

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Jakub Konečný

**Fenomén walkman:
Sociologická interpretace**

Bakalářská práce

Praha 2008

Konzultoval: Mgr. Jan Balon, Ph.D.
Práce bude obhajována v 8. semestru studia.

Autor práce: **Jakub Konečný**

Vedoucí práce: **Mgr. Jan Balon, Ph.D**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Bibliografický záznam

Konečný, Jakub. *Fenomén walkman: Sociologická interpretace*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra sociologie, 2008. 40 s. vedoucí bakalářské práce Mgr. Jan Balon, Ph.D.

Bibliographic entry

Konečný, Jakub. *The walkman phenomenon: sociological interpretation*. Prague: Charles University, Faculty of Social Sciences, Department of Sociology, 2008. 40 pp. Thesis supervisor: Mgr. Jan Balon, Ph.D.

Anotace

Bakalářská práce „Fenomén walkman: sociologická interpretace“ pojednává o vlivu jevů, které vznikají užíváním přenosných přehrávačů, na vnímání a prožívání reality posluchače walkmanu. Následně se zabývá tím, jaká je podstata těchto efektů, čím jsou ovlivňovány a jejich vzájemnou provázaností. Popisuje historii fenoménu walkman. Dává walkman do spojitosti s koncepty media jako poselství, zvukové krajiny a reprodukce uměleckého díla. Prokazuje nerozlučnost fenoménu walkman s městským prostředím a jeho spjatost s tematikou privatizace veřejných prostor. Hlavní část práce se věnuje analýze dostupných fenomenologických studií uživatelů walkmanu s důrazem na specifičnost konstruovaného světa, jenž je vytvářen poslechem hudby prostřednictvím walkmanu. Poznatky analyzuje a třídí do kategorií, přičemž zdůrazňuje jejich vzájemnou propletenost. Poukazuje na kontextualitu a reflexivitu fenoménu walkman a vyzvihuje jeho pozitivní vliv.

Annotation

The „Walkman phenomenon: sociological interpretation“ bachelor thesis deals with the influence of the effects that are being caused by personal stereo use on perception and experience of reality of the walkman listener. It also investigates the basis of these effects what causes them and their mutual cohesion. Starting off with the walkman phenomenon history the author sets walkman into nexus with conceptions of media, soundscape and the work of art reproduction. Furthermore provides an evidence of inseparability of the walkman phenomenon with urban realm and its closure with privatization of public space theme. The main part of the work concerns with analysis of available phenomenological studies about walkman users with emphasis on particularity of the world they construct through the music listening act on their personal stereos. Findings of these studies are being categorised and analysed with emphasis on their mutual cohesion. Conclusion states the contextuality and reflexive nature of the walkman phenomenon and stresses its positive influence.

Klíčová slova

Walkman, estetizace reality, zvuková krajina, medium, fenomenologický přístup, sociální interakce, hudba, městské prostředí, privatizace prostoru

Keywords

Walkman, aesthetisation of reality, soundscape, media, phenomenological approach, social interaction, music, urban realm, privatization of space

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V praze dne: 21.05.2008

Jakub Konečný

Obsah

1. Úvod.....	6
1.1 Opodstatnění a smysl práce.....	6
1.2 Terminologické vymezení pojmu walkman	7
1.3 Historie přenosných přehrávačů.....	8
2. Konceptuální vymezení práce	10
2.1 Walkman jako medium.....	10
2.2 Fenomenologický přístup.....	13
2.2.1 Kořeny fenomenologie v sociologickém zkoumání	14
2.3 Schafer a „zvuková krajina“	14
2.3.1 Městská versus přírodní krajina	16
2.4 Walkman a reprodukce uměleckého díla	18
2.5 Od zvukové krajiny k privatizaci veřejného prostoru	20
3. Základní úroveň efektů fenoménu walkman.....	22
3.1 Obohacení	23
3.2 Únik.....	24
4. Efekty fenoménu walkman pod drobnohledem	26
4.1 Osobní vztah k hudbě.....	27
4.2 Emoční stabilizátor	28
4.3 Walkman a cestování	29
4.4 Estetizace každodenní reality.....	31
4.4.1 Filmovost prožitku	32
4.5 Walkman jako regulátor interakce.....	34
4.6 Pocit ne-samoty.....	35
4.7 Elektronický narcismus.....	37
4.7.1 Reflexivní emocionalita.....	38
4.7.1.1. Emocionální kondicionér	39
4.7.1.2. Emocionální společník.....	40
4.7.2 Emocionální energizér.....	40
4.7.3 Sociální segregace	41
4.7.1 Emoční absorbce.....	42
4.8 Shrnutí fenomenologického zkoumání	44
5. Závěr	45
Summary	47
Seznam použité literatury.....	47
Přílohy.....	49
Projekt bakalářské práce	49

1. Úvod

1.1. Opodstatnění a smysl práce

Problematika fenoménu walkman, v 21. století všudypřítomného jevu, je sociálními vědami nepochopitelně opomíjena. Přinejmenším stovky milionů prodaných přenosných přehrávačů za téměř třicetiletou historii jsou nesporným důkazem, že fenomén walkman je součástí soudobé kultury Západu. Za celou dobu existence walkmanu se tomuto kulturnímu artefaktu věnují jen dvě knihy a nijak ohromující počet odborných statí. To je první cíl práce, prozkoumat rozsah zmapovaného terénu fenoménu walkman a zjištěné zúročit v následující práci.

Máme za to, že naše současná kultura je dominována obrazem a přitom opomíjíme roli zvuku. Ten mezitím zamořil náš svět stejným množstvím produktů a odpadu, jako vizuální kultura. Úroveň hluku ve městech se od šedesátých let minulého století znásobila do absurdních výšin. Moderní velkoměsta s nesmyslnými hluky a cizími lidmi, kteří všude nahlas telefonují, se stávají čím dál odcizenějšími. Kulturní průmysl na nás chrlí kvanta sonického kýče a přesto si hudba stále drží jednu z vedoucích rolí mezi symboly, skrze které se definuje mládež (a nejen ona). Na tom má samozřejmě walkman nemalý podíl. Hlavním důvodem, proč se tato práce zabývá fenoménem walkman, je fakt, že jeho užívání přináší změnu. Změnu ve vnímání okolního světa a prožívání sebe sama. To by samo o sobě stačit nemuselo, pointa však spočívá v důsledku. Neboť v důsledku této změny se užívání walkmanu stává jednáním majícím specifický význam, které má své sociální důsledky. Abychom mohli k celému fenoménu zaujmout ospravedlnitelné stanovisko, je naprosto klíčové nahlédnout pod povrch oněch změn a skrze jejich co největší přiblížení se pokusit pochopit jev ve své úplnosti. To je hlavní cíl této práce. Porozumět co nejvíce světu uživatelů walkmanu. Do jaké míry je jejich jednání záměrným vydělením se z odcizeného světa dnešních měst, veřejných prostranství přeplněných osamocenými lidmi. To, jak je walkman používán totiž obsahuje nějaký význam a smysl. Obojí lze zkoumat a pochopit.

1.2. Terminologické vymezení pojmu walkman

Vzhledem k tomu, že práci vztahuji hlavně na průvodní jevy užívání walkmanu, budu používat termínu walkman v obecnějším slova smyslu čehokoliv, co vykazuje vlastnosti klasického Sony Walkmanu.¹ Tedy malá, kapesní velikost a z ní plynoucí praktická přenositelnost. Tomu odpovídají všechny walkmany, discmany, flashdiskové přehrávače a harddiskové iPody.

Toto terminologické rozšíření je dáno smyslem práce, která se neomezuje jen na klasický Sony Walkman, jakkoliv se společnost Sony snaží tuto svou úspěšnou značku nalepit i na své následné similární produkty (aby podpořila jejich prodejnost skrze slavnou minulost oné značky), nýbrž celou tuto postupně se vyvíjející kategorii přenosných přehrávačů, které mají stále společné to hlavní. Vnitřní změnu ve vnímání a prožívání reality uživatele walkmanu. Právě proto, že naše práce není zaměřena primárně na zevnějšek samotného přístroje, ale naopak na vnitřek toho, co přináší, se nemůžeme omezovat na jeden podtyp. Situace je analogická například s televizí – pokud zkoumáme dopady televize na její diváky, neomezujeme se pouze na širokoúhlé nebo černobílé typy televizí. Forma se mění, obsah zůstává.

Jakkoliv si uvědomuji, že slovo „walkman“ dnes už není tak používané jako v minulém tisíciletí a mladá nastupující generace má svoje „ajpody“, stojím si za jeho užitím z jasného, prostého a nezpochybnitelného důvodu. Slovo „walkman“ je totiž součástí obecného kulturního povědomí. Každý člověk žijící v dnešním Západním světě jej zná a má aspoň letmou představu, co tento pojem představuje. To se, dle mého tvrzení, rozhodně o „ajpodech“, „dyskmenech“ a „empétrojkách“ říci nedá. Proto budu v této práci užívat slovo „walkman“ jako označení celé této kategorie. Spojení „přenosný přehrávač“ považuji za naprosto ekvivalentní termínu „walkman“. Rovněž pokud budu výjimečně mluvit o mediích, jako třeba o kazetách nebo kompaktních discích, bude situace vždy stoprocentně ekvivalentní i pro používání digitálních medií.

Stejně tak je neoddiskutovatelné, že za svou téměř třicetiletou historii, kterou probereme v následujícím oddíle, stihl walkman rozšířit svoje možnosti o větší kvalitu

¹ Sony, Sony Pressman, Sony Walkman, Sony Discman, Sony MiniDisk jsou registrované obchodní značky firmy Sony Corporation.

zvuku, možnost fungování pod vodou, odolávání tvrdým nárazům nebo o různá zvuková media, ale jeho podstata zůstává. Stále jde o přenosný přehrávač, jehož prostřednictvím se posluchač „odřízne“ od sonické složky okolního světa.

1.3. Historie přenosných přehrávačů

Dnešní masová rozšířenost všech variací přenosných přehrávačů, ať už jde o ty na bázi digitální (MP3, WMA, etc.), nebo analogové, které fungují na principu výměnných medií (MC, CD, MD), má svou historii a právě jejich poodhalení se bude věnovat následující oddíl.

První inkarnace hlavního protagonisty této práce, první verze klasického walkmanu od firmy Sony, přichází na světlo světa v Japonsku v létě roku 1979. Jeho vznik zapříčinil nápad modifikovat přenosný kazetový přehrávač Pressman pro běžnější a pohodlnější, masovější užívání. Pressman, jak jeho název napovídá, byl určen výhradně pro novináře; neměl stereo zvuk, jeho hlavní funkcí bylo nahrávání, používaly se do něj (nahrávacím průmyslem nepříliš podporované) nepraktické minikazety a hlavně jeho cena nebyla běžnému posluchači přístupná. Ohledně otázky, kdo přesně měl ten nápad a byl „duchovním otcem“ walkmanu, zůstává dodnes nejasné, poněvadž různé zdroje uvádějí různá jména, samozřejmě v rámci společnosti Sony.

Model TPS-L2, první oficiálně prodejná verze walkmanu, obsahoval funkce, které jsou dnes hlubokou minulostí. Jeho použití bylo původně zamýšleno pro dva lidi zároveň, obsahoval totiž dvě zdířky na sluchátka a k nim tlačítko „hotline“, při jehož zmáčknutí jste mohli mluvit s partnerem bez nutnosti snižování hlasitosti či sundání sluchátek. Společnost Sony totiž měla za to, že poslouchat o samotě by bylo vnímáno jako neslušné a hrubé. Velmi brzy po oficiálním začátku prodeje si však společnost Sony všimla, že zákazníci a uživatelé počínají vnímat walkmany jako něco velmi osobního a privátního. To je počátek našeho příběhu, neboť toto zjištění vede velmi rychle k uvedení modelu Mk2 na trh. [Du Gay et al. 1999: 59] Ano, hádáte správně, jde o první typ s jednou zdířkou na sluchátka.

Zde tedy začíná náš příběh vzniku privátního světa při poslechu walkmanu. Stojí rozhodně za povšimnutí, že to byli sami uživatelé, kdo donutil výrobce k této změně svým záměrným užíváním walkmanu. Že tak walkman nebyl původně koncipován a nemůžeme tedy označit společnost Sony za matku privátního světa, jenž je v ohnisku zájmu této práce. Walkman byl předurčen k tomu, aby se stal čistě osobní záležitostí.

Během prvního měsíce byl walkman v Japonsku vyprodán. Nic nebránilo tomu, aby se rozhodlo o vývozu do Evropy a Ameriky. Jen během prvních deseti let se prodalo přes 50 milionů Sony Walkmanů a bezpočet napodobenin. [Hormby 2006]² V roce 1984 byl na trh uveden první Sony Discman, jakkoliv zatím nepraktický svou velikostí a nutností vyvarovat se otřesů. V roce 1988 poprvé prodej CD kvantitativně přesáhne prodej vinylových desek (LP) a tak se kazety (MC) společně s cédéčky stávají definitivně dominantními zvukovými nosiči. (Sony MiniDisc byl na trh oficiálně uveden již v roce 1992, ale ani v době svého zenitu nebyla jeho popularita nikterak dominující.) Pravý rozkvět walkmanů na cédéčka nastal až v polovině devadesátých let. Netrvalo dlouho a cédéčkové walkmany byly rozšířeny o možnost číst vypálená, neoriginální CD a vbrzku nato i digitální formáty vypálené na CD jako například mp3 nebo wma. V roce 1999 je na trh uveden první přenosný přehrávač na bázi pevného disku určený čistě k přehrávání digitálních formátů. Této cestě, která je přímo provázána s rozvojem internetu a sdílením/stahováním hudby ve formátu mp3, stejně jako s celkovou infiltrací osobních počítačů (PC) do domácností, nasazuje korunu dokonale vydesigovaný a marketingově bezchybný produkt firmy Apple: populární iPod. iPod byl uveden na trh roku 2001 a od té doby je stále leaderem na trhu přenosných digitálních přehrávačů (70% v roce 2006) [Bull 2006: 132]. Stejně tak se stal obětí nezřízeného napodobování a kopírování. Tak to chodí. Celkový prodej všech přenosných přehrávačů za celou jejich historii už asi nikdo nikdy nespočte. Jedno je však nezpochybnitelné, stále trvá poptávka po prožitku osobního poslechu se vším, co může přinášet.

² <http://lowendmac.com/orchard/06/sony-walkman-origin.html> [cit. dne 2008-05-20]

2. Konceptuální vymezení práce

Po terminologickém vymezení a historii se dostáváme k dalšímu stavebnímu kameni této práce. Pokud se vůbec chceme zabývat fenoménem walkman a tím, co přináší, neobejdeme se bez presentace základních konceptů, které nám vymezi pole, na kterém se budeme pohybovat a bez jejichž rámce se neobejde žádná práce postihující toto téma. Nejprve se podíváme na walkman jako medium, posléze si odůvodníme použití fenomenologického přístupu jako nejvhodnějšího pro naše sledování a pak už se díky objasnění klíčového termínu „zvukové krajiny“³ a problematiky privátního a veřejného prostoru dostaneme ke kategorizaci a členění jednotlivých změn, které přináší fenomén walkman do naší zkušenosti.

2.1 Walkman jako medium

Nahlížení walkmanu jako media je naprosto neoddiskutovatelné. Walkman totiž mediem je. Zprostředkovává (pomocí sluchátek) zvuk uložený na zvukovém nosiči do našich uší. Tím však jeho schopnost nekončí, jelikož walkman přináší i něco navíc. Poslech hudby prostřednictvím walkmanu je totiž odlišný od poslechu té samé hudby ve sluchátkách na domácí hi-fi věži. Walkman nám umožňuje něco navíc. Pouhý fakt, že nám umožňuje se s hudbou pohybovat, kamkoliv se nám zachce a přitom odřezává okolní zvuky, jednoznačně rozšiřuje naše možnosti. Je tedy extensí naší osoby a smyslů. Dává nám možnost prožívat své zážitky jinak, obohatit své zkušenosti o další rozměr. Zde se přímo nabízí prostor ke konfrontaci s McLuhanovým pohledem na media.

Klíčová McLuhanova kniha „Jak rozumět mediím“ (česky roku 1991) je postavena na dnes již klasickém revolučním konceptu „Media is the message“. Media v jeho pojetí jsou poselstvím právě proto, že přinášejí nové osobní a sociální důsledky, které vyplývají z nových měřítek, jež ona media vnáší do našich záležitostí.

³ V originále „soundscape“. Tento překlad, stejně jako překlad většiny citací, je můj vlastní. Žádná z citovaných prací týkajících se walkmanu není dostupná v češtině.

„... ,medium je poselstvím‘ , protože právě medium utváří a ovládá měřítko a formu lidského sdružování a činnosti. Obsah a využití takovýchto medií při utváření forem lidského sdružování jsou stejně pestré jako neefektivní.“

[McLuhan 1991: 20]

V McLuhanově pojetí tedy medium funguje jako jakási nastrčená chiméra. Zatímco my se v klidu opájíme tím, jak nám krásně zprostředkovává přenos již existujícího media, třeba hlasu v případě rádia, ono zatím nerušeně mění jistou část struktury fungování společnosti a v důsledku tak i vztahy uvnitř společnosti. Velmi podstatnou součástí této koncepce je fakt, že obsahem media je vždy jiné medium. Walkman je například mediem přenášejícím písně či mluvené příběhy, které jsou zase mediem hudební kompozice, respektive řeči. Tento fakt si však již v běžném užití není běžné na první pohled uvědomovat.

„Účinek media je silný a intenzivní právě proto, že jeho „obsahem“ je jiné medium. Obsahem filmu je román, divadelní hra nebo opera. Neexistuje vztah mezi účinkem filmové formy a jejím programovým obsahem. ,Obsahem‘ psaného či tištěného textu je řeč, avšak čtenáři si tisk ani řeč téměř neuvědomují.“

[McLuhan 1991: 28]

Ani v případě fenoménu walkman není tomu jinak. Ovšem oproti McLuhanovi, který zdůrazňuje hlavně tyto latentní důsledky na celou společnost, my se v případě fenoménu walkman zaměříme hlavně na jeho latentní důsledky v sociálním jednání a v prožívání jedince.

„Naše smysly, jejichž extensemi všechna media jsou, jsou zároveň trvalou zátěží naší osobní energie, utvářející vědomí a zkušenosti každého z nás.“

[McLuhan 1991: 31]

Problém s McLuhanovou interpretací medií při aplikaci na fenomén walkmanu je ten, že je tato koncepce příliš striktní. Walkman totiž jako medium sám o sobě není na naši zkušenost tak totálně determinující, jak by z přímé aplikace McLuhanovy teorie vyplývalo. Jakkoliv zůstává faktem, že

„...komunikační technologie mohou mít za následek vliv na podstatu našich zážitků.“ [Chen 1998: 255]

Pro širší kritiku „technologického determinismu“ není v této práci prostor a proto se omezím na tvrzení, že walkman nedeterminuje naše zkušenosti ani naše vztahy absolutně, nýbrž jen do té míry, kolik sami chceme a navíc vždy jen dočasně.

„...namísto nahlížení walkmanu jako toho, kdo ovlivňuje lidské zkušenosti, argumentuji, že jedinci používají walkman cíleně pro konstrukci svých zkušeností a do svých zamýšlených jednání jej dosazují ať už na podporu svých společenských vztahů, nebo pro dočasné vyvázání se z nich.“
[Chen 1998: 259]

Tato citace letmo naznačuje jednu z tezí této práce. Walkman není vnucená nutnost, nýbrž volba. Vědomá, cílená volba. Vždy je možné se walkmanu vyhnout. Není všudypřítomný ani nevyhnutelný.

Walkman je naopak důkazem, že různá media mohou přinášet různé zkušenosti, přestože jejich obsah zůstává stejný. Odlišnou zkušenost tak přináší shlédnutí filmu v kině oproti sledování toho samého filmu v pohodlí obývacího pokoje na televizi. Analogicky poslech hudby skrze walkman přináší odlišnou zkušenost oproti poslouchání stejné hudby v autě nebo na domácím stereu. Zároveň walkman nemění vztahy deterministicky ze své podstaty, ale výhradně záměrně skrze vůli svého uživatele. Pro shrnutí opět použiji slova Chen

„...účinky walkmanu nelze nahlížet doslovně jako automatickou aplikaci technologie samotné, nýbrž jako produkt reflexivního jednání a sociálních interakcí.“ [Chen 1998: 260]

2.2. Fenomenologický přístup

Všemi dostupnými texty proplouvá shoda na volbě fenomenologického pohledu při zkoumání účinků walkmanu jako toho nejvhodnějšího. Není to náhoda. Vzhledem k tomu, že chceme zkoumat svět fenoménu walkman zevnitř, abychom mu mohli co nejlépe porozumět, fenomenologický výzkum se nám přímo nabízí. Těžko bychom odhalili vnitřní struktury tohoto jevu, aniž bychom se do něj ponořili – alespoň prostřednictvím jedinců, kteří jsou ochotni o svých zkušenostech vypovídat. K tomu nám nejlépe poslouží metodika kvalitativní sociologie.

Kvalitativní výzkum je takový, který nedosahuje výsledků pomocí statistických procedur ani jiných kvantifikačních způsobů. Takový výzkum se nesnaží vypovídat o populaci, nýbrž o fenoménu. Většinou se používá na exploraci nebo kazuistiku. V našem případě mapování terénu světa uživatelů walkmanu pasují obě tyto funkce. Jeho základem je „grounded theory“. Teorie je v takovém případě induktivně odvozována ze zkoumání jevu, který reprezentuje. Je odhalena, vytvořena a prozatímně ověřena systematickým shromažďováním údajů o zkoumaném jevu a analýzou těchto údajů. Začínáme zkoumat určitou oblast a teprve poté z ní extrahujeme to, co je podstatné. Teorii vytváříme a ne ověřujeme již předem vytvořenou teorii. Tato teorie prezentuje realitu a proto by měla být dostatečně srozumitelná. Hlavním cílem je vytvoření teorie, která věrně odpovídá zkoumané oblasti a vysvětluje ji. Kvalitativní výzkum se snaží interpretovat pohledy subjektů na zkoumaný předmět tím, že výzkumník přejímá jejich perspektivu. Jde o porozumění jednáním a významům v jejich sociálním kontextu. Úkolem kvalitativního výzkumu je vytvoření holistického obrazu zkoumaného předmětu, zachycení toho, jak účastníci procesů situace interpretují a zachycení interpretací těchto interpretací. [Strauss & Corbinová 1999: 158–183]

2.2.1. Kořeny fenomenologie v sociologickém zkoumání

Fenomenologický výzkum má své kořeny v pracích Alfreda Schütze, který přetransformoval základní filosofickou fenomenologickou terminologii (*LebensWelt, žitá zkušenost, reflexivní postoj...*) do sociologického jazyka. Tento záslužný čin vykonal v knize „Smysluplná výstavba sociálního světa“ z roku 1932. Zde uvedl do sociologie téma každodennosti, všedního světa a zdravého rozumu jako netoliko legitimní, ale dokonce dominantní témata sociologického studia. Pokládá tak základy fenomenologické sociologie, jejímž smyslem je usilovat o interpretativní porozumění jednání, aby takto porozuměla průběhu a účinkům jednání.

„Sociologie ... má znamenat vědu, která chce sociálnímu jednání porozumět pomocí výkladu a tím ho kauzálně vysvětlovat v jeho průběhu i v jeho účincích. Jednání má přitom znamenat lidské chování (lhostejno, zda vnější nebo vnitřní konání, opomíjení nebo trpné snášení), tehdy a potud, pokud jeden nebo více jednajících spojují toto chování s nějakým subjektivním *smyslem*.“
[Weber 1998: 136]

Lidské jednání v pojetí fenomenologické sociologie nejen konstatujeme, ale i chceme a můžeme mu porozumět. Základní fenomenologickou metodou je reflexivní přístup, kdy se ptáme, proč co jak je, kam se to odráží etc. Jako celek tato nová koncepce přináší mj. zásadní metodologické důsledky (odklon od statistiky, příklon k interpretaci / porozumění..) a stává se tak hlavním podkladem pro vznik fenomenologického výzkumu, který je oporou všech dostupných kvalitativních studií na téma fenomén walkman.

2.3 Schafer a „zvuková krajina“

Jedno z mnoha kouzel fenoménu walkman je, že umožňuje pohyb prostorem v konkrétním – námi zvoleném – zvuku. Walkman se stává personifikací přenosné/mobilní, osobní zvukové krajiny, která nahradí tu zvukovou krajinu, kterou bychom za normálních okolností zakoušeli. Koncept zvukové krajiny je nezbytný pro

nahlížení fenoménu walkman (minimálně proto že se o něm zmiňují všechny dostupné studie týkající se fenoménu walkman) a je naší povinností si jej objasnit; kdy se vůbec v sociálních vědách poprvé zjevil a kdo s ním přišel.

Zkoumání vizuální stránky současné kultury západního světa má v sociálních vědách jasnou dominanci oproti té zvukové. Náš svět je dnes vizualitou naprosto ovládan, nicméně od určitého bodu se začíná věnovat jistá pozornost i vlivu zvuku a jeho přemnožení v našem světě. První takovou prací je pionýrská kniha Raymonda Murray Schafera „The Tuning of the World“ z roku 1977, neboť do té doby byla role zvuku v kulturních a mediálních studiích téměř zcela přehlížena. [Bull 2001]

Murray Schafer zde zavádí klíčový termín „zvuková krajina“ k popsání celistvé zkušenosti akustického prostředí. Tento termín tedy pojímá všechny druhy hluků – musikální, přírodní i technologické. Schafer, povoláním skladatel, chtěl zkoumat proměny historické a kulturní konfigurace zvukových krajin. Argumentoval, že je nezbytné porozumět tomu, jaký vliv má konfigurace zvuků v našem prostředí na utváření lidského chování. Schafer popisuje současné zvukové krajiny v termínech jako „schizofonie“, čímž měl na mysli, že dnešní zvukové krajiny jsou satureovány zvuky, které nemají už pranic společného se svými přirozenými zdroji. Například lidský hlas už dnes vůbec není vázán ústy, nýbrž díky technologiím může bez omezení plout kdekoliv krajinou. Právě tomu říká Schafer technologické zvuky. Ačkoliv Schaferovo zkoumání otevřelo svět pro zkoumání z hlediska zvuku, v mediálních a kulturních studiích je dodnes jeho práce stále velmi opomíjena. Důvody pro takové opovržení jsou zřejmé: Schaferovy studie jsou hluboce prostoupeny antipatií k technologickým zvukům. [Bull 2001]

„Termín ‚krajina zvuku‘ tedy odkazuje k našemu sonickému prostředí a obsahuje nejen přirozené, přírodní zvuky, například vlny narážející na pláž, ale i kompozice a zvukové skulptury rozprostřené prostorem, třeba zahradou se všemi těmi zvuky, které lákají a zvou člověka k poslechu.“

[Pinch & Bijsterveld 2004: 642]

2.3.1. Městská versus přírodní zvuková krajina

Základní podstata konceptu zvukové krajiny je nám tedy již jasná. Stejně jako podvědomě cítíme jeho souvislost s městským prostředím. S městy a velkoměsty je ostatně spjat primárně i hlavní hrdina této práce a jsou to právě zvukové krajiny těchto urbánních celků, vůči nimž se walkman staví do teoretické opozice. Nabízí tak jakýsi třetí vrchol trojúhelníku tam, kde do té doby existovaly jen dva póly – městský a rurální. Třetí možnost tam, kde do té doby panovaly jen dvě.

Jedna z Schaferových hlavních tezí se točí okolo fundamentálního rozdělení na Hi-fi a Lo-fi⁴ krajiny. [Schafer 1994: 9-18] Popíši je pouze zběžně, v principu jde o dvě základní krajiny zvuku. Hi-fi krajina je v jeho koncepci spjata s venkovskou krajinou, neboť umožňuje posluchači lépe „zapadnout“ do prostoru skrze nízkou hladinu hluku a větší hloubku zvukové perspektivy. Zvyšuje to tak nejen jeho příjem sonických informací, ale i posiluje symbiósu mezi krajinou a zdrojem zvuku: to jak je zvuk reflektován, rozkouskován a absorbován krajinou jej obohacuje o specifické akustické charakteristiky. Například ozvěna v horách může zmnohonásobit a zacílit i třeba jen slabý šepot.

„Krajina je tak v důsledku svázána se zvukem: prodlužuje jeho přirozenou délku života, filtruje frekvence či násobí jeho interní rozmanitosti.“

[Arkette 2004: 161]

Zde máme tedy Schaferův idylicky kladný pól šťastného království zvuku, kde vynikne sebemenší detail a kde je jasně znát vyzdvižení přirozeného prostředí, kde se zvuk zrodil a kam patří. Jak tedy vypadá druhá strana?

Lo-fi krajina je v Schaferově koncepci představována především městským prostředím, které vytváří zredukovanou, kompaktní versi sonické vrstvy. [Arkette 2004: 162] Takováto sonická komprese vede k redukci posluchačova aurálního prostoru, neboť jakýkoliv vzdálenější zvukový materiál je smazán – neexistuje pro něj, poněvadž jej

⁴ Hi-fi a Lo-fi jsou zkratky pro Hi-fidelity a Low-fidelity. Označení pro vysokou a nízkou kvalitu reprodukce v oblasti elektroakustických medií.

nemůže slyšet. V protikladu s přírodou tedy města, dle Schafera, generují neproniknutelné zvukové stěny, které izolují jednotlivce od jeho přirozeného akustického prostředí. Jedinec tedy nemůže echo-lokalizovat ve městě sám sebe, čímž trpí jak jeho pocit z místa samotného, tak i část jeho identity. Rozmanité a dlouhé zvukové oblouky, charakteristické pro Hi-fi krajiny, jsou bezútešně prostřihány a neprůhledně přikryty. Na jejich místo nastoupil všudypřítomný hluboký bzukot - basový šum. Jeho nejlepším představitelem je klimatizace. Po celém městě bzučí její motory a na střeších i uvnitř budov. Hučí všude stejně, hukot postrádá začátek i konec, charakteristiky, které nám dávají informace o zdroji zvuku – tak typické pro přirozený přírodní zvuk.

„Původní zvuky jsou pevně svázány s mechanismy, které je produkují. Elektroakusticky reprodukováné zvuky jsou kopie a mohou být kdykoliv restartovány v jiný čas nebo na jiném místě. Užívám toto ‚zneklidňující‘ slovo proto, abych přidal na dramatičnosti tomuto mimo-původní-smysl-jdoucímu důsledku tohoto výdobytku dvacátého století.“

[Murray Schafer, 1994: 273]

Tón knihy samozřejmě odpovídá době svého vzniku a definitivní desilusi z vývoje velkoměst v sedmdesátých letech minulého století.

Ostatně hodnocením jsou silně zatíženy i oba Schaferovy póly. Hi-fi a Lo-fi krajiny zvuku jsou vystavěny jako zřejmé hodnotící protiklady. V Schaferově chápání jsou všechny industriální, komerční či dopravní hluky – jeho slovy: technologické zvuky – vnímány jako zlí znečišťovatelé sonického ovzduší. Čtenář sám necht' si rozmyslí, zda je takové vnímání města přehnané či není. Tato práce sleduje jiný cíl, takže nám zmíněné dvě nálepky zvukové krajiny poslouží jako konstrukce ideálních typů, které budou stát na dvou koncích kontinua.

Tento pododdíl má hlavní cíl ukázat, do jakého koncepčního rámce situuji fenomén walkman (jakkoliv se budu věnovat i jevům přesahujícím tento rámeček) a představit pro takovou práci naprosto základní koncept „krajiny zvuku“. Walkman totiž přichází jako dokonalá třetí cesta oproti dvěma pólům popsáním výše. Umožňuje pohyb,

ať už skrze přírodní zvukovou krajinu nebo tu městskou, aniž by nás nějak ovlivňovalo jejich původní sonické prostředí se svými zákonitostmi. Jedná se o dokonalý nástroj ošálení smyslů, neboť při jeho použití se ponoříme do naprosto odlišné zvukové krajiny, mnohem osobnější a privátnější. Dochází tak k jasnému a záměrnému oproštění se od zvukové krajiny v níž se fyzicky nacházíme.

„Celý koncept ‚zvukové krajiny‘ má hlavně za cíl zvýšit povědomí lidí o jejich akustickém prostředí tak, aby mohli hrát aktivní roli v jeho následné transformaci: eliminovali hluk, jenž činí uši méně citlivými, a zároveň zachovali ty zvuky, jejichž sémantika má klíčový podíl na definování jejich komunity nebo okrsku.“ [Arkette 2004: 161]

Musíme mít tedy na paměti, že celý koncept „zvukové krajiny“ je jen ideálně-typickou konstrukcí, která nám pouze slouží k co největšímu porozumění fenoménu walkman.

2.4. Walkman a reprodukce uměleckého díla

Stojí rozhodně za povšimnutí analogie Schaferova rozhořčení nad neautentičností elektroakusticky reprodukováných zvuků s hlavní tezí slavné práce Waltra Benjamina „Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti“ (česky 1979).

„I při vysoce dokonalé reprodukci odpadá jedno: ‚Zde a Nyní‘ uměleckého díla – jeho neopakovatelná existence na místě, na němž se nalézá.“ [Benjamin 1979: 19]

nebo o kus dále

„Můžeme to, co se ztrácí, shrnout pod pojmem aura a říci: ve věku technické reprodukovatelnosti uměleckého díla zakrňuje jeho aura.“ [Benjamin 1979: 20]

a konečně

„A reprodukce, jak ji pohotově poskytují ilustrované časopisy a filmové týdeníky, se zřetelně liší od obrazu. V něm se neopakovatelnost a trvání proplétají stejně úzce jako prchavost a opakovatelnost u reprodukce. Vyloupnout předmět z obalu, do něhož je zahalen, zničit jeho auru, to je znak vnímání, u kterého smysl pro stejné ve světě tak vzrostl, že si prostřednictvím reprodukce vynucuje standardizaci jedinečného.“ [Benjamin 1979: 21]

Co se vztahu této slavné teze k fenoménu walkman týče, nebude náročné se s ní vypořádat. Walkman je totiž ze své podstaty založen na elektroakustické reprodukci reprodukováného zvuku. Ať už si totiž ve walkmanu pouštíme jakékoliv medium, vždy se jedná o zvuk přenesený v záznam. Walkman je tedy ukázkovým produktem možnosti reprodukovat umělecká díla. Mohli bychom se teoreticky pouštět do opačných úvah, jestli není možné, že walkman dává vznik jakési auře nové generace tím, že umožní prožívat záznam novým stylem, ale obávám se, že prožitek z reprodukce se nikdy nemůže vyrovnat tomu absolutnímu „zde a nyní“ a takováto aura, sebevíce výjimečná, bude vždy jen odvarem z aury původní. Samozřejmě se jedná pouze o auru možnou, neboť stejně jako nemusí vzniknout při poslechu záznamu, rovněž nemusí k jejímu vzniku dojít ani při produkci „zde a nyní“. Za zmínku rovněž v této souvislosti stojí specifický druh záznamu, jehož obsahem je nahrávka, kterou není možné zreprodukovat živým hraním a jejíž specificky studiový vznik ji tak predestinuje výhradně k poslechu ze záznamu; nevzniká tedy aspoň v takovýchto případech něco specificky autentického? Druhý pohled nám však ukazuje, že jde jen o logické vyústění situace – tedy vznik této specifické kategorie, jež se liší pouze tím, že možnost prožitku „zde a nyní“ postrádá – je o ni prostě ochuzena. Walkman totiž od svého počátku závodí v úplně jiné disciplíně a proto je nesmyslné se snažit jeho možnosti jakkoliv porovnávat s živou hudbou a podsouvat mu hodnocení z hlediska autentičnosti a jedinečnosti.

2.5. Od zvukové krajiny k privatizaci veřejného prostoru

To, že jsou walkmany ze své podstaty přenosné a přímo tak implikují přenosnou, mobilní zvukovou krajinu, z nich činí zajímavý objekt pro nazírání z hlediska sluchového prožívání prostoru. Jak jsme již zmínili výše, Schafer se zmiňuje o echo-lokaci v Lo-fi krajině, dochází však k nějakým změnám prožívání prostoru se sluchátky na hlavě? Mění nějak fakt, že ona přenosná zvuková krajina existuje vlastně jen v naší hlavě mezi pravým a levým sluchátkem, vnímání či prožívání prostoru? I to se musíme pokusit vyjasnit, neboť i to je obsahem fenoménu walkman.

Jednu z prvních prací na toto téma vypracoval S. Kracauer, raný spolupracovník Adorna. Jeho práce se zabývala posluchači rádia a obzvláště těmi, kteří rádio poslouchali pomocí – tehdy aktuálního vynálezu – sluchátek. Kracauer v Berlíně dvacátých let minulého století sledoval, jak se změnilo vnímání prostoru, v tomto případě obývacího pokoje, kde posluchač se sluchátky na hlavě radio poslouchá:

„Kdo by mohl odolat pozvání těch lákavých sluchátek? Zářící si v obývacích pokojích a obmotají se kolem hlavy vlastní pomocí; a namísto pěstování ušlechtilé konverzace (která samozřejmě může přejít v nudu), se jedinec stává hrací plochou pro Eiffelovy zvuky, které, pomineme-li i jejich potencionální nezábavnost, ani nedávají dotyčným nárok na osobní nudu. Ztichlí a bez života, sedí lidé jeden vedle druhého, jakoby jejich duše bloudili někde velmi daleko. Avšak tyto duše nebloudí dle svých vlastních preferencí; novinářští psi je nahání, a brzy už nikdo nebude moci rozpoznat, kdo loví a kdo je loven.“

[Kracauer 1995: 333]

Takoví posluchači rádia se tedy domněle vyřezávají z prostoru a přestávají komunikovat na do té doby běžné úrovni. Přestávají se družít se svými blízkými a namísto toho volí společnost hlasů z éteru. To je možné jen díky technice samotného media. Právě díky radiu a sluchátkům dostávají poprvé tuto možnost „cíleně“ se přesunout „někam jinam“. Z poslední věty citace je zřejmé, že i v Kracauerově případě se

rozplývá hranice mezi tím, odkdy je tento zážitek jen přijímán a odkdy už je cíleně tvořen. Jak tvrdí Michael Bull:

„Tato obojakost týkající se místa a významu, jenž ona zkušenost nese, je raným příkladem prostorové a konceptuální reorganizace zkušenosti typické pro užívání walkmanu.” [Bull 2001: 184]

Jak jsme ale již podotkli výše, walkman se od radia liší v jednom klíčovém bodě: je ze své podstaty mobilní. A tak stejně jako v Kracauerově případě radio transformuje vnímání prostoru v obývacím pokoji, tak walkman mění pouliční prostor ve městě.

„Pozměněná sociální dynamika obývacího pokoje je přenesena ven do ulic.” [Bull 2001: 184]

Dochází tedy nejprve k privatizaci již soukromého prostoru v obývacím pokoji a paradoxně až posléze k privatizaci veřejného prostoru v ulicích města. Tato privatizace je oboustranná. Vnímá ji jak uživatel walkmanu, který si tím vymezuje své soukromí, tak pozorovatel, který je nucen brát za fakt, že se dotyčný uživatel se rozhodl částečně vydělit z veřejného prostoru. Jako radio umožnilo posluchačům dát průchod své tužbě po zprivatizování jejich tužeb, tak walkman dal těmto tužbám další rozměr. Technologie radia a stejně tak i walkmanu, je tedy užita k upřednostňování zkušenosti posluchače, který se tak může nechat odnést „ pryč ” do estetizovaného prostoru radiových vln či zvuku z media ve walkmanu.

„Co ale zůstává jasné, je svůdnost radiových zvuků pro uživatele, který je odnesen pryč ze své domácí nudy do magického rámce pospolitosti skrze ‚ vzdálené ’ a svůdné zvuky radia.” [Bull 2002: 86]

Faktem tedy zůstává, že ona privatizace prostoru má sociální konsekvence, neboť se stává jednáním nesoucím význam. Je jím dáváno najevo upřednostnění privátního prostoru nad veřejný. Na to, jak tuto změnu popisují samotní uživatelé a jak ji vnímají, se

podíváme později. Opět se zde však ukazuje základní sepětí fenoménu walkman s urbánním prostředím. Jakkoliv budeme v následující části občas citovat i jiné než městské zkušenosti a jakkoliv můžeme walkman z jeho podstaty používat, kdekoliv se nám zamane, tak jeho kultura a způsob užití jsou s městským prostředím nerozlučně spjaty: vznikly v něm, byly pro něj primárně určeny, vyrostly v něm a nejjasněji v něm vyniknou. Je tomu tak právě proto, že v městském prostředí se odráží historické upřednostňování veřejné sféry nad privátní.

„Právě v kontextu vzrůstajícího významu domácí sféry a privatizovaných forem kulturního chování – dívání se, poslouchání, atd. – se walkman stává tak nejednoznačnou technologií. Protože může být a je používán v domovech ... ale přitom je primárně designován a obchodován pro mobilní privátní poslech *na veřejnosti*. ... Jinými slovy, zatímco tu hlavně dochází k stabilnímu pohybu pryč z veřejných do nadřazených privátních způsobů pozorování a poslouchání, Walkman je znakem významné inverze v tomto procesu tím, že *bere privátní poslech do veřejného rámce*.“ [Du Gay et al. 1999: 114]

3. Základní úroveň efektů fenoménu walkman

Prožívání fenoménu walkman samotnými uživateli má dvě úrovně. První je obecnější a snaží se přiřknout jevům zažívaným při užívání walkmanu dva směry – vektory, v nichž se walkman rozpíná a rozsévá své specifické změny. Druhá je již poměrně konkrétní, snaží se jevy více třídit a přesněji formulovat jejich podstatu svými názvy. Na fenoménu walkman je fascinující všudypřítomná nejednoznačnost. Nelze označit nějaký efekt za dominující nebo nadřazený. Všechny jsou implikovány samotným walkmanem a jejich vzájemná propletenost se promítá do všech výpovědí i do všech

následných studií. Pokusíme se tedy aspoň představit si ty koncepce, které nám dají nejúplnější představu o co nejvíce možných rozměrech fenoménu walkman.

Jeden z prvních výzkumů si nechala udělat sama společnost Sony. Motivací tohoto šetření byl sice výzkum trhu, ale jeho výsledky jsou relevantní dodnes. Přinesly totiž dva partikulární typy užití walkmanu: „obohacení“ a „únik“. [Du Gay et al. 1999: 92] Jak bylo konstatováno výše, tyto dvě kategorie jsou navzájem propletené, jak uvidíte i v následujících charakteristikách.

3.1. Obohacení

První z nich – „obohacující“ efekty – odkazuje ke způsobům, které umožňují hudbě stát se prostřednictvím walkmanu mobilní a dávají tak jedincům možnost vytvořit si své vlastní soundtracky nahrazující původní zvukové prostředí. Velmi precizně to definuje ve své slavné studii (The Walkman Effect) Shuhei Hosokawa:

„...poslouchání walkmanu v ulicích se zdá být de-teritorialisovaným poslechem“. Způsobuje, že všechny druhy důvěrné zvukové krajiny jsou transformovány touto jednoduchou akustickou zkušeností koordinovanou skrze uživatelovu vlastní chůzi, která plodí autonomní „prostor uvnitř hlavy“ mezi jeho Já a jeho okolím za účelem vymezit se vůči – ne stát se důvěrným s – oběma z nich. Výsledkem je mobilita Já. Walkman tedy překračuje akustickými designery předurčenou hranici. Umožňuje nám vydat se vstříc autonomnímu pluralisticky strukturovanému uvědomování si reality, ale ne směrem k do-sebe-uzavřenému uprchlictví nebo narcistické regrese.

Mohli byste si pokládat otázku, jak může walkman ... interferovat s městskou akustikou bez toho, aniž by měl reálný dopad. Odpověď zní: skrze akt *chůze*.“ [Hosokawa 1984: 175]

Mohlo by se zdát, že tento efekt působí pasivním a odcizujícím dojmem, ale není tomu tak. Většina uživatelů walkmanu totiž tento efekt popisuje přesně naopak. Mluví o velmi aktivním a kreativním prvku, který obohacuje a zbystřuje jejich vztah k vnějšímu

prostředí. Činí je rozmanitějším, plnějším a bohatším. [Du Gay et al. 1999: 93] O tom, jak se to promítá například v popisech „filmovosti“ těchto zážitků, pojednáme později.

3.2. Únik

Druhý z nich – únik – je asi nejjednodušší a nejvhodnější ilustrovat na situacích, kdy je walkman užíván při cestování prostředky městské hromadné dopravy, ať už přeplněnými či jen hlukem-nasáklými vlaky, vagony metra, autobusy, tramvajemi. Walkman může v těchto soukromí popírajících prostředích poskytnout alespoň aurální ilusi osobního prostoru, protože ve zbylých smyslech se jí v takové chvíli nedočkáte ani omylem. Takové jednání by mohlo svádět k normativnímu odsouzení, avšak

„...zatím není zřejmé, že by tento druh užívání vedl k úpadku obecných mravů. Přesněji, nejsou známy důkazy, které by naznačovaly, že tento takzvaný ‚privatizovaný poslech‘ je neodělitelně ‚rušivý‘ pro ty, kteří jsou v něm angažováni – přestože v závislosti na hladině hlasitosti v jaké tento poslech probíhá, by se tak mohlo dít pro ty, kdo stojí nablízku.“ [Du Gay et al. 1999: 92]

Walkman zde tedy funguje jako medium pro záměrný únik z podmínek, které nejsou ze své podstaty příliš pozitivní, či tak alespoň nejsou uživateli vnímány. Únik do privatizovaného prostoru, který je založen na blokaci vnějších ruchů. Tento pocit je však rozšiřován dalšími rozměry fenoménu walkman. V celé této části práce se budou jeho efekty neustále míchat a navzájem proplétat.

„Ne, že bych zrovna nutně cítila, že tam jsem. Obzvláště když poslouchám svůj walkman. Cítím se, jako že jsem tam, kde je můj walkman, to je díky tomu způsobu, jakým ke mně promlouvá. A promlouvá tak jenom a jenom ke mně. Nikdo jiný okolo mě to nemůže slyšet ani poslouchat. Takže cítím, že jsem ve vlaku, ale nejsem tam doopravdy ... Mám ráda ten pocit, že tam se mnou někdo pořád je.“ (Mandy) [Bull 2002: 93]

Říká jedna z respondentek výzkumu Michaela Bulla. Toho času totiž strávila denně cestováním do práce a z práce čtyři hodiny. V její výpovědi jasně vidíme zmínku o privatizaci veřejného prostoru, která ji pomáhá v tom překonat samotu cestování vlakem. Poskytuje jí to jakýsi kousek kýženého soukromí, právě díky volené krajině zvuku, která je jí bližší než technologický hluk, který je nedílnou součástí cestování městem.

„Protože když nemám všude okolo sebe ten vnější hluk, cítím se jako bych byla trošku ve svém vlastním světě, protože nemůžu tak úplně slyšet všechno, co se děje okolo mě.“ (Mandy) [Bull 2002: 94]

Velmi přesně to shrnuje sám Michael Bull, když právě na případu Mandy ukazuje, v čem tkví obojakost onoho pocitu.

„Užívání walkmanu tedy vytváří prožitek jakéhosi ‚zakuklení‘ tím, že separuje uživatele od světa okolo něj a zároveň vytváří jakýsi jiný ‚prostor‘, na jehož úkor uživatel sice navenek vstupuje do veřejného rámce komunikační ‚kultury‘ skrze osobní akt vnímání, pročež je jím postupně plně pohlcen. Mandy, například, sebe samu nevnímá, jako že je ‚sama‘, ale chápe, že ani není ‚dopřavdy tam‘. Tato nejednoznačnost vnímání prostoru v mediovaných zvukových krajinách je velmi podobná Kracauerovým závěrům ohledně posluchačů radia.“ [Bull 2002: 94]

Prvotní dělení efektů vlastních fenoménu walkman je tedy dáno. Každý další podefekt by se dal podkreslit určitým poměrem těchto dvou základních vektorů, ve kterých se účinky fenoménu walkman realizují. Zároveň se ukazuje, jak se nám budou neustále motat pod nohy koncepty zvukové krajiny, privatizace veřejného prostoru atd. Všechno jsou to stavební kameny fenoménu walkman a jsou tak jeho nedílnou součástí. Tento pododdíl uzavřeme velmi výstižnou citací slov mladé ženy, která roku 1989 popsala časopisu *The New Yorker Magazine* svou zkušenost s walkmanem, za povšimnutí rozhodně stojí její postoj k přirozenému zvuku zvukové krajiny města a její vysvětlení, co

všechno se vlastně použitím walkmanu mění. Průzračně odráží propletenost „úniku“ a „obohacení“.

„Vím, co si lidé, kteří nepoužívají walkman, myslí o nás ostatních. Vím to, protože se mě ptají, jestli si myslím, že je to dobrý nápad nosit takhle všude sluchátka, jako by to mělo být něco přirozeného nebo povzbuzujícího, vystavovat sebe sama té kakofonii, řekněme, při chůzi po chodníku vedle staveniště během dopravní špičky. Když se stane, že mi dojdou baterky a já jsem nucena poslouchat to, o co jakože přicházím a já, vyjma občasných vzrušujících útržků konverzace, si myslím, že to rozhodně za moc nestojí. Za to když poslouchám walkmana, tak se naladím jinam nejenom já. Ale také zároveň naladím i jiný soundtrack pro scénérii, která mě obklopuje.“ [Du Gay et al. 1999: 93]

4. Efekty fenoménu walkmanu pod drobnohledem

V této části postupně projdeme několika studiemi, týkajícími se fenoménu walkman a jeho účinků. Všechny čtyři studie (Investigating the Culture of Mobile Listening: From Walkman to iPod z roku 2006, The Seduction of Sound in Consumer Culture: Investigating Walkman Desires z roku 2002, The World According to Sound: Investigating the World of Walkman Users z roku 2001, všechny tři od Michaela Bulla, a Electronic Narcissism: College Students' Experiences of Walkman Listening z roku 1998 od Shing-Ling S. Chen) vycházejí z metodologie fenomenologického výzkumu a prostřednictvím rozhovorů s jedinci, kteří walkman užívají, a následnou analýsu těchto záznamů, se snaží konstruovat hrubou představu světa fenoménu walkman zevnitř. Díky tomu, že zkřížíme výsledky všech čtyř, docílíme (v rámci našich možností) co nejúplnějšího obrazu.

Nejdříve si prozkoumáme práce Michaela Bulla, který se věnuje tématu walkmanu již delší dobu a jeho tři studie jsou vzájemně propletené. Posléze porovnáme jejich výstupy s prací Shing-Ling S. Chen, která zkoumá walkman prizmatem elektronického narcismu.

4.1. Osobní vztah k hudbě

Hlavní část práce se odráží od podtržení významu hudby v běžném životě uživatelů walkmanu. Uživatelé řeší problémy ohledně toho, kterou kazetu si do svého walkmanu vybrat, neboť je to pro ně mnohem důležitější rozhodnutí, než volba hudby pro poslech v prostředí domova.

„Hudba je pro mě hodně osobní věc a obzvlášť když jde o hudbu do walkmanu. Do něj si berete ty, který máte opravdu v oblíbě, všechny ty osobní písničky, dáte si je na kazetu nebo cédéčko a posloucháte je podle vašeho výběru na vašem walkmanu. Takže já si myslím, že hudba, kterou posloucháte ve svym walkmanu je víc osobní než ta, kterou posloucháte doma.“ (Sue) [Bull 2001: 185]

Toto je velmi důležité podchytit, neboť právě fakt, že hudbu si každý do svého walkmanu volí podle svých vlastních preferencí, přispívá nepopíratelně k více osobnímu vztahu ke zvukové krajině, která je skrze walkman konstruována, projektována a hlavně prožívána. Pokud by nám někdo pouštěl hudbu, která by nám byla silně proti srsti, těžko by mohlo dojít k nějakým hlubokým osobním prožitkům. Ruku v ruce s tímto intimním vztahem k hudbě, který implikuje walkman svou podstatou, dochází ke vzniku intimního vztahu ke zkušenosti prožívání walkmanu. Celá zkušenost je pak vnímána jako intimní a sféra v níž se uživatel při poslechu pohybuje tedy dostává skrze privatizaci i ryze intimní charakter.

4.2. Emoční stabilizátor

Tento vztah se samozřejmě logickou progresí dále rozvíjí. Dochází ke vzniku osobních asociací s tou-kterou kazetou a následně je hudba využívána k dosažení kýžené nálady.

„Když mám špatnou náladu, tak si vezmu walkmana. Mám tuhle kazetu s tvrdým rockem a tu si pustím. ... Když se ráno vzbudím (budí mě rádio), první písnička, kterou uslyším, mi pak zůstane v hlavě celý den. Takže si pustím walkmana a snažím se jí tak zbavit. Budu si přehrávat tu nejoblíbenější písničku z té kazety, kterou zrovna mám ve walkmanu ...“ (Jade) [Bull 2001: 185]

„... Když jsem vystresovaná, nebo když nevím, kde jsem a podobně. Poslouchám tyhle dvě kazety a vždycky, vždycky fungují. ... Udrží mě tam, kde chci být. (Karin) [Bull 2001: 185]

„Normálně mám ráno tendenci poslouchat tenhle druh hudby (Hard Core) a to mě opravdu probudí.“ (Kim) [Bull 2001: 186]

„Dáš si tam písničku, která ti dělala dobře v minulosti. To tě tak – jakože probudí. Nabije tě to adrenalinem.“ (Sara) [Bull 2001: 186]

Zde vyplouvá na povrch ona funkce již zcela zřetelně. Uživatelé walkmanu mají velmi často ve zvyku udržovat si prostřednictvím walkmanu svou náladu nebo nějaký specifický kýžený stav mysli. Toho se dosahuje prostřednictvím té správné kazety nebo písničky. Logicky tedy roste potřeba walkmanu v životě oněch uživatelů a posléze se tento trend užívání walkmanu k záměrné stimulaci emocí či nálady dostává z výjimečných situací do běžného každodenního života. Walkman je tedy používán jako „emoční stabilizátor“.

„Naplní to prostor okolo, zatímco kráčíš. Taky to změní atmosféru. Když posloucháš hudbu, kterou máš opravdu rád a cítíš se hodně špatně, tak to může změnit atmosféru okolo tebe.” (Catherine) [Bull 2002: 90]

Umožňuje uživatelům lépe konfrontovat úkoly, které na ně čekají, alespoň co se stavu myslí týče. Například mnoho z nich vypovídá, že dorazili do práce s mnohem lepší náladou, pokud po cestě poslouchali svůj walkman. [Bull 2001: 189] Potřebují jej mít s sebou i na cesty, minimálně pro případ „co-kdyby”. Stačí však zapomenout tu správnou kazetu a rázem je walkman k ničemu. Totéž platí pro případ, nedejbože, když dojdou baterky. [Bull 2001: 185] O tomto problému však později. Walkman má totiž velmi významnou spojitost s cestováním nejen po městě.

4.3. Walkman a cestování

Nejen cestou do práce a do školy poslouchají uživatelé svůj walkman. Berou si jej s velkou oblibou i na dovolenou. Walkman totiž funguje jako jednoduchý přenašeč pocitů, které jsme si vytvořili s tou-kterou hudbou, doma i na dovolené.

„Používám ho při polehávání na pláži. Potřebujete přeci hudbu, když se opalujete. Jsou tam vlny a vůbec všichni okolo. Potřebujete svojí hudbu. V letadle jsme poslouchaly Enigmu a podobný věci. Pasovalo to ... oživuje to všechno okolo. Všechno je celou dobu na vyšším stupni. Dělá to věci namakanějšími. To vás nabudí. Všechno se děje.” (Donna) [Bull 2002: 91]

„Beru si ho všude, kam jedu (do Káhiry). Vždycky mi umožňuje připadat si v myšlení, jako že jsem doma. Dokáže mi vnuknout pocit, jako bych byla zpátky. Jenom jste s někým jiným.” (Dina) [Bull 2002: 91]

V tomto případě tedy dotyčné walkman slouží k vnitřnímu návratu domů, ale samozřejmě umí fungovat i opačně. Tedy doma vám může připomínat krásy zažité na

dovolené. Mohli byste namítnout, že to lze i díky nějaké písni hrající z radia, ale pointa je v tom, že walkman může vytvořit vzpomínku s určitým procházeným úsekem. Například budete poprvé stoupat po schodech na Eiffelovu věž v Paříži a za opojného ranního slunce budete poslouchat při výstupu svůj walkman. Pokud vše zafunguje, jak má a onen moment se vám ve své plnosti vryje do paměti, bude vám poslech té stejné hudby doma připomínat přesně tuto chvíli. Walkman tedy může fungovat jako jakýsi pomocník při záznamování a vyvolávání pocitů, nejen tedy jejich stabilizaci a navozování.

„Cítím to teplo, ale neotravuje mě všechn ten bordel okolo mě. Můžu ho eliminovat a díky tomu tak vytřískat mnohem víc z toho, co mi oceán může nabídnout. Můžu si užívat. Cítím, že když poslouchám svojí hudbu, tak mnohem víc přitahuju sluneční paprsky. Neotravují mě křičící haranti a všechn ten řev, kvůli kterým jsem sem rozhodně nepřišla. Přišla jsem kvůli tomu, abych dosáhla harmonie se sluncem a mořem. Při cestě letadlem tam i zpátky posloucháte jinou hudbu, ale pomáhá mi to uklidnit mojí mysl a zacentrovat se a cítit, že díky tomu, že jsem si vzala tuhle kazetu, se mi to daří celý den a já cítím, že jsem schopná využít víc z toho dne a víc mu dát. Nevim, jestli je to dobře nebo špatně, ale takle to prostě cítím.” (Jay) [Bull 2002: 92]

Uživatelé se (mnohem více než na zkoumání svého okolí) zaměřují na prožívání své nálady a stavu. Walkman slouží jako medium, které vyladí do harmonie jejich kýženou náladu s okolním prostředím. Zcentruje jejich pozornost, skrze efekt privatizace veřejného prostoru a pocit větší intimity, dovnitř sebe samých a následně začíná k obrazu svému přetvářet i okolí. Jak se to děje, nahlédneme v dalším pododdílu. Hudba se tedy stává klíčovým prvkem, jehož prostřednictvím dochází k rekonceptualizaci vnímání prostoru. Tento proces je o to snazší, plynulejší a přirozenější, o co méně uživatele ruší zvuková krajina prostředí, v němž se uživatel pohybuje. Takže co se hlasitosti týče, hudba je vždy přehrávána tak nahlas, aby přehlušila industriální zvuky města.

„Potřebuju to mít nahlas, kvůli všemu tomu hluku a tak. Nejvíc nahlas to musím dávat v metru. Často to mám tak nahlas, že neslyším vůbec nic jiného.“
(Matt) [Bull 2001: 187]

4.4. Estetizace každodenní reality

V jednom z předchozích oddílů jsme se již zmiňovali o změnách ve vnímání prostoru. Přehlušení ruchu velkoměsta k němu samozřejmě přispívá nemalou měrou. Michael Bull si všímá, že když uživatelé popisují tuto změnu ve vnímání prostoru, tak velmi často sahají po estetické terminologii a solipsistických pojmech. Popisují, jak jim walkman dává neviditelnou skořápku, ve které se reformulují hranice kognitivního a fyzického prostoru. [Bull 2001: 187]

„Přijde mi, že to vytváří jistý druh aury. Tak trochu. Ačkoliv to je jenom v tvých uších, zdá se ti, jako že je to kolem celý tvojí hlavy, protože jdeš. Moc dobře si uvědomuješ, že to slyšíš jen ty. Jenom ty. Moc dobře jsem si vědom tohohle osobního prostoru. ... Je to pro mě trochu divný pozorovat věci, který si normálně spojuješ s jistějma zvukama. Jako třeba zvuky, když jdeš nahoru nebo dolů po schodech, nebo příjezd a odjezd metra. Všechny ty věci, co normálně slyšíš. Jenže když máš walkmana, tak nic z toho neslyšíš. Máš svůj vlastní soundtrack. Všechny ty věci vidíš, ale vypadá to jakoby se pohybovaly jinak, protože máš v hlavě jinej rytmus. Svým způsobem okole tebe jakoby víc proplouvaj.“ (Karin) [Bull 2001: 187]

„Když se dívám na věci, které vidím – at' už ve světě, nebo v lidské interakci – nádherné věci, přijde mi že si na ně můžu sáhnout svojí duší – víte, ten správný zvuk přijde ve správný čas a to mě pohne k slzám – je to jako ve filmu, ale přitom je to opravdové. Nevidím totiž něco, co tam není. Ta žena na ulici. Je opravdu tam. Ona nemá kde spát. Ale poněvadž poslouchám hudbu, které je fakt něžná, tak to se mnou mnohem víc pohne.“ (Jay) [Bull 2002: 87]

Zde je krásně vidět zvláštní dělení smyslové zkušenosti. Zatímco horizont zkušenosti je popisován skrze sluchovou percepci, tak normální fyzický prostor se mění ve vizuální spektakl. Bull velmi přesně vypichuje, že přesně v tomto bodě dochází k estetizaci prožitku. [Bull 2001: 187] Svět se stává při poslechu walkmanu více estetizovaným a začíná se téměř podobat žitému uměleckému dílu. Uživatelé si v tomto bodě zákonitě musí uvědomit svou vlastní roli – svůj podíl na této estetizaci a začnou se podle toho chovat. Popisují zkušenost, která se vyznačuje filmovostí. Přijde jim, že mohou být režiséry světa okolo sebe. Pokud chtějí, mohou být aktivními herci nebo třeba jenom pasivními diváky.

„Umožňuje mi jakože vytvořit si svůj vlastní vysněný svět. Protože mám s sebou důvěrně známé zvuky a hudbu, kterou znám a tak trochu odřezávám lidi okolo sebe. Ta hudba je mi dobře známá. Neděje se vůbec nic nového. Můžu vstoupit do svého perfektního světa snů, kde je všechno, jak to chci já.“ (Magnus) [Bull 2001: 187]

Uživatel už není jen pozorovatelem, Baumanovým „zevlounem“ [Bauman 2002: 40], který se jen poflakuje a očumuje. Nepředstavuje si sebe sama někde jinde nebo na místě někoho jiného, naopak se stává kreativním tvůrcem estetizace svého okolí, z čehož pak následně těží on sám skrze zpětný prožitek vytvořeného díla. Tato estetická kolonizace hraje ve světě fenoménu walkman významnou roli.

„... slouží nejen jako přirozený doprovod každodennosti, ale i jako nástroj, jak tuto zkušenost zároveň estetizovat i kontrolovat. Použití walkmanu ohromně rozšiřuje možnosti uživatelů esteticky přetvářet svou každodenní zkušenost.“ [Bull 2002: 89]

4.4.1. Filmovost prožitku

Zaměřme se však ještě na onu zmiňovanou filmovost prožitku. Tím, že uživatel vstoupí skrze walkman do své vlastní zvukové krajiny, se rozšíří vnímavost jeho zraku o

část dimense, kterou normálně obstarává sluch. Jde samozřejmě jen o zlomek jevu, který je dokumentovatelný na neslyšících, nicméně je přítomen. Intimita vlastní zvukové krajiny se ve slovech respondentů propojila se zážitky příbuznými sledování filmu. Ve filmu totiž také často sledujeme obraz, který doplňuje jiný než přirozený zvuk, nejčastěji filmová hudba. Jedna z hlavních funkcí filmové hudby je podpořit emocionální vyznění scén a dokreslit komplexnost jejich estetičnosti (samozřejmě jen v těch lepších případech). Do jaké míry je toto propojení estetizačního efektu walkmanu ovlivněno existencí filmu, není možné zjistit. Každý uživatel walkmanu má zkušenost se sledováním filmu, nebo alespoň moc dobře ví, jak takový film vypadá. A nevidomý člověk je vyřazen z takové otázky a priori.

„Všechno začne být jako ve filmu. ... Vím, že když si zapnu hudbu, tak se stane součástí, toho co právě sleduju.“ (Mags) [Bull 2002: 90]

„Bez walkmanu by se to nestalo, ani by vás to nenapadlo. Nemělo by to význam. A najednou, když posloucháte 1492, vás napadne: ‚hej jsou to milenci?‘. Chytí vás to. Koukáte se na věci jinak, jezírko, květiny se stanou květinatějšími. Věci jsou bohatší, momenty jsou bohatší ... když poslouchám, tak míň přemýšlím. Stane se to pro mě víc dobrodružným. Stane se to víc emocionálním. Stane se to víc smyslovou zkušeností a je to skvělý.“ (Dorinda) [Bull 2002: 90]

„Je to tak trochu jako děláni filmu z mého života. Jakože máte už ten zvuk, soundtrack okolo sebe ... Všichni jsou hodní, všichni jsou šťastní, všichni jsou krásní. Slunce vždycky září. Můžu si dělat, co chci.“ (Magnus) [Bull 2002: 90]

Uživatelé si mohou téměř jakýkoliv zážitek překonstruovat do filmovější verze prostřednictvím svého walkmanu. V závislosti na zvolené zvukové krajině můžou rekonstruovat svou filmovou verzi reality do libovolných emocionálních odstínů. Hudba se tak stává jakousi kreativní rozbuškou tohoto přetváření.

Stejně jako se mění vnímání prostoru do více estetizovaného rámce, tak i vnímání času prochází změnou. Uživatelům, kteří skrze používání walkmanu zvýší kontrolu vnímání svého času, přijde, že čas strávený poslechem walkmanu, například cestou do práce, jim přijde lépe využitý, produktivnější, příjemněji prožitý. Odvrácenou stránkou tohoto estetizačního efektu, který vede k vnímání kontroly nad časem a možným spektáklem, je, že prostředí mimo dosah jejich kontroly, může být nazíráno jako „nudné“, „beze smyslu“ nebo „nepůsobící potěchu“. [Bull 2001: 189] Skrze užívání walkmanu je tedy veřejný prostor nevyhnutelně transformován a personalizován. Přesto však walkman zůstává jakoby stranou ve zvláštním slova smyslu. Nepochází totiž k jeho přímé interakci s okolím, nýbrž jeho uživatelé konstruují fantazie a udržují své pocity sebevědomí právě skrze neinterakci s ostatními ani s prostředím. [Bull 2001: 189]

4.5. Walkman jako regulátor interakce

To je hezky zřetelné například na nreciprocitě dívání se. Uživatel walkmanu může získat ilusi téměř všemocného pohledu, neboť jakási rovnost při vzájemném zírání je vnímána jako nemožná. To jim samozřejmě dává pocit větší moci a kontroly nad městským prostorem.

„Je to jako koukání se skrz jednostranné zrcadlo. Já se dívám na mě, ale oni mě nemůžou vidět.“ (Julie) [Bull 2001: 189]

„Je jednodušší navázat s lidmi oční kontakt, poněvadž vy se koukáte, ale posloucháte něco jiného. Nemáte pocit, že se jim vloupáte dovnitř, protože vy jste ve svém vlastním světě.“ (Stephanie) [Bull 2001: 190]

„Cítím se o trochu sebevědomějš. Tak na ně prostě civím.“ (Dan)
[Bull 2002: 88]

Uživatel se kouká a přitom nekouká, jeho oční kontakt má totiž úplně odlišný obsah než pohled druhého. Když totiž druhá osoba ví, že hledící je „někde jinde“,

nevnímá pohled do očí jako pokus o násilné vniknutí, nýbrž spíše jako nezamýšlený, rozhozený pohled. [Bull 2001: 190] Walkman zde tedy slouží jako jakási výmluva, obranný štít, který umožňuje páchat věci běžně nevídané. Dokonce lze díky němu úplně ignorovat okolí. V takovém případě pasuje analogie s obranným štítem ještě lépe.

„Když jsem opravdu unavená ... můžu walkmanem zahnat všechny rušivé hluky vlaku. Pokud chcete, prostě jenom chcete vypnout a být ve svém vlastním pokoji, tak si nasadíte walkman a zavřete oči a uši. To je způsob, jak ne být otravován.” (Mags) [Bull 2001: 190]

Walkman tedy slouží jako mediátor kontaktu s okolím. Umožňuje nám více kontrolovat interakci s ostatními a nenásilně se tak vymezit komunikační posedlosti naší doby. Tento efekt bude spíše k užitku mladším lidem navštěvujícím ústavy hromadného vzdělávání, poněvadž v dopravních prostředcích se s námi až tak moc cizích lidí bavit nechce. To bychom ovšem zapomněli na nechtěnou interakci, ke které dochází, když jsme nuceni poslouchat cizí hovory, které pro nás mají nulovou relevanci. Obzvláště v současné době, kdy je veřejný prostor zamořen nahlas telefonujícími, kteří si své soukromé záležitosti vyřvávají na veřejnosti.

„Walkmany jsou užívány též jako kontrola interakce s ostatními. Sluchátka na uších representují ceduli ‚prosím nerušit. ... Ženy-uživatelky, obzvláště, popisovaly pocit mnohem většího bezpečí v městském prostředí (alespoň ve dne), právě díky tomu, že nemusely vracet nechtěné pohledy ostatních. Uživatelé rovněž mohou kontrolovat interakci, když už se děje, tím, že si nechají jedno sluchátko v uchu, takže mohou poslouchat dál a přitom interagovat. V reálu ovšem uživatelé často jen předstírají, že naslouchají ‚druhým‘.“ [Bull 2006: 135]

4.6. Pocit ne-samoty

Co je na fenoménu walkman velmi pozoruhdné, je jeho zpětný vliv. Již jsme zmínili, jak mají někteří uživatelé sklon vnímat běžný svět (pod vlivem návyku na

obohacující efekty) bez svého walkmanu jako ne-dostatečně zajímavý. To není vše. Mohlo by se zdát, že uživatel walkmanu uzavřený ve své zprivatizované bublině intimní zvukové krajiny si bude přes všechny estetizační kouzla uvědomovat svoji samotu, tedy fakt, že je ve své bublině sám. Je tomu však přesně naopak. Všichni uživatelé popisují, že se při poslechu walkmanu nikdy necítí osamoceni.

„Je to tak trochu jako další osoba. Můžeš s ním mít vztah. Něco ti dává ... Máš k němu vztah, jakoby to byla opravdová osoba. I když teda s ním nemůžeš mluvit. To ticho mě děsí, je to strašidelný. Je to skoro jako prázdnota sama.”
(Jade) [Bull 2002: 95]

Walkman se stává jakýmsi nehmotným společníkem, nemusí nijak komunikovat – pouze plní svou práci media. Dovolím si spekulovat, že tento jev způsobuje fakt, že walkman je ve vědomí uživatelů vnímán jako ekvivalentní jevům, jež vytváří. Docházelo by tedy ke splnutí, ve vědomí uživatele pouze teoreticky existujících, pojmů „změna prožívání reality“ a „walkman“. Z čehož by plynulo, že onen pocit změny ve vnímání a prožívání reality je natolik obklopující – stejně jako přenosná zvuková krajina generovaná walkmanem – že se téměř zhmotňuje, minimálně ve vnímání, jako neviditelná všudypřítomná entita – jako ne-samota. Samozřejmě jsem si vědom, že takové tvrzení by bylo minimálně velmi obtížné, spíše téměř nemožné, prokázat.

“Protože, když posloucháte walkmana, je to jako mít společnost. Necítíte se sami. Je to vaše vlastní prostředí. Je to, jako když děláte něco potěšujícího, něco, co zvládnete dělat sami a užívat si to. Myslím si, že to vytváří něco jako pocit jistého druhu aury, tak trochu. Přestože je to přímo ve vašich uších, přijde vám, jakoby to bylo okolo celé vaší hlavy. Jste si moc dobře vědomi, že jste to jenom vy, jenom vy samotní, kdo to slyší. Dává vám to pocit individuality. Poslech taky konstituuje ‚společnost‘. Když tam máte radio, vždycky tam někdo mluví. Vždycky se tam něco děje.” (Alice) [Bull 2002: 94]

Tento pocit ne-samoty je velmi dobře zřetelný v opozici k situaci, když poslech skončí, když walkmanu dojdou baterky, když se zmáčkne tlačítko stop. Aura, kterou uživatel obýval zmizí. Uživatelé hovoří o ztrátě nálady, rozetnutí přirozeného plynutí, náhlém pocitu osamocení atp.

„Je to, jako když jsi v hospodě a najednou přestane hrát hudba. Je to antiklimax. Všichni se zastaví. Najednou nikdo neví, co říct.“ (Sara)
[Bull 2002: 95]

Michael Bull přirovnává tento zlom, kdy se hudba zastaví a walkman utichne, jako by došlo z pohledu uživatelů k vraždě jejich osobního prostoru, náhle jsou vrženi do omezujícího a naprosto přízemního rozměru běžného světa. [Bull 2002: 95]

„Uživatelé walkmanu mají velkou víru ve schopnost svého walkmanu, dát jim to, co od něj chtějí. Používání walkmanu může vytvořit velmi silný pocit zacentrování na sebe sama, dojem vlastnictví „kontroly“, umožnit uživatelům uspořádat si myšlenky, emoce, vzpomínky, tak aby byly v souladu s jejich vztahem ke světu, který obývají.“ [Bull 2002: 96]

4.7. Elektronický narcismus

Výzkum probíhal na universitě, kde studenti dvou tříd dostali na dobu dvou týdnů walkmany a byli požádáni, aby si vedli zápisky svých zkušeností a změn, které jim walkman přinese do života. Všichni studenti se výzkumu účastnili dobrovolně. Cílem výzkumu bylo zachytit reakce a zkušenosti studentů s walkmanem v co nejvíce přirozené a nestrukturované podobě. [Chen 1998: 260]

„Když tu sedím a poslouchám svého walkmana, vlastně ani moc nevnímám, co se okolo mě děje. Jsem ve svém vlastním světě.“ (Pat)
[Chen 1998: 262]

Základem studie je zaměření na sebestřednost uživatelů walkmanu při jeho poslechu. Privátní podstata užívání walkmanu vede k jevu, kdy posluchači popisují pocit, že jsou ve svém vlastním světě. Tento svět pak prožívají s důrazem na své vlastní pocity a svou vlastní osobu. Tento vnitřní prožitek nazývá Chen elektronickým narcismem.

„Šel jsem napříč kampusem směrem na mojí další hodinu. Při chůzi jsem se díval na všechny ty tváře, které mě míjely a připadal jsem si, jako bych byl ve svém vlastním světě. Pokračoval jsem v chůzi, hleděl jsem na všechny ty lidi, co na mě koukali, když jsem šel okolo nich, a myslel jsem si sám pro sebe, ‚Bože, ti lidi nemají nejmenší šajnu, jak moc zábavy si užívám, zatímco jdu napříč kampusem ve svém malém světě a analyzuju myšlenky‘. Užil jsem si skvěle analyzování každé osoby, která šla okolo mě. ‚Tenhleten vypadá jako vůl!‘ ‚To by mě zajímalo, o čem asi tahleta přemýšlí. Doufám, že o mně, ha ha!‘ Já a můj walkman jsme si skvěle užili.“ (Marty) [Chen 1998: 263]

Chen tvrdí, že konstrukce této narcistické zkušenosti je volným aktem. Jedinec záměrně a vědomě páchá rozhodnutí poslouchat a v důsledku toho se ponořit do svého vlastního světa. Posluchač tedy vědomě tvoří svůj narcistický prožitek.

4.7.1. Reflexivní emocionalita

Reflexivní emocionalitou nazývá Chen jeden z elementů jevu, který Bull nazývá „emocionální stabilizace“. Zde jde o to, jak se nálada hudby odráží do prožitku posluchače. Posluchači hledají ty správné kazety, které reflektují jejich náladu. Mění kazety podle toho, co zrovna dělají a která hudba se k tomu hodí. Zároveň se shodují, že to je jeden z důvodů, proč nemají příliš v oblibě radio, které jejich walkmany rovněž umožňují naladit. Z dnešního pohledu musíme tento postřeh potvrdit, neboť i v jeho důsledku je dodnes radio naprosto minoritně využívaná funkce, která většinou v přenosných přehrávačích chybí. [Chen 1998: 263]

4.7.1.1. Emocionální kondicionér

Emocionální kondicionér je první ze dvou podkategorií reflexivní emocionality. Jeho podstatou je používání walkmanu jako pomůcky při ladění psychického stavu za situací, které to podle uvážení uživatelů vyžadují. V tomto případě se tedy uživatelé snaží dosáhnout kýžené nálady či stavu mysli, ať už před náročnou přednáškou, při přípravě na rande, cestou do práce, při psaní důležité práce nebo při učení.

„Rozhodl jsem se poslouchat svůj walkman od pěti do šesti odpoledne. Poněvadž je pátek, je pro mě důležité relaxovat proto, abych se mohl bavit, až půjdu ven. Tenhle pátek byl pro mě obzvlášť důležitý, jelikož jsme měl rande na slepo. Byl jsem trochu nervózní, tak jsem si pustil nějaké country. Vybral jsem si mou nejoblíbenější kazetu od Gartha Brookse. Poté, co jsem si kazetu poslechnul, jsem si připadal jako starej dobrej country kluk, díky tomu jsem se na rande cítil sbevědomě.“ (Bryan) [Chen 1998: 264]

„Pouštěla jsem si dnes walkmana při přesunech mezi přednáškama. Venku bylo extrémně hezky, takže poslech hudby mě dostal do ještě lepší nálady. Poslouchala jsem Jamese Taylora. Minimálně třikrát už jsem si pouštěla svojí nejoblíbenější písničku z týchle kazety. To bude asi ten důvod, proč mám teď tak skvělou náladu.“ (Tina) [Chen 1998: 265]

Stejně jako může walkman fungovat jako emocionální příprava, je dobrý i jako emocionální nabuzovač nebo emocionální protiváha. Chen však podtrhuje, že onen kýžený stav myslí nám walkman nevpraví do krve jen tak ze vzduchu. Walkman pouze upraví nebo podpoří to, co už máme uvnitř sebe. Vztah mezi náladou uživatele a používáním walkmanu je tedy reciproční. Navíc ne vždy se povede dosáhnout kýžené nálady, neboť opět je vše závislé na samotném uživateli a jeho vnitřním nastavení.

4.7.1.2. Emocionální společník

Emocionální společník je název druhé podkategorie reflexivní emocionality. Jedná se o víceméně o ekvivalent „ne-samoty“, kterou jsme vypožorovali ve studii Michaela Bulla. Studenti popisují, jak jim walkman dělá společnost při uklízení, joggingu, čekání na autobus nebo třeba nakupování. Rychle si na walkman zvykají a někteří popisují frustraci, kterou znají všichni pravidelní uživatelé walkmanu. Chen ji přirovnává (je otázkou do jaké míry právem) k frustraci, kterou zažívá závislý kuřák, když nemá cigarety. [Chen 1998: 266]

„Spěchala jsem do školy a zapomněla jsem si ho vzít. Byla jsem celý den v kampusu bez něj. Vzhledem k tomu, že jsem ho chtěla a neměla jsem ho, hodilo mě to do blbý nálady.“ (Darin) [Chen 1998: 266]

„Nevzal jsem si dneska walkmana, páč to vypadalo, že bude pršet. V klidu jsem vyrazil a fakt mi chyběla společnost. Dokonce jsem ho hledal před odpolední přednáškou v báglu, ale nechal jsem ho doma.“ (Chad) [Chen 1998: 266]

Prožívaná frustrace se přesně shoduje s výstupy z Bullových studií. Zdá se, že walkman je velmi návykovou záležitostí. Jakkoliv není problém jej kdykoliv odložit, všichni uživatelé jeví signifikantní známku podrážděnosti, pokud walkman nefunguje, když má – když je to od něj chtěno. V tomto směru vyšel uživatelům vstříc technický vývoj, který je zbavil nutnosti spoléhat se na tužkové baterie a vybavil dnešní walkmany akumulátory schopnými vydržet velmi dlouhou dobu.

4.7.2. Emocionální energizér

Tento efekt se týká situací, kdy studenti popisovali, jak jim walkman předává čistou energii, která je jaksi omlazuje. Chen vyvozuje, že jde o jakousi projekci vnitřního

prožitku, která se transformuje do emocionální energie. Někdy je dokonce tak silná, že nutí posluchače hýbat se do rytmu, čemuž často nedokáží odolat.

„Hudba, kterou poslouchám, mě často nabíjí energií, cítím se jako politá živou vodou. Nový druh energie, který mě nutí jít ven a užít si nějakou zábavu. Mohla by to způsobovat ta písnička, kterou poslouchám. Pokud je to jedna z těch, co mají fakt dobrou beat, taková na kterou můžu tancovat okolo celého pokoje. Cítím se hyperaktivně; jak kdybych cvičila jako Jane Fonda nebo tak něco. Nutí mě to myslet na tu písničku ‚dancing with myself‘.“ (Joanna) [Chen 1998: 267]

Studenti popisují, jak kývají hlavou nebo si třeba klepou tužkou. Využívají tohoto efektu například při vstávání nebo při jiné aktivitě, kde se jim hodí tento výkon-zvyšující efekt, třeba při psaní prací do školy. [Chen 1998: 267] Pointa vypíchnutí tohoto efektu spočívá v jeho klíčové návaznosti na koncept narcismu. Právě v těchto stavech se jedincům dostává nejvyšší úroveň prožitku sebe sama s pomocí walkmanu. Tehdy dosahuje jejich nadšení a radost z efektů, které přináší fenomén walkman maxima.

4.7.3. Sociální segregace

Studenti rovněž popisují při poslechu walkmanu efekt jisté neinterakčnosti s ostatními lidmi – pocit odříznutí od zbytku světa. Zatímco Bull bral tento efekt spíše jako součást kontroly uživatele nad svým okolím, Chen se zaměřuje na to, že jde pouze o pocit a ukazuje jeho různé stránky. Vzhledem k různorodosti tohoto jevu je poněkud nefér, že u Chen nese negativně zabarvenou nálepku „segregace“, oproti Bullovu neutrálnímu „regulátor“.

„Jdu domu ze školy. Hudba plná energie. Potkávám hodně lidí, který znám. Mám pocit jako bych od nich byla *komunikačně odříznutá*, poněvadž s nima nemůžu mluvit.“ (Marty) [Chen 1998: 268]

„Po hodině jsem si nasadil walkmana a vyrazil jsem domu. Byl jsem tak zažranej do muziky, že jsem vrazil do spolubydlícího a ani jsem ho nezaregistroval. Když přišel domu, seřval mě.“ (Shawn) [Chen 1998: 268]

„Poslouchala jsem walkmana ráno cestou do školy. Použila jsem ho, abych se mohla vyhnout mluvení s lidma. Mám hodně zlou náladu a fakt teď nechci nic řešit.“ (Paula) [Chen 1998: 268]

„Seděl jsem venku a změřčil jsem někoho přicházet. Nemůžu VYSTÁT tuhle holku, protože mě neustále otravuje s úplnějma blbostma, který mě vůbec nezajímaj“. Rychle! Nasadit walkmana a rozevřít svůj notes. Dračí Lady mě mívají.“ (Shane) [Chen 1998: 268]

Na citacích těchto studentů vidíme letný nástin spektra, které Chen svou prací postihuje. Pro nás je důležité si všimnout, že tento jev opravdu výrazně osciluje mezi únikem a obohacením. Jednou je vnímán pozitivně, podruhé se zase nehodí. Lze jej převracet ve svou výhodu a vůbec je velmi variabilní.

4.7.4. Emoční absorbce

Poslední jev, který Chen zdůrazňuje, spočívá v momentech, kdy se posluchač tzv. „zapomene“ a nechá se úplně pohltnout hudbou. Začne nevědomky „koukat do blba“, to v lepším případě, v horším případě si začne nahlas zpívat a teprve zaskočené pohledy lidí okolo jej „probudí“. Nejlépe ho vystihuje následující citace.

„Byl jsem na cestě do knihovny a poslouchal jsem svojí nejoblíbenější kazetu Boyz II Men. Tenhle boyband skvěle zpívá a já je zkouším napodobovat. Cítím se pak, jako bych byl na koncertě a musel podat ten nejlepší výkon. Když si zpívám takhle nahlas se svým walkmanem, tak zapomenu, že vypadám a znám fakt divně pro lidi okolo. Když se mi to stane a já obdržím tyhle pobavený

pohledy, tak se cítím fakt trapně. Příště si musím dávat větší pozor.“ (Dereck)
[Chen 1998: 270]

Skrze propadnutí prožívání sebe sama prostřednictvím hudby se odkrývá problém – pokud uživatel slyší pouze hudbu, svádí jej to nedbat příliš nejen svého sociálního okolí, ale i sebe sama. Problém této kategorie je však v marginálnosti jejího výskytu. V naprosté většině případů je dodnes spojována s jistým amatérismem v používání walkmanu.

Elektronický narcismus tedy dle Chen nejlépe vystihuje stav pohlcení walkmanem, kdy se jedinec záměrně, na základě svého svobodného rozhodnutí, odděluje od ostatních a s pomocí svého okolí doluje emocionální prožitky ze svého vnitřku. V tyto okamžiky je středem bytí.

„Jakkoliv je narcismus běžně užíván jako patologický pojem, zde je použit jako sociologická forma, popisující rámec vznikajícího osobního prožitku a sociálních vztahů, které jsou důsledkem užití walkmanu. Patologická podstata narcismu je odstraněna do té míry, do jaké je užití walkmanu reflexivním jednáním, které zahrnuje vědomou tvorbu rozhodnutí a proces volného výběru.

Prožitky vzniknuvší užíváním walkmanu jsou spíše obohacením prožívání sebe sama než nemocí. ... Studenti popisovali, že jim tyto narcistické prožitky pomáhaly podat výkon, poskytly jim emocionální utužení a společenství, dodávaly energii a vytvářely sociální segregaci od nežádoucích elementů z okolního prostředí. ... Poslech walkmanu spíše přispíval k osobní kontrole prožívání, chování a sociálních vztahů ... Poslech walkmanu usnadňuje jednotlivcům prožít neomezované prožitky v kontrolovaném nastavení. Patologická podstata neomezovaného chování je tedy z elektronického narcismu odstraněna.“ [Chen 1998: 273]

4.8. Shrnutí fenomenologického zkoumání

Užívání walkmanu se stává pro jeho posluchače „druhou přirozeností“, jakýmsi dalším existenčním modem, jehož prostřednictvím se potýkají s každodenními strastmi života v urbánním prostředí. [Bull 2001: 191] Mění výrazně naše vnímání reality a okolí, a to vše pouze prostřednictvím aplikace jiné zvukové krajiny. Skrze logickou progresi při obývání tohoto speciálního modu bytí dochází postupně k čím dál větší strukturaci efektů. Z vnímání vlivu na emoce se postupně stane prostředek k cílené účelové manipulaci emocí. Z jemných estetizujících bonusů ve vnímání reality se postupně uživatel vypracuje v dokonalého tvůrce vlastních filmů, kde on hraje hlavní roli. Z vnímání jistého oddělení od světa ostatních se stane propracovaná pevnost privatizovaného prostoru, kterou mají nárok narušit jen opravdu výjimečné situace. Přesto všechno zůstává walkman v dnešním světě pozitivním jevem. Umožňuje uživatelům dosahovat lepších výkonů. Pomáhá jim lépe se soustředit a dokáže odstranit pocit samoty. Učí je efektivněji využívat čas na cestách. Dává jim možnost bojovat se sonickým smogem. Vnáší do života nezanedbatelnou sféru dalších možností, skrze něž je možné lépe poznat křehké hranice interakce a únosnosti komunikace v moderním světě plném neznámých lidí. Navíc práce Chen jasně dokládá, že jevy, které je možné vnímat zvenčí jako součást jistých patologických vzorců, ve svém důsledku patologické – narozdíl například od klasického narcismu – nejsou. Nejen protože je lze kdykoliv okamžitě spolu s walkmanem vypnout, ale i proto že je možné jejich prostřednictvím hlouběji porozumět spletitosti sociální.

5. Závěr

Účelem této práce byla snaha přiblížit každému co nejvíce svět, jenž vzniká v hlavách uživatelů fenoménu walkman a v důsledku se promítá i navenek do jejich jednání. Ukázali jsme si, jak tento svět vzniká, s čím je propojen, jak funguje a v jakých elementech je jeho působení nejvýraznější. Právě skrze to, jak funguje a jak se promítá do jednání uživatelů walkmanu, je konstruován obsah jeho významu. Pokusili jsme se nastínit jednotlivé jevy a změny, které walkman v důsledku způsobuje, tak, aby byly co nejlépe pochopitelné. Právě úmysl porozumět tomuto světu byl totiž hlavní motivací vzniku této práce, jelikož fenomén walkmanu je dnes v západní společnosti všudypřítomný a není nejmenší důvodu, proč neumožnit všem nahlédnout, jak vypadají jeho vnitřnosti. Domnívám se, že takováto pitva pomůže oběma stranám. Uživatelům pochopit podstatu toho, co se děje, když jsou ve svém světě „za sluchátky“, a neuživatelům zase rozšíří obzory.

Užití walkmanu i jeho efekty jsou vždy kontextualizované. Z kontextu walkman čerpá základ pro svá kouzla a svůj kontext zpětně ovlivňuje. Na fenoménu walkman je velmi důležitá jeho podmíněnost volbou. S tématem volby je osudově spojen. Volíme si, co v něm budeme poslouchat a volíme si, kdy a kde jej budeme poslouchat. Volíme si i to, jak jej budeme používat. Právě variabilita jeho použití a množství možností, které vnáší do našich životů, ať už jsme uživatelé či nikoliv, budiž vnímáno jako pozitivní přínos. Nutí to jedince volit a svá rozhodnutí si odůvodňovat.

Většina kritiky fenoménu walkman vychází z normativních pozic. Rád bych se touto kritikou zabýval ve své další práci, kde bude pro pokračování zkoumání tohoto fenoménu větší prostor. Stejně tak zbývá prozkoumat roli walkmanu při formování vztahu k hudbě, obzvláště u mladých lidí. Neboť právě svět mladých lidí je fenoménem walkman tvrdě kolonizován; přenosný přehrávač je povinnou školní pomůckou a jeho obsah často formuje nebo alespoň reflektuje postoje dnešních mladých.

Závěrem bych rád podotknul, že při psaní této práce nejen na mě, ale i na blízké, kterým jsem dával její průběžné fáze číst, působil walkman jako čím dál kouzelnější

krabička, která dokáže zázraky. Postupně vznikala dokonce v mé hlavě jakási analogie s návykovými látkami. Obohacuje realitu a zpětně ji činí šedou a nezajímavou. Postupně centruje zaměření člověka na sebe sama, až se do sebe ponoří úplně, neboť světu uvnitř sebe sama rozumí už jen on a rozumí mu nejlépe. Samotné kategorie „únik“ a „obohacení“ rovněž pasují. O abstinčních příznacích nemluvě. I tato teoretická analogie by stála za větší prozkoumání.

Otázek tedy zůstává více než dost. Například do jaké míry ovlivňoval fenomén walkman podobu hudebního průmyslu v posledních téměř třiceti letech. Alespoň, že základní úkol je splněn – terén je aspoň zhruba zmapován a dává nám tak podklad pro další výzkumné mise.

Summary:

The bachelor thesis concludes that for most walkman listeners the state they inhabit when they are listening to their portable stereos is like their „second nature“. They feel the difference and they use this state to enhance their perception of reality, to concentrate themselves better, to avoid unwanted interactions, to regulate their feelings, to strengthen their intimacy, security and privacy. Logical progression of inhabiting this „inner space“ can actually lead to such advanced techniques like aesthetizing of reality and „filmic“ experiences. Furthermore using of walkman does not lead to solitude and is in fact an empowering experience, which gives the user the ability to exclude her/himself from hostile nature of urban soundscape. Therefore through the act of listening the user improves his will and decision-making. The author sums up that walkman phenomenon is in fact a sign of mental health and identity-protecting way of living in contemporary urban realms.

Seznam použité literatury:

Monografie:

BAUMAN, Zygmunt. *Úvahy o postmoderní době*. Vyd. 2. Praha: SLON, 2002.

BENJAMIN, Walter. *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti* in *Dílo a jeho zdroj*. Vyd. 1. Praha: Odeon, 1979.

BULL, Michael. *Investigating the Culture of Mobile Listening: From Walkman to iPod in Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*. s. 131-149. Springer Netherlands, 2006, ISBN 978-1-4020-4031-3.

DU GAY, Paul, HALL, Stuart, JANES, Linda, MACKAY, Hugh, NEGUS, Keith. *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Vyd. 2. Londýn: SAGE, 1999.

KRACAUER, Siegfried. *The Mass Ornament: Weimar Essays*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1995.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. Vyd. 1. Praha: Odeon, 1991.

SCHAFER, R. Murray. *The Soundscape Designer in Soundscapes: Essays on Vroom and Moo*. s. 9-18, Tampere: Tampere University Press, 1994.

STRAUSS, Anselm, CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999.

WEBER, Max. *Metodologie, Sociologie, Politika*. Vyd. 1. Praha: OIKOYMENH, 1998.

Časopisecké články:

ARKETTE, Sophie. Sounds Like City. *Theory, Culture & Society*. 2004, vol. 21, no. 1, s. 159-168.

BULL, Michael. The Seduction of Sound in Consumer Culture: Investigating Walkman Desires. *Journal of Consumer Culture*. 2002, vol. 2, no. 1, s. 81-101, ISSN 1469-5405.

BULL, Michel. The World According to Sound: Investigating the World of Walkman Users. *New Media & Society*. 2001, vol. 3, no. 2, s. 179-197, ISSN 1461-4448.

CHEN, S. Shing-Ling. Electronic Narcissism: College Students' Experiences of Walkman Listening. *Qualitative Sociology*. 1998, vol. 21, no. 3, s. 255-276.

HOSOKAWA, Shuhei. The Walkman Effect. *Popular Music*. 1984, vol. 4, s. 165-180.

PINCH, Trevor, BIJSTERVELD, Karin. Sound Studies: New Technologies and Music. *Social Studies of Science*. 2004, vol. 34, no. 5, s. 635-648, ISSN 0306-3127.

Internetové odkazy:

<http://lowendmac.com/orchard/06/sony-walkman-origin.html> [cit. dne 2008-05-20]

Přílohy:

Projekt bakalářské práce

Jakub Konečný, ISS, FSV UK
jsemrobot@seznam.cz

konsultant: Mgr. Jan Balon, Ph.D

Předpokládaný název:

Sociologie a populární kultura: Walkman jako pozitivní deviace

Cíl práce:

Obhájit užívání walkmanu jakožto záměrného prostředku osvobození se z pout kulturního ohlušení. Ukázat, že walkman není projevem narcismu, nýbrž duševního zdraví a zdrojem estetizace každodenní reality, kde může walkman fungovat jako ochranný štít před negativními elementy. Doložit spjatost walkmanu s městským prostředím a odůvodnit neudržitelnost chápání walkmanu jako projevu pokleslé/nízké kultury, neboť takováto kategorisace kultury na vysokou a nízkou jest přežitkem.

Hlavní otázka práce:

Proč se walkman stá (Proč je walkman známkou duševního zdraví?)
le nezbavil negativní nálepky v očích jeho neuživatelů?

Pro koho:

Práci píše s vědomím, že přinese argumenty a podporu postojů pro mladou generaci, kde je poslech hudby jedním ze zásadních dělicích kritérií. Zároveň se nebudu bránit využití práce společensko-kritickými periodiky.

Posice autora:

Autor vystupuje z posice uživatele walkmana, který by rád odhalil jeho tajemství neuživatelům a seznámil ho s možnostmi, které walkman nabízí.

Východiska:

Práce by se měla hlavně opírat o dostupnou literaturu, hlavně články Michaela Bulla a Shing-Ling S.Chen a neméně významně o knihu The Story of the Sony Walkman, dále knihu Waltera Benjamina - Umělecké dílo v době mechanické reprodukovatelnosti a měla by se vymezovat vůči pojetí vysoké kultury Theodora Adorna. Rád bych se pokusil připojit i studii Wolfganga Welshe – Estetické myšlení a Alfreda Schütze s jeho termínem “konečná hranice smyslu”, který má velmi blízko k estetizaci reality, kterou walkman produkuje.

Předběžný náčrt linie práce:

Objasnění termínu walkman, stručná historie walkmanu. Detailnější pojednání a pojetí vysoké kultury Theodorem Adornem a jasné vystavění posice nepřítele walkmana, včetně jasného prokázání přítomnosti kulturního ohlušení v dnešních městech. Průhled možnostmi a elementy fenoménu walkman na každodenní realitu. Vliv walkmanu na

hudební průmysl. Finální konkluse: proč je walkman vnímán negativně a proč je toto nahlížení zbytečné.

Výstup:

Jasný souhrn argumentů, proč je walkman jevem pozitivním a ne negativním. Celkový pohled odhalující na první pohled neviděné jevy, které s sebou walkman přináší.

Orientační přehled literatury:

Bull M. *The Seduction of Sound in Consumer Culture*. Journal of Consumer Culture, Vol 2(1), 2002

Shing-Ling S.Chen *Electronic Narcissism: College Students' Experiences of Walkman Listening*. Journal Qualitative Sociology Volume 21, Number 3 / Sept 1998

Benjamin W. *Umělecké dílo v době mechanické reprodukovatelnosti*; Praha: Odeon, 1979

Welsch W. *Estetické myslenie*. Bratislava: Archa, 1993, ISBN 80-7115-063-0

Lipovetsky G. *Éra prázdnoty*. Praha: Prostor, 2003, ISBN 80-7260-085-0

du Guy, Hall et al. *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: SAGE publications. 1999. ISBN 0-7619-5402-3

Adorno, T. W. *The Culture Industry: selected essays on mass culture*. Taylor & Francis Ltd, 2001, ISBN 9780415255349

Podepsán:

Jakub Konečný v.r.