

Belejová, Katarína

Guerillová vizuálně-verbální díla ve veřejném prostoru a mezioborové interpretační přístupy k nim

Bohemica litteraria. 2016, vol. 19, iss. 1, pp. 151-174

ISSN 1213-2144 (print); ISSN 2336-4394 (online)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/136164>

Access Date: 17. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

Guerillová vizuálně-verbální díla ve veřejném prostoru a mezioborové interpretační přístupy k nim

Katarína Belejová

ABSTRACT

Guerilla Visual-Verbal Artworks in the Public Space and Interdisciplinary Interpretation Approaches to their Study

This article focuses on the ways of interpretation of guerilla visual-verbal artworks set in the public space and it highlights the necessity to approach these artworks as intermedial objects. The first part of the study introduces a three-part model, on which the interpretation of this type of artworks should be based: it involves the type of recipients, inner structure of the artwork (which in this case consists of a visual and verbal layer) and the context (location) that the artwork is set in. These three aspects of guerilla visual-verbal artworks are further analyzed and based on this analysis an interdisciplinary approach dealing with the artworks in their complexity is proposed.

KEYWORDS

Guerilla visual-verbal artworks, interpretation model, street art

KLÍČOVÁ SLOVA

Guerillová vizuálně-verbální díla, interpretační model, streetart

Streetart a jiné formy intervencí do městského veřejného prostoru jsou v rámci kritických a interpretačních snah nahlíženy v naprosté většině pouze optikou zaměřující se na jejich vizuální stránku a jejich hodnocení je téměř vždy považováno za doménu uměnovědných, případně vizuálních studií. Je však potřeba si uvědomit, že tento typ děl velmi často pracuje také s textovou složkou, a tak by kromě jejich vizuálních aspektů měly být hodnoceny také aspekty

textové a díla, která se řadí do skupiny vizuálně-verbálních, by měla být podrobena analýze a interpretaci, jež zohledňuje jejich intermediální charakter. Cílem této studie je tedy načrtnout, jež možnosti interpretačních přístupů zohledňujících jak vizuální, tak verbální složku těchto děl, a to za pomoci nástrojů, které nám poskytují obory zabývající se původně jednou či druhou ze zmíněných složek.

Prvním krokem by však měla být definice toho, co v této práci označujeme jako „guerillová vizuálně-verbální díla“. Pod tímto označením rozumíme díla spojující obrazovou (vizuální) a textovou (verbální) složku, umístěná guerillově (bez objednávky nebo nelegálně) do veřejného prostoru. Tato definice sama o sobě naznačuje tři složky, které při uchopení daných děl považujeme za stěžejní – složku obrazovou, složku textovou a složku situační tvořenou konkrétním kontextem, do něhož je dílo umístěno. Tento způsob nahlížení na umělecká díla vychází do značné míry z trojčlenného modelu estetického hodnocení uměleckého díla, který ve své práci *The White Cube of the Museum Versus the Gray Cube of the Street: The Role of Context in Aesthetic Evaluations* navrhuje na základě četných studií Andreas Gartus a Helmut Leder. Podle nich estetické hodnocení zahrnuje tři aspekty:

- „a) základní vizuální charakteristiku vnímaného díla včetně stylu, kontrastu, symetrie a komplexnosti;
- b) individuální charakteristiku příjemce, jako jsou osobnost, momentální citový stav, postoje, zájmy a znalosti;
- c) kontextuální faktory a sociální procesy, jako jsou situace, ve které se na dílo díváme, preklasifikace a předsudky“¹ (GARTUS–LEDER 2014: 311, přel. K. B.).

Charakteristika příjemců

Aspektem, který je v našem případě nejhůře definovatelný, je výše citovaná individuální charakteristika příjemce. Jelikož se zde snažíme podat obecně platné interpretační postupy, je lepší tento aspekt modifikovat na charakteristiku celé skupiny příjemců. Ti, ačkoliv jsou skupinou velmi diverzifikovanou, mají

1) “(a) basic visual characteristics of the processed artwork, including style, contrast, symmetry, and complexity (b) individual characteristics of the viewer, such as personality, current affective state, attitudes, interests and knowledge; (c) contextual factors and social processes, like viewing situation, preclassification and prejudice.”

na základě umístění díla do veřejného prostoru jednu zásadní společnou charakteristiku: s dílem se setkávají nečekaně. Díla, o kterých zde pojednáváme, nejsou určena k vystavování v galerii, tedy v místě vytvořeném k prezentaci a recepci uměleckých děl. Jsou umístěna do veřejného prostoru, ve kterém se odehrává každodenní život jejich recipientů – do prostoru, jenž není umění nijak přizpůsobený a primárně s ním nepočítá. Stejně tak recipient tohoto druhu umění není ve svém každodenním životě, ve kterém tato díla potkává, připraven k složitější analýze díla, které je mu nabízeno. Je pravděpodobné, že recipient nebude mít pro vnímání a interpretaci tohoto díla tolik prostoru ani času, jako by měl v případě díla umístěného v galerii nebo doma. Pokud tedy autor takového díla chce na diváka zapůsobit, musí své dílo učinit alespoň relativně srozumitelným, přičemž tuto srozumitelnost bychom měli chápat spíše jako údernost, ne jako doslovnost či prvoplánovost. Při interpretaci guerillových vizuálně-verbálních děl bychom tedy měli brát tento požadavek relativně vyšší srozumitelnosti v úvahu.

Charakteristika díla

Dalším z aspektů, které navrhují Gartus a Leder, je charakteristika samotného díla. Vzhledem k dříve nastíněné intermediální povaze zkoumaných děl můžeme tento bod rozdělit na dva dílčí aspekty – verbální (jazykový) a vizuální.

Vzhledem k faktu, že pro guerillová vizuálně-verbální díla stanovujeme zcela nový interpretační rámec, je potřeba vybrat takovou metodologii, která zajistí specifický přístup vzhledem k úzce definovanému typu děl, zároveň však zachová kontinuitu v rámci již existujících oborů, na které navazujeme. Jako optimální se jeví postup, při kterém najdeme formy či typy uměleckých děl, které jsou guerillovým vizuálně-verbálním dílům podobné, inspirujeme se postupy užívanými k jejich interpretaci a přizpůsobíme je jedinečným rysům námi zkoumaných děl.

JAZYKOVÁ SLOŽKA DÍLA

V kontextu lingvistického rozboru bychom v případě vizuálně-verbálních děl rádi upozornili na jejich podobnost se dvěma žánry – s reklamou a s komiksem.

Plakátovou reklamu jsme zvolili proto, že je guerillovým vizuálně-verbálním dílům podobná svým umístěním na veřejnosti: forma, se kterou se nejčastěji setkáváme v ulicích města, je právě reklamní plakát. Reklama navíc velmi často využívá zmíněné kombinace jazykového a vizuálního sdělení. Podobnost s komiksem byla zvolena zejména kvůli kombinaci obrazu a textu a způsobu, jakým jsou propojené. I když si uvědomujeme, že komiks je ze své podstaty narativní formou (GABILLIET 2010), příbuznost s guerillovými verbálně-vizuálními díly na rovině jazykového vyjádření shledáváme zejména v tom, že vizuální složka bez složky jazykové (a naopak) nefungují a text je zakomponován přímo do vizuální složky (což například u ilustrovaných knih, které by také mohly být považovány za kombinaci textu a obrazu, nefunguje).

V rámci srovnávání komiksového jazyka a jazyka guerillových vizuálně-verbálních děl je potřeba podotknout, že hlavní paralelou mezi těmito dvěma formami je především vzájemná propojenost slova a obrazu. O této složce lze mluvit samozřejmě i v rámci reklamy a dalších jiných uměleckých postupů, v reklamě však může být jazyk použit i bez obrazového doprovodu, aniž by se narušila rozpoznatelnost žánru. Komiks však na úrovni čistě jazykové fungovat ze své podstaty nemůže, poněvadž by se narušila jeho žánrová příslušnost a z komiksu by se stala „pouhá“ literatura. V této části studie chceme tedy stručně poukázat na to, jak funguje jazyková složka v díle, jehož nedílnou součástí je i obraz. Roland Barthes o tomto fenoménu tvrdí, že jazykové sdělení a obrazové sdělení „jsou vytvořena tak, aby splynula v jedno, takže spěchající čtenář může být ušetřen nudných verbálních popisů, které jsou svěřeny obrazu, tedy méně ‚náročnému‘ systému“² (BARTHES 1977: 41, přel. K. B.). V tomto výroku Barthes zmiňuje několik rysů, které jsou pro naši interpretaci důležité. Zaprvé: že konečné sdělení je tvořeno jak obrazem, tak textem, a tyto jsou neoddělitelné. Tudiž bychom je při interpretaci celistvého díla měli vnímat jako komplementární. Zadruhé zde zmiňuje onoho „spěchajícího“ recipienta, který je pro díla, jimž se věnujeme, typický. Zatřetí pak Barthes pozoruje, že díky využití obrazu jsou v jazyce redukovány deskriptivní postupy, které jsou přeneseny na vizuální složku. Při interpretaci budeme tedy předpokládat, že sdělení musí být rychle recipovatelné a že jazyk se soustřeďuje spíše na sdělení myšlenek, abstraktních konceptů a podobně, které vizuální sdělení doplňují či zpřesňují. Budeme mít na paměti to, že jazykovou a textovou složku můžeme interpretovat odděleně pouze do jisté míry a že i při interpretaci verbální složky díla musíme brát v potaz složku vizuální.

2) “[...] are made to coincide so that the hurried reader may be spared the boredom of verbal ‘descriptions’, which are entrusted to the image, that is to say to a less ‘laborious’ system.”

Pokud chceme sledovat a interpretovat verbální složku guerillových vizuálně-verbálních děl optikou reklamního textu, je potřebné poukázat na to, že v rámci reklamního jazyka se zaměřujeme pouze na jazyk toho typu reklamy, který je podobný zkoumaným dílům, tedy ne na reklamu audiovizuální, ale na reklamu tištěnou, zejména plakáty, billboardy a reklamu situovanou primárně v městském veřejném prostoru. Jak již bylo zmíněno výše, guerillová vizuálně-verbální díla jsou stejně jako billboardy umístěna do prostoru, jenž není navržen k recepci umění, ani jí není přizpůsoben. Aby tedy tato díla dosáhla svého cíle, ať už je jakýkoliv, musí se přizpůsobit tomuto prostředí. Teoreticky vizuálních studií, Marita Sturkenová a Lisa Cartwrightová, s odvoláním na knihu *Byways* Catherine Gudisové píše, že „billboard se stal kultovní formou určenou spotřebiteli v neustálém pohybu, jemuž musí inzerenti poskytnout design odpovídající ‚estetice rychlosti‘“, ze které pak vyplývá „zhuštěná výpověď odpovídající zrychlenému vnímání“ (STURKEN – CARTWRIGHT 2009: 279). Řečeno jinými slovy, recipient nemá čas na čtení dlouhého textu, většinou se u díla nezastaví, pouze kolem něj projde či projede a jazykové sdělení musí být natolik stručné a kondenzované, aby jej kolemjdoucí stihl v tomto krátkém okamžiku přečíst. Verbální složka díla tudíž musí být krátká, ideálně by měla sestávat pouze z několika slov a při interpretaci je tento požadavek nutno zohlednit.

Dalším jazykovým rysem guerillových vizuálně-verbálních děl, který lze odvodit od jejich podobnosti s reklamou, je přímé oslovování příjemce a používání osobních zájmen. Tento jev vysvětluje za pomoci mnoha příkladů například Světlana Čmejrková ve své knize *Reklama v češtině*. Jako jeden z důvodů jeho používání uvádí potřebu navázání kontaktu mezi sdělením a adresátem. Tvrdí, že „adresáta je třeba stále znovu a znovu získávat a přesvědčovat, že je to právě on, koho reklama oslovuje a kdo se má cítit osloven“ (ČMEJRKOVÁ 2010: 143). Stejnou potřebu apelovat na recipienta bychom mohli najít i v rámci guerillových vizuálně-verbálních děl, která v množství různých vjemů vyskytujících se ve veřejném prostoru musí o pozornost svého recipienta bojovat stejným způsobem – musí jej oslovit. V rámci tohoto jevu lze pak v samotných analýzách uvažovat o různých způsobech využití tohoto oslovování. V závislosti na jednotlivých případech se pak lze zabývat rozdílem mezi využitím inkluzivních (my) nebo exkluzivních (vy) formulí, efektu, který vyvolává (v případě jazyků, ve kterých se využívá) použití tykání a vykání (familiárnost vs. úcta) a podobně.

Třetím znakem jazykového vyjádření ve vizuálně-verbálních dílech, na který bychom chtěli upozornit v souvislosti s reklamním jazykem, je výrazná inter-



„Nuňu: Tak vem vodiťko a pojd' se mnou ven“.

Příklad využití přímého oslovení recipienta textovou složkou.

textualita a využívání kulturních stereotypů a symbolů. Tento jev opět popisuje Čmejrková, která dělí citování na triviální a komplikovanější. O triviálním citování říká, že:

„[...] využití mezitextového navazování [je] motivováno snahou odkázat k obecně známé zkušenosti, sdílené co největším okruhem lidí, které má reklama zasáhnout. Odkazuje se proto k textům, o nichž lze předpokládat, že je takřka každý zná. Tyto texty [...] se pak buď doslova citují, anebo – častěji se modifikují“ (ČMEJRKOVÁ 2010: 169).

Jejich význam nachází v tom, že jsou díky své známosti zapamatovatelná a kolemjdoucího zaujmou. Komplikovanější formy citování pak S. Čmejrková nachází v těch, které připomínají literární intertextualitu a mají „hodnotu konstitutivní a [...] podíl na výsledné polyfonii (vícehlasí) a heteroglosii (různohlasí) výsledného díla“ (IBID.: 170)

Zde bychom mohli paralelu najít v obou případech: schopnost zaujmout je, jak již bylo zmíněno, pro díla ve veřejném prostoru, kde se mísí množství vizuálních i jiných stimulů, zásadní. Stejně tak však nesmíme zapomínat na to, že guerillo-

vá vizuálně-verbální díla jsou díly uměleckými, a tudíž u nich lze předpokládat umělecký záměr. Modifikace pretextu tedy nemusí mít za cíl pouze vyzdvihnout určitý produkt, jak tomu je u reklamy, což vyplývá z rozdílných funkcí reklamy, jejíž primárním úkolem je prodat produkt, a námi zkoumaných děl, nýbrž může být také chápána jako přihlášení se ke světu umění právě v kontrastu s reklamou a jinými vizuálně-verbálními formami ve veřejném prostoru.

Další důvod k využití intertextuality může být odvozen od definice předpokládaného recipienta, za nějž považujeme spěchajícího kolemjdoucího. Pokud má dílo na svého recipienta zapůsobit, musí být pro něj rychle dešifrovatelné a pochopitelné. A právě tomu může napomoci využívání intertextuálních prvků, které jsou obecně známé, protože jejich primární interpretace a symbolická hodnota jsou v dané kultuře již definovány. Pokud tedy umělec chce referovat k české státnosti, je v kontextu zrychlené interpretace výhodnější použít text české hymny, kterou dokáže recipient identifikovat velmi rychle, než skládat vlastní báseň věnující se tématu české státnosti.

Je potřeba zabývat se také tím, jaký vztah navazuje výsledné dílo se svým pretextem. Mimo jiné je totiž potřeba si uvědomit, že pretexty lze vnímat jako součást kulturního stereotypu nebo jakéhosi kolektivního kulturního vlastnictví, mohou být nositeli symbolických významů a mají tudíž potenciál promlouvat nejen prostřednictvím svého bezprostředního obsahu, ale také svým zařazením do pomyslné ideologické či kulturní struktury. Pokud tedy budeme interpretovat konkrétní dílo, musíme si všimnout nejen výsledné podoby díla, ale také toho, jak se svým pretextem umělec zachází, zda zohledňuje jeho autora, původní společenský kontext a podobně.

V rámci těchto vztahů se jako jeden z nejčastějších vyskytuje mezi pretextem a jeho přepracováním vztah parodický. Parodii je zde nutno vnímat v kontextu její důležitosti pro umění postmoderní éry, kam guerillová verbálně-vizuální díla bezesporu patří. Mimo jiné se k ní vyjadřuje i teoretik konceptuálního umění S. Leuthold v rámci svého pojednání o konceptuálním umění. Tvrdí, že:

„I když imitace bývá odsuzována, appropriace či citace si udržují pozici, která přesahuje konceptuální přístup. Všudypřítomnost dovednosti v apropiativním umění je snad nejvíc přetrvávajícím odkazem konceptualistů. Appropriace, přímé kopírování a parodie fungují jako způsob kritiky masové reprodukce obrazů a společenského zájmu, které přináší industrializace masové kultury“³ (LEUTHOLD 1999: 43, přel. K. B.).

3) “Though imitation is frowned upon, appropriation or ‘quoting’ continues to take place in a way that extends the conceptual approach. [...] The pervasiveness of artifice in appropriative art has perhaps been the conceptualists’

Leuthold však není jediný, kdo si všímá důležitosti parodie a intertextuality v postmoderním umění. Linda Hutcheonová, jedna z nejvýznamnějších teoretiček parodie, tvrdí, že: „[...] je to právě parodie – ten zdánlivě introvertní formalismus – která paradoxně přináší přímou konfrontaci s problémem vztahu estetická [...] do diskurzivního světa společensky definovaných systémů významů, jinými slovy, do ideologie a historie“⁴ (HUTCHEON 2003: 179, přel. K. B.). Ve své podstatě, jak tvrdí Hutcheonová ve své knize *Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction*, parodie a reapropriace obecně známých prvků kultury dává umělci možnost vypořádat se s pretextem nejen tím, že naruší jeho celistvost a tím zpochybní jeho hegemonii, ale zároveň jej také naplní novým významem. Mimo to však samotným aktem zásahu do tohoto díla upozorní na principy komunikace, které pretexty využívají.



Banksy: Only Whent the Last Tree. Příklad práce s literárním pretextem. Dílo britského streetartisty Banksyho pracuje se známým příslovím s ekologickým vyzněním, přičemž obměnou jeho konce (ve volném překladu „díky recitování starých přísloví budeš za blbce“) pretext paroduje a poukazuje na vyprázdněnost, ke které nadužíváním původního přísloví došlo.

most enduring legacy. Appropriation, direct copying, and parody act as a means of critiquing the mass reproduction of images and the social interests served by the industrialization of mass culture.”

- 4) “[...] it is precisely parody – that seemingly introverted formalism – that paradoxically brings about a direct confrontation with the problem of the relation of the aesthetic [...], to a discursive world of socially defined meaning systems – in other words, to ideology and history.”

Posledním, avšak neméně důležitým znakem jazykového vyjádření, který guerillová vizuálně-verbální díla sdílejí s jazykem reklamy, je využívání nejrůznějších druhů jazykových figur a tropů. Tohoto jevu si ve svých studiích všimá mnoho teoretiků reklamního jazyka; mimo Čmejrkové můžeme zmínit například Tvrdoně (1999) nebo Vopálenskou. Vopálenská v tomto kontextu píše: „Zvýšit účinnosť formou komunikátu [je možné] nielen jeho obsahom (do popredia vystupuje výraz ako celok, nie jeho jednotlivé slová) [ale aj] použitím figur. [...] V literatúre plnia funkciu emocionálno-expresívnu a vytvárajú tzv. exponované miesta textu“ (VOPÁLENSKÁ 2011: 31–32). Vopálenská pak dále zmiňuje mnoho typů jazykových figur a tropů různých druhů a její výklad reklamního jazyka se pak velmi přibližuje výkladu jazyka uměleckého. Tímto způsobem je vhodné postupovat i při interpretaci textové složky guerillových vizuálně-verbálních děl. Nejen kvůli tomu, že stejně jako umělecké texty mají i ony výraznou estetickou funkci, ale z důvodu, který uvedla výše citovaná Vopálenská. Jazykové figury a tropy totiž v textech vytvářejí onen emocionálně-expressivní efekt a texty exponují. Tento efekt je jistě využíván v mnoha formách literárního vyjádření, můžeme však tvrdit, že vzhledem k výše zmíněnému recepčnímu prostředí je u guerillových vizuálně-verbálních děl více než žádoucí: díky expresivitě a emocionálnímu působení totiž dílo dokáže snadněji zaujmout kolemjdoucího a předat mu svoje sdělení.

VIZUÁLNÍ SLOŽKA DÍLA

Jazyk a text jsou v dílech, která zkoumáme, neoddělitelné a jejich interpretace musí být zákonitě provázaná. Stejně jak tomu bylo u textu, existují však některé mediálně specifické znaky, které bychom měli zvýraznit a na které by se interpretace guerillových vizuálně-verbálních děl měla zaměřit. Opět se zde z důvodů výše zmíněných budeme zabývat vytyčením interpretačních priorit optikou interpretace příbuzných uměleckých forem, v našem případě komiksu a reklamy. Důvody ke srovnávání s těmito konkrétními formami jsme již uvedli dříve, proto se k nim zde již nebudeme vracet.

Pokud se zaměříme na srovnávání s komiksem, zjistíme, že z důvodu odlišností, které existují mezi komiksem a guerillovým vizuálně-verbálním uměním, nemůžeme přebírat kompletní interpretační postup, nýbrž jenom některé jeho prvky (kupříkladu studium sekvencí by bylo v našem případě bezpředmětné). Je však potřeba si uvědomit, že to, co mají komiks (ve svém tradičním chápání) a guerillová vizuálně-verbální díla společné, je, že nevyužívají fotografii, ale

obraz namalovaný, nakreslený či jinak graficky zpracovaný. U takového typu obrazů pak Barthes tvrdí, že na ně může být pohlíženo několika způsoby:

„Zprvė reprodukce objektu nebo scény pomocí malby vyžaduje soubor transpozic řízených určitými pravidly. Neexistuje nic jako absolutní povaha obrazové kopie a kódy této transpozice jsou dány historicky (obzvláště ty, které mají co do činění s perspektivou). Zadruhé provedení kresby (tedy kódování) s sebou bezprostředně nese určité rozdělení mezi tím, co je podstatné a nepodstatné: kresba nereprodukuje vše (často dokonce reprodukuje jen velmi málo), [...] zatímco fotografie, i když si může vybrat svůj objekt a úhel, do objektu nezasahuje (s výjimkou speciálních efektů). Jinými slovy, denotace u kresby je méně čistá než u fotografie, protože neexistuje kresba bez stylu“⁵ (BARTHES 1977: 43, přel. K. B.).

Postupem, který se tedy na základě Barthesova tvrzení zdá být legitimní, je zkoumání míry abstrakce, o níž se umělec snaží – Barthesovými slovy bychom mohli říci, že bychom se při interpretaci měli zaměřit na to, co umělec považuje (ale naopak i nepovažuje) za podstatné. Této problematice se ve své knize *Jak rozumět komiksu* věnuje mimo jiné také Scott McCloud. Na základě toho, že obraz vnímá jako znak, který má charakter podobný ikoně, všímá si faktu, že v různých komiksech funguje různá míra realismu a abstrakce ztvárnění – některé se snaží pouze o zachování určitých rysů postav, jiné se zase snaží o co nejrealističtější ztvárnění objektů, které se přibližuje k fotorealismu. Tvrdí, že čím jednodušší je znázornění komiksově postavy, tím víc vybízí k zaplnění míst nedourčenosti naší vlastní identitou a umožňuje nám tak, abychom se do postavy promítali a přivlastnili si ji. Doslova píše: „Karikatura je prostě vakuum, které do sebe vtahuje naši totožnost a naše vědomí. Je to prázdná skořápka, kterou obsadíme, abychom se v ní mohli vydat do jiné říše. My karikaturu nepozorujeme, my se jí stáváme“ (McCLOUD 2008: 36). Využití realistického či dokonce hyperrealistického přístupu se McCloud bohužel nevěnuje tak podrobně, ovšem význam jeho použití můžeme osvětlit za použití jiných zdrojů, například pomocí analýzy média fotografie, který předkládá Barthes. Když se umělec snaží o hyperrealistický přístup, nedělá totiž nic jiného, než že se snaží přiblížit

5) “The coded nature of the drawing can be seen at three levels. Firstly, to reproduce an object or a scene in a drawing requires a set of rule-governed transpositions; there is no essential nature of the pictorial copy and the codes of transposition are historical (notably those concerning perspective). Secondly, the operation of the drawing (the coding) immediately necessitates a certain division between the significant and the insignificant: the drawing does not reproduce everything (often it reproduces very little), [...] whereas the photograph, although it can choose its subject, its point of view and its angle, cannot intervene within the object (except by trick effects). In other words, the denotation of the drawing is less pure than that of the photograph, for there is no drawing without style.”

verismu, který je nejdokonalejší ve fotografii. Barthes ve své analýze fotografie tvrdí, že díky analogickému zpracování objektu zobrazení je fotografie sama o sobě oproštěna od toho, co on nazývá stylem, oním dříve zmíněným výběrem podstatných rysů před nepodstatnými. Díky tomu, že fotografie ve své neupravené, ryzi⁶ formě tento subjektivní zásah postrádá, jeví se jako médium zcela objektivní – reprodukuje realitu takovou, jaká doopravdy je, a tudíž médium fotografie působí již ze své podstaty do značné míry dokumentárně – snaží se podat obraz skutečnosti takové, jaká je.

Pokud tedy srovnáme postup, který McCloud nazývá karikaturistickým – zachovávaní pouze nejnezbytnějších rysů, a postup, ve kterém převažuje tendence realistická a veristická, můžeme pozorovat také dva různé způsoby přístupu k recipientovi. V prvním z nich umělec dává příjemci svého díla prostor pro sebereprojekci a identifikaci se s dílem, ve druhém pak chce, aby jeho dílo fungovalo jako objektivní svědectví reality. V jednotlivých interpretacích děl bychom si tedy měli všimnout míry verismu nebo zjednodušení a v daném kontextu ho interpretovat jako významotvornou složku.

Dalším z prvků, které mají guerillová vizuálně-verbální díla společné s komiksem, je důležitost interpretace realizace samotného textu – jeho vizuální ztvárnění. V komiksech je grafická práce s textem využívána ve velké míře (například ke ztvárnění citoslovcí a podobně). Na to, že při interpretaci textu ve vizuálním díle si musíme všimnout písmen ne pouze jako grafémů, jako součástí jazykového systému, ale také jako znaků vizuálních, upozorňuje už W. J. T. Mitchell ve svém článku *Word and Image*:

„Normálně jsme zvyklí na to, že se díváme jen na jeden aspekt a ignorujeme ten druhý: nesoustředíme pozornost na typografii nebo grafický vzhled textu [...], spíše se zaměřujeme na význam, který zprostředkuje. Ale vždy je možné otočit pozornost a proměnit ty

černé znaky na bílém pozadí

v objekty našeho vizuálního či aurálního vnímání, jako v tomto případě, který odkazuje sám k sobě“ (in NELSON – SHIFF 1996: 51).⁷

Dále pak vyzdvihuje důležitost tohoto jevu u textu ve vizuálním projevu. Stejným principem se zabývala také Joanna Druckerová ve své knize *The Visible*

6) Podobně jako výše citovaný Barthes zde nepočítáme se speciálními efekty.

7) “Normally we look only at one face and ignore the other: we don't pay much attention to the typography or graphic look of a text [...], preferring to concentrate on the meaning they convey. But it is always possible to shift our attention, to let those black marks on a white background become objects of visual or aural attention, as in this self-referential example.”



Podpis. Ukázka využití typu písma jako významotvorného prvku. Jméno Václava Klause provedené způsobem podpisu Václava Havla. Toto dílo může sloužit také jako příklad výrazně symbolického umístění, které je při čtení díla nutno brát v úvahu.

Word. Zavádí tu pojem „markedness“, který můžeme chápat jako jistou vizuální příznakovost textu. Ve vizuálních dílech, ve kterých je použit jazyk, se písmena a slova, na rozdíl od literatury, kde je text jako objekt takřka neviditelný, dostávají do recipientovy pozornosti a jakoby se zhmotňují (DRUCKER 1994: 95–98). Stejný princip bychom mohli najít jak v komiksu, tak ve vizuálně-verbálních dílech. Důkazem toho je například i rozhovor, který poskytl brněnský tvůrce guerillových vizuálně-verbálních děl Timo, a v němž říká:

„Písmo je uzavřenější, ezoteričtější, míň komunikuje s okolím, protože mu moc lidí nerozumí. Ale hlavní důvod je, že v písmu se dá najít všechno. Tvar písma je svým způsobem abstrakce, každý tvar lze vnímat antropologicky. O je otevřená pusa, A může být rovnoramenný trojúhelník, suverénní

áčko, které si stojí za svým a nehodlá uhnout ze svých pozic. Když uděláš u A přepážku dole, stojí nohama na zemi, když je úzká a nahoře, je to éterické A, jemné, úplně cinká skleničkama na štopkách. Můžeš samozřejmě nakreslit i portrét a zabývat se gesty, ale ta jsou zároveň obsažená i v písmu“ (PALÁNOVÁ 2008).

V této souvislosti je také nutno podotknout, že jednotlivé typy písma jsou pro recipienta určitým způsobem svázané s jistou konvencí a mají své místo v ideologickém a kulturním řádu, ve kterém přemýšlíme. Důkazem toho může být nejen jednoduché empirické pozorování, kdy si nápis SLUNCE zařadíme do jiného interpretačního a společenského kontextu než nápis *SLUNCE*, ale také například tvrzení Vladimíra Pistoria, který ve své knize *Jak se dělá kniha* potvrzuje teorii o příznakovosti typu použitého písma tvrzením, že technické typy textů jsou podle zvyklosti vyvedené v bezpatkovém písmu, zatímco texty humanitní v písmu patkovém (PISTORIUS 2005: 78).

Ze všech argumentů můžeme usoudit, že font a vyvedení písma je jevem příznakovým a že má svůj význam, který je v interpretaci díla spojujícího vizuální prvky s prvky verbálními potřeba brát do úvahy. Zároveň však také můžeme konstatovat, že i pokud dílo neobsahuje obraz jako takový, ale vědomě využívá příznakových typografických prvků, které jsou vizuálně nápadité, můžeme ho považovat za vizuálně-verbální umělecký počín.

Některé znaky, které lze najít ve srovnání guerillových vizuálně-verbálních děl s komiksem, lze najít také ve srovnání těchto děl s reklamou. Nebudeme je však uvádět duplicitně a zaměříme se spíše na znaky, jež jsou ve srovnání s reklamou specifické. Rádi bychom akcentovali zejména důležitý moment interpretace, podobný jednomu ze závěrů, které jsme přednesli v části o podobnosti jazyka reklamního a jazyka guerillových vizuálně-verbálních textů, a to konkrétně bod o využívání kulturních a společensky známých symbolů, značek a prvků – tzv. kulturních ikon. Kulturní ikony jsou v *Oxfordském slovníku angličtiny* definovány jako „osoby či věci vnímané jako reprezentativní symboly, obzvláště pak symboly kultury nebo hnutí [...]“⁸ (SIMPSON 2008, přel. K. B.). Podobně je pak vnímají i Keyan Scott a David Tomaselli ve své knize *Cultural Icons*, když tvrdí, že „[...] a vizuální ikony se stávají kulturními ikonami tehdy, když na sebe vezmou funkci, která přesahuje bezprostředně danou či zamýšlenou roli nebo účel objektu nebo znaku, na kterém jsou postaveny“ (SCOTT – TOMASELLI 2009: 21, přel.

8) “A person or thing regarded as a representative symbol, esp. of a culture or movement [...]”



TIMO: S lidmi pro lidi. Příklad využívání kulturních ikon v guerillových vizuálně-verbálních dílech. Autor zde pracuje hned na několika úrovních. Vizuálními prostředky paroduje formát politického billboardu, pracuje s náznaky fotorealismu, který má upozornit na jistou historickou skutečnost (umučení J. Toufara komunistickým režimem) a využívá obecně rozpoznatelné vizuální symboly (znak třešně jako symbol komunismu a KSČM).

K. B.). Zjednodušeně řečeno: jako kulturní ikony můžeme vnímat ty vizuální reprezentace, které symbolicky odkazují i k něčemu jinému než ke své předloze. Jako příklad z českého prostředí bychom mohli uvést zpodobení Václava Havla, který bude většině populace konotovat nejen vlastní osobnost, ale také například disent, sametovou revoluci a podobně. Havel se tak v rámci sémiotického výkladu stává nejen reprezentací sebe sama, ale také reprezentací obecnějších hodnot, či společenských principů.

Protože používání již existujících ikon lze bezesporu chápat jako vizuální intertextualitu, v rámci obvyklé praxe děl postmoderny je možno předpokládat intertextové postupy na způsob parodie, pastiše či reappropriace (viz část o textu) a v samotném rozboru děl je potřeba tyto postupy zohlednit. Podobně jako u intertextuality verbální se tak musíme ptát nejen na to, odkud pochází původní materiál této intertextuality a jaký je jeho symbolický význam, ale také na to, jaký postoj k němu dílo zaujímá a jak jej pozměňuje.

Propojení vizuálního a textového

Poté, co jsme definovali interpretační priority u textu a u vizuální stránky díla, musíme se zamyslet nad tím, jaký vztah mají tyto dvě složky mezi sebou. Nejprve bychom však chtěli poukázat na to, proč je jejich spojení významově i umělecky pregnantní a proč má vůbec smysl tyto dvě složky v rámci jednoho díla spojovat a následně se tímto spojením kriticky zabývat. Paradoxně bychom chtěli tuto skutečnost ilustrovat na jednom z vůbec prvních spisů, které do estetického a uměnovědného diskurzu přinesly téma výtvarného umění ve vztahu k literatuře, na Lessingově *Laokoónovi*. I navzdory tomu, že jeho tvrzení byla mnohokrát zpochybňována, Lessing předkládá závěry, které jsou pro naše úvahy velmi podstatné. Jedná se zejména o poukázání na to, že pokud se chceme zabývat vztahem textu a vizuálního umění, musíme brát do úvahy rozdílnou materii, s níž tato dvě média pracují. Lessing vnímá literaturu, tedy v našem případě textovou složku, jako umění sekvenční, rozvíjející se v čase, „po sobě“. Výtvarné umění, tedy naši vizuální složku, vnímá jako umění prostorové, rozvíjející své prvky „vedle sebe“. Z těchto charakteristik pak odvozuje vhodné náměty pro jednotlivá umění. Tvrdí, že pro výtvarné umění jsou vhodné ty náměty, které se rozvíjejí stejně jako materie tohoto média, tedy tělesa v prostoru, a pro ztvárnění literaturou jsou naopak vhodné děje odvíjející se v čase (LESSING 1960). V zájmu této práce není posuzovat, do jaké míry jsou Lessingovy závěry dnes aktuální, v jeho studii však nalezneme dva podstatné body. První z nich je, že logickou úvahou můžeme dospět k tomu, že propojení dvou materií v rámci jednoho uměleckého díla přináší umělci mnohem větší možnost vyjádření než použití pouze jedné z nich. Druhá pak spočívá v samotném uvědomění si toho, že pracujeme s dvěma odlišnými systémy, které se řídí různými pravidly, a to je potřeba při jejich společné interpretaci vždy zohlednit.

Je však potřeba zamyslet se také nad tím, jaké typy propojení se mohou objevit v jednotlivých dílech. V rámci teoretického diskurzu o formách propojujících text s vizuálním vyjádřením se nám nabízí hned několik pohledů. Nejzákladnější a nejjednodušší model nabízí Barthesovo dělení vztahů mezi vizuální a textovou rovinou. Barthes vnímá obrazy jako „pohyblivý řetěz“ možných významů, které se aktivují na základě našich zkušeností a konotačních možností dané vizuální reprezentace. Na základě tohoto vnímání pak chápe text jako něco, co recipienta pomáhá mezi tímto množstvím možných výkladů nasměrovat k tomu, který považuje tvůrce díla za podstatný. Tuto funkci Barthes nazývá „anchorage“ – jakési ukotvení významu. Barthes v tomto typu vztahů mezi textem a obrazem

vidí text jako složku, která svým způsobem interpretuje složku druhou. Aspektem tohoto vztahu, který bude pro naši analýzu podstatný, je také to, že Barthes považuje tento typ spojení textu s vizuálním vyjádřením za ideální vyjádření ideového záměru (BARTHES 1977: 39–40).

V druhém případě může být text něco jako doplňující informace a obraz a text dohromady tvoří jeden celek teprve na vyšší rovině (například u komiksu) – tento typ Barthes nazývá „relaying“. Samozřejmostí je, že existují také kombinace těchto vztahových typů. Podle typu děl, se kterými pracujeme, konkrétně toho, že tato díla nejsou sekvenční a musí umožnit recipientovi rychlou orientaci v jejich interpretaci, tedy určité významové vymezení, budeme v rámci interpretace předpokládat, že u guerillových vizuálně-verbálních děl se bude většinou jednat o typ „anchorage“, případně o kombinaci obou případů, méně často pak pouze o typ „relaying“. R. Bowman pak, patrně na základě Barthesova předpokladu, že slovo do jisté míry ovlivňuje naše vnímání obrazu, formuluje způsoby, jimiž toto ovlivňování může probíhat:

„Formy, ve kterých jsou fragmenty slov a jazyka prezentovány ve vizuálních formátech, jsou stejně různorodé jako typy umění, ale jsou propojeny faktem, že slova slouží k tomu, aby zvýšila potenciál významu obrazu. Ať už slova podtrhávají a zesilují obraz, stávají se obrazem, nebo se stavějí s obrazem do protikladu s cílem dosáhnout výmluvné dvojznačnosti, kombinace vizuálního obrazu s vizuálním systémem znaků, který známe jako jazyk, vždy vytváří přesvědčivé rezonance“ (BOWMAN 1985: 335, přel. K. B.).

Jak je tedy zřejmé, u Bowmana stejně jako u Barthese je obraz primárním médiem a je doplněn o text, avšak rozdíl mezi nimi spočívá v tom, že zatímco u Barthese text směřuje pozornost recipienta pouze na jednu část zmiňovaného „významového řetězce“ a tím zužuje významové působení obrazu, u Bowmana ho naopak rozšiřuje a obohacuje.

Je nutno podotknout, že tyto dva přístupy, ačkoliv se zdají být protichůdné, se nemusejí vylučovat. Text totiž může ukotvit jeden význam obrazu po vzoru Barthese, ale zároveň ten stejný význam může rozvinout mimo původní rozsah, který v sobě čistě vizuální sdělení neslo.

Jiní teoretici, v závislosti na formě, jíž se věnují, stanovují další typy vztahů. Čmejrková uvádí například podobně jako Barthes dva typy vztahů – v prvním obraz kontextualizuje text, ve druhém je princip opačný, tedy text kontextualizuje obraz. V rámci jejího zkoumání se však, na rozdíl od Barthese, který se zaměřuje spíše na to, jak působí text na obraz, Čmejrková soustředí spíše na to,

jakým způsobem je čtení textu ovlivněno obrazem. Proto také v prvním typu rozlišuje několik podkategorií: ilustrativní obrázek, obrázek ozřejmující referenci polysémního slova, obrázek konkretizující základní význam slova, obrázek aktualizující základní význam polysémních slov nebo obrázek realizující základní význam slov v idiomech (ČMEJRKOVÁ 2010: 131–141).

Do třetice uveďme dělení, které předkládá již zmiňovaný S. McCloud. Ten obraz a text považuje za rovnocenné složky, a proto je jeho typologie komplexnější, avšak méně detailní, než typologie Čmejrkové. McCloud rozlišuje takzvaně:

„[...] slovně dominantní kombinace, v nichž slovo je kompletní a obraz je jen ilustruje, ale nic významnějšího k němu nepřidává, [...] obrazově dominantní kombinace, kde jsou naopak slova pouhým zvukovým doprovodem k plně vizuálně vylíčené sekvenci, a kombinované panely, u nichž slova i obraz nesou v zásadě totéž sdělení. Dalším typem jsou aditivní kombinace, u nichž slova posilují nebo rozvádějí obraz, a naopak v paralelních kombinacích to vypadá, že slova a obrazy jdou svými odlišnými cestami – neprotínají se. Dále tu máme možnost montáže: ze slov se stává nedílná součást obrazu. Ale snad nejobvyklejším typem kombinace slova a obrazu je vzájemná závislost: slova a obrazy jdou ruku v ruce a snaží se vyjádřit myšlenku, kterou by samy nezvládly“ (McCLOUD 2008: 153–155).

McCloudova definice se sice zdá velmi jednoduchá a zjevná – v podstatě navazuje na Lessingovu teorii o různosti materiálů jednotlivých složek. Jednotlivé složky pak vnímá v kontextu dané materie, která jim umožňuje některé myšlenky vyjádřit lépe než materie druhé. Díla, která kombinují obraz a text, pak mohou využít této rozličnosti materiálů, s nimiž pracují, k tomu, aby dílo přistupovalo ke svému tématu komplexněji. Tato definice je však pro účely naší práce důležitá zejména v tom, že jednotlivé případy výše zmíněných dělení a typů jaksí zastřešuje tím, že do nich zahrnuje jak textocentrické, tak obrazocentrické definice a vytváří z nich ucelený systém. Díky němu můžeme v rámci jednotného interpretačního systému nejdříve určit, zda je dané dílo více postaveno na obrazu či na textu a posléze se ho snažit identifikovat v rámci zmiňovaných textocentrických definic Čmejrkové či obrazocentrických definic Bowmana a Barthesa. Následně pak na základě dominujícího prvku můžeme při interpretaci konkrétního díla postupovat buď od roviny textové k rovině vizuální, nebo naopak.

Umístění díla

Třetím z bodů trojčlenného modelu, z něž vychází náš návrh interpretačního přístupu a v rámci něhož jsme již zmínili definici recipienta a vnitřní strukturu díla, je lokace, ve které je dílo přijímáno svými recipienty. Vzhledem k tomu, že díla, na která se zaměřuje tato práce, jsou záměrně umístěna mimo recepční „sterilitu“ muzeí a galerií a jejich tvůrci si takové umístění díla vybírají zcela vědomě (na rozdíl od uměleckých děl, které se často objevují i na více výstavách, tedy v různých kontextech), je v jejich případě potřeba se na význam konkrétního umístění podívat detailně. V této podkapitole bychom tedy rádi stanovili aspekty umístění, kterých si v jednotlivých případech budeme všimnout.

Prvním z aspektů, na které bude v interpretaci brán zřetel, jsou jeho předmětné dispozice. Ty totiž můžou velmi často ovlivnit podobu díla a je tedy potřeba rozlišovat, které prvky v díle nesou plánovaný význam a které z nich jsou vynuceny prostředím. Jak říká Richard Serra, jeden z nejvýznamnějších site-specific⁹ umělců, o složkách původního prostředí: „[...] měřítko, velikost a umístění site-specific děl jsou určeny topografií daného místa, bez rozdílu toho, jestli se jedná o městské prostředí, krajinu či architektonický rámec“¹⁰ (in KWON 1993: 86, přel. K. B.). Některé aspekty děl ve veřejném prostoru tedy musíme považovat spíše za výslednici vlivů prostředí než za zamýšleného a vědomě konstruovaného nositele významu. Serra dále říká, že „dílo se stává součástí prostoru, ve kterém se nachází, a proměňuje tak jeho konceptuální i percepční organizaci“¹¹ (in KWON 1993: 86, přel. K. B.). Měli bychom se tedy zaměřit nejen na to, jak je dílo ovlivněno svým umístěním, ale také na to, jak dílo ovlivňuje místo, kam bylo umístěno. Jednou ze strategií umělců, kteří umísťují svá díla do veřejného prostoru, může být například restrukturalizace tohoto prostoru a nabourání jeho (ideologicky) vytvořených mechanismů. A právě zamyšlení nad tím, jak konkrétní dílo zasahuje do prostoru, představuje zohlednění této strategie v rámci interpretace.

Jak již bylo zmíněno v úvodu, budovy nebo místa nesou v mnoha případech symbolický či ideologický charakter. Pokud bychom pojem kulturních ikon zmíněných v předchozí části této práce chápali velmi široce, mohli bychom k nim přiřadit i místa a budovy. Jak tvrdí Miwon Kwon, umístění v prostoru nese pro umělce

9) Pojem site-specific zde používáme v jeho klasickém významu; označujeme jím tedy taková díla, která jsou inherentně spjata s prostředím, do něhož je umělcem umístěna a jsou vytvořena právě pro toto prostředí. Místo jejich umístění se tak stává nedílnou součástí takovýchto děl.

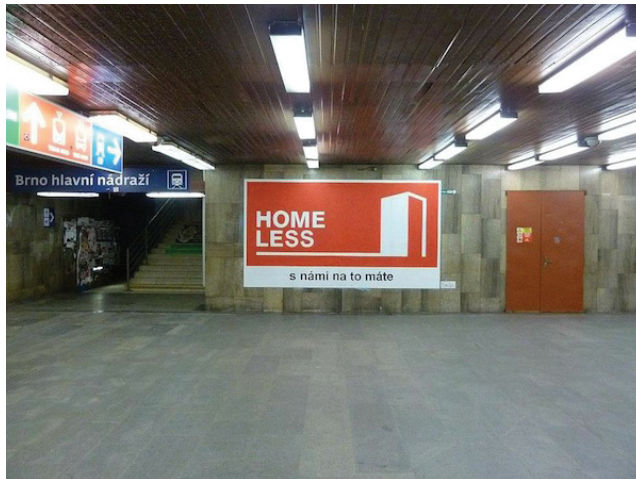
10) “Site-specific works deal with the environmental components of given places. The scale, size, and location of site-specific works are determined by the topography of the site, whether it be urban or landscape or architectural enclosure.”

11) “The works become part of the site and restructure both conceptually and perceptually the organization of the site.”

také konotace společenské, kulturní a socioekonomické. Kwon však zachází ještě dál, když tvrdí, že „rozličné kulturní debaty, teoretické koncepty, sociální problémy, institucionální rámec [...], komunita nebo sezónní událost, historický stav, a dokonce i určitý způsob vytváření touhy mohou dnes být považovány za *sites*“ (KWON 1993: 93).¹² Tento závěr nás upozorňuje na to, že výklad kontextu díla bychom měli vnímat v širších souvislostech. Neměli bychom se tedy omezovat pouze na symbolický význam jednotlivých míst, měli bychom brát v úvahu také jejich sociální či historickou příznakovost. Kupříkladu budeme-li analyzovat dílo, ve kterém se problematizuje chudoba a sociální vyloučení ze společnosti, musíme brát při interpretaci takového díla v potaz, zda se nachází ve čtvrti obydlené vyšší střední třídou či ve čtvrti, kde je velká koncentrace bezdomovců.

Příklad interpretace

Jako příklad, na němž lze demonstrovat navržené interpretační prvky, můžeme použít dílo brněnského streetartisty Tima *HomeLess*, které bylo vytvořeno pro galerii Myšina v podchodu brněnského Hlavního nádraží.



Timo: HomeLess

12) “[...] different cultural debates, a theoretical concept, a social issue, a political problém, an institutional Framework[...], a community or seasonal event, a historical condition, even particular formation of desire, are now deemed to function as sites.”

Dílo přebírá formát reklamy společnosti Home Credit a ponechává ji, až na jeden zásah, kterým je výměna slova „credit“ obsaženého v názvu společnosti za slovo „less“, nezměněnou. Můžeme souhlasit s Janem Zálešákem (2013), který o této změně tvrdí, že „nahrazení slova CREDIT za LESS je vizuálně jen marginální, ale obsahově naprosto zásadní změnou“. Vizuálně Timo v tomto díle vychází z logotypu společnosti Home Credit. V práci s tímto typem vizuálního materiálu je důležitým prvkem rozpoznatelnost loga, které odkazuje ke konkrétní skupině či firmě. Timo tuto referencialitu logotypu nijak nenarušuje, naopak, ponechává ji nedotknutou, aby bylo možné dílo s původní identitou loga konfrontovat. Díky převzetí daného vizuálního kódu je pak recipient schopen identifikovat původního vlastníka loga, společnost Home Credit, a uvědomit si, o jaký typ společnosti se jedná, a sice že se pohybujeme v kontextu firem poskytujících půjčky a úvěry. Jak píše Zálešák, Timo tak otevírá téma „kritiky mířené proti ‚politice zadlužování‘“. Obecně bychom tedy mohli říci, že v případě tohoto díla vizuální složka slouží jako definice tématu, ve kterém se budeme pohybovat. Zálešák však ve svém článku správně poznamenává, že k nastolení tohoto tematického okruhu by mohlo být využito také mnoho dalších log jiných firem, a snaží se hledat důvody, proč si Timo vybral pro své dílo právě tuto konkrétní firmu. Jako nejpravděpodobnější vyhodnocuje možnost, že „se nejlépe hodí k vytvoření účinné vizuální metafory, která namísto denotovaného významu PŮJČKA = ŠŤASTNÝ DOMOV nabízí konkurenční výklad: PŮJČKA = RIZIKO NESPLÁCENÍ = RIZIKO ZTRÁTY DOMOVA“. Tato možnost se jeví být jako zcela legitimní interpretace, je však potřeba podívat se na dílo i z jiného úhlu pohledu.

Zprv je nutno si uvědomit, že téma domova nemusí být první asociací, která vyvstane na mysli ve spojitosti s jakýmikoliv půjčkami, a Zálešákova interpretace tak může být značně zjednodušující (což je však vzhledem k celkovému tématu článku, v němž tuto interpretaci podává, pochopitelné). Home Credit jako původní značka totiž může být čtena nejen jako příslib šťastného domova, ale použití slova Home zde může být vykládáno ve spojitosti se snahou společnosti vytvořit v klientech pocit důvěry či familiárnosti, jelikož Home Credit může být přeloženo také jako Domácí úvěr. To, že se téma domova poté opakuje i ve vizuálním kódu firmy již zmiňovaným stylizovaným domem, pak může tuto familiárnost a „domáckost“ firmy podporovat.

Dále je nutno vzít v úvahu také heslo, které logo doprovází, tedy interpretovat jazykovou složku tohoto díla. Toto je také převzato z původní reklamní strategie firmy a zní „S námi na to máte“. V tomto sdělení můžeme rovněž nalézt znaky

zmiňovaného pokusu firmy o navázání blízkého vztahu s klientem. Nejen v samotném sdělení na úrovni sémantické, ale také ve způsobu, jakým je věta formulována – tedy v tom, že firma sloganem klienta přímo oslovuje a vyzdvihuje propojení mezi „my“ a „vy“. „S námi na to máte“ může být navíc čteno dvěma způsoby. Zprvte tak, že spojení „mít na něco“ budeme chápat jako vyjádření finančních možností a dostatečnosti finančních prostředků, zadruhé pak tak, že „mít na to“ budeme vnímat jako vyjádření schopnosti. V prvním případě jde o zjevné akcentování samotného typu podnikání, tedy finančnictví. Ve druhém případě toto sdělení můžeme číst jako podporu klienta v jeho plánech a vyjádření důvěry v jeho schopnosti a projev vstřícné podpory a ochoty firmy stát klientům po boku. Vezmeme-li totiž v úvahu běžné využití fráze „mít na to“ ve druhé osobě, tedy jako „máš na to/máte na to“, zjistíme, že běžnou situací, ve které se toto slovní spojení využívá, je povzbuzování či ujišťování. Takové čtení nápisu doprovázejícího původní logo opět akcentuje familiární vztah mezi firmou a jejím klientem navozující pocit bezpečí.

Přesuňme se však zpátky ke čtení loga upraveného Timem, které naznačuje, že využití služeb této firmy může vést ke ztrátě domova, tedy k naprostému opaku toho, co slibuje dané logo či daná reklamní strategie. Nápis „S námi na to máte“ pak v upraveném logu působí ironicky a místo jeho čtení jako pokusu o navázání familiárnosti jeho význam vnímáme spíše jako výsměšný či zavádějící.

Vrátíme-li se k původní interpretaci, kterou poskytl Zálešák, vidíme, že je možno ji nyní rozšířit z pouhého upozornění na nebezpečí dané služby také na kritiku reklamních strategií, které dané firmy využívají. K akcentování tohoto druhu varování a poukázání na jeho reálnou hrozbu pak Timo využívá také samotné umístění díla. Brněnský podchod u hlavního nádraží je totiž místem, kde se skupinky bezdomovců a sociálně vyloučených skupin vyskytují velmi často. Toto prostředí pak Timovi slouží jako názorná ilustrace daného problému.

Závěr

Shrneme-li všechny body prezentované v této studii, můžeme se dobrat obecného interpretačního postupu, který lze na guerillová vizuálně-verbální díla aplikovat. Prvním krokem je uvědomění si výše zmiňovaného trojčlenného modelu sestávajícího z charakteristiky diváka, jednotlivých znaků samotného díla na dvou

rovinách – vizuální a verbální – a umístění díla. Dalším krokem je specifikace těchto jednotlivých bodů. V rámci charakteristiky recipientů jsme navrhli model spěchajícího diváka, od něhož se poté interpretace děl dále odvíjí. Při analýze vlastností konkrétního díla pak navrhujeme nejdříve určit dominantní složku interpretovaného díla a podle toho postupovat buď od složky textové ke složce vizuální, nebo směrem opačným. Jak při analýze textové složky, tak při analýze složky vizuální jsme pak navrhli konkrétní body, které mohou být významotvorné. Mezi ně patří v rámci jazykové složky například analýza oslovení, využívání básnických prostředků, účelová zkratkovitost či intertextualita. V rámci interpretace vizuální složky jsme zmínili například využívání kulturních ikon, práci s pretextem díla v případě, že dochází k citování, významotvorné využití typu písma a podobně. Poslední složkou, kterou navrhujeme při interpretaci děl zohledňovat, je kontext tvořený konkrétním umístěním díla. Při jeho analýze navrhujeme zaměřit se zejména na symbolickou hodnotu míst, do kterých jsou díla umístěna, případně na jejich společenské či sociální významy a způsoby, jakými s nimi dílo pracuje. V průběhu celé interpretace díla je však zároveň potřeba mít neustále na paměti, že jednotlivé složky nejsou izolované, ale úzce propojené, a proto je potřeba k nim přistupovat komplexně, ne fragmentárně.

Interpretační postupy navržené v této studii jistě nejsou vyčerpávající a je samozřejmé, že interpretace konkrétních děl musí zohledňovat jejich partikularitu. Cílem této studie má však být mimo stanovení určitých výchozích bodů pro čtení guerillových vizuálně-verbálních děl také podněcení širší mezioborové kritické debaty nad tímto typem uměleckého vyjádření.

LITERATURA

TIŠTĚNÉ ZDROJE

BARTHES, Roland

1997 *Image, Music, Text* (London: Fontana Press)

ČMEJRKOVÁ, Světlá

2010 *Reklama v češtině* (Praha: LEDA)

DRUCKER, Joanna

1994 *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923* (Chicago: The University of Chicago Press)

GABILLIET, Jean-Paul

2010 *Of Comics and Men* (Mississippi: University Press of Mississippi)

HUTCHEON, Linda

2003 *Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction* (London: Routledge)

LESSING, Gotthold Ephraim

1960 *Laokoon, čili, O hranicích malířství a poesie*. 1. vyd. (Praha: Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění)

McCLOUD, Scott

2008 *Jak rozumět komiksu* (Praha: BB Art)

PISTORIUS, Vladimír

2005 *Jak se dělá kniha* (Praha: Paseka)

STURKEN, Marita – CARTWRIGHT, Lisa

2009 *Studia vizuální kultury*. 1. vyd. (Praha: Portál)

SCOTT, David – TOMASELLI, Keyan (eds.)

2009 *Cultural Icons* (Walnut Creek: Left Coast Press)

TVRDOŇ, Emil

1999 *Text a štýl reklamy v periodickej tlači* (Bratislava: Epos)

VOPÁLENSKÁ, Eva

2011 *Jazyk a štýl reklamy 2*. (Bratislava: Book & Book)

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

BOWMAN, Russel

1985 „Words and Images: A Persistent Paradox“ [online], *Art Journal*: 45, 4: 335–343 [cit. 29. července 2015]. Dostupné z databáze JSTOR

GARTUS, Andreas – LEDER, Helmut

2014 „The white cube of the museum versus the gray cube of the street: The role of context in aesthetic evaluations“ [online], *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*: 8, 3: s. 311–320 [cit. 29. července 2015]. Dostupné z databáze JSTOR

KWON, Miwon

1993 „One Place after Another: Notes on Site Specificity“ [online], *October 80*: 85–110 [cit. 29. července 2015]. Dostupné z databáze JSTOR

LEUTHOLD, Stephen

1999 „Conceptual Art, Conceptualism, and Aesthetic Education“ [online], *Journal of Aesthetic Education*: 33, 1: 37–47 [cit. 29. července 2015]. Dostupné z databáze JSTOR

MITCHELL, W. J. T.

1996 „Words and Images“ [online], převzato z: NELSON, Robert – SHIFF, Richard (eds.), *Critical Terms for Art History* (Chicago: University of Chicago Press), s. 47–57 [cit. 29. července 2015]. Dostupné z: <http://faculty.washington.edu/cbebler/teaching/coursenotes/Texts/mitchellWordimage.html>.

PALÁNOVÁ, Míla

2005 „Připustit přirozenou míru chaosu: rozhovor s Timem“ [online], [cit. 10. listopadu 2014]. Dostupné z: <http://www.sedmagenerace.cz/text/detail/pripustit-prirozenou-miru-chaosu>.

SIMPSON, John (ed.)

2008 „Cultural Icon“ [online], *Oxford English Dictionary Online* [cit. 29. července 2015]. Dostupné po registraci z webových stránek *Oxford English Dictionary*

ZÁLEŠÁK, Jan

2013 „In profundum o street artu a politickém umění“ [online], *Artalk* [cit. 30. říjen 2014]. Dostupné z: http://www.artalk.cz/2013/04/02/in_profundum-o-street-artu-a-politickem-umeni/

POUŽITÉ FOTOGRAFIE (PODLE POŘADÍ V TEXTU)

ŇAŇU: „Tak vem vodítka a pojď se mnou ven“, fotografie z archivu autorky studie, 2014, Brno, Úvoz

BANKSY: „Only When the Last Tree“, autor fotografie neuveden, in BANKSY: „Only When the Last Tree“ [online], *Rebloggy* [cit. 25. listopad 2014]. Dostupné z: <http://rebloggy.com/post/street-art-banksy-stencils/11471071444>

TIMO: „S lidmi pro lidi“, in JIŘÍ SALIK SLÁMA, MAFRA, 30. října 2013, „TIMO: Drama [online]“, *Idnes.cz*. [cit. 25. leden 2016]. Dostupné z: http://brno.idnes.cz/umelce-v-brne-nadzvedlo-heslo-komunistu-f09-/brno-zpravy.aspx?c=A131030_1993836_brno-zpravy_ekr

Neznámý autor: „Podpis“, in STULÍR, Drahomír, „Václav a Václav na zdi brněnské Uličky Václava Havla“ [online], DENÍK, 23. března 2014, *Deník.cz*. [cit. 25. leden 2016]

TIMO: „HomeLess“, autor fotografie neuveden, in TIMO, „HOME LESS / Galerie Myšina / Brno / 2013“ [online], *Artalk.cz*. [cit. 17. květen 2016]

Mgr. et Mgr. Katarína Belejová, 330909@mail.muni.cz, Ústav české literatury a knihovnictví, Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Brno, Česká republika / Department of Czech Literature and Library Studies, Faculty of Arts, Masaryk University, Brno, Czech Republic