

## SOUČASNÝ CINEFIL

*Filmové sběratelství v éře po videu*

Barbara Klingerová

*Připusíme, že naše každodenní předměty jsou ve skutečnosti objektem touhy – touhy po soukromém vlastnictví, emocionálním vkladu, jenž by se rovnal intenzitě vkladu do tužeb „lidských“. Každodenní touha po soukromém vlastnictví vsutku bývá často silnější než všechny ostatní touhy a někdy dokonce zcela převládá, když ostatní touhy chybějí.*

Jean Baudrillard<sup>1)</sup>

Od sedmdesátých let vyvolává pojem „cinefil“ u filmových badatelů velmi konkrétní významy a asociace. Christian Metz a další stoupenci psychoanalytických teorií charakterizovali cinefila jako extrémní, ale logickou extenzi pravidelného návštěvníka kina, který miluje film s „vášni pro dívání se“, neoddělitelně spjatou s „divadlem stínů“ v kinosále a s technologií, která jej umožňuje (tj. kamerou, projektorem a plátnem). Filmový nadšenec, „okouzlený tím, co stroj dokáže“, v důsledku nevstupuje do kinosálu jen kvůli určitému filmu, ale také aby se oddal náruživé, fetišistické rozkoši ze samotných podmínek dívání se. Cinefil si tak živě uvědomuje schopnost kinematografického aparátu hypnotizovat diváky prostřednictvím tmy sálu, jasně osvětleného plátna a dalších podmínek, které utvářejí fascinující podstatu filmu a pole jeho vizuálních kouzel.

S ohledem na tuto charakterizaci není divu, že badatelé následně považovali cinefilii za zkušenost bytostně a výlučně spjatou s velkým plátnem a naprosto neodmyslitelnou od promítání celuloidu ve veřejném prostoru kina. Jak se k případu filmů uváděných v televizi vyjádřil Roland Barthes, rozkoš z filmu jednoznačně pramení z toho, že jsme

ponořeni ve tmě kinosálu [...]. Představme si [...] opačný případ, zkušenost televize, která rovněž ukazuje filmy: nic, žádná fascinace; tma je rozptýlena, anonymita potlačena, prostor důvěrně známý, uspořádaný (nábytkem a známými předměty), zkrocený [...].<sup>2)</sup>

1) Jean Baudrillard, *The System of Objects*. London – New York: Verso 1996, s. 85; Orig.: *Le Système des objets*. Paris: Gallimard 1978.

2) Viz Christian Metz, *Imaginární signifikant. Psychoanalýza a film*. Praha: Český filmový ústav 1990; a Roland Barthes, *Upon Leaving the Movie Theater*. In: Theresa Hak Kyung Cha (ed.), *Cinematographic Apparatus: Selected Writings*. New York: Tanam Press 1980, s. 2.; viz též Při vycházení z kina. *Cinepur* 2002, č. 20, s. 51.

Televize se svým domácím prostředím představuje pravý opak kina jakožto místa pro předvádění filmů, je typickým příkladem „zániku“ filmového vytržení, způsobeného tím, že sledování filmu bylo vyjmuté z jeho pravého kontextu. V pustině afektu, kterou se vyznačuje domov a jeho zkrocený, soukromý prostor zábavy, je jakékoli oddávání se cinefilii nepředstavitelné.

Tvrzení o ochuzení filmu jeho uváděním mimo kino byly vždy problematické, ovšem vývoj, který v současné době ve Spojených státech probíhá ve sféře domácího předvádění filmů, nabízí obzvlášť zajímavé zpochybnění takovýchto zakořeněných domněnek. Již od nástupu televize funguje tato sféra díky inovacím zábavních technologií jako hlavní ohnisko sledování filmů. Videorevoluce způsobila, že filmy sleduje více diváků doma nežli v kinech.<sup>3)</sup> Rozvoj kabelových filmových kanálů, domácího kina, laserdisků, satelitních systémů přenosu, stejně jako další důležité vývojové změny na poli domácí zábavy dále zdůrazňují a nově definují význam televizoru jakožto hlavního místa pro sledování filmů.

Tyto technologie současně napomohly dramatické proměně filmového diváctví. Podnítily mimo jiné vznik nových filmových kultur v domácnostech, kultur utvářených jak institucionálními praktikami, tak rituály domácího prostoru. Takovéto kultury, jak uvidíme, by nás měly vést k přehodnocení obrazu „domestikovaného“ diváka jakožto připraveného o diváckou slast. Třebaže dynamika „domáckého“ sledování filmů možná nekopíruje psychické parametry diváctví v kinech, domácí filmové kultury jednoznačně dokazují, že vášeň pro film není v rámci domácího prostoru ničím nezvyklým. Dále tyto kultury ukazují, že domov je vybaven a uzpůsoben k tomu, aby v něm mohl vznikat nový druh znalectví a silného diváckého zaujetí.

Všudypřítomnost nových technologií v domácnostech napomáhá vzniku nejrůznějších typů vášnivého diváka. Jedním z nejzapálenějších je divák, který sbírá filmy na videu, laserdiscích a v jiných formátech, aby si vytvořil mediální knihovnu. Sběratelé, usazení před svými televizory, představují sbor vášnivých milovníků filmu. Podobně jako Metzův cinefil jsou „okouzleni tím, co stroj dokáže“, tedy fascinováni stroji reprodukce, které přinášejí filmovou iluzi. Láskyplný vztah dnešního filmového sběratele k těmto strojům vypovídá o rozšíření cinefilie, která nyní zahrnuje i „zakázané“ oblasti televize a medializovaného domova. Domestikace filmu cinefilii nezničila; spíše se podmínky, kterými se cinefilie napájela, přemístily a transformovaly v rámci složitých interakcí mezi komoditní kulturou a soukromou sférou.

Dnešní filmový sběratel zjevně představuje domácí verzi cinefila, která ztělesňuje významné vlivy nové technologie na podobu domácí konzumpce filmů. Průzkum tohoto fenoménu sběratelství nám v důsledku pomáhá mapovat osud filmu jakožto soukromého vlastnictví. Co se děje s filmem, když se stane majetkem diváka a ocitne se v rámci systémů hodnot a afektů příznačných pro domov (rodinné vztahy atd.),<sup>4)</sup> ale též pro

3) Jak uvádí J. Wasko, obchod s půjčováním či nákupem videokazet převýšil s rokem 1990 tržby z kina o téměř 10 miliard dolarů. Janet Wasko, *Hollywood in the Information Age*. Austin, TX: University of Texas Press 1994, s. 114.

4) Pro analýzu vlivu rodinných vztahů a genderu na domácí sledování viz Valerie Walkerdine, *Video Replays: Families, Films, and Fantasy*. In: Victor Burgin et al. (eds.), *Formations of Fantasy*. London: Routledge 1989, s. 167–99; a Ann Gray, *Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press 1991, s. 81.

technokulturu, která je příčinou toho, že filmy v domácnostech zaujímají stále významnější místo? I když mediální průmysl tuto sběratelskou aktivitu neřídí, hraje významnou roli v tom, že podporuje její rozmach jakožto běžné praxe a nijak neobvyklé podoby vztahu diváka k filmu. Tento průmysl společně s dalšími společenskými silami dramaticky ovlivnil vnímání „sběratelských“ filmů v domácnostech.

Než se zaměříme na to, jaké konkrétní důsledky má současné filmové sběratelství pro domácí recepci filmů, bude třeba odpovědět na dvě předběžné otázky. Jak se ve Spojených státech stala ze sběratelství tak nedílná součást divácké mediální krajiny? Jak tento konfíček, tradičně vnímaný jako něco osobního a idiosynkratického, zasadit do širšího kulturního rámce?

### Proč si půjčovat, když můžete vlastnit?

Od sedmdesátých let, kdy se rozšířily videorekordéry, dochází vlivem videokazet a dalších náhradní forem kinematografie, především laserdisků a digitálních videodisků (DVD), k dramatické proměně vztahu diváka k filmu. Tato média poprvé učinila z filmu dosažitelnou komoditu. Diváci mohou nyní vlastnit a ovládat to, co bylo kdysi bytostně nepřístupným médiem, jež se vznášelo v dálce na stříbrném plátně a jehož pomíjivou podobu určoval konec jeho distribučního oběhu. Mohou si, jak poznamenává Timothy Corrigan, „filmy osvojovat“, čímž bezprostředně proměňují veřejné objekty v součást domácího inventáře, podléhající zájmům a rituálům domácího prostoru.<sup>5)</sup> Film lze dnes zavřít do krabičky, umístit na policičku, zapomenout na stolku či shodit na zem. Diváci mohou obrazy ve videorekordéru zastavovat, přetáčet dopředu, nazpět nebo namotat; mohou také přehrávač laserdisků naprogramovat tak, že přehrává pouze požadované scény. Filmy mohou být v těchto alternativních formách sledovány opakovaně dle rozměrů diváka a získávají nesmazatelné místo v každodenních rutinách. Toto dříve fyzicky vzdálené, pomíjivé a veřejné médium tak získalo pevnost a polotrvalý status domácího objektu, bezprostředně a bez ustání vystaveného manipulaci v soukromé sféře.

Současně se film stává nebyvale dostupným. Filmy jsou mimo kino uváděny v televizních sítích, v programech kabelových, placených i satelitních stanic a na internetu. Objevují se na takových veřejných místech, jako jsou obchodní domy, letadla či školní učebny. Lze si je rovněž půjčit nebo koupit v různých formátech od videa až k CD-ROMu. Široká nabídka multiplexů a jiných formátů veřejného uvádění diváky zdaleka nezahltala; všudypřítomnost filmu naopak posloužila tomu, že se rozšířily obzory veřejných a soukromých filmových kultur. Z filmu se stala nejen běžná součást volnočasových aktivit, ale i nedílná složka každodenního života. Jak ve svém článku „Land of the Cineplex, Home of the Cassette“ poznamenává zpravodaj *New York Times*, „Američané filmy sledují, jak jen se dá [...] sledování filmů se stalo jakýmsi národním konfíčkem“. Ba co víc, v rámci této záliby se projevuje výrazný trend raději si videokazety kupovat, než si je jen půjčovat: konzumenti nechtějí filmy pouze sledovat, chtějí si je koupit, vzít domů a vidět

5) Timothy Corrigan, *A Cinema Without Walls: Movies and Culture After Vietnam*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press 1991, s. 81.

opakovaně.<sup>6)</sup> Dostupnost levnějšího vybavení pro domácí zábavu a nižší prodejní ceny filmů na videokazetách a laserdiscích tento trend nakupování filmů ještě posilují.<sup>7)</sup> Mediální průmysly navíc při svém úspěšném obchodování s filmy těží z všeobecného přesvědčení středních tříd o nadřazenosti vlastnictví. Jak to vyjadřuje reklama, propagující vydání filmu STAR TREK: PRVNÍ KONTAKT (1996) na videokazetě za cenu \$14.95: „Proč si vesmír půjčovat, když jej můžete vlastnit?“<sup>8)</sup> Vyšší podíl legitimního nákupu filmu se tak jako další významný způsob vlastnění přidává k již existujícím a často pochybnějším praktickým nahrávání filmů z televize nebo jejich kopírování z nahraných kazet.

Současný sběratel filmů již není excentrický samotář, žijící v kopcích Hollywoodu obklopen stovkami kopií, nebo akademik, který si promítá filmy na 16mm promítačce ve sklepech. Filmové sběratelství se dramaticky demokratizovalo dostupností filmu na místech, která jsou pro konzumenta přístupnější a zároveň méně nákladná než celuloid. Diváci sbírají filmy na videokazetách a laserdiscích, přičemž na trh začíná vstupovat i DVD.<sup>9)</sup> Mediální průmysl podporuje rozvoj filmového sběratelství v nikdy nekončícím úsilí získat nové trhy pro své produkty. Filmové společnosti, elektronické společnosti specializované na prodej domácích kin, laserdisků a videokazet i další podniky explicitně oslovují sběratele jako publikum tvořící specifický tržní segment (*niche audience*).<sup>10)</sup>

6) Peter M. Nichols, Land of the Cineplex, Home of the Cassette, *New York Times* 13. 7. 1997: sekce 2, 1. Nichols také uvádí, že „konzumenti chtějí stále více kupovat a ne si jen půjčovat ty nejpůvodnější filmy [...], které pak mohou sledovat vícekrát“ (22). Již dříve Nichols zaznamenal, že „diváci videa sbírají více filmů na kazetách“ a tento vývoj připisoval skutečnosti, že „se stále více videokazet nabízí v původních širokoúhlých verzích“ (P. M. Nichols, Home Video, *New York Times* 11. 10. 1996, s. B17). Trend kupovat filmy tedy neproměnil pouze to, jak diváci díky možnosti opakovaného přehrávání sledují filmy, ale ovlivnil též dodavatele. Ti nyní nabízejí více filmů v širokoúhlých či „letterbox“ formátech, aby uspokojili sběratele se zájmem o nákup titulu, jenž by se co nejvíce blížil formátu pro uvádění v kinech.

7) O rozvoji trhu s prodejem filmů na videokazetách viz J. Wasko, *Hollywood in the Information Age*, s. 135–136.

8) Reklama, *Entertainment Weekly* 7. 11. 1997, s. 17.

9) Do roku 1996 se ve Spojených státech konzumentům prodaly zhruba dva miliony laserdiskových přehrávačů. Lawrence B. Johnson, While Digital Video Dithers, Laser Disk Just Gets Better, *New York Times* 10. 11. 1996, s. 22. Přibližně od téhož okamžiku, kdy byl dopsán přítomný esej, se laserdisky ve Spojených státech začaly vytrácet a do popředí nastupuje DVD. V roce 2000 existuje v amerických domácnostech přibližně 10 milionů DVD přehrávačů. I když se technologie mění, mé postřehy ohledně jejich hodnocení zůstávají stejné i ve vztahu k tomuto novému médiu. Pokud DVD něco změnilo, pak je to posílení hardwarové estetiky, a také to, že běžné disky jsou doplňovány o informace ze sběratelských vydání, čímž posilují existenci „tajného vědění“, díky němuž si divák připadá jako znalec.

10) Napříč mediálním průmyslem lze pozorovat řadu dalších znaků tohoto sběratelského trendu. V typické reklamě z časopisu o domácích kinech stojí: „Pro náročného filmového fanouška. Při nákupu tří laserdisků zaplatíte za každý 1.00 \$ [...] Nabízí se vám skvělá příležitost, jak si vytvořit sbírku svých oblíbených filmů – na laserdisku.“ (*Video Magazine*, červenec 1995, s. 25). Prodejna Dave's Video, the Laser Place pobízí své zákazníky k vytvoření „svého vlastního filmového archivu“. Společnost The Criterion Collection svou kolekci pro rok 1997 propaguje slovy: „Základní kámen každé filmové sbírky tvoří dílo několika velkých filmařů.“ A dodává, že jejich nabídka „populárních oblíbených, ztracených pokladů a přelomových filmů z celého světa se nejvíce ze všeho blíží k dokonalé přehrávačce plné filmů“. Společnosti vydávající filmovou „klasiku“ svým potenciálním zákazníkům běžně připomínají, jakou hodnotu mají tyto klasiky pro filmovou sbírku. Kupříkladu novým vydáním „dlouho očekávaných filmů produkční společnosti Hammer Film na laserdisku se zaplní mezera ve všech laserdiskových

Příznakem honby mediálního průmyslu za specializovaným publikem je to, že běžně propaguje domácí kino, formát předvádění slibující přesnou nápodobu zkušenosti kina, jako systém pro „náročného“ filmového diváka.<sup>11)</sup> V podobném duchu se na filmového nadšence obrací široce dostupné časopisy o audiovizuální technice jako *Home Theater*, *Wide-screen Review* a *Video Magazine*. Bezprostřednějším projevem tohoto přístupu je prodej filmů jako sběratelských objektů (*collectables*).<sup>12)</sup> Typická reklama čtenáře vybízí k tomu, aby si „zkrášlil svůj večer“ zakoupením titulů KLUB ODLOŽENÝCH ŽEN (1996), BEZMOCNÁ (1995), SABRINA (1995), ŠPIONKA HARRIET (1996) nebo VEČERNICE (1997) jakožto „dokonalých přírůstků do vaší domácí videotéky“. Různé společnosti často propagují jako sběratelské objekty současné filmy, ale rozšířená je též reklama na staré filmy, nově vydávané na videokazetách, laserdiscích či DVD. Těmito „klasikami“ jsou filmy, které by měl náročný sběratel zařadit do svého archivu (např. reklamní kampaň z roku 1997 na trilogii KMOTRA /1972; 1974; 1990/, vydanou k 25. výročí na videu, oslavuje tyto filmy jako „tři veledíla, patřící do každé videosbírký“).<sup>13)</sup>

Existují ještě ctištější výzvy adresované tomuto publiku ve formě znovu vydávaných filmů označovaných jako „zvláštní sběratelská vydání“ (*special collector's editions*). Zvláštní sběratelská vydání, která poprvé představila společnost The Criterion Collection v roce 1984, reprodukuje filmy pokud možno v jejich původních širokoúhlých formátech (jsou-li k dispozici) a nabízejí doprovodný materiál ze zákulisí, věnující se různým etapám produkce. Dříve byly dostupné pouze na laserdiscích, dnes se ale zvláštní sběratelská vydání prodávají i na videu. Například po znovuuvedení VERTIGA (1958) na velkém plátně v roce 1996 rychle následovala sběratelská vydání na laserdisku a na videokazetách. Tyto videoedice signalizují rozrůstání specializovaného trhu mimo okruh vlastníků laserdiskových přehrávačů směrem k širší divácké veřejnosti.

Filmoví sběratelé sice představují specializované publikum, tvoří ale jednotnou a homogenní komunitu. Sběratelskou aktivitu provozuje řada různých druhů diváků, od těch, kteří si koupí jen několik svých oblíbených filmů, až k vášnivým nadšencům, kteří tituly systematicky shánějí a budují z nich rozsáhlou videotéku. Mediální průmysl navíc oslovuje stejnou měrou muže, ženy i rodiny. Jak naznačují křivky prodeje videokazet, rodiny pravidelně kupují tituly pro své děti a vnuky. Týdeník *Entertainment Weekly* například v prosinci 1997 uvedl, že mezi deseti nejprodávanějšími videokazetami za poslední týden

videotékách“ (Mel Neuhaus, Hammer Hits Home, *Home Theater* 4. 7. 1997, s. 106–112). Tyto reklamy jen dále dokládají přesvědčení mediálního průmyslu o tom, že sběratelé nyní představují oficiální část mainstreamové mediální kultury.

11) Jak uvidíme, existuje jednoznačné spojení mezi sběrateli, laserdisky a technologií domácího kina. Lawrence B. Johnson říká, že sběratelé na způsob puristů často „chtějí ve svých systémech domácích kin s velkoplošnými televizory a hi-fi zvukem přesnou nápodobu zkušenosti kina“, viz While Video Dithers, Laser Disk Just Gets Better, s. 22.

12) O tom, že sběratelství ve Spojených státech představuje stále zřetelnější část filmové kultury, svědčí i existence nezávislých, neprůmyslových konzumentských průvodců pro filmové sběratele, počínaje platformami pro poštovních objednávků (jako např. *The Laser Disc Newsletter*, redigovaný Douglasem Pratem a vydávaný v East Rockaway, New York) a konče internetem (jako např. diskusní internetová stránka: alt.laserdisc.video).

13) Reklama, *Entertainment Weekly* 31. 10. 1997, s. 21.

14) Tamtéž, 5. 12. 1997, s. 7.



bylo šest dětských.<sup>15)</sup> I když se sběratelský svět vyznačuje výraznou přítomností mužů, aktivita se neomezuje na mužské konzumenty. Jak napovídá reklama „Zkrášlete si svůj večer“ svým výčtem filmů zaměřených na ženskou publiku (na pozadí, které tvoří šaty, šperky a růže), průmysl vidí sběratele i v ženách. Existují rovněž „nároční“ (*high-end*) a „nenároční“ (*low-end*) sběratelé. Nároční si pořizují nákladné vybavení a zaměřují se na nákup laserdisků či kvalitních videokazet. Nenáročné typy si libují v obskurních a někdy brakových titulech, které mohou být dvě i více generací vzdálené od svých původních video verzí (dostupné kupříkladu u prodejců typu Mondo Movies či Something Weird Video).<sup>16)</sup>

Každý z těchto typů diváků by vyžadoval hlubší prozkoumání, neboť tvoří významné součásti fenoménu filmového sběratelství v postvideografické éře. Zde se ale za účelem zmapování těch nejzřetelnějších spojení mezi filmem, novými technologiemi a domácím předváděním zaměřím jen na typ zapálených náročných sběratelů, odhodlaných vybudovat si filmový archiv v rámci luxusního zábavního prostředí. Tato skupina kromě svého zaujetí pro film věnuje zvláštní pozornost vývoji nových technologií, které v domácím prostředí napodobují podmínky kina. Na předním místě mezi těmito novinkami stojí domácí kino, ohnisko zábavy, jež slibuje zdokonalenou obrazovou a zvukovou reprodukci prostřednictvím velkoplošných televizorů, A/V přijímačů k přenášení audio i video signálů, digitálního prostorového ozvučení Dolby (a dalších možností vícekanálového zvuku) a prvotřídních přehrávacích systémů, jako jsou hi-fi videorekordéry a laserdiskové přehrávače. Filmový sběratel jako přímý dědicové takzvané digitální revoluce tvoří podstatnou část technicky vysoce vyspělé („high-tech“) filmové kultury, která se zrodila během posledních několika let. Touha po filmu je pro tuto skupinu sběratelů neodmyslitelně spjata s touhou po nejnovější a nejlepší technologii.

Mediální průmysl k tomuto typu sběratele často odkazuje jako k určitému druhu „fila“ – audiofila, cinefila, videofila, laserfila. Tito „filové“ se těší pověsti náročných diváků a mediálních expertů, projevujících zánětlivý zájem o kvalitu zvuku a obrazu, jež může uspokojit jen koupě těch nejsostifikovanějších elektronických systémů. Vášeň pro film se pojí s vášní pro hardware a úzce tak sblížuje cinefilii s technofilií. Jak uvidíme dále, filmový sběratel často debatuje o otázkách, jež mají více společného s technologií než s ostatními aspekty filmu, jako např. které filmy mají ve svých nově vydaných laserdiskových verzích nejlepší digitální přepis. Obvykle se za takovéto hardwarové „fily“ považují převážně muži (např. pubertální mladík, který ví, jak si vybrat stereo soustavu na základě nejlepších dostupných basových a výškových reproduktorů nebo kde sehnat

15) Deseti nejprodávanějšími videokazetami v týdnu do 26. 10. 1997 byly: BATMAN A ROBIN, NOVÁ KNIHA DŽUNGLE, LHÁŘ, LHÁŘ, ŠÍPKOVÁ RŮŽENKA, STAR WARS TRILOGY: SPECIAL EDITION, AMERICKÁ DIVOČINA, IT'S THE GREAT PUMPKIN, CHARLIE BROWN, CASPER: A SPIRITED BEGINNING, VABANK a HALLOWEEN: SPECIAL EDITION. *Entertainment Weekly* 7. 11. 1997, s. 93; statistika, jež je základem této zprávy, pochází z *Video Business* 26. 10. 1997. Robert Allen analyzoval význam rodinně zaměřených nákupů filmů pro dnešních filmových obchodů in: Robert Allen, *Home Alone Together: Hollywood and the „Family Film“*. In: Melvyn Stokes – Richard Maltby (eds.), *Identifying Hollywood Audiences: Cultural Identity and the Movies*. London: BFI 1999, s. 109–131.

16) Pro esej upozorňující na existenci „nenáročných“ publik viz Jeffrey Sconce, „Trashing“ the Academy: Taste, Excess, and the Emerging Politics of Cinematic Style. *Screen* 36, 1995 (zima), s. 371–393.

unikátní dováženou verzí určité nahrávky).<sup>17)</sup> Zdá se, že mezi přívrženci tohoto typu filmového sběratelství, které má podstatný technologický rozměr, převládají muži, a vzhledem k různosti publik, nakupujících filmy v alternativních formátech a používajících doma nové zábavní technologie, bychom takovéto generalizace měli vyslovovat je jako provizorní hypotézy.

Zanícenost „fila“, ať je to muž, nebo žena, se nepochybně vyznačuje individuálními rozměry a posedlostmi. Je ale také nedílně spjata s praktikami a ideologiemi řady sociálních kontextů.

### Vybalování filmové knihovny

Esej Waltera Benjamina *Ich packe meine Bibliothek aus. Eine Rede über das Sammeln* elegantně pojednává o soukromých slastech sběratelství. Benjamin ve své úvaze o vlastní posedlosti sbíráním knih přiznává, že rozšiřování knihovny pramálo souvisí s opravdovým čtením zakoupených textů. Jak píše, „největším kouzlem pro sběratele je uzamkat jednotlivé položky do magického kruhu, v němž jsou znehybněny, když jimi prochází to nejvyšší vzrušení, vzrušení z akvizice“. Vlastnictví, „ten nejintimnější vztah, který může člověk k předmětům mít“, umožňuje rozvoj silně osobního poměru mezi sběratelem a jeho sbírkou. Knihy „neožívají“ ve sběrateli, jak bychom mohli čekat, nýbrž je to on, kdo „žije v nich“. Kniha vyvolává vzpomínky na svou vlastní minulost, ve škále od doby a místa vzniku až po její dřívější vlastníky. Evokuje též vzpomínky na situaci, ve které knihu sběratel zakoupil – čas, město, obchod. Vlastnictví knihy v důsledku vytváří velké množství vzpomínek, v němž se mísí osobní autobiografie s historií knihy. Jak píše Benjamin, „obnovit starý svět – to nejhlubší touha sběratele, hnaného k získávání nových věcí“. Sběratel „mizí uvnitř“ své sbírky, která je současně jeho vlastnictvím, jeho intimním územím, ale také jeho spojením s minulostí.<sup>18)</sup> Sběratelství knih se tedy stává formou osobního snění, způsobem, jak znovu prožít minulost skrze událost koupě přírůstku.

Benjaminovo pojednání bezpochyby představuje vášnivou, subjektivní povahu sběratelství. Jeho esej ale rovněž naznačuje silné vazby mezi sběratelstvím a vnějšími faktory, mezi zdánlivě striktně soukromými praktikami a širšími kulturními systémy. Benjamin sice určité klíčové otázky nezkoumá, jako například proč některé objekty v tomto světě znalectví nabývají hodnoty dříve než jiné, zdůrazňuje ale spojení sbíraných předmětů a sbírajících subjektivit s kulturou komodit („vzrušení z akvizice“), soukromou sférou (jak sběratel „mizí uvnitř“ své sbírky) a pamětí a historií („obnovit starý svět“). Benjaminův esej nás tedy vybízí k tomu, abychom vzali v úvahu otázku, které ve svém zamyšlení

17) Pro fikční dílo, které rozehrává motiv silné vazby mezi stereofilií a mužskými subjektivitami, viz Nick Hornby, *High Fidelity*. New York: Riverhead Books 1995. Není ovšem tak zřejmé, zdali je tato vazba stejně „čistá“ ve vztahu k technologiím videa a postvideografické éře.

18) Walter Benjamin, *Unpacking My Library*. In: Hannah Arendt (ed.), *Illuminations*. New York: Schocken Books 1969, s. 60, 67. Pro další Benjaminovo pojednání na téma sběratelství viz Edward Fuchs, *Collector and Historian*. In: Andrew Arato – Eike Gebhardt (eds.), *The Essential Frankfurt School Reader*. New York: Urizen Books 1978, s. 225–253.

o sběrateli knih nechal stranou, a zároveň rozvinuli provokativní zmínky o společenských silách, jež se v aktu sběratelství ukrývají. Sběratelství navzdory jeho nevyhnutelně osobnímu rozměru nelze zcela vyjmout z širší dynamiky veřejné sféry. Je stejně jako jiné aspekty soukromého protkáno zájmy vnější kultury, v níž jedinec přebývá.

James Clifford o osobních sbírkách obecně poznamenává:

Sbírký a uchovávaní autentické sféry identity nemohou být přirozené nebo nevinné [...] způsoby zařazování do každé sbírky odrážejí širší kulturní pravidla – racionální taxonomie, genderu, estetiky [...] Já, které musí vlastnit, ale nemůže mít vše, se učí vybírat, řadit, hierarchicky klasifikovat – vytvářet „dobré sbírky“.<sup>19)</sup>

Každý druh sběratelství – známky, válečné suvenýry, umění, knihy, hračky atd. – podléhá přinejmenším vlivu představ o hodnotě, systémů klasifikace a dalších rámců, které jsou využívány rozsáhlejšími kulturními oblastmi a institucemi. V případě filmového sběratelství postvideografické éry pronikají do sběratelského procesu klasifikační systémy akademického diskursu, prodejců videokazet a laserdisků i mediálního průmyslu. Sběratel tak může filmy uspořádat dle období, země, režiséra, studia, herce nebo jednoduše abecedně, čímž dává najevo určitou minimální obeznamenost s postupy uspořádání, jaké se uplatňují v jiných institucích. V dnešním věku počítačů se nabízí dokonce i software pro „katalogizaci, prohledávání a třídění vaší sbírky podle titulu, režiséra, žánru a dalších kategorií“.<sup>20)</sup>

Podobně může být sběratelův výběr určitých artefaktů ovlivněn vnímáním hodnoty, kterou tyto artefakty získaly jako klasika, rarita, zvláštnost či jiná prodejná kategorie sběratelských předmětů (*collectables*). Mediální průmysl kupříkladu definuje většinu z toho, co se prodává ve zvláštních edicích, jako „klasiku“. Společnost The Goldwyn Classics Library inzerovala sérii filmů s Eddie Cantorem pod sloganem: „Klasiky, které se staly ještě klasičtějšími“; VERTIGO, k dostání u MCA/Universal Home Video, je „mistrovským dílem“ Alfreda Hitchcocka; a VETŘELEC (1979) se podle své sběratelské edice stal „okamžitou klasikou“ hned po svém původním uvedení.<sup>21)</sup> Zejména marketing speciálních edic nabízí příležitost dodat filmu status vysokého umění, a to buď využitím existujícího kánonu, nebo pokusem kánon vytvořit připojením klasické nálepky. Speciální edice navíc prostřednictvím rozsáhlého doprovodného materiálu ze zákulisí dodávají filmům autenticitu a historii, tak důležité pro ustavení hodnoty archivního objektu.

Videokazety, laserdisky a DVD nosiče se produkují ve velkém, a tudíž jsou široce dostupné, zdálo by se tedy, že tento typ sběratelství nebude nabízet příliš mnoho příležitostí k honbě za základní sběratelskou komoditou – vzácným artefaktem. Vzácnost drahocenných sběratelských artefaktů – např. nesehnatelné první vydání knihy – je podmínkou, která, zdá se, v tomto kontextu velmi chybí. Jazyk vzácnosti ale přesto prostupuje i diskursy o znovu vydaných filmech. Společnost Pioneer Entertainment na laserdiscích znovu

19) James Clifford, On Collecting Art and Culture. In: Simon During (ed.), *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge 1993, s. 52–53.

20) „Laser Disc Collector for Windows“ z textu „The Obsessive Collector“. *Laser Disc Newsletter*, únor 1997, s. 17.

21) Reklama na Goldwyn Classics Eddie Cantor Series. *Home Theater Technology* 2. 7. 1995, s. 119.

vydala sedm celovečerních filmů STAR TREK. Její reklama na toto nové vydání uvádí, že „luxusní souborná balení jsou číslována a početně omezena na pouhých 8 000 pro uspokojení opravdových sběratelů“. Tento typ limitované speciální edice usiluje o to vymezit se vůči přemíře současné masové produkce jako něco „vzácnějšího“. Snaží se vydobýt s estetické místo tím, že se dovolává podmínek vzácnosti, tak důležitých pro to, aby si u sběratelských objektů vytvořila aura hodnoty. Vzácný předmět je doplněn výstavním pouzdem a je mu zajištěna nejvyšší úroveň audiovizuální reprodukce, čímž je obratně dosaženo spojení mezi sběratelstvím, hodnotou a estetickým prožitkem. Souborné balení (které dostalo design „vesmírného doku“) obsahující disky s filmem STAR TREK: GENERACE je označeno jako „deluxe“. Samotné disky jsou „kódovány systémem Dolby Surround AC-3 Digital“ a „využívají technologie THX pro dokonalý domácí audiovizuální zážitek“.<sup>22)</sup>

Existuje i unikátnější trh s laserdisky a videokazetami než ten, které reprezentují propagační snahy. *The Laser Disc Newsletter* pravidelně uvádí stovky titulů, dovezených ze zahraničí, které zahrnují takové položky jako koncertní laserdisky (např. „Sex Pistols: Winterland“), souborné sady amerických televizních seriálů (např. LOST IN SPACE) nebo ve Spojených státech často hůře dostupné zahraniční tituly (například některé hongkongské filmy). *The Laser Disc Newsletter* a jiné zdroje tohoto druhu rovněž inzerují „vzácné vyprodané disky“ jako THE LONG VOYAGE HOME (1940) Johna Forda či ZDRÁVAS, MARIA (1985) Jeana-Luka Godarda, kultovní hity typu THE HONEYMOON KILLERS (1970) a KANIBALOVÉ (1979), tituly neuvedené na komerčních videokazetách, dovezené verze filmů ve formátu „letterbox“, které jsou ve Spojených státech dostupné pouze ve verzích „pan-and-scan“.<sup>23)</sup> Vyprodané, kultovní, nekomerční, „letterboxové“ a jiné marginálnější nabídky takto pomáhají utvářet neobvyklý, vyhledávaný mediální objekt, což naznačuje, že sběratelský obchod nalezl způsob, jak konstituovat kategorie autentičnosti a vzácnosti pro masově produkované filmové artefakty. Existence těchto artefaktů také stimuluje soupeřivé taktizování a další „sportovní“ rysy sběratelských aktivit (tj. snahy předběhnout druhé ve shánění rarit). Jak poukazuje Charles Tashiro, zejména v získávání vzácných položek „lze poznat bravuru videosběratelství“.<sup>24)</sup>

22) Reklama společnosti Pioneer Entertainment na STAR TREK: THE MOVIE VOYAGES. *Home Theater Technology Buyer's Guide* 1995, s. 29. (AC-3 je šestikanálový 5.1 digitální systém záznamu a reprodukce zvuku, určený především pro nová velkokapacitní média a formáty užívané v domácnostech jako DVD laserdisky a DTV. Byl vyvinut firmou Dolby Laboratories, poprvé použit v roce 1992 a je známý pod obchodní značkou „Dolby Digital“. THX není zvuková technologie či formát jako Dolby Digital, nýbrž technická norma prostorové reprodukce zvuku, určující standard v základních parametrech /frekvenční odezva, kmitočtový rozsah, dynamický rozsah, prostorová lokalizace zdroje, srozumitelnost/ pro kinosály i domácí kina, které po splnění předepsaných podmínek získají certifikát kvality THX. Normu vyvinula společnost Lucasfilm ve spolupráci se zvukovým inženýrem Tomlinsonem Holmanem – značka THX je odvozena od Lucasova stejnojmenného filmu a současně od Holmanových iniciál. Pozn. red.)

23) Letterbox – jedna z metod přepisu širokoúhlých filmů pro potřeby jejich reprodukce na televizní obrazovce formátu 4:3 bez ořezání pravých a levých okrajů obrazu, založená na vykrytí horní a spodní části stínítka televizoru černými pruhy. Filmový obraz je zachován v celku, ale s větší ztrátou rozlišení než při jeho ořezání. Alternativní metoda pan-and-scan naopak ořezává pravý a levý okraj širokoúhlého filmového obrazu tak, aby se zcela přizpůsobil stranovému poměru televizní obrazovky (pozn. red.).

24) *Laser Disc Newsletter*, únor 1997, s. 13–17; Charles Tashiro, The Contradictions of Video Collecting. *Film Quarterly* 50, 1996/97 (zima), s. 15.



Začíná být patrné to, jak je dnešní filmové sběratelství situováno v již fungujících systémech klasifikace, selekce a hodnot, vtažených do duetu se silami trhu. Abychom ale filmovou knihovnu vybalili kompletněji, musíme dále prozkoumat, jak sběratelství prochází „filtrem kultury“.<sup>25)</sup> Jak se například ve světě filmového znalectví kultivuje pocit členství? Jaký druh estetiky dominuje ve filmovém sběratelství a jak se nově vyjednává o zavedených hodnotách pro mediální objekty? Jak diskursy o nových mediálních technologiích pronikají do současné domácí filmové kultury a ovlivňují způsob, jakým lidé sledují filmy a baví se o nich? A konečně – jaké jsou vztahy mezi sběratelskou činností, konzumerismem a soukromou sférou? Dnešní cinefilie je utvářena identitou „zasvěcence“ (*insider*), a to přinejmenším v případě nadšenecké (*devotee*) a hardwarové estetiky. Obě tyto dynamiky jsou v rámci konzumní kultury silně ovlivněny novými technologiemi.

### Zasvěcenec

Mediální průmysl se snaží sběratele oslovit jakožto „zasvěcence“ filmového průmyslu, obeznámeného s utajovaným světem informací o výrobě filmu. Zasvěcení nabyli určité speciální znalosti, které má jen poměrně málo ostatních lidí, což se projevuje různými způsoby. Tito jedinci třeba pečlivě vybírají a ve svých zábavních prostorech instalují audiovizuální komponenty domácího kina. Podobně se mohou zapojovat do debat o relativních výhodách nově vznikajících technologií pro domácí reprodukci filmů – např. zdali je kvalita laserdisku vyšší než DVD či zdali systém Dolby Digital Sound předčí ve schopnosti prostorového ozvučení systém Dolby Pro-Logic.<sup>26)</sup> Zasvěcení vědí, kdy které filmy vyjdou na videokazetě, laserdisku nebo DVD a shromažďují informace o kvalitě jejich přepisu. Tito diváci, kteří sbírají údaje z různých zdrojů určených pro cinefily-sběratele (od časopisů po internet), jsou také schopni odříkat řadu informací o filmu. Tato fakta zahrnují zákulisní historiky o natáčení konkrétních filmů, drby o hvězdách a režisérech a nespočetné další specifické historické, technické a biografické detaily. Když se na okamžik zaměříme pouze na jeden z těchto zdrojů, zvláštní sběratelské edice na laserdiscích, vidíme, jak takovéto reedice vzdělávají diváka právě v tomto typu informací, čímž pomáhají vytvářet ze sběratelů znalce.

Speciální sběratelské edice jsou často poměrně komplikovanou záležitostí. Prezентují film v jeho původním kinovém formátu a mohou nabízet i režisérský sestřih, který zahrnuje dodatečnou metráž, která nepřežila finální sestřih studia, v němž byl film nasazen do premiéry (např. laserdisková verze *PROPASTI* Jamese Camerona, rekonstruující přibližně třicet minut předtím nikdy neuvedeného materiálu). Na těchto reedicích se mohou objevit i další příspěvky (jako třeba dokument o natáčení filmu či komentář k filmu od jeho režisérů, scenáristů, producentů a/nebo hvězd), zvláštní edice ale vystavují na odiv především takzvanou „sběratelskou přílohu“ (*Collector's Supplement*). Příloha zpravidla nabízí dosti zevrubné informace o přípravě, natáčení a postprodukcii filmu,

25) Roland Barthes, *Světla komora*. Bratislava: Archa 1994.

26) Dolby Pro-Logic – čtyřkanálový systém prostorového záznamu a reprodukce zvuku, založený na konverzi čtyř analogových kanálů do dvou analogových kanálů na záznamovém médiu a jejich zpětném dekódování do čtyř kanálů (levý, středový, pravý a mono surround) pomocí dekodéru při reprodukci (pozn. red.).

od storyboardů a různých verzí scénáře přes problémy s natáčením a zvládnutím speciálních efektů až k trailerům, určeným k propagaci filmu.

Ve zvláštním vydání *OBČANA KANEA* se kupříkladu divák dozví, že si Orson Welles musel nasazovat umělý nos, navržený uměleckým maskérem Mauricem Seidermanem. Wellesův nos byl zřejmě pokládán za nefotogenický kvůli „nedostatečně vyvinutému“ hřbetu a „nezvykle velkým“ nosním dírkám. Welles byl změnou svého vzezření natolik nadšen, že tento „Seidermanův nos“, jak se mu přezdívalo, nosil i v dalších filmech, včetně snímků *JOURNEY INTO FEAR*, *DOTEK ZLA* a *NÁTĚK*. K podobným odhalením dochází i v komentáři k laserdisku *ABSOLVENTA*, kde se dozvídáme, že noha, jež zdobí slavnou obálku k soundtracku *Absolventa*, patří nikoli Anne Bancroftové, nýbrž Lindě Grayové, herečce, která později ztvárnila postavu Sue Ellen Ewingové v telenovele *DALLAS*, uváděné v hlavním vysílacím čase. Ve speciální edici *VETŘELCE* zjistíme, že ve velkých celcích, ukazujících setkání astronautů s příslušníkem mimozemské rasy zvané „vesmírní nájezdníci“ (*Space Jockey*) na palubě vaku kosmické lodi, nahradily hlavní představitele děti Ridleyho Scotta, aby se netvor a celá místnost zdály větší. Repliky vesmírných přileb zcela nefungovaly jako účinná kyslíková zařízení, a tak byly děti omámené výparů oxidu uhelnatého a minimálně jednou došlo ke ztrátě vědomí.

Těchto několik málo příkladů přinejmenším naznačuje, jak mediální průmysly oslovují sběratele jako zasvěcence. Odhalení pravdy je klíčovým prvkem sběratelské přílohy na laserdisku. Každý příklad odhaluje nepravost všeobecné domněnky (např. toto je Wellesův skutečný nos) tím, že divákovi poskytuje zákulisní informace, které za vnějším zdáním odkrývají filmové triky. Divák, jenž je zasvěcen do tajemství, vstupuje do světa výroby filmů a přijímá pozici režiséra a dalších členů výrobního štábu – pánů loutek –, kteří jsou za tento působivý iluzionismus odpovědní. Daná odhalení zdaleka nedemystifikují výrobní proces, nýbrž vytvářejí pocit mocné vlády průmyslu nad vnějším zdáním. Zákulisní odhalení tedy nevyvolávají kritické postoje vůči průmyslu, nýbrž spíše aktivně vytvářejí jeho identitu coby místa kouzel, která publiku přinášejí talentovaní filmoví profesionálové. Divák je vyzván k tomu, aby zaujal pozici experta, a tím se dále posiluje jeho identifikace s průmyslem a jeho divy. Tato identifikace se ale podobně jako identifikace, kterou divák možná prožíval v rámci zdánlivě souvislého diegetického světa filmu samotného, zakládá na iluzi. Divákům se nedostane nepřikrášlené pravdy o výrobě; místo toho jsou jim předkládána „propagovatelná“ (*promotable*) fakta, zákulisní informace, které udržují a posilují pocit „filmového kouzla“ spojovaného s hollywoodským výrobním strojem.

Tento druh působení na diváky napovídá, že jeden z hlavních základů fanouškovství – shromažďování a rozšiřování těch nejmenších detailů týkajících se výroby mediálních objektů – je podstatnou měrou utvářen (i když ne zcela určován) diskursem průmyslu. Henry Jenkins ve své studii o televizních fanoušcích říká, že „je nutné znovu uvážit význam ‚zajímavosti‘ (trivia) jakožto neautorizovaného a nekontrolovaného vědění, existujícího mimo akademické instituce“, jako „zdroje populární kvalifikace pro fanoušky a základu pro kritické přetváření textuálních materiálů“.<sup>27)</sup> I když se zajímavosti

27) Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge 1992, s. 87.

mohou jevit jako kulturně neplnhodnotná forma vědění v porovnání s akademickými a jinými „oficiálními“ zdroji, nesmíme zapomenout, že jsou významně zastoupeny v populární kultuře jako zdroj nezbytných informací, jež se často jeví důležitější a autentičtější než „nudná“ intelektuální pojednání, vycházející z oficiálních zdrojů. I když tedy „zajímavosti ze světa filmu“ možná postrádají určitý kulturní kapitál, nejsou ryze okrajové.

Jak naznačuje příklad speciální sběratelské edice, nejedná se ani o fenomén, jenž by byl zcela „neautorizovaný“ a „nekontrolovaný“. Od nejranějších dnů filmového průmyslu až do současnosti dosahují zábavní fakta (*entertainment facts*) zvláštní viditelnosti a životaschopnosti jako typ vědění a diskursu v masové kultuře. Křížovky, stolní hry typu *Trivial Pursuits*<sup>28)</sup>, televizní soutěže, to je jen několik populárních platforem, které po účastnících požadují, aby oprášili své znalosti „zajímavostí ze světa Hollywoodu“.<sup>29)</sup> Třebaže individuální fanouškovské uplatňování těchto zajímavostí může mít idiosynkratický, ba dokonce subverzivní rozměr, existuje obchodní a komunikační systém pro šíření zajímavostí, které jsou vytvářeny, autorizovány a kontrolovány různými kulturními průmysly, a tento systém hraje velmi významnou roli při sjednávání vztahu publika k médiím. Speciální sběratelské edice, které představují výtečný příklad zprostředkovatele takovéhoto mikro-dat, podávají divákům i nadále mystifikační popis filmu jako součást kulturního kapitálu, kterým disponují coby „vládci“ filmového faktu. Identita zajímavostí jako jistého druhu tajných vědomostí, které vlastní jen několik málo privilegovaných, posiluje účinky této mystifikace. Diváci jsou vedeni k tomu, aby se stali subjekty diskursu populárních médií, šířiteli zajímavostí, což je proces, který nevyhnutelně přispívá k upevnění místa a významu mediálního průmyslu v kultuře.<sup>30)</sup>

Kromě oslovování sběratelů jako zasvěcenců ale sběratelskou kulturu utvářejí i různé přístroje pro reprodukci filmů v domácnosti. Zvláště tato technologická stránka sběratelského světa dává vzniknout určité filmové estetice, která pro potřeby domácí konzumce proměňuje dřívější hodnotu filmu (vytvořenou například filmovými recenzemi či akademickou kritikou).

28) Obdobou této americké znalostní hry je např. české „Riskuj!“ (pozn. překl.).

29) Příklady oficiálních zdrojů zajímavostí, které jsou nabízeny veřejnosti, je mnoho. Objednávkový katalog s dětským zbožím *Store of Knowledge* má například sekci věnovanou filmům a televizi. Z této sekce mohou rodiče zakoupit „The Movie Mania Trivia Game“, „The Six Degrees of Kevin Bacon Game“, knihu a hru „I Love Lucy“ či „The Star Wars Chronicles Collector's Edition“. Prodávají se jako „vyložený adrenalinový sprint pro zapálené hollywoodské fandy a filmové maniaky“ nebo jsou „výhradně pro zapřísašlé [...] fanoušky“ (s. 4–5).

30) Názory akademiků na to, jak hodnotit vztah fanoušků k mediálním znalostem, se různí. Zdá se, že neexistuje jednoduchá odpověď na otázku týkající se tohoto aspektu vztahu fanoušků a mediálního průmyslu. Zatímco někteří badatelé jako Jenkins spatřují ve skutečnosti, že fanoušci důvěrně znají televizní pořady a jsou schopni je kritizovat, vývoj, který jim dává větší moc, jiní považují status lidového kulturního experta za „polo-iluzi“, kterou si fanoušci hýčkají a kompenzují tak nedostatek moci v rámci širších politických a společenských systémů (např. Bernard Sharratt, *The Politics of the Popular? From Melodrama to Television*. In: David Brady et al. /eds./, *Performance and Politics in Popular Drama*. Cambridge: Cambridge University Press 1980, s. 283).

## Hardwarová estetika

Skrýty svět sběratele je podstatným způsobem umocněn nadřazeností technologie. Technologie již představuje hlavní složku identity zasvěcence, neboť právě různé technologie výroby filmů umožňují vytvářet iluzionismus, o kterém se tak zaníceně pojednává ve sběratelské sekci speciálních edic. Technologie rovněž ve sběratelské kultuře hraje důležitou roli jako série výrobků ke koupi. Diskursy o technologiích domácí zábavy, obhájící v mainstreamových časopisech, jakož i v komunitě samotných sběratelů, dramatickým způsobem pronikly do filmové estetiky. Skrze to, co můžeme nazvat hardwarovou estetikou, tedy hodnocením filmů optikou hardwarových priorit, jsou tyto filmy transformovány dle imperativů daných technologickými kritérii. Dřívější identita filmů se mění: filmy považované buď za klasiku, nebo za nepovedené zažívají obrat estetické štěstěny; filmy jsou přehodnocovány ideologií spektakulárního; a forma vítězí nad obsahem.

Charles Tashiro ve studii *The Contradictions of Video Collecting* poukazuje na zásadní význam technologie pro mentalitu sběratele. Jde mu v první řadě o rozpracování Benjaminova „lyrického přístupu“ ke sběratelství, který považuje za „jediný legitimní přístup k tomu, co zůstává navýsost soukromým procesem“.<sup>31)</sup> Nicméně Tashirovo pojednání o jeho vlastních sběratelských návycích ukazuje výmluvný posun od Benjaminovy úcty ke knihám coby branám do minulosti k obdivu k technologické dokonalosti a zájmu o přítomnost, která je spojena s takovýmto technologickým standardem. Tashiro jako mnoho dnešních filmových sběratelů dává přednost laserdiskům před videokazetami, které jsou „druhořadými občany“, protože degenerují. Laserdisky na rozdíl od knih nebo videokazet nevyjadřují vlastní dějiny tím, že by se na nich projevovalo stárnutí. Právě ve fyzickém vzhledu laserdisků spočívá velká část jejich kouzla: „Disky jsou fascinující jako objekty, jejich čisté, chladné povrchy, slibující technickou dokonalost [...] disky slibují modernismus v té nejelegantnější podobě, omezení na bezvadně čisté formy a reflexní povrchy.“ Stáří není znakem hodnoty, ale spíše signálem, že je načase disk vyměnit.<sup>32)</sup> Tashiro tvrdí, že takovéto upřednostňování nových verzí před starými, zřetelný odklon od jiných sběratelských estetik, se částečně řídí vírou v

potenciálně dokonalou kopii [...], jež se projevuje využíváním stále novějších technologií, neustále usilujících o větší přiblížení se filmovému originálu. [...] V důsledku toho se oceňuje změna jako taková a s každou novou technickou možností cítí sběratelé i výrobci nutnost vylepšit to, co bylo předtím.

Pokrok se nedefinuje z hlediska filmů samotných, ale z hlediska „technických schopností diskového média“. Kvalita se posuzuje podle „počtu vad v obraze, hladiny šumu, stupně věrnosti digitální reprodukce. Logika povrchu disku se přelévá i do jeho výroby a konzumce: čím čistější, hladší, zářivější je obraz, čistší, bohatší a jasnější zvuková stopa, tím lepší je disk.“<sup>33)</sup> Jak Tashiro dále píše, toto technické

31) Ch. Tashiro, c. d., s. 11.

32) Tamtéž, s. 15–16.

33) Tamtéž, s. 16.

*argumentování* slouží jako dokonalá racionalizace, a prostřednictvím něj uplatňují svůj rozhodný nárok na důležitost obrazu a zvuku před příběhem a postavou, na ony *technické* aspekty filmu, kterým nejlépe slouží laserdisková reprodukce. S tímto nárokem pokládám základy pro celkovou strukturu sbírky, její důraz na ty filmy, které upřednostňují vizuální styl.<sup>34)</sup>

Tashira takto rozsáhle cituji proto, že jde o jednu z nejobsáhlejších a nejpodnětnějších statí na téma současného filmového sběratelství. Jeho práce, byť se snaží sběratelství vykreslit jako iracionální a subjektivní, názorně ukazuje, jak bývá filmové sběratelství mnohdy technocentrické. Hodnotu filmů často z velké části určuje kvalita převodu, aura digitální reprodukce zvuku a obrazu či dokonce nedotčený povrch samotného disku. Tyto priority následně vedou k upřednostňování určitých druhů filmů před ostatními – takových filmů, jejichž vizuální povrch a technické rysy dávají naději, že by mohly zdůraznit a umocnit schopnosti digitální technologie (dokonce i když procesy v nich uplatněné jsou ještě na bázi analogové, funguje „digitalita“ jako univerzální termín pro popis kvalitní reprodukce).

Výrobci i sběratelé kladou velký důraz na dosažení toho nejnovějšího a nejlepšího technologického provedení filmu. Vezmeme-li v úvahu tento společný zájem, není divu, že obě skupiny o filmu a filmové estetice hovoří pozoruhodně podobným způsobem. Typické reklamy na jednotlivé komponenty domácího kina mísí technické podrobnosti s přísliby spektakulárních efektů. Například televizní zesilovač od Faroudja's Laboratories nabízí adaptivní zpracování barev, ostré detaily a úpravu barevného sladění, které „způsobí, že obrazy na velkoplošné televizi budou přímo vyskakovat z obrazovky!“ Vysokovýkonné prostorové reproduktory LS l/x od Polk Audio „dokáží proměnit surroundový kanál z typicky plochého monochromatického zvuku na oddělené, prostorné a souvislé zvukové pole“ a „dokonale se hodí pro vesmírné lodě prolétávající nad hlavou nebo rachot jedoucích tanků a jeřábů, zkrátka právě ty věci, které vytvářejí působivé domácí kino“.<sup>35)</sup> Technická kritéria, jež převládají v reklamách na systémy domácího kina a jednotlivé složky přehrávání, činí ze samotné reprodukce primární estetické měřítko. Upřednostňují přitom takový typ reprodukce, který dává přednost pravděpodobnosti (*verisimilitude*) kombinované se spektaklem. V daném kontextu je pak filmový zážitek tvořen spektakulárními vizuálními prvky a zvukem, který staví do popředí zdánlivě autentické smyslové vjemy.

Reedice ODVÁŽNÝCH MUŽŮ (1962) Akiry Kurosawy v roce 1995 na laserdisku vyvolala například ze strany jednoho kritika pro *Widescreen Review* tento komentář: „Rámování Tohoscopu bylo změněno na 2,11:1, třebaže údaje o převodu avizují „původní poměr stran 2,35:1“. Obraz postrádá rozlišení a ostrost, detaily stínů jsou mizerné a obecně všude převládají „artefakty“<sup>36)</sup> způsobené nečistotou negativu.“ Navíc „původní zvuková stopa

34) Tamtéž, s. 13.

35) Reklama. *Home Theater*, červen 1997, s. 9; Reklama. *Widescreen Review*, květen/červen 1995, s. 9.

36) *Artifact* – v tomto kontextu se jedná o anomálie objevující se ve videoobrazu jako důsledek poruchy přepisu z filmu na video, případně nekvalitní reprodukční aparatury nebo chybného nastavení televizoru. Artefaktem typickým pro DVD je pixelace, kde jednotlivé skupiny pixelů vytvářejí nepřirozené „kostičkování“ obrazu; jindy mohou artefakty dostat podobu blikání obrazu, změny barev, ztráta rozlišení nebo nežádoucí změny poměru stran atd. (pozn. red.).

v kinech byla nahrána systémem Perspecta Stereophonic Sound [...], ale jako předloha pro tuto edici byla použita optická monofonní stopa, která je nevýrazná a charakteristicky hlučná.“<sup>37)</sup> Recenze na jiný klasický film, MOUCHU (1958), znovu vydanou v roce 1997, si podobným způsobem všimá drobných aspektů jeho reprodukce. Film je

rámován ve stranovém poměru 2,35:1, vykazuje nestálosti v barevné věrnosti s většinou zašlými a tlumenými barvami a tělovými tóny. Obraz je celkově rozostřený, s výjimkou příležitostných detailů na mouchu. Je patrný šum a artefakty [...]. Celkově je zvuk sice lepší než obraz, ale stejně nikdy nezní úplně správně.<sup>38)</sup>

Podobně nepříznivá kritika není samozřejmě osudem všech klasických děl. Je-li převod dobrý, může se i „starý“ film úspěšněji vypořádat se současnými estetickými požadavky. Jeden recenzent se vyjádřil o „skvostné sadě tří filmů s Judy Garlandovou“ (THE HARVEY GIRLS /1946/, PIRÁT /1948/ a SUMMER STOCK /1950/), nazvané Judy Garland: The Golden Years at MGM, že vypadá „naprosto úžasně“. To platí zejména o filmu PIRÁT, který staví na odív režiséřský rukopis Vincenta Minnelliho, jehož exotické používání barev ve svícení, kulisách a kostýmech skvěle umocňuje náladu scén jako divoký „Pirátský balet“. Exces a velkolepost Minnelliho charakteristického stylu mizanscény, zachovaného a možná dokonce i zdůrazněného procesem přepisu, šťastně ladí s kvalitnějším, intenzivním vizuálním zážitkem, asociovaným s digitálními technologiemi zábavy. V tomto případě je ale zážitek neúplný kvůli chybné reprodukci zvukové stopy muzikálu. Recenzent poznamenává, že „zvukovou stopu PIRÁTA často narušuje řezavý, skřípavý, téměř vibrující tón“.<sup>39)</sup>

I film, který byl při prvním uvedení všeobecně považován za propadák, může být přehodnocen. V recenzi *Laser Disk Newsletter* na film POSLEDNÍ ZŮSTÁVÁ (1996) autor vysvětluje, že ač jej tento film v kině příliš nenadchl, posloucháte-li jeho laserdiskovou reedici „v teple domova, zvuk pořádně zesílený, je o dost působivější, a to bez ohledu na jeho směšnou zápletku“. Příčinou změny je nová digitální zvuková stopa: hudba Rye Coodera

se rozezná ve více detailech a se vsudypřítomnou energií. [...] V průběhu celého filmu mají jemné zvukové detaily – vítr pronikající prasklinou nebo vrzající dveře na ulici – větší jasnost, stimulují vaše smysly, takže na vtírajících se otázkách typu „co dělá šerif ve městě, kde nejsou žádní lidé?“ najednou nezáleží.“<sup>40)</sup>

Na minulost, která se obrozuje ve světě nových technologií, jsou aplikovány velmi náročné normy, vyžadující bezvadné obrazy se zachováním původního formátu a křišťálově čistou zvukovou stopu. Už nestačí, že jde o film od Akiry Kurosawy – převod musí kopírovat správný formát, obrazové rozlišení a zvukovou kvalitu celuloidové verze. Klasický film musí mimoto splňovat další řadu kritérií, která tvoří nedílnou část zážitku domácího kina

37) Recenze na film ODVÁŽNÍ MUŽOVÉ Akiry Kurosawy. *Widescreen Review*, květen/červen 1995, s. 129.

38) Recenze na film MOUCHA Kurta Neumanna. *Widescreen Review*, květen 1997, s. 156.

39) Recenze na film PIRÁT Vincenta Minnelliho. *Video Magazine*, červenec/srpen 1995, s. 70.

40) Recenze na film POSLEDNÍ ZŮSTÁVÁ Waltera Hilla. *The Laser Disc Newsletter*, červenec 1997, s. 1–2.



s velkoplošnou televizí a komponenty prostorového ozvučení. V ideálním případě by filmy z minulosti měly mít živé, intenzivní obrazy a výraznou (nebo propracovanou a nuančovanou) zvukovou stopu, přístupnou digitálnímu vylepšení. V některých případech se tento druh aktualizace ukazuje jako obtížný, neboť, pomineme-li praxi nedbalých převodů, kvalita původních duplikátních negativů se mohla zhoršit nebo být postižena artefakty způsobenými nečistotou a dalšími nočními můrami nesprávného uchovávání a procesu stárnutí celulóidu. Jak jsme viděli v recenzích na *ODVÁŽNÉ MUŽE* a *MOUCHU*, v hardwarové estetice není mnoho místa pro filmový ekvivalent zaprášeného svazku s oslíma ušima. Takže i když pro náročného sběratele zůstává znovudosažení kvality originálu důležité, pocit autenticity v nich mnohem přesvědčivěji vyvolá povaha vylepšení, kterým je film podroben, aby lépe vyhovoval digitálnímu oku a uchu.

Zvuk a obraz nahradily v takovémto hodnocení filmů jiná osvědčená kritéria, jako je auteurismus, existující kánony a v případě filmu *POSLEDNÍ ZŮSTÁVÁ* i kasovní úspěch. Tím nechci tvrdit, že takováto tradiční hodnotící kritéria ztrácejí ve sběratelském světě důležitost. Auteurismus a kánon mají obrovský význam jako prostředky prodeje reedice i jako faktory, jež ovlivňují rozhodnutí sběratele, který film do archivu vybrat. Sběratelé mohou samozřejmě kupovat videokazety a laserdisky horší kvality jen proto, že chtějí vlastnit kýžený titul nebo doplnit určitou část své mediální knihovny. Ale otázky kvalitního převodu a toho, zda film nabízí takový druh audiovizuálního spektaklu, na němž se nejlépe projeví schopnosti daných přístrojů, představují všudypřítomné a vlivné stránky sběrateli svorně vyznávané a šířené hardwarové estetiky.

Oceňování technologie a spektakulárnosti je v této estetice doprovázeno jistou lhostejností k obsahu. Jak napsal jeden recenzent ve *Video Magazine* o *FORRESTU GUMPOVI*: protože jde o „prověřený fenomén, [...] netrapme se otázkou ‚Co to říká o nás‘ a pusťme se hned do bonboniéry, ehm, totiž pojďme k jádru věci“. Jádrem věci je to, že se

GUMP [...] pyšně širokouhlým převodem o poměru stran 2,1:1 a ačkoli dosahuje standardů THX (obraz je velmi dobrý, ne-li výjimečný), projevuje sklon k tlumeným barvám. Gump není ani výstavní ukázkou prostorového ozvučení, neboť intimita příběhu si vynucuje, aby většina dialogů, hudby a okolních zvuků byla umístěna do předních a do středového kanálu.<sup>41)</sup>

Podobně speciální edice filmu *ČETA* (1986) od společnosti Pioneer Entertainment představuje „snímek, který pro řadu Američanů definoval nelidský, nepřátelský a zbytečný akt vietnamské války“ jako „kvalitně vyhlížející disk v neodolatelném tvrdém pouzdře, navrženém tak, aby připomínalo album vietnamského veterána, doplněné o reliéfní stříbrné obrázky vojenských identifikačních čísel, visících z horního kraje obalu“. Film je dále

oříznutý na 1,85:1. Detaily a ostrost jsou ukázkové. [...] Tělové tóny jsou u tohoto mimořádně přirozeného provedení přesné a černé tóny hluboké a plné. I zvuková stopa je uchvatná v porovnání s tím, jak byl zvuk namíchan v kinech [...] původní

41) Recenze na *FORRESTA GUMPA* Roberta Zemeckise. *Video Magazine*, červenec/srpen 1995, s. 69.

oddělené šestistopé prvky byly remixovány a kódovány tak, že získaly mocnější prostorový účinek a větší dynamiku.<sup>42)</sup>

Tímto zaměřením je otázka obsahu jako druhořadá smetena pod stůl naléhavějšími zájmy, tj. kvalitou převodu, otázkou vhodnosti filmu pro co nejlepší využití možností domácího kina a příležitostí, jakou reedice skýtá pro komodifikaci – v případě titulu *ČETA* design obalu laserdiskové sady.

Podobné způsoby hodnocení se významným způsobem liší od toho, co je charakteristické pro angloamerickou morální kritiku. Tato tradice, zosobněná v padesátých letech takovými kritiky jako Bosley Crowther z *New York Times* a Arthur Knight ze *Saturday Review* a všudypřítomná v současném psaní o filmu v populárním tisku, posuzuje filmy na základě důležitosti a hodnoty jejich společenských poselství. Ve výše citovaných recenzích ale sběratelská senzibilita považuje takováto poselství za pouhé pozadí, ne-li dokonce potenciální vyrušení od toho, co je na filmech opravdu pozoruhodné – přesné tělové tóny a sonorní vícecestový zvuk. Třebaže se *FORREST GUMP* a *ČETA* odehrávají v šedesátých letech, jednom z nejvášnivěji probíraných období amerických dějin, a že oba filmy byly podrobeny dlouhým debatám v tisku o tom, jak ono období zobrazují, recenzenti laserdiskových reedice vidí tyto filmy detailním technickým pohledem a popisují je alternativním jazykem, který se jeví jako rozhodující pro jejich cinefilskou konzumci.

Je důležité zdůraznit, že recenze v časopisech o konzumní elektronice a v dalších zdrojích pouze neopakují nekritickou bombastickou reklamu, kterou průmysl doprovází všechny své produkty; fungují jako průvodci pro kupující a sběratele. Internetové diskusní stránky věnované sběratelství laserdisků a videokazet berou roli zákaznického hlídačeho psa obzvláště seriózně – informují o nadprůměrných i nekvalitních discích, probírají relativní přednosti přehrávacích zařízení a všeobecně žádají své účastníky o tipy a doporučení. Jak píše jeden účastník internetové diskuse: „Vzpomínám si, jak jsem si půjčil *MLČENÍ JEHŇÁTEK* od Criterionu v THX CAV verzi, na které byly ty nejhorší výpadky obrazu, jaké jsem kdy viděl. Chci novou CLV verzi od Criterionu.“<sup>43)</sup> Neví někdo, jestli tenhle disk taky trpí stejnou *HRŮZOU*?“ Další píše:

Právě jsem koupil novou *APOKALYPSU* v THX a jsem *VELMI* příjemně překvapen vynikajícím převodem. Co se videa a audia týče – nádhera. Jen mě trochu trápí poměr stran 1,9:1. Vždycky jsem měl za to, že ten film měl formát 2,35:1. Na disku se nikde neuvádí, proč kameraman změnil film do formátu, ve kterém je na tomto převodu [...].

Jiný přispěvatel na otázku odpovídá:

42) *Platoon*: Oliver Stone's Epic Vietnam War Masterpiece. *Widescreen Review*, květen/červen 1995, s. 110.

43) CLV (Constant linear velocity) a CAV (Constant angular velocity) jsou dva různé formáty laserového optického systému: CLV je schopen zaznamenat jednohodinový záznam na každé straně; v případě CAV se sice vešlo na každou stranu pouze půl hodiny záznamu, ale umožňoval zastavení obrazu, zpomalené převýšení a nelineární přístup (pozn. red.).

Převod je podle všeho stejný jako starší verze. Storaro (kameraman) se bál, že by se poměrem stran 2,35:1 obraz příliš srazil a došlo by ke ztrátě rozlišení. [...] Mimochodem, film neměl nutně formát 2,35:1. 70mm verze měla nejspíš poměr stran 2,2:1.<sup>44)</sup>

Detailní zkoumání průmyslových produktů na internetových diskusních stránkách a v dalších zákaznických průvodcích nabízejí zákazníkům alternativní zdroj informací. Průmyslová propagace, zákaznické časopisy a internetové skupiny mají nicméně sklon technologii bezvýhradně přijímat. Většina diskusí z uvedené stránky v roce 1997 se týká formátů, převodů a technologií domácích kin – pro a proti laserdisku versus DVD, nadřazenost zvukových systémů AC-3 vůči systému Dolby Pro-Logic atd. Filmy se stávají prostředkem předvádění a hodnocení těchto technologií (jak to stručně vyjadřuje jeden účastník internetové diskuse: „Choce te stovovat svoje hardwarové vybavení pro THX a AC3? Podívejte se na ZVLÁŠTNÍ DNY“<sup>45)</sup>). Na filmech se v této části jejich posmrtného života zkoumá, hodnotí a oceňuje právě to, jak přehlídka jednotlivých jejich vlastností – mizanscény, zvláštních efektů a zvuku – v maximální míře předvádí (nebo naopak plně nevyužívá) schopnosti přístrojů reprodukce. Tento estetický mechanismus umožňuje, aby se z žánrové hrůzy MLČENÍ JEHŇÁTEK (1991) stala technologická hrůza výpadků obrazu.

### Vzrušení z akvizice

V tom, jak se utváří identita „zasvěcence“, a v souřadnicích hardwarové estetiky jsme zahlédli část spletitého světa, který obývá náročný filmový sběratel. Tento sběratel, průmyslem postaven do pozice privilegovaného subjektu a fascinován přístroji reprodukce, je novým znalcem, cinefilem operujícím mimo kino. Cílové publikum představované sběrateli poskytuje zřetelný příklad dopadu, jež mají nové technologie na domácí filmovou recepci. Nedávný technologický vývoj umožnil této minikultuře rozkvést, když nabídl velké množství filmů na prodej a ovlivnil podmínky jejich konzumace v domácím prostředí, kde byl takto znovuobjeven televizní přijímač (prostřednictvím domácího kina) i film, aby naplnily očekávání digitální kvality. Senzibilita náročného sběratele přeměňuje filmy různých národních tradic, různých kánonů a z různých období ve znaky technické dokonalosti a schopností současných umění mechanické a elektronické reprodukce. Cinefilie je v tomto smyslu neoddelitelně spjatá s technofilií.

Domácí svět cinefila je utvářen řadou relativně jednoduchých aktů kupování – nákup kazet, disků, audiovizuálních přijímačů, reproduktorů, velkoplošných televizorů atd. Skutečnost, že film si lze koupit a odnést domů, otevírá obrovské možnosti pro jeho použití a jeho význam v postvideografické éře – sběratelství je pouze jednou z nich. Zákazníci filmy nejen vidí, oni do nich rovněž investují, vlastní je a situují do vztahu ke svým koutkům zábavy a dalším méně skvělým objektům v domácnosti. Majitelé, kteří jsou sběrateli, umocňují svůj pocit vlastnictví tím, že si filmy vybírají na základě jejich technické

kvality (a dalších kritérií) a potom jednotlivé tituly uspořádávají podle osobních systémů klasifikace. Oba tyto procesy doprovází vzrušení, to znamená vzrušení z koupě a doprovodné vzrušení z vytváření domácího univerza z takovýchto filmových trofejí. Sběrka je v tomto smyslu vynikajícím příkladem toho, co Baudrillard nazývá zvláštní „touhou po soukromém vlastnictví“, která poznamenává náš vztah k objektům, zaplňujícím naše domácí prostředí, vášeň, jež může být naprosto stejně intenzivní jako ta, běžněji spojovaná se vztahy k jiným lidem.

Tento druh vlastnictví uvaluje na sbírané mediální objekty jistou mírou abstraktnosti. Jde o to, že sebráný předmět ztrácí svůj historický původ a svůj veřejný status. Historický kontext, ve kterém se film poprvé objevil, sice v reedici přežívá; tento kontext má za úkol označit půvab filmu a prodat jej, stejně tak, jako zve diváka, aby prostřednictvím koupě znovuprožil minulost. Tento druh zhmotnělých dějin ale zamlžuje moc, jakou má současný kontext nad způsobem, jakým objekt vnímáme. Na rozdíl od Benjamina zde obnovování starého světa touto formou sběratelství naznačuje neapologetický zájem o přítomnost, která se ze své akvizice minulosti těší pouze tehdy, je-li tato minulost restaurována dle současných technologických norem.<sup>46)</sup> Tím nechceme říci, že systémy hodnocení vycházející ze sentimentu a nostalgie jsou ve svém dopadu nevinné. Ale v posunech a podivných alchymiích, které poznamenávají časové rozvržení filmové sbírky náročného sběratele, jsou současné technologické normy obzvlášť upřednostňovány jako důvod pro výběr a základ hodnoty. Právě technologie přivádí k novému životu filmy z minulosti a dává jim obecnost, když ideálně naplňuje potenciál každého filmu poskytnout živoucí obrazy a vzrušující zvukové stopy.

S tím jak se filmy uvnitř sbírky ocitají ve sporném vztahu ke svým původním historickým kontextům, zažívají též dramatickou změnu, týkající se podmínek předvádění. Jsou vyjmuty z veřejné sféry, aby se staly částí soukromé totality. V rámci této soukromé totality nabývá role majitele-sběratele na důležitosti, která, zdá se, překonává a zastihuje jeho původní roli konzumenta na trhu. Jak poznamenává Susan Stewartová, sbírající Já si vytváří představu, v níž se „uspořádáním oněch objektů a manipulací s nimi stává tvůrcem“. Tím, že „zahrnuje prostředí do scénáře osobní sféry“, získává sbírka „auru

46) Badatelé analyzující fenomén sběratelství se často intenzivně zajímají o to, jak sbírání působí na čas a dějiny. V náhledu na povahu těchto vlivů ale nejsou jednotní. Někteří tvrdí, že sběratelství pro daný objekt představuje vážnou ztrátu původu, neboť je přemístěn v rámci logiky muzea či soukromé sbírky (viz např. Susan Stewart, *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham, NC: Duke University Press 1993, s. 151–154). Jiní autoři, např. Maurice Rheims, zase tvrdí, že „vášeň pro sbírání je spojena se ztrátou veškerého smyslu pro přítomnost“ – to znamená, že sběratel, snažící se ponořit do minulosti skrze historické odkazy, jež mu nabízejí jeho artefakty, je nevyhnutelně oddělen od přítomnosti (citováno in J. Baudrillard, *System of Objects*, s. 95). Baudrillard ve stejném textu tvrdí, že sbírka „ruší čas“, to znamená, že „samotné uspořádání sbírky nahrazuje čas“. Sběrka redukuje „čas na fixní soubor členů, kterým lze procházet oběma směry“, představuje pro majitele příležitost kamkoli historicky cestovat a udržet si přitom úplnou kontrolu (s. 95). Časová dimenze sbírky tedy nepoukazuje ani do přítomnosti, ani do minulosti, ale v důsledku k logice a samotnému uspořádání sbírky. Prozatím se domnívám, že dynamika filmového sběratelství působí nakonec v „přítomnostním“ modu, zvlášť přihlédneme-li k povaze hodnocení v rámci světa náročných filmových sběratelů. Otázka času představuje ale složité téma, které by si žádalo další úvahy ve vztahu k současnému filmovému sběratelství.

44) Internetová diskusní stránka na: alt.video.laserdisc, 24. 6. 1997.

45) Tamtéž.

transcendentna a nezávislosti“ ve vztahu k rozsáhlejším hodnotovým ekonomickým, které ve skutečnosti zrcadlí.<sup>47)</sup>

Radosti sběratelství tedy nejsou svázány s aktem konzumpce, ale s mocným pocitem sběratele, že je zdrojem, původcem objektů, které koupil a uspořádal do určitého systému (což je psychologie, která jasně evokuje Metzova cinefila).<sup>48)</sup> Sebrané objekty v důsledku odkazují na sběratele jakožto *auteura*, tvůrce srozumitelného, smysluplného světa – dynamiky, která uzavírá vztahy, jež má sbírka k vnějšímu světu, zejména k sociálním a materiálním podmínkám masové produkce. Mezi vlastnictvím, touhou a auto-referenčností existuje logický řetězec, který pomáhá vysvětlit zápal sběratele i významné místo, kterého se filmům jakožto soukromému majetku dostalo v rámci domova.

Vydělený artefakt, vyjmutý z dějin a veřejného prostoru, se stává zdomácněným objektem. Podřízen specifickému uspořádání sbírky a nezávislému světu sběratele skýtá blaženou rozkoš, jakou přináší investice do vlastního domácího prostoru. Domestikace filmu v rámci této zvláštní filmové kultury, jež se jako taková opírá o posun v identitě sběratele od konzumenta k tvůrci, současně minimalizuje vědomí svazků mezi filmem a veřejnými institucemi, mezi domácími filmovými kulturami a širšími sférami vlivu.

Zapojení filmu do tohoto solipsistického prostředí představuje tedy nutně paradox. Jak jsme viděli, i když se svět sběratele jeví jako výlučný a osobní, je silně ovlivněn diskursy mediálního průmyslu a jeho technologií. Konzumpce obecně zajišťuje silnou vazbu mezi soukromými a veřejnými sférami (což je zřejmé – kupujeme si masově vyráběné předměty, abychom z nich učinili osobní majetek). Mediální průmysl současně konzumentům nabízí rétoriku intimity (tj. „tajemství“ filmu) a kontroly (tj. technologickou či mediální znalost), aby posílily jejich pocit, že vlastní osobní produkt. Za těchto podmínek odpovídá chování sběratele ve volném čase tomu, co Jürgen Habermas nazývá „zdanlivým soukromím“ domova, kde se domov simultánně utváří jako soukromá sféra i jako oblast podléhající vlivu „zákonů trhu“ a „poloveřejných instancí“.<sup>49)</sup>

Ať už Habermasovo stanovisko zcela přijmeme, či nikoli, sběratelství se rozhodně ukazuje jako komplexní aktivita, dvojsmyslně situovaná na proměnlivý průsečík veřejného a soukromého. Tento druh filmového diváctví ani fakticky, ani esteticky zdaleka

47) S. Stewart, *On Longing*, s. 158, 162, 159. Vytěsnění materiálních podmínek produkce ve prospěch konzumentských představ připomíná pojednání Theodora Adorna o zbožním fetišismu v masové kultuře in: Th. Adorno, *On the Fetishism-Character in Music and the Regression of Listening*. In: *The Essential Frankfurt Reader*, s. 270–299.

48) Tento domácí cinefil připomíná Metzovu postavu návštěvníka kina. Okouzlení stroji, pocit falešné převahy, která se oddává představě kontroly odhlédnutím od reality strojů a rozpoznáním divákova Já jako původu představení, tím vším se vyznačuje i současný filmový sběratelství, jež koresponduje s cinefilíí „velkého plátna“. Jak tato podobnost napovídá, klíčovou složkou ve vztahu jedince ke komoditám a jeho slasti z nich je autoreferenčnost. Podobně též řada z těch, kdo sběratelství zkoumají, v něm spatřují klasický příklad narcisismu a regrese, což jsou rovněž součástí Metzovy teze o cinefilii. Viz např. Werner Muensterberger, *Collecting: An Unruly Passion*. New York: Harcourt, Brace, and Company 1994.

49) Jürgen Habermas, *Strukturální přeměna veřejnosti. Zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofia 2000, s. 253.

nepředstavuje úpadek, pouze nás vybízí k tomu, abychom uvážili, jaké důsledky mají domácí filmové kultury pro naše chápání diváctví v postvideografické éře a pro stále dynamičtější pole vzájemného ovlivňování mezi filmem, soukromým životem a veřejnými aktivitami.

Přeložil Jakub Kučera

Přeloženo z anglického originálu:

Barbara Klinger, *The Contemporary Cinephile: Film Collecting in the Post-Video Era*.

In: Melvyn Stokes – Richard Maltby (eds.), *Hollywood Spectatorship*,

*Changing Perceptions of Cinema Audiences*.

London: BFI 2001, s. 132–151.

#### Citované filmy:

*Absolvent* (The Graduate; Mike Nichols, 1967), *Americká divočina* (Wild America; William Dear, 1997), *Apokalypsa* (Apocalypse Now; Francis Ford Coppola, 1979), *Batman a Robin* (Batman & Robin; Joel Schumacher, 1997), *Bezmocná* (Clueless; Amy Heckerling, 1995), *Casper: A Spirited Beginning* (Sean McNamara, 1997), *Četa* (Platoon; Oliver Stone, 1986), *Dotek zla* (Touch of Evil; Orson Welles, 1958), *Forrest Gump* (Robert Zemeckis, 1994), *The Harvey Girls* (George Sidney, 1946), *The Honeymoon Killers* (Leonard Kastle, 1970), *It's the Great Pumpkin, Charlie Brown* (Bill Melendez, 1966), *Halloween* (John Carpenter, 1978), *Journey into Fear* (Norman Foster, 1942), *Kanibalové* (Cannibal Holocaust; Ruggero Deodato, 1979), *Klub odložených žen* (The First Wives' Club; Hugh Wilson, 1996), *Kmotr 1, 2, 3* (The Godfather Trilogy: 1901–1980; Francis Ford Coppola, 1992), *Lhář, lhář* (Liar Liar; Tom Shadyac, 1997), *The Long Voyage Home* (John Ford, 1940), *Mlčení jehňátek* (The Silence of the Lambs; Jonathan Demme, 1991), *Moucha* (The Fly; Kurt Neumann, 1958), *Nátlak* (Compulsion; Richard Fleischer, 1959), *Nová kniha džunglí* (The Jungle Book; Stephen Sommers, 1994), *Občan Kane* (Citizen Kane; Orson Welles, 1940), *Odvažní muži* (Sanjuro; Akira Kurosawa, 1962), *Piráta* (The Pirate; Vincente Minnelli, 1948), *Poslední zůstává* (Last Man Standing; Walter Hill, 1996), *Propast* (The Abbys; James Cameron, 1989), *Sabrina* (Sydney Pollack, 1995), *Star Trek: Generace* (Star Trek: Generations; David Carson, 1994), *Star Trek: První kontakt* (Star Trek: First contact; Jonathan Frakes, 1996), *Star Wars Trilogie* (George Lucas, 1977–1999), *Summer Stock* (Charles Walters, 1950), *Špičková Růženka* (Sleeping Beauty; Clyde Geronimi, 1959), *Špiónka Harriet* (Harriet the Spy; Bronwen Hughes, 1996), *Vabank* (Set It Off; F. Gary Gray, 1996), *Večernice* (The Evening Star; Robert Harling, 1997), *Vertigo* (Alfred Hitchcock, 1959), *Vetřelec* (Alien; Ridley Scott, 1979), *Zdrávas, Maria* (Je vous salue Marie; Jean-Luc Godard, 1985), *Zuláštní dny* (Strange Days; Kathryn Bigelow, 1995).