plnému, nebo částečnému zapojení diváka, kdy je obsah modifikovatelný uživatelem.

Jako shrnutí se tedy nabízí fakt, že snažit se definovat hudební video tak, že je prostým propagačním materiálem, nebo natočeným vystoupením interpreta, do značné míry limituje jeho rozsah i možnosti. Video může sloužit k pobavení, zamýšlení či propagaci různých věcí včetně sebe, nikoli jen k prodávání písň. Svou úvahu završuje Moller pokusem o definici, kterou zde zmíním. Hudební video je podle něj „Krátký film, který spojuje píseň a zobrazení, vytvořen za propagačním či uměleckým účelem.“¹¹

2.1.1 Žánr

Žánrové třídění se v dnešní “multižánrové” a “mezioborové” době, kdy je velmi těžké najít hranice mezi jednotlivými kategoriemi, může zdát jako zastaralé, příliš náročné či dokonce zbytečné. Nicméně takové třídění, neboli rozřazování produktů podle určitých kódů do určitých kategorií je vysoce účelné. Má například ekonomickou funkci – fanoušek hororových filmů mnohem pravděpodobněji zaplatí i za ten film, o kterém nikdy předtím neslyšel a nemá na něj žádné reference, pokud bude zařazen do kategorie “horor”. Žánr může také mít jistou identifikační hodnotu, například v komunikaci s ostatními lidmi. Ve vědeckém prostředí je to ovšem jev multifunkční, slouží například k jednoduššímu uchopení produktu k analytickému rozboru. U hudebního videa v tomto případě nastávají menší komplikace, jelikož videoklip má v odborných publikacích, médiích i všeobecném povědomí tendenci spadat spíše pod různé jiné žánrové kategorie – video art, krátký film, nebo dokonce prostě hudba. Na druhou stranu takové video rozhodně neoslovuje pouze recipientovo ucho, ale ani se nenabízí pouze oku. Při sledování hudebního videa (a jiných audiovizuálních útvarů) se tedy dostáváme do sensorického stavu, který například Michel Chion¹² nazývá

¹¹ “A short film integrating a song and imagery, produced for promotional or artistic purposes.” in MOLLER, Daniel: *Redefining Music Video* [online], 2011. [cit. 2013-07-11]. Dostupný z: http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf

¹² CHION, Michel. *Audio-vision* [online], Columbia University Press, New York 1994. [13.8.2013]. Dostupný z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

audiovizí¹³. Hudební videoklip je útvar, který má svoji vlastní, v něčem velmi specifickou kategorii, a ta jistě spadá pod *audiovizuální žánr*.

2.2 Historie¹⁴, kulturní kontext

Historie videoklipu v moderním slova smyslu sahá zhruba do konce devatenáctého století, kdy si hudebníci Edward B. Marks a Joe Stern najali elektrikáře George Thomase, aby jim při vystoupení svítil tzv. *magickou lucernou*, která promítala obrazy na stěnu (všimněme si podobnosti s ruským skladatelem Skrjabinem, o kterém je zmínka v souvislosti se synestézií v kapitole 3.5) – taková představení byla velmi populární, nazývala se *ilustrovaná píseň*. Od dvacátých do padesátých let dvacátého století pak přicházely různé typy historického videoklipu, poměrně velký vliv na rozšíření takového fenoménu mělo logicky uvedení zvukového filmu, jehož komercializace probíhala průběžně v druhé polovině 20. let. V té době byly oblíbené různé kreslené krátké filmy doprovázené písní, na což ve třicátých letech reagoval slavný film *Fantasia* od Walta Disneye. Ve 40. a 50. letech bylo podstatné rozšíření muzikálových filmů, jejichž stylizace a scény se později staly videoklipovou inspirací pro takové hvězdy, jako byl například Michael Jackson. V 60. a 70. letech se především Beatles podíleli na pozdějším masovém rozšíření tzv. *promo videos*, které nastartovaly éru zobrazení k písni ve velkém měřítku. Od konce sedmdesátých let se začaly celosvětově spouštět různé televizní pořady, které byly zaměřeny na hudební promo videa populárních interpretů, až byla v roce 1981 ve Spojených státech spuštěna MTV. O jejím vývoji, historii a dopadu na hudební průmysl budu mluvit v kapitole 4.1.

Jak už jsem v úvodu práce zmínila, chci podotknout, že se budu věnovat pouze videoklipu v kontextu západní, tedy anglo-americké kultury. Pro srovnání však nabízím krátký obecný náhled na situaci v Japonsku, kde se hudebnímu videoklipu stále říká *PV* (promotional video), což poukazuje na tamní popový

¹³ K Chionově audiovizí se vrátím ještě v kapitole 3.1.

¹⁴ Music video – History and development [online], Wikipedia, San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- [19.8.2013]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Music_video#History_and_development

průmysl, který je ovládán prakticky výhradně talentovými agenturami, které diktují vše, od vizuality interpretů, přes pravidla chování, která zasahují až do jejich soukromých životů, po obraz v médiích, která jsou takovými agenturami vlastně ovládána také. Takto striktně fungoval západní trh s populární hudbou řekněme zhruba do osmdesátých, devadesátých let minulého století, těsně před masovým nástupem internetu a jeho naprosto radikálním zprostředkováním změny, která postihla hudební průmysl jako takový, na škále od prezentace interpretů, přes samotné vytváření hudby, potažmo hudebních videoklipů, po narůstající participaci fanoušků formou například takzvaných *fan videot*¹⁵. Internet se tak podílel na částečném úpadku mýtu superstar, která zde vládla po několik desítek let v jisté míře až do současnosti, téměř paralelně existující s mocí a popularitou MTV, která svou existenci založila právě na hudebních videoklipech, jenž měly za úkol propagovat hudební hvězdy.

2.3 Funkce

Videoklip je, stejně jako populární hudba a další žánry, které se díky své líbivosti nebo mechanickému prosazování v nejrozšířenějších médiích staly prostředkem s velmi silným mocenským potenciálem. Digitální doba komunikační technologie je informační éra, které dominují masmédia, která mají možnost dát popularitu, ze které se těží (mimojiné) finanční profit – toto utváří rovnici, jejímž výsledkem je moc. V množství případů dodnes a v době největšího rozkvětu videoklipu výhradně (paralelně s érou MTV), sloužilo hudební video k propagaci písně, alba nebo interpreta, tudíž k větší popularitě potažmo prodejnosti. V současnosti se však mohou objevovat funkce nové. Toto opět souvisí s digitální revolucí a jejím dopadem na svobodu tvorby a možností rozšířit prakticky jakékoliv dílo za minimální čas mezi dostatečné množství lidí. A hlavně, částečné podemletí striktně dané hierarchie hudebního průmyslu osvobodilo jistý díl pole tvůrců, kteří se dnes už nemusí zodpovídat finanční tyranii, ačkoliv v těchto tvrzeních jsem záměrně opatrná, protože vím, že v těch nejvyšších patrech

¹⁵ Hudební video, které je vytvořeno fanouškem. Podle technických možností se jeho forma rozpíná od zcela amatérské, po téměř nerozeznatelné od profesionální.

hudebního průmyslu stále taková nastavení pod vládou popularity (rovná se výdělku) fungují ve velké míře. Tato finanční svázanost interpretů je potvrzována a dále cyklena i tím, že výtěžky prodejnosti samozřejmě putují podstatnou částí k hudebním nakladatelstvím, která se tudíž nebrání financovat „promo videa“ k písním, aby mohli vydělanými penězi zase podpořit další propagační materiály. Do velké míry toto platí dodnes, nicméně znovu zdůrazňuji, že postupnou globální digitalizací médií a následnou běžnou dostupností technologií se otevřely možnosti vlastní nezávislé výroby jak hudby, tak souvisejících videí, téměř každému průměrnému člověku ve vyspělé západní civilizaci. Tím se hudebníci částečně vyvazují z mocného vlivu hudebních nakladatelství a funkce videoklipu se může přenést z marketingové na možná více na financích nezávislou, která se tak někdy má možnost stát politickou, ideologickou, aktivistickou a podobně. Tedy jak vydělat peníze, jak naklonit společnost k jistým myšlenkám a druhu jednání, jak udávat směr a podobně, dává hudebnímu videu především funkci praktickou.

To jest z pohledu tvůrců. To ale neznamená, že se jedná o něco univerzálního a absolutního. Pokud se na věc podíváme z druhé strany, ze strany diváka, stěží má pro něj videoklip takovou praktickou funkci. V jeho případě se spíše jedná o požitek, potěšení, informaci, nebo může video sloužit třeba jako akademicko-vědecká pomůcka, tak sloužila například mně při přípravě této práce. Tím chci říct, že funkce takového audiovizuálního útvaru může být rozličná tím, že záleží na úhlu pohledu, osobních potřebách a přístupu. Podívejme se tedy na hudební videoklip jako na audiovizuální útvar, který je velmi silným prostředkem a podle úhlu, ve kterém k němu přistupujeme a pozice, ve které se sami nacházíme, se jeho funkce může přizpůsobovat našim potřebám.

3. Obraz a zvuk: estetická recepce

Poslední dekády jsou různé oblasti vědy čím dál více zainteresovány v jakémsi vícemódovém zpracování reality, což je pro lidský mozek natolik přirozené, že se tento fenomén jak díky postupujícím technologiím přenáší do médií, tak začal být

frekventovaným tématem třeba v oblasti psychologie a podobně. V tomto případě se zaměřím na recepci obrazu a zvuku – v konceptu audiovize Michela Chiona, dále zkusím analyzovat různé pohledy na vztah obrazu a zvuku ve filmu a také videoklipu, stručně popíšu také videoart a nakonec se budu snažit postihnout fenomén synestézie, jakožto jeden z vhlédů do receptivního a imaginativního fungování lidského mozku.

Často mluvíme o recepci uměleckého díla, nicméně musíme si dát pozor na její komplexnost, na kterou upozorňují už odlišná slovesa v řeči – divadlo či tanec sledujeme, hudbu spíše posloucháme, na obrazy se díváme, literaturu čteme. Mluvíme také o estetické recepci – tedy o recepci objektů, které jsou esteticky signifikantní, a v tom případě by se dalo říci, že se jedná o zvláštní druh recepce, ne-li o zvláštní schopnost recepce. Když mluvíme o estetické recepci obecně, plynou z toho jisté komplikace – a to kvůli odlišným vlastnostem toho či jiného objektu, nezávisle na jeho příslušnosti k odlišným druhům umění. Pojem estetické recepce je tedy poněkud zamlžený a nepomůže ho objasnit ani porovnání s jednotlivými druhy recepce – sluchem, zrakem, imaginací atd. Však všechny tyto druhy patří do jedné skupiny recepce uměleckého díla, o kterém mluvíme obecně, často a bez rozlišení. Přijímáme to, že umělecké dílo, nebo jakýkoliv jiný estetický objekt, je možné recipiovat¹⁶.

3.1 Audiovize¹⁷

Je třeba se na recepci obrazů a zvuků podívat z trochu jiného hlediska, než nám zkušenost a obecné znalosti napovídají. K tomu nám dobře poslouží francouzský filmový teoretik Michel Chion, který se zabývá fenoménem audiovize jakožto zvláštního druhu recepce, která je křížencem slyšení a vidění a obsahuje v sobě nejen aspekty jednotlivých druhů recepcí, ale v duchu gestalt

¹⁶ MARGOLIS, Joseph: Aesthetic Perception [online], in *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 19, No. 2 (Winter, 1960), s. 209-213. [4.7. 2013]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/428287>

¹⁷ Michel Chion ve své knize *Audio-vision* pojem audiovision používá ve smyslu (do češtiny volně přeložené) zrako-sluchu, tudíž jako vjemu spojenému ze dvou smyslů. Nikoli jako oblast pro různá audiovizuální média, například grafické ztvárnění televize, filmu. Já ho budu používat ve smyslu chionovském.

teorie¹⁸ oba dva vjemy vystupují ze stínu svých rozdílných a oddělených kategorií, aby se potkaly v kategorii nové a tak je audiovize něčím víc, než jen spojení svých jednotlivých částí – vidění a slyšení jedno druhé ovlivňují a vzájemně se přetvářejí.

3.1.1 Funkce obrazu a hudby

Přes typickou dominanci historicky dané marketingové funkce videoklipu, nemůžeme vůbec ignorovat i prapůvodní funkci obrazu, neboli zobrazení, která sahá už do prvních zaznamenaných momentů lidské historie. Tato funkce nastoluje, stejně jako funkce všeho, co člověk dělá, lidský vztah k okolnímu světu. Podle Jacquese Aumonta je tento vztah definován třemi základními formami – symbolickou, poznávací a estetickou¹⁹. Symbolická forma vztahu člověka k okolnímu světu byla obrazy nejprve zastupována především na poli náboženství. Symbolické obrazy skrze zobrazené sprostředkovávaly určité naplnění potřeby člověka vstoupit do jakési božské sféry. Byly tedy „bránou“ do posvátného světa. Dnes tento náboženský aspekt mnohdy ustupuje do pozadí, i když je stále, především historicky, významně zastoupen, nicméně symbolickou funkci si obraz neustále zachovává – na místě boha a posvátnosti se v současných obrazech začínají objevovat jiné univerzální symboly, jako je třeba demokracie, moralita, rovnost, svoboda a podobně.

Poznávací funkce je obrazu přisuzována, protože díky zobrazenému můžeme lépe poznávat svět, je nám skrze obrazy bližší. Souvisí s tím nejstarším zdrojem získávání informací – přes zrak. Pokud se na něco díváme, zároveň to i poznáváme, takový vztah je přes všechny evoluční proměny formy obrazu – od prvních prehistorických nástěnných kreseb po dnešní digitální obrazy, jasně identifikovaný a přetrvávající. Poslední základní funkce je estetická – řecké *aisthesis*²⁰ definuje povahu takové funkce vázané k zálibě. Obraz se snaží získat estetické hodnoty a zapůsobit tak

¹⁸ Více v kapitole 3.1.2.

¹⁹ AUMONT, Jacques: *Obraz*, s. 75-76, Akademie múzických umění v Praze, 2005.

²⁰ Cítění i smyslové vnímání.

na pozorovatele, vyvolat v něm určité pocity. Všechny tyto funkce mají sloužit člověku k tomu, aby vymezil a pochopil sám sebe skrze vztah k okolí, neboli, jak stanovuje Aumont, „základní funkcí obrazu je zajistit, upevnit, usnadnit a upřesnit náš vztah k vizuálnímu světu – jeho úkolem je tedy *objevování vizuálního světa*. [...] tento vztah je pro naši intelektuální aktivitu naprosto podstatný: obraz nám má umožnit zlepšovat svět a lépe ho ovládnout.“²¹

Za funkcí hudby se musíme vydat až k lidské řeči. Ta se skládá z dvou elementů – slov a tónů, kde slova představují myšlenky a tóny emoce. Intonace hlasu nám většinou jasně ukazuje emocionální rozpoložení mluvícího jedince, které spolu s intelektuální rovinou podávanou přes slova (myšlenkový obsah toho, co říkáme), tvoří propletený celek, kterému lépe rozumíme. Nejen slova jsou nositelem celkového sdělení, ale i přes intonaci poznáme kromě faktického významu i ten „skrytý“, totiž emocionální, který ale skrytý vlastně vůbec není, jelikož je to právě ten, který je v komunikaci podvědomě ten podstatnější. Hudba tedy aktivuje centra v mozku spojená s emocemi, proto je přímou spojnicí s náladou a rozpoložením, ve kterém člověk je, nebo se s její pomocí do nich může teprve dostat. Vyvolaný pocit a nálada jsou nám odpovědí – funkce hudby je vzbudit u člověka určitý emocionální stav, nebo, lépe řečeno, hudba je velmi komplexně rozvinutý jazyk emocí²². Tím se nám vlastně úplně snadno odpovídá na veškeré otázky a spekulace, které byly vzneseny k filmové hudbě a její důležitosti, otázce jejího upřednostňování či upozadování a podobné.

Videoklip by tak měl mít obě dvě zmíněné schopnosti – poskytnout nám obraz o světu, abychom ho lépe pochopili a vyvolat v nás emoce, abychom byli schopni ho také procítit. S tou první obrazovou schopností nastává v postmoderní době trochu problém, jelikož zahlcení světa mediálními „obrazy“ nemá přesně takový efekt, jaký bychom možná čekali. Je to spíš problematická a dost zásadní změna stavu, která nastává kvůli zahlcení světa znaky a symboly – jak se ostatně zmiňují v kapitole 4.2 o jevu simulaker.

²¹ AUMONT, Jacques: *Obraz*, s. 77, Akademie múzických umění v Praze, 2005.

²² SPENCER, Herbert: The origin and function of music [online] in *Essays: Scientific, Political, and Speculative*, Vol. 2, Library Edition, Williams and Norgate, London, 1891. [20.8. 2013].

Dostupné z:

http://oll.libertyfund.org/?option=com_staticxt&staticfile=show.php%3Ftitle=336&chapter=12353&layout=html&Itemid=27

3.1.2 Audiovizuální synkreze

Audiovizuální synkreze se zakládá na zákonech gestaltismu, neboli tvarové/gestalt psychologie, což je teorie, která vychází z předpokladu, že lidský mozek má schopnost zpracovávat jednotlivé smyslové vjemy do jednoty komplexního celku. Principem je fakt, že mozek je analogový, systematický a pracuje tak, že uceluje – fakta, informace, vjemy a podobně²³.

Chionův termín pro tento jev je akronym vytvořený ze slov synchronismus a syntéza. „*Synkreze (slovo, které jsem vytvořil kombinací slov synchronismus a syntéza)* je spontánní a neodolatelný svar, který nastane mezi určitým zvukovým a vizuálním jevem, které proběhnou ve stejný čas. Toto propojení vzniká nezávisle na jakékoliv racionální logice.“²⁴ Tento pojem je jedním z centrálních konceptů ve filmové teorii. Je to velmi běžný efekt a vzniká, když se jistý auditivní a vizuální vjem stanou ve stejný čas, což nás přesvědčí, že spolu souvisí, což kvůli filmové produkci nemusí být vůbec pravda. Typické příklady můžeme vidět v mnoha filmech, kdy například běží kůň a zvuk „kopyt“, který je ke stopáži dodán až při post-produkci, je ve skutečnosti vytvořen kokosovými ořechy. To ale bez problému vnímáme jako zvuk kopyt, protože synkreze náš mozek donutí to tak vyhodnotit, poněvadž není založena na nějaké racionální logice a je pro nás prakticky nevyhnutelná.

V „živém“ nazírání je to pro slyšícího a vidícího jedince neustálá praxe - vnímání zvuků a obrazů (a dalších vjemů) jako jeden celek je pravěká schopnost lidského mozku, které zaručuje, že realita bude zprostředkována co nejživěji a vyhodnocena co nejpřesněji, tudíž se v ní budeme moct bez problémů orientovat a tak dojít co nejdříve k přežití. Sluch je nejdůležitější smysl co se určování

²³ *Gestalt psychology* [online], Wikipedia, San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001-

[19.8.2013]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Gestalt_psychology

²⁴ „*Synchresis (a word I have forged by combining synchronism and synthesis)* is the spontaneous and irresistible weld produced between a particular auditory phenomenon and visual phenomenon when they occur at the same time. This join results independently of any rational logic.“ CHION, Michel. *Audio-vision* [online], s.63, Columbia University Press, New York 1994. [cit. 16.7. 2013]. Dostupné z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

nebezpečí a hrozby týče – jeho původce je přirozeně i z fyzikálního hlediska pohyb různého druhu a zrak je pro člověka nejpodstatnější smysl co se získávání informací týče, přes zrak poznáváme svět nejlépe. Když se tak v přirozném prostředí tyto dva vjemy udějí najednou, mozek je vyhodnotí jako jednu komplexní informaci - proběhne tedy audiovizuální synkreze.

Moment synchronizace auditivních a vizuálních vjemů je ve videoklipu v rámci efektu zapůsobení velmi žádoucí. Přiblížila bych toto srovnáním videoklipu k televizním (produktovým) reklamám, kdy je více, než u filmu podstatné, jestli a nakolik diváka zaujme. Klasickým a nejčastějším příkladem audiovizuální synkreze je synchronizace pohybů úst zpěváka, nebo herce, s textem písně. Tato praxe je například u „živých“ vystoupení v současnosti už na ústupu, ale v posledních dekádách až do devadesátých let dvacátého století byla velice běžná, například v rámci televizních vystoupení. Je to tedy takové ošálení diváka/posluchače, který nabude dojmu, že zdrojem zvuku/zpěvu jsou opravdu interpretovy hlasivky a zdroj hudby například často ani do elektrické sítě nepřipojené elektrické kytary. Ve videoklipu je to podobné – téměř se nestává, že by při „točení“ videoklipu interpret opravdu zpíval a kapela hrála. Taková videa potom patří do kategorie záznamů z koncertu, nebo jiných vystoupení, v tom případě ale mají trochu jiný charakter, než videoklip.

3.2 Film a hudba, filmová hudba

Multimédia se v dnešní době pokročilých technologií stávají naprosto běžným pojmem. Pochopit jejich dopad, konkrétněji tedy dopad audiovizuálního média, na lidské vnímání je důležitým krokem v jeho chápání. Filmová hudba, stejně jako hudební videoklip či audiovizuální umění, jsou představitelé takových multimédií a mohou být polem pro zkoumání a následné pochopení audiovizuálního jevu v nejširším smyslu. Filmová hudba svou formou vlastně odkazuje na jednu z historicky daných funkcí hudby, totiž že většinou doprovázela nějaký jiný akt, například v antické poesii a i dále v dějinách při divadle, tanci, obřadech či liturgiích a podobně. Koncerty, neboli abstrahovaná hudba, se ve větší míře začaly

rozšiřovat až několik století zpět. Filmová hudba je tak typizací toho, k čemu hudba sama v průběhu dějin sloužila především. Samozřejmě spolu s příchodem nového média se jí dostává výrazného rozšíření, hlavně tedy v možnostech manipulace s ní a také jejího vnímání. Její funkcí ve filmu je společně se zvukem určitá manipulace s narativem, ať už je to například jeho podpora, odlehčení, zastření nebo ironizace a dále funguje především jako prostředek k akcentovanému vyjádření emocí – hudba (ať už diegetická či extradiegetická²⁵) dodává filmu další dimenzi, hloubku, díky které se lidský mozek dokáže ve filmu mnohem lépe orientovat. Hudba ve filmu tedy nezpochybnitelně ovlivňuje vnímání narativu i nálady, díky ní může být film lépe strukturován, auditivní stránka může sloužit jako „návod“ pro diváka/posluchače pokud je třeba mu napovědět, co v dané situaci správně cítit²⁶ - dodává tak vyprávění silnější emocionální náboj a celému dílu realističtější vzhled, má tak mocnou schopnost dodat finální punc skutečnosti, je to nicméně výsledkem práce mozku, který používá všechny dostupné smyslové vjemy, aby vytvořil co nejdokonalejší verzi situace, ve které se nacházíme. Tedy i přesto, že někteří filmoví teoretikové považují přidání zvuku k filmu za ne daleko od zbytečného a tvrdí, že film je filmem i bez zvuku, kdežto zvuk bez obrazu filmem není, tudíž z toho vyplývá podřazenost zvuku k obrazu, z ontologického i historického hlediska je zvuk přidáný k obrazu považován obecně za přínos, jak tvrdí filmový teoretik Michel Chion²⁷. Jeho povaha je sice mnohem méně omezená prostorem, jelikož je tvořen zvukovými vlnami, které jsou mnohem hůře blokovatelné, než podstata obrazu, tedy světlo, ale co se týče naší pozornosti, obraz, neboli rámec obrazovky, jakkoli nekvalitní či malý může být, ji vždy strhává více. Obraz je tedy centrem naší pozornosti a zvuk v tomto případě hraje roli pomocníka, který nám ukazuje to, co máme vidět. A touto základní hierarchií neotřásla ani evoluce ve zvukové

²⁵ Diegetická hudba je taková, která je součástí fikční reality, například ji mohou slyšet i herci. Nodiegetická hudba je opakem - hudebním podkresem, nevychází z fikční reality, herci ji teoreticky nemohou slyšet.

²⁶ Některé filmy či seriály podřadnější kvality tohoto jevu využívají ve svůj prospěch a exploituji lidskou schopnost vcítit se. V tom momentě vzniká pathos.

²⁷ CHION, Michel. *Audio-vision* [online]. Columbia University Press, New York 1994. [16.7. 2013]. Dostupné z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

technice, kdy reprodukováné zvuky jsou mnohdy ještě dokonalejší, než ty reálné a mnohdy svou kvalitou přesahují právě i obraz.

Vztah obrazu a zvuku ale zdaleka není definován jen dominancí/submisivitou. Obraz i zvuk mají v audiovizuálním žánru také vzájemnou podporující a přiživující vlastnost. Zkusíme-li si u současného filmu pokusně vypnout zvuk, celkový vjem bude v porovnání se zkušeností ozvučeného filmu trochu limitovaný, naopak (v situaci zvuk bez obrazu) by to fungovalo na trochu jiném principu, jelikož při poslechu zvuků a hudby si obrazy mnohokrát sami dotváříme, ale filmového zážitku, ke kterému dochází při fúzi videa a filmového zvuku či hudby, bychom ztěžka dosáhli v obou případech. Takové případy jsou faktickou i emocionální paralelou k reálným situacím, kdy člověk o jeden ze svých smyslů přijde, nebo se nějakým (i když třeba pokusným) způsobem ocitne na místě, kdy má vjem jednoho ze smyslů dočasně znemožněný. Výsledkem toho je pocit disorientace, strachu a zmatení. Okamžitě se nám přehodnotí vztah k okolí – z pocitu relativního bezpečí a kontroly se v mžiku přesuneme do obranné pozice a nejistoty. Tímto se dá demonstrovat zdánlivě banální fakt, jako nakolik jsou smyslové vjemy pro člověka stěžejní, tím spíš ty audiovizuální. James Monaco²⁸ dokonce mluví o takové příbuznosti filmu a hudby, že je vlastně zcela přirozené tyto dva žánry propojovat v jeden celek. Popisuje hudbu a její melodii jako narativní prvek, rytmus časový prvek a harmonii pak syntézou předešlého a považuje toto uspořádání za srovnatelné s filmem – „hudba vytváří velmi zajímavé umění ze vztahu mezi „horizontálními“ liniemi melodie, uspořádané do rytmů, a „vertikálně“ uspořádanou harmonií.“²⁹ Obecněji řečeno „film nabízí stejné možnosti rytmu, melodie a harmonie jako hudba.“³⁰ Mluví tak o hudebním potenciálu filmového média a především o přirozené blízkosti těchto dvou médií.

Co se hudebního videoklipu týče, Carol Vernallis³¹ se k problematice obrazu a zvuku staví celkem jednoznačně, když se přes prostředek úvahy o filmovém

²⁸ MONACO, James: *Jak číst film*, Albatros, Praha 2004.

²⁹ MONACO, James: *Jak číst film*, s. 52, Albatros, Praha 2004.

³⁰ MONACO, James: *Jak číst film*, s. 53, Albatros, Praha 2004.

³¹ VERNALLIS, Carol: *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context* [online], Columbia University Press, New York 2004. [18.7. 2013]. Dostupné z: <http://www.google.cz/books?id=DjDIw2pxjiMC&pg=PA1&lpg=PT8&ots=k6fwDmZGJL&dq=aesthetics+of+music+video&lr=&hl=cs#v=onepage&q=aesthetics%20of%20music%20video&f=false>

narativu, který by podle ní ve videoklipu měl být minimalizován, dostává k hierarchickému uspořádání, kde by přílišná výpravnost mohla odvést pozornost od hudby, jak uvádím v jejím citátu, který se budu snažit krátce zanalyzovat. „Jestliže je záměrem vizuální části hudebního videa to, aby strhla pozornost na hudbu – ať už je to proto, že jí chce nějak okomentovat, nebo jen z důvodu vyšší prodejnosti – pak dává smysl, aby obraz neobsahoval příběh nebo zápletku způsobem, jakým se často děje ve filmu. V opačném případě by tvůrci videí riskovali to, že nás charaktery a akce nebo nadcházející události zaujmou natolik, že budeme vtáhnutí z říše videoklipu do sféry jiných narativních možností. Píseň by se pak stáhla do pozadí, tak, jak se to děje u filmové hudby.“³² Tímto Vernallis naznačuje zaprvé předpoklad, že hudba nemá v narativním videoklipu výsostnou pozici a že její soustředěná recepce je celkem lehce ohrožitelná například narativem filmového typu – potom tedy namítám, že domněnka, že videoklip je tu proto, aby vizuálními prostředky strhnul pozornost na píseň, je nelogická – jakoby píseň sama o sobě nestačila k tomu, aby na sebe upozornila a pokud je možné, aby narativ ve videoklipu píseň jakýmkoliv způsobem „ohrozil“, pak by nemělo smysl jej vytvářet, tudíž si myslím, že narativní videoklip, který není tolik častý, musí nutně mít nějakou jinou, důležitější funkci. A zadruhé z její poznámky vyplývá, že filmová hudba je vždy „v pozadí“ obrazu, což také není správný předpoklad, jak je vidět v analýzách mnoha filmových teoretiků.

Například hned u Monaca, který kontrastuje s touto úvahou Vernallis. Ten tvrdí, že existují i filmy, kde je filmová hudba dominantní k obrazu (pravděpodobně i když obsahují narativ) a naopak obraz ho do značné míry určuje, nicméně celkově je důležité, aby ve filmu byl obraz a zvuk na stejné úrovni³³. Stejně tak se k tématu vyjadřuje i Roman Ingarden³⁴, který při rozboru

³² „If the intent of a music video image lies in drawing attention to the music – whether to provide commentary upon it or simply to sell it – it makes sense that the image ought not to carry a story or plot in the way that a film might. Otherwise, videomakers would run the risk of our becoming so engaged with the actions of the characters or concerned with impending events that we are pulled outside the realm of the video and become involved with other narrative possibilities. The song would recede into the background, like film music.“ in VERNALLIS, Carol: *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context* [online], s. 3-4, Columbia University Press, New York 2004. [cit. 18.8. 2013]. Dostupné z:

<http://www.google.cz/books?id=DjDIw2pxjiMC&pg=PA1&lpg=PT8&ots=k6fwDmZGJL&dq=aesthetics+of+music+video&lr=&hl=cs#v=onepage&q=aesthetics%20of%20music%20video&f=false>

³³ MONACO, James: *Jak číst film*, s. 51-56, Albatros, Praha, 2004.

výstavby filmu rozlišuje mezi filmem němým a zvukovým. Při sledování němého filmu máme jako diváci jen jeden prostředek – zrakové vnímání, k tomu, abychom se dozvěděli, co se ve filmu děje, kdežto ve zvukovém filmu je o jeden prostředek více – sluchové vnímání. Sluchové vnímání nám dovoluje slyšet například řeč a jiné znaky, ale také další důležitý faktor – hudbu, která je komponovaná tak, aby odpovídala požadavkům filmu, ale zdaleka není méně důležitým prvkem. „Hudba není vedlejší, nezávislou a zcela samoučelnou složkou, nýbrž má důležitý podíl a zvláštní úlohu ve filmové podívané. Je tedy komponována zvláštním způsobem a podléhá do jisté míry požadavkům vyplývajícím z čistě filmových motivů: spolu se zrakovými danostmi vytváří organický „celek“.“³⁵ Filmová hudba je sice vnější složkou filmu, ale nikoli méně podstatnou. „Chceme-li ve filmovém díle ukázat duševní stavy, které nejsou vyjádřitelné viditelnými prostředky, tu v případech, kdy slovo nestačí, nebo tehdy, když by nebylo přirozené, aby postavy mluvily, jeví se nezbytnou spolupráce hudby. Hudba může zasahovat rozmanitým způsobem. Buď se hudební jevy, náležející do světa zobrazeného ve filmovém díle objevují proto, aby ovlivnily průběh děje, nebo samy do zobrazeného světa nenáležejí.“³⁶ Chion pak funkci zvuků ve filmu shrnuje jako sjednocující. Zvuk je podle něj koupelí, která časově i prostorově přetéká přes hranice filmového záběru. „Nejrozšířenější funkcí filmového zvuku je sjednocení či svázání vizuálního toku. Zaprvé, z časového hlediska sjednocuje tak, že spojuje vizuální přerušování zvukovým překrytím. Zadruhé, sjednocuje tak, že nastavuje atmosféru (například zpěvem ptáků nebo ruchy z ulice) jakožto rámec, který zdánlivě obsahuje i obraz – „slyšený prostor“, ve kterém se to „viděné“ namáčí. A zatřetí, zvuk může poskytnout sjednocení skrze nediegetickou hudbu: jelikož taková hudba je nezávislá od pojetí reálného času a prostoru, může vrhat obraz do homogenizující koupele či proudu.“³⁷

³⁴ INGARDEN, Roman: *Několik úvah o filmovém umění* [online], in *Revue internationale de filmologie 1947*, č. 2., Aluze 3/2007 – Glosa. [cit. 16.7.2013]. Dostupné z:

http://www.aluze.cz/2007_03/12_glosa_ingarden.php

³⁵ INGARDEN, Roman: *Několik úvah o filmovém umění* [online], in *Revue internationale de filmologie 1947*, č. 2., Aluze 3/2007 – Glosa. [cit. 16.7.2013]. Dostupné z:

http://www.aluze.cz/2007_03/12_glosa_ingarden.php

³⁶ INGARDEN, Roman: *Několik úvah o filmovém umění* [online], in *Revue internationale de filmologie 1947*, č. 2., Aluze 3/2007 – Glosa. [cit. 16.7.2013]. Dostupné z:

http://www.aluze.cz/2007_03/12_glosa_ingarden.php

³⁷ „The most widespread function of film sound consists of unifying or binding the flow of images. First, in temporal terms, it unifies by bridging the visual breaks through sound overlaps. Second, it

Toto je zajímavý prostor pro polemiku o nadřazenosti/podřazenosti obrazu a zvuku a jak se s těmito úvahami pracuje jakožto s předpokladem k teoriím různých autorů. Chion mluví o jednoznačné perceptivní podřazenosti zvuku k obrazu, přesto, že je zvuk ve filmu tolik důležitý, Monaco se zmiňuje o nezbytnosti vnímání zvuku a obrazu na stejné úrovni, i když zároveň přiznává, že tomu tak dosud není, Vernallis je přesvědčená, že hudební video by nemělo obsahovat narativ, který by odvedl pozornost od hudby. Jenže je to vůbec z podstaty vnímání a biologických predispozic lidského mozku možné, aby při sledování hudebního videa byla pozornost vedena směrem k písni? Záleží to zřejmě na více aspektech, včetně nějakých individuálních, jako převládajícího druhu paměti, možná i záměru a podobně. Jako příklad nejdřív uvedu *akusmatickou situaci*, jejíž princip byl pochopen a praktikován už Pythagorem, který vyučoval své studenty neviděn za závěsem. Důvod toho byl zřejmý – nechtěl je rozptylovat. Potřeba absolutního soustředění se na vykládanou látku u Pythagora vedla k pravděpodobně empirickému přesvědčení, že koncentrace je narušována, pokud se paralelně člověku nabízejí i vizuální vjemy. Akusmatická situace je tedy taková, ve které slyšíme, nicméně nevidíme zdroj zvuku a sémantické informace. Typicky taková situace nastává třeba při poslechu rádia. Jenže pouze takto, tedy podle Pythagorovy teorie, to fungovat nemusí. Pro nějaké jedince je naopak vizuální vjem při poslechu velmi důležitý, totiž protože pokud mají dominantní vizuální paměť, naopak si zapamatují mnohem více během zrakové stimulace. Jako příklad bych uvedla mnoho lidí, kteří si látku pamatují obzvláště pomocí jejího konkrétního umístění v učebnici či také díky gestům vyučujícího a dodatečné obrazové prezentaci. S trochou nadsázky je předpoklad, že je pro nás vizuální vjem natolik rozptylující, že si tedy mechanicky musíme zakrývat oči, abychom byli schopni vnímat zvuk co nejcitlivěji, nejkompexněji a v plné míře, pak tedy není možné, abychom se plně soustředili na píseň, pokud je nám k dispozici její „obraz“, je přehnaný. Tento hypotetický extrémní předpoklad daný zřejmě tím, že zrak je pro mnoho

brings unity by establishing atmosphere (e.g., birdsongs or traffic sounds) as a framework that seems to contain the image, a „heard space“ in which the „seen“ bathes. And third, sound can provide unity through nondiegetic music: because this music is independent of the notion of real time and space it can cast the images into a homogenizing bath or current.“ in CHION, Michel. *Audio-vision* [online], s. 47, Columbia University Press, New York, 1994. [cit. 14.8. 2013].
Dostupné z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

živočichů, včetně člověka, biologicky nejdominantnějším smyslem co se orientace v prostoru, získávání informací, komunikace a podobně týče a také je daný přirozenou schopností mozku „doplnit“ chybějící smysl tak, aby byl alespoň částečně nahrazen, tudíž informace zprostředkované pouze jedním vjemem je mozek schopen zpracovat „naplno“, kdežto pokud jsou k dispozici informace z více kanálů, každý z nich je upraven, řekla bych obroušen natolik, aby se stal perfektně zapadající součástí celku. Dominance zraku tak u jistých živočichů a v jistých případech může rušit, nicméně není tak zásadní, abychom na tom byli schopni vystavět jakési normativní teze o audiovizuálním působení hudebního videoklipu.

3.3 Hudební videoklip

Podle Carol Vernallis³⁸ si někteří teoretici myslí, že hudební video funguje primárně jako vyprávění, jiní naopak, že je v základu antinarativní, jakási postmoderní směsice, která čerpá právě z pokořování vypravěčských konvencí. Oba tyto popisy reflektují důležité technické a estetické prvky, ale je třeba je zasadit do kontextu především hudebních a vizuálních postupů a také příběh videoklipu je třeba vztáhnout k jeho dalším režimům – například jako zdůraznění hudby a textu písně či prezentaci interpreta. Můžeme sledovat různé druhy videoklipů, na škále od úplně abstraktních, zaměřujících se především na barvy a pohyby, až po ty, které zachycují nějaký příběh. Nicméně většina videoklipů příběhy spíše nevypráví. Daniel Moller se k problematice narativu ve své práci o redefinování hudebního videa³⁹ vyjadřuje tak, že stejně jako píseň, která by měla být přizpůsobena k opakovanému poslechu, by hudební video mělo být přizpůsobeno opakovanému sledování, tudíž je spíše žádoucí, aby neobsahovalo výrazné vypravěčské linie. Video v případě hudebního videoklipu tedy spíše *sleduje formu písně*, která má ve většině případů tendenci být schématem nikoli

³⁸ VERNALLIS, Carol: *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004. [13.7. 2013]. Dostupné z: <http://www.google.cz/books?id=DjDIw2pxjiMC&pg=PA1&lpg=PT8&ots=k6fwDmZGJL&dq=aesthetics+of+music+video&lr=&hl=cs#v=onepage&q=aesthetics%20of%20music%20video&f=false>

³⁹ MOLLER, Daniel. *Redefining Music Video* [online], 2011. [29.7.2013]. Dostupné z: http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf

postupným, ale cyklickým a epizodickým⁴⁰ Chion toto tvrzení ve své práci nepřímou potvrzuje, když mluví o střihu hudebního videa podobnému fazetám u prizmatu a opakování vizuálních motivů: “Střih hudebního videa se opakovaně vrací k těm samým motivům, které typicky zobrazují čtyři nebo pět vizuálních námětů. Spíše, než aby sloužil k postoupení děje, otáčí střih hudebního videa hranolem, aby ukázalo jeho fazety. Rychlý sled záběrů vytváří dojem vizuální polyfonie a dokonce simultaneity, i když vidíme vždy pouze jednotlivé obrazy.”⁴¹ V tomto ohledu bych zmínila Monacovu analýzu filmového obrazu jako velmi podobnému hudbě, o které jsem se už zmiňovala – ten přirovnává strukturu filmového díla k hudební struktuře – rozdělení na horizontální (melodie, rytmus) a vertikální (harmonie) vrstvy. Hudební video zde tak poskytuje takovou iluzorní paralelu s hudební “vertikální vrstvou” harmonie – kdy více not zazní v jeden moment – dojem simultaneity obrazu skrze rychlý střih je vlastně dojmem takové vizuální (vertikální) harmonie. Ten je umožněn paměťovou funkcí lidského mozku, kdy viděný obraz má ještě několik krátkých momentů, než dojde ke zpracovávání obrazu do dlouhodobé paměti, dosti živý a vizuálně poměrně detailní otisk, i když už se na objekt nedíváme. To způsobí, že pokud před sebou vidíme rychlou sekvenci určitého počtu obrazů, mozek zafunguje jako mixér a stane se to, čemu bychom mohli říct částečné splynutí v jeden vizuální celek – tedy obrazy se zdánlivě simultánně objeví ve společném prostoru, který bychom graficky mohli v časové horizontální rovině vyjádřit téměř vertikálně. Prakticky za pomoci filmové, střihací techniky je ve formě představy vytvořené paměti/mozkem téměř nemožné věrohodně zpracovat a ve velmi zjednodušené filmové modifikaci se objevuje zřídka. Tehdy jde například o obrazy v superimpozici⁴², neboli prolnuté, nebo dále více rámečků ve filmovém záběru, například při zpravodajských relacích, kdy moderátor hovoří s někým, kdo není přítomen ve studiu a podobně.

⁴⁰ Například strofická píseň, která není prokomponovaná s důrazem na melodii, ale spíše sleduje jednoduché schéma typu sloka – refrén – sloka – refrén, kdy se všechny sloky zpívají na stejnou melodii.

⁴¹ “Music video editing returns repeatedly to the same motifs, typically playing on four or five basic visual themes. Rather than serving to advance action, the editing of music videos turns the prism to show its facets. The rapid succession of shots creates a sense of visual polyphony and even of simultaneity, even as we see only a single image at a time.” in CHION, Michel. *Audio-vision* [online], s. 166, Columbia University Press, New York 1994. [cit. 16.7. 2013]. Dostupné z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

⁴² Grafické položení jednoho snímku na druhý, většinou za účelem zvláštního efektu, nebo zakrytí.

Videoklip dále také většinou doplňuje hudbu a nějakým způsobem rozvíjí možnosti její interpretace, je tedy v jeho vlastním zájmu upírat pozornost především stále na píseň. Jak napovídá Vernallis, tomuto faktu pomáhá minimalizace narativu, který by mohl potenciálně od písně diváka/posluchače odvést. Používáním ale velice efektních způsobů, jak na píseň pozornost zavést a tam ji udržet, ho principiálně předurčuje se takovému chování vyhnout. Takové (již zmiňované) způsoby můžou být například „reklamní“ forma videa – efektní krátký střih, mnoho vizuálních podnětů, které ovšem korelují s písní například tak, že celkově střihově i jinak mimikují schéma i náladu skladby, audiovizuální synkreze v podobě hraní na nástroje, takzvaného lip-synchingu aneb pohybu rtů ke zpěvu a dalších. Na celkovém zjevu komplexního vztahu mezi skladbou a jejím videem se určitě projeví i psychologicky hierarchický vztah, který má projev také v časové rovině – píseň je ve většině případů vytvořena před hudebním videoklipem. Tudíž se jeho tvorba vědomě či nevědomě od ní odvíjí a jí se podřizuje.

Hudební videa v době masové digitalizace a přístupnosti prakticky kdykoliv a kdekoliv, mají potenciál stát se jazykem hudebních fanoušků, kteří na vydání nového videa k singlu své oblíbené kapely reagují třeba i tak, že vytvoří *fan video*, což je, jak již jsme v úvodu práce zmiňovali, neoficiální verze hudebního videoklipu vytvořená fanouškem, který má přístup k rozličným technologiím od amatérské, po téměř profesionální a z čisté sympatie k písni nebo interpretovi vytvoří videoklip, který je v některých případech dokonce „zoficiálněn“. Fanoušci jsou schopni se mezi sebou dorozumívat podobným způsobem i po delší dobu, učí se tak mimovolně jazykovému systému, který videoklipu dodává zcela novou funkci – jazykovou.

Když už opět mluvíme o postmoderní době, stojí za zmínku, že se zdá, jako by začala honba za nejlepší formou videoklipu. Nezáleží tolik na obsahu, důležitým prvkem je nyní vizuální originalita, která je naprosto účelová – její funkce je na první pohled estetická – útočící na starodávné pudové schopnosti mozku být omámen tím, co vidím, stejně však vedoucí ke stále zásadnější hodnotě ekonomické. Touhou po moci, ať už jsou její projevy v podobě financí, popularity, nebo společenské manipulace, je lemovaná většina cest. Jiné části

hudebního průmyslu, potažmo všech mediálních projevů vyspělé západní civilizace, fungují naprosto stejně – a je to s největší pravděpodobností dáno změnami ve společnosti s vývojem a nástupem zrychlujících technologií. Čas mezi jednotlivými životními událostmi se zkracuje na minimum – tak, jak jen technické a finanční možnosti mohou nabídnout, a to se týká i času konzumace. Videoklip jako audiovizuální produkt hudebního průmyslu, je stejně jako písně, alba a také interpreti, vyráběn s poměrně smutně vysokou rychlostí, kterou bych přirovnala k příchodu pásové výroby během průmyslové revoluce. Konzument je nyní nepřetržitě zahlcován stále novějšími a v mohutných vlnách přicházejícími informacemi, trendy a produkty, což je jev, takzvaný multimedialní smog, který, pokud je mu jedinec vystaven dostatečně dlouhou dobu, má za následek otupování sensorického aparátu, neboli se u člověka spustí automatický záchranný mechanismus, který mimojiné taky charakterizuje zvýšený práh vnímavosti dnešní společnosti. To nutně souvisí s estetickou recepcí takového produktu, jako je hudební videoklip. Tedy dochází k jejímu urychlení a tím pádem jistým způsobem zahlcení paměti. S rychlostí a mechaničností produkce zároveň souvisí i narůstající potřeba rychle zaujmout, čímž se vracíme zpět k prvoplánové estetické funkci. Zjednodušeně řečeno, pokud se váš produkt nachází mezi tisíci dalšími, které ve víceméně stejný čas putují ke spotřebiteli, aby za nimi přišla další vlna dalšího tisíce produktů, potřebujete vymyslet nějakou chytlavou strategii, které by zaručila, že si zrovna vašeho produktu někdo všimne, ba si ho oblíbí. K tomu jednoznačně napomáhají formální způsoby používané například opět také v televizních reklamách. Bývá jimi rychlý, tudíž velmi povzbudivý střih – krátké video, které má za úkol na cosi upoutat pozornost, by si nás nemělo dovolit nudit, natož unavovat (což je někdy problematické u filmů s dlouhými záběry bez střihu, pokud tedy nemají dostatečně poutavý narativ), přehnaná gestikulace herců a podobně. Jedná se o pokrok v lineární a rytmické dimenzi obrazu, což je ale k újmě dimenze prostorové. Lineární a rytmická dimenze obrazu je charakterizována časovým zhuštěním a obohacením, kdy je obraz zahlcen pohybem a detaily, stává se velmi proměnlivým, jak zmiňuje Chion⁴³.

Podle něj je právě televizní obraz velmi osvobozující, nejvíce však ve formě

⁴³ CHION, Michel. *Audio-vision* [online], s. 152, Columbia University Press, New York 1994. [16.7. 2013]. Dostupné z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

videoklipu: „Hudební video si zapůjčilo a vynalezlo celý arzenál nástrojů; je to radostná rétorika obrazů. A to je ten paradox tzv. televize volitelných obrazů: osvobozuje oko. Televize nikdy není tolik vizuální, jak to můžeme vidět v nějakých momentech ve videoklipu, dokonce i když se obraz tak zřetelně váže na hudbu, která je dostačující i sama o sobě.“⁴⁴ S tím by nemuseli souhlasit někteří filmoví teoretici, kteří vidí hudební video jako zahlcující oko, a to především opět kvůli z filmového hlediska neoblíbenému stroboskopickému efektu a zrychlenému střihu, který je v nepřiliš lichotivém světle, zasazen do kontextu obecně přijímaného a příjemného lineárního narativu filmu.

3.4 Video art

Nemyslím si, že video art a hudební videoklip se od sebe mohou výrazně lišit nějakými formálními prvky, pokud zde byly nějaké důležité rozdíly dříve – v počátcích obou žánrů, tak v současné době jsou zajisté potřeny. Do tohoto srovnání se tedy nechci pouštět, podstatnou částí rozdílu je však funkce a příslušnost k rozdílným institucím. Audiovizuální umění⁴⁵ má mnohem větší pole působnosti, do jeho množiny se za jistých podmínek vejdu všechny audiovizuální projevy. Video art a jeho odlišení od filmu a televize je těžké určit. Jeden z podstatných aspektů jsou finance – s videem se dá nakládat v podstatě lehkovazně, poněvadž je většinou kratší, to znamená jednodušší na manipulaci a vždy levnější, to znamená otevřenější k manipulaci, ve výsledku tedy typicky mnohem výřečnější oproti celkem těžkopádnému filmu. Stejně, jako Monaco přirovnává strukturu filmu k hudbě, Chion nabízí srovnání videa a textu. Střih a celkem svižný „pohyb“ videa by tak mohl být rychlosti čteného textu mnohem

⁴⁴ „The music video has invented and borrowed an entire arsenal of devices; it's a joyous rhetoric of images. And this is the paradox of the television-of-optional-images: it liberates the eye. Never is television as visual as during some moments in music videos, even when the image is conspicuously attaching itself to some music that was sufficient to itself.“ in CHION, Michel. *Audio-vision* [online], s. 166, Columbia University Press, New York 1994. [17.7. 2013]. Dostupné z: http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

⁴⁵ Tento pojem bych pro jistotu specifikovala, podle mě má za jistých okolností dva významy – jeden je velmi široký, kdy audiovizuální umění je bráno jako obecné označení jakékoliv tvorby, jejíž funkcí je audiovizuální vjem v nejširším slova smyslu, já bych tento pro nás frekventovanější výraz upravila na „audiovizuální tvorba“ – zde tedy myšleno jako střešový pojem pro všechnu audiovizuální tvorbu nezávisle na její estetické, umělecké, nebo jakékoliv jiné hodnotě. Druhý je pak mnohem specifitější a z ohromné množiny se zužuje na audiovizuální umění ve smyslu *video artu*, neboli vysokého umění – tedy toho umění, které se dostane do galerií, má uměleckou institucionální povahu a je tvořeno s uměleckou intencí.

blíže, než film, kde vztah textu a pohybu je často vyjadřován mimojiné při dialozích, kdy je na mluvící charaktere většinou statický záběr, nebo si scéna vyžaduje zklidnění za účelem dostatečného vnímání mluveného slova. Ve videoklipu se v tomto smyslu rychlost obrazu snaží držet rychlosti textu či rychlosti slyšeného (jak již jsem dříve zmiňovala, píseň většinou obsahuje text), proto se střih jeví mnohdy tak hektický, což se ve filmu může objevit, ale většinou jen dočasně – bylo by velmi zmatečné a snad i nepříjemné sledovat dejme tomu devadesátiminutový film s formálními vlastnostmi videa potažmo videoklipu. U videa, oproti filmu, „obraz ztrácí vlastnost relativně stabilního zevnějšku a čeho si lze jednoznačně všimnout, jsou změny v tempu a vzhledu.“⁴⁶

3.5 Koncept synestézie

Synestézie, z řeckého *syn* (spojení) a *aesthesis* (cítění, vjem), je propojení dvou či více vjemů, tedy druh vnímání při kterém se člověku spolu s původním vjemem, který je takzvaným spouštěčem, vyvolá ještě druhý, popřípadě několikátý další, který se však odehrává pouze na pocitové úrovni, v mysli. Je to nepatologická vývojová porucha vnímání, ačkoliv někteří psychiatři a jiní lékaři na ní nahlížejí spíše jako na dar. Jedna z hypotéz vzniku synestézie je taková, že u dětí je tato schopnost celkem běžná, jejich vnímání je tzv. multisenzorické, ale při prvním zrání mozku, do několika měsíců věku, se spojené vjemové kanály začnou oddělovat, takzvaně prostřihávat, a člověk spojené vnímání ztratí. Počty jedinců, u kterých se tomu tak neděje se velmi liší – údaje o poměru synestetiků k nesynestetikům v populaci se pohybují od 1: 4 do 1: 2000, ačkoliv nejčastěji se uvádějí zhruba 4% populace⁴⁷. Takoví jedinci jsou pak schopni například zvuky nejen slyšet, ale také vidět, cítit či ochutnat, kombinačních možností je nespočetně mnoho – lékaři pouze ví, které jsou ty nejčastější. Zároveň je forma takových spojených vjemů výhradně individuální, to znamená, že neexistuje pravidlo pro

⁴⁶ „The image loses its quality of a relatively stable surface, and what becomes significant is the changes in its tempo or appearance.“ in CHION, Michel. *Audio-vision* [online], s. 163, Columbia University Press, New York 1994. [17.7. 2013]. Dostupné z:

http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

⁴⁷ CHROMÝ, Jan: *Synestézie jako percepční fenomén a její lingvistické aspekty* [online], Ústav českého jazyka a teorie komunikace FF UK v Praze, 2009. [13.8. 2013]. Dostupné z: http://ucjtk.ff.cuni.cz/system/files/lide/chromy/Chromy_2010b.pdf

synestetiky, kteří si spojují písmena či slova s jistou barvou, aby všichni vnímali písmeno A jako červené a podobně.

Synestézie se rozděluje na pravou a nepravou – praví synestetici jsou tedy „postižení“ fyziologickými změnami na mozku, respektive u nich nedojde k tomu, k čemu dochází při zrání mozku u většiny lidí – přerušení neuronových spojů mezi jednotlivými vjemovými kanály, čímž je pro ně přirozené, že jejich vidění, slyšení, cítění, chuť a hmat jsou někdy spontánně propojené. Nepravá synestézie se projevuje tak, že je člověk také schopen vnímat například u zvuků různé barvy, ale tyto momentálně spojené vjemy se mohou měnit, jsou dočasné (kdežto u pravých synestetiků jsou tato spojení trvalá), volní, nebo jsou vyvolané třeba psychotropními látkami. Zajímavým příkladem takové nepravé synestézie může být ruský skladatel a klavírista Alexandr Skrjabin, který se na začátku 20. století pokoušel ve své symfonii Prométheus spojit zvukové a světelné jevy navržením tzv. „světelného piana“, které mělo ke každé klávese přiřazeno barevnou lampu a během hraní takové světlo promítalo na plátno. Snažil se tedy o to, vyvolat jakousi nepravou synestézii u diváků. Skrjabin také krátce před smrtí začal komponovat opus *Mystérium*, který měl při performanci dokonce spojovat více vjemů dohromady (hudbu, barvy, tanec a dokonce vůni), bohužel se však nedočkal dokončení. Nicméně Skrjabin je i tak považován za jednoho z pionýrů vizualizace hudby v západní kultuře, ze které samozřejmě postupně vyplývají i dějiny videoklipu.

4. Postmoderna z hlediska hudebního průmyslu a audiovizuálních produktů

4.1. MTV a digitální revoluce v médiích

Pojem digitální revoluce, která značí celosvětový posun od analogových, mechanických a elektronických technologií k technologiím digitálním, začala

zhruba v rozmezí 50. – 70. let dvacátého století⁴⁸ a pozvolna pokračuje dodnes. Jedná se o vývin a následnou masovou produkci a rozšíření obvodů digitální logiky, která je založena na jednoduchých true-false, neboli 1/0 rozhodnutích, které vycházejí z Booleovy algebry⁴⁹. Tato revoluce se týká se samozřejmě také ohromných změn, které nastaly ve vývoji počítačů a komunikačních technologií, například mobilního telefonu či faxu. Konvertování analogové na digitální technologii s sebou přineslo možnost vytvoření skoro identické kopie signálu, která je pak hardwarem zesílena a přenesena dál, s téměř nulovou ztrátou informace. Oblast, které se takové změny velmi dotkly, je například také hudební průmysl, kdy v osmdesátých letech dvacátého století došlo k přechodu z původních vinylových desek a magnetofonových pásek na optické kompaktní disky a později do formátu MP3, což se projevilo především možností kopírování dat bez znatelných ztrát na kvalitě. Ve stejné době si s příchodem cenově dostupnějších zařízení – například stolních počítačů, mobilních telefonů, digitálních fotoaparátů, tiskáren či digitálních kabelů, začali lidé taková zařízení pořizovat do domácností a tím se nastartovala informační éra, která mění strukturu lidské společnosti, mezilidské komunikace a dalších oblastí dosti výrazným způsobem dodnes. Takové technologie jsou čím dál cenově dostupnější, tím pádem rozšířenější, stále lepší, rychlejší, kvalitnější a prodávánější, což je podpořeno tím, že poptávka motivuje nabídku a ta obratem zase stimuluje poptávku. Na začátku devadesátých let byl zkoncipován World Wide Web, neboli informační celosvětová síť, tzv. internet, který byl zároveň i rychle zveřejněn a do dnešní doby stihl získat takovou moc, že nejen, že starším médiím, jako je například rádio a televize, konkuruje, ale postupně nad nimi začíná mít celosvětově⁵⁰ převahu.

V období digitální revoluce také v roce 1981 vznikla Music Television alias MTV, která je americká televizní stanice se sídlem v New Yorku. Jejím původním účelem bylo dvacet čtyři hodin denně a sedm dní v týdnu vysílat hudební

⁴⁸ SCHOENHERR, Steven E.: *The Digital Revolution* [online], 1999-2004. [20.8.2013]. Dostupný z: <http://web.archive.org/web/20081007132355/http://history.sandiego.edu/gen/recording/digital.html>

⁴⁹ Digital Logic Circuit in *Programming & Electronics* [online]. [20.8.2013]. Dostupný z: http://library.thinkquest.org/C006657/electronics/digital_logic_circuit.htm

⁵⁰ Míněno v technologicky vyspělých zemích.

videoklipy, které uváděl tzv. VJ⁵¹ - televizní persona, která „pouštěla“ a komentovala videoklipy, podobně jako jeho hudební paralela - DJ⁵². Jeden původních sloganů MTV byl „Na hudbu už se nikdy nebudete dívat stejnýma očima“⁵³.

MTV jako pionýr v distribuci hudebních videoklipů měl okamžitý efekt na prodejnost hudebních nosičů – to mohlo být dokázáno například tím, že stoupaly prodeje jednotlivých desek, nehledě na to, jestli dané písně a interpreti byli v oběhu v rádiích – “Efekt MTV se okamžitě projevil v oblastech, do kterých se nový program s hudebními videi začal přenášet. Tam, kde bylo dostupné MTV, začaly během několika měsíců obchody s deskami prodávat hudbu, kterou místní rádiové stanice nehrály [...].“⁵⁴ Zde je jednoznačně vidět propojení hudebního průmyslu s hudebními videoklipy, které jako produkt vizuální kultury a zároveň hudebního průmyslu v televizi do masového rozšíření internetu, našly svoje ideální místo. Tento chytrý tah na diváky, posluchače, konzumenty, potenciální zákazníky, byl zjevně velmi dobře promyšlený a z toho taky vyplývá budoucí vývoj MTV. Celý tento koncept živil mnohdy až kultovní představu o světě umělců/interpretů, v uzavřeném kolektivu dosahovaly „hvězdy“ vysokých statusů, podobně jako herci a herečky či jiné celebrity. O takto vytvořeném světě bez předlohy – většina zpěváků, zpěvaček, skupin a interpretů nežili, ani nevypadali tak, jak byli prezentováni ve svých videoklipech (potažmo televizi, magazínech...), nejdůležitější je ale obecně celý nereálný svět, který se skrývá v médiích. Speciálně MTV byl a pořád je jedno velké simulakrum, které se skládá ze simulaker malých a čtených.

4.2 Hudební videoklip jako simulakrum

⁵¹ Video jockey.

⁵² Disc jockey.

⁵³ “You’ll never look at music the same way again“ in *MTV - Music videos*, *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 10.8.2013]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/MTV#Music_videos

⁵⁴ „MTV’s effect was immediate in areas where the new music video channel was carried. Within a couple of months, record stores in areas where MTV was available were selling music that local radio stations were not playing [...].“ in *MTV - Music Television debuts*, *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-08-11]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/MTV#Music_Television_debuts

Když už jsme věnovali tolik zmínek formálním záležitostem hudebního videoklipu, například střihu, jehož podoba je, co se porovnání s filmem týče, dosti rozdílná, pro shrnutí především četností, tudíž délkou záběrů a dějovou návazností, je třeba také zmínit, že vlastně takové rozbory technické stránky v rámci obecnosti formy hudebního videa začínají být v dnešní době méně důležité. Videá se mohou v rámci jednotlivých verzí výrazně lišit – v některých videoklipech nemusí být totiž střih vůbec. Jinými slovy ke zobecnění tohoto velmi konkrétního příkladu - dominance filmové podoby videoklipů, která výrazně převládala v době jeho největšího rozkvětu a moci – v osmdesátých a devadesátých letech dvacátého století (videoklipy byly s menšími formálními rozdíly, které jsem se snažila postihnout v předchozích kapitolách, opravdu spíše krátké „filmy“ mnohdy i s náznaky děje, vyústění, herci a podobné paralely), se v postmoderní době ztrácí v záplavě dalších forem, mimojiné také jiných než těch, které vůbec filmové prvky jak formální, tak obsahové, zahrnují. S rozšířením digitálního obrazu se nejen ve filmu začalo užívat technologií, které mají s původními filmovými, kamerovými a celkově fyzikálními aspekty filmu pramálo společného. Filmová výroba se podstatnou částí a v některých případech zcela přesunula z „placu“ do prostoru studia a hlavně virtuálního prostředí počítačových dat, kdy s troškou nadsázky filmař nemusí odejít od svého počítače, aby vytvořil platné dílo. Tento posun a jeden z následků digitální a technologické revoluce mimojiné poskytuje podmínky k potření malých formálních rozdílů v rámci žánrové oblasti videoklipu a přesouvá ohnisko ...nebo přes něj spíše krystalizuje další hodnota, která je společná všem formám videoklipu a udává jednu vlastnost (i když ho tolik nevynezuje ani vůči filmu, ani vůči video artu, jelikož nové prostředí digitálního kódu doslova nabádá, podporuje a především nevyhnutelně šíří jakousi žánrovou „globalizací“) – videoklip je simulakrum.

Simulakra nenapodobují něco, co jim předchází, nezkouší reprezentovat něco, co je možné zakusit v reálném světě. Podstatně se od reprezentací liší. Nejsou iluzí, ani nevytváří dojem skutečného světa, tudíž něco, o čem sice víme, že není skutečné, ale jsme si vědomi, že to někdy v minulosti mohlo existovat. Simulakrum je hyperreálné – jeho modelem je něco, co samo o sobě není reálné a my jsme si toho vědomi, respektive model simulakra předchází realitě. Podle Baudrillarda zároveň platí, že rozdíl mezi kopií a realitou je smazán. Simulakrum

se stalo ideálním modelem, které předchází realitě a pokládá pro ni základy, ale je tak vyprázdněno od reálného obsahu. Videoklip je stejně jako téměř každý film a obraz v postmoderním chápání obrazů simulakrem – jeho modelem není realita, nýbrž on realitu může determinovat, především skrze jednání jeho recipientů. Ve videoklipu se tak velmi často setkáváme s vykonstruobvanou realitou, neboli modelem, který reálný není a ani sám z reality nevyšel, ale realitě slouží jako předloha. Simulakrum se může zdát jako obraz, který je dokonalejší, nebo vypadá lépe, než reálné.

Z Baudrillardova⁵⁵ pohledu simulakrum nereprezentuje realitu, ani v ní nemá základ. Spíše poukazuje na to, že nic jako „realita“ není pro naši zkušenost podstatné. Lidé v dnešní době nahradili realitu nadprodukcí znaků a symbolů, tudíž je naše zkušenost s ní vlastně simulací, konstruktem, který stojí na pouhých symbolech kultury a společnosti. Za to jsou podle něj zodpovědná také média, jako internet, televize či film tím, že svým poskytovaným obrazem mažou hranici mezi (opravdu, k životu) potřebným a vykonstruovaným, nepotřebným. Žijeme tedy ve světě, kde média vytváří obraz, jenž ztrácí význam díky své nekonečné proměnlivosti.

5. Závěr

V této práci jsem se nesnažila a ani jsem nemohla poskytnout rozsáhlou a vyčerpávající analýzu specifčnosti žánru hudebního videoklipu, ani její recepce. Snažila jsem se pomocí funkční analýzy a komparativní studie z hlediska recepce postihnout několik vlastností, aspektů či zajímavých momentů společných co největší skupině tohoto audiovizuálního útvaru a spíše se zaměřit na rozbor několika málo detailů, než se snažit dojít k obecným závěrům, definicím a specifikám. Otázkou je, jestli v současné době vůbec je možné najít nějaký

⁵⁵ BAUDRILLARD, Jean: *Simulacra and Simulations* [online] in Jean Baudrillard, *Selected Writings*, ed. Mark Poster (Stanford; Stanford University Press, 1988), s.166-184. [14.8.2013]. Dostupné z: http://www.stanford.edu/class/history34q/readings/Baudrillard/Baudrillard_Simulacra.html

vizuální projev spojený s hudbou, který by se nedal za jistých okolností nazvat hudebním videoklipem, pokud bychom ho hudebním videoklipem nazvat chtěli.

Ale pokud budeme nazírat videoklip tak, jak je po desítky let samozřejmě nazírán – totiž jako zábavná forma zobrazení k populární písni, tak přesto, že jakožto vizuální produkt hudebního průmyslu původně měl a stále má pro své tvůrce funkci primárně marketingovou, pokud k němu přistoupíme z jiných pozic, především té recipientské, mohou se nám vyjevit další varianty použití a funkce, však je to barevný, vizuálně i auditivně se podbízějící spektakl a nakolik se recipient nechá vtáhnout, je do jisté míry na něm. Problematika jeho funkce a specifčnosti estetické recepce rozhodně není tak jednoduchá, jak se mohlo v nějakých pasážích zdát. Videoklip nám nabízí uživatelské rozhraní, které divákovi/posluchači otevírá několik možností zkušenosti a díky empirické metodě následného pochopení, nebo alespoň přiblížení se k povaze takového žánru a možná tedy přeskupení předpokladů k získání nějakého zajímavějšího a dokonce přínosnějšího pohledu.

6. Seznam použité literatury

AUMONT, Jacques: *Obraz*, Akademie múzických umění v Praze, 2005. ISBN 80-7331-045-7

BAUDRILLARD, Jean: *Simulacra and Simulations* [online] in Jean Baudrillard, *Selected Writings*, ed. Mark Poster (Stanford; Stanford University Press, 1988), s.166-184. [14.8.2013]. Dostupné z:
http://www.stanford.edu/class/history34q/readings/Baudrillard/Baudrillard_Simulacra.html

Cambridge Advanced Learner's Dictionary, Cambridge University Press, 2013. ISBN 978-1-107-685499

CHION, Michel. *Audio-vision* [online], Columbia University Press, New York 1994. [16.7. 2013]. Dostupné z:
http://soundenvironments.files.wordpress.com/2011/11/michelchion_audio-vision.pdf

CHROMÝ, Jan: *Synestézie jako percepční fenomén a její lingvistické aspekty* [online], Ústav českého jazyka a teorie komunikace FF UK v Praze, 2009. [13.8. 2013]. Dostupné z:
http://ucjtk.ff.cuni.cz/system/files/lide/chromy/Chromy_2010b.pdf

COHEN, Annabel J.: *Introduction to the special volume on the psychology of film music in Psychomusicology*, 13 [online], University of Prince Edward Island, 1994. [24.7. 2013]. Dostupné z:
http://www.upei.ca/%257Emusicog/research/docs/intro_to%20special_vol_on_film_music.pdf

CYTOWIC, Richard E., EAGLEMAN, David M.: *Wednesday is indigo blue* [online], [21.7. 2013]. Dostupné z:
http://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/content/9780262516709_sch_0001.pdf

Digital Logic Circuit in *Programming & Electronics* [online]. [20.8.2013]. Dostupný z:
http://library.thinkquest.org/C006657/electronics/digital_logic_circuit.htm

HONZÁK, Radkin: *Chut' tónu, barva čísla; Synestezie – dar, o němž se moc nemluví* [online], *Vesmír* 88, 780, 2009/12, [13.8. 2013]. Dostupné z:
<http://www.vesmír.cz/clanek/chut-tonu-barva-cisla-synestezie-dar-o-nemz-se-moc-nemluvi>

INGARDEN, Roman: *Několik úvah o filmovém umění* in *Revue internationale de filmologie 1947*, č. 2. [online], *Aluze* 3/2007 – Glosa. [18.7. 2013]. Dostupné z:
http://www.aluze.cz/2007_03/12_glosa_ingarden.php

Longman Dictionary of Contemporary English, Pearson Education Limited, 2009. ISBN 978-1-4082-0297-5

MARGOLIS, Joseph: Aesthetic Perception [online], in *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 19, No. 2 (Winter, 1960), s. 209-213. [4.7. 2013].
Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/428287>

MOLLER, Daniel. *Redefining Music Video* [online], 2011. [29.7.2013]. Dostupný z: http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf

MONACO, James: *Jak číst film – svět filmů, médií a multimédií*, Nakladatelství Albatros, Praha, 2004. ISBN 80-00-01410-6

Oxford Dictionaries [online], Oxford University Press, 2013. [12.7.2013].
Dostupný z: http://oxforddictionaries.com/us/definition/american_english/music-video

RAILTON, Diane, WATSON, Paul: Music Video and the Politics of Representation [online], [29.7. 2013]. Dostupné z: <http://books.google.cz/books?id=FjcKyoB78DEC&pg=PA13&lpg=PA13&dq=peter+wollen+ways+of+thinking+about+music+video&source=bl&ots=nYYGDCLs5N&sig=YfjTIOWN6zHnrV35qHvR9mOQzjU&hl=en&sa=X&ei=51QNUsvFDYLA7Abby4CACQ&ved=0CFwQ6AEwCA#v=onepage&q=peter%20wollen%20ways%20of%20thinking%20about%20music%20video&f=false>

RATAJ, Michal: *Elektroakustická hudba a vybrané koncepty radioartu*, Nakladatelství KANT, Praha, 2006. ISBN 978-80-86970-31-8

SCHOENHERR, Steven E.: *The Digital Revolution* [online], 1999-2004. [20.8.2013]. Dostupný z: <http://web.archive.org/web/20081007132355/http://history.sandiego.edu/gen/recording/digital.html>

SPENCER, Herbert: The origin and function of music [online] in *Essays: Scientific, Political, and Speculative*, Vol. 2, Library Edition, Williams and Norgate, London, 1891. [20.8. 2013]. Dostupné z: http://oll.libertyfund.org/?option=com_staticxt&staticfile=show.php%3Ftitle=336&chapter=12353&layout=html&Itemid=27

VERNALLIS, Carol: *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*, Columbia University Press, New York 2004. [13.7. 2013]. Dostupné z: <http://www.google.cz/books?id=DjDIw2pxjiMC&pg=PA1&lpg=PT8&ots=k6fwDmZGJL&dq=aesthetics+of+music+video&lr=&hl=cs#v=onepage&q=aesthetics%20of%20music%20video&f=false>