

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra divadelních, filmových a mediálních studií

MOŽNOSTI A LIMITY SÉMOTICKÉ ANALÝZY PRO ROZBOR HUDEBNÍCH
VIDEOKLIPŮ

POSSIBILITIES AND LIMITATIONS OF SEMIOTIC ANALYSIS
OF MUSIC VIDEOS

Bc. MARIE MEIXNEROVÁ
Filmová věda / Komunikační studia
Olomouc, 2014

MAGISTERSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí práce: Doc. Mgr. Zdeněk Hudec, Ph.D.

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych na tomto místě poděkovala vedoucímu práce, Doc. Mgr. Zdenku Hudcovi, Ph.D., a také všem, jež mě v jejím vzniku jakkoli podpořili – své rodině, Vaškovi za technicko-kybernetickou podporu, kolektivu kolem Přehlídky animovaného filmu, Veronice a dalším. Speciální poděkování patří Magdě.

Své upřímné díky však dlužím především Sašovi a Martinovi.

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci na téma *Možnosti a limity sémiotické analýzy pro rozbor hudebních videoklipů* vypracovala samostatně za použití uvedené literatury a pramenů. Dále prohlašuji, že tato diplomová práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Olomouci dne 7. dubna 2014

.....
Marie Meixnerová

Práci věnuji svému dědečkovi

– děkuji.

Autor: Bc. Marie Meixnerová

Katedra: Katedra divadelních, filmových a mediálních studií

Fakulta: Filozofická

Název diplomové práce: MOŽNOSTI A LIMITY SÉMOTICKÉ
ANALÝZY PRO ROZBOR HUDEBNÍCH
VIDEOKLIPŮ

Vedoucí diplomové práce: Doc. Mgr. Zdeněk Hudec, Ph.D.

Jazyk práce: čeština

Abstrakt: Metateoretická diplomová práce prostřednictvím komparativní analýzy a kritického přístupu postihuje základní omezení a možnosti sémiotické analýzy při rozboru hudebních videoklipů.

Vycházíme z předpokladu, že rozličné přístupy, rozličná badatelská východiska a národní (myšlenkové) tradice zakládají rozličná pole zájmu sémiotické analýzy a využití rozdílných přístupů při její aplikaci. To zakládá specifické limity, ale též možnosti individuálních analýz.

V první sekci práce jsou identifikovány a charakterizovány tři hlavní proudy uvažování o hudebním videoklipu a specifikovány jejich možnosti a limity, ve druhé sekci je pak kritickému srovnání podrobena šest vybraných přístupů konkrétních badatelů, čímž jsou možnosti a limity nastolené v první sekci práce demonstrovány a dále konkretizovány. Jde o první tuzemskou teoretickou práci věnovanou specificky sémiotickým pohledům na hudební videoklip.

Klíčová slova: hudební videoklip, nová média, sémiotická analýza

ABSTRACT

Author:	Bc. Marie Meixnerová
Department:	Department of Theatre, Film and Media Studies
Faculty:	Faculty of Arts
Title:	POSSIBILITIES AND LIMITATIONS OF SEMIOTIC ANALYSIS OF MUSIC VIDEOS
Supervisor:	Doc. Mgr. Zdeněk Hudec, Ph.D.
Language:	Czech
Abstrakt:	Using critical approach and comparative analysis, this meta theoretical thesis concentrates on the basic possibilities and limitations of semiotic analysis of music videos. It is assumed that various theoretical approaches and national (or intellectual) traditions do establish diverse fields of interest within the semiotic analysis, as well as they lead to the use of different approaches in its application, thus leading to specific limitations but also possibilities of individual analyzes. In the first section of this theses are identified and described three main streams of thinking on music video, and their limitations and possibilities are specified. Within the second section are under critical comparison six individual approaches of chosen theoreticians, thus demonstrating and further specifying the possibilities and limitations posed in the first section. This thesis is the first Czech theoretical work devoted to semiotic approaches to music video specifically.
Keywords:	music video, new media, semiotic analysis

OBSAH

1/ ÚVOD.....	6
1/ METODOLOGIE A STRUKTURA PRÁCE, VYHODNOCENÍ LITERATURY.....	8
2/ POZNÁMKA K PSANÍ NÁZVŮ A CITACÍ	15
2/ SEKCE PRVNÍ.....	16
1/ MUZIKOLOGIE: HUDEBNÍ SÉMIOTIKA	18
2/ ALIQUID STAT PRO ALIQUO: DVĚ [METODOLOGICKÁ] PARADIGMATA TÉŽE VĚDY ..	25
3/ OBECNÁ TEORIE SÉMIOLOGIE HUDBY J. J. NATTIEZE.....	34
4/ MUZIKOLOGIE OBRAZU: HUDEBNÍ SÉMIOTIKA A HUDEBNÍ VIDEOKLIP	38
5/ FILMOVÁ VĚDA A SÉMIOTIKA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU: ZÁKLADNÍ TENDENCE	44
6/ KULTURA TELEVIZNÍ STUDIA POPKULTURA: HV JAKO SOUČÁST POPKULTURY ..	51
SHRNUTÍ	61
3/ SEKCE DRUHÁ	62
1/ MUZIKOLOGIE OBRAZU: ALF BJÖRNBERG.....	63
2/ MUZIKOLOGIE OBRAZU: ANDREW GOODWIN.....	68
3/ SÉMIOTIKA HUDEBNÍCH VIDEOKLIPŮ: JE TO VE HVĚZDÁCH. HEIDI PEETERSOVÁ...	78
4/ SÉMIOTIKA HUDEBNÍCH VIDEOKLIPŮ: JE TO VE HVĚZDÁCH. C. VERNALLISOVÁ	83
5/ HUDEBNÍ VIDEOKLIP PRAGMATICKY: FILMOVĚDNĚ PO PRAGMATICKÉM OBRATU .	87
6/ HUDEBNÍ VIDEOKLIP PRAGMATICKY: PROBLÉM DISPOZITIVU?	95
KRITICKÉ SHRNUTÍ	101
4/ SEKCE TŘETÍ	103
SHRNUTÍ: MOŽNOSTI A LIMITY SÉMIOTIKÉ ANALÝZY	103
5/ ZÁVĚR	109
6/ SEZNAM INFORMAČNÍCH ZDROJŮ	112
PRAMENY	112
LITERATURA.....	113
INTERNETOVÉ A ČASOPISECKÉ ZDROJE.....	118
PŘÍLOHA: ZOHLEDŇOVANÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE	123
DATABÁZE/PRAMENY K DIPLOMOVÝM PRACEM.....	126

1/ ÚVOD

Na počátku této práce stál dlouhodobý badatelský zájem o historii televizního média a (fikčních) televizních žánrů, a to primárně v angloamerické oblasti. Na počátku této práce stála rovněž fascinace sémiotikou a sémiotickou analýzou tak, jak byla živě aplikována ve studiích popkultury a v television studies právě badateli této provenience. Samotná volba tématu pak byla podnícena touhou po spojení těchto dvou zájmů, touhou po vyhotovení skutečně detailní, precizní a vyčerpávající analýzy konkrétního audiovizuálního textu, jež by umožnila názorně rozkrýt a rozebrat nejen možnosti, ale též limity důsledné sémiotické analýzy textu, následující pragmatický směr v jeho vnímání, a zohledňující tedy ideologickou, sociokulturní a historickou determinovanost (de)kódování znaků audiovizuálního textu usazeného v rámci popkultury konkrétní společnosti. Tzn. též tedy zohlednit kognitivně-psychologickou a sociokulturní pozici producenta hudebního videoklipu, jeho receptora i badatele-teoretika (toto paradigma si ostatně blíže přiblížíme v šesté podkapitole první části práce). Tento postup, vyznačující se jistou subverzivní absurdností až fanaticky detailního rozboru, by prostřednictvím kritické deskripce konkrétních limitů umožnil též vytanout skutečným možnostem (o nichž jsme přesvědčení) sémiotické analýzy, a tedy by jeho možným výsledkem (v němž jsme doufali) mohla být poměrně ambiciózní rehabilitace sémiotické analýzy na poli hudebního videoklipu.

Podobný postup by však samozřejmě nevedl k analyzování možností a limitů sémiotické analýzy jako takové, která je předmětem této práce (ať již by vedl k dosažení čehokoli), ale pouze k analýze jejích možností a limitů v *intencích jediného*, byť, jak v práci uvidíme, v současnosti celosvětově dominujícího přístupu.

Problematika hudebních videoklipů patří mezi oblasti, jež se setkávají se zájmem mnoha vědních oborů a disciplín. Tato syntetická umělecká forma,¹ rozkročená na pomezí hudby, filmu a televizní reklamy, přitahuje pozornost nejen tradičních

¹ Hudební videoklip je podobně jako film uměním syntetickým a snoubí v sobě různé umělecké druhy. Stejně jako v případě hudby či filmu pak jde o umění časové. (time-based)

uměnovědných disciplín jako je filmová věda nebo muzikologie, ale od samého počátku také sociologie, psychologie, filosofie. Jako nedílná součást populární kultury a nikdy nekončícího televizního toku je podrobována drobnohledu interdisciplinárních oborů, kdy je reflektována mediálními, kulturními i komunikačními studii, studii nových médií, studii vizuálními, televizními i genderovými (a dalšími).

Jako taková se pak stává také předmětem aplikace univerzálního interdisciplinárního nástroje – sémiotické analýzy.

V této práci vycházíme z předpokladu, že rozličné přístupy, rozličná badatelská východiska a národní (myšlenkové) tradice zakládají rozličná pole zájmu sémiotické analýzy a využití rozdílných přístupů při její aplikaci. Oproti lingvistice, sociologii nebo psychologii totiž v sémiologii neexistuje žádný *obecný teoretický referenční rámec*.² „Tolik sémiotik, kolik badatelů,“ jak s nadsázkou prohlásil francouzský sémiotik a muzikolog **Jean-Jacques Nattiez**.³

Předmětem této práce pak bude přiblížení některých z těchto „sémiotik“ a nastolení jejich možností a limitů pro analýzu hudebního videoklipu. Především však s využitím sémiotického metapřístupu na této látce ukázat, jaké jsou možnosti a limity sémiotické analýzy pro rozbor hudebního videoklipu jako takové. Tato práce se tak stane vůbec první metateoretickou prací věnovanou specificky sémiotickým pohledům na hudební videoklip.

Věříme, že jako taková přispěje nejen do mezioborové debaty o hudebním videoklipu coby výzkumné látce a poukáže na specifické možnosti a omezení jeho analýzy s ohledem na faktory, jako jsou výchozí vědní disciplína badatele či diskurz národní tradice, jehož se svým výzkumem zúčastní, volba obecného sémiotického

² NATTIEZ, J. J. „Reflections on the Development of Semiology in Music“. (v překladu Katherine Ellis) In.: *Music Analysis*, Vol. 8, No. ½ (březen–červenec) 1989. Blackwell Publishing. str. 27.

³ NATTIEZ, J. J. „Reflections on the Development of Semiology in Music“. cit. d., str. 23.

paradigmatu ad., ale také poslouží dalším badatelům ke kritické reflexi vlastního přístupu před samotným bádáním a k jeho lokalizaci v rámci širšího diskurzu.

metodologie a struktura práce,

vyhodnocení literatury

Vlastní tělo diplomové práce ›*Možnosti a limity sémiotické analýzy pro rozbor hudebních videoklipů*‹ bude členěno do tří návazných celků:

Nejprve prostřednictvím úvodní SEKCE PRVNÍ přiblížíme stávající stav sémiotického bádání v oblasti hudebního videoklipu, a to z perspektivy muzikologie a posléze pro-vizuálně orientovaných disciplín, zejména filmové vědy, a televizních studií, kulturních (a dalších) studií, pro něž je klíčové nahlížení hudebního videoklipu jako ideologicky a kulturně podmíněné (a zároveň aktivní) součásti popkultury.

Ke každé oblasti se váže specifický okruh literatury (která je v rámci jednotlivých podkapitol přiblížena a podrobněji vyhodnocena). V případě muzikologie jsme čerpali jakožto z primárních zdrojů ze stěžejních a v muzikologickém diskurzu hojně citovaných studií **Jean-Jacques Nattiez** „Reflections on the Development of Semiology in Music“,⁴ „Music Video and the Semiotics of Popular Music“ **Alfa Björnberga**,⁵ „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music“ **Thomase Turina**,⁶ *Music & Meaning: a Theoretical*

⁴ NATTIEZ, J. J. „Reflections on the Development of Semiology in Music“. (v překladu Katherine Ellis) In.: *Music Analysis*, Vol. 8, No. ½ (březen–červenec) 1989. Blackwell Publishing. str. 21–75.

⁵ BJÖRNBERG, Alf. „Music Video and the Semiotics of Popular Music“. Studi e testi dal Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale (a cura di Rossanda Dalmonte e Mario Baroni). Università di Trento. 1992. s. 379–388. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/others/bjbgvideo.html>>. Čerpáno 5. 11. 2011. On-line verze nečíslována.

⁶ TURINO, Thomas. „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music.“ *Ethnomusicology*, č. 2 (43), jaro–léto 1999. University of Illinois Press, 1999. str. 221–255. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/852734>>. Čerpáno 10. července 2010.

*Introduction to Musical Aesthetics*⁷ **Wilsona Cokera** a „Muzikologie obrazu“ **Andrew Goodwina**,⁸ zohledněna byla rovněž sekundární literatura věnující se těmto pracím: kritické analýzy a odborné recenze textů (mj. **Drabkin**, **Dunsby**, **Hatten**, **Miczniková**, **Edwards** a další).⁹

Dále jsme v práci vycházeli ze základních textů o hudebním videoklipu, *Sound and Vision. The Music Video Reader* autorského kolektivu **Frith – Goodwin** a **Gossberg**,¹⁰ *Dancing in the Distraction Factory* **Adrewa Goodwina**,¹¹ jež jsou užívány jako referenční ve většině textů o hudebním videoklipu, které po jejich vydání (celosvětově) vznikly, *Experiencing Music Video* **Carol Vernallisové**,¹² *Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury* **Petra Szczepanika**.¹³

⁷ COKER, Wilson. *Music & Meaning: a Theoretical Introduction to Musical Aesthetics*. New York 1972.

⁸ GOODWIN, Andrew. „Muzikologie obrazu“. *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5/1998. s. 58–67.

⁹ DRABKIN, William. [untitled] *Journal of the Royal Musical Association*. č. 2 (117) / 1992. Taylor & Francis, Ltd. str. 313–318. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/766320>>. Čerpáno 8. července 2010.

DUNSBY, Jonathan. „The Nattiez Phase“. *The Musical Quarterly*, č. 1 (69), zima 1983. s. 27–43. Oxford University Press. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741799>>. Čerpáno 8. července 2010.

HATTEN, Robert S. [untitled] *Music Theory Spectrum*, 1 (14), jaro 1992. University of California Press. s. 88–98. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/746084>>. Čerpáno 8. července 2010.

MICZNIK, Vera. [untitled] *Journal of the American Musicological Society*. č. 3 (45), podzim 1992. University of California Press. str. 526–535. Dostupné z WWW:

<<http://www.jstor.org/stable/831719>>. Čerpáno 8. července 2010.

EDWARDS, George. [untitled] *The Musical Quarterly*, č. 1 (76), jaro 1992. Oxford University Press. s. 114–121. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741916>>. Čerpáno 8. července 2010.

¹⁰ Jejímž koeditory jsou Lawrence Grossberg, americký badatel v oblasti kulturních studií, zaměřující se především na populární kulturu, britský sociomuzikolog Simon Frith a původem britský doktor kulturních studií Andrew Goodwin, od 80. let působící na Univerzitě v San Francisku.

FRITH, Simon – GOODWIN, Andrew – GROSSBERG, Lawrence (eds.). *Sound and Vision. The Music Video Reader*. Routledge, New York 1993.

¹¹ GOODWIN, Andrew. *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. University of Minnesota Press, Minneapolis 1992.

¹² VERNALLIS, Carol. *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press, New York 2004.

¹³ SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38.

V textu jsme využili rovněž teoretických publikací týkajících se obecně sémiotiky (především *Kurz obecné lingvistiky* **Ferdinanda de Saussura**,¹⁴ *Grammatica Speculativa* **Charlese Sanderse Peirce**,¹⁵ *Foundations of the theory of signs* **Charlese W. Morrise**¹⁶ a konečně *Teorie sémiotiky a Meze interpretace* **Umberta Eca**¹⁷) i možných významových interpretačních okruhů hudebního videoklipu (*Emotion and meaning in music* **Leonarda B. Meyera**,¹⁸ *Feeling sounds. Emotional aspects of music videos* a „The emotional Design of Music Videos. Approaches to Audiovisual Metaphors“ **Kathrin Fahlenbrachové**,¹⁹ *Možnosti vizuálních studií* **Matthewa Rampleyho** a **Marty Filipové**, *Špecifičnosť estetickej percepcie videoklipu* **Jany Žilové** ad.),²⁰ konzultovány byly i následující přehledové publikace, mj. *Sémiotika* **Jiřího Černého** a **Jana Holeše**,²¹ *Sémiotika v teorii a praxi* **Jarmily Doubravové**,²² *Sémiotika* **Bohumila Palka**,²³ *Černého Dějiny lingvistiky*²⁴ a další.

SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

¹⁴ SAUSSURE, Ferdinand de. *Kurz obecné lingvistiky*. 3. vyd. Academia, Praha 2008.

¹⁵ PEIRCE, Charles Sanders. „Grammatica Speculativa. Collected Papers, 2.219–2.390“ In.: PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997. s. 29–172.

¹⁶ MORRIS, Charles Williams. *Foundations of the theory of signs*. University of Chicago Press, Chicago 1938.

¹⁷ ECO, Umberto. *Teorie sémiotiky*. Argo, Praha 2009.

ECO, Umberto. *Meze interpretace*. Praha 2004.

¹⁸ MEYER, Leonard B. *Emotion and meaning in music*. University of Chicago Press, 1956.

¹⁹ FAHLENBRACH, Kathrin. *Feeling sounds. Emotional aspects of music videos*. In: *Proceedings of the 8th Conference of the International Society of Literature and Media*, August 2002, Pécs. Dostupné z WWW: <<http://www.arts.ualberta.ca/igel/IGEL2002/Fahlenbrach.pdf>>, čerpáno 18. března 2014.

FAHLENBRACH, Kathrin. „The emotional Design of Music Videos. Approaches to Audiovisual Metaphors.“ [on-line] Martin-Luther-Universität Halle, Germany. Dostupné z WWW: <<http://www.avila.edu/journal/kat1.pdf>>, čerpáno 25. května 2013. 18s

²⁰ RAMPLEY, Matthew – FILIPOVÁ, Marta. *Možnosti vizuálních studií. Společnost pro odbornou literaturu*, Brno 2008.

ŽILOVÁ, Jana. *Špecifičnosť estetickej percepcie videoklipu*. Postupová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2004. Vedoucí práce: Doc. Vlastimil Zúška. 62 stran.

²¹ ČERNÝ, Jiří – HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Portál, Praha 2004. s. 27; ČERNÝ, Jiří. *Dějiny lingvistiky*. Votobia 1996.

²² DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi. Proměny a stav oboru do konce 20. století*. Portál, Praha 2002.

²³ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997.

²⁴ ČERNÝ, Jiří. *Dějiny lingvistiky*. Votobia 1996.

V souvislosti s ukotvením myšlenkového proudu, který pojímá hudební videoklip jako součást popkultury, byly využity též následující publikace a studie: *Encoding and Decoding in the Television Discourse*²⁵ a „Kódování a dekodování“ **Stuarta Halla**,²⁶ *Handbook of Social Theory* **Ritzera** a **Smarta**,²⁷ *Television Culture* **Johna Fiskeho**,²⁸ studie „Pojem vizuální studia“ **Matthewa Rapleyho**,²⁹ „Post Synchronizing Rock Music and Television“ **Margaret Morseové**,³⁰ „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“ **Willa Strawa**³¹ a další.

Dílčí závěry byly rovněž vyvozovány z početné řady konkrétních sémiotických analýz a textů věnujících se hudebnímu videoklipu nesémiotického charakteru, jež byly aplikovány badateli z rozličných oblastí.³² Tyto texty jsou jmenovitě přiblíženy v rámci jednotlivých podkapitol.

²⁵ HALL, Stuart. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, Birmingham 1973.

²⁶ HALL, Stuart. Kódování a dekodování. In *Teorie vědy* 2005, roč. 27, č. 2. s. 41–59.

²⁷ RITZER, George – SMART, Barry. *Handbook of Social Theory*. (1st edition). Sage, London 2001.

²⁸ FISKE, John. *Television Culture*. Routledge, London and New York 1987, 1997.

²⁹ RAMPLEY, Matthew. „Pojem vizuální studia“. In.: RAMPLEY, Matthew – FILIPOVÁ, Marta. *Možnosti vizuálních studií. Společnost pro odbornou literaturu*, Brno 2008. s. 21–45.

³⁰ MORSE, Margaret. „Post Synchronizing Rock Music and Television“. *Journal of Communication Inquiry*. 10 (1)/1986. s. 15–28.

³¹ STRAW, Will. „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“. *Popular Music* 7/3, říjen 1988. s. 247–266. Dostupné z WWW: <<http://strawresearch.mcgill.ca/straw/strawmusicvideo.pdf>>. Čerpáno 20. 2. 2014.

³² Např. GERSIC, Tom. „Come To Daddy. An analysis of the music video directed by Chris Cunningham.“ [on-line] www.gersic.com. Dostupné z WWW: <http://gersic.com/pdf/gersic_come-to-daddy.pdf>. Čerpáno 25. února 2014.

MEIXNEROVÁ, Marie. „Beckovy klipy: Manuál. Vizuální dělení hudebních videoklipů Becka Hansena.“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 45. číslo, červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/beck/>>, naposledy navštíveno 6. března 2014.

CARLSSON, Sven E. „Audiovizuální poezie nebo komerční salát obrazů?“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/audiovizualni-poezie-nebo-komerčni-salat-obrazu/>>, čerpáno 13. května 2013. Naposledy navštíveno 6. března 2014.

RYBACKI, Karyn Charles – RYBACKI, Donald Jay. „Cultural approaches to the rhetorical analysis of selected music videos.“ [on-line] *Transcultural Music Rewiev*. www.sibetrans.com/trans/. nr. 4/1999. Dostupné z WWW: <<http://www.sibetrans.com/trans/trans4/rybacki.htm>>, čerpáno 16. května 2011. a další.

Většina literatury využitá v této práci pochází ze zdrojů zahraničního charakteru. V českém kontextu sice rovněž v průběhu posledních let vznikla řada teoretických prací věnovaných hudebnímu videoklipu, čeští autoři však dávají před sémiotikou přednost odlišným nástrojům (většina prací o hudebním videoklipu v našem kontextu vzniká jako diplomové práce nebo populární texty v časopisech). Ze sémiotického hlediska se hudebnímu videoklipu alespoň částečně věnují dva odborné texty (shodou okolností jde v obou případech o výjimečně zdařilé magisterské práce): „*Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury*“³³ **Petra Szczepanika** z roku 1998 a „*video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*“³⁴ **Martina Mazance** z roku 2006. (Oba podlehnou podrobnějšímu ohledání v druhé sekci práce.)

V této části práce nastolíme, jakým způsobem rozličné výchozí vědní disciplíny, myšlenkové tradice, národní školy a konečně individuální badatelské přístupy do značné míry ovlivňují způsob uchopování hudebního videoklipu a posléze vedení samotné sémiotické analýzy.

Předpokládáme, že zásadní roli bude hrát rovněž diverzita amerického a evropského sémiotického diskurzu a také jistá nedořešenost zásadních otázek v sémiotice hudby, jejíž postupy jsou tak jen neochotně přijímány badateli z odlišných disciplín. To může vést k upořádání hudby v analýzách hudebního videoklipu, a to dokonce i v případě interdisciplinárních přístupů.

³³ SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38.; SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

³⁴ MAZANEC, Martin. *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*. (Diplomová práce) Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: RNDr. Martin Čihák, Ph.D. Olomouc, 2006. 102 stran

Jádro práce tvoří SEKCE DRUHÁ, jejímž předmětem je kritické srovnání celkem šesti konkrétních přístupů individuálních badatelů, jež možnosti a limity nastolené v první části práce ilustrují, konkretizují a zároveň dále podrobněji rozvádějí (specifikují). Pro srovnání jsme zvolili vždy dva texty, které se sémioticky zaměřovaly na obdobnou problematiku v rámci hudebního videoklipu a jsou si dobově či diskurzivně blízké.

Srovnání budou podrobeny přístupy následujících šesti badatelů:

švédského muzikologa **Alfa Björnberga**, jak jej přibližuje ve své studii „Music Video and the Semiotics of Popular Music“³⁵ z roku 1992, a amerického badatele **Andrewa Goodwina** a jeho „Muzikologie obrazu“ z téhož roku (oba autoři se teoreticky zaměřují na vztah mezi hudbou a vizuální strukturou hudebního videoklipu),

Belgičanky **Heidi Peetersové**, jejíž „The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars“³⁶ z roku 2004 vyšla rovněž v českém překladu jako „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“³⁷ a americké muzikoložky **Carol Vernallisové**, která se v rámci své publikace o hudebním videoklipu *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*³⁸ (2004) věnuje podobně jako **Peetersová** syntaktické a sémantické úloze „hvězdy“ v rámci hudebního videoklipu,

³⁵ BJÖRNBERG, Alf. „Music Video and the Semiotics of Popular Music“. Studi e testi dal Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale (a cura di Rossanda Dalmonte e Mario Baroni). Università di Trento. 1992. s. 379–388. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/others/bjbgvideo.html>>. Čerpáno 5. 11. 2011. On-line verze nečíslována.

³⁶ PEETERS, Heidi. „The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars.“ [on-line] *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrativ*. Issue 8, May 2004. Dostupné z WWW: <<http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipeeters.htm>>. Naposledy navštíveno 24. března 2014.

³⁷ PEETERS, Heidi. „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. června 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/peeters/>>, naposledy navštíveno 24. března 2014.

³⁸ VERNALLIS, Carol: *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press, New York 2004.

a pragmatický přístup brněnského historika filmu a médií **Petra Szczepanika**, jak je obsažen v jeho diplomové práci (později publikované v časopise *Biograph*) „*Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury*“³⁹, a dalšího českého autora, teoretika pohyblivého obrazu **Martina Mazance**, který se ve své diplomové práci „*video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*“⁴⁰ z roku 2006 dotýká problematiky hudebního videoklipu skrze kategorii dispozitivu jakožto souhrnu materiálních a organizačních kvalit díla, které řídí vztah pozorovatele k obrazům v rámci jistého sociokulturního systému. **Mazancův** dispozitiv lze v tomto kontextu označit jako specifické rozšíření pragmatického přístupu ve vztahu k technologii (na niž klade zvláštní důraz). Tyto otázky ve svém textu řeší též **Szczepanik**.

Výsledkem srovnání bude kritické shrnutí zásadních možností a limitů sémiotické analýzy v závěrečné kapitole práce – v SEKCI TŘETÍ.

Metodologicky budeme v práci vycházet z kombinace kritického a komparativního přístupu.

³⁹ SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38. SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

⁴⁰ MAZANEC, Martin. *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*. (Diplomová práce) Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: RNDr. Martin Čihák, Ph.D. Olomouc, 2006. 102 stran

poznámka k psaní názvů a citací

Názvy audiovizuálních děl jakož i tituly knih jsou v textu označeny kurzívou. Kurzívou jsou rovněž vyznačeny videoklipy k písním. Tituly hudebních skladeb či jejich textů uvádíme v uvozovkách.

Citace uvádíme v uvozovkách; v případě citací ze zahraniční literatury jde o můj překlad, nebo jsou ponechány v originále.

Podle potřeby bude hudební videoklip v textu zkracován na *hv* nebo jen na videoklip. Pojmy hudební videoklip a hudební video vnímáme *pro účely této práce* jako synonymní.

Jména a příjmení jsou od ostatního textu odlišena tučně.

2/ SEKCE PRVNÍ

nastínění stavu sémiotického bádání o videoklipu

1/ muzikologie: hudební sémiotika

*2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy: pragmatická
vs. strukturalistická tradice vědy o znaku*

3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze

4/ muzikologie obrazu: hudební sémiotika a hudební videoklip

5/ filmová věda a sémiotika hudebního videoklipu

6/ kultura || televizní studia || popkultura: hudební videoklip jako součást popkultury

V první sekci práce, uvádějící do problematiky sémiotické analýzy hudebního videa, se zaměříme na přiblížení stávajícího stavu sémiotického bádání v oblasti hudebního videoklipu, a to z perspektivy nejprve muzikologie a posléze pro-vizuálně orientovaných disciplín, zejména filmové vědy a televizních studií, kulturních (a dalších) studií, pro něž je klíčové nahlížení *hv* jako ideologicky a kulturně podmíněné (a zároveň aktivní) součásti popkultury, a na jejich komparaci. Na hudební videoklip, který v sobě spájí tři odlišné sémiotické systémy: obraz, hudební skladbu a jazyk/text, tj. mluvené či zpívané slovo,⁴¹ bývá nejčastěji nahlíženo právě skrze optiku těchto disciplín.

⁴¹ Rozdílnosti těchto médií, jejich různými vzájemnými významotvornými vztahy v *hv* a nastínění problému komunikace kontradiktorních významů (či přesněji, evokace neslučitelných konotací v recipientovi), které mohou vnášet do hudebního videoklipu se věnuje např. Carol Vernallisová v publikaci *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d.)

V rámci exkurzu do aplikace hudební sémiologie⁴² na audiovizuální text hudebního videoklipu bude nutné rovněž stručně přiblížit dosti specifický stav a postupy hudební sémiologie jako takové a její odlišné sémiotické diskurzy. Především proto, že oblast hudby je mimo muzikologické analýzy v hudebním videoklipu oblastí nejvíce opomíjenou;⁴³ její přiblížení tudíž vnímáme coby klíčové nejen pro rozkrytí nedostatků sémiotické analýzy aplikované na *hv* hudební vědou, ale také filmovědou nebo televizními či kulturními studii ad.

Základní (v této vyhrocené podobě již pouze modelová) diverzita amerického a evropského sémiotického diskurzu (pragmatická vs. strukturalistická definice sémiotiky, resp. formalistický vs. hermeneutický přístup)⁴⁴ jako dvou odlišných metodologických paradigmat⁴⁵ se pak přímo dotýká způsobu nahlížení zkoumaného jevu (tj. hudebního videoklipu) a vedení sémiotického výzkumu, a proto bude rovněž v této úvodní části práce stručně přiblížena.

⁴² V podkapitole *2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy: pragmatická vs. strukturalistická tradice vědy o znaku* vymezujeme zřetelný rozdíl mezi sémiotikou Peircovou a sémiologií Saussurovou. Vzhledem k tomu, že v současnosti jsou oba termíny často používány synonymně (srov. Černý, *Dějiny lingvistiky*, cit. d., s. 414) k označení vědy o znacích a převládání daného termínu je dle Černého spíše záležitostí geografickou a kulturní, rozhodli jsme se s těmito termíny v částech práce, kdy se přímo nevztahují ke svým zakladatelům – Peircovi a Saussurovi – nakládat spíše volně a pojímat je jako synonyma. To především proto, že v textu čerpáme a citujeme řadu badatelů, kteří s nimi nakládají často volně. Tato „strategie“ nám umožní přiřklánět se vždy k výrazu volenému badatelem, jehož teorií se právě zabýváme, a tak respektovat jeho terminologii. Obdobně budeme v textu užívat adjektivum sémiotický i sémiologický (ve smyslu vztahující se k vědě o znacích či od ní odvozený).

⁴³ Např. Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., s. xxi.

⁴⁴ Srov. ECO. Umberto. „Přirozené hranice: dvě definice sémiotiky.“ In.: Eco, *Teorie sémiotiky*. cit. d., s. 23–41.; Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d.; Rampley, „Pojem vizuální studia“, cit. d.; Meyer, *Emotion and meaning in music*, cit. d.; Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d. atd. Tato problematika bude rozvedena dále v práci.

⁴⁵ „metodologický přístup ku konštrukcii vedeckého modelu skúmaného javu, resp. teória o štruktúre javu a s tým súvisiaci určujúci metodologický princíp jeho skúmania.“ VALČEK, Peter. „Paradigma metodologická“. In.: *Slovník teórie médií A–Ž*. Literárne Informačné Centrum, Bratislava 2011. s. 240–242.

SÉMOTICKÁ ANALÝZA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU:

1/ muzikologie: hudební sémiotika

– *distinkce mezi národními tradicemi – tři osy utvářející sémiotickou teorii*

Muzikologii bude v rámci sémiotických analýz *hv* zajímat především hudba a její strukturotvorná funkce v rámci hudebního videoklipu, která zakládá významy, a tvorba či posun významů vzcházející ze spojení hudby s obrazem.⁴⁶ Českou nebo německou školu, ctící tradici „muzikologické tripartity“⁴⁷ a zaměřující se především na hudební analýzu, bude oslovovat především *interpretační* analýza textu jako do určité míry uzavřeného autonomního systému (a řada badatelů pravděpodobně sáhne k – podle Poledňáka, Fukače, Turina a dalších pro hudební analýzu nejvhodnější – základní peircovské terminologii index-ikon-symbol,⁴⁸ nebo k uplatnění sémiotiky **Ferdinanda de Saussura**⁴⁹). (Konkrétněji viz podkapitola

⁴⁶ Např: Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.; Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d.

Přehled, který následuje, má charakter pouhého schematického, zjednodušujícího shrnutí, které má na úvod této práce pouze demonstrovat *hlavní tendence a zásadní difference* podstatně odlišných forem uvažování v rámci hudební sémiotiky v závislosti na odlišné myšlenkové tradici či „národní škole“. Jako k takovému je třeba k němu také přistupovat. Jednotlivé tradice i rozdíly v sémiotických přístupech budou posléze dále v textu práce více přiblíženy a náš počáteční přehledový „schematismus“ tak uveden na pravou míru.

Za tento generalizující přehled hlavních diferencí mezi národními či myšlenkovými tradicemi vděčím kromě publikací *Emotion and meaning in music* Leonarda Meyera (Meyer, *Emotion and meaning in music*, cit. d., s. 307.), „Reflections on the Development of Semiology in Music“ J. J. Nattieze (Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d.), a stati „Pojem vizuální studia“ Matthewa Rampleyho (Rampley, „Pojem vizuální studia“, cit. d.) též kurzu „Problémy sémiotiky: sémiotiky médií“ Prof. Stanislava Hubíka, PhDr. CSc., který na Katedře žurnalistiky Univerzity Palackého v Olomouci vedl v LS 2013; jmenovitě pak hodině s tematikou Sémiotiky a muzikologie.

⁴⁷ K tripartitě blíže viz *3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze*.

⁴⁸ Srov. POLEDŇÁK, Ivan – FUKAČ, Jiří. „Znak“. In: FUKAČ, J. – VYSLOUŽIL, P. – MACEK, P. (eds.) *Slovník české hudební kultury*. Editio Supraphon, Praha 1997. s. 1023.; Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music“, cit. d. Pro index-ikon-symbol viz Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d., s. 27 či dále v textu v podkapitole *2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy*

⁴⁹ Srov. Otakar Hostinský, Jaroslav Zich, zejm. jejich komentáře v *Bulletinu pracovního týmu pro hudební sémiotiku* Mezioborového týmu pro vyjadřovací a sdělovací systémy umění ČSAV, dále Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music“, cit. d.; Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d. ad.

Blíže k rozdílu mezi strukturalistickou saussuerovskou sémiologií a pragmatickou peircovskou sémiotikou viz podkapitola *2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy*.

2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy: pragmatická vs. strukturalistická tradice vědy o znaku.)

Zájem americké nebo britské muzikologie se oproti tomu bude stáčet primárně k hudbě (a hudebnímu videoklipu k hudbě) populární, kde bude uvažovat i rovinu kulturního kontextu a především rovinu pragmatickou,⁵⁰ a tedy reflektovat i znakovost v procesech tvorby a percepce hudebního videoklipu. Jak zmiňuje jeden ze zástupců této tradice, **Wilson Coker**, ve svém vlivném díle *Music & Meaning: a Theoretical Introduction to Musical Aesthetics*,⁵¹ podle této badatelské tradice čistě formální analýza vnitřních mechanismů hudební skladby nepřináší žádný užitek, pouze rozčlenění jejích „kogenerických“ (stejnorodých) prvků. Hudební sémiotická analýza by však měla také reflektovat „extragenerické“ (mimohudební) složky hudebního díla, resp. hudební formy. Badatelé americké školy si podle Cokera kladou otázku po ontologii hudebního díla – *lze otázky hudební percepce a kognice řešit pomocí sémiotiky?*

Přehled uplatnění sémiotiky v muzikologii a badatelských aktivit v této oblasti do roku 1989 nejen na Západě, ale také ve východním bloku poskytuje ve svém spisu předkládajícím obecnou teorii hudební sémiotiky **Jean-Jacques Nattiez**.⁵² „Nattiezovy schopnosti jako interpreta a mluvčího hudební sémiologie z něj učinily nestora oboru jak v Severní Americe, tak severozápadní Evropě.“⁵³

⁵⁰ Rozdělení sémiotiky do tří částí, na sémantiku, syntax (či syntaktiku) a pragmatiku provedl v jednom ze základních děl teorie sémiotiky, *Foundation of the Theory of Signs* (Chicago, 1938) americký logik a filosof Charles William Morris. Zatímco sémantika zkoumá význam, tj. vztahy mezi znaky a označovanými předměty (jevy, událostmi) a syntax zkoumá vztahy existující mezi znaky navzájem, pragmatika se zabývá vztahy mezi znaky a jejich uživateli. Tyto tři dimenze sémiózy zakládají sice tři vzájemně neredukovatelné poddisciplíny sémiotiky, ve skutečnosti se však vyznačují *postupnou inkluzí* – sémantika zahrnuje syntax a pragmatika zahrnuje sémantiku. (Obvykle se však tyto pojmy zužují a „sémantikou“ se myslí část sémiotiky, která nepatří do syntaxe, a „pragmatikou“ ta část pragmatiky, která nenáleží do sémantiky.) Morris, *Foundations of the theory of signs*, cit. d.

Srov. Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d., s. 27; Černý, *Dějiny lingvistiky*, cit. d., s. 414–415.; Doubravová, *Sémiotika v teorii a praxi*, cit. d., s. 29.

⁵¹ Coker, *Music & Meaning: a Theoretical Introduction to Musical Aesthetics*, cit. d.

⁵² Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d.

⁵³ DRABKIN, William. [untitled] *Journal of the Royal Musical Association*. č. 2 (117) / 1992. Taylor & Francis, Ltd. str. 313–318. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/766320>>. Čerpáno 8. července 2010. str. 314)

Tento francouzský sémiolog a muzikolog v souvislosti s různými národními školami a badatelskými tradicemi upozorňuje, že „je tudíž (...) nezbytné hovořit o vícero sémiologiích, či spíše o případných sémiologických projektech.“⁵⁴ Příčiny různorodých sémiotických orientací, které ve své práci „Reflections on the Development of Semiology in Music“ vyděluje, jsou poměrně výmluvné a do velké míry univerzální – jsou tudíž platné nejen pro uvažování o hudbě jako takové, ale, jak uvidíme, aplikovatelné také v teorii hudebního videoklipu.⁵⁵

Každou jednotlivou sémiotickou teorií [v Nattiezově případě sémiotickou teorií hudby] dle Nattieze utváří tři osy.

1/ *Volba, ať již implicitní či explicitní, ontologické koncepce hudby* (Co tvoří esenci hudby jakožto systému signifikací? [signifying system]) [V našem případě uvažujeme o hudbě přítomné v hudebním videoklipu, můžeme také pracovní Nattiezovu distinkci tří os modifikovat ve vztahu nikoli pouze k hudbě, ale k videoklipu jako celku.]

Nattiez poukazuje na to, že na Západě „žijeme na základech kulturního dědictví, které pokládá hudbu za umění „označující sama sebe“, které tedy

Zásadní pozornosti se dočkala zejm. Nattiezova kniha *Music and Discourse: Toward a Semiology of Music*, která měla globální význam pro hudební vědu. (Srov. LASKE, Otto. „Towards a Musicology for the Twentieth Century.“ *Perspectives of New Music*, XV/2 1977. Cit. In. DUNSBY, Jonathan. „The Nattiez Phase“. *The Musical Quarterly*, č. 1 (69), zima 1983. s. 27–43. Oxford University Press. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741799>>. Čerpáno 8. července 2010. s. 29)

NATTIEZ, Jean-Jacques. *Music and Discourse: Toward a Semiology of Music*. Translated by Carolyn Abbate. (Přeložené a zkrácené vydání *Musicologie generale et semiologie*. Christian Bourgois, Paris 1987.) Princeton University Press, Princeton 1990.

⁵⁴ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d. Poprvé vyšlo jako „Reflexions sur le développement de la sémiologie musicale“. In.: NATTIEZ, Jena Jacques. *De la sémiologie à la musique*. University of Quebec at Montreal, Montreal 1988. s. 189–234.

⁵⁵ Z Nattieze vychází např. Tom Gersic ve své analýze hudebního videoklipu k písni Aphex Twin „Come To Daddy“ (r. Chris Cunningham, 1997); uvažuje jej též Carol Vernalisová (Vernalis, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d.; Gersic, „Come To Daddy. An analysis of the music video directed by Chris Cunningham“, cit. d.) a další.

neodkazuje k žádné jiné skutečnosti vyjma sebe“ – to jest, operujeme s formalistickou koncepcí hudby.⁵⁶

Na druhou stranu je zde však dlouhá filozofická a estetická tradice sahající až k Platonovi a jeho teorii *étosu*, podle které je podstatou hudby evokace pocitů, přenos emocí či dokonce popis událostí.⁵⁷ Tento ontologický přístup Nattiez identifikuje jako jednoznačnou oporu sémantického výzkumu badatelů, jako jsou **Francès, Cooke, Coker, Noske** či **Imberty**⁵⁸, a jak si podle Nattieze dokážeme snadno představit, výrazně se od toho předešlého metodologicky liší.

Nattiez tvrdí, že tyto dvě perspektivy nejsou v žádném případě neslučitelné – leda bychom se uchýlili k ontologické exkluzivitě, která se dle něj rychle stává dogmatickou a narativní. Pohlíží proto na hudbu jako na *endosemantickou* i *exosemantickou* – jako na struktury referující ke strukturám, i jako na referující ke vnějšímu světu.⁵⁹ Důležitost přisuzovaná individuálně těmto dvěma dimenzím pak variuje v závislosti na historickém období, estetice, kultuře i jednotlivci. (Tedy na určitým

⁵⁶ „In the West, we live on the foundations of a cultural heritage which sees music an art ,which signifies itself‘, which does not refer to any reality than itself.“ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 21.

Srov. též MICZNIK, Vera. [utitled] *Journal of the American Musicological Society*. č. 3 (45), podzim 1992. University of California Press, str. 526–535. Dostupné z WWW:

<<http://www.jstor.org/stable/831719>>. Čerpáno 8. července 2010. str. 527 a Vernallis, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d., s. 285.

Tato koncepce hudby pak nachází své přímé hudebně-sémiologické odezvy v teoretických definicích Jakobsonových či praktickém výzkumu Ruwetově (JAKOBSON, Roman. „Language in Relation to Other Communication Systems“. In.: *Linguaggi nella società e nella tecnica*. Edizioni di Comunità, Milan 1970. s. 3–16.; JAKOBSON, Roman. *Essais de linguistique générale II*. Minuit, Paris 1973.; RUWET, N. *Langage, musique, poésie*. Seuil, Paris 1972. Cit. In. Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 22.)

⁵⁷ Tamtéž. Srov. Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d.

⁵⁸ FRANCÈS, Robert. *La Perception de la musique*. Vrin, Paris 1958.; COOKE, Deryck. *The Language of Music*. OUP, London 1959.; COKER, Wilson. *Music and Meaning: A Theoretical Introduction to Musical Aesthetics*. Free Press, New York 1972.; NOSKE, Frits. *The Signifier and the Signified: Studies in the Operas of Mozart and Verdi*. Nijhoff, The Hague 1977.; IMBERTY, Michel. *Entendre la musique* (Vol. 1 of *Sémantique psychologique de la musique*). Dunod, Paris 1979.; IMBERTY, Michel. *Les Écritures du temps* (Vol. 2 of *Sémantique psychologique de la musique*). Dunod, Paris 1981. Cit. In. Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 22.

⁵⁹ Tamtéž.

způsobem diachronně a synchronně ukotvené „sémiologii či sémiologickém projektu“ – tj. sémiotickém přístupu.)

2/ *Epistemologická orientace autora*

„Sémiologické teorie hudby můžeme dále rozlišit podle toho, zda považují diskuzi o hudbě spíše za akt exegeze, nebo následování vědeckého modelu: dle toho se přiklání buď k hermeneutice,⁶⁰ nebo k formalizaci, se všemi možnými fázemi mezi tím,“ uvádí Nattiez a jmenuje zástupce hermeneutické strany i aktéry debat na straně formalizační.⁶¹ Jedním dechem však zdůrazňuje, že je nemožné epistemologické otázky redukovat na opozici hermeneutika-formalismus. „Because although severity is a guarantee of epistemological vigour, it is not this which, *de facto*, confers on any research its *semiological* character.“⁶²

3/ *Volba sémiologického paradigmatu*

Třetí osou formování sémiotické teorie je volba sémiologického paradigmatu.⁶³ Přitom Nattiez podotýká, že „[v]lastně může existovat tolik hudebních sémiologií, kolik existuje teorií a sémiotiků.“⁶⁴

⁶⁰ **exegeze** – kritický rozbor, slovní n. věcný výklad nějakého textu, zejména biblického. (KRAUS, Jiří (ed.) *Nový akademický slovník cizích slov*. Academia, Praha 2006. s. 223)

hermeneutika – v hudební vědě „estetická teorie snažící se spojovat určitý mimohudební obsah s jistými danými hudebními postupy.“ Kraus, *Nový akademický slovník cizích slov*, cit. d., s. 304.

⁶¹ Hermeneutická strana zde může dle Nattieze pojmut explikaci textů (Feld, 1982), jejich objasňování (Noske 1977a) i marxistickou (Blacking, 1973) či psychoanalytickou (Fonagy, 1983) orientaci, mezi „aktéry na straně formalizační“ řadí hypoteticko-deduktivní (generativní) a induktivní (distribuční) modely, ovlivněné obdobnými debatami v lingvistice a nacházející své kořeny v podstatně šířeji rozkročených epistemologických diskuzích (Ruwet 1975, Nattiez 1975a: 386-91). Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 22–23.

⁶² Tamtéž, s. 23.

⁶³ Zde „paradigma“ ve smyslu, perspektivy, množiny předpokladů o sociálním světě. („**Paradigm** – A set of assumptions about the social world, and about what constitute proper techniques and topics for inquiring into that world; a set of basic beliefs, a world view, a view of how science should be done (ontology, epistemology, methodology).“ (PUNCH, Keith. *Developing Effective Research Proposal*. 2nd Edition. SAGE Publications, London 2006. s. 31.)

Tedy v obecném slova smyslu jako vzor, příklad, model (viz REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Portál, Praha 2004, s. 178). Nattiez zde používá zde paradigma v tomtéž smyslu jako s ním operuje sociologie, politologie, historie a jiné společenské vědy; nikoli v přísně sémiotickém a strukturálně-lingvistickém smyslu v intencích distinkce paradigma vs. syntagma (jež je přiblížena v podkapitole 3/ *obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze*).

Z dosud řečeného je již patrná jistá diverzita možných sémiotických uchopení hudebního videoklipu, zatím *pouze* z perspektivy muzikologie (jak uvidíme posléze v této práci, sémiotické přístupy se s dalšími disciplínami ještě více – a výrazněji – diverzifikují). Hudební sémiologie však zakládá ještě jeden výrazný problém, který posléze ovlivňuje rovněž analýzy hudebního videoklipu, a tím je nedořešenost základních otázek vlastního teoretického rámce: ač by se nám zde kupříkladu mohlo jevit jako relativně nenáročné přidělit hudební sémiologii alespoň minimální univerzální definici – např. tu odvozenou z augustinovského *aliquid stat pro aliquo*⁶⁵ – tedy definovat hudební sémiotiku/sémiologii prostě jako vědu o znacích v hudbě –, situace ve skutečnosti tak prostá není. Taková (či vůbec jakákoli) definice je totiž explicitně vyjádřena jen zlomkem badatelů (Nattiez kromě sebe jmenuje např. ještě Noskeho nebo Lidova),⁶⁶ především však mezi výzkumníky panují rozpory o povaze *reference*⁶⁷ hudebního znaku a vůbec o otázce působnosti celé

⁶⁴ „In fact, there can be as many musical semiologies as there are theories and theorists of semiology.“ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 23.

⁶⁵ V protosémiotickém smyslu bývá za zakladatele sémiotiky považován sv. Augustin, zakladatel patristiky. Jsa inspirován iránským masdismem, zabýval se jako první otázkou znaku a něčeho jiného, zejména toho, co je domyšlené, dostupné ne zkušenosti, ale jen rozumu či citu. (Augustin si kladl např. otázku, zda slovo Bůh označuje opravdu Boha, a pokud ano, co je to ten Bůh.) **aliquid stat pro aliquo** (něco značí něco jiného / něco stojí za něco jiného) je odvozeno od klasické definice znaku podle Sv. Augustina (354–430), respektive formulace úderné definice jeho následovníka Alberta Velikého (Albertus Magnus, 1193/1206 – 1280) *signum est aliquid stat pro aliquo* (znak je to, co stojí namíste něčeho jiného).

Příslušník starořecké stoické školy Chrissipos definoval znak jako „označovanou, označující a jsoucí věc“. Z nich označující bylo znak (například Dion), označované věc, vyjádřená znakem, a jsoucí věcí vnější skutečný předmět (například sám Dion). Valček, cit. d., 349.

⁶⁶ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 23.

⁶⁷ **reference** – „v semiotike vzťah doch alebo viacerých reálno-materiálnych a reálno-mentálnych objektov (javov, predmetov, faktorov, pojmov, prestáv), ktoré spolu tvoria funkčný celok (zmysel) slovesnej štruktúry, znakového prostredia kultúrneho areálu, topologického horizontu postoja a pod. Vzťah textového výrazu (termínu, pojmu, označenia) [v našom prípade *zvuku*, většinou realizovného dle grafické notace, pozn. MM] k mimojazykovému denotátu (denotovanému objektu, situácii, faktu) – z hľadiska slovesnej štruktúry jeden z kľúčových termínov, určujúcich identitu (...) stavebných prvkov a segmentov slovesných štruktúr, analogický ich komunikačnej funkcii (zmyslu)...“ VALČEK, Peter. „Referencia“. In.: Slovník teórie médií A–Ž. Literárne Informačné Centrum, Bratislava 2011, s. 277.

Viz sémantický trojúhelník reference jako vztah mezi označujícím a označovaným (označující – mentální vzorec evidence struktury znaku, jenž v mysli generuje označované). Ogden-Richardsonův referenční trojúhelník na rozdíl od saussurovského řešení zdůrazňuje referenčnost tvorby informace, kdy referentem je součást uvědomělé reality (mentální evidence objektu jako faktu), která je pojmenována či formulována v podobě myšlenky (mentální reference) o

disciplíny, a tak, řečeno s Nattiezem, „kolektivně matou své potencionální následníky“.⁶⁸

Tato nevyjasněná situace patrně do značné míry osvětluje, proč jsou postupy hudební sémiotiky (či hudebních sémiotik) tak málo (či jen velmi omezeně a pouze schematicky) využívány badateli, kteří se snaží k *hv* přistupovat co možná interdisciplinárně (vzhledem k tomu, že jednu z primárních složek hudebního videoklipu tvoří bezpochyby právě hudba,⁶⁹ jde o poměrně pozoruhodný paradox).

víceméně známém či neznámém objektu. (Viz VALČEK, Peter. „Sémantický trojuholník“. In.: Slovník teórie médií A–Ž. Literárne Informačné Centrum, Bratislava 2011, s. 288–289.)

⁶⁸ Blíže rozebráno viz Drabkin, cit. d., s. 314.

⁶⁹ A na tom se shodnou naprosto všichni badatelé, a to i z velmi rozdílných oblastí, bez ohledu na výchozí disciplínu, národní tradici, teorii nebo aplikovanou metodologii. Mnozí z nich dokonce hudbu považují za složku jednoznačně dominantní a určující. Tento názor je velmi rozšířen také mezi laickou veřejností i hudebními a televizními profesionály.

SÉMOTICKÁ ANALÝZA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU:

2/ aliquid stat pro aliquo

dvě [metodologická] paradigmata téže vědy: pragmatická vs. strukturalistická

tradice vědy o znaku

– *americká vs. evropská tradice sémiotiky – sémeiotika vs. sémiologie – Peirce vs. Saussure*

Nattiez ve své metateorii naráží ještě na jeden velmi významný faktor, který byl dosud v textu této práce obsažen pouze implicitně, skrze distinkce jednotlivých národních škol a neshody v údělu hudební sémiotiky, referenci ad. a který je vhodné před dalším důkladnějším exkurzem osvětlit. **Nattiez** se dotýká přirozené hranice dvou definic sémiotiky, respektive naráží na rozdíl mezi saussurovským (respektive hjelmslevovským) [francouzští autoři] a peircovským (peircevsko-morrisovským) [američtí autoři] pojetím znaku; k rozdílu mezi sémeiotikou a sémiologií. Právě **Saussuerova** strukturalistická sémiologie a **Peircova** pragmatická sémiotika tvoří dva pomyslné myšlenkové pilíře, na kterých staví všechny dnešní sémiotické teorie.⁷⁰ Základní diverzita amerického a evropského sémiotického diskurzu jako dvou odlišných metodologických paradigmat, na jejichž základech jednotliví badatelé či badatelské týmy posléze vyvíjejí své teorie a metodologické postupy, pak přímo ovlivňuje též způsob nahlížení zkoumaného jevu⁷¹ – v našem případě

⁷⁰ Blíže viz také kapitola „0.5. Přirozené hranice: dvě definice sémiotiky“ v publikaci Umberta Eca *Teorie Sémiotiky*. cit. d, s. 23–41.

Bohumil Palek upozorňuje, že „1. Obě koncepce v závislosti na různých lingvistech a dalších sémiotících jsou v současné době [poprvé vyšlo 1997, pozn. MM] buď jedna, či druhá upřednostňovány, jedna stavěna proti druhé, jedna se uvádí a druhá je tabu, nebo se vytváří představa, že obě jsou totožné (až na název *sémiotika* u Peirce, *sémiologie* u de Saussura), nebo se dokonce konstatuje, že **sémiologie je vhodná pro lingvistiku, zatímco sémiotika pro filosofii, logiku apod., tedy pro obory jiné než je lingvistika** [zvýraznila MM].

2. Obě koncepce jsou však natolik závažné a různé, že při řešení základních sémiotických otázek by bylo chybné na jednu z nich zapomenout: obě umožňují zmapovat odlišné oblasti teorie znaku.

3. Dosah Saussurovy koncepce přesahuje lingvistiku a Peircova koncepce jako obecná teorie znaku je plně využitelná při sémiotickém výkladu přirozeného jazyka.“ PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997.

⁷¹ resp. jeho konstrukce badatelem (kdy způsob zkoumání zde spolu-konstruuje zkoumanou skutečnost). **Frank E. X. Dance** upozorňuje, že koncept, ze kterého při tvorbě teorie vycházíme, ovlivňuje naše pozorování a tím principy, jež vyvozujeme. To má posléze vliv na odvozené hypotézy a vyvozené zákonitosti. Všechny tyto prvky ovlivňují konstrukci teorie. (DANCE, Frank E.

hudebního videoklipu – a vedení samotného sémiotického výzkumu; proto zde bude krátce nastíněna.

Sémeiotika (u nás rozšířenější pojmenování sémiotika – z řeckého sémeion, znak, symptom)⁷² je věda o znacích ustavená americkým filozofem a logikem **Sandersem Charlesem Peircem** (1839–1914),⁷³ a to *zcela nezávisle* na evropské tradici. (Saussure na rozdíl od Peirce, který o sémiotice začal psát v Americe již v 60. letech 19. století,⁷⁴ nebyl tak originální, neboť *měl na co navazovat* – v Evropě panovala odlišná situace, na rozdíl od Ameriky zde v té době existovaly elitní školy, intelektuálové a Formální škola, která se zabývala jazykovými formami. Odtud byl již k předmětu **Saussurova** zájmu – strukturám – pomyslný krůček. **Saussurův** *Kurz obecné lingvistiky*,⁷⁵ který na základně mistrových přednášek vydali post mortem jeho žáci, vyšel knižně poprvé v roce 1916.)

Zásadním přínosem **Peircovy** sémiotické teorie je jeho triadické pojetí znaku, který pro něj sestává z *representamenu*, *interpretanta* a *objektu*:

representamen (či znakové vehikulum)⁷⁶ je forma znaku (odpovídající zhruba **Saussurovu** *označujícímu*),⁷⁷ interpretant(s) význam znaku (dle

X. "The 'Concept' of Communication." *Journal of Communication* 20 (1970). s. 201–10. Dostupné z WWW: < <http://kayecoronel.files.wordpress.com/2009/12/8607352-dance-the-concept-of-communication3.pdf>>, čerpáno 18. dubna 2012.) Jak dále uvidíme, to vede k vnímání a následnému zkoumání hudebního videoklipu jako „němého filmu k písni“, „vizualizace hudby“, „Gesamtkunstwerku“, jeho definici jako „médiu“, „kulturního žánru“, „televizního žánru“, „filmového žánru“, „reklamy“, „umělecké formy“, „superznaku“, „samostatného dispozitivu“ atd. atp.

⁷² Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 23.; Hatten, cit. d., s. 88.

⁷³ Pierce získal akademickou hodnost z chemie a nejprve na Harvardu přednášel matematiku, filosofii, logiku a chemii.

⁷⁴ Bibliografie viz „Charles Sanders Peirce bibliography“ [on-line] *Wikipedia, the free encyclopedia*. Naposledy upraveno 1. února 2014. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Sanders_Peirce_bibliography>. Čerpáno 25. února 2014.

⁷⁵ Cours de linguistique générale. (BALLY, Charles – SECHEHAYE, Albert (eds.)) vyšel Česky v překladu Františka Čermáka jako SAUSSURE, Ferdinand de. Kurs obecné lingvistiky.. 3. vyd. Academia, Praha 2008.

Je charakteristické, že Peircovo učení a jeho role v rozvoji americké vědy a filosofie nebyla v Evropě naprosto vůbec známa. (Srov. RUSSELL, Bertrand. History of Western Philosophy. George Allen & Unwin, Londýn 1946 ; Routledge, Londýn a New York, 2004, který věnuje Peircovi jen letmou zmínku, a Palek, *Sémiotika*, cit. d.)

⁷⁶ **vehikulum** – znakový prostředek, nositel znaku. Srov. Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 23.

Termín vehikulum pochází z nepublikovaného Peircova rukopisu, kde Peirce upřesňuje vymezení

Černého s Holešem zhruba Saussurovo označované) a objekt (či referent, užijeme-li rozšířenou terminologii Ogdena a Richardsovu, kteří Peircovu trichotomii později dále pojmově⁷⁸ modifikovali, když vytvořili známý Ogden-Richardsův trojúhelník) čili předmět mimojazykové skutečnosti,⁷⁹

a rozdělení znaků na ikony, indexy a symboly, na které jsme již narazili dříve v textu: „Mezi **ikony** [zvýraznila MM] řadí Peirce všechny znaky, které jsou založeny na **vztahu podobnosti** s označovaným předmětem. (...) **Indexy** [zvýraznila MM] jsou podle něho [Peirce] všechny znaky, které spojuje s označovaným předmětem **vztah souvislosti**. (...) **symboly** [zvýraznila MM] jsou [pak] takové znaky, které s označovaným předmětem spojuje pouhá konvence.“⁸⁰

Peirce nabízí celou řadu dalších, vždy triadických dělení znaků,⁸¹ toto (tzv. druhé dělení, podle vztahu znaku k objektu, který označuje) je však nejznámější, nejpřejímanější a v praxi nejužívanější.⁸² V námi zkoumané oblasti jsme na aplikaci jiných Peircových triparticí nenarazili.

Ve stejné době jako Peirce přichází v Evropě s konceptem vědy, jež by „studovala život znaků v rámci společnosti“⁸³, švýcarský lingvista **Ferdinand de**

znaku: místo výrazu *sign* zde užívá výrazu *vehiculum* (vehicle). (Vehikulum přinášející do rozumu něco z vnějšku – „a vehicle conveying into the mind something from without). Palek, *Sémiotika*, cit. d., s. 9. Ve stejném rukopise zavádí též objekt (místo kterého vehikulum stojí) a interpretants (idea, kterou znak v interpretovi vyvolal). Tamtéž.

⁷⁷ srov. Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d., s. 45.

⁷⁸ tzn. nikoli pouze terminologicky

⁷⁹ Blíže viz též Palek, *Sémiotika*, cit. d.

⁸⁰ Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d., s. 26–27.

⁸¹ Např. dělení znaku (representamenu) samého dle toho, zda je pouhou kvalitou, skutečným faktem nebo obecným zákonem na qualisignum (také tone), sinsignum (též type) a legisignum (token), nebo dělení týkající se vztahu znaku a interpretants (tj. to, co znak vyvolává ve svém uživateli, interpretovi) na réma, dicentní signum a argument a další. Blíže viz PEIRCE, Charles Sanders. „Grammatica speculativa.“ In.: PALEK, Bohumil (ed.) *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997. s. 29–168.

⁸² Z velké míry zásluhou Romana Jakobsona, který použil pouze druhou triádu Peircova dělení znaků. Jeho zásluhou se však Peircovo jméno stalo známým v lingvistice i mimo USA, čímž se podpořil i poválečný rozvoj sémiotiky.

⁸³ Saussure, cit. d., s. 16. Též cit in. Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 23.

Saussure (1857–1913). Volí pro ni název odvozený od stejného jazykového základu jako Peirce; *sémiologie*.

Na rozdíl od Peircova (a obecněji amerického/pragmatického) triadického přístupu je **Saussurovo** pojetí jazykového znaku důsledně dualistické (bilaterální),⁸⁴ znakovou jednotu tvoří *signifiant* – označující spolu se *signifié* – označovaným, mezi nimiž panuje dynamický vztah.⁸⁵ (O další rozvoj Saussurovy teorie znaku se zasloužil zmiňovaný **Louis Hjelmslev** [1988–1965], přední představitel kodaňské lingvistické školy, který u obsahu a výrazu – které zhruba odpovídají Saussurovu *signifié*–*signifiant* – rozeznal *formu* a *substanci*, a jeho *jazykový* znak je tedy čtyřsložkový.)⁸⁶

„Whether one speaks of music semiotics (most English writers) or music semiology (French writers) might seem immaterial; but there is a real difference between the more structuralist perspective of Saussure’s semiology and a Peircean semiotic [zvýraznila MM] that provides a hermeneutic component as well (through the *interpretant* and the process of *abduction*).“⁸⁷ Sémiologie ve strukturalistickém slova smyslu vyžaduje jako svůj komplement sémantiku, aby byla umožněna reference. Proti tomu peircovská sémiotika *zahrnuje* sémantickou (a pragmatickou) interpretaci ve svém základním modelu semiózy. Dle amerického hudebního sémiotika a etnomuzikologa **Thomase Turina**⁸⁸ tak Peirce v dramatickém kontrastu

⁸⁴ Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d., s. 28. Saussurovo revoluční binární řešení znaku je vyloženo v knize *Kurz obecné lingvistiky*. Ferdinand de Saussure osobně nic nenapsal – jeho teorie byly sepsány post mortem jeho žáky.

O redukci triády na dyádu a tím redukci svého filosofického systému se ostatně pokusil i Peirce. Možnost přeměny triády na dyádu však musel nakonec zavrhnout jako nemožnou. (Viz konkrétní demonstrace v Palek, *Sémiotika*, cit. d. s. 13–14.)

⁸⁵ Jen zřídka se jeden označující vztahuje k jedinému označovanému a naopak. Pro podrobnější rozlišení blíže viz Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d., či přímo *Kurz obecné lingvistiky*, cit. d.

⁸⁶ Bližšímu porovnání obou koncepcí a znakových schémat se detailně zabývá Palek (Palek, *Sémiotika*, cit. d.). Znaková schémata obou badatelů **nelze zcela porovnat** ani zařadit de Saussurov schéma do Peircovy klasifikace znaků. Veškerá srovnání a snahy o přibližná pojmenování termínů terminologii jiných badatelů, jež nabízí z pragmatických důvodů řada autorů a k nimž se pro názornost uchylujeme v této práci také my, jsou proto jen orientačního charakteru a nelze je vnímat než jako velmi hrubé. Přesto představují cennou *pomůcku* pro zorientování a vytvoření pojmových souvztažností v odlišných systémech.

⁸⁷ Hatten, cit. d., s. 88

⁸⁸ Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music,“ cit. d.

k přístupu autonomních systémů strukturální lingvistiky čerpající ze Saussura vyvinul „teorii znaku vedoucí k porozumění, jak jsou lidé spojeni s vnějším světem a prožívají jej.“ (ale! srovnej s výchozí definicí sémiologie Ferdinanda de Saussura jako hypotetické „vědy, jež by studovala život znaků *v rámci společnosti* (...))“ Tento nový vědní obor by v Saussurově představách tvořil část sociální psychologie a v důsledku toho i obecné psychologie)⁸⁹ Zatímco podle něj strukturalismus stavěl na jazyku jako na primárním modelovém systému, Peirce definoval koncept znaku v širokém, flexibilním slova smyslu⁹⁰ jako *něco, co pro někoho něco nějakým způsobem zastupuje*,⁹¹ „thus allowing for many different types of signs outside propositional language.“⁹² Z perspektivy svého paradigmatu (a pouze z něj) se pak **Turino** oprávněně podivuje: „It has always been surprising to me that in the great musical semiotics boom of the 1970s, scholars chose the Saussurian line and attempted to show the similarities between music and language.“⁹³

Saussurovský pojem znaku jako dvojité entity (znakového vehikula – tj. znakového prostředku, nositele znaku – a významu; resp. označujícího

⁸⁹ Srov. Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 23.; BALLY, Charles – SECHEHAYE, Albert (eds.) *Course in General Linguistics*. (překlad Wade Baskin). New York 1966. s. 16. Cit. in.: Dunsby, cit. d., „The Nattiez Phase“, s. 28)

⁹⁰ V případě Peirce jde o filosofický systém, neomezující se pouze na jazyk. Srovnej Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music“, cit. d., s. 222.

⁹¹ Bývá též uváděno „něco, co zastupuje něco jiného vzhledem k něčemu dalšímu“, srov. Palek, cit. d., s. 8. Tato definice obsahuje tři body a dva vztahy.

Resp.: „znak... je cokoli, co vztahuje něco jiného (jeho interpretants) k nějakému objektu, k němuž se samo vztahuje (svému objektu) týmž způsobem, přičemž interpretans se stává postupně znakem, a tak se opakuje *ad infinitum*.“ Cit. in. PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997, s. 21.

Resp. (jinde) „Znak je cokoli, co je vztaženo k druhé věci, svému objektu, vzhledem k nějaké kvalitě tak, jako je zavedena třetí věc, jeho interpretant, do relace k témuž objektu, a toto je provedeno tak, jak je zavedeno Čtvrté do relace k tomuto objektu touž formou, *ad infinitum*.“ Cit. tamtéž. Jistý znak se tedy díky interpretantu může stát zdrojem dalšího znaku.

⁹² Např. Peirce 1955, s. 99; Cit. in. Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music“, cit. d., s. 222.

„Podle Peirce je znakem „něco, co pro někoho něco zastupuje z nějakého hlediska nebo v nějaké úloze.“ (Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 24. Podle českého překladu souborného díla *Sémiotika* (ed. Palek, *Sémiotika*, cit. d. s. 37.) Peircova klasická definice znaku: „something which stands to somebody for something in some respect or capacity.“ (Micznik, cit. d., str. 530.)

⁹³ Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music“, cit. d.

a označovaného) anticipoval a podnítil všechny korelační definice znakové funkce.⁹⁴ Jeden z nejvýznamnějších současných teoretiků sémiotiky **Umberto Eco** ovšem podotýká, že označované nebylo **Saussurem** definováno nijak zvlášť jasně (i on ve své logice zjevně naznačuje pragmatický rozměr; srov. inkluzivní Morrisovu trichotomii sémantika – syntax – pragmatika, viz pozn. pod čarou č. 16). „[n]echal jej [označované] napůl cesty mezi mentálním obrazem, pojmem a psychologickou realitou; avšak zcela jasně zdůraznil skutečnost, že označované je cosi, co má něco společného s mentální aktivitou toho, kdo přijímá označující: podle Saussura znaky ‚vyjadřují‘ ideje a předpokládáme-li, že nesdílel Platónovu interpretaci pojmu ‚idea‘, pak musí být ideje mentálními událostmi, jež se týkají lidské mysli,“ vysvětluje **Eco**.⁹⁵ **Saussure** tedy na znak „bezpodmínečně pohlíží jako na prostředek komunikace mezi dvěma lidskými bytostmi s cílem něco zprostředkovat nebo vyjádřit.“⁹⁶ Ne náhodou jsou všechny příklady sémiologických systémů, jež **Saussure** nabízí, s naprostou jistotou přísně konvencionalizované systémy umělých znaků jako např. vojenské signály, pravidla etiky a vizuální abecedy. Ti, kteří sdílejí **Saussurovo** pojetí *sémiologie*, ostře rozlišují mezi intencionálními, umělými prostředky (které nazývají ‚znaky‘) a ostatními naturálními nebo neintencionálními projevy, které si, přísně vzato, takový název ani nezasluhují,⁹⁷ pokračuje.

Peircův přístup pak nabízí něco odlišného – nevyžaduje jako součást definice znaku vlastnosti něčeho intencionálně vysílaného a uměle produkovaného, jeho definice navíc může být „aplikována na jevy, které nejsou vysílány člověkem, za předpokladu, že jsou člověkem přijímány“.⁹⁸ Lidský adresát je v **Peircově**

⁹⁴ Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 24.

Znaková funkce (termín Umberta Eca) = výraz + obsah (znaku)

⁹⁵ Tamtéž.

⁹⁶ Podle Eca se pak ti, jež na sémiotiku nazírají jako na teorii komunikace, v zásadě opírají o Saussurovu lingvistiku, pozn. MM (Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 24. Srov. se striktním názorem strukturalisty Nattize, že hudební sémiotika v žádném případě není sémiotikou komunikace: [3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattize](#))

⁹⁷ Tamtéž.

⁹⁸ Jako je tomu například v případě meteorologických jevů. „Ti, kteří redukuje sémiotiku na teorii komunikačních aktů, nemohou příznaky považovat za znaky, stejně jako nemohou akceptovat jako znak žádný jiný rys lidského chování, ze kterého příjemce vyvozuje něco o situaci odesílatele, byť si tento odesílatel neuvědomuje, že někomu něco vysílá.“ Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d., s. 25

sémiotické teorii metodologickou – nikoli empirickou – zárukou existence signifikace, tj. znakové funkce pevně stanovené kódem.

Ve strukturálním myšlení saussuerovsko-hjelmslevovské linie je znak spíše než jednota označujícího a označovaného nazírán jakožto element integrovaný do *systému*, zaujímající jisté vztahy – relace – v rámci systémové struktury vůči jejím ostatním členům (vůči nimž je vymezen na základě vzájemné odlišnosti, difference). Jako by strukturální lingvistika, ve zdánlivém „protikladu“ k nekončícímu ohledávání věcných významů, které praktikovala fenomenologická hermeneutika, otevírala cestu k přísně vědeckému přístupu, „který zdá se je v rozporu s intuitivní a spontánní představou, již máme o znaku dnes [na konci 80. let 20. století],“ shrnuje francouzský muzikolog a strukturalista **Nattiez**.⁹⁹

Strukturalistické textové analýzy¹⁰⁰ ztrácejí limity způsobené časoprostorovou omezeností a „vždy omezenou záruční dobou“ konkrétní interpretace. Mají „nadčasový charakter, neboť vycházejí ze zamlčené diskurzivní premisy, podle které interpretem je ideální, abstraktní recipient schopný pochopit vše, co je v textu zakódováno,“ přibližuje **Jiří Pavelka** z Fakulty sociálních studií Masarykovy

⁹⁹ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 25.

Sám Nattiez používá ve své práci termín sémiologie ne proto, že by se chtěl distancovat od americké sémiotické tradice, nýbrž, jak zmiňuje, proto, že termín sémiotika byl v tehdejší Francii adoptován skupinou „pseudo-vědců“, s nimiž nechtěl být spojován. (Tamtéž, s. 23) Navíc ve svých úvahách následoval především Saussurovské myšlení. (Překladatelka francouzského originálu Nattiezova textu do Angličtiny, z jejíhož anglického překladu v této práci čerpáme, překládá v intenci zachovat přesnou terminologii originálu „sémiologie“ jako „semiology“ (tedy „semiologie“), nikoli „semiotika“. (Pozn. překladatele na str. 24)

Ve své pozdější práci *Musicologie générale et sémiologie* (NATTIEZ, Jean-Jacques. Music and Discourse: Toward a Semi-ology of Music. Translated by Carolyn Abbate. [Přeložené a zkrácené vydání *Musicologie generale et semiologie*. Christian Bourgois, Paris 1987.] Princeton University Press, Princeton 1990) však již nicméně svou koncepci rozšiřuje o zohlednění teorií Charlese Sanderse Peirce. (Srov. Hatten, cit. d.)

¹⁰⁰ Termín text zde chápeme v širokém smyslu jako komplexní znakový útvar; tedy nejen ve smyslu psané realizace verbálního jazyka, ale též jako hudební skladbu, píseň či hudební videoklip ad.

Srov. např. Valček, cit. d., s. 330.; FORET, Martin. „O interpretaci vizuálního textu.“ In.: BOČÁK, Michal – RUSNÁK, Juraj (eds.) Média a text II.. Acta Facultatis philosophicae Universitatis Prešovensis. Jazykovedný zborník 25 (AFPh UP 204/286). Filozofická fakulta Prešovské univerzity v Prešově, Prešov 2008. s. 38.; Encyklopedický slovník češtiny, NLN, Praha 2002. s. 489.; Reifová, *Slovník mediální komunikace*, cit. d., s. 286.; MACUROVÁ, Alena – MAREŠ, Petr. Text a komunikace. Jazyk v literárním díle a ve filmu. Univerzita Karlova, Praha 1992. s. 7.

univerzity, který zkoumá možnosti a limity současné sémiotické a naratologické analýzy jako nástrojů interpretace *vybraných* kulturních textů.¹⁰¹ „Takový komunikační subjekt se ovšem v praxi nevyskytuje – *strukturalistická interpretace se za této situace stává metodologickou abstrakcí* [zvýraznila MM],“ uzavírá.

Je tedy zjevné, že odlišné kvality různých paradigmat přímo ovlivňují vnímání (definici, výzkum, i nazírání v ontologickém slova smyslu) předmětu výzkumu a jeho vedení. Operují s odlišnou soustavou norem a výroků, platných v určitém sémantickém prostředí, jako s hodnotou přesvědčení či víry (sémantickým prostředím zde rozumíme vědní obor, historické období, kulturní areál ad.).¹⁰² Jak uvidíme dále v práci, při sémiotických výzkumech hudebního videoklipu došlo z historických i pragmatických důvodů k upřednostnění jednoho z paradigmat, což vedlo k parabolismu¹⁰³ a vedení analýz *pars pro toto* – nedocházelo ke zkoumání hudebního videoklipu *per se*, ale teoretické závěry jsou odvozovány z jeho podkategorií (především pak jedné upřednostňované podkategorie).

Vzhledem k omezenému rozsahu a specifickému zaměření této práce se již zde dalším distinkcím mezi pragmatickým a strukturalistickým paradigmatem nebudeme na obecné rovině samostatně podrobněji věnovat, ostatně jsou dohledatelné v citovaných zdrojích dostupných v češtině – zejména **Eco**, **Palek**, **Černý** a

¹⁰¹ PAVELKA, Jiří. „Možnosti a limity sémiotické a naratologické analýzy jako nástrojů interpretace.“ In.: BOČÁK, Michal – RUSNÁK, Juraj (eds.) Média a text II.. Acta Facultatis philosophicae Universitatis Prešovensis. Jazykovedný zborník 25 (AFPh UP 204/286). Filozofická fakulta Prešovské univerzity v Prešově, Prešov 2008. s. 156–169.

¹⁰² Tuto soustavu lze označit jako *doxa* – (řecky náhled, mínění) – míra nebo aktuální kontext psychosociálního osvojení si epistemologických vztahů jazykového univerza jednotlivých historicky konstituovaných kulturních prostředí. Srov. Valček, „Doxa“ a „Doxické svety“, In.: Valček, cit. d., s. 81–83.

ECO, Umberto. „Malé světy.“ In.: ECO, Umberto. Meze interpretace. Praha 2004.

¹⁰³ Přenášení významu mezi pojmovou doménou hudebního videoklipu a propagačního videoklipu, respektive reklamy, a přenášení významu mezi hudebním videoklipem *per se* a jeho nejrozšířenější podtřídou – komerčním, narativním, fotorealistickým – či alespoň figurativním – videoklipem, tedy díly vzniklými za *propagačním* účelem populární hudby, vysílány prostřednictvím hudebního televizního kanálu nebo hudebního pořadu, nejspeciřtěji přímo MTV. Zpracování definičních kritérií (zejm. nutných a postačujících podmínek pro označení audiovizuálního textu jako hudebního videoklipu či hudebního videa) ani taxonomie hudebního videoklipu není předmětem této práce, budeme se proto řídit pracovní definicí uvedenou v úvodu této diplomové práce.

Holeš.¹⁰⁴ Vztáhneme-li tuto problematiku zpět na sémiotiku hudební, máme zmiňované distinkce za prokázané (a existenci zmíněných myšlenkových sémiotických proudů za dostatečně potvrzenou), neboť si jich ve vztahu k sémiotickým přístupům specificky v analýze hudby všímá nejen **Nattiez**, **Poledňák** a **Fukač**, **Turino**, **Coker**, **Hatten**, **Leonard B. Meyer**, ale také mnozí další autoři.¹⁰⁵

Vraťme se však nyní k dosud nedokončené problematice sémiotické teorie hudby, již jsme na chvíli opustili, abychom ji nyní, jsouce informováni o koncepčním rozdílu mezi saussuerovskou strukturalistickou sémiotikou a peircovskou pragmatickou sémiologií, uzavřeli na konkrétním příkladu teorie **J. J. Nattieze**, kterou jsme z hlediska terminologie a metodologie rozboru hudební stránky zvolili pro účely následujících kapitol jako referenční.

¹⁰⁴ Především Eco, *Teorie sémiotiky*, cit. d.; Palek, *Sémiotika*, cit. d.; Černý–Holeš, *Sémiotika*, cit. d.

¹⁰⁵ Meyer, *Emotion and meaning in music*. cit. d., s. 307.; Hatten, cit. d.; Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d.; FUKAČ–JIRÁNEK–POLEDŇÁK–VOLEK. *Základy hudební sémiotiky*, cit. d.; Turino, „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music.“ cit. d.; Coker, *Music & Meaning: a Theoretical Introduction to Musical Aesthetic*, cit. d. ad.

SÉMOTICKÁ ANALÝZA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU:

3/ obecná teorie sémiologie hudby J. J. Nattieze

– *sémiotická hudební analýza – obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze – tripartita*

Strukturalista **Jean-Jacques Nattiez** (o němž jsme hovořili v podkapitole *1/ muzikologie: hudební sémiotika*) ve své obecné teorii sémiologie hudby¹⁰⁶ vyčleňuje tři domény hudebních aktivit – **poietickou** (poetickou), **imanentní** (neutrální) a **estetickou**. Zastává přitom názor, že hudební sémiotika by měla sloužit analýze zápisu hudebního díla (**imanentní doména**), nikoli psychických aktivit stojících na pozadí vytváření (**poietická doména**) a vnímání hudby (**estetická doména**).¹⁰⁷ Jde o již zmiňovanou tripartitu odvozenou z učení **Jeana Molina**. Pro nás je přitom podstatné, že tyto „tři domény“ se týkají nejen hudby, ale *každého symbolického fenoménu*¹⁰⁸ (tj. rovněž hudebního videoklipu).

Nattiez sémiotiky důrazně napomíná, aby byli dostatečně explicitní ohledně toho, kterou z těchto tří oblastí se zabývají (přičemž měli na zřeteli také oblasti ostatní, protože jen pospolu konstituují „totální hudební fakt“). Ve své pozdější práci *Musicologie générale et sémiologie*¹⁰⁹ však již nicméně svou koncepci rozšiřuje také o zohlednění teorií znaku **Charlese Sanderse Peirce**.¹¹⁰ V **Nattiezově** interpretaci **Peirce** utváří neutrální, imanentní rovina *representamen* a poietická a estetická rovina *interpretanty* (interpretants) hudebního znaku.¹¹¹ „By separating poietic from esthetic epistemological categories, Nattiez hopes to avoid a semiology of music conceived simplistically along the lines of the communication model that assumes

¹⁰⁶ EDWARDS, George. [untitled] *The Musical Quarterly*, č. 1 (76), jaro 1992. Oxford University Press. s. 114–121. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741916>>. Čerpáno 8. července 2010. s. 118.; Micznik, cit. d.

¹⁰⁷ Neboť „The poietic cannot leave traces in the symbolic form per se...“ (Nattiez, 17, cit. In.: Edwards, cit. d., s. 116.) Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 57.

Srov. Hatten, cit. d., s. 92; Edwards, cit. d., s. 116.

¹⁰⁸ Edwards, cit. d., 115.

¹⁰⁹ NATTIEZ, Jean-Jacques. *Music and Discourse: Toward a Semi-ology of Music*. Translated by Carolyn Abbate. (Přeložené a zkrácené vydání *Musicologie generale et semiologie*. Christian Bourgois, Paris 1987.) Princeton University Press, Princeton 1990.

¹¹⁰ Srov. Hatten, cit. d.

¹¹¹ Nattiez, *Music and Discourse: Toward a Semi-ology of Music*, cit. d., str. 57; Hatten, cit. d., s. 92.

an unequivocal code enabling unequivocal messages to be sent between a sender and a receiver.“¹¹²

Metoda sémiotické hudební analýzy dle **Nattieze** stojí na rozčlenění hudebního díla na opakující se části (paradigma¹¹³ hudebního díla – vertikální/synchronní osa) a části průběžně se rozvíjející (syntagma – horizontální/diachronní osa). Hudební analýza se pak zabývá pouze vzájemnými vztahy jednotlivých částí skladby, nikoliv jejich „mimohudebním“ (sociologický, psychologický, kulturní aj.) rozměrem.¹¹⁴ Každé hudební dílo je tak podle **Nattieze** možno nahlížet jako soubor znaků odkazujících pouze k formálnímu obsahu skladby – úkolem hudební sémiotiky je pak určit tyto znaky a odhalit jejich vzájemné vazby (a to zcela bez kulturního kontextu).¹¹⁵ Právě tyto imanentní struktury jsou zdrojem autonomie hudebního díla – neboť zde existuje potencialita formy konstituující základní (ba přímo **esenciální**) rozměr symbolického faktu.¹¹⁶ Protože je však zároveň základem každé symbolické operace interpretant, má tudíž nutně každá symbolická forma tři dimenze – kromě té imanentní také poietickou a estetickou.¹¹⁷

A protože výzkumník bude vždy při rozboru ovlivňován svými kulturními presupozicemi, životními zkušenosti, poietickou znalostí (poietic knowledge) a

¹¹² Hatten, cit. d., s. 92. Srov. matematický model komunikace, SHANNON, C.E. A Mathematical Theory of Communication. Reprinted with corrections from *The Bell System Technical Journal*, Vol. 27, pp. 379–423, 623–656, July, October, 1948. Dostupné z WWW: <<http://cm.bell-labs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf>>.

¹¹³ zde již v „sémiotickém smyslu slova“ ve smyslu rozlišení paradigmatické a syntagmatické osy. Paradigmatická osa je vertikální, jde o dimenzi selekce, oproti tomu syntagmatická osa je horizontální, jde o dimenzi kombinace. (Z paradigmatu se vybírá znak a vybraný znak se dosazuje do sledu pozic, tj. do syntagmatu – srov. Reifová, cit. d., s. 178.)

¹¹⁴ Jak poukazuje Nattiez, „I do not believe that the structures of a piece of music or of a musical style can be completely explained by culture.“ (Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 36.)

Nattiez navíc navrhuje zabývat se na imanentní rovině pouze grafickým znakem – notací – neboť tento znak *předchází* interpretaci a neboť partitura je neměnnou fyzickou realitou. (Nattiez, *Music and Discourse: Toward a Semi-ology of Music*, cit. d., str. 72; Edwards, cit. d., s. 116) Hudebník je již součástí procesů estetické domény. (Tamtéž)

¹¹⁵ Struktury hudebního kusu či stylu nemohou být vysvětleny kulturou. „What can be claimed with the neutral or immanent level is precisely a degree of autonomy for the musical text without which it would become difficult to explain the transformation of musical styles through the ages: there exists a potentiality of form which constitutes an essential dimension of symbolic facts.“ (Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 36.)

¹¹⁶ Srov. Tamtéž.

¹¹⁷ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 57. Srov. pozn. 114.

vlastními estetickými reakcemi, nemůže být na neutrální úroveň nikdy dosaženo – jak se později ohrazují **Nattiezovi** komentátoři, kteří natiezzovskou neutralitu pojmají podstatně dogmatictější než samotný autor.¹¹⁸ Vzniká tak metodologie, kterou **Roy Shuker** označuje jako „strukturalistickou formu kulturní analýzy.“¹¹⁹

Další problém hudební sémiologie, kterého jsme se dosud dotkli pouze implicitně, je problém v hudební sémiologii **nevyřešené typologizace znaku**, který **Nattiez** ze své strukturalistické pozice vnímá jako zásadní.¹²⁰ „It would seem obvious that musicology's task is to study the *signs* of music. However, general semiology experiences the greatest difficulty in defining the different kinds of signs: the semiological typologies on the market are contradictory. In fact, few authors have devoted themselves to attempting to define the types of musical signs.“¹²¹ Na tuto problematiku přímo narazíme v druhé, kritické sekci práce, kdy poznáme, jak se s nevyřešenou typologizací hudebního znaku potýkají ve svých přístupech konkrétní badatelé. Podotkněme ještě, že vytvoření vlastní typologie znaků by však s sebou automaticky neslo také nutnost vytvoření vlastní teorie znakové funkce.¹²²

V hudebním videoklipu se situace poměrně radikálně posouvá, neboť pole zájmu se z prosté hudby rozšiřuje rovněž o pohyblivý obraz a text, jejichž znakové funkce již byly dříve teoreticky rozpracovány. Nástroje k analýze jazykové složky poskytuje

¹¹⁸ Srov. Hatten, cit. d., s. 93.

¹¹⁹ SHUKER, Roy. Popular Music: The Key Concepts. Taylor & France e-Library, 2003, s. 209, 291.

¹²⁰ Srov. též. Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.; TAGG, Philip. „Musicology and the semiotics of popular music.“ [on-line] *Semiotica fm*, 15. 6. 2010. Původně publikováno v *Semiotica* 66-1/3, 1987, s. 279–298. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/articles/xpdfs/semiotica.pdf>>, čerpáno 13. května 2013. ad.

¹²¹ Nattiez, „Reflections on the Development of Semiology in Music“, cit. d., s. 28.

¹²² Jak poukazuje jeden z Nattiezových pozdějších komentátorů, hudební teoretik **Jonathan Dunsby**, Nattiez rozpoznal, že existující typologie znaků nejsou vhodné pro hudební sémiotiku. Mohou být ovšem použity jako hypotézy, podobně jako relevanci Peircovy typologie ohledával **Wilson Coker**. (COKER, Wilson. *Music and Meaning: A Theoretical Introduction to Musical Aesthetics*. London, 1972.) Což vede podle Dunsbyho k dalšímu základnímu poznatku, neboť „pokud má hudební sémiotika vytvořit vlastní typologii znaků, pak musí také vytvořit vlastní teorii znakové funkce.“ Základem pro ni by pak podle Dunsbyho měl být peircovský trojúhelník z *Fondements*.

DUNSBY, Jonathan. „The Nattiez Phase“. *The Musical Quarterly*, č. 1 (69), zima 1983. s. 27–43. Oxford University Press. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741799>>. Čerpáno 8. července 2010.

lingvistika, sémiotická analýza pohyblivého obrazu byla rozpracována filmovou vědou a televizními studii. Největším „problémem“ je tedy propojení těchto tří rovin, a vytvoření takového teoretického aparátu, aby mohlo dojít k sémiotické analýze videoklipu jako celku.

Jakým způsobem k těmto snahám dochází, si přiblížíme ve druhé, kritické části práce na konkrétních příkladech vybraných badatelů.

SÉMOTICKÁ ANALÝZA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU:

4/ muzikologie obrazu: hudební sémiotika a hudební videoklip

– *emergence hv a textů o hv – převládající myšlenkové paradigma – proamerická orientace*

Ač se první hudební videoklipy začínají objevovat již mnohem dříve,¹²³ hlavní pozornost je jim věnována v průběhu osmdesátých let, kdy vznikají první teoretické články o *videoklipu a hudební televizi*¹²³ v souvislosti se zavedením celohudebních televizních stanic.

V roce 1981 bylo zahájeno vysílání první z nich – americké stanice MTV, která zpočátku 24 hodin denně vysílala hudební videa.¹²⁴ Od této chvíle se historie (a teorie) hudebního videoklipu zásadně prolíná s historií a teorií hudební televize. Právě proto se hudební videoklip setkal nejprve se zájmem amerických badatelů, kteří měli s první hudební televizí v podobě MTV (Music Television) přímou zkušenost.

Hudební videoklip byl vnímán jako integrální součást MTV, jako *segment*¹²⁵ hudební televize, a nezřídka byly (a často dosud jsou) pojmy *music television*, *MTV* a *music video* pojímány jako stěží rozlišitelné, ba přímo synonymní. Hudební televize byla totiž „neodlučitelným kontextem, nosičem a domovským zázemím

¹²³ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

¹²⁴ Později byl tento model pozměněn a do programu zařazovány i jiné televizní formáty a seriály. O programmingu MTV viz Austen, *TV a-go-go. Rock on TV from American Bandstand to American Idol*, cit. d.

Postupně MTV následovaly další hudební televizní stanice: CMT (Country Music Television, 1983), kanadský MuchMusic (1984), VH1 (Video Hits One, 1984), různé lokální mutace MTV – MTV Europe (1987), MTV Asia (1991), dále MTV 2 (1996), VIVA 2 (1993) v Německu a další. K historii MTV a hudebních kanálů blíže viz JONES, Steve. „MTV: Medium was the Message.“ *Critical Studies in Media Communication*, 1(22), březen 2008. str. 83–88. Data zde čerpám z následujících zdrojů: Austen, *TV a-go-go. Rock on TV from American Bandstand to American Idol*, cit. d., Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., Jones, „MTV: Medium was the Message“, cit. d.

¹²⁵ Srov. ELLIS, John. *Visible Fictions: Cinema: Television: Video*. 2, přepracované vydání. Routledge 2002.

videoklipu“¹²⁶ minimálně až do konce 90. let (kdy začala být její pozice rozměňována novými mediálními formami – především internetem).¹²⁷

Podle českého badatele **Petra Szczepanika**¹²⁸ se na videoklip jako první doslova „vrhli sémioticky, naratologicky, psychoanalyticky, marxisticky a feministicky orientovaní badatelé, aby lépe doložili své předchozí postuláty vybudované v rámci filmové a televizní teorie. Videoklip byl zařazován do klasifikace televizních žánrů (vycházející ze zcela jiného modelu televizního vysílání, než se realizoval v MTV), psaly se sémiotické analýzy relací obrazu a zvuku, psychoanalytické úvahy o maskulinismu v zobrazování ženského těla, moralizovala se otázka erotizace a brutalizace, stejně jako vypočítavá reklamní strategie videoklipu...“¹²⁹ Hudební videoklip byl ve velmi krátké době podrobován mnoha vzájemně metodologicky odlišným analýzám.¹³⁰ (My se zde vzhledem ke specifickému zaměření práce sice soustředíme pouze na literaturu věnující se sémiotickému přístupu ve vztahu

¹²⁶ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

¹²⁷ Celosvětový rozmach Internetu jako takového se počítá od roku 1994/95 a zavedení přívětivého uživatelského rozhraní World Wide Webu. Sdílení video souborů (tedy též hudebních videoklipů) mezi uživateli bylo umožněno koncem 90. let (prostřednictvím sítí Napster od roku 1997 ad. – později pro porušování autorských práv zakázáno), rozšířil se však až od druhé poloviny nultých let 21. století se zavedením portálů YouTube, Vimeo, Vevo ad. Postupně technický pokrok umožňuje vkládání hudebních videoklipů přímo na oficiální stránky interpretů, začínají vznikat videoklipy, jež se svým uvedením v televizi nepočítají, a jsou primárně orientovány na svou distribuci (a percepci) v prostředí internetu – např. videoklipy interaktivní, *h*v ve formě internetové stránky, 3D interaktivní hudební videoklipy ad. Nízké náklady, snadná produkce a distribuce podnítily boom nízkorozpočtových videí a fanouškovských videoklipů.

¹²⁸ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

¹²⁹ Tamtéž.

¹³⁰ Americký badatel **Andrew Goodwin**, autor jedné z dosud nejvlivnějších odborných publikací věnovaných hudebnímu videoklipu *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture* (cit. d.) identifikuje celou řadu do té doby (poprvé vydáno v roce 1992) aplikovaných teoretických východisek pro porozumění hudebnímu videoklipu. Badatelé do zač. 90. let dle něj k hudebnímu videoklipu přistupovali jako k *filmovému žánru, reklamě, novému televiznímu formátu* [„...termín formát označuje konkrétní pořad, jehož principy se nemohou stát předmětem obměn a inovací, jako je tomu v případě žánru; formát se také stává předmětem autorského a licenčního práva.“ (KORDA, Jakub. *Úvod do studia televize*. Univerzita Palackého, Olomouc 2005, s. 48.) „Formát je primárně termín používaný televizním průmyslem k označení konkrétní varianty generické formy; používá se také k popisu druhu použité technologie, např. VHS videokazeta či 35mm film.“ (LACEY, Nick. *Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies*. Macmillan Press Ltd., Londýn 2000, s. 206.)], *projevu vizuálního umění, elektronické „tapety“ (electronic wallpaper), snu, postmodernímu textu, nihilistické neo-fašistické, metafyzické poezii, projevu kultury nákupních středisek, „LSD“ či sémiotické pornografii*. Goodwin se odkazuje k textům striktně angloamerické provenience.

k hudebnímu videu, a pomineme tedy např. stěžejní texty z oblasti sociologie, psychoanalýzy, filosofie, ale též poststrukturalisticko-psychoanalytické texty, příspěvky genderových studií ad., je však vhodné si uvědomit, že tato nefungovala „ve vzduchoprázdnu“, nýbrž byla konfrontována právě s texty jiných vědních oborů a disciplín. Navíc sémiotika je k vědám ve velmi specifickém dvojím vztahu – je zároveň jednou z věd i jejich nástrojem.¹³¹ Přehledy literatury věnující se hudebnímu videoklipu z dalších perspektiv jsou poměrně dobře zpracované např. v diplomové práci **Petra Szczepanika** či bibliografiích citovaných publikací, můžeme si zde proto nyní dovolit odkázat čtenáře v případě hlubšího zájmu o danou problematiku právě na ně.)

Zásadní pro nás je poznatek, že hlavní kořeny, na které posléze navazovali badatelé po celém světě,¹³² má teoretické uvažování o hudebním videoklipu ve Spojených státech amerických (srov. podkapitola *2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy*), kde má také dodnes největší badatelskou tradici. I to je důvodem, proč specificky americká tradice uvažování o hudebním videoklipu v celosvětovém kontextu nakonec výrazně převažuje, což se týká i sémiotického přístupu k němu, vytváření jednotlivých sémiotických teorií a konceptů a jejich praktických aplikací na hudební videoklip dle vyvíjených metodologií. (To ovšem samozřejmě výrazně ovlivňuje (!), jakým způsobem byla vedena např. ona sémiotická analýza relací obrazu a zvuku, na kterou se podle **Szczepanika** „vrhali“ první badatelé, mezi kterými nechyběli sémiologové hudební.

Co se týče uchopování hudebního videoklipu z perspektivy hudební sémiologie, spíše než se strukturalistickým pohledem se proto ve vztahu k hudebnímu videu setkáváme s pohledem americké a britské školy (externalismus/internalismus, behaviorismus) (srov. podkapitoly *1/ muzikologie: hudební sémiotika* a *2/ aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy*), která tenduje

¹³¹ „Ale jestliže sémiotika, která zkoumá věci nebo vlastnosti věcí fungující jako znaky, je věda na stejné úrovni s jinými vědami, je současně i nástrojem všech věd, poněvadž každá věda užívá znaků a vyjadřuje své výsledky pomocí znaků. Proto metavěda (věda o vědě) musí užívat sémiotiky jako svého nástroje.“ (MORRIS, Charles W. „Základy teorie znaku.“ In.: Palek, *Sémiotika*, cit. d., s. 200.); Srov. též Černý, *Dějiny lingvistiky*, cit. d., s. 431.

¹³² Především ve Švédsku, Austrálii, Kanadě, ale také Čechách ad.

analyzovat hudební videoklip s důrazem na procesy kódování a dekódování (tedy *interpretants*) a pojímá hudební videoklip jako součást širší kultury, či přesněji *pop kultury*.¹³³

V **Nattiezově** slovníku tedy věnuje pozornost právě rovině poetické a estetické, a to dokonce mnohem spíše než rovině imanentní (neutrální), která je pro badatele těžko uchopitelná a, zdá se, ne tak důležitá – zásadní je postavení textu uvnitř kultury a jeho podíl na jejím spoluutváření. Nelze proto odkazovat pouze k formálnímu obsahu *hv*, a z toho důvodu není příliš pozornosti věnováno „vnitřní struktura hudebního videoklipu“. Jak poukazují v předmluvě k jedné ze stěžejních publikací věnovaných hudebnímu videoklipu, *Sound and Vision*, její editoři: „Hudební video je jednou z nejdůležitějších emergentních kulturních forem současné populární kultury. Má zásadní vliv jak na hudbu, módu a kulturu mladistvých, tak na kódy a formy přítomné napříč televizí, filmem a reklamou.“¹³⁴ Příspěvky muzikologů v oblasti hudebního videoklipu se tudíž odvíjejí v intencích hudební kritiky a zaobírají se především populární hudbou. Jejich pohledy na hudební videoklip se velmi rychle stávají transdisciplinárními a velmi často se mísí s kritikou kulturní, výchozí výzkumná pozice badatele však v nich zůstává velmi dobře zakódována.¹³⁵

Příkladem toho je například právě americká publikace *Sound and Vision. The Music Video Reader* (New York, 1993),¹³⁶ která je „první významnou kolekcí nových

¹³³ Vzhledem k tomu, že MTV vysílá hudbu a *hv* populární (právě takové totiž mohou oslovit televizního diváka), a její obrazy jsou masově konzumovány, a jak bylo prokázáno, mají zásadní vliv na formování stávající popkultury, jsou dle našeho názoru nástroje angloamerické badatelské tradice *klonící se ke kulturním studiím* v tomto směru funkční. Znamená to však také, že objekt výzkumu je okleštěn pouze na specifickou kategorii hudebního videoklipu, která spadá do ranku MTV a splňuje preference MTV (komerční, západní, k populární hudbě, vysílaný v hudební televizi, určený jako promo interpreta/desky/skladby – **narativní**, většinou figurální ad. (Srov. např. Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.), a nelze tedy uvažovat o univerzální sémiotické teorii pokrývající všechna hypotetická hudební videa. Jak jsme již výše podotkli, tento koncept hudebního videoklipu již neplatí absolutně, a řada stávajících videoklipů se z něj (zejména v průběhu posledních let, po nástupu novějších médií jako distribučního kanálu i tvůrčího média) vymyká. Srov. též [6/ kultura || televizní studia || popkultura:hudební videoklip jako součást popkultury](#).

¹³⁴ FRITH, Simon – GOODWIN, Andrew – GROSSBERG, Lawrence (eds.). *Sound and Vision. The Music Video Reader*. Routledge, New York 1993.

¹³⁵ Viz pozn. pod čarou číslo 71.

¹³⁶ Jejímiž koeditory jsou Lawrence Grossberg, americký badatel v oblasti kulturních studií, zaměřující se především na populární kulturu, britský sociomuzikolog Simon Frith, a původem britský doktor kulturních studií Andrew Goodwin, od 80. let působící na Univerzitě v San Francisku. Frith–Goodwin–Grossberg, *Sound and Vision. The Music Video Reader*, cit. d.

i klasických textů o videu“, jež má hudebnímu videoklipu poskytnout dosud chybějící kritické uznání jakožto specifické [kulturní? av?] formy s kulturní historií.¹³⁷ Publikace byla poprvé vydána roku 1993 a obsahuje texty hudebních a kulturních kritiků z rozmezí let 1985–1993. Její pozornost se obrací především do druhé poloviny 80. a počátku 90. let, a tudíž ani nemá jinou možnost než vnímat hudební videoklip jako součást televizního toku, jako programotvorný segment ekvivalentní reklamě.

Tato publikace je podobně jako *Dancing in the Distraction Factory* **Adrewa Goodwina** (Minneapolis, 1992)¹³⁸ považována za zásadní a využívána jako referenční ve většině textů o hudebním videoklipu, které po jejím vydání (celosvětově) vznikly.¹³⁹ **Andrew Goodwin** ve stěžejní kapitole *Dancing in the Distraction Factory* nazvané „Muzikologie obrazu“¹⁴⁰ hudební videoklip teoreticky uchopuje právě prostřednictvím sémiotických nástrojů, kdy specificky aplikuje poznatky hudební sémiologie na obraz.

V druhé sekci práce posléze kriticky srovnáme konkrétní přístupy mj. rovněž dvou teoretiků, pohlížející na hudební videoklip z „muzikologické perspektivy“ a zabývající se stejnou problematikou – muzikologií obrazu – přesto aplikující odlišné sémiotické modely.

Půjde o teorii profesora muzikologie **Alfa Björnberga**, již přiblížil ve své studii „Music Video and the Semiotics of Popular Music“¹⁴¹ z roku 1992, a právě

¹³⁷ Viz Frith–Godwin–Grossberg, *Sound and Vision. The Music Video Reader*, cit. d., str. i.

¹³⁸ Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*, cit. d.

¹³⁹ Proslulost publikace potvrzuje internetový vyhledávač Google, který v jednoduchém testu dne 8. února 2014 našel během 0,26 sec celkem 46 000 výsledků; specializovaná sekce Google Scholar pak našla celkem 406 odborných citací této publikace v akademických textech (0,05 sec). [srov.

http://scholar.google.cz/scholar?q=%22dancing+in+the+distraction+factory%22&hl=en&as_sdt=0,5]

Spíše pro zajímavost pak jen uvádím, že bez odkazu k této stěžejní publikaci se neobejde snad žádná práce věnovaná hudebnímu videoklipu, vzniklá na území České republiky v průběhu posledních pěti let (jak bylo v rámci heuristického výzkumu ověřeno).

¹⁴⁰ Vyšla v českém překladu Vlada Pauliniho jako GOODWIN, Andrew. „Muzikologie obrazu“. *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 58–67.

¹⁴¹ BJÖRNBERG, Alf. „Music Video and the Semiotics of Popular Music“. Studi e testi dal Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale (aati a cura di Rossanda Dalmonte e Mario Baroni).

zmiňovaný přístup **Andrewa Goodwina**, jež předeslal ve své „Muzikologii obrazu“.¹⁴² **Björnberg** se obdobně jako **Goodwin** pokouší nastínit teoretický rámec vztahu mezi hudebními a vizuálními strukturami, které jsou specifické pro *tehdejší současné hudební video* (obě práce byly vydány v přibližně stejné době a zaměřují se na stejný korpus zkoumaných děl, tj. videoklipy k populární rockové angloamerické hudbě, vysílané na americké MTV), a ilustruje, jak tyto vztahy v praxi fungují. Ovšem zatímco švédský muzikolog se ve svém uvažování přiklání spíše ke strukturalismu, **Goodwinova** epistemologická orientace jako autora je spíše hermeneutická.

Università di Trento. 1992. s. 379–388. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/others/bjbgvideo.html>>. Čerpáno 5. 11. 2011. On-line verze nečíslována.

¹⁴² Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d.

SÉMOTICKÁ ANALÝZA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU:

5/ filmová věda a sémiotika hudebního videoklipu; základní tendence

– *druhá myopie sémiotických analýz hudebního videoklipu – vizuální orientace*

sémiotických analýz ve filmové vědě a televizních studiích

Podle **Firtha**, **Goodwina** a **Grossberga**¹⁴³ bylo až do začátku 90. let k hudebnímu videoklipu přistupováno především z výchozí pozice filmových studií, studií masové komunikace nebo literární teorie (hlavními teoretickými východisky byl přitom postmodernismus a psychoanalytická teorie).¹⁴⁴ Ve vztahu k sémiotické analýze hudebního videoklipu pak tvoří – jak podotýká **Goodwin** v publikaci *Dancing in the Distraction Factory*¹⁴⁵ – provizorně zaměřená oblast filmové vědy a spřízněných disciplín druhý extrémní protipól analýz hudebního videoklipu:

Textuální analýza je dle **Goodwina** u videí nejběžnější a poměrně častá,¹⁴⁶ „vizualita v popu inherentně přítomná“ však zakládá v literatuře o hudebním videoklipu dva nezdravé extrémy (či, řečeno přímo s **Goodwinem**, dvě navzájem související myopie¹⁴⁷). Tak „zprvé, hudební badatelé (a muzikologové a kritici) tendují k zanedbávání podstatnosti vizuálního diskurzu přítomného již přímo v popu [populární hudbě a ikonografii, jež ji obestírá prostřednictvím rozličných kulturních produktů] a následně přehánějí signifikaci hudebního videoklipu, který až příliš často studují (a odmítají) v izolaci bez nutné analýzy popové vizuální reprezentace.“¹⁴⁸ Na druhou stranu „...students of the visual (whose work usually derives from film studies and related cultural studies paradigms, such as postmodern theory) have tried to analyze music television in iconographic, semiotic, and narrative terms, while paying insufficient attention to the sound track.“¹⁴⁹ Podle **Goodwina** to představuje zásadní problém – hudební videoklipy a hudební televize jako taková (např. MTV) je podrobována výzkumu zcela izolovaně od hudby „and

¹⁴³ Frith–Godwin–Grossberg, *Sound and Vision. The Music Video Reader*, cit. d., s. ix.

¹⁴⁴ Tamtéž.

¹⁴⁵ Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d.

¹⁴⁶ Právě sémiotická analýza je jedním z možných způsobů analýzy textuální.

¹⁴⁷ též krátkozrakost

¹⁴⁸ Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., s. 3.

¹⁴⁹ Tamtéž.

with too little regard for their important foundation in the music industry“.¹⁵⁰ Příčinou toho do určité míry je, jak už jsme nastínili dříve, paradigma výchozí disciplíny badatele, jež do značné míry determinuje jeho nazírání zkoumané látky i užití metodologické postupy.

Následující shrnutí výchozích predispozic představuje podobně jako v případě muzikologického přístupu k hudebnímu videoklipu modelový stav, jehož „dogmaticnost“ je rozměňována individuálními přístupy konkrétních badatelů a jejich schopností interdisciplinárního nahlížení hudebního videoklipu, a posléze též jistou změnou paradigmatu v současné filmové a televizní teorii.¹⁵¹ Opět tedy nejde o všeobecně a bez výhrad platnou tezi aplikovatelnou na veškeré sémiotické analýzy ze strany „filmovědců“, ale spíše o orientační výčet (důsledně se opírající o primární i sekundární zdroje)¹⁵² a usnadňující pochopit základní (a zásadní), leč do určité míry schematické distinkce mezi jednotlivými přístupy. Ve druhé sekci práce pak tento „filmovědný“ přístup opět demonstrujeme na sémiotické teorii konkrétního badatele; tentokrát belgické badatelky **Heidi Peetersové**, jež vztahuje videoklip skrze hvězdný systém a narativ k filmové tradici.¹⁵³

¹⁵⁰ Tamtéž.

¹⁵¹ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

¹⁵² Kromě v práci již zmíněných jde zejména o primární zdroje v podobě tuzemských (a též řady zahraničních) diplomových prací, vzniklých o hudebním videoklipu v průběhu několika posledních let (jejichž soupis předkládáme v práci jako přílohu). Dobrým příkladem jsou také například texty v 86. čísle časopisu *Cinepur* (2013), věnovaném hudebnímu videoklipu. *Cinepur*, # 86, 3-4/2013. Videoklip. s. 52–83. (FARKAS, Gábor. „Low-budget YouTube video jako forma“. s. 52–56.; VESELÝ, Karel. „Mužský a ženský pohled v japonském popovém videoklipu.“ s. 57–66.; KLUSÁK, Pavel. „Michel Gondry.“ s. 67–70.; MATÝSEK, Jiří Vladimír. „Poznámky k videoklipové tvorbě Rammstein.“ s. 75–78.; KRŠŇÁK, Jan. „Teče ti z uší krev, nasad si sluchátka.“ s. 79–83.)

¹⁵³ Stejně tak by bylo možné zvolit přístup např. polského teoretika **Józefa Wyciska**, který ve své analýze hudebního videoklipu kombinuje žánrovou teorii s filmovou a televizní sémiotikou, v nejlepších pasážích pak s kognitivní teorií vnímání audiovizuálního sdělení (jak zmiňuje Petr Szczepanik), případně Holdsteina či Mercera, na které naráží již Goodwin, nebo italského badatele Tamburriho ad.

TAMBURRI, Anthony Julian. *Italian/American Short Films and Music Videos. A Semiotic Reading*. Purdue University Press, Digital-I Books. 2002.

WYCISK, Józef. „Teledysk – próba opisu zjawiska.“ *Przekazy i opinie*, 1–2/1988. s. 111–129. Cit. in. SZCZEPANIK, cit. d..

HOLDSTEIN, D. „Music Video: Message and structures“. *Jump Cut*, 29/1986.

MERCER, K. „Monster metaphors: Notes on Michael Jacksons Thriller“. *Screen*, 1(27)/1986

Filmová věda bude tedy oproti muzikologii inklinovat spíše k pro-vizuální orientaci sémiotických analýz hudebního videoklipu; hudební video bude pojmáno jako sémioticky heterogenní text s vizuální dominantou (hudba dominuje rytmicky, obraz dominuje významově).¹⁵⁴

Historicky bude hudební videoklip usouvztažňován především s vývojem kinematografie a pohyblivého obrazu, nikoli už tak s vývojem hudby nebo výtvarného umění,¹⁵⁵ případně problematikou role pohyblivého obrazu ve veřejném prostoru či vývoje televize (a později internetu) jako sociokulturní formy.

Aplikovány budou metody¹⁵⁶ vypracované v rámci filmových studií a opírající se ve značné míře o filmovědnou literaturu. Kromě historické bude akcentována také žánrová vazba s kinematografií, kdy k hudebnímu videoklipu bude často přistupováno jako k audiovizuálnímu *žánru* s konkrétními subžánry; oproti hudební vědě (jejíž pracovní taxonomie se odvíjí především podle hudebního žánru písně) zde tedy bude snaha o vypracovávání různých žánrových či subžánrových dělení, *odvozených od obrazové složky* hudebního videoklipu.¹⁵⁷ Kromě snahy o žánrovou

¹⁵⁴ WYCISK, Józef M. „Teledysk – próba opisu zjawiska.“ *Przekazy i opinie*, nr. 1-2/1988, s. 111–129. Cit. in. Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 27.

¹⁵⁵ „Předchůdci“ hudebního videoklipu tak budou spatřováni např. v dílech experimentálního filmaře Oskara Fischingera (tak činí např. ŽILOVÁ, Jana. *Špecifičnosť estetickej percepcie videoklipu*. (Postupová práce.) Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra estetiky, 2004. Vedoucí práce: Doc. Vlastimil Zuska. 62 stran, BUSSE, Tanja. *Mythos in Musikvideos*, Kap. 1. *Musikvideos*, Münster 1996.) a dalších tvůrců absolutního filmu, spíše než op-artu 60. let (CHOCHOLOVÁ, Kateřina. *Umělecké postupy v současném hudebním videoklipu: Analýza a interpretace videoklipu „Santa Maria“ od hudební formace Gotan Project /2003/*. (Diplomová práce). Masarykova univerzita. Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí práce: PaedDr. Josef Strubl. Brno 2007. 76 stran.) apod.

¹⁵⁶ Metodou je zde míněn systematický a sémanticky jednoznačně definovaný postup při řešení problému či úlohy, při získávání, třídění a explikaci poznatků. Srov. viz Valček, *Slovník teorie médií*, cit. d., „Metóda“. s. 210.

¹⁵⁷ Reflexe ani předestření rozličných taxonomií, případně hlubší reflexe toho, zda jde v případě hudebního videoklipu o žánr (ať již audiovizuální, televizní, filmový, kulturní či jiný), subžánr, samostatnou uměleckou formu či jiný typ audiovizuálního textu, nejsou předmětem zájmu této práce, jež je zaměřena výhradně na reflexi sémiotických analýz. Proto jen krátce podotkněme, že tak vzniká celá řada různých taxonomií – často „jednohlediskových přístupů, které většinou fenomén spíše zamlží, než aby vnesly světlo do jeho vnitřních mechanismů.“ (Szczepanik, cit. d., s. 27) Pokusy o typologizaci videoklipů se odehrávají na různých úrovních, a jsou vedeny z různých hledisek; ve své práci je předestírá např. **Petr Szczepanik**, o komparaci a syntézu dělení hudebních videoklipů vytvořených různými teoretiky (Joanne Lynchová [1984], Karyn a Donald Rybačtí [1999], Simon Firth [1988], Carol Vernallisová

[2004], **Sven Carlsson** [1999, 2006?], **Tom Geric, Joe Gow** [1990]) na základě vizuální dominanty jsem se pokusila ve svém textu „Beckovy klipy: Manuál. Vizuální dělení hudebních videoklipů Becka Hansena.“ (MEIXNEROVÁ, Marie. „Beckovy klipy: Manuál. Vizuální dělení hudebních videoklipů Becka Hansena.“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 45. číslo, červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/beck/>>, naposledy navštíveno 6. března 2014.) Vlastní taxonomie uvádějí např. **Ann E. Kaplanová** (1987), **Józef Wycisk** (1988), **Marsha Kinderová** (1984), **A. Wolfe** (1983), **J. Lynch** (1984), **Deborah Holdsteinová** (1984)... Existuje řada dalších taxonomií, vedených z různých perspektiv; jak podotýká ve svém textu **Szczepanik** (a nelze než s ním souhlasit): „Hlavní chyba zmíněných typologií je podle mého názoru v tom, že si kladou přílišné nároky na úplnost a právě tím se stávají zoufale omezenými.“ (Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 28) **Szczepanik** navrhuje alternativní cesty: „videoklipy by bylo možné členit jednak různými příčnými pohledy s využitím interdisciplinárních poznatků (můžeme se na klip dívat jako na módu, reklamu, pornografii, muzikál nebo na retro – a proklamovat částečnost a jednostrannost takového pohledu jako vědomé východisko), a jednak je podrobit fenomenologickému zkoumání, které se zřídka upřednostňování a využívání apriorních schémat.“ (Tamtéž.)

HOLDSTEINOVÁ, Deborah. „Music video: messages and structures.“ [on-line] *Jump Cut*, no. 29, February 1984. s. 1–13. Dostupné z WWW: <<http://www.ejumpcut.org/archive/onlinessays/JC29folder/MusicVideo.html>>, čerpáno 6. března 2014.

LYNCHOVÁ, Joanne D. „Music Videos: From Performance to Dada—Surrealism.“ *The Journal of Popular Culture*, nr. 18/1984. s. 53–57.

WOLFE, Arnold S. „Rock on cable: On MTV: Music television, the first video music channel.“ *Popular Music and Society*, Vol. 9, Iss. 1, 1983. Dostupné z WWW: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03007768308591205#.UxhZFPkZe3k>>, čerpáno 6. března 2013.

KAPLANOVÁ, Ann E. *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. Methuen, New York and London 1987.

WYCISK, Józef M. „Teledysk – próba opisu zjawiska.“ *Przekazy i opinie*, nr. 1-2/1988, s. 111–129. KINDEROVÁ, Marsha. „Music video and the spectator: Television, ideology and dream“ *Film Quarterly*, 1 (38) / 1984.

KINDEROVÁ, Marsha. „Music video and the spectator: Television, ideology and dream“ In.: NEWCOMB, Horace (ed.). *Television: The Critical View* (4th edition). Oxford University Press, Oxford 1987.

CARLSSON, Sven E. „Audiovisual Poetry or Commercial Salad of Images : Perspective on Music Video Analysis.“ *Musiik Sunta* nr. 2/1999. The Finish Society for E1983)thnomusicology, University of Helsinki, Finland.

CARLSSON, Sven E. „What is Music Video: Audiovisual Poetry or Commercial Salad of Images : Perspective on Music Video Analysis.“ [on-line] *FilmSound.org*, *Learning Space dedicated to the Art and Analyses of Film Sound Design*. filmsound.org. Dostupné z WWW: <http://filmsound.org/what_is_music_video/>, naposledy navštíveno 6. března 2014.

(Nedatováno, jsou však uváděny příklady a bibliografie do roku 2006; jde patrně o aktualizovanou verzi textu z roku 1999 – cit. d.)

CARLSSON, Sven E. „Audiovizuální poezie nebo komerční salát obrazů?“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/audiovizualni-poezie-nebo-komercni-salat-obrazu/>>, čerpáno 13. května 2013. Naposledy navštíveno 6. března 2014.

RYBACKI, Karyn Charles – RYBACKI, Donald Jay. „Cultural approaches to the rhetorical analysis of selected music videos.“ [on-line] *Transcultural Music Rewiev*. www.sibetrans.com/trans/. nr.

kategorizaci je rovněž typické¹⁵⁸ nazírání videoklipu jako intertextuální formy a velmi silná pro-narativní orientace analýz (ve smyslu odvozování taxonomií na základě narativu, sémiotické analýzy klipu na základě narativu, podobně jako u kinematografie; vnímání narativu jako základního nosného elementu hudebního videoklipu jakožto „krátkého filmu k písni“; tato tendence by se bez nadsázky dala označit jako jakási „posedlost narativem“, jež kontrastuje s popisovanými postupy muzikologie).¹⁵⁹ Reflektován je pastiš a citace konkrétních audiovizuálních textů či žánrů (sci-fi filmy, kung-fu filmy, bondovky ze sedmdesátých let ad.), později dochází ke zpětné reflexi vlivu vyjadřovacích prostředků na starší audiovizuální média – film a televizi.¹⁶⁰ Pozornost je přitom upírána k elementům, jako je střihová skladba či rozvržení mizascény, vlivy na výstavbu narativu a sled jednotlivých scén filmového díla či fikčního televizního pořadu nebo na interakci obrazové a zvukové stopy audiovizuálního díla.¹⁶¹

4/1999. Dostupné z WWW: <<http://www.sibetrans.com/trans/trans4/rybacki.htm>>, čerpáno 16. května 2011.

FIRTH, Simon. *Music for pleasure*. Routledge, New York 1988.

Frith–Godwin–Grossberg, *Sound and Vision. The Music Video Reader*, cit. d.

Vernallisová, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d.

GERSCIC, Tom. „Come To Daddy. An analysis of the music video directed by Chris Cunningham.“

[on-line] www.gersic.com, květen 2006. Dostupné z WWW:

<http://www.gersic.com/pdf/gersic_come-to-daddy.pdf>, čerpáno 2. června 2011. Naposledy navštíveno 6. března 2014.

GOW, Joe. „Music video as communication: popular formulas and emerging genres.“ *Journal of Popular Culture*, 26(2)/1990. str. 41–70.

¹⁵⁸ Soudě alespoň podle námi zkoumaného vzorku dostupné literatury, jejíž soupis je obsažen v závěru práce. Každý takový dogmatický list samozřejmě obsahuje výjimky; kdy např. v zájmu interdisciplinarity a intertextuálního rozboru videoklipu dochází ke křížení přístupů, tentýž badatel v publikaci užívá vícero metod ad.

¹⁵⁹ Snímky s vyprázdněnou narací, případně videoklipy pracující v užší vazbě na sound track („nenarativní videoklip“ k hudební skladbě „bez narativu“ – bez textu) jsou označovány jako „nenarativní“ či „experimentální“, abstraktní“ apod., a v analýzách se jim nevěnuje větší pozornost, neboť obsahují minimum „obecně sdílených kódů“ („jednoznačné“ dekodování je nemožné, stejně jako vyjevení možných [preferovaných] konotací či „skrytého významu“ videa, neboť komunikace [přenos významů] v tomto případě funguje spíše na estetické a emocionální rovině, což *hv* přibližuje spíše než např. reklamě či narativnímu filmu výtvarnému dílu.)

¹⁶⁰ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 25.

¹⁶¹ Např. OSGERBY, Bill – GOUGH-YATES, Anna (eds.) *Action TV. Tough Guys, Smoot Operators and Foxy Chicks*. Routledge, London 2001.; SNAUFFER, Douglas. *Crime Television*. Praeger, 2006.; FISKE, John. *Television Culture*. Routledge, London and New York 1997.; MORSE, Margaret. „Post Synchronizing Rock Music and Television“. *Journal of Communication Inquiry*. 10 (1), s. 15–28. a další.

Na hudební videoklip bude nezdůvodněná nazírána jako na „krátký film k písni“ nebo „záznam hudebního vystoupení“, záznam performance interpreta/tů¹⁶² (kteří jsou pojmáni jako „hlavní protagonisté“ narativu hudebního videoklipu a jako hvězdy v dyerovském¹⁶³ slova smyslu). Pozornost se velmi často soustředí na videoklipy s distinktivním rukopisem výrazné režisérské osobnosti, jež je pojmána jako auteur, a to zejména po roce 1992, kdy se jméno režiséra počalo uvádět přímo v peritextu videoklipu¹⁶⁴ a začaly se etablovat výrazné režisérské osobnosti specializované primárně na oblast *hv* – **Michel Gondry, Spike Jonze, Chris Cunningham, Mark Romanek, Steve Hanft** a mnozí další.

Jak podotýká **Petr Szczepanik**, na sklonku 20. století dochází ke změně paradigmatu v současné filmové a televizní teorii. „Filmologie šedesátých a sedmdesátých let se dnes rozpouští v teorii audiovizuální kultury (teorii audiovizuálních médií) nebo popkultury, které již neusilují o statut pevně vymezené disciplíny, nýbrž se sebevědomě hlásí k interdisciplinaritě a eklekticismu. *Film studies* se vzdalují od uměnovědných disciplín (...) a přibližují se sociologickým a kulturologickým oborům věnujícím se způsobům, jak uživatel zpracovává data audiovizuálního vesmíru technických obrazů, komunikačním situacím a modům dialogičnosti.“¹⁶⁵ Badatelé „přestávají hermeneuticky naslouchat dílu“ a „obracejí se k sémiotické kreativitě příjemce, k makrovyprávěním žánrů, star-systémům, médií, institucí, k interpretační praxi sociálních menšin apod.“¹⁶⁶

Sémiologií hudebního videoklipu po tomto pragmatickém obratu se ve své diplomové práci *Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický*

¹⁶² Což jsou charakteristiky, jež však splňuje pouze část hudebních videoklipů; netýká se např. videoklipů „nenarativních“ či „abstraktních“. Více viz Meixnerová, „Beckovy klipy: Manuál. Vizuální dělení hudebních videoklipů Becka Hansena“, cit. d.

¹⁶³ DYER, Richard: *Stars*. British Film Institute, London 1998.; DYER, Richard. *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. British Film Institute, London 1986. Názorný příklad uvidíme v druhé sekci práce v podkapitolách *3/ Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách. Heidi Peeters* a *4/ Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách. Carol Vernallisová*.

¹⁶⁴ Peritextem zde míníme titulky, které jsou v *hv* umisťovány jak na začátku, tak na konci.

¹⁶⁵ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

¹⁶⁶ Tamtéž.

obrat v teorii filmu a populární kultury teoreticky dotýká právě brněnský historik filmu a médií **Petr Szczepanik**¹⁶⁷ Jak jsme již v krátkosti naznačili v podkapitole 2/ *aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata těžé vědy: pragmatická vs. strukturalistická tradice vědy o znaku*, pragmatika je tím odvětvím sémiotiky, které opisuje vztah sémantické a syntaktické dimenze sémiotického výzkumu přímo k uživatelům znakového systému, zejména z hlediska adaptačních, transformačních a interpretačních procesů aktualizace znaků v konkrétním topologickém či v širším smyslu kulturně-civilizačním prostředí včetně biotických a sociálních vlivů, a to i s důrazem na jejich mimojazykový kontext, formující se v kontextu filozofického pragmatismu a výzkumů **W. Jamese, Ch. S. Peirce, J. Deweyho** a dalších. Svou pozorností vůči poietické a estetické doméně (Nattiez, viz podkapitola 3/ *obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze*) se blíží širší tendenci přiblížené v rámci následující podkapitoly (jednotlivé proudy či přístupy nejsou nepropustně vyhraněné, ale – navzdory snaze o jejich co nejobjektivnější přiblížení – vzhledem k možnostem této práce pouze orientačně načrtnuté; mohou se tedy zcela přirozeně navzájem do určité míry prolínat). **Szczepanikova** diplomová práce je zároveň první a dosud nejcitovanější filmologickou prací o hudebním videu u nás. **Szczepanik** v ní vychází z širšího proudu postmoderní teorie vizuální kultury, jejímž hlavním tématem je rozpad centrální sémantické kontroly textu a emancipace diváckých významotvorných příjmových aktivit. Přístupem, který zde nastoluje, se budeme blíže zabírat v samostatné podkapitole v rámci druhé sekce práce.

¹⁶⁷ SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatiký obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38. SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatiký obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

SÉMOTICKÁ ANALÝZA HUDEBNÍHO VIDEOKLIPU:

6/ kultura || televizní studia || popkultura:

hudební videoklip jako součást popkultury

– *hv jako aktivní a tvárná součást popkultury – kulturní, mediální, komunikační, televizní... studia – ideologicky a kulturně podmíněné (de)kódování hv*

Poslední proud uvažování o *hv*, jenž si v této práci v krátkosti naznačíme, se vyznačuje uchopováním (a analyzováním) hudebního videoklipu jako aktivní složky populární kultury¹⁶⁸ a odvíjí se na platformě sociokulturně orientovaných disciplín (zejména kulturní, mediální, televizní... studia). Přístup, který z *hlediska aplikace sémiotických analýz* na hudební videoklip hodnotíme jako jednoznačně dominantní, vychází rovněž z angloamerické myšlenkové tradice uvažování o vizuální kultuře.¹⁶⁹ Sémiotická analýza audiovizuálního textu navazuje na tradici kulturní kritiky a silně tenduje k analýze především ze sociálně-kulturního a ideologického hlediska (i zde lze však také hledat kořeny převážně pro-vizuální orientace analýz). Mj. se řeší způsoby, jakými je v hudebním videoklipu reprezentována rasová, třídní či genderová příslušnost, sexualita ad.,¹⁷⁰ jak fluktuují významy v rámci popkultury atd.

Jak poukazuje **Matthew Rampley**,¹⁷¹ pro angloamerickou tradici uvažování o vizuální kultuře je typické odpoutání se od zájmu dějin umění výhradně o umělecká díla

¹⁶⁸ *Hv* jako „kulturní akt“, intertextuálně lokalizovaný v divákově zkušenosti. Srov. RYBACKI, Karyn Charles – RYBACKI, Donald Jay. (Northern Michigan University). „Cultural approaches to the rhetorical analysis of selected music videos.“ *Transcultural Music Review*. 4/1999. Původní URL: <<http://www.sibetrans.com/trans/trans4/rybacki.htm>> (nedosputné). Přístup z webového archivu *Wayback Macine*, <http://web.archive.org>. Datum poslední archivace 7. 7. 2012.

Dostupné z WWW:

<<http://web.archive.org/web/20120707172050/http://www.sibetrans.com/trans/a254/cultural-approaches-to-the-rhetorical-analysis-of-selected-music-videos>>, navštíveno 19. března 2014.

¹⁶⁹ Srov. RAMPLEY, Matthew. „Pojem vizuální studia“. In.: RAMPLEY, Matthew – FILIPOVÁ, Marta. *Možnosti vizuálních studií. Společnost pro odbornou literaturu*, Brno 2008, s. 21–45.

¹⁷⁰ Vernallisová, *Experiencing Music Video*, cit. d., s. x.

¹⁷¹ Matthew Rampley se ve svém textu věnuje disciplíně vizuálních studií – jinak též *visual studies*, *image theory*, *Bildwissenschaft*, *téorie de l'image*, *visual culture* – poměrně mladému (či vznikajícímu) akademickému oboru, „jenž v posledních zhruba dvaceti letech získává v Severní Americe a Evropě na stále větším významu.“ (Rampley, „Pojem vizuální studia“, cit. d., s. 21). „Společným jmenovatelem těchto různých termínů je jednak názor, že dějiny umění neposkytují dostatečné paradigma pro pochopení vizuálních reprezentací, a jednak tvrzení že obrazy získaly během 20. století kulturní a sociální význam, který vyžaduje, aby se jim dostalo nové, kriticky

a o odstranění vžitých kulturních hierarchií – totéž se samozřejmě dotýká také přístupu k videoklipu. Tento proud je metodologicky výsledkem obecné proměny, jež se odehrála v Británii a Severní Americe během 70. a 80. let 20. století.¹⁷² Hlavní pozornost byla postupně přesunuta od textu k otázkám spojeným s *reakcemi* na obraz a s *interakcí diváka a obrazu* (vzpomeneme-li si na Nattieze a pro porovnání použijeme terminologii jeho teorie, jde samozřejmě o rovinu estetickou, odehrávající se „vně“ díla). Podle **Rampleyho** byla angloamerická tradice v tomto silně ovlivněna teorií dispozitivu neboli kinematografického aparátu (Althusser, Lacan) – klade důraz na kinematografickou interpelaci či oslovení diváka, které vede k tomu, že divák zaujme ideologicky podmíněné postavení subjektu. Dále rozvíjí foucaultovskou myšlenku, že veškerá zobrazení jsou zprostředkována kulturně, a pojímá obrazy jako sociálně konstruovaná zobrazení.¹⁷³ [K termínu dispozitivu (či dispozitifu) se ještě jednou vrátíme v závěru práce, kdy s ním však budeme operovat v poněkud posunutém slova smyslu (**Baudry, Aumont, Mazanec**).]¹⁷⁴

Velký význam měl pro metody sémiotické analýzy televizního textu a hudebního videoklipu přístup tzv. birminghamské školy kulturních studií¹⁷⁵ (Hoggart,

přehodnocené pozornosti.“ (Tamtéž) Jeho závěry o vizuální kultuře, jež jsme si v textu této práce propůjčili, jsou ovšem bez výhrad platné též na audiovizuální obrazy pohyblivé, neboť ty jsou v rámci tohoto diskurzu a v rámci námi posledně sledovaného proudu uchopování hudebního videoklipu (jako součásti širší popkultury, vnímání *hv* jako sociokulturního činitele) dekodovány primárně z vizuálního hlediska (ať již se jedná o ikonografii hvězdy či uspořádání a složení mizanscény ad.).

¹⁷² Zejména vzrůstající dopad teorie filmu a fotografie, který vedl k radikálnímu přehodnocení metod dějin umění, kdy byla interpretace filmu a fotografie poznamenána dlouhodobým zájmem o metody převzaté ze sémiotiky, psychoanalýzy a marxismu, jak podotýká ve svém textu Rampley. Podstatným faktorem ve směru, který nyní sledujeme, je rovněž, dodejme, též postupné etablování oboru „kulturních studií“.

¹⁷³ Klíčové pro angloamerickou tradici jsou teoretické texty Louise Althussera, Michela Foucaulta a Jacquesa Lacana. (Rampley, „Pojem vizuální studia“, cit. d., s. 23) a francouzské teorie obecně (východisky pro systematickou kritiku tradičních „mimetických“ teorií realismu jim byl Foucault, Jean-Pierre Oudart, Roland Barthes).

¹⁷⁴ AUMONT, Jacques. *Obraz*. Akademie múzických umění v Praze, Praha 2005.; Mazanec, *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*, cit. d.

¹⁷⁵ K jejím představitelům patří např. Richard Hoggart, zakladatel Centra pro studium současné kultury (CCCS – The Centre for Contemporary Cultural Studies), výzkumného centra při Univerzitě v anglickém Birminghamu. Představiteli a zakládajícími osobnostmi birminghamské školy byli Richard Hoggart, Raymond Williams a Stuart Hall. CCCS bylo aktivní od roku 1964 až do roku 2002. Více např. KELLNER, Douglas. *Critical Studies and Social Theory : A Critical Invention*. In.: RITZER, George; SMART, Barry. *Handbook of Social Theory*. 1 edit. Sage, London 2001. Blíže k Hallovu učení a historii birminghamské školy (př. nastínění dvou badatelských větví – textuální vs. auditoriální analýza – viz KELNAROVÁ, Adéla. *Teorie kódování a dekodování* Sturta Halla pod

Williams, Hall); zde vyvíjená teorie prosazovala interdisciplinární přístup a jasně odlišovala komunikaci na aktivity zadavatelů sdělení a jejich příjemců. Podle britského teoretika kulturních studií a sociologa **Stuarta Halla** se kódované znaky protínají s hlubinnými sémantickými kódy kultury a přebírají další, aktivnější ideologické dimenze.¹⁷⁶ Jako zastávce tzv. recepční teorie vyvinul **Hall** vlivnou *teorii kódování a dekódování*.¹⁷⁷ Tento přístup k textové analýze se zaměřuje na prostor pro vyjednávání a opozici ze strany čtenáře (či „publika“, držíme-li se Hallovy terminologie vycházející z kulturních studií).¹⁷⁸ Znak, vzhledem ke své denotaci a množství konotací, je výsostně polysémickou entitou, přičemž všechny konotace přirozeně souvisí s ideologií *konkrétní* společnosti. Denotativní rovina znaku je podle **Halla** zpravidla pevně zakotvená, rovina konotativní je ovlivněna sociálním, kulturním a politickým aspektem prostředí, jenž vytváří dominantní kulturní řád společnosti.¹⁷⁹ (Dominantní kulturní řád je pak zásadní, co se týče výběru a organizace preferovaných významů, a souvisí s koncepcemi hegemonie a ideologie.) „... existuje určitý vzor ‚preferovaných čtení‘, v nichž je vepsán institucionální / politický / ideologický řád a která se sama institucionalizovala. Domény ‚preferovaných významů‘ mají do sebe vepsaný celý sociální řád (...). Chceme-li tudíž objasnit ‚nedorozumění‘ v konotativní základně, musíme se prostřednictvím kódu vztahovat k řádům sociálního života, ekonomické a politické moci a ideologie.“¹⁸⁰ (Nejpřímočařejším názorným příkladem, který bychom si zde

lupu. (Bakalářská diplomová práce). Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce: Mgr. Marek Lapčík, Ph.D. Olomouc 2011, 41 stran.

¹⁷⁶ Srov. HALL, Stuart. Kódování a dekódování. In *Teorie vědy* 2005, roč. 27, č. 2, s. 41–59.

¹⁷⁷ HALL, Stuart. Encoding and Decoding in the Television Discourse. Centre for Contemporary Cultural Studies, Birmingham 1973. Srov. Frankfurtská škola (vnímá členy publika jako pasivní konzumenty nabízených sdělení), srov. injekční model publika (behaviorismus). Při behavioristickém „injekčním modelu publika“ jsou divákům významy produkovány mediálními společnostmi přímo „vstřikovány“, bez možnosti aberantního čtení. Viz BARKER, Chris. Slovník kulturních studií. 1. vyd. Portál, Praha 2006.

¹⁷⁸ „Užívání sémiotického paradigmatu na obou koncích komunikačního řetězce slibuje odstranění skomírajícího behaviorismu, jenž výzkum masových médií urputně ovlivňoval po tak dlouhou dobu, zvláště pak svým přístupem k obsahu.“ Hall, Kódování a dekódování, cit. d., s. 47.

¹⁷⁹ srov. Barthes, *Nulový stupeň rukopisu* – konotace vždy zůstává v rámci denotace a je jakýmsi zlomkem ideologie, která je podle něj formou označovaných konotace. BARTHES, Roland. Nulový stupeň rukopisu - Základy sémiologie. Československý spisovatel, Praha 1967. s. 125.

¹⁸⁰ HALL, Stuart. Kódování a dekódování. In *Teorie vědy* 2005, roč. 27, č. 2. s. 52.

mohli uvést, je patrně odlišná platnost symbolů¹⁸¹ v rámci různých kultur / subkultur / sociálních skupin. Hudební videoklip k písni „Lonesome Tears“, který pro amerického interpreta **Becka** natočil v roce 2002 **Jason Lee**, svým narativem a celkovou atmosférou tematizuje motiv odloučení obsažený v písničce.¹⁸² Videoklip funguje na bázi metaforického čtení a obsahuje velké množství symbolů, které jsou vedle sebe kladeny často v juxtapozici. Především však pracuje s barevnou symbolikou, všechny předměty jsou čistě bílé. Symbolický význam barev se však kulturně často velmi výrazně liší, proto vyvolává zcela odlišné konotace. (Bílá jako barva „čistoty“ a nevinnosti, nového začátku, štěstí v evropské kultuře vs. barva smrti a smutku v kultuře čínské.)¹⁸³ Hudební videoklip je přitom – alespoň v ideálním případě – recipovatelný celosvětově, bez ohledu na kulturu, pokud ne prostřednictvím televize, pak prostřednictvím internetu zcela určitě. Dá se předpokládat, že v různých (sub)kulturách tedy působí tentýž videoklip odlišně.)¹⁸⁴

¹⁸¹ Srov. S. Ch. Perice: index–ikon–symbol, podkapitola 2/ *aliquid stat pro aliquo. dvě [metodologická] paradigmata téže vědy: pragmatická vs. strukturalistická tradice vědy o znaku* v první sekci práce.

¹⁸² „Narativ jako takový je prostý: muž, oblečený celý v bílém, jenž je ve svém světě obklopen bílými předměty (Beck) a jemuž dělá společnost pouze bílý králíček, se ze svého osamění vydává na cestu, aby se potkal s jiným, stejně bílým a stejně osamělým mužem, kterému dělá společnost bílý pudlík, a oba pak doslova zmizí. Klip funguje na bázi metaforického čtení (k němuž ostýchavce vybídne prudká rapidmontáž v závěru); je k prasknutí nabyt sémiotickými znaky, jež lze číst mnoha způsoby (záleží na konkrétním divákovi, jeho sociokulturním pozadí a obeznámenosti se soubory kódů, jež hodlá při čtení aplikovat), a proto umožňuje různé interpretace, mezi něž patří i sebevražda.“ MEIXNEROVÁ, Marie. „Beckovy klipy: Manuál. Vizuální dělení hudebních videoklipů Becka Hansena.“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz, 45. číslo, červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://www.25fps.cz/2011/beck/>>.

¹⁸³ K barevnému symbolismu v jiných kulturách viz např. DeVITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace*. Grada Publishing, Praha 2008, příp. výzkumy Henry Dreyfusse (1971), Nancy Hoftové (1995) či Norine Dresserové (1996).

DREYFUSS, Henry. *Symbol Sourcebook*. McGraw-Hill, New York 1971.

HOFT, Nancy L. *International technical communication: How to export information about high technology*. Wiley, New York 1995.

DRESSER, Norine. *Multicultural manners: New rules of etiquette for a changing society*. Wiley, New York 1996.

¹⁸⁴ Ekonomickým možnostem recipientů ani politicky či ekonomicky motivovanému omezování svobody přístupu k informacím se v této práci věnovat nebudeme, vzhledem k jejímu rozsahu se zaměříme pouze na konstatování operující s tímto hypotetickým stavem, jež nám pro osvětlení problematiky v názorném příkladu postačí. Samozřejmě si jsme ve skutečnosti dobře vědomi toho, že ne všude si lze připojení k internetu (či k tomu potřebný hardware) fakticky dovolit, že existují oblasti zcela bez počítačové gramotnosti, a že v určitých nejmenovaných částech světa politický tlak určuje, které oblasti internetu zůstanou uživatelům v dané geografické lokaci neprůstředně nepřístupné. (Což se zdaleka netýká jen čínských gatekeeperů, ale i např. ekonomicky motivované nedostupnosti řady lokálních amerických serverů evropskému publiku.

Nejde nám zde přitom ani tak o hledání všech možných významů bílých králíčků (viz náš příklad v poznámce pod čarou), jako o zdůraznění faktu, že i tyto dílčí symboly jsou nositelé ideologie, jež „způsoby svého čtení“ (tj. sémiotického dekodování) zpětně pomáhají stvrzovat (či alternovat) status quo. **Adéla Kelnarová** ve své bakalářské diplomové práci věnované **Hallově** modelu kódování/dekodování stručně shrnuje tuto teorii následovně: „...Pokud pomineme všechny vedlejší jevy a entity, které zkoumaný model komunikace ovlivňují, a zaměříme se pouze na obecnou linku teorie *Kódování/Dekodování*, bude jeho popis vypadat tak, že médium zakóduje význam do mediálního sdělení, pošle jej přes kanál recipientům a publikum tento komunikát rozkóduje podle vlastních charakteristik a zkušeností. Tento vyprodukovaný text má v sobě obsaženo více možných čtení, více výkladů, vložených významů, je tedy polysémní. Z množiny těchto významů je jeden, jež by se dal označit jako primární a který je médiem zamýšlen být významem, který publikum vyčte. Aby se tak stalo, je do textu zabudována určitá struktura, která konzumenta sdělení po celou dobu čtení ovlivňuje a navádí k preferovanému významu. Tato etapa je fází kódování a je silně ovlivněna teoriemi hegemonie a ideologie. Jednotlivci v publiku ovšem mohou, nicméně nemusí primární význam

Předpokládáme, že běžný uživatel většinou není schopen tyto restriktce ilegální cestou bez obtíží obejít.

Předpokládáme, že celkové vyznění zmiňovaného videoklipu však bude působit „truchlivě“ i v západní kultuře, kde je bílá barva symbolem čistoty a štěstí, neboť se na něm podílí kromě barevné symboliky i další faktory, jako indexické ztvárnění emocí prostřednictvím mimiky a posturiky protagonistů, strukturace narativu, tempo vyprávění a skladba mizanscény, střihová skladba ad., a především samotná audiální složka hudebního videoklipu, jejíž tempo, rytmus, aranžmá, harmonický postup, akustický prostor i užití specifických hudebních nástrojů (př. housle) vyvolávají jisté konotace > zastupují jisté emoce. Srov. FAHLENBRACH, Kathrin. Feeling sounds. Emotional aspects of music videos. In: Proceedings of the 8th Conference of the International Society of Literature and Media, August 2002, Pécs. Dostupné z WWW: <<http://www.arts.ualberta.ca/igel/IGEL2002/Fahlenbrach.pdf>>, čerpáno 18. března 2014. FAHLENBRACH, Kathrin. „The emotional Design of Music Videos. Approaches to Audiovisual Metaphors.“ [on-line] Martin-Luther-Universität Halle, Germany. Dostupné z WWW: <<http://www.avila.edu/journal/kat1.pdf>>, čerpáno 25. května 2013.

Výrazným faktorem jsou zde pak samozřejmě slova písně „Lonesome Tears“, jejíž samotný název vypovídá za mnohé (a navádí čtenáře k preferenci určitého setu konotací – těch s „neradostným“ emocionálním nábojem. Na základě samotného názvu lze vnímat jako hlavní denotaci klipu jakožto celku osamělost, prodchnutou pocitem smutku; tomu bude přizpůsobeno i divácké čtení.). Videoklip je tedy vždy nutno posuzovat jako celek, nikoli se zaměřovat pouze na analýzu jednotlivých prvků, jež nejsou vzájemně provázány. Právě tuto tendenci lze vnímat jako slabinu celé řady analýz, vycházejících (ať více či méně) z paradigmatu kulturních studií, jež se nezdá se zaměřují na analýzu dílčích aspektů.

rozeznat. Pokud zamýšlený obsah nevyčtou, vezmou si ze sdělení jiný, který nejvíce koresponduje se sociálními a kulturními charakteristikami čtenáře či publika. (...) Existuje také možnost, že zamýšlený primární význam sice je identifikován příjemcem, ale je následně odmítnut.¹⁸⁵

Pod vlivem ideologického postavení diváka a nahlížení na (audio)vizuální text hudebního videoklipu jako na sociálně konstruované zobrazení dochází rovněž ke kladení důrazu na interdisciplinaritu (televizní, mediální, komunikační, kulturní... studia jsou z podstaty obory interdisciplinárními – proto je ostatně v textech časté určité kritické vymezení se proti poněkud jednostranně orientovaným sémiotickým analýzám hudebního videoklipu vedeným z perspektivy filmové vědy nebo muzikologie).

Dalším významným faktorem je, že v sémiotických analýzách hudebního videoklipu, jež staví na této tradici a vnímají *hv* jako součást kultury/popkultury, je velmi časté akcentování aspektu hudebního videoklipu coby *reklamního sdělení*. V rámci tohoto úhlu pohledu je pak intencionální vtiskování předem daných/zamýšlených významů (týkajících se budování značky, image hvězdy), jež mají recipienta vést ke koupi produktu – hudební skladby či koncertního lístku, merchandise, případně přijmutí určitého životního stylu či image (a tím k inkorporaci vlastní entity do reklamního průmyslu, neboť se stanou jakousi nepřímou, živoucí reklamou produktu)¹⁸⁶ –, legitimní. Jak podotýká **Roland Barthes** ve své stati „Rétorika obrazu“, „v reklamě je význam obrazu zcela jistě záměrný: signifikáty reklamního sdělení tvoří *a priori* jisté atributy produktu, a tyto signifikáty mají být komunikovány co možná nejjasněji; jestliže obraz obsahuje znaky, pak je nepochybné, že v reklamě jsou tyto znaky plné a vytvořené tak, aby byly co nejlépe čitelné; reklamní obraz je *otevřený*, či alespoň důrazný.“¹⁸⁷ Jak

¹⁸⁵ Kelnarová, *Teorie kódování a dekódování Sturta Halla pod lupu*, cit. d., s. 12.

¹⁸⁶ Podrobněji o vlivu *hv* na své publikum v tomto směru viz ESCOBEDO, Monica M. Images of aggression and substance abuse in music videos: a content analysis. (Magisterská diplomová práce). San Jose State University, The Faculty of the School of Journalism and Mass Communications. San Jose, 2009. 172 stran. Dostupné z WWW: <http://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses/3654>.

¹⁸⁷ BARTHES, Roland. „Rétorika obrazu.“ In: CÍSAŘ, Karel (ed.). *Co je to fotografie*. Herrmann & synové, Praha 2004. s. 51.

ostatně poukazuje **Petr Szczepanik**, uchopování hudebního videoklipu skrze jeho reklamní rozměr v tehdejší (tj. 90. léta) angloamerickém diskurzu dominuje: „Většina autorů, jejichž texty o videoklipu nebo o *music television* jsem studoval, považovali diferencovanou reklamní funkci videoklipu za klíčový formotvorný tlak, který celý tento druh utváří již od nejelementárnějších úrovní výroby.“¹⁸⁸ Tento názor, trůfám si tvrdit, dominuje dodnes rovněž v českém, nejen odborném diskurzu,¹⁸⁹ jehož formování smýšlení o *hv* je utvářeno zejm. na základě angloamerické (především americké) literatury, recepce hudebních pořadů a pozdního nástupu hudební televize MTV. Nahlížení na hudební videoklip tímto způsobem je jistě společensky užitečné, ostatně jak podotýká **Will Straw**, jenž rozebírá nástup *hv* v širším (socio)kulturním kontextu populární hudby a televize, „... it is on the terrain of popular, even commercial, culture, that rock music [a hudební video, pozn. MM] must function,“¹⁹⁰ na druhou stranu je si třeba uvědomit, že k „reklamní funkci“ videoklipu jakožto nutné podmínky *hv* lze mít určité výhrady.¹⁹¹ Ostatně jak jsme již v této práci poukázali několikrát, jistý problém

¹⁸⁸ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“ cit. d., s. 31.

¹⁸⁹ Jak potvrdila řešerše tuzemské literatury, diplomových prací (viz příloha v závěru práce), ale například také diskuze se studenty Katedry střihové skladby FAMU.

¹⁹⁰ STRAW, Will. „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“. *Popular Music* 7/3, říjen 1988. s. 247–266. Dostupné z WWW: <<http://strawresearch.mcgill.ca/straw/strawmusicvideo.pdf>>. Čerpáno 20. 2. 2014. s. 262.

¹⁹¹ V těchto obavách ostatně nejsme sami: tento problém si uvědomuje např. toho času student University of Newcastle **Daniel Moller**, jenž se zamýšlí nad platností dosud užívaných definičních kritérií hudebního videoklipu, podle nějž způsob, jakým definujeme hudební videoklip, nedrží tempo s překotným vývojem tohoto žánru (jak *hv* pojímá Moller). Podobně jako v této práci my, i Moller se ohrazuje vůči definicím obsaženým např. v Oxford Dictionary [*hv* je zde definováno jako „a videotaped performance of a recorded popular song, usually accompanied by dancing and visual images interpreting the lyrics“ Oxford Dictionary Online [webová stránka] <http://oxforddictionaries.com>. Oxford University Press, 2011. „Music Video“. Dostupné z WWW: <http://oxforddictionaries.com/view/entry/m_en_us1270059#m_en_us1270059>, čerpáno 19. března 2011. Cit. In.: MOLLER, Daniel. „Redefining Music Video“. CMNS6040 – Major Written Assessment (Lecturer: Kristi Street). University of Newcastle. 24. Března 2011. Dostupné z WWW: <http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf>, čerpáno 19. března 2014.]. „This definitions completely ignore the abstraction, motion graphics and experimental nature of many music videos – both old and new,“ rozhořčuje se Moller. Vágní definice na Wikipedii zdá se být vhodnější – „a motion picture produced to accompany a song, for promotional or artistic purposes“. („Music Video.“ [on-line] Wiktionary, <http://en.wiktionary.org> 11. února 2011. Dostupné z WWW: <http://en.wiktionary.org/wiki/music_video>, čerpáno 19. března 2011. Cit. In. Moller, „Redefining Music Video“, cit. d.), i ta však v podstatě definuje *hv* jako „doprovodný film [sic!] k písni“, neřeší problém nekomerčních fanouškovských videoklipů, interaktivních videoklipů

spočívá v odklonění badatelského zájmu [či, v závislosti na definici konkrétního badatele, přímo k problematizaci zařazení jakožto hudebního videoklipu] např. od fanouškovských videoklipů, videoklipu vzniklého primárně jako forma výtvarného vyjádření, tzv. „experimentálních“, „abstraktních“ videoklipů ad., jež se v důsledku akcentování „reklamního rozměru“ videoklipu vymykají trendům této tradice.) Interpretace a sémiotická analýza hudebního videoklipu tímto způsobem (jako reklamního textu či textu s prvky reklamy) je však díky zmiňované denotační síle reklamních obrazů nejsnadnější, nejzřetelnější, nejobhajitelnější (snad též, jak jistě věří kulturní studia, společensky nejprospěšnější) a tím neaplikovanější.

Z této perspektivy přistupuje k hv například **Margaret Morseová**,¹⁹² Profesorka filmu a digitálních médií, jež se zaměřuje na teorii a kritiku digitálních a elektronických médií, historii médií a kultury a teorii a dějiny filmu,¹⁹³ podle které „MTV deals with the products of bourgeois capitalism – urban landscapes, fast cars, flashy, glitzy style, in a parade of consumerist images that relate it closely to television commercials“ či významný americký badatel v oblasti televizních studií, jehož práce jsou notoricky známé i v České republice, **John Fiske** (*Television Culture*).¹⁹⁴

Fiske podrobuje sémiotické analýze styl hudebního videoklipu jako televizního žánru, přičemž zdůrazňuje jeho komerční funkci a usouvztahuje ho s televizní

ve formě webových stránek, 3D interaktivních videoklip a řady dalších (nejen progresivních) subforem. „A literature review reveals that the definitions of the Music Video genre in many publications are inaccurate or inadequate. **To describe a Music Video as simply an advertisement for a song or a videotaped performance severely limits both the scope and potential of the genre.** [zvýraznila MM] (...) As technologies and the media through which Music Video is consumed have changed, so too has the genre and the way the Music Videos are approached and constructed.“ (Tamtéž.)

¹⁹² MORSE, Margaret. „Post Synchronizing Rock Music and Television“. *Journal of Communication Inquiry*. 10 (1)/1986. s. 15–28.

¹⁹³ US SANTA CRUZ [webové stránky]. <http://film.ucsc.edu/>. University of California: Film & Digital Media Department. „Margaret Morse“. Dostupné z WWW: <
http://film.ucsc.edu/faculty/margaret_morse>, čerpáno 19. března 2014.

„Margaret Morseová ohledává kulturní změny skrze média, od filmu k televizi a videu až po nová média a digitální kulturu.“ (Tamtéž) Morseová je emeritní profesorkou na Kalifornské univerzitě v Santa Cruz.

¹⁹⁴ FISKE, John. *Television Culture*. Routledge, London and New York, 1997. John Fiske působí jako profesor na katedře Komunikačních umění na wisconsin-madisonské univerzitě. (Department of Communication Arts at University of Wisconsin-Madison.)

reklamou a titulkovou sekvencí – „...These moments of licensed play with the signifiers occur most frequently in the three genres of television that are meant to be viewed more than once, and that have an explicitly commercial purpose: music video, title sequences, and commercials.“¹⁹⁵ Notoricky známá a často citovaná je **Fiskeho** teze o odpoutání označujícího a označovaného v televizním textu, v souvislosti se stylem *hv* ji pak aplikuje následovně: „...Style is a recycling of images that wrenches them out of the original context that enabled them to make sense and reduces them to free-floating signifiers whose only signification is that they are free, outside the control of normal sense and sense-making, and thus enable to enter the world of pleasure where their materiality can work directly on the sensual eye, running the boundary between culture and nature, between ideology and its absense. Of course, their images are images of patriarchal capitalism, but they are also signifiers distanced from their ideological signifieds, exploring the boundary between sense and no sense, between freedom and control.“¹⁹⁶ Prostřednictvím sémiotické analýzy pak interpretuje – v souladu s výše řečeným v této podkapitole – videoklip k Madonnině písni „Into the Groove“.

O recyklaci – resp. rekontextualizaci – audiovizuálních obrazů v hudebním videoklipu pojednává též doktor komunikačních studií a filmovědec **Will Straw**.¹⁹⁷ „Rekontextualizace“ podle něj „popisuje aktivitu, jež je podvratná ani ne tak kvůli užití specifických znaků posunu v jejich významech, jako spíš proto, že samotný akt rekontextualizace otevírá říši svobody v rámci (a závislou na) praktikách konsumpce.“¹⁹⁸

Rovněž muzikoložka s doktorátem z komunikačních studií **Carol Vernallisová** (*Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*)¹⁹⁹ informuje ve své

¹⁹⁵ Fiske, *Television Culture*, cit. d., s. 251.

¹⁹⁶ Tamtéž, s. 250.

¹⁹⁷ Straw, „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“, cit. d. Will Straw působí jako profesor na Katedře dějin umění a Komunikačních studií při McGill University v kanadském Quebecu. Zdroj: Will Straw [webová stránka]. <http://willstraw.com/>. 15. srpna 2013. “Will Straw, PhD.” Dostupné z WWW: <<http://strawresearch.mcgill.ca/straw/>>, čerpáno 19. března 2014.

¹⁹⁸ Straw, „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“, cit. d., s. 264.

¹⁹⁹ Vernallisová, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d.

publikaci o *hv* jednak jako o umělecké praxi, tak o ideologickém aparátu; sémiotice *hv* se věnuje v kapitole „Connections Among Music, Image and Lyrics“.²⁰⁰

Mezi další badatele následující tento proud by patřil též např. již dříve zmiňovaný teoretik populární kultury **Andrew Goodwin**²⁰¹ a jeho kolegové **Simon Firth** a **Lawrence Grossberg**, jejichž výchozí pozici dobře dokládá hned úvodní postulát k jejich publikaci *Sound and Vision*,²⁰² a velká škála dalších.²⁰³

My se budeme později ještě v krátkosti zaobírat sémiotickými postupy **Carol Vernallisové**.

²⁰⁰ Tamtéž, s. 175–198.

²⁰¹ O kterém jsme již dříve hovořili v souvislosti s muzikologií, a k jehož na muzikologických základech postavené sémiotické analýze hudebního videoklipu již aplikuje v kapitole „Muzikologii obrazu“ (cit. d.) se ještě vrátíme ve druhé sekci práce.

²⁰² Frith–Goodwin–Grossberg, *Sound and Vision. The Music Video Reader*, cit. d. Již na obálce se hned v první větě píše, že „Music video is one of the most important emergent **cultural forms in contemporary popular culture** [zvýraznila MM]. It has had a profound impact both on music, fashion and youth culture, and on the codeds and forms that operate across television, film and advertising.“

Lawrence Grossberg je profesor řečové komunikace a kritiky a interpretativní teorie na Univerzitě v Illinois. **Simon Frith** je profesor angličtiny na Strathclyde University, ko-editor John Logie Baird Centra. **Andrew Goodwin** působí na katedře Komunikačních umění při University of San Francisco. (Tamtéž)

²⁰³ My jsme zde jmenovali jen několik jmen, jež korespondovala s předmětem našeho zájmu – tedy aplikací sémiotické analýzy jako metodologického východiska v rámci výše nastíněného proudu.

V první sekci práce jsme si nastolili, jak rozličné výchozí vědní disciplíny, myšlenkové tradice, národní školy a konečně individuální badatelské přístupy ovlivňují do značné míry způsob uchopování hudebního videoklipu a posléze vedení sémiotické analýzy. Stávají se tak zcela přirozeně jejím *nejvýraznějším limitem* a omezením, mantinelem, jehož se lze buď držet, nebo jej cíleně překračovat. Limitům sémiotické analýzy takto způsobeným, ač je vnímáme jako zcela nejzásadnější, však ve vztahu k hudebnímu videoklipu, o němž je tradičně uvažováno spíše v intencích angloamerické myšlenkové tradice (jak jsme si výše popsali), dosud příliš pozornosti věnováno nebylo. Při rešerších literatury jsme na případ takového zájmu nenarazili; v tuzemském prostředí mu zatím nebyl věnován žádný odborný text.

V první sekci práce jsme si popsali celkem tři základní proudy přístupů k hudebnímu videoklipu; do značné míry se kryly s vědní disciplínou, z níž jsme při popisu „proudu“ vycházeli, a podléhaly determinaci „národních tradic“ smýšlení o zkoumané oblasti či byly ovlivněny globálními trendy, jejichž působení a původ jsme si rovněž popsali. Odhalili jsme, že každá z výše uvedených myšlenkových tradic, národních škol, sémiotických teorií atd. *znamená nejen specifické limity* (jež si jejich popsáním jsme schopni uvědomit a řadě z nich se posléze případně při vlastní sémiotické analýze vyvarovat, či s nimi alespoň konstruktivně operovat a kriticky o nich uvažovat), ale *skýtá rovněž rozdílné možnosti* (např. schopnost detailní analýzy vnitřní struktury hudby, jež je vykoupěna potlačením lingvistické nebo vizuální složky hudebního videoklipu, výborně vypracovaný teoretický aparát, jež je však aplikovatelný pouze na figurální, fotorealistická či narativní videa apod.). Ty byly rovněž v první sekci práce stručně přiblíženy.

Nyní se ve druhé sekci práce koncentrujeme na kritické srovnání několika přístupů již konkrétních badatelů, jež možnosti a limity nastolené v první části práce ilustrují, konkretizují a zároveň dále podrobněji rozvádějí (specifikují).

3/ SEKCE DRUHÁ

*Možnosti a limity sémiotické analýzy na příkladu přístupů několika vybraných
teoretiků*

1/ Alf Björnberg

2/ Andrew Goodwin

3/ Heidi Peetersová

4/ Carol Vernalisová

5/ Petr Szczepanik

6/ dispozitiv (Martin Mazanec)

7/ kritické shrnutí

Profesor muzikologie **Alf Björnberg**, který se zabývá populární hudbou a analýzou hudebního videa,²⁰⁵ se ve své studii „Music Video and the Semiotics of Popular Music“ z roku 1992 pokouší nastínit teoretický rámec vztahu mezi hudebními a vizuálními strukturami, které jsou specifické pro *tehdejší současné hudební video*, a ilustruje, jak tyto vztahy v praxi fungují. V důsledku synchronní (**Björnberg** je zcela explicitní v tom, že při tvorbě své teorie uvažuje pouze *hv* k hudbě populární – anglo-americkému pop rocku) i diachronní determinace (tehdejší současnost, tj. *hv* přelomu 80. a 90. let) výzkumného korpusu si **Björnberg** jak v hudbě, tak *hv* všímá dominujících narativních struktur a vnímá je jako obligatorní a s narací zachází jako s komparativním elementem pro hudbu a hudební videoklip („The structure of visual narration in music video is thus related to narrative processes in the lyrics, and to the analogue of narrative processes in the music.“) Zvolený korpus populární hudby však z tohoto hlediska uvádí jak do diachronického, tak synchronického kontextu; nastiňuje stručnou genealogii skladebných struktur angloamerické populární hudby, kterou komparuje s Western European art music, přičemž přihlíží právě k odlišnému stupni „narativity“, jež přísluší odlišným hudebním strukturám.

Björnberg sdílí „typicky muzikologický“ názor, že hudebnímu videoklipu dominuje audiální složka, již je složka obrazová podřízena, neboť je determinována syntaxí a textem písně.²⁰⁶ (Pozornost tedy věnuje především struktuře hudby, jež zakládá určité významy, které jako homologní přenáší do obrazové složky, jejíž jiná

²⁰⁴ BJÖRNBERG, Alf. „Music Video and the Semiotics of Popular Music“. Studi e testi dal Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale (aati a cura di Rossanda Dalmonte e Mario Baroni). Università di Trento. 1992. s. 379–388. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/others/bjbgvideo.html>>. Čerpáno 5. 11. 2011. On-line verze nečíslována.

²⁰⁵ Alf Björnberg je profesorem muzikologie (od roku 2000). Působí na Katedře Kulturních věd Fakulty umění na Universtiy of Gothenburg ve Švédsku. Více: *University of Gothenburg* [webová stránka]. „Alf Björnberg. Naposledy upraveno 21. března 2013. Dostupné z WWW: <http://www.kultur.gu.se/english/contact/All_staff/Alf_Bjornberg>. Čerpáno 16. února 2014. <Universtiy of Gotheburg > The Faculty of Arts > Dept. of Cultural Sciences > Contact > All staff > Alf Björnberg>

²⁰⁶ Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.

interpretace není naznačena.) Na rozdíl od **Nattieze** vnímá hudbu především jako nástroj komunikace – vzhledem k ostatním formám komunikace je však hudba „remarkably repetitiously structured“ a „...musical communication contains more than one type of information.“²⁰⁷

Co se týče významu, Björnberg ve své práci uvádí na pravou míru onu často zdůrazňovanou ne-referenčnost hudby (srov. podkapitoly *1/ muzikologie: hudební sémiotika* a *3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze*). „V hudebních strukturách, na rozdíl od jazyka, neplatí denotace; hudební význam však vyvstává z konotací či asociací, které hudba vyvolává u posluchače.“²⁰⁸ Tento koncept, jednostranně zdůrazňující konotativní aspekt hudebního významu, byl však také kritizován – **Middleton**,²⁰⁹ např., místo „denotace“ a „konotace“ zavádí termíny primární a sekundární signifikace (a **Björnberg** ho zde ve své teoretické stati následuje). Primární signifikace podle tohoto modelu odkazuje ke *struktuře* hudby (její obsah je oproti tomu ponechán nedefinován). Význam hudby je pak dle **Björnberga** výsledkem vztahu mezi elementy uspořádanými podle syntaktických pravidel – hudba umožňuje rozumové relace, které souvisí s obecnějšími kognitivními strukturami, a také s fyziologickými a motorickými procesy.²¹⁰ V důsledku toho se **Björnberg** domnívá, že hudba denotuje strukturní vztahy mezi objekty, nikoli objekty samotné. (Zdůrazněme pro důraznost tohoto závěru již zde [i když jej posléze na patřičném místě znovu blíže rozvedeme], že **Alf Björnberg** ve svém textu posléze dochází k závěru, že primární funkcí hudebního videoklipu je právě vizualizace **strukturního významu** hudby.)

Sekundární signifikace pak může vznikat mnoha různými způsoby (rozsáhlý seznam, sahající od jednotlivin konkrétního hudebního kusu až po celé hudební styly poskytuje např. **Middleton** či **Stefani**),²¹¹ podobně jako u intrahudebních

²⁰⁷ Moles informační obsah hudby rozčleňuje na „sémantickou“ informaci (zhruba odpovídá informaci obsažené v notaci) a „estetickou“ informaci (informaci, jež je písni dodána při samotné performanci).

²⁰⁸ Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.

²⁰⁹ MIDDLETON, Richard. *Studying Popular Music*. Open University Press, Buckingham 1990.

²¹⁰ Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.; Middleton, *Studying Popular Music*, cit. d., s. 223.

²¹¹ Middleton, *Studying Popular Music*, cit. d., s. 232.; STEFANI, Gino. „Melody: a popular perspective.“ *Popular Music*, 3/1 1987. s. 21–36.

(„intramusical“) strukturních principů, tyto konotace se liší v různých kulturách²¹² – liší se dokonce i na úrovni jednotlivce, „neboť mimo jiné, jednotky signifikace v hudbě nejsou dobře definované,“ (Björnberg) a proto hudbě chybí referenční přesnost v míře, v jaké jí oplývají verbální jazyky. Díky „jistému stupni intersubjektivní konsistence konotačních polí“ má však jakousi *podmíněnou referenčnost*.²¹³

Podstatné je, že oba typy hudební signifikace (primární i sekundární) jsou podle Björnberga aktivní rovněž v hudebním videoklipu.²¹⁴

Björnberg zdůrazňuje, že „vizualizovány“ (rozuměj: opatřeny videoklipem) jsou specificky populární hudební formy. V populární hudbě jsou fráze srovnatelné délky kombinovány do symetrických period (které ve svém textu blíže přibližuje) a vyznačuje se velkým stupněm repetitivity. Kvůli podstatné úloze, již v syntaxi hudby hraje repetitivnost, je pak dle **Björnberga** veškeré hudbě vlastní vyšší míra strukturní sémantické redundance (structural semantic redundancy), a oplývá tedy nižší informační densitou (která je například nižší u současného angloamerického pop-rocku než u západní evropské umělecké hudby. Tato sémantická redundance je zásadní pro některé specifické hudební funkce hudby,²¹⁵ s logickou a kauzální narativitou (typickou např. pro klasický narativní film) se však dostává do rozporu.²¹⁶ „Toto je důležité vysvětlení často komentované ‚postmoderní‘ povahy

²¹² TAGG, Phillip. „„Universal‘ Music and the use of Death“. In.: R. POZZI, Raffaele. (ed.) *FI La musica come linguaggio universale*. Leo S. Olschki, Firenze 1990. s. 227–266. cit. In.: Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.

Též: TAGG, Phillip. „„Universal‘ Music and the use of Death“. [on-line] Dostupné z WWW: <<http://www.tagg.org/articles/deathmus.html>>. Čerpáno 20. 2. 2014. On-line verze nečíslována.

²¹³ Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.

²¹⁴ Povšimněme si prosím, že v případě primární signifikace hovoříme o Nattiezově imanentní rovině; v případě sekundární signifikace se dostáváme k rovině estetické – a též poetické. Srov. podkapitola *3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze*.

²¹⁵ např. z fyziologické či psychologické perspektivy, srov. Middleton, *Studying Popular Music*, cit. d.; BOOTH, M. W. *The Experience of Songs*. New Haven & London. 1981.; STEFANI, G. „Melody: a popular perspective.“ *Popular Music*, 6/1 1987. s. 21–36. Cit. In.: Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.

²¹⁶ Lineární narativitu komplikuje například opakovaně se vracející refrén, střídající se se slokami – „the repeated return to a ‚position of rest‘ or ‚centre‘... forms an oppositional relationship with linear narrativity.“ Tamtéž.

hudebních videoklipů: vizuální procesy homologní [to jest funkčně analogické, pozn. MM] typům hudební syntax, která je typická pro současnou populární hudbu, mají vyšší stupeň strukturální narativní redundance, kdežto na druhou stranu vizualizace sémanticky ambivalentní dimenze estetické informace dovoluje větší svobodu volby vizuálního obsahu.²¹⁷ Pravidlem pak dle **Björnberga** je, že prostřednictvím hudebního videoklipu je kladen zvýšený důraz na výrazné hudební parametry jako tónbarva a dynamika, které jsou v hudebním videoklipu zdůrazňovány prostřednictvím různých synestetických vizualizací kvalit tónbarvy a dynamických proměn. Stávají se tedy jejich *znaky* (podobně akcelerující tempo střihu je jednak indexem [jde-li o přímou „vizualizaci“ hudby skrze střihovou skladbu na základě tempa a rytmu skladby], jednak symbolem rytmu hudby [kdy rychlost střihu, ale může to být také např. práce kamery či vnitrozáběrová montáž, barevné ladění mizanscény atp., je do určité míry předem určena konvencí]).

Björnberg též tvrdí, že z recepčně-psychologické perspektivy při poslechu hudební skladby či písně vznikají na strukturní úrovni „iracionální“ významy, děje se tak skrze aktivaci „pre-verbálních psychologických úrovní“. Schopnost hudby aktivovat prostřednictvím rytmu a zvuku tyto procesy je závislá na akustických kvalitách, jako je vysoká hlasitost, specifické frekvenční charakteristiky atd., které nelze uspokojivě mediovat prostřednictvím televizoru.²¹⁸ Proto vizuální složka slouží primárně jako „překlad“ významu obsaženého v hudbě (na základě jejích akustických, ale též lingvistických kvalit) do obrazu, jako transsémiotický přenos, jenž umožní divákovi dekodovat zamýšlený význam (ať již estetický či sémantický).

Kromě hudební struktury je však vizualizace v hudebním videu často rovněž založena na verbálně zprostředkovaném textu hudební skladby – ta se podle **Björnberga** může odvíjet buď na základě fonetických a paralingvistických charakteristik zpívané písně (dochází k vizualizaci výšky, barvy hlasu, dynamiky pěveckého projevu ad.), nebo sémantického obsahu textu (na různých strukturních úrovních). Dokážeme si představit, že tyto procesy jsou vysoce

²¹⁷ Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d. Björnberg zde pracuje se závěry Willa Strawa. Straw, „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“, cit. d.

²¹⁸ Pohybujeme se v první polovině devadesátých let, kdy televizní médium bylo majoritním prostředkem distribuce hudebních videoklipů, v podstatě neexistovala jiná alternativa.

konvencionalizované (nastupující sólo zpěvačky ve vizuální stopě zastupuje detail její tváře apod.) a zároveň indexické povahy (otevírající se ústa jsou indexem zpěvu, rychlost, s jakou se pohybují, je indexem táhlosti zpěvu a zároveň metonymií zpěvu jako takového; mimika tváře je metonymií emocionálního významu písně).

Björnberg nakonec dochází k závěru, že velmi důležitou – a nejspíše dokonce přímo primární – funkcí hudebního videoklipu je **vizualizace strukturního významu hudby**. „Vizuální procesy jsou určovány hudební strukturou ve snaze o komplementaci specificky hudebních prožitkových kvalit jejich vizuálními homology, jež částečně předcházejí a fungují nezávisle na referenční podstatě obrazů.“²¹⁹

Rozměr vizuálního „obsahu“ hudebního videoklipu můžeme pojímat jako vizualizovanou reprezentaci (části) potencionálního konotativního významu hudby, její sekundární signifikace. Tento rozměr představuje „hru“ označujících, jež referují k filmové historii, televizním konvencím, reklamě, vizuálnímu umění, stylům subkultur ad., jejichž interpretaci již byla věnována v literatuře o hudebním videoklipu velká pozornost – zejména z perspektivy filmové a televizní teorie.

Významy hudebního videoklipu jsou ovšem produkovány v neustálé souhře hudebních a obrazových signifikací probíhajících na řadě úrovní. Z hudebněvědného hlediska je proto studium hudebního videoklipu zásadní, neboť může potencionálně přispět sémiotice hudby. Ovšem také hudebně-analytický pohled je výrazným elementem v multidisciplinárním přístupu, který důkladná analýza této multidimenzionální označující praxe vyžaduje, ale který dosud do značné míry v současném výzkumu chybí.

²¹⁹ Björnberg, „Music Video and the Semiotics of Popular Music“, cit. d.

2/ Muzikologie obrazu: Andrew Goodwin

Andrew Goodwin: „Muzikologie obrazu“²²⁰

Americký²²¹ badatel **Andrew Goodwin**, autor jedné z dosud nejvlivnějších odborných publikací věnovaných hudebnímu videoklipu *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*,²²² která vyšla poprvé tiskem v roce 1992, není vystudovaným muzikologem, nýbrž teoretikem populární kultury. (**Goodwin** byl však také aktivním muzikantem a hudebním kritikem,²²³ editorsky se podílel mj. na řadě publikací věnovaných teorii populární hudby, které se věnoval rovněž badatelsky a pedagogicky.)²²⁴ **Andrew Goodwin** je proslulý především svou výtkou vůči teoriím videoklipu vycházejícím z television studies a filmové vědy na jedné straně a muzikologie na straně druhé. Vyhraňuje se vůči „fatálnímu mlčení vizuálně zaměřených teoretiků stran hudby, tak pohrdlivému odsuzování video-obrazů muzikology a profesionálními hudebníky, kteří v nich vidí pouze omezující deformaci mnohotvárného sdělení.“²²⁵ Ve zmiňované publikaci *Dancing in the Distraction Factory* se proto věnuje nahlížení vztahových relací obrazu a zvuku v hudebním videoklipu z různých perspektiv, a to prostřednictvím textuální analýzy.

²²⁰ Vyšla v českém překladu Vlada Pauliniho jako GOODWIN, Andrew. „Muzikologie obrazu“. *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 58–67.

²²¹ Goodwin je původem Brit; v okamžiku, kdy se začal odborně zabývat hudební televizí, však absolvoval studijní pobyty ve Spojených státech (jeho „zkušenost s MTV“ tedy pochází z první ruky), kam se v polovině 80. let přestěhoval. Až do své smrti na podzim 2013 působil jako profesor mediálních a kulturních studií na Sanfranciské Univerzitě v Berkley. Více než dvacet let byl členem editorské rady odborného časopisu *Popular Music and Society*.

GOODWIN, Andrew. „Introduction“. In.: GOODWIN, Andrew. *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d. s. xv–xxiii.; JOHNSON-GRAU, Brenda. „Andrew Goodwin (1956–2013)“ *Popular Music and Society*. 2 (37) / 2014. s. 233–234.

²²² Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d.

²²³ Pravidelně přispíval např. do *Tricycle a Inquiring Mind*. Viz JOHNSON-GRAU, Brenda. „Andrew Goodwin (1956–2013)“ *Popular Music and Society*. 2 (37) / 2014. s. 233–234.

²²⁴ Viz GOODWIN, Andrew – FRITH, Simon (eds.) *On Record: Rock, Pop and the Written Word*. Pantheon, 1990.

FRITH, Simon – GOODWIN, Andrew – GROSSBERG, Lawrence (eds.). *Sound and Vision. The Music Video Reader*. Routledge, New York 1993.

GOODWIN, Andrew. *Popular Music*. Sage Publications, 1986

²²⁵ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 80.

(Koncentruje se přitom více na audiální – protože dosud teoreticky zanedbávaný –, než vizuální obsah a logiku *hudební televize*.)²²⁶

Ve stěžejní kapitole nazvané „Muzikologie obrazu“ pak teoreticky uchopuje hudební videoklip právě prostřednictvím sémiologie.

Protože předpokládá, že „z hlediska užité hodnoty pro publikum by hudební videoklipy měly být zkoumány primárně ve vztahu k populární hudbě, nikoli ve vztahu k televizi nebo filmu [jak se dělo doposud, pozn. MM],“²²⁷ aplikuje na hudební videoklip koncepty vypracované v rámci hudebních analýz.²²⁸ Postupuje tedy obdobně jako **Björnberg** – ovšem zatímco švédský muzikolog se ve svém uvažování přiklání spíše ke strukturalismu, **Goodwinova** epistemologická orientace coby autora je spíše hermeneutická.

Jako pro „typického“ zástupce angloamerické tradice je pro **Goodwina** zásadní problematika sociokulturního kontextu, v rámci hudebního videoklipu tedy klade na rozdíl od **Björnberga** (který sice zohledňuje rovinu estetickou a poetickou, leč rovina pragmatická pro něj přeci jen není středobodem zájmu – tím je jednoznačně rovina imanentní) více důraz na rovinu poetickou a estetickou (tedy pragmatickou – srov. *3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze*). V předcházejících kapitolách své publikace *Dancing in the Distraction Factory* **Goodwin** argumentoval tím, že „vizuálně je klíčovým elementem při utváření hudebního významu i před zásahem video-obraznosti, a to díky cirkulaci vizuálního zobrazení popu v hudebním tisku, v reklamě a na živých vystoupeních.“²²⁹ Kapitulu „Muzikologie obrazu,“ v níž se pokouší o muzikologickou analýzu vizuálních symbolů, pak chápe nejen jako určitý vyhrocený protipól (aplikuje nikoli teorii

²²⁶ Viz GOODWIN, Andrew. „Silence! Academics at Work.“ In.: *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., s. 1.

²²⁷ Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., s. xxii. Goodwin jako teoretik je součástí myšlenkového proudu uvažujícího o *hv* jako o součásti popkultury, který byl blíže přiblížen v první sekci práce.

²²⁸ Goodwin přímo deklaruje, že „...in terms of their use-value to the audience, music videos need to be studied primarily in relation to popular music, rather than in relation to television or cinema. Chapter 3 [A Musicology of the Image / Muzikologie obrazu, pozn. MM] initiates this project by applying concepts developed in the analysis of music to video clips.“ Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., s. xxii.

²²⁹ Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 59.

obrazu na hudbu, ale teorii hudby na obraz) vůči teoriím vizuální, poněkud absurdně využívaným k pochopení zvukových kódů populární hudby.²³⁰ Především zde prostřednictvím sémiotické analýzy jakožto nástroje analýzy textu rozebírá „prvotní vizuální moment“, jenž pre-video-obrazným asociacím ještě předchází – zabývá se otázkou synestezie.²³¹

Na rozdíl od **Björberga** se tedy věnuje nejen významům strukturních vazeb, ale i významům obrazů jako takových (ať již vizuálních či akustických), a věnuje pozornost rovněž obrazu ve vizuálním slova smyslu, který nevnímá jako pouhou – jakkoli sofistikovanou a komplikovanou – vizualizaci hudební složky; právě naopak, **Goodwin** rozebírá vizuální obraz pro recipienta inherentně přítomný již v samotné hudbě – vizuální obraz, který v sobě hudba „obsahuje“ nejen na základě svých ikonických a indexických kvalit (kytary napodobující policejní sirénu vyvolají mentální obraz skutečné sirény; zvuk houslí pro diváka konotuje podobu konkrétního hudebního nástroje, se kterým se v minulosti zrakem setkal), ale také na základě osobní zkušenosti posluchače s dalšími texty popkultury, jako jsou přebaly CD, plakáty, image hudebníka ad., i vnějším světem.²³² Obdobně jako jsou titulky na konci filmových a televizních textů identifikovány jako „klíčové komponenty masmediálních textů napomáhající vytvoření referenčního rámce pro interpretaci, nabízejí i obaly desek (a s nimi spojené plakáty a reklamy) „správné“ dekodování populární hudby.“²³³ (Právě zde je např. jasně patrný **Goodwinův** přístup

²³⁰ Goodwin zmiňuje především psychoanalytickou práci Johna Corbetta „Free, Single and Disengaged: Listening Pleasure and Popular Music Object.“
CORBETT, John. „Free, Single and Disengaged: Listening Pleasure and Popular Music Object.“
October č. 54 (podzim), 1990.

²³¹ Goodwin synestezii charakterizuje jako „proces, v jehož rámci jsou smyslové vjemy přenášeny od jednoho smyslu ke druhému, například když si někdo zobrazí zvuky „okem své mysli“,“ jako „prvotní vizuální moment“. (Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 59.) Ač se pojem synestezie v širším smyslu vztahuje k přemísťování smyslových vjemů, Goodwin jej zde používá ve specifickém smyslu, jenž je obvykle užíván ve vztahu k hudbě – tj., když „vidíme“ hudbu. – viz jeho pozn. pod čarou č. 2 na str. 66 tamtéž).

„...synestezie označuje tzv. dvojitý pocit – neúmyslné spojení dvou smyslových oblastí (nejčastěji právě vizuální a auditivní) v aktu vnímání nebo představování.“ BERNÁTEK, Martin – KREJČOVÁ, Kateřina – MAZANEC, Martin – STRNAD, Matěj (eds.) Manifesty pohyblivého obrazu: barevná hudba. Pastiche Filmz, Olomouc 2010. s. 9.

²³² „...populární hudba jako text může obsahovat vizuální nedostatečnost jenom tehdy, když byla vytržena ze svých vlastních spotřebních kontextů a analyzována jako něco, čím není – jako diskretní, čistě zvukový text.“ (Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d.)

²³³ Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 59.

k hudebnímu videoklipu skrze myšlenkové paradigma popsané v poslední podkapitole první sekce práce, tedy pojímá *hv* ze sociálně-kulturního a ideologického hlediska jako inherentní součást popkultury, srov. podkapitola *6/ kultura || televizní studia || popkultura:hudební videoklip jako součást popkultury* v první sekci práce.)

Poté, co **Goodwin** popíše pozadí toho, jak funguje synestezie v populární hudbě (především jde o vyzdvížení korpusu ikonografií „uloženého v paměti populární kultury“),²³⁴ nastiňuje několik způsobů, jak mohou být termíny hudební (sémiotické) analýzy aplikovány na konkrétní videoklipy.²³⁵ Při analýze hudebního videoklipu (skrze nástroje hudební sémiotiky) přitom **Goodwin** opět poukazuje na zásadní problémy, které se vážou k sémiotické analýze hudby: především jde o naprostou komplexitu, která je vlastní „hromadění“ významových prvků v populární

²³⁴ Goodwin jako nejvýraznější příklad synestetického spojení v rockové kultuře popisuje **reprezentaci psychedelie**, kdy určité druhy zvuků spouští asociace, tedy konotují křiklavé, barevné a surreálné obrazy (které jsou spojovány s drogami obecně a halucinogenem LSD především). „Ještě v roce 1989 bylo toto spojení natolik rutinní, že se objevilo na obalech desek dvou současných britských skupin, využívajících „psychedelických“ zvuků...“ (Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 59.) Goodwin dokládá své poznatky stran volby preferované kulturně determinované vizuální konotace, jež je vyvolána hudbou, několika svými pokusy se studenty. (Srov. Goodwin, „Muzikologie...“, cit. d., s. 59 a 60.) Dochází k závěru, že „velká většina studentů (...) byla při poslechu ukázek schopna popsat vizuální představy spojené s hudební ukázkou. Za druhé je zde vysoká míra shody v typu ikonografie spojené s každou ukázkou.“ Tyto reakce pak Goodwin dále dokládá závěry výzkumu Philipa Tagga (TAGG, Philip. *Nature as a Musical Mood Category*. International Association for Study of Popular Music, Gotenburg 1983) o kódování hudebních asociací, jenž ukazuje, jak hudba kóduje pocity, nálady i obrazy (či lépe řečeno vizuální výjevy). Podstatné pro Goodwinovu tezi je, že „i když jsou v těchto popisech [konotací Goodwinových žáků] obsáhnuty také různé masmediální obrazy, významné množství těchto obrazů nepochází z videoklipů (...) a hodně jich je zjevně spuštěno osobní vzpomínkou.“ (Tamtéž.) Na obdobné čistě individuální bázi pak probíhá čtení rovněž např. hudebního videoklipu, kdy obrazy ve spojení se zvukem vyvolávají u každého diváka určitý soubor konotací a asociací, individuálně odlišných. Záleží pak na způsobu interpretace a dalších kódech obsažených ve videu (a sociokulturní ideologické predeterminovanosti), kterou konotaci nakonec divák zvolí jako preferovanou.

²³⁵ Goodwin na základě synestezie vyděluje pět zdrojů ikonografií, uložených v paměti populární kultury: (a) osobní obraznost, odvozená od vzpomínek spojených s nahrávkou, (b) obrazy spojené čistě s hudbou samotnou (srov. Tagg, cit. d.), jež mohou pracovat buď prostřednictvím metafor nebo metonymií, (c) obrazy hudebníků/zpěváků, (d) vizuální označující odvozené z národní a populární ikonografie (a snad také související se zeměpisnými asociacemi, na které odkazuje konkrétní umělec, jak naznačuje Goodwin), a (e) „hluboce zakotvené znaky populární kultury spojené s rockovou hudbou a ty, jež spojují rock s mytologizovanou ‘Amerikou’ (auta, dálnice, pivo, pláže, večírky)“. (Goodwin, „Muzikologie...“, cit. d., s. 60–61.)

písničce.²³⁶ „Každý moment hudby obsahuje několik jevů, jež musí být vzaty do úvahy (**barva zvuku, tempo, rytmus, akustický prostor, melodie, harmonie, aranžmá, text**) [zvýraznila MM] a tyto významy musí být vztaženy jak k sobě navzájem, tak k plynutí hudby v čase. Tento text je pak vyjádřen a záramován prostřednictvím kódů představení různého typu (například masmediálního).”²³⁷ Analýza těchto hudebních prvků, jež jsme si právě přiblížili, je pak podle **Goodwina** ve vztahu k hudebnímu videoklipu **velice obtížná**. Nejen proto, že je nutné se o ni pokusit v koncepčním vakuu, přičemž k tomu máme k dispozici jen velice omezené množství kritických nástrojů, ale také protože, jak jsme specifikovali v první části práce, analýza hudby samotné zůstává stále teoreticky málo rozpracovaná. V tradičních *západních* muzikologických termínech např. podle **Goodwina** „...nelze mluvit o tónu, čili o zabarvení zvuku, způsobem, jenž by byl alespoň vzdáleně adekvátní roli tónu při vytváření hudebního významu v populární hudbě.”²³⁸ Vizuálnost pak přímo implikuje právě tón (označuje barvu tónu a hudebníci jej často popisují jako „jasný”, „ostrý” atd.) a akustický prostor, který je přímým indexem prostředí, v němž se nahrávka pořizuje, případně jej uměle simuluje – a zvukově tedy reprezentuje fyzický prostor, v němž jako by byly zvuky nahrávány, tj. chová se jako ikon.²³⁹ **Goodwin** podotýká, že vizuální „realismus” je výsledkem stereo zobrazování akustického prostoru, protože toto zobrazování může buď reprodukovat, nebo podtrhnout konvenční představy o tom, odkud zvuk přichází.²⁴⁰

²³⁶ Goodwin se zde opírá o McClaryho a Walsera: McCLAY, S. – WALSER, R. „Start Making Sense: Musicology Wrestles with Rock.” In.: FRITH, Simon – GOODWIN, Andrew (eds.) *On Record: Rock, Pop and the Written Word*. Pantheon, New York 1990.

²³⁷ Goodwin, „Muzikologie obrazu”, cit. d., s. 61.

²³⁸ Tamtéž.

²³⁹ Př. uměle vytvořená akustika a ruchy obrovské koncertní haly dodané do studiové nahrávky jsou ikonem skutečných ruchů a autentické akustiky obrovské koncertní haly, i když nejde o přímý záznam těchto zvukových kvalit. „Reprezentace akustického prostoru v hudbě se často nazývá stereo obraz a týká se fyzického umístění prvků v mixu.” (Tamtéž.)

²⁴⁰ Nebude-li v hudebním videoklipu odpovídat vizuální zobrazení zdrojů hudby jejich akustickému prostoru, budou mu přisuzovány jiné interpretace, než když bude působit realisticky (a tudíž mu nebude přisuzován žádný zvláštní význam). Záběr na malý pokojík se zdrojem zvuku přicházejícím z malého reproduktoru umístěného v obraze napravo, zatímco ve zvukové stopě indexicky rozlišujeme rozlehlou vyprodanou halu s dokonalým pětikanálovým zvukem, nezakládá již vztahy indexické, nýbrž symbolické, metaforické ad. Kladením těchto dvou složek do ostré juxtapozice poskytnou tvůrci videoklipu prostor pro poměrně otevřené dekodování s množstvím rozličných interpretací – viz např. videoklip skupiny Band of Skulls *Fires* (r. L'Oeuf Sacre, 2010), v níž spatřujeme ženy zpívající

Hudbu lze také přímo vizualizovat prostřednictvím konvenčních způsobů (podobně jako u **Björnberga**), kdy se např. simultánní znásobení a zmenšování obrazu obličeje interpreta stává vizuálním protějškem – znakem – hudebního echa (pokud zde jde o přímou vztahovou souvislost – např. zoom na beat – můžeme hovořit o indexu, jinak jde o konvencionalizované symbolické ztvárnění zvukového jevu obrazem). **Goodwin** však na rozdíl od **Björnberga** tvrdí, že tyto vizualizace existují již předem, neboť „video obraznost se snaží čerpat z vizuálních asociací, které existují už před natočením klipu ve vnitřním znakovém systému diváků.“²⁴¹ Tento proces se pak může odehrát prostřednictvím kterékoli kombinace tří základních vztahů (viz Peirce: index-ikon-symbol, podkapitola 2/ *aliquid stat pro aliquo: dvě [metodologická] paradigmata téže vědy*) mezi označujícími a označovanými. Tedy „zvukové označující vytvářejí jiné označující, které je vizuální, *simultánně* s mentální produkcí označovaného.“²⁴² Problém je ovšem rozlišit, který označující patří k označovanému, nebo zda fúze zvuku a obrazu není někdy tak intenzivní, že oba označující splývají v jedno.

Goodwin tedy vyděluje vztahy *symbolické*,²⁴³ *ikonické*²⁴⁴ a příznakové čili *indexické*, kdy je kauzální spojení jakoby viděno mentálním zrakem – „hudebníkovy pohyby vytvářejí zvuky: a to je to, co vidíme.“²⁴⁵ Tyto vztahy ve své práci funkčně demonstruje na příkladech konkrétních videoklipů. S cílem dospět k „explorační muzikologii video-obrazu“ se **Goodwin** snaží o prozkoumání možnosti pochopit hudební videoklip v muzikologických pojmech, kdy hovoří o pěti aspektech hudby samotné (jsou jimi tempo, rytmus, aranžmá, harmonický postup a akustický prostor)

mužským hlasem či sborově ad. (Srov. hermetický drift, neomezená sémióza. ECO, Umberto. „Neomezená sémióza a drift: pragmatismus proti „pragmatismu“. In: Meze interpretace. Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, Praha 2004.)

²⁴¹ Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 61.

²⁴² Tamtéž.

²⁴³ Jako příklad uvádí např. heavymetalové sólo, jež je symbolem „chlapáctví“ téměř bez ohledu na provedení a z jakých sestává not, nebo gershwinovské smyčcové aranžmá, využívané např. v písni „Hey Manhattan!“ skupiny Prefab Sprout, symbolizující Manhattan (neboť Woody Allen použil Gershwinovu „Rhapsody in Blue“ ve svém filmu Manhattan). Symboly a jejich užívání jsou samozřejmě kulturně podmíněné.

²⁴⁴ Přičemž se nejedná o podobnost vizuální, ale zvukovou, zahrnující onomatopoeie: viz kytary napodobující policejní sirénu, rytmická sekce napodobující vlak nebo tzv. samplování (inkorporace skutečných zvuků, které nevznikly prostřednictvím hudebních nástrojů, do hudby) – zvuky telefonů ve skladbě „The Telephone Call“ skupiny Kraftwerk.

²⁴⁵ Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 61.

a o úloze písňových textů. Tempo (tedy rychlost) je v *hv* dle **Goodwina** reprezentováno velice jasně, pomocí pohybu kamery, rychlého střihu, pohybu na scéně, počítačových efektů v rámci postprodukční úpravy ad.²⁴⁶ Naopak rytmus není ve videoklipech obecně (jak ostatně zdůrazňuje také **Björnberg**) reprezentován technikou střihu „do rytmu“,²⁴⁷ „rytmus jako takový obvykle není proměňován ve vizuální ikonografii“, existují však případy, kdy obrazová stopa parabolicky²⁴⁸ kopíruje hudební pulz alespoň v části klipu. Stává se tak jeho metaforou.²⁴⁹ Aranžmá populární hudby se snaží vyvážit její tři ústřední prvky: zpěv, rytmus a doprovod. V hudebním videoklipu je akcentován zpěv důrazem na záběrování interpreta, který se stává „hlavním motivem videoklipu“ (srov. **Kaplanová, Peetersová, Vernallisová**)²⁵⁰ a často koliduje s vizuálním ztvárněním klíčových rytmických momentů. Většina videoklipů podle **Goodwina** řeší tento spor ve prospěch důrazu na obličej či osobu interpreta, ale obvykle je zde určitá kombinace důrazů na vokál a rytmus (video zde sleduje konvence nasvětčování rockových koncertů). Sémiotické analýze hudebního videoklipu s hudební hvězdou jako klíčovým prvkem se pak teoreticky věnuje **Heidi Peetersová** (viz následující podkapitola). Mnoho videoklipů také podle **Goodwina** využívá obraznosti, která odráží (tedy značí) klíčové změny melodie (např. nástup refrénu, sóla či mezihry), které chápe

²⁴⁶ Tyto procesy jsou dle **Goodwina** velmi rutinní a rozšířené. Blíže pro konkrétní příklady viz přímo Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 62–65.

²⁴⁷ Tj. v případě populární rockové skladby umístění střihu na třetí takt, kde se často vyskytuje úder rytmického bubnu, srov. Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 63. U jiných hudebních žánrů bude rytmus odlišný.

²⁴⁸ Parabola – analogie, podobenství, metaforický mechanismus (metafora jako typ ikonického znaku, který vzniká přenesením významu z jednoho denotátu na jiný na základě analogie). Viz Valček, cit. d., „Metafora“, s. 206 a „Parabolizmus“, s. 239–240.

²⁴⁹ Samozřejmě pokud bychom dopředu věděli, že daný úsek videoklipu nebo videoklip bude důsledně následovat logiku „střihu do rytmu“, tedy kdyby každý střih měl přímou příčinnou souvislost s úderem rytmického bubnu (byl jeho vizuálním odrazem), pak by šlo rovněž o index.

²⁵⁰ KAPLANOVÁ, Ann E. *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. Methuen, New York and London 1987.

PEETERS, Heidi. „The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars.“ [on-line] *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrativ*. Issue 8, May 2004. Dostupné z WWW: <<http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipeeters.htm>>. Naposledy navštíveno 16. května 2011.

PEETERS, Heidi. „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. června 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/peeters/>>, naposledy navštíveno 10. května 2013.

Vernallisová, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d. ad.

pod pojmem harmonický vývoj písně. Posledním prvkem hudebního textu, jehož vztahu k obraznosti se **Goodwin** věnuje, jsou písňové texty. „Slova často pracují tak, aby vytvořila emoční náladu či prostředí písně, podobně jako to činí tón a tempo v hudbě, nebo jsou zdrojem metafory. Tato verbální vodítka (jež jsou někdy, ale ne nezbytně, součástí koherentního textového příběhu) jsou pak video-obrazností použita pro ilustraci písně.“²⁵¹ **Goodwin** se zde nevěnuje konkrétní analýze významu slov ve smyslu lingvistické sémiotiky (sémantice slov písně), ale zajímají jej pouze audiovizuální metafory emocionálních významů písně.²⁵² Reflektuje tedy pouze, jakým způsobem se odráží denotovaná emoce v obraze, a jak slova ovlivňují celkovou „náladu“ – tj. emocionální význam – písně a posléze hudebního videoklipu. (Kdy slova i vizuální ztvárnění této nálady jsou *výrazy* téhož významu [denotátu] – např. melancholie či smutku, jako v případě klipu **Suzanne Vegy Luka**).²⁵³

Úskalím transsémiotického přenosu – snahy vyjádřit velmi časté textové metafory, objevující se v písních, sémiotickým systémem pracujícím s vizuálními kódy – je podle **Goodwina** jeho problematické a často velmi nešťastné provedení. „Mnoho písní pracuje s ústřední[m] metaforickým či metonymickým znakem (což je často název písně) nebo sérií figur, z nichž nejčastější jsou zabudovány do žánrových nálepek – například ‚rockn’roll‘ (odkazuje na sex) a ‚soul‘ (tedy vášnivá nebo spirituální hudba).“²⁵⁴ Nevhodná vizualizace pak může dezinterpretovat celou píseň (tzn., nejde již o textové, hudební a vizuální výrazy téhož významu, ale významy jsou odlišné – často k této záměně dochází např. na základě parabolizmu).²⁵⁵

²⁵¹ Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 66.

²⁵² Srov. Fahlenbrach, „Feeling sounds. Emotional aspects of music videos“, cit. d., a „The emotional Design of Music Videos. Approaches to Audiovisual Metaphors“, cit. d.

²⁵³ Goodwin jako jeden z příkladů uvádí videoklip zpěvačky **Suzanne Vegy** k písni „Luka“. „Tragický příběh zneužívaného dítěte je zde doplněn klidnou reflexivní hudbou, postavenou hlavně na akustické kytarě a hlasu zpěvačky. Smutný obsah textu koresponduje nejenom s hudební náladou, ale je také ilustrován obrazovým provedením klipu, nasnímaného černobíle a v namodralém tónu...“ (Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 64)

²⁵⁴ Tamtéž.

²⁵⁵ Viz pozn. pod čarou č. 103. Zde ve smyslu kreativního posunu významu na základě zvolené analogie s jiným významem. Parabolizmus jako vztah mezi dvěma pojmovými doménami, umožňujícími přenášení významu. Viz Valček, cit. d., „Parabolizmus“, s. 239–240. Tímto způsobem podle **Goodwina** došlo k „podkopání textové symboliky písně“ např. ve videoklipu *Turning Japanese* skupiny Vapor. „Titul je metonymickou narážkou na masturbaci (samozřejmě s rasistickým podtextem), avšak video tuto sexuální referenci naprosto ignoruje

Goodwin upozorňuje, že významy v hudebním videoklipu však nesou, a do interakce s ostatními sémiotickými systémy se dostávají, rovněž různé formy pohybu, zahrnující hudebníky, nehudebníky, profesionální tanečníky i členy obecnosti, sahající od propracované taneční rutiny až po všemožná gesta a vizuální rétoriku těla.²⁵⁶ Podle **Angely McRobbie** jde však ze všech oblastí populární kultury o nejméně teoreticky zpracovanou oblast, která je nejméně předmětem pozornosti sociálních kritiků.²⁵⁷ Je tedy obtížné ji ve vztahu k hudebnímu videoklipu významově interpretovat, přesto díky svému úsilí vizualizovat hudbu mohou být tyto formy pohybu dle **Goodwina** spojeny se synestézií a slouží např. ke zdůraznění tempa písně nebo jejího rytmu. Harmonický vývoj písně lze ilustrovat taneční choreografií a formalizací tanečních figur atp., ale tancem lze ilustrovat rovněž slova.²⁵⁸

Goodwin se ve svém textu zabývá videoklipem jakožto *kulturní formou*,²⁵⁹ jejíž vizuální kódy ilustrují její zvuky, a prostřednictvím pragmaticky orientované sémiotické analýzy dokazuje, že hudba *v žádném případě nepostrádá* vizuální elementy. Ty jsou pak s různou vhodností a rozdílností využívány v hudebním videoklipu. Jeho práce ujasňuje několik zásadních bodů: „...existuje mnoho identifikovatelných postupů (...), které demonstrují blízký vztah mezi vizuálními a hudebními/slovními prvky v textu hudebního videa, včetně různých forem tělesného pohybu a tance. Za druhé, právě proto, že klipy v zásadě *propagují*

a místo toho předvádí známou orientalistickou ikonografii.“ Obdobně *Shipbuilding Elvise Costella*, jejíž metonymický název (resp. jde o synekdochu, kdy je celek pojmenován označením části, v tomto případě částečným motivem stavby lodí je i stavba lodí válečných a tu měl Costello dle Goodwina na mysli) odkazuje na válku na Falklandech a nikoli na loďařský průmysl. Jednoduchým a vydařeným příkladem transsémiotického přenosu je pak podle **Goodwina** použití červeného světla v klipu *Roxanne* skupiny **Police**, kde výraz „červené světlo“ je v textu metonymií prostituce.

²⁵⁶ Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 65.

²⁵⁷ McROBBIE, Angela. „Dance and Social Fantasy.“ in.: McROBBIE, Angela – NAVA, M. (eds.) *Gender and Generation*. Macmillan, London 1984. Cit. In.: Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 65.

²⁵⁸ Polopaticky: slova „tančila“ doprovází záběr na tančící tanečnici = dvěma způsoby (vizuálně a slovem) je vyjádřen stejný význam (tančící dívka, která je denotátem).

²⁵⁹ Pro Goodwina je pojem videoklipu daleko širší (než pouhé audiovizuální dílo per se) a představuje i sociokulturní kontext – přesně v duchu, jak jsme si popsali kulturně a pragmaticky orientovanou angloamerickou tradici. Goodwin však také pod „hudebním videoklipem“ rozumí rovněž televizní pořady. (Viz Goodwin, „Muzikologie obrazu“, cit. d., s. 66)

hudební zboží, je tak snadné odhalit jejich *ilustrativní* komponenty. Je běžné pozorovat, že zvukové prvky hudební televize *nefungují* pouze jako zvuková stopa (soundtrack), jako je tomu u filmu (...) Snažil jsem se zde ukázat, jak přesně můžeme oponovat názoru na vztah obrazu a hudby běžnému ve filmové teorii poukazem na to, jak vizuálno *podporuje* zvukovou stopu.“²⁶⁰

²⁶⁰ Tamtéž, s. 65.

3/ Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách. Heidi Peetersová

Heidi Peetersová: „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“

Sémiotické analýze hudebního videoklipu s hudební hvězdou jako klíčovým prvkem se teoreticky věnuje Belgičanka **Heidi Peetersová** ve svém textu „The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars“, který vyšel v roce 2004 v časopise *Image and Narrative*²⁶¹ (česky pak v překladu Alžběty Rychtecké jako „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“ ve *Filmovém časopise 25fps*).²⁶²

Heidi Peetersová působí na Katholieke Universiteit Leuven (KU Leuven, Katolická univerzita v Leuvenu), kde se zabývá výzkumem v oblasti literatury a kultury, jmenovitě sémiotikou nových médií, adaptací, obrazem a identitou a transmediálním vyprávěním.²⁶³ Její teoretický text vznikl s více než desetiletým odstupem²⁶⁴ od obou předchozích prací, a také ze zcela odlišné badatelské perspektivy. **Peetersová** se ve své „Sémiotice hudebních videoklipů“ snaží o vytvoření sémiotického rámce pro interpretaci *populárních* videoklipů, přičemž klíčovým elementem pro takovou interpretaci je podle ní postava hvězdy – hudebního interpreta. Ta pak vtiskuje hudebnímu videoklipu řád: „Videoklip není chaotickou vizualizací písně. Naopak, tato videa jsou promyšlenými konstrukcemi v čele s hvězdou v roli vypravěče, postavy a nakonec také tvůrce univerza, které je utopické svou podstatou a poetické

²⁶¹ „Image [&] Narrative is a peer-reviewed e-journal on visual narratology and word and image studies in the broadest sense of the term. It does not focus on a narrowly defined corpus or theoretical framework, but questions the mutual shaping of literary and visual cultures. Beside tackling theoretical issues, it is a platform for reviews of real life examples (...) Image [&] Narrative is a bilingual journal, which publishes contributions in either English or French, and which fosters cross-cultural and interdisciplinary dialogue between linguistic and scientific traditions.“ www.imageandnarrative.be. [webové stránky] *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrativ*. Dostupné z WWW: <<http://www.imageandnarrative.be>>, čerpáno 24. března 2014.

²⁶² PEETERS, Heidi. „The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars.“ [on-line] *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrativ*. Issue 8, May 2004. Dostupné z WWW: <<http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipeeters.htm>>. Naposledy navštíveno 24. března 2014.

PEETERS, Heidi. „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. června 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/peeters/>>, naposledy navštíveno 24. března 2014.

²⁶³ www.keleuven.be. [webové stránky] *Katholieke Universiteit Leuven*. Dostupné z WWW: <<http://www.imageandnarrative.be>>, čerpáno 24. března 2014.

²⁶⁴ Také v této době je však stále majoritním diskurzem hudebního videoklipu televize.

strukturou.²⁶⁵ (Problematicke hvězda vs. narativ se ve své publikaci *Dancing in the Distraction Factory* věnoval rovněž **Andrew Goodwin**, na problematiku však nenazíral ze sémiotického, nýbrž naratologického hlediska. **Goodwin** sémiotiku uplatňoval pouze v kapitole „Muzikologie obrazu“, která byla přiblížena v této práci).

Nevnímá tak jako **Björnberg** či **Goodwin** videoklip jakožto vysoce organizovanou strukturu, která však nenásleduje pravidla narativního filmu (z této perspektivy působí „postmoderně“ a poněkud nesouvisle a nesmyslně), nýbrž populární hudby, ale právě naopak. Hudební videoklip nejprve definuje s využitím termínů **Frederica Jamesona**²⁶⁶ jako „schizofrenní řetězec izolovaných, nesouvislých znaků, které se nepropojují do koherentního celku a jsou útvarem beze středu“²⁶⁷ (což je pojetí od dvou předchozích beze sporu značně odlišné, zejména ze syntaktického a sémantického hlediska – význam jednotlivých „nesouvislých znaků“ vs. jejich smysluplné propojení v celek, který je nositelem významu), aby posléze jako tento střet určila postavu hvězdy, a tím jamesonovské pojetí videoklipu vyvrátila.²⁶⁸ Právě hvězda je totiž podle **Peetersové** „společným bodem, centrem, kolem kterého se točí všechny vizuální, auditivní, kinetické, narativní, komerční, společenské, komunikační a umělecké dimenze díla [hudebního videoklipu]“.²⁶⁹ Tento postulát je pro badatelku natolik samozřejmý a přirozený, že to, že „většina teoretiků stále považuje hudební video za vizualizaci písně,“ pokládá za překvapivé. Hlavním účelem hudebního videoklipu podle **Heidi Peetersové** není vizualizace písně nebo reklama na ni, ale vytvoření hvězdy. Hudební videoklip je médium, které se znovuzrodilo (koncept znovuzrození média si **Peetersová** vypůjčuje od **André Gaudreaulta** a **Philippa Mariona**)²⁷⁰ 1. srpna 1981, když začala vysílat americká

²⁶⁵ Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

²⁶⁶ teoretik postmoderní kultury, ze kterého vychází např. též Petr Szczepanik. JAMESON, Fredric. *Postmodernism, or, The Cultural logic of Late Capitalism*. Duke University Press, Durham 1995.

²⁶⁷ Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

²⁶⁸ „Zatímco na syntagmatické úrovni se jednotlivé záběry mohou zdát nesouvislé, jsou úzce propojeny skrze postavu hvězdy.“ (Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.)

²⁶⁹ Tamtéž.

²⁷⁰ GAUDREULT, André – MARION, Philippe. „Un média naît toujours en deux fois...“ *Sociétés et représentation* ('La croisée des médias'), n°. 9/2000. str. 21–36. Cit. in. Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

MTV. Aby mohla být kulturní praktika (jak Peetersová nahlíží na hudební videoklip) institucionalizována jako skutečné médium, musí eliminovat určité své aspekty: „V případě videoklipu to znamená, že z celé řady krátkých filmů, které slouží ke zvizualizování písně či úryvku hudby, zůstanou zahrnuty v žánru pouze ty, jejichž cílem je vytvořit image hvězdy danému umělci.“²⁷¹

Z výše řečeného je již jistě patrné, že **Peetersové**, která přistupuje k hudebnímu videoklipu jako ke kulturní praxi, je blízký proud uvažování o hudebním videoklipu vycházející z kulturních studií. Ostatně jak podotýká, „[v]ezmeme-li v úvahu umělecký, komerční a ideologický potenciál tohoto média [„znovuzrozeného“ hudebního videoklipu], ukáže se jako nezbytné analyzovat jak sémiotiku videoklipu coby textu, tak na hlubší úrovni jeho funkci v rámci společnosti.“²⁷² Jako vhodné východisko pro analýzu hudebního videoklipu pak **Peetersová** navrhuje právě kulturní studia, neboť kulturní studia a jejich interdisciplinární přístupy by dle ní měly být schopny poskytnout interpretační nástroje „pro rozbor předmětu zkoumání s tolika dimenzemi jako má hudební videoklip, za pomoci znaků z různých smyslových vjemů“.

V následujícím stručném historickém přehledu však zdůrazňuje plynulou genealogickou návaznost (kromě televizních estrád a automatů firmy Scopitone, viz vysvětlivka i v první části sekce práce) na hraný film, zejména taneční muzikály **Busby Berkeleyho**, techniku tzv. „mickey-mousingu“ v animovaném filmu²⁷³ a střihové postupy režisérů ruského konstruktivismu nebo kino atrakcí (**Tom Gunning**, **André Gaudreault**). Stejně jako raný film usiloval o to se exhibicionisticky předvést jako pozoruhodná a ohromující kuriozita spíše než vyprávět příběh, v hudebním videoklipu (který je vrcholem exhibicionistických postupů v dnešních médiích) již není tím, co vytváří vzrušení, samotné médium, ale právě poutavá přítomnost hvězdy jako vizuální atrakce.²⁷⁴ „Přestože rychlý střih videoklipů se zdá na hony vzdálený oněm často statickým živým obrazům raného filmu, narativita se i tady podřizuje tomu nejdůležitějšímu, tj. zobrazení zázračnosti

²⁷¹ Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

²⁷² Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

²⁷³ Technika, jež umožňuje díky animaci pohyb v obraze naprosto přesně synchronizovat se zvukovou stopou, což je stav v hraném filmu nedosažitelný.

²⁷⁴ Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

či božství dané hvězdy.²⁷⁵ Syntax stříhové skladby hudebního videoklipu má tedy pro **Peetersovou** zcela radikálně odlišný význam a roli, než pro **Björnberga** nebo **Goodwina**, neboť se řídí interpretačními pravidly filmu a narativu se svým protagonistou–vypravěčem (hudební hvězdou). Není zde tedy ikonický ani metaforický vztah s hudební složkou (které není věnována žádná pozornost) – naopak, zdá se, že sémantický význam hudebního videoklipu jako celku je hvězdnost interpreta. Jednotlivé části *hv* právě k tomuto významu směřují (denotátem je zde tedy hvězdnost jako vlastnost hvězdy) a jednotlivé významové vztahy se upírají právě k hvězdě (specifické záběrování, stříhová skladba, ale též uspořádání mizanscény ad. jako metafora hvězdnosti). „Zatímco propojení záběrů v narativním filmu je určováno syntagmaticky, ve videoklipech je hlavní princip stříhu paradigmatický, jelikož všechny záběry nějakým způsobem ukazují na hvězdu, která se tímto stává víc než jen hercem v narativním klipu a je odhalena jako jeho skutečný poetický střed,“ shrnuje **Peetersová**. Hvězda se stává paradigmatickým spojovatelem hudebního videoklipu.

Při vlastní sémiotické analýze pak **Peetersová** hudební videoklip vztahuje skrze persónu hvězdy a narativ k filmové tradici a kinematografickým kódům a čerpá přitom primárně z filmovědné literatury, zejm. **Richarda Dyera** a jeho pojednání o muzikálech v knize *Entertainment and Utopia*, z publikace věnované teoretickému konceptu filmových hvězd *Stars* a dalších.²⁷⁶ Kategorie znaků, kterých

²⁷⁵ Tamtéž.

²⁷⁶ DYER, Richard. *Stars*. BFI Publishing, British Film Institute, London 1979.; DYER, Richard. *Only Entertainment*. Routledge, New York a Londýn, 1992. Dále např. z STACEY, Jacky. *Stargazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. Routledge, Londýn a New York, 1998.; BUTLER, Jeremy G. „Star Texts: Image and Performance in Film and Television“. In.: *Contemporary Film and Television Series*, Wayne State University Press Detroit, Detroit 1991. s. 49-66; CAVELL, Stanley. *The World Viewed*. Enlarged Edition, Harvard University Press, Cambridge 1979.; GUNNING, Tom. *D.W. Griffith and the Origin of Narrative Cinema*. University Press of Illinois, Urbana 1991; MULVEY, Laura. „Visual Pleasure and Narrative Cinema“. In.: PENLEY, Constance (ed.) *Feminism and Film Theory*. Routledge, New York 1988.; COOK, David. *A History of Narrative Film*. W.W. Norton & Company, New York a Londýn, 1995., ale také z Goodwina (Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d; Stuarta Halla (HALL, Stuart. „Encoding/ decoding“. In.: HALL, Stuart – HOBSON, Dorothy – LOWE, Andrew and Willis (ed.). *Culture, Media, Language*. Center for Contemporary

si **Peetersová** v hudebním videoklipu všímá, vychází právě z **Dyera** (a nikoli tedy např. z Peirce) – jedná se o znaky reprezentativní a nerepresentativní. (Kdy reprezentativním znakem je rozuměna např. zápletka, kulisy, postavy a kostýmy – „reprezentativní znaky jsou tím, co něco reprezentuje a funguje na úrovni porozumění. Naproti tomu nerepresentativní znaky, jako jsou barvy, osvětlení, úhly kamery, střih, speciální efekty a ve velké míře dokonce i partitura, nepředstavují nic konkrétního a závisí na kontextu, v němž se objevují,“ osvětluje **Peetersová**.)²⁷⁷ Nerepresentativní znaky nevytvářejí odkazy k existujícím věcem (**Peetersová** tím patrně myslí ikonické nebo symbolické zastoupení), ale „generují kognitivní, či dokonce emocionální odezvy, jež jsou poté interpretovány jako účinky znaků reprezentativních, čímž určují způsob, jakým budou hvězdy a její svět vnímány.“²⁷⁸ (Jde o obdobný problém, který jsme si u předchozího badatele popsali jako různé výrazy téhož významu, zprostředkované odlišnými sémiotickými systémy.)²⁷⁹ Hvězdu pojímá jako protagonistu a zároveň především vypravěče *příběhu*, sémioticky ji interpretuje s ohledem na její roli v narativu – tento narativ se však od toho filmového liší, neboť podle **Peetersové** si „videoklipy stavějí svůj vlastní, utopický vesmír“ (zde vychází z kapitoly „Entertainment and Utopia“ v knize *Only Entertainment* **Richarda Dyera**).²⁸⁰ **Peetersová** ve své teoretické práci věnuje pozornost ikonografii a narativu, zcela však opomíjí hudbu (vyjma hlasu hvězdy, který je prostřednictvím písně vpravován do každého obrazu, a „posiluje tak paradigmatický vztah mezi záběry a jejich poetickým centrem“). Opomíjení významu hudby je stav pro hudebně-sémiotické nazírání na *hv* nepřípustný, v uvažování o *hv* v kontextu filmu však poměrně běžný (srov. podkapitolu v první sekci práce *5/ filmová věda a sémiotika hudebního videoklipu; základní tendence*).

Cultural Studies, University of Birmingham, Birmingham 1980. a sociologických publikací TUDOR, Andrew. *Image and Influence*. Studies in Sociology of Film, Londýn 1974. či publikací věnovaných televizi jako kulturní formě WILLIAMS, Raymond. *Television. Technology and Cultural Form*. Routledge, London 1990. a dalších.

²⁷⁷ Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

²⁷⁸ Peeters, „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“, cit. d.

²⁷⁹ Pro emocionální odezvy srov. též Fahlenbrach, „Feeling sounds. Emotional aspects of music videos“, cit. d., a „The emotional Design of Music Videos. Approaches to Audiovisual Metaphors“, cit. d.

²⁸⁰ DYER, Richard. „Entertainment and Utopia“. In.: DYER, Richard. *Only Entertainment*. Cit. d.

4/ Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách. Carol Vernallisová

*Carol Vernallisová: Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*²⁸¹

Z filmové tradice částečně vychází a o filmologické publikace se opírá též **Carol Vernallisová**, americká muzikoložka, jež získala doktorát z komunikačních studií,²⁸² která se snaží působit co nejvíce napříč katedrami a zkoumat, jaké vztahy mohou vznikat mezi hudbou, obrazem a textem písně. **Vernallisová** je autorkou filmové hudby a dle svých slov také komponuje hudební doprovod k vlastním pohyblivým obrazům.²⁸³ Ve své publikaci *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, která byla vydána ve stejném roce jako práce **Heidi Peetersové** (2004), pojímá hudební videoklip velmi interdisciplinárně, jako „spadající kamsi mezi hudební, filmová a televizní studia, kulturní studia, etnická studia a komunikační studia, mezi filozofii, divadlo a tanec.“²⁸⁴ Podle ní jsou proto přístupy k hudebnímu videoklipu nutně vždy segmentární, zaměřují se vždy jen na jeho určitý aspekt (nebo sadu aspektů, dodejme) a nepojímají hudební video komplexně. Jinými slovy nenabízejí „žádnou velkou grand theory“. Té se vyhýbá také **Vernallisová**, která se rozhodla svoji publikaci zaměřit na „konkrétní aspekt hudebního videa – kolísavost, fragmentaci, hravost, heterogenost a hustotu“ (volatility, fragmentation, playfulness, heterogeneity, and density),²⁸⁵ snaží se však na hudební videoklip nahlédnout, podobně jako **Goodwin**, z co nejvíce úhlů. Využívá proto vícero přístupů, kdy kombinuje pohledy muzikologické, filmovědné a kulturní, přičemž autoritami se jí stává **J.-J. Nattiez**, *Guidelines to Style Analysis* **Jan La Rueho**, **David Bordwell** a jeho kolegové – především publikace *The Classical Hollywood Cinema* a *Film Art*, ad.²⁸⁶ Wisconsinský filmovědec je pak pro ni zásadní autoritou napříč celou knihou, produkční prvky videoklipu však vůči filmu vztahuje a s ním komparuje, aby analyzovala jejich distinkce, spíše než

²⁸¹ VERNALLIS, Carol. *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press, New York 2004.

²⁸² „I have a B.A. and M.A. in music and had been working across departments, putting music to films and writing music for my own images. I wanted to discover what kinds of relations music, image, and lyrics might create.“ Vernallisová, *Experiencing Music Video*, cit. d., s., ix.

²⁸³ Tamtéž.

²⁸⁴ Tamtéž.

²⁸⁵ Vernallisová, *Experiencing Music Video*, cit. d., s. 285.

²⁸⁶ Vernallisová, *Experiencing Music Video*, cit. d., s. 285.

poukázala na podobnosti či vnitřní nebo historické souvislosti: „I pay close attention to techniques derived from Hollywood film in order to see how their functions and meanings change when employed in music video.“²⁸⁷

Vernallisová svou publikaci člení do dvou částí – v té první se věnuje teorii hudebního videoklipu (s kapitolami věnovanými vyprávění, střihu, hercům, settingu, rekvizitám a kostýmům, prostoru, barvě, texturám a času, textu písně, hudebním parametrům, propojení hudby, obrazu a textu písně a možným analytickým metodám), v té druhé pak analyzuje tři distinktivní videoklipy se zaměřením na rozličné faktory.²⁸⁸

Sémiotice se **Carol Vernallisová** věnuje v kapitole „Connections Among Music, Image and Lyrics“,²⁸⁹ kde rozvíjí sémiotické kategorie ikonu, symbolu a indexu k rozkrytí vztahu mezi zvukem, obrazem a slovy písně (dochází přitom k obdobným závěrům jako **Goodwin**, ze kterého mj. též částečně čerpá). Vizuelní gesto pro **Vernallisovou** odráží gesto zvukové,²⁹⁰ a to jednak ve smyslu indexickém (elektrický kartáček vydává vibrace na vyšší frekvenci než řekněme elektrický mixér), jednak symbolickém – metaforickém (pokles výšky táhlého zvukového tónu znázorňující např. kámen padající ze skály – nejde zde o zvuk přímo vydávaný padajícím předmětem [tedy index], ale o metaforické ztvárnění na základě podobnosti, jíž je pokles [pokles nadmořské výšky fyzického předmětu se odráží v poklesu zvukového tónu]).²⁹¹ **Vernallisová** uvažuje, zda je metaforické vnímání otázkou kulturních či biologických predispozic, a upozorňuje, že v případě metafory je zásadní interpretační vklad diváka na základě jeho osobní zkušenosti (tento „interpretační vklad“ je sociokulturně a ideologicky ovlivněn).

²⁸⁷ Konkrétně jde o klasický hollywoodský film a muzikál.

²⁸⁸ „The Aesthetics of Music Video: An Analysis of Madonna’s ‚Cherish‘“, „Desire, Opulence, and Musical Authority: The Relation of Music and Image in Prince’s ‚Gett Off‘“, „Peter Gabriel’s ‚Elegy for Anne Sexton: Image and Music in ‚Mercy St.‘“

²⁸⁹ Vernallisová, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d., s. 175–198.

²⁹⁰ Tamtéž, s. 183.

²⁹¹ Vernallisová popisuje trop metafory následovně: „the attributes of one medium transfers to another, and the yoking together of two concepts from different semantic realms creates a new meaning.“ Vernallisová, *Experiencing Music Video*, cit. d., s. 183.

Dřívější teorie o vztahu obrazu a zvuku podle **Carol Vernallisové** počítaly s tím, že *filmová* hudba jednoduše odráží význam, který je v každém médiu již inherentní, a nepodílí se tedy na *konstruování* významu. Podle **Vernallisové** (a **Cooka**, o kterého se zde opírá) jde však spíše o dynamický proces (obzvláště v typu pohyblivého obrazu jakým je hudební videoklip).²⁹² Ani jeden z prvků trojčlenky hudba – obraz – text písň hudebnímu videoklipu nedominuje, jednotlivé prvky ovšem také nejsou po celou dobu významově rovnocenné. Podle **Vernallisové** se v průběhu hudebního videoklipu jednak střídají ve své dominanci, čímž se otevírají širší možnosti vzniku významové polyvalence, jednak každý z nich operuje na jiné úrovni a plní odlišné funkce. Platí tedy, že: „The image gains in flexibility and play, as well as in polyvalence of meaning. Many of the meaning of music video lie in this give-and-take between sound and image and in the relations among their various modes of continuity.“²⁹³

Vernallisová se ve své publikaci věnuje rovněž použití lidských postav ve videu. Na rozdíl od **Peetersové** si podstatně více všímá hudební složky a primární či prvotní je pro ni tudíž píseň, nikoli hvězda (či obraz nebo narativ, jak vysvětluje),²⁹⁴ proto u ní hvězda nefiguruje jako paradigmatický spojovatel hudebního videoklipu, ale pouze jako jeden z jeho strukturních prvků, jehož inkorporace je diktována žánrovou konvencí. Oproti **Peetersové** tak např. střih v hudebním videoklipu neslouží primárně k denotaci hvězdnosti interpreta, ale naopak, „... the editing in a music video works hard to ensure that no single element – the narrative, the setting, the performance, the star, the lyrics, the song – gains the upper hand.“²⁹⁵ Přítomnost hvězdy v *hv* si pak vynucuje nejvíce nekompromisní a nejrozšířenější konvenci

²⁹² Tamtéž, s. 184. COOK, Nicholas. *Analyzing Musical Multimedia*. Oxford University Press, New York 1998.

²⁹³ Vernallisová, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d., s. x.

²⁹⁴ „The music comes first – the song is produced before the video is conceived – and the director normally designs images with the song as a guide. Moreover, the video must sell the song...“ (Tamtéž.) Vernallisová tím však nemyslí, že by píseň byla v *hv* hlavním nositelem významu (jenž by tedy byl jen „nekonfliktně“ doprovázen obrazem), zdůrazňuje pouze její logickou a chronologickou primárnost. Hudební videoklip pak funguje na vzájemné významové spolupráci obrazu, zvuku a textu písně – jak jsme již ostatně poukázali výše v rámci této podkapitoly (v rámci hudebního videoklipu se píseň stává pouze součástí vyššího celku).

²⁹⁵ Tamtéž, s. xii.

hudebního videoklipu: „a video must provide a flattering depiction of the singer lip-sync to the song.“²⁹⁶ Nadužívání této konvence má pak za následek vznik velkého množství různých (odlišných) významů, shrnuje **Vernallisová**, která si ve svých textuálních analýzách všímá též rozličných kulturních a ikonografických kódů, ideologie, reprezentace menšin, genderových stereotypů či sexuality.

Snahy o ohledání hudebního videoklipu z co nejširšího úhlu pohledů – „vždy nutně segmentárních“ – jež by v úhrnu umožnily vytvořit co nejkomplexnější obraz tohoto fenoménu, se u **Vernallisové** projevují i v závěru, kdy vybízí další badatele a zdůrazňuje nutnost vzniku dalších podrobných analýz „jednotlivých videí, žánrů, období, měnících se atributů média od počátku až podnes, konkrétních režisérů jakou auteurů, role technologie a institucí a vztahů mezi režisérem, zástupci průmyslu a diváky, mezi tělem, tancem a hudbou.“²⁹⁷

²⁹⁶ Tamtéž.

²⁹⁷ Vernallisová, *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*, cit. d., s. 285.

5/ Hudební videoklip pragmaticky: Filmovědně po pragmatickém obratu

Petr Szczepanik: „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury“²⁹⁸

Pokračujeme v našem exkurzu do několika konkrétních přístupů konkrétních badatelů pragmaticky orientovaným přístupem českého autora **Petra Szczepanika**, jehož teoretická práce je chronologicky umístěna mezi dvě dříve přibližované skupiny textů (texty Björnberga a Goodwina pochází z roku 1992, Peetersové a Vernallisové z roku 2004), do roku 1998. **Szczepanik** se ve své práci obrací k „teorii novějších vizuálních médií“, kdy vychází z přístupu angloamerických a polských teoretiků novějších vizuálních médií (než je film), jenž se vyznačuje *pragmatickým obratem* (srov. podkapitola *5/ filmová věda a sémiotika hudebního videoklipu; základní tendence* v první sekci práce). Tento teoretický proud je podle **Szczepanika** zásadně eklektický a interdisciplinární, blíží se sice spíše teorii kognitivní než psychoanalytické, ale neslévá se s ní – je orientován více sociologicky, kulturologicky a médiologicky...²⁹⁹ (Jde v podstatě o proud, který jsme si přiblížili v podkapitole *6/ kultura || televizní studia || popkultura:hudební videoklip jako součást popkultury*.)

Právě brněnský historik filmu a médií **Petr Szczepanik** se dotýká sémiologie hudebního videoklipu po tomto pragmatickém obratu.³⁰⁰ Jeho diplomová práce

²⁹⁸ SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20-38. SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68-86.

²⁹⁹ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 20.

³⁰⁰ Jak jsme právě naznačili, tento směr má blízko ke kognitivismu. Kognitivní věda (Srov. Valček, cit. d., heslo Kognitivní věda, s. 165 : „interdisciplinární oblast vědeckého výzkumu zaměřená na mechanismy lidského *myslení*.“) je interdisciplinární oblastí a mimo jiné využívá poznatků sémiologie, pro sémiotiku jsou naopak kognitivní procesy zcela zásadní z hlediska pragmatiky – bez percepce a kognice by nebyla sémiotika, neboť by nebylo možno interpretovat znaky. Uvádí-li tedy Szczepanik svůj text mj. větou, že „Kognitivní teorie opouští pojmy jako znakový systém, kód nebo identifikace,“ (Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 20) neznámá to, že nemůžeme poznatky kognitivní teorie propojit se sémiotikou. Od sémiotiky komunikace se pouze dostáváme k sémiotice interpretace, tj., od „jednoduché“ denotativní sémiotiky, studující denotativní struktury, vztahy mezi výrazem a obsahem, se dostáváme ke „složitě“ sémiotice konotativní, která zkoumá znakové systémy z hlediska pravděpodobnostních významů, z hlediska

*Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury*³⁰¹ je zároveň první a dosud nejcitovanější filmologickou prací o hudebním videu u nás. V českém kontextu jde o práci jedinečnou, nejen díky jejím odborným kvalitám, ale především proto, že jde o jeden z mála textů, který se věnuje videoklipu, alespoň částečně, ze sémiotického hlediska.³⁰² **Szczepanik** zde vychází z širšího proudu postmoderní teorie vizuální kultury, jejímž hlavním tématem je rozpad centrální sémantické kontroly textu a emancipace diváckých významotvorných příjmových aktivit.³⁰³ **Szczepanik** se přitom ve svém textu soustředí na diváka reálného, divák implicitní, vnitrotextový, jej zajímá jen do určité míry.³⁰⁴

Své pojetí pragmatismu přitom vnímá jako blízké vymezení **Bohuslava Blažka**,³⁰⁵ „který se zabývá pragmatickou dimenzí kulturní komunikace v podmínkách masové kultury jako vztahem mezi komunikujícími stranami: producentem

společenských znakových systémů na základě jednotlivců. (Rozdělení na denotativní a konotativní sémiotiku provedl **Luis Hjelmslev**, který zavedl pojmy obsah a výraz, které zhruba odpovídají Saussuerovu signifié-signifiant, a rozlišil u nich formu a substanci, a tím rozvinul Saussuerův dvojsložkový znak na čtyřsložkový – viz podkapitola v první sekci 2/ *aliquid stat pro aliquo. dvě [metodologická] paradigmata těžké vědy: pragmatická vs. strukturalistická tradice vědy o znaku*. Tzn. u znaku lze rozlišit a) formu obsahu, b) substanci obsahu, c) formu výrazu, d) substanci výrazu. Více viz Černý, *Dějiny lingvistiky*, cit. d., s. 173–175.) Srov. DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Portál, Praha 2002. s. 48.

FORET, Martin. “O interpretaci vizuálního textu.” In.: BOČÁK, Michal – RUSNÁK, Juraj (eds.) *Média a text II.. Acta Facultatis philosophicae Universitatis Prešovensis. Jazykovedný zborník 25 (AFPh UP 204/286)*. Filozofická fakulta Prešovské univerzity v Prešově, Prešov 2008.

³⁰¹ Cit. d.

³⁰² Přičemž Szczepanik se sémiologií *hv* věnuje zdaleka v největší míře; v ostatních případech jde spíše o sporadické zmínky, čeští autoři preferují odlišné metodologické postupy (většina prací o *hv* v našem kontextu vzniká jako diplomové práce nebo populární texty v časopisech). Sémiotický pohled také do jisté míry aplikuje Mazanec ve vztahu ke kategorii dispozitivu (filmu, televize a videa), zde se však zajímá o kategorii videa obecně a i když hovoří rovněž o hudebním videoklipu, neorientuje se výhradně na něj ani na jeho specifika. Na Mazancův dispozitiv ostatně ještě za okamžik znovu narazíme.

MAZANEC, Martin. *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*. (Diplomová práce) Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: RNDr. Martin Čihák, Ph.D. Olomouc, 2006. 102 stran.

³⁰³ Problematice estetické percepce videoklipu se pak u nás věnuje Jana Žilová: ŽILOVÁ, Jana. *Špecifičnost estetické percepcie videoklipu*. Postupová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2004. Vedoucí práce: Doc. Vlastimil Zuska. 62 stran.

³⁰⁴ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 20.

³⁰⁵ BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář na obrazovce. Sociologické nakladatelství*, Praha 1995.; BLAŽEK, Bohuslav. „Rychlost jako emblém světa.“ (rozhovor) *Živel* č. 8/1997 (zima). s. 36–41.

a konzumentem.“³⁰⁶ Důležitější než význam nebo struktura sdělení je zde jeho „tělo“, tj. „paralingvistické, tělesně-komplexní projevy prozrazující utilitární záměry producenta/konzumenta.“³⁰⁷ Text (hudební videoklip) je tedy proniknut záměry, stává se nástrojem k uskutečňování cílů.

Podotkněme, že ač je **Szczepanikova** práce především metateoretická (ubírá se cestou komparace teoretických koncepcí) a neorientuje se tedy na praktickou aplikaci sémiotické analýzy ani nenabízí původní teorii, je cenná zhodnocením významotvorných aktivit diváka, a také v momentech, v nichž z komparací vyvozuje závěry týkající se pragmatiky hudebního videoklipu; a právě těmto momentům zde budeme věnovat pozornost.³⁰⁸

Jde především o úvodní zmapování obrátů v současné filmové teorii (poststrukturalisticko-psychoanalytický vs. kognitivní přístup k divákovi),³⁰⁹ kdy předestírá výklad dvou teorií postmoderní audiovizuální kultury – **Frederica Jamesona**, který popsal rozpad modernistického modelu tvorby a subjektu pomocí pojmů pastiš a schizofrenie a *definoval sémiotickou uvolněnost současné kultury*, a **Flusserlova** a **Baudrillardova** uvažování o technických obrazech „jako

³⁰⁶ Szczepanik, cit. d., s. 22, pozn. pod čarou 2. Szczepanik však počítá též s tradičním pragmatismem v morrisovském pojetí, ovšem nahlíží ho skrze kulturologii. Ač o divákovi v textu rozpráví často přímo v sémiotických termínech, jeho přístup je velmi interdisciplinární, vykazující široký přehled, a v duchu metateoretického pohledu se stejnou vehemencí a operuje též s dalšími metodologickými nástroji. Právě kulturologie, k níž se v závěru obrací (hudební videoklip by podle něj být právě předmětem **interdisciplinárního kulturologického výzkumu popkultury**), je mu spolu s filmovědou (primárně vůči jejímž teoretickým konceptům v práci hudební videoklip vztahuje a vymezuje) výchozí pozicí, což se jasně odráží již v samotném uvědomění, že ač se v textu snaží o nestrannost a objektivnost, také jeho text má „svou ideologii“, ovlivněnou jeho přístupem. (Viz Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 22.)

³⁰⁷ Na úrovni televize jsou to různé typy manipulátorských klišé, různé mody dialogičnosti nebo responze ve smyslu interaktivity. (Tamtéž.)

³⁰⁸ Vynecháme tedy poznámky o programové struktuře MTV, o typologii videoklipu, kterou jsme již do značné míry přiblížili, a koncepty, které se netýkají sémiotiky hudebního videoklipu – tedy, ve Szczepanikově případě specificky pragmatiky *hv* (tj. jiné teoretické koncepty, např. paralelu mezi hudební televizí a snem Marshi Kinderové apod., přiblížení historického kontextu ad.).

³⁰⁹ „Poststrukturalisticko-psychoanalytický přístup má ve svém rodokmenu metzovskou sémiologii, lacanovskou psychoanalýzu (teorie imaginárního identifikace a symbolického řádu) a althusserovské chápání ideologie jako přidělování pozice subjektu.“ (...) „Kognitivní teorie opouští pojmy jako znakový systém, kód nebo identifikace.“ Tamtéž.

o simulovaných nových světech, které požívají neznakovou realitu.³¹⁰ Obě teorie dle **Szczepanika** přispívají k pochopení emancipace aktivního diváka, související s krizí centrálně (tj. autorsky či institucionálně) řízené a kontrolované reprezentace. Těžiště **Szczepanikovy** studie leží v kapitole „Divák videoklipu: dobrodružství sémiotické demokracie“,³¹¹ kde konfrontuje několik pojetí videoklipu v kontextu neotelevize, které se koncentrují na pragmatickou rovinu videoklipu.³¹²

Výsledkem této konfrontace je zpochybnění pojetí textu vycházející z toho, že text „něco“ reprezentuje: text reprezentuje odlišné věci pro odlišná publika v odlišných kontextech.³¹³ „Podobně jako Godzic klade i Stockbridgeová velký důraz na sociální kontext příjmu, který je významotvorný. Klip není izolovaným textem s vymezeným začátkem a koncem, který má být dešifrován za účelem odhalení pevného významu. Pro konstituci významu je důležitější kontext,“ shrnuje **Szczepanik**.³¹⁴ (Klasifikaci způsobů kontextů diváckého příjmu a použití se zabývají audience studies – srov. podkapitola 6/ *kultura* || *televizní studia* || *popkultura:hudební videoklip jako součást popkultury*.)

Szczepanikův divák – příjemce textu (při zhodnocení otázek interpretace v sémiotickém slova smyslu je pro **Szczepanika** interpretem³¹⁵ „řadový“ divák,

³¹⁰ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 22.

³¹¹ SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

³¹² Jde o přístup Poláka **Wiesława Godzice**, vedoucího Oddělení audiovizuálních médií krakovského Institutu audiovizuálních umění, prezentovaný v publikaci *Oglądanie i innie przyjemności kultury popularnej* (GODZIC, Wiesław. *Oglądanie i innie przyjemności kultury popularnej*. Universitas, Krakow 1996), **Marshala McLuhanna** (McLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím. Extenze člověka*. Odeon, Praha 1991) a zmiňovaného **Bohuslava Blažka** (BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář na obrazovce*. Sociologické nakladatelství, Praha 1995), z nichž odvozuje obecné postřehy stran televize a jejího diváka, **Johna Fiskeho** (o jehož konceptu jsme hovořili v podkapitole 6/ *kultura* || *televizní studia* || *popkultura:hudební videoklip jako součást popkultury*; Fiske, *Television Culture*, cit. d.) a **Sally Stockbridgeové** (STOCKBRIDGEOVÁ, Sally. „Music video: question of performance, pleasure and address“. *Continuum: The Australian Journal of Media and Culture*. (1)2/1987; STOCKBRIDGEOVÁ, Sally. „Intertextuality: Video Music Clips and Historical Film.“ In.: REGAN, T. O. – SHOESMITH, B. (eds.) *History on/and/in Film*. History & Film Association of Australia, Perth 1987. s. 153–8.).

³¹³ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 74.

³¹⁴ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 49.

³¹⁵ Pozor, nezaměňovat s *interpretantem*! V terminologii S. Ch. Peirce je interpretant to, co znak vyvolává ve svém uživateli, tedy účinek na interpreta. Peirce obvykle operuje pouze s termínem

nikoli divák-badatel) je aktivní, jeho aktivity jsou významotvorné. Divák kontroluje sémiotický význam textu. Označující může náhle mít pro tvůrce videoklipu (producenta významu) škálu nepodchytitelných označovaných (tato situace podle autora překračuje precizní dělení na metonymickou „interpretaci z tohoto světa“ a interpretaci metaforickou). Nastává sémiotická demokracie.³¹⁶

Videoklipy jsou interpretovány různě například různými subkulturami (či kulturami; ale také na úrovni jednotlivce), přičemž jejich čtení v rámci jedné (sub)kultury (se sdílenými kódy a zkušeností) je opět do určité míry ustáleno, konvencionalizováno. Čili interpretace diváka je podmíněna – predeterminována – do značné míry sociokulturně.

Szczepanik věnuje ve svém textu pozornost videoklipu jako celku, nevěnuje se jeho jednotlivým významotvorným/skladebným prvkům, proto ve své práci prakticky nehovoří o hudbě. Neboť pojímá *hv*, stejně jako předchozí jmenovaní badatelé, v kontextu televize a televizní reklamy, v níž jsou (jak ukazuje) reklamní významy přednášeny primárně obrazovou složkou, a také škála teoretických konceptů, kterými se **Szczepanik** v textu kriticky zabývá, je odvozena nikoli od muzikologie / pop kultury, ale od (audio)vizuality hraného filmu či televize, je obrazová složka implicitně akcentována.

Ostatně toho si je **Szczepanik** dobře vědom, když v závěru práce dává „chtě nechtě za pravdu **Goodwinovi**“ a zdůrazňuje nutnost „odmítnout jak fatální mlčení vizuálně zaměřených teoretiků stran hudby, tak pohrdlivé odsuzování video-obrazů muzikology a profesionálními hudebníky, kteří v nich vidí pouze omezující deformaci mnohotvárného hudebního sdělení (obraz významově uzurpuje zvuk).“³¹⁷

Na základě svého metatextového exkurzu zjišťuje, že filmolog je vůči hudebnímu videoklipu v podstatě bezradný, což dobře vystihuje poněkud delší citát, který si

interpretant, který je pro něj zásadní (nejdůležitější je to, co znak vyvolává ve svém uživateli), termín interpret je nepříliš častý – Peirce chtěl pracovat s interpretem jako s položkou nespecifikovanou, tedy s tím, co je mlčky přítomno, ale nemá žádné rysy ani kvality. (Viz PALEK, Bohumil (ed.). Sémiotika. Univerzita Karlova, Praha 1997.)

Interpretant je mentálním konceptem uživatele znaku, ať už jde o producenta či přijímajícího.

³¹⁶ V termínech Charlese Sanderse Peirce bychom řekli, že znak vyvolává v uživateli znaku (interpretovi) rozdílné interpretanty.

³¹⁷ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 80.

dovolím zapůjčit ze závěru práce brněnského badatele, neboť mj. dobře ilustruje postuláty, o nichž jsme dosud v práci hovořili.³¹⁸ „Filmolog prožívá při prvním pokusu kriticky sledovat konkrétní videoklipy frustrující pocit, že mu stále uniká smysl a význam jednotlivých obrazů i jejich řazení. Unikavost významu je něčím pro klip fundamentálním: i kdybychom si pomocí videorekordéru zpomalovali a zastavovali jednotlivé záběry, nezískáme většinou dojem „obsáhnutí“ významu, interpretačního uspokojení (alespoň) dočasného. Klip nám prostě bude neustále proklouzávat mezi prsty. Filmolog zjišťuje, že na klip nestačí. A nezviklá ho v tomto trpkém přesvědčení ani tvrzení takových autorit, jako je Marsha Kinderová nebo E. Ann Kaplanová, které prohlašují, že základem videoklipu jsou obrazy, že obrazy přebírají dominantní organizující funkce ve struktuře jako celku.“³¹⁹

Pro **Szczepanika** je východiskem ohledávat hudební videoklip jako součást hudebního průmyslu a učinit jej předmětem „interdisciplinárního kulturologického výzkumu popkultury.“

Razantně zde zdůrazněme, že také **Szczepanik** se soustředí ve svém výzkumu pouze na videoklipy (a reflexi videoklipů) k populární hudbě, vysílané na MTV a dalších televizních hudebních stanicích,³²⁰ což je samozřejmě historicky v pořádku, neboť jde v té době o prakticky jediné dostupné distribuční síť videoklipu. Zajímavý je ovšem **Szczepanikův** radikální postoj vůči zohledňovanému materiálu. Stejně jako pro **Peetersovou**, i pro něj je zásadním elementem (kromě reklamní funkce) hudebního videoklipu a jeho ústředním prvkem hudební hvězda (té se věnuje v kapitole „Videoklipový tělesný princip“)³²¹. Na rozdíl od **Peetersové** nebo **Vernallisové** je ale podle něj hvězda, star, vnitrotextovým autorem hudebního videoklipu, zprostředkovávajícím svému divákovi umělecký svět klipu tak, jak jej

³¹⁸ Srov. např. podkapitolu *5/ filmová věda a sémiotika hudebního videoklipu* v první sekci práce.

³¹⁹ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 80.

³²⁰ Szczepanik čerpá empirické zkušenosti s materiálem během „šestiměsíčního průběžného sledování tří hudebních televizních stanic: MTV Europe (vysílané z Londýna), německé stanice Viva Zwei a minoritního kanálu pro *country music* CMT (který brněnský Kabelnet poskytuje coby prémii).“ (Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 22.

³²¹ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 76–79.

vidí a jak jej chce ukázat divákovi.³²² Předmětem badatelova zájmu a teoretických úvah se proto stává pouze jakýsi „mainstreamový videoklip“, když svůj výběr záměrně zužuje pouze na díla fotorealistická, v nichž vystupuje persóna hudební hvězdy. Pro **Szczepanika** jde přitom o nutnou definiční podmínku hudebního videoklipu. Tím se výrazně liší např. právě od **Peetersové**, která připouští (a dokonce potvrzuje) existenci i jiných typů videoklipů, v nichž by byly významy konstruovány jiným způsobem, resp. na něž patrně není možné aplikovat jí předestřený způsob sémiotické interpretace), jen je v zájmu kompaktnosti práce cíleně vyjímá ze svého výzkumného korpusu.

Oproti tomu **Szczepanik** je přímo zavrhuje:

„Mohlo by se namítnout, že velké části klipů se toto vymezení netýká. Ve svém posledním účelu jsou ale všechny videoklipy podřízeny vládě jednoho modelového tělesného ega (jinak by to nebyly videoklipy) [sic!], některé však taktizují a maskují více než jiné: existují různé typy experimentálních klipů, které si hrají s postupy počítačové animace, dokumentárních filmů, využívají nesourodé archivní záběry, ukázky z realizovaných filmů apod. Tyto ‚anti-klipy‘, v nichž se nemusí žádný člen skupiny ani objevit, jsou rozhodně také prostředkem budování image a rovněž plní (alespoň do jisté míry) funkci tělesně subjektivizované výpovědi. *Skrze hudbu, montáž, rámování a další (především rytmotvorné) stylové prvky je v nich přítomno i tančící tělo pop-star* [zvýraznila MM]).“³²³

Tento závěr je jistě smysluplný a logický z hlediska **Szczepanikova** individuálního přístupu k hudebnímu videoklipu a je v korelaci s jeho ostatními, dříve předeslanými závěry. Podílí se na něm sociálněkulturní determinace, výchozí pozice badatele,

³²² Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 76. Text (hudební videoklip) je tedy proniknut záměry, stává se nástrojem k uskutečňování cílů. Szczepanik zde své závěry opírá o esej *The Spectator-in-the-Text: The Rhetoric of „Stagecoach“* Nicka Browna (BROWN, Nick. „The Spectator-in-the-Text: The Rhetoric of „Stagecoach““. In.: GODZIC, W. Sztuka filowej interpretacji. Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1994) která, stručně řečeno prokazuje, že „hledisko kamery se nemusí technicky ztotožnit s pozicí a směrem pohledu dané postavy v konkrétním záběru, a přesto můžeme díky hierarchizované kompozici obrazu, významotvorné montáži a způsobu snímání mluvit o tom, že se díváme na svět jejíma očima.“ (Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 76) Point-of-view zde však Szczepanik analyzuje jako nástroj zpěvákova tvořivého aktu, nikoli jako point-of-view implikovaného diváka. (Tamtéž.)

³²³ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II“, cit. d., s. 77.

vnímání *hv* v kontextu televize a reklamního průmyslu ad. Je však rovněž legitimní se vůči tomuto závěru z pozice odlišných přístupů vyhraňovat. Tento **Szczepanikův** závěr je dobrou demonstrací toho, o čem sám badatel v práci hovoří – role uživatele znaku při jeho dekódování (i „archivní záběr“ se tak stává označujícím, jehož označované může každý divák – i badatel – nacházet při individuálním čtení zcela jinde).

6/ Hudební videoklip pragmaticky: problém dispozitivu?

Martin Mazanec: „video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu.“³²⁴

Zdá se, že z hlediska pragmatiky – vztahu interpretanta vůči znakovému systému – hraje velice významnou roli ještě jeden faktor, kterým jsme se zatím v této práci nezabývali. **Szczepanik** na něj ve svém textu naráží opakovaně. Poprvé, když usazuje diváckou zkušenost s hudebním videoklipem do kontextu televize a televizního vysílání – respektive televizního toku, jak jej označuje **Fiske**, **Ellis** a další badatelé z oblasti televizních studií.³²⁵ Divák se zde ocitá „v postavení aktivního spoluvůrce sledovaného programu. Není příjemcem izolovaných děl – programů konstruovaných centrálně (s jedním autorem, přesně daným začátkem a koncem), ale vzájemně se prolínajících nepřetržitých proudů audiovizuálních informací, z nichž si vybírá, které kombinuje a které přetváří vsazováním do aktuálního kontextu příjmu nebo manipulacemi během různého typu diváckých her.“³²⁶ To s sebou samozřejmě nese jistou recepční situaci, která přesahuje pouhý kontext sledovaného obrazu z hlediska jeho obsahu: zahrnuje v sobě také prostředí domácnosti či restauračního zařízení s jeho okolními rušivými faktory,³²⁷ design televizního přijímače, velikost a tvar obrazovky atd. Do hry se tak dostávají podstatné psychologické (zvláště budeme-li souhlasit s **Goodwinem**, **Peetersovou**, **Meyerem**, **Fahlenbrachovou** a dalšími,³²⁸ že hudební videoklip přenáší také *emocionální významy*) i fyziologické faktory (např. velikost obrazovky a vzdálenost diváka od ní, hlasitost zvuku), jež mohou ovlivnit interpretaci audiovizuálního díla. Pro **Szczepanika** jsou proto stejně důležité jako televizní kontext také „různé

³²⁴ MAZANEC, Martin. video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu. (Diplomová práce) Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: RNDr. Martin Čihák, Ph.D. Olomouc, 2006. 102 stran.

³²⁵ ELLIS, John. Visible Fictions. Routledge, London 1992.; FISKE, John. Television Culture. Routledge, New York 2007.

³²⁶ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

³²⁷ Specifickým recepčním návykům televizních diváků se ostatně v posledních desetiletích věnovala široká škála studií z oblasti television studies.

³²⁸ Vše cit. d.

způsoby, jak videoklip opouští obrazovku, aby se rozptýlil do některých sociálních prostorů, jako je například hudební klub nebo nákupní centrum amerického typu.³²⁹ Podruhé, když naráží na výzkumy **Francesca Casettiho** a **Rogera Odina** stran toho, kterak změna televizního dispozitivu mění implikovanou pozici televizního diváka.³³⁰ (Tato sémio-pragmatická teorie byla již dříve prosazována na filmové látce právě Odinem.) Pojem dispozitiv se zde podle **Szczepanika** vztahuje k baudryovské, comolliovské a metzovské tradici, „[v níž se] kinematografický aparát/instituce dělí na základní aparát – soubor nástrojů a operací potřebných k výrobě filmu a jeho projekci – a na *dispozitif* – čili mentální mechanismus filmu, týkající se subjektu, diváka.“

A konečně potřetí v souvislosti se *strukturou audiovizuálního obrazu*, respektive baudrillardovského a flusserlovského technického obrazu. **Szczepanik** zde hodnotí podstatnost úlohy, již ze sémio-pragmatického hlediska mají rovněž technické aspekty av obrazu. „Počítačový (a do jisté míry i televizní, video a filmový) obraz nezobrazuje realitu samotnou – je syntézou (matematických) modelů, sledem kombinací vykalkulovaných (tzn. daných binárními opozicemi) bodů v prostoru obrazovky; tyto body samy o sobě nic neoznačují, jsou to zcela zaměnitelné stavební prvky nové reality. (...) Technický obraz je fiktivní plocha, výsledek abstraktní kalkulace (bodové definice) a konkrétní prožitek divákovi poskytuje jen v případě, že se na něj pohlíží povrchově. (...) Při pozorném vhledu do televizního obrazu spatříme pouze míhající se stopy elektronů v katodové lampě, které samy o sobě žádné sdělení nenesou.“³³¹ Má-li tedy divák obraz správně dekodovat, musí být schopný určit minimální jednotku, která má nést význam (v tomto případě tedy nejde o jednotlivý bod, ani o shluk bodů; divák musí odstoupit od obrazu tak, aby se v jeho zorném poli objevila celá obrazovka / celý audiovizuální obraz). Musí tedy vědět, jakým způsobem se má na daný obraz dívat (tyto způsoby se budou lišit

³²⁹ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 21.

³³⁰ CASETTI, Francesco – ODIN, Roger. Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki. In.: GWÓŹDŹ, red., Po kinie? ...Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych. Universitas, Krakow 1994. s. 117–136. Cit. in Szczepanik, cit. d.

³³¹ Szczepanik, „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I“, cit. d., s. 24. Poznámka: současné digitální televizory již katodovou lampu neužívají, jedná se o úvahu na adresu analogového televizního přijímače.

u klasické kinematografie, digitálního obrazu recipovaného v rámci osobního počítače, analogové nebo digitální televize atp.). Činí tak na základě konvence, znalosti, vlastní obeznámenosti. Na nejnižší, „technické“ úrovni tedy musí divák neustále elektronické či digitální obrazy na základě jejich bodových definic synteticky konstruovat, jednotlivé body silou obraznosti dotvářet do konkrétních obrazů, které je již schopen posléze významově dekodovat.

Všechny výše zmíněné momenty spadají do kategorie, kterou rozvíjí **Martin Mazanec** ve své magisterské diplomové práci věnované videoartu³³² a kterou zde označuje termínem *dispozitiv*. **Mazancův** *dispozitiv* se přitom liší od baudryovsko-comolliovsko-metzovského *dispozitivu* popsaného výše (tedy toho, jak s termínem operují **Odin** nebo **Casetti**; i když **Mazancův** *dispozitiv* zdá se v sobě jejich *dispozitiv* zahrnuje, především jej však definičně přesahuje), neboť vychází z definice a pojetí *dispozitivu* **Michela Foucalta** a především pak z jeho specifického rozvinutí a částečné modifikace **Jacquesem Aumontem**.³³³ *Dispozitiv* zde představuje výsledek poměrně komplexních vztahů mezi heterogenními prvky systému, zahrnuje v sobě například i **záznamové médium s jeho specifickým strukturním uspořádáním informací, záznamovou/projekční technologii, typickou recepci situací nebo sociokulturně determinované percepční procesy**. Jde o „shrnutí materiálních a organizačních kvalit díla, [*dispozitiv*] je tím, co řídí vztah pozorovatele k obrazům v jistém symbolickém sociokulturním kontextu.“³³⁴ *Dispozitiv* tedy samozřejmě z pragmatického hlediska ovlivňuje sémiotické čtení textu, jak ostatně potvrzuje **Szczepanikův** zájem o otázku, jež podle **Mazance** do kategorie *dispozitivu* spadají.

Martin Mazanec je český badatel, který se dlouhodobě zabývá kurátorstvím a teorií pohyblivého obrazu (filmu, videa)³³⁵ na hranici kinematografie a výtvarného

³³² Mazanec, *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*, cit. d.

³³³ AUMONT, Jacques. *Obraz*. Akademie múzických umění v Praze, Praha 2005.

³³⁴ Mazanec, *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*, cit. d., s. 60

³³⁵ Termínem pohyblivý obraz zde budeme v souladu s definičním pojetím Noëla Carrola souhrnně označovat všechny formy kinematografie, videoartů a počítačového zobrazování.

umění. Mezi otázky rezonující v jeho výzkumné (i kurátorské, dramaturgické ad.) činnosti patří mj. role prostředí (ve smyslu fyzického prostoru), recepčního kontextu a technologie na vnímání audiovizuálního (či výtvarného) díla. To jest role dispozitivu, jak jej popisuje ve své magisterské diplomové práci *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*, kterou ukončil studium filmové vědy na FF UPOL v roce 2006. Otázka prostoru projekce (a recepce) filmového obrazu byla rovněž předmětem jeho disertace nazvané *Kino. Rekonstrukce filmového prostoru* (FAMU, 2012). V **Mazanecově** přístupu bývá do značné míry standardně patrné jeho sociologické zázemí – kromě filmové vědy absolvoval rovněž magisterský program sociologie na FF UPOL –, a odráží se rovněž v jeho nazírání hudebního videoklipu skrze dispozitiv.

„Předpokládám, že vnímání uměleckého díla se odehrává na úrovni jedince, individua. Interpretace díla je výsledkem znalosti dispozitivu média, což částečně determinuje naše pozice v sociálním systému – habitus.“³³⁶ Ač je pro Mazanecovu práci důležité jmenovat právě technologickou podstatu dispozitivu jako „prvotní instanci k jeho konstituování“, neznamena to, že by neznalost technologie limitovala vnímání uměleckého díla – pouze posouvá, diferencuje jeho individuální vnímání (jak jsme naznačili, kategorie dispozitivu je komplexnější a na technologii se váží další, s ní spojené faktory).

Mazanec tak na základě analýzy technologie pohyblivého obrazu, materiálních vlastností daného média a prostorové dimenze, jež vymezuje vztah díla a jeho pozorovatele, rozlišuje ve své práci ve vztahu k pohyblivému obrazu³³⁷ celkem tři základní dispozitivy: filmu, videa a televize (resp. analogového videa a digitálního videa/filmu). (Hudebním videoklipem se v rámci své práce sice specificky nezabývá, nicméně se mu věnuje v souvislosti s ohledáváním dispozitivů videa a televize.) Tyto dispozitivy samozřejmě nejsou identické – i když z percepčního

(Srov. CARROLL, Noël. „Definování pohyblivého obrazu.“ In.: *Illuminace*, roč. 13, 2001, č. 2 (X). Praha : Národní filmový archiv. s. 5–32.)

³³⁶ Mazanec, *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*, cit. d., s. 10.

³³⁷ Aumont, ze kterého, jak bylo zmíněno, metodologicky vychází, rozlišuje rovněž další dispozitiv *mimo* oblast pohyblivého obrazu, např. tištěného obrazu ad. Srov. Aumont, *Obraz*, cit. d., „Podíl dispozitivu“, s. 134–196.

hlediska může být záznam na filmové matérii obtížně rozeznatelný od digitálního videozáznamu, budou se odlišovat např. ve svých sociálních determinacích, jako je způsob oběhu záznamů, místa, kde jsou dostupné, způsoby jejich šíření ad.³³⁸

Tento rozdíl je významný především v současnosti, kdy již videoklip není šířen primárně televizními kanály jakožto analogový elektronický obraz, ale objevuje se jako obraz digitální např. na internetu nebo v mobilním telefonu. Mění se tak podstatně jeho sociální kontext, jeho kontext recepční, ale i způsoby distribuce a použitých produkčních technik (klip pro televizní vysílání vs. interaktivní nebo 3D videoklip určený na internet) a tak dále, podobně jako se kdysi filmové „soundies“ automatů Scopitone svým dispozitivem odlišovaly od televizních hudebních videoklipů na MTV v 80. letech.

Domníváme se, že rozdílné definice a interpretační přístupy badatelů vůči hudebním videoklipům z velké části vychází právě z přiřazení (ať již uvědomělého či neuvědomělého) videoklipu ke konkrétnímu dispozitivu (film – televize – analogové/digitální video – [internet]), což razantním způsobem ovlivňuje jeho čtení, případně vytváření genealogických přehledů. Volba vhodného dispozitivu pak probíhá většinou automaticky, na základě individuálních predispozic konkrétního badatele (daných, jak už jsme v této práci zmínili nespočetněkrát, jeho výchozí disciplínou, přístupem, osobní zkušeností a dalšími faktory.)

Jinými slovy, rozhodne-li se současný badatel vnímat hudební videoklip jako náležející k dispozitivu televize, jen sotva budou do jeho definice *hv* spadat amatérské nízkorozpočtové videoklipy vytvářené fanoušky kapel šířené na internetu, živá vystoupení Video-Jockeyů, některé německé abstraktní snímky 20. let minulého století nebo videoklipy ve formě webových stránek,³³⁹ a ocitnou se tak mimo oblast jeho zájmu. A naopak: bude-li pro nás hudební videoklip jako digitální text koncepčně přináležet do dispozitivu digitálního videa (a televize bude jen jedním, snad minoritním distribučním kanálem jeho šíření), či přímo internetu, pak budeme

³³⁸ „Mezi sociální determinace [dispozitivu] patří zejména prostředky a techniky produkce obrazů, způsob jejich oběhu, případně reprodukce, místa, kde jsou dostupné, a nosiče, které slouží k jejich šíření.“ Aumont, *Obraz*, cit. d., s. 172.

³³⁹ Např. *Totem* českého elektronického hudebníka Ventolina (r. The Rodina, 2013). Dostupné z WWW: <<http://www.ventolin.cz/dancegenerator/>>, naposledy navštíveno 4. dubna 2014.

sotva hudební videoklip definovat jako televizní žánr (nebo jako filmový žánr) a zkoumat jeho pozici v rámci televizního toku...

A konečně pro diváka poučeného kategorií *dispozitivu* (kterým může být například autor této práce) bude patrně sémiotická interpretace hudebního videoklipu recipovaného prostřednictvím analogového televizoru (v současnosti možná například ještě v některých oblastech Tanzanie) probíhat odlišně, neboť i „jednotlivé body“ a „postupně vykreslované řádky“ analogové televizní obrazovky pro něj budou naplněny významem – stanou se indexy (určitého jedinečného technologického procesu), metaforami (např. neúprosného technologického vývoje či ekonomické a sociální diverzity států, z nichž některé již přešly na digitální vysílání, zatímco poslední z nich dosud vysílají analogově) či synekdochami a dozajista ponesou, podobně jako hudební videoklip,³⁴⁰ i významy emocionální („nostalgie“, „bezradnost“, „vzrušení“ apod.).

Z našeho hlediska lze dispozitivní přístup označit jako specifické rozšíření semiopragmatického přístupu ve vztahu k technologii, recepčnímu a sociálnímu kontextu.

³⁴⁰ K emocionálním významům v hudebním videoklipu viz prve v této práci.

S výjimkou **Martina Mazance**, který se hudebního videoklipu dotýkal na obecné úrovni skrze kategorii dispozitivu, se všichni autoři, jejichž přístupy byly v rámci druhé sekce práce nastoleny, orientovali na tehdejší současný mainstreamový videoklip k anglo-americké populární hudbě, vysílaný dobovými hudebními stanicemi (především MTV).

Alf Björnberg zastával názor, že videoklipy vznikají k hudbě populární specificky (orientoval se proto na anglo-americký pop rock konce 80. a začátku 90. let, podobně jako **Andrew Goodwin**), **Szczepanik** v podstatě existenci jiných klipů ani nepřipouští, oproti **Heidi Peetersové**, která zaměření na populární videoklip s postavou hvězdy volí kvůli konzistenci práce, a to proto, že tento typ videoklipu pojímá jako základní.

Björnberg sdílí „typicky muzikologický“ názor, že hudebnímu videoklipu dominuje audiální složka, jíž je složka obrazová podřízena, neboť je determinována syntaxí a textem písně. Oproti tomu **Goodwin** se snaží rehabilitovat významotvornou pozici jednotlivých úrovní hudebního videoklipu (obraz, zvuk, jazyk) a přistupovat k nim vyváženě, přesto například nevěnuje pozornost lingvistickým kódům přítomným v písňových textech populární hudby, i když na jejich existenci upozorňuje a ukazuje metodologické východisko. Věnuje však pozornost audiovizuálním metaforám emocionálních významů písně. Důvodem je podobně jako výše u **Peetersové** konzistentnost práce a obtížnost tohoto procesu. Podle **Vernallisové**, která se k *hv* snaží rovněž podobně jako **Goodwin** přistupovat co možná interdisciplinárně a aplikovat škálu různých úhlů pohledů, ani jeden z prvků trojčlenky hudba – obraz – text písně hudebnímu videoklipu nedominuje. Jednotlivé prvky ovšem také nejsou po celou dobu významově rovnocenné, každý z nich operuje na jiné úrovni a v průběhu *hv* se dynamicky střídají ve své dominanci. **Peetersová**, aplikující kinematografické kódy, věnuje pozornost ikonografii a narativu, nikoli však hudbě (s výjimkou hlasu hvězdy-protagonisty, o němž zmiňuje, že je prostřednictvím písně vpravován do každého obrazu, a posiluje tak paradigmatický vztah mezi záběry a jejich poetickým centrem – hvězdou). Podobně hudbu upozadňuje též **Szczepanik**, a to přesto, že vnímá videoklip jako ontologicky nesamostatný doplněk hudební skladby, jehož obrazová složka je fundamentálně závislá na složce zvukové (tuto závislost však ve svém textu dále podrobně nerozebírá).

Vizuální obsah hudebního videoklipu je u **Björnberga** otázkou vizualizace části potencionálních konotativních významů hudby, u níž se soustředí především na struktury; vizualizován je *strukturní význam* hudby, který je překládán svými vizuálními homology. Významy v hudebním videoklipu pak z hlediska interpreta vznikají v neustálé souhře hudebních a obrazových signifikací, která probíhá na řadě úrovní. Na naprostou komplexitu, která je vlastní hromadění významových prvků, poukazuje též **Goodwin** a **Vernallisová** (proto podle ní musí být sémiotické přístupy k hudebnímu videoklipu ve své volbě ohledávaného tématu vždy segmentární, podle **Peetersové** je výrazem obsahu hudební videoklip, významem obsahu pak image hvězdy. Szczepanik poukazuje, že znaky v hudebním videoklipu reprezentují odlišné věci pro odlišná publika v odlišných kontextech, a že videoklipy jsou interpretovány různě nejen např. různými subkulturami, ale také na úrovni jednotlivce.

Sociokulturní kontext byl zásadní pro **Goodwina**, **Szczepanika**, **Vernallisovou**, **Peetersovou** i **Mazance**, proti tomu **Björnbergova** pozice byla orientována spíše na vnitřní strukturu videoklipu, kterému se věnoval jako individuálnímu textu *per se*.

Zásadním prvkem hudebního videoklipu pro **Peetersovou**, **Vernallisovou** a **Szczepanika** byla hvězda, všichni badatelé (kromě specificky dispozitivního Mazance) akcentovali narativ (obojí je způsobeno především volbou jejich výzkumného vzorku) a s výjimkou **Björnberga** bylo k hudebnímu videoklipu přistupováno jako k integrální součásti hudební televize (**Szczepanik** či **Goodwin** dokonce místy pojmají oba termíny jako synonymní a přirozeně u nich splývají) s velmi výraznou reklamní funkcí.

Szczepanik navíc ve svém uvažování o hudebním videoklipu z hlediska pragmatiky narazil na technické, produkční a percepční aspekty pohyblivého obrazu a jejich vliv na sémiotické čtení v pragmatickém smyslu. Tyto otázky shrnul v rámci kategorie dispozitivu jakožto zásadního elementu řídicího vztah pozorovatele k dílu v rámci symbolického sociokulturního kontextu **Martin Mazanec**. Ten jako jediný – skrze kategorii dispozitivu – pojímal hudební videoklip v kontextu nikoli televize (či reklamy), ale v kontextu pohyblivého obrazu a výtvarného umění.

4/ SEKCE TŘETÍ

Shrnutí: Možnosti a limity sémiotické analýzy

Ve druhé sekci práce jsme podrobili srovnání šest konkrétních přístupů individuálních badatelů. Pro srovnání jsme volili vždy dva texty, které se semioticky zaměřovaly na obdobnou problematiku v rámci hudebního videoklipu, a byly si dobově či diskurzivně blízké. Tak byly vedle sebe postaveny přístupy **Alfa Björnberga** a **Andrewa Goodwina** (Muzikologie obrazu), **Heidi Peetersové** a **Carol Vernallisové** (Je to ve hvězdách) a **Petra Szczepanika** a **Martina Mazance** (pragmatický přístup a problém dispozitivu).

Viděli jsme, že ač byly prostřednictvím hodnocených přístupů na hudební videoklip aplikovány sémiotické pohledy, výsledky těchto aplikací i jejich průběh se značně liší.

Jednotlivé přístupy jsou ve vztahu k hudebnímu videoklipu vždy značně selektivní. Neboť je videoklip syntetická, heterogenní forma, která se v minulosti a současnosti objevovala v řadě (technologických, sociokulturních, recepčních, distribučních, výzkumných...) kontextů, a je na ni nahlíženo současně z pozice řady vědných disciplín a oborů, týkají se tyto selekce nejen toho, jakým prvkům bude v rámci hudebního videoklipu věnována pozornost, a jaký významový okruh v nich bude sledován, ale také toho, jakým textům bude vůbec věnována pozornost coby hudebním videoklipům (problém definiční a problém výběru výzkumného vzorku).

Tyto selekce vycházejí samozřejmě nejen z historického ukotvení práce (měnící se technologie, sociokulturní prostředí, produkční podmínky ad. ovlivňují podobu/vývoj videoklipu a přináší jeho nové podoby), ale také z pozice samotného badatele, jež je dána mnoha faktory, které jsme se snažili v této práci přiblížit. Patří mezi ně vědní disciplína, v níž se badatel pohybuje a z jejíhož diskurzu vychází, národní (myšlenková) tradice, do níž jeho teoretické či kritické smýšlení v rámci dané disciplíny spadá, jeho epistemologická orientace, volba sémiotického paradigmatu, ale také osobní zkušenost či obeznámenost s technologickými faktory.

Právě nevyhnutelnou selektivnost (1) a nemožnost skutečně komplexního (2) a objektivního pohledu (3) na zkoumanou látku lze považovat za nejvýraznější omezení – limity – sémiotické analýzy jako takové.

Jak jsme objevili spolu s **Jean-Jacquesem Nattiezem** v podkapitole *3/ obecná teorie sémiologie hudby J.J. Nattieze* v první části práce, nemožnost objektivního ohledávání imanentní (neutrální) roviny díla pramení ze skutečnosti, že základem každé symbolické operace je nutně též interpretant (zde výzkumník), který vždy bude při rozboru ovlivňován rozličnými faktory, jako jsou kulturní presupozice, individuální životní zkušenosti, poetická znalost, estetické reakce atp.

A konečně skutečně komplexní pohled na zkoumanou látku rovněž není možný, právě proto, že hudební videoklip je příliš komplexním, heterogenním textem. Snaha skutečně vyčerpávajícím způsobem významově postihnout všechny elementy a jejich vzájemné vztahy – detailně analyzovat sémantickou, syntaktickou i pragmatickou složku díla – je předem odsouzena k neúspěchu, neboť by vedla k infinitní prolixnosti,³⁴¹ neustálé rekontextualizaci, případně hermetickému driftu, a tím kontraproduktivní nečitelnosti takové (časově velmi náročné a patrně nikdy neukončitelné) analýzy.

Touto problematikou neomezené semiózy a východisky z ní se ve své publikaci *Meze interpretace* podrobně zaobírá **Umberto Eco**.³⁴² Ten podotýká, že nás celými dějinami provázejí dvě rozdílná pojetí sémiotické interpretace: zaprvé se od interpretace očekává snaha dojít významu zamýšleného autorem či dosažení

³⁴¹ Můj termín opisující jev popsany (leč nepojmenovaný) docentem **Jaroslavem Vančátem**. Infinitní prolixností je zde míněn stav, kdy se při strukturálním studiu předmětu postupně objevuje stále více dílčích složek zásadního významu, podobně jako v situaci, když se snažíme definovat hranici mezi mořem a pobřežím. Ta je z několikakilometrové výšky zdánlivě nejprve zcela jasná, jak se však přibližujeme, stává se pro nás stále nejasnější, přes neustále se zvyšující členitost pobřeží, po jednotlivá písečná zrna, až dochází k naprostému rozmělnění hranice mezi mořem a pobřežím v atomech a jejich komponentech.

Právě **Vančátův** koncept strukturality pluralitního modelu vizuálního vnímání a zachycení světa nás vedl k přezkoumání stávajících přístupů k hudebnímu videoklipu.

VANČÁT, Jaroslav. Tvorba vizuálního zobrazení. Gnozeologický a komunikační aspekt výtvarného umění ve výtvarné výchově. Karolinum, Praha 2000.

VANČÁT, Jaroslav. Vývoj obrazivosti od objektu k interaktivitě. Gnozeologické předpoklady analýzy obrazové stránky nových médií. Karolinum, Praha 2009.

³⁴² Eco, *Meze interpretace*, cit. d.

„essence“ textu nezávislé na našich interpretacích. Zadruhé se předpokládá, že interpretovat lze nekonečným množstvím způsobů. Oběma podobám, jsou-li dodržovány až do extrému, hrozí epistemologický fanatismus.³⁴³ Naštěstí je zde „zvyk“, který, jsa povýšen na zákon, je v rámci určité komunity intersubjektivní zárukou neintuitivního, ne-naivně realistického pojetí pravdy.³⁴⁴ „Jakmile komunita souhlasí s danou interpretací, existuje ne-li objektivní, pak alespoň intersubjektivní význam, který nabývá privilegia nad jakoukoli další interpretací. Interpretaci tak neprodukuje lidská mysl, nýbrž **realita uznaná komunitou**“³⁴⁵ a intersubjektivní přístup tak usměrňuje sociokulturní determinace badatele.

V našem případě je samozřejmě „zvyk“ a „realita uznaná komunitou“ diktována právě národní tradicí či myšlenkovým paradigmatickým diskurzem vědní disciplíny atd. (viz výše), tedy otázkami, kterými se zabýváme v této práci po celou dobu.

Specifická omezení a limity, ale také zcela konkrétní možnosti s sebou samozřejmě přináší díky své zmiňované selektivní orientaci také jednotlivé konkrétní přístupy, jak jsme si je v této práci přiblížili.

Tak **Nattiez** výborně analyzuje významotvorné strukturní vazby hudebního díla, jeho celkový kontext mu však bude unikat a nikdy nerozkryje významy vnášené do něj divákem respektive specifickou kulturou.

Muzikologové či badatelé nazírající hudební videoklip primárně z muzikologických pozic nebo aplikující koncepty vypracované v rámci hudebních analýz rozkrývají významotvornou linii hudby v hudebním videoklipu a nastolí její interpretační

³⁴³ Podobně hermetický drift označuje způsob interpretace převládající v renesančním hermetismu, kdy se vycházelo z univerzální analogie, že každá věc na světě je na základě podobnosti spojena se všemi ostatními – či alespoň s mnoha – prvky tohoto světa. (Vše tak může být výrazem nebo obsahem čehokoli jiného.) „Hermetická sémióza netvrdí, že neexistuje žádný jednotný univerzální a transcendentální význam. Předpokládá pouze, že na základě čehokoli si můžeme vybavit cokoli jiného.“ Eco zde cituje Peircovu představu neomezené sémiózy, která je založena na chápání interpretace jen jako další reprezentace významu. Hermetický drift je pak definován jako případ konotativního neoplazmatu – konotace vzniká vždy, když se znaková funkce (to jest výraz plus obsah) stává výrazem dalšího obsahu. (Eco, *Meze interpretace*, cit. d., s. 37.)

³⁴⁴ Tamtéž, s. 45.

³⁴⁵ „Umberto Eco a meze interpretace“. [on-line] Metodologický rozcestník KFS. film.ff.cuni.cz. 9. duben 2007. Dostupné z WWW: <film.ff.cuni.cz/rozcestnik/metodika/eco_inte.pdf>, čerpáno 4. března 2014., s. 9.

východiska (jako **Björnberg**, soustředující se na dominantní narativní struktury ve skladbě, jíž posléze odpovídají její vizuální homologa, nebo **Goodwin**, spatřující pre-video obraznost hudby a její význam při interpretaci hudebního videoklipu), nebudou však oplývat dostatečnými nástroji pro rozbor obrazové nebo jazykové složky hudebního videoklipu. (Jazyková složka vůbec je navíc, jak jsme si mohli povšimnout jak v první, shrnující části práce, tak i na konkrétních příkladech individuálních přístupů, ve většině analýz poměrně upozadována ve prospěch obrazu.)

Filmový vědci a výzkumníci čerpající z diskurzu filmovědy budou naopak schopni excelentně analyzovat významy obrazů či jednotlivých obrazových elementů a jejich vzájemné syntaktické (!) a sémantické vztahy, případně pragmatickou rovinu, hudební videoklip jim však bude stále „proklouzávat mezi prsty“³⁴⁶ (právě díky své syntaxi – i zde však, jak jsme byli svědky v přístupu např. **Peetersové**, lze nalézt funkční řešení, které je však aplikovatelné pouze na určitý typ videoklipu – ten, v němž vystupuje postava hvězdy).

A konečně ti pojmající hudební videoklip jako kulturní formu či praktiku, případně jej jako součást hudebního průmyslu podrobují interdisciplinárnímu kulturologickému výzkumu, analyzují jeho funkci v rámci společnosti a „dekódují“ jeho poetickou a estetickou rovinu, imanentní rovina díla nebo její estetický význam (podle mnohých primární důvod vzniku hudebního díla nebo hudebního videa vůbec) jim však zůstane patrně zcela skryta.

To přímo souvisí s pojmáním hudebního videoklipu jako určitého typu „reklamy“ nebo součásti televizního průmyslu, a tedy s jeho nazíráním skrze reklamní funkci. Jak již jsme dříve v této práci zmínili, význam obrazu v reklamě je „zcela jistě záměrný“,³⁴⁷ signifikáty mají být komunikovány co možná nejjasněji a znaky obsažené v reklamě – hudebním videoklipu – co nejlépe čitelné. To samozřejmě téměř beze zbytku platí o některých typech hudebního videoklipu (komerční

³⁴⁶ Viz [5/ Petr Szczepanik](#)

³⁴⁷ Viz [6/ kultura || televizní studia || popkultura:hudební videoklip jako součást popkultury](#)
BARTHES, Roland. „Rétorika obrazu.“ In: CÍSAŘ, Karel (ed.). Co je to fotografie. Herrmann & synové, Praha 2004. s. 51.

videoklip k populární hudbě, obsahující personu hvězdy či dalších hudebních interpretů, velmi často narativní, fotorealistický), v současné době, kdy hudební video díky rozvoji technologie v nebyvalé míře prolifерuje a šíří se i jinými distribučními kanály než je televize však dochází k prolifерaci „marginalizovaných“ (ovšem i v minulosti vždy přítomných) typů hudebního videoklipu, jež dříve badatelé vnímali jako excesivní (a označovali je jako „anti-narativní“, „experimentální“, „avantgardní“, „anti-“... hudební videoklipy, případně ke vznikům nových typů videoklipu, umožněných díky dispozitivu internetu), které však volají po pozornosti. Zatímco reklamní obraz (a „mainstreamový hudební videoklip“) je otevřený či alespoň důrazný, tato díla se jen zřídka ocitají v hledáčku sémioticky zaměřených badatelů, neboť jakoby se „vzpírala sémiotické analýze“.

To proto, že operují s neostrými znaky, pro něž je příznačná polysémie, a které téměř vždy přesahují vědomou složku lidské osobnosti a zasahují i do složky nevědomé a podvědomé – stejně jako výtvarná díla.³⁴⁸ (Řada videoklipů je skutečně přímo vsazována do kontextu výtvarného umění svou prezentací v galeriích nebo v rámci uměleckých festivalů a přehlídek; autory řady videoklipů jsou renomovaní výtvarní umělci, kteří je posléze prezentují ve svých portfoliích a na svých webových stránkách spolu s ostatními výtvarnými díly). Rádi bychom proto do budoucna navrhli jejich ohledání – spíše než skrze v této práci přiblížené „hlavní proudy“ sémiotického uvažování o hudebním videoklipu – prostřednictvím nástrojů sémantické estetiky, která byla doposud v našem prostředí aplikována především v oblasti výtvarného umění.

Tento přístup uvažuje specifické strukturní vztahy a významotvorné procesy výtvarného díla, jež jsou odlišné od „normální znakovosti“, a jejichž interpretačním produktem je „přímé, nahlédnuté pochopení, diametrálně odlišné od analyticko-diskurzivního chápání.“³⁴⁹ V intencích tohoto přístupu by bylo umožněno

³⁴⁸ Srov. Černý–Holeš, cit. d., s. 267.

Srov. též Foret, „O interpretaci vizuálního textu“, cit. d.

³⁴⁹ ZVĚŘINA, Josef. *Výtvarné dílo jako znak*. OBELISK, nakladatelství umění a architektury. Praha 1971. s. xx.

s hudebním videoklipem nakládat jako se syntetickým uměleckým dílem. Podstatný je silný pragmatický aspekt a zejména zvýšená pozornost vzhledem ke kognitivním (a také psychologickým) procesům při tvorbě významu. Zásadní je v této souvislosti také **Ecovo** uchopení uměleckého díla jako *superznakové funkce*;³⁵⁰ domníváme se, že Ecova teorie superznaku by v tomto směru mohla být klíčovou, neboť hudební videoklip dle našeho názoru jeví kvality *superznakové funkce*, což by mohlo být předmětem dalšího badatelského ohledání. Na místě je také detailnější průzkum hudebního videoklipu z hlediska dispozitivu.

Tyto otázky se však již týkají spíše ustanovování nových pohledů na hudební videoklip a tvorby nových, aktuálnějších teorií hudebního videoklipu, nikoli hodnocení přístupů a aplikací stávajících, jimž byla zasvěcena tato práce. Na tomto místě proto zůstávají zatím pouhými návrhy pro příští bádání.

³⁵⁰ ECO, Umberto. Teorie sémiotiky. 3.7.6. Estetický idiolekt, s. 328–332.

Předmětem diplomové práce ›*Možnosti a limity sémiotické analýzy pro rozbor hudebních videoklipů*‹ bylo, jak napovídá samotný název, prostřednictvím komparativní analýzy a kritického přístupu postihnout základní omezení a možnosti sémiotické analýzy (respektive sémiotických analýz) při rozboru hudebních videoklipů, a předložit tak vůbec první tuzemskou teoretickou práci věnovanou specificky sémiotickým pohledům na hudební videoklip.

Vycházeli jsme přitom z předpokladu, že rozličné přístupy, vědní disciplíny, badatelská východiska a národní či myšlenkové tradice základním způsobem ovlivňují sémiotickou analýzu (zakládají rozličná pole zájmu sémiotické analýzy a zároveň poskytují odlišné nástroje pro její aplikaci) a znamenají tedy *specifické limity*, zároveň však skýtají *rozdílné možnosti* (např. schopnost detailní analýzy vnitřní struktury hudby, jež je vykoupena potlačením lingvistické nebo vizuální složky hudebního videoklipu, výborně vypracovaný teoretický aparát, jež je však aplikovatelný pouze na figurální, fotorealistická či narativní videa apod.). Tento předpoklad se nám podařilo v práci potvrdit, blíže specifikovat a ilustrovat na řadě konkrétních příkladů (zejm. v druhé sekci práce).

V první části práce jsme nastolili, jak rozličné vědní disciplíny, myšlenkové tradice, národní školy a konečně individuální badatelské přístupy ovlivňují do značné míry způsob uchopování hudebního videoklipu a posléze vedení sémiotické analýzy, a stávají se tak jejím nejvýraznějším limitem a omezením. Určili jsme celkem tři hlavní proudy sémiotického uvažování o hudebním videoklipu, charakterizovali nejvýraznější distinkce mezi nimi a přiblížili stav dosavadního sémiotického bádání na poli hudebního videoklipu skrze jejich optiku.

Ukázalo se, že (především z historických důvodů) celosvětově převládá specifický proamerický způsob smýšlení o hudebním videoklipu, což se odráží v selekci zkoumané látky i volbě metodologických postupů. Rovněž se potvrdilo, že roli hraje rovněž diverzita amerického a evropského sémiotického diskurzu jakožto dvou odlišných metodologických paradigmat. Právě strukturalistická sémiologie **Ferdinanda de Saussura** a pragmatická sémiotika **Charlese Sanderse Peirce** tvoří dva pomyslné myšlenkové pilíře, na kterých staví všechny dnešní sémiotické teorie, a na jejichž základech jsou posléze vyvíjeny metodologické postupy současných

badatelů. Potvrdili jsme, že tato diverzita skutečně do určité míry ovlivňuje způsob nahlížení zkoumaného jevu, to jest hudebního videoklipu, a vedení samotného sémiotického výzkumu.

Potvrdil se též původní předpoklad nedořešenosti některých zásadních otázek v sémiotice hudby, která patrně způsobuje, že jsou postupy hudební sémiologie tak málo (či jen velmi omezeně a pouze schematicky) využívány i těmi badateli, kteří se snaží k *hv* přistupovat co možná interdisciplinárně. Domníváme se, že právě to vede k upozadování hudby v analýzách hudebního videoklipu, které se ostatně potvrdilo i v této práci.

Jádro práce však tvořila sekce druhá; zde jsme podrobili kritickému srovnání sémiotické přístupy celkem šesti vybraných badatelů. Na těchto individuálních přístupech byly ilustrovány a konkretizovány možnosti a limity nastolené v první části práce. Ke komparaci byly voleny vždy dva teoretické texty, které se sémioticky zaměřovaly v rámci hudebního videoklipu na obdobnou problematiku, nebo si byly dobově či diskurzivně blízké. Srovnání jsme podrobili přístupům následujících šesti badatelů: **Alfa Björnberga** (jak jej přiblížil ve své studii „Music Video and the Semiotics of Popular Music“ z roku 1992), **Andrewa Goodwina** („Muzikologie obrazu“ z roku 1992), **Heidi Peetersové** („The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars, 2004) a **Carol Vernallisové** (*Experience Music Video. Aesthetics and Cultural Context*) a konečně tuzemských badatelů **Petra Szczepanika** („*Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury*“) a **Martina Mazance** („*video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*“). Zatímco Björnberg i Goodwin se věnovali otázce muzikologie obrazu, Carol Vernallisovou a Heidi Peetersovou zajímala mj. sémantická a syntaktická úloha hudební hvězdy v rámci hudebního videoklipu. Petr Szczepanik řešil hudební videoklip z pragmatického hlediska a spolu s Martinem Mazancem otevřel kategorii dispozitivu, představující specifické rozšíření semiopragmatického přístupu ve vztahu k technologii, recepčnímu a sociálnímu kontextu.

Pomocí kritického srovnání jsme prokázali, že ač byly prostřednictvím hodnocených přístupů na hudební videoklip aplikovány sémiotické pohledy (či řešeny obdobné otázky), výsledky těchto aplikací i jejich průběh se značně lišil. Ukázalo se rovněž, že jednotlivé přístupy jsou ve vztahu k hudebnímu videoklipu vždy značně

selektivní; to vychází jednak z historického ukotvení daného přístupu, jednak z pozice samotného badatele, již ovlivňuje mnoho faktorů (výchozí vědní disciplína, národní tradice, volba sémiotického paradigmatu, konkrétní metoda, osobní zkušenost atp., jak jsme v textu práce blíže specifikovali).

Jako stěžejní limity sémiotické analýzy hudebního videoklipu obecně jsme nakonec na základě poznatků uvedených v této práci v závěrečné kapitole identifikovali (1) její nevyhnutelnou selektivnost, (2) nemožnost komplexního a (3) objektivního pohledu na zkoumanou látku (viz SEKCE TŘETÍ).

Zároveň jsme na základě poznatků v této práci navrhli postupy pro další možné badatelské ohledávání komplexního, syntetického audiovizuálního díla, jakým je hudební videoklip. Jsou jimi jednak aplikace sémantické estetiky a **Ecovy** teorie superznaku³⁵¹ (resp. superznakové funkce), jednak bližší ohledání hudebního videoklipu skrze kategorii dispozitivu.

O správnosti závěrů dosažených v této práci jsme přesvědčeni – právě proto si však uvědomujeme, že jsme v jejich tvorbě byli rovněž omezeni a vedeni vlastní výzkumnou disciplínou a predeterminováni individuálními zkušenostmi. Proto voláme po jejich přezkoumání badatelem, který by v rámci diskurzu o hudebním videoklipu (či sémiotice vůbec) zaujímal odlišnou výchozí pozici.

Tomuto badateli pak dlužíme poznámku o tom, že naše pozice je formována nejen vzděláním v oblasti anglické filologie, filmové vědy a komunikačních studií (jež mají „nejblíže“ ke studiím mediálním a kulturním), ale také badatelskými zájmy směřujícími do oblasti angloamerických television studies, současného výtvarného umění, vizuální komunikace, digitální kultury a zejména umění internetového.

³⁵¹ ECO, Umberto. Teorie sémiotiky. 3.7.6. Estetický idiolekt, s. 328–332.

6/ SEZNAM INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

prameny

BJÖRNBERG, Alf. „Music Video and the Semiotics of Popular Music“. Studi e testi dal Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale (aati a cura di Rossanda Dalmonte e Mario Baroni). Università di Trento. 1992. s. 379–388. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/others/bjbgvideo.html>>. Čerpáno 5. 11. 2011. On-line verze nečíslována.

GOODWIN, Andrew. „Muzikologie obrazu“. *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 58–67.

MAZANEC, Martin. video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu. (Diplomová práce) Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: RNDr. Martin Čihák, Ph.D. Olomouc, 2006. 102 stran

NATTIEZ, J. J. „Reflections on the Development of Semiology in Music“. (v překladu Katherine Ellis) In.: *Music Analysis*, Vol. 8, No. ½ (březen–červenec) 1989. Blackwell Publishing, str. 21–75.

PEETERS, Heidi. “The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars.“ [on-line] *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrativ*. Issue 8, May 2004. Dostupné z WWW: <http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipeeters.htm>, naposledy navštíveno 24. března 2014.

PEETERS, Heidi. „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. června 2011. Dostupné z WWW: < <http://25fps.cz/2011/peeters/>>, naposledy navštíveno 24. března 2014.

SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38.

SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

VERNALLIS, Carol. *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press, New York 2004.

literatura

AUMONT, Jacques. *Obraz*. Akademie múzických umění v Praze, Praha 2005.

AUSTEN, Jake. *TV a-go-go. Rock on TV from American Bandstand to American Idol*. Chicago Review Press, Incorporated. Chicago, 2005.

BARKER, Chris. *Slovník kulturních studií*. 1. vyd. Portál, Praha 2006.

BARTHES, Roland. „Rétorika obrazu.“ In: CÍSAŘ, Karel (ed.). *Co je to fotografie*. Herrmann & synové, Praha 2004. s. 51– 62.

BARTHES, Roland. *Nulový stupeň rukopisu - Základy sémiologie*. Československý spisovatel, Praha 1967.

BERNÁTEK, Martin – KREJČOVÁ, Kateřina – MAZANEC, Martin – STRNAD, Matěj (eds.) *Manifesty pohyblivého obrazu: barevná hudba. Pastiche Filmz*, Olomouc 2010.

BOOTH, M. W. *The Experience of Songs*. New Haven & London. 1981.

CASEY, Bernadette (eds.): *Television Studies Key Concepts* (2nd edition). Routledge 2008.

COKER, Wilson. *Music & Meaning: a Theoretical Introduction to Musical Aesthetics*. New York 1972.

ČERNÝ, Jiří – HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Portál, Praha 2004. s. 27; ČERNÝ, Jiří. *Dějiny lingvistiky*. Votobia 1996.

ČERNÝ, Jiří. Dějiny lingvistiky. Votobia 1996.

DeVITO, Joseph A. Základy mezilidské komunikace. Grada Publishing, Praha 2008

DOUBRAVOVÁ, Jarmila. Sémiotika v teorii a praxi. Proměny a stav oboru do konce 20. století. Portál, Praha 2002.

DYER, Richard. Only Entertainment. Routledge, New York a Londýn, 1992.

DYER, Richard. Stars. BFI Publishing, British Film Institute, London 1979.

ECO, Umberto. Meze interpretace. Praha 2004.

ECO, Umberto. Teorie sémiotiky. Argo, Praha 2009.

ELLIS, John. Visible Fictions. Routledge, London 1992.

ELLIS, John. Visible Fictions: Cinema: Television: Video. 2, přepracované vydání. Routledge 2002.

FALTUŠ, Leoš. *Hudební sémiotika pro skladatele*. JAMU, Brno 2000.

FISKE, John. Television Culture. Routledge, London and New York 1997.

FORET, Martin. "O interpretaci vizuálního textu." In.: BOČÁK, Michal – RUSNÁK, Juraj (eds.) *Média a text II.*. Acta Facultatis philosophicae Universitatis Prešovensis. Jazykovedný zborník 25 (AFPh UP 204/286). Filozofická fakulta Prešovské univerzity v Prešově, Prešov 2008.

FRITH, Simon – GOODWIN, Andrew – GROSSBERG, Lawrence (eds.). Sound and Vision. The Music Video Reader. Routledge, New York 1993.

FUKAČ, J. – VYSLOUŽIL, P. – MACEK, P. (eds.) *Slovník české hudební kultury*. Editio Supraphon, Praha 1997.

FUKAČ–JIRÁNEK–POLEDŇÁK–VOLEK. *Základy hudební sémiotiky 1–3*. FF MU, 1992.

GOODWIN, Adrew. *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. University of Minnesoty Press, Minneapolis 1992.

GOODWIN, Adrew. *Popular Music*. Sage Publications, 1986

GOODWIN, Andrew – FRITH, Simon (eds.) *On Record: Rock, Pop and the Written Word*. Pantheon, 1990.

HALL, Stuart. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, Birmingham 1973.

JIRÁNEK, Jaroslav. *Hudební sémantika a sémiotika*. Olomouc, 1996.

JIRÁNEK, Jaroslav. *Tajemství hudebního významu*.

KELLNER, Douglas. *Critical Studies and Social Theory : A Critical Invention*. In.: RITZER, George; SMART, Barry. *Handbook of Social Theory*. 1 edit. Sage, London 2001.

KELNAROVÁ, Adéla. *Teorie kódování a dekódování Sturta Halla pod lupu*. (Bakalářská diplomová práce). Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra Žurnalistiky. Vedoucí práce: Mgr. Marek Lapčík, Ph.D. Olomouc 2011, 41 stran.

KORDA, Jakub. *Úvod do studia televize*. Univerzita Palackého, Olomouc 2005

KRAUS, Jiří (ed.) *Nový akademický slovník cizích slov*. Academia, Praha 2006.

LACEY, Nick. *Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies*. Macmillan Press Ltd., Londýn 2000

MACUROVÁ, Alena – MAREŠ, Petr. *Text a komunikace. Jazyk v literárním díle a ve filmu*. Univerzita Karlova, Praha 1992. s. 7.

MAZANEC, Martin. *video art, český videoart, umění pohyblivého obrazu*. (Diplomová práce) Univerzita Palackého v Olomouci, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: RNDr. Martin Čihák, Ph.D. Olomouc, 2006. 102 stran

MEYER, Leonard B. *Emotion and meaning in music*. University of Chicago Press, 1956.

MORRIS, Charles W. „Základy teorie znaku.“ In.: PALEK , Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997.

MORRIS, Charles Williams. *Foundations of the theory of signs*. University of Chicago Press, Chicago 1938.

OSGERBY, Bill – GOUGH-YATES, Anna (eds.) *Action TV. Tough Guys, Smoot Operators and Foxy Chicks*. Routledge, London 2001.

PALEK , Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997.

PAVELKA, Jiří. „Možnosti a limity sémiotické a naratologické analýzy jako nástrojů interpretace.“ In.: BOČÁK, Michal – RUSNÁK, Juraj (eds.) *Média a text II.. Acta Facultatis philosophicae Universitatis Prešovensis. Jazykovedný zborník 25 (AFPh UP 204/286)*. Filozofická fakulta Prešovské univerzity v Prešově, Prešov 2008. s. 156–169.

PEIRCE, Charles Sanders. „Grammatica Speculativa. Collected Papers, 2.219–2.390“ In.: PALEK, Bohumil (ed.). *Sémiotika*. Univerzita Karlova, Praha 1997. s. 29–172.

RAMPLEY, Matthew – FILIPOVÁ, Marta. *Možnosti vizuálních studií. Společnost pro odbornou literaturu*, Brno 2008.

RAMPLEY, Matthew. „Pojem vizuální studia“. In.: RAMPLEY, Matthew – FILIPOVÁ, Marta. *Možnosti vizuálních studií. Společnost pro odbornou literaturu*, Brno 2008. s. 21–45.

REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Portál, Praha 2004.

RITZER, George – SMART, Barry. *Handbook of Social Theory*. (1st edition). Sage, London 2001.

SAUSSURE, Ferdinand de. Kurs obecné lingvistiky.. 3. vyd. Academia, Praha 2008.

SHUKER, Roy. Popular Music: The Key Concepts. Taylor & France e-Library, 2003. s. 209, 291.

SNAUFFER, Douglas. Crime Television. Praeger, 2006.

ŠTOLL, Martin. 1. 5. 1953. Zahájení televizního vysílání. Zrození televizního národa. Havran, Praha 2011.

TAGG, Philip. *Nature as a Musical Mood Category*. International Association for Study of Popular Music, Gotenburg 1983

VALČEK, Peter. „Paradigma metodologická“. In.: Slovník teórie médií A–Ž. Literárne Informačné Centrum, Bratislava 2011. s. 240–242.

VALČEK, Peter. „Referencia“. In.: Slovník teórie médií A–Ž. Literárne Informačné Centrum, Bratislava 2011. s. 277.

VALČEK, Peter. „Sémantický trojuholník“. In.: Slovník teórie médií A–Ž. Literárne Informačné Centrum, Bratislava 2011. s. 288–289

VANČÁT, Jaroslav. Tvorba vizuálního zobrazení. Gnozeologický a komunikační aspekt výtvarného umění ve výtvarné výchově. Karolinum, Praha 2000.

VANČÁT, Jaroslav. Vývoj obrazivosti od objektu k interaktivitě. Gnozeologické předpoklady analýzy obrazové stránky nových médií. Karolinum, Praha 2009.

VERNALLIS, Carol. *Experiencing Music Video. Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press, New York 2004.

ZVĚŘINA, Josef. *Výtvarné dílo jako znak*. OBELISK, nakladatelství umění a architektury. Praha 1971

ŽILOVÁ, Jana. Špecifičnosť estetickej percepcie videoklipu. Postupová práca. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2004. Vedoucí práce: Doc. Vlastimil Zuska. 62 stran.

„Umberto Eco a meze interpretace“. [on-line] Metodologický rozcestník KFS. film.ff.cuni.cz. 9. duben 2007. Dostupné z WWW: <film.ff.cuni.cz/rozcestnik/metodika/eco_inte.pdf>, čerpáno 4. března 2014., s. 9.

CARLSSON, Sven E. „Audiovizuální poezie nebo komerční salát obrazů?“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/audiovizualni-poezie-nebo-komercni-salat-obrazu/>>, čerpáno 13. května 2013. Naposledy navštíveno 6. března 2014.

CARROLL, Noël. „Definování pohyblivého obrazu.“ In.: *Illuminace*, roč. 13, 2001, č. 2 (X). Praha : Národní filmový archiv. s. 5–32

CORBETT, John. „Free, Single and Disengaged: Listening Pleasure and Popular Music Object. *October* , no. 54/1990 (Fall).

DANCE, Frank E. X. “The ‘Concept’ of Communication.” *Journal of Communication* 20 (1970). s. 201–10. Dostupné z WWW: <<http://kayecoronel.files.wordpress.com/2009/12/8607352-dance-the-concept-of-communication3.pdf>>, čerpáno 18. dubna 2012.

DRABKIN, William. [untitled] *Journal of the Royal Musical Association*. č. 2 (117) / 1992. Taylor & Francis, Ltd. str. 313–318. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/766320>>. Čerpáno 8. července 2010.

DUNSBY, Jonathan. „The Nattiez Phase“. *The Musical Quarterly*, č. 1 (69), zima 1983. s. 27–43. Oxford University Press. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741799>>. Čerpáno 8. července 2010.

EDWARDS, George. [untitled] *The Musical Quaterly*, č. 1 (76), jaro 1992. Oxford University Press. s. 114–121. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/741916>>. Čerpáno 8. července 2010.

ESCOBEDO, Monica M. Images of aggression and substance abuse in music videos: a content analysis. (Magisterská diplomová práce). San Jose State University, The Faculty of the School of Journalism and Mass Communications.

San Jose, 2009. 172 stran. Dostupné z WWW:
<http://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses/3654>.

FAHLENBRACH, Kathrin. „The emotional Design of Music Videos. Approaches to Audiovisual Metaphors.“ [on-line] Martin-Luther-Universität Halle, Germany. Dostupné z WWW: <<http://www.avila.edu/journal/kat1.pdf>>, čerpáno 25. května 2013.

FAHLENBRACH, Kathrin. Feeling sounds. Emotional aspects of music videos. In: Proceedings of the 8th Conference of the International Society of Literature and Media, August 2002, Pécs. Dostupné z WWW: <<http://www.arts.ualberta.ca/igel/IGEL2002/Fahlenbrach.pdf>>, čerpáno 18. března 2014.

GERSIC, Tom. „Come To Daddy. An analysis of the music video directed by Chris Cunningham.“ [on-line] www.gersic.com. Dostupné z WWW: <http://gersic.com/pdf/gersic_come-to-daddy.pdf>. Čerpáno 25. února 2014.

HALL, Stuart. Kódování a dekodování. In *Teorie vědy* 2005, roč. 27, č. 2. s. 41–59.

HATTEN, Robert S. [untitled] *Music Theory Spectrum*, 1 (14), jaro 1992. University of California Press. s. 88–98. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/746084>>. Čerpáno 8. července 2010.

JOHNSON-GRAU, Brenda. „Andrew Goodwin (1956–2013)“ *Popular Music and Society*. 2 (37) / 2014. s. 233–234.

JONES, Steve. „MTV: Medium was the Message.“ *Critical Studies in Media Communication*, 1(22), březen 2008. str. 83–88.

KAPLANOVÁ, Ann E. *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. Methuen, New York and London 1987.

LASKE, Otto. „Towards a Musicology for the Twentieth Century.“ *Perspectives of New Music*, XV/2 1977.

MEIXNEROVÁ, Marie. „Beckovy klipy: Manuál. Vizuální dělení hudebních videoklipů Becka Hansena.“ [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 45. číslo, červen 2011. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2011/beck/>>, naposledy navštíveno 6. března 2014.

MEIXNEROVÁ, Marie. „Ed Sullivan – kmotřička televizního rocku“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 21. prosince 2010. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2010/ed-sullivan-%E2%80%93-kmotricka-televizniho-rocku/>>, naposledy navštíveno 16. června 2013.

MEIXNEROVÁ, Marie. „Počátky hudební televize ve Velké Británii ... Je to Good! (Jack)“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. prosince 2010. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2010/pocatky-hudebni-televize-ve-velke-britanii-je-to-good-jack/>>, naposledy navštíveno 16. června 2013.

MICZNIK, Vera. [utitled] *Journal of the American Musicological Society*. č. 3 (45), podzim 1992. University of California Press. str. 526–535. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/831719>>. Čerpáno 8. července 2010.

MIDDLETON, Richard. *Studying Popular Music*. Open University Press, Buckingham 1990.

MOLLER, Daniel. „Redefining Music Video“. CMNS6040 – Major Written Assessment (Lecturer: Kristi Street). University of Newcastle. 24. Března 2011. Dostupné z WWW: <http://danmoller.com.au/wp-content/uploads/2011/03/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf>, čerpáno 19. března 2014.

MORSE, Margaret. „Post Synchronizing Rock Music and Television“. *Journal of Communication Inquiry*. 10 (1) / 1986. s. 15–28.

RYBACKI, Karyn Charles – RYBACKI, Donald Jay. “Cultural approaches to the rhetorical analysis of selected music videos.” [on-line] *Transcultural Music Rewiev*. www.sibetrans.com/trans/. nr. 4/1999. Dostupné z WWW: <<http://www.sibetrans.com/trans/trans4/rybacki.htm>>, čerpáno 16. května 2011.

STEFANI, Gino. „Melody: a popular perspective.“ *Popular Music*, 3/1 1987. s. 21–36.

STRAW, Will. „Music Video in its contexts: popular music and post-modernism in the 1980s“. *Popular Music* 7/3, říjen 1988. s. 247–266. Dostupné z WWW: <<http://strawresearch.mcgill.ca/straw/strawmusicvideo.pdf>>. Čerpáno 20. 2. 2014.

TAGG, Philip. „Musicology and the semiotics of popular music.“ [on-line] *Semiotica fm*, 15. 6. 2010. Původně publikováno v *Semiotica* 66-1/3, 1987, s. 279–298. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/articles/xpdfs/semiotica.pdf>>, čerpáno 13. května 2013.

TAGG, Phillip. „„Universal‘ Music and the ase of Death“. [on-line] Dostupné z WWW: <<http://www.tagg.org/articles/deathmus.html>>. Čerpáno 20. 2. 2014. On-line verze nečíslována.

TURINO, Thomas. „Signs of Imagination, Identity, and Experience: A Peircian Semiotic Theory for Music.“ *Ethnomusicology*, č. 2 (43), jaro–léto 1999. Universtiy of Illionois Press, 1999. str. 221–255. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/852734>>. Čerpáno 10. července 2010.

BJÖRNBERG, Alf. „Music Video and the Semiotics of Popular Music“. Studi e testi dal Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale (aati a cura di Rossanda Dalmonte e Mario Baroni). Università di Trento. 1992. s. 379–388. Dostupné z WWW: <<http://tagg.org/others/bjbgvideo.html>>. Čerpáno 5. 11. 2011. On-line verze nečíslována.

GOODWIN, Andrew. „Muzikologie obrazu“. *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 58–67.

NATTIEZ, J. J. „Reflections on the Development of Semiology in Music“. (v překladu Katherine Ellis) In.: *Music Analysis*, Vol. 8, No. ½ (březen–červenec) 1989. Blackwell Publishing. str. 21–75.

PEETERS, Heidi. „The Semiotics of Music Videos: It Must Be Written in the Stars.“ [on-line] *Image [&] Narrative. Online Magazine of the Visual Narrativ.*

Issue 8, May 2004. Dostupné z WWW:

<<http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidipeeters.htm>>.

Naposledy navštíveno 24. března 2014.

PEETERS, Heidi. „Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách“. [online] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. června 2011. Dostupné z WWW:

< <http://25fps.cz/2011/peeters/>>, naposledy navštíveno 24. března 2014.

SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost.

Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38.

SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost.

Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury II.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 68–86.

příloha: zohledňované diplomové práce

BALADA, Petr. Videoklip: proměna média. (Bakalářská diplomová práce)
Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Katedra mediálních studií
a žurnalistiky. Vedoucí práce: Mgr. David Kořínek. Brno 2010. 68 stran.

BAREŠ, Jan. Nahay. Hudební a video – praktická práce. (Bakalářská práce).
Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce: Mgr. David
Kořínek. Brno 2008. 33 stran. (praktická práce)

FABÍK, Jiří. Harvest Moon Garden. Hudební video – charakteristika současné
žánrové tvorby (praktická práce). (Bakalářská práce) Masarykova univerzita,
Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce: Mgr. David Kořínek. Brno 2009.

CHMELAROVÁ, Pavlína. Videoklipová tvorba Michela Gondryho. (Magisterská
diplomová práce.) Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta.
Katedra divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: Mgr. Jan
Křípač, Ph.D.. Olomouc 2010. 105 stran.

CHOCHOLOVÁ, Kateřina. Umělecké postupy v současném hudebním
videoklipu: Analýza a interpretace videoklipu „Santa Maria“ od hudební formace
Gotan Project /2003/. (Diplomová práce). Masarykova univerzita. Pedagogická
fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí práce: PaedDr. Josef Strubl. Brno
2007. 76 stran.

KUČEROVÁ, Vendula. „Proměny“ – Umělecký videoklip inspirovaný
animačními technikami. (Bakalářská práce). Západočeská univerzita v Plzni,
Fakulta pedagogická (Vizuální kultura se zaměřením na vzdělávání). Vedoucí
práce: PhDr. Jan Mašek, Ph.D. Plzeň 2011, 35 stran.

KŮS, Ondřej. Angažované umění: Případ hudebního videoklipu. (Magisterská
diplomová práce). Univerzita Palackého, Filozofická fakulta. Katedra
divadelních, filmových a mediálních studií. Vedoucí práce: Mgr. Jakub Korda.
Olomouc 2010, 99 stran.

LOŠŤÁK, Martin. Inside. Hudební video: charakteristika žánru a praktický výstup. (Bakalářská práce). Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce: Mgr. David Kořínek. Brno 2007. 63 stran.

MALÁ, Ilona. Hudební videoklip pro současnou hudební kapelu. (Bakalářská práce). Západočeská univerzita v Plzni, Ústav umění a designu (Studijní program Design, Studijní obor Multimediální design, specializace Multimedia). Vedoucí práce: doc. MgA. Irena Jůzová. Plzeň 2012, 41 stran.

MARUŠKA, Michal. Videoklip jako specifická forma výtvarného projevu. (Diplomová práce). Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta. Katedra výtvarné výchovy. Vedoucí práce: Mgr. Petr Kamenický. Brno 2007. 70 stran.

MIČIANOVÁ, Simona. Vizuální styl hudebních videoklipů Michela Gondryho. Bakalářská diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Ústav hudební vědy (Teorie interaktivních médií). Vedoucí práce: Mgr. Zuzana Kobíková. Brno 2010. 66 stran.

PALÁK, Viktor. České metalový videoklip po roce 2002. (Magisterská diplomová práce). Masarykova universita, Filozofická fakulta. Ústav filmu a audiovizuální kultury. Vedoucí práce: Mgr. Petr Szczepanik, Ph.D. Brno 2007. 91 stran.

PALÁK, Viktor. Na cestě od televizní písničky k videoklipu jako marketingovému nástroji. Formát videoklipu v Československu v letech 1954-1989. Vedoucí disertační práce: doc. Petr Szczepanik, PhD. Ústav filmu a audiovizuální kultury FF MU, 1. rok řešení (tehdy)

SOUČEK, Ondřej. Stolen lives – Je čas zemřít. Hudební video – charakteristika žánru a praktický výstup. (Bakalářská práce). Masarykova univerzita v Brně. Fakulta sociálních studií. Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce: Mgr. David Kořínek. Brno 2009. 41 stran.

STEINOCEROVÁ, Lenka. Videoklip jako fenomén MTV: umění či komerce? (Bakalářská diplomová práce) Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Ústav

hudební vědy (Teorie interaktivních médií). Vedoucí práce: Mgr. Martin Flašar, Ph.D. Brno 2011. 55 stran.

ŠAŠEK, Filip. Současný videoklip a jeho výrazové prostředky. Charakteristika žánru a praktický přístup. (Bakalářská diplomová práce). Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce: Mgr. Jakub Macek. Brno 2009. 59 stran.

TRLIČÍKOVÁ, Michaela. Kritická analýza Madonniných videoklipů z hlediska genderu, sexuality a vizuality. (Bakalářská diplomová práce) Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Vedoucí práce: Mgr. Petra Štogrová Jedličková, Ph.D. Praha 2006.

UHŘÍK, Jan. Počátky hudebního klipu v Čechách v období 50.-60. let 20. století. (diplomová práce). Ústav hudební vědy, Filozofická fakulta Masarykovy University v Brně. Vedoucí práce: PhDr. Martin Flašar, Ph.D. 2012.

VENGLÁŘ, Jakub. Možnosti videoklipu jako vizuální adaptace – praktická práce. (Bakalářská diplomová práce). Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce: MgA. Jan Motal. Brno 2010. 68 stran.

ZÁHORA, Zdeněk. AMV jako videoklip a jeho vymezení. (Bakalářská diplomová práce). Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Ústav hudební vědy (Teorie interaktivních médií). Vedoucí práce: Mgr. Jakub Macek. Brno 2009. 39 stran.

ZALABÁKOVÁ, Karolína. Narativní prvky ve videoklipu. (Diplomová práce). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací. Zlín 2009. 63 stran

ŽALMANOVÁ, Lenka. Audioviza a hudba – Tvorba videoklipů vycházející z autorské hudby. (Bakalářská práce). Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta pedagogická. Vizuální kultura se zaměřením na vzdělávání. Vedoucí práce: PhDr. Jan Mašek, Ph.D. Plzeň 2011. 46 stran.

ŽILOVÁ, Jana. Špecifičnosť estetickej percepcie videoklipu. Postupová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2004. Vedoucí práce: Doc. Vlastimil Zuska. 62 stran.

Dokumentační centrum Katedry filmových, divadelních a mediálních studií
Univerzity Palackého (pracoviště)

Informační systém Masarykovy Univerzity. (webové stránky) is.muni.cz

Repozitář závěrečných prací Univerzity Karlovy. (webové stránky) is.cuni.cz

Vysokoškolské kvalifikační práce. (webové stránky) Theses.cz. <https://theses.cz>

ⁱ Pro historii hudebního videoklipu viz např. SZCZEPANIK, Petr. „Videoklip. Proměna diváka a elektronická tělesnost. Pragmatický obrat v teorii filmu a populární kultury I.“ *Biograph. Magazín pro film a nová média*, č. 5 1998. s. 20–38. Přehledové podkapitola „Dějiny hudební televize a videoklipu do roku 1991“, s. 36–38.

Szczepanik při sestavování svého přehledu čerpá z řady do té doby dostupných zásadních, ale i populárních prací věnovaných hudebnímu videoklipu, televizi a filmu, především však rozšiřuje kapitolu *Music Television Time Line* Andrewa Goodwina, již publikoval ve své velmi vlivné knize *Dancing in the Distraction Factory* (Goodwin, *Dancing in the Distraction Factory*, cit. d., s. 189–198.)

Zde jen krátce shrňme, že první předchůdci hudebního videoklipu bývají obvykle identifikováni v dispozitivu filmu – jde zejména o abstraktní filmy **Oskara Fischingera** vznikající v Německu 20. let, zmiňovány jsou také práce **René Claira** (*Mezihra*, 1924), **Fernanda Legéra** (*Mechanický balet*, 1924), **Hanse Richtera** nebo **Waltera Ruttmana**, upozorňováno je na fenomén synestézie a barevné hudby a v souvislosti s ním vzpomínáno jméno skladatele **Alexandra**

Scerabina/Skrjabina. (Někteří badatelé sahají ve svých úvahách o pre-videoklipech až k vizualizacím hudby ve starověké Číně (srov. BALADA, Petr. Videoklip: proměna média. (Bakalářská diplomová práce) Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce: Mgr. David Kořínek. Brno 2010. 68 stran.)

Genealogie dále sahá přes tzv. *soundies*, krátké filmy produkované pro vizuální jukeboxy americké firmy Panorama, na kterých zaznamenaná kapela hrála „jakoby naživo“ danou píseň, které vznikaly v rozmezí let 1940–1946. (Podobným vizuálním hudebním automatem byl později francouzský Scopitone, který, stejně jako jeho další verze, Cinebox (Itálie) či Color-Sonic (USA), vymizel na konci 60. let.)

V 60. letech je pak spatřována vývojová kontinuita v britských hudebních filmech typu *Perný den* (r. Richard Lester, 1964), krátkých promo filmech k písním The Beatles, určeným převážně pro zahraniční televizní vysílání (především USA): *Strawberry Fields Forever*, *Penny Lane* (1967) a v televizním formátu hudebních pořadů, který v té době proliferoval zejména ve Velké Británii a v USA. (Tyto pořady byly poněkud odlišné od toho, co si pod označením „hudební pořad“ představíme dnes – tj. pořady typu „Eso“, „Medúza“ ad., tedy pořady sestávající z moderovaného výběru hudebních videoklipů. Pro rané hudební pořady se proto v anglických textech někdy užívá místo „music television“ označení „music variety show“ – tedy hudební

varieté (kategorie populárně-zábavného pořadu. Ve Velké Británii byl jako první uveden pořad *Six-Five Special* (či *6.5 Special*) (BBC, 1957–1958), následoval *Oh Boy!* (ITV, 1958–1959), jehož několik epizod bylo odvysíláno také americkou stanicí ABC, *Boy Meets Girls* (ITV, 1959–1960) či *Wham!* (1960). Mezi další zásadní hudební pořady patřil *Drumbeat* (BBC, 1959), *Ready Steady Go!* (ITV, 1963–1966) a hitparády *Thank Your Lucky Stars* (ITV, 1961–1966), *Juke Box Jury* (BBC, 1959–1990), a téměř do dnešních dní vysílaný *Top Of The Pops* (BBC 1964–2006). V Americe šlo pak především variety shows *Shindig!* (ABC, 1964–1966), *Hullabaloo* (NBC, 1965–1966), *Show Eda Sullivan* (CBS, 1948–1971), *The Music Scene* (ABC, 1969 – 1970) ad. Tento formát zde v 70. letech pomalu z televizních obrazovek ustoupil, aby jej posléze nahradila MTV a hudební videoklip. (Více viz např. AUSTEN, Jake. *TV a-go-go. Rock on TV from American Bandstand to American Idol*. Chicago Review Press, Incorporated. Chicago, 2005.; MEIXNEROVÁ, Marie. „Ed Sullivan – kmotřička televizního rocku“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 21. prosince 2010. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2010/ed-sullivan-%E2%80%93-kmotricka-televizniho-rocku/>>, naposledy navštíveno 16. června 2013.; Více viz MEIXNEROVÁ, Marie. „Počátky hudební televize ve Velké Británii ::/\:: Je to Good! (Jack)“. [on-line] *Filmový časopis 25fps*, www.25fps.cz. 25. prosince 2010. Dostupné z WWW: <<http://25fps.cz/2010/pocatky-hudebni-televize-ve-velke-britanii-je-to-good-jack/>>, naposledy navštíveno 16. června 2013.)

Jako první skutečné hudební videoklipy, které nejsou jen záznamem realizace skladby před kamerou (často se zapojením playbacku; technika lyp-sync je typická právě pro hudební pořady, které *hv* chronologicky přímo předcházely), jsou identifikovány narativní klipy z konce 60. let. Namátkou jmenujme např. ty k písním *Happy Jack* od The Who (r. Michael Lindsay-Hogg, 1966), *Dead End Street* od The Kinks (1966), *We Can Work It Out a Paperback Writer* (r. Michael Lindsay-Hogg, 1966) od Beatles *Child of the Moon* britské skupiny Rolling Stones (r. Michael Lindsay-Hogg, 1968) a další.

Nepodařilo se mi bohužel s jistotou potvrdit, zda byly tyto rané narativní videoklipy snímány ještě na filmový materiál, nebo, na rozdíl od „předchůdců“ videoklipu, do nichž bývají počítány např. abstraktní filmy Němce Oskara Fischingera z 20. let 20. století, již na videopásku (která se v té době v televizi rozšiřuje, stále však znamená podstatně nižší kvalitu obrazu, vysokou nákladnost a jisté technické nepohodlí). (V literatuře je k nim pak střídavě referováno jako ke krátkým promo filmům, promo videím, filmovým klipům nebo hudebním videoklipům nebo hudebním videím.) Ať tak či tak, recipovány byly rozhodně jako obrazy elektronické – vysílány totiž byly prostřednictvím televizního média. (Blíže k technické specifikaci elektronického přenosu analogového záznamu na filmovém pásu a přechodu televize na videopásku jako záznamové médium viz např. ŠTOLL, Martin. 1. 5. 1953. Zahájení televizního vysílání. Zrození televizního národa. Havran, Praha 2011.; CASEY, Bernadette (eds.): *Television Studies Key Concepts* (2nd edition). Routledge 2008. hesla „Video“, s. 182–184 a „Music Video“, s. 99–184.) Zajímavostí je, že otevřená encyklopedie *Wikipedie* uvádí v hesle věnovaném hudebnímu videoklipu jako vůbec první klip *Dáme si do bytu* z roku 1958. (Čerpá zde přitom ze stránek České televize: "History of Czechoslovak music clips before 1989". ceskatelevize.cz). Viz *Wikipedie* http://en.wikipedia.org/wiki/Music_video