

Rozhovor

ZVLÁŠTNÍ PŘEDMĚTY
FILOZOFIE MÉDIÍ

Rozhovor s Lorenzem Engellem

Kateřina Krtilová

Filmový vědec Lorenz Engell (1959) je zakládajícím děkanem Fakulty médií při výmarské Bauhaus-Universität a od roku 2008 spolu s Bernhardem Siegertem ředitelem „Internationales Kolleg für Kulturtechnikforschung und Medienphilosophie“ (Mezinárodního centra pro výzkum kulturních technik a filozofii médií). Lorenz Engell je také spoluzakladatelem doktorandského programu „Mediale Historiographien“ a univerzitního centra „Bauhaus Film-Institut“. K jeho nejvýznamnějším publikacím patří *Bewegen Beschreiben. Theorie zur Filmgeschichte* (Popis pohybu. Teorie k dějinám filmu, 1992), *Ausfahrt nach Babylon. Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur* (Výjezd směr Babylon. Eseje a přednášky ke kritice mediální kultury, 2000) a *Philosophie des Films* (Filozofie filmu, 2007; ed. s Birgit Leitnerovou). Letos publikoval výběr filozofických analýz filmových děl pod názvem *Playtime*. Rozhovor proběhl 27. srpna 2009 ve Výmaru.

* * *

V České republice se „mediální vědou“ (německy: *Medienwissenschaft*), mediálními studií, rozumí studia masové komunikace, žurnalistika, zatímco v Německu se již vedle této disciplíny etabloval „výzkum mediality“ založený na postupech „kulturních věd“ (*kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung*) – čím se tento přístup k médiím liší?

Při této otázce vycházíte ze specifických zkušeností z České republiky, ptát se takto ovšem lze v podstatě kdekoliv. Výzkum mediality nebo filozofie médií je ve zvláštní, těžko pochopitelné pozici, nejen v českém prostředí. U nás již asi komunikační věda, žurnalistika či publicistika nemají takové výsadní postavení, přesto je situace srovnatelná. Pozoruhodné ovšem je, že s českým prostředím je spjata mimořádná postava, jeden z otců zakladatelů paradigmatu filozofie médií, Vilém Flusser. Je sice také mnohokrát kritizovaným autorem, ale co se týče základů filozofie médií, je zcela jistě třeba Flussera zmínit. Ačkoliv v Čechách, jak se zdá, hraje menší roli než v Německu.

Ale zpět k vaší otázce: rozdíl je vlastně velmi jednoduchý. Žurnalistika, publicistika a studia masových médií jsou založeny zaprvé na instrumentálním pojmu média, zadruhé na lineárním pojetí a zatřetí se zkrátka zajímají výhradně o masová média. „Instru-

mentální“ znamená: média jsou v pojetí těchto disciplín prostředkem k účelu; tyto účely jsou někým stanoveny, distributorem, mluvčím, někým, kdo má určité úmysly; účel je v procesu komunikace splněn, nebo nikoliv. Mediální věda (*Medienwissenschaft*)¹⁾ ve smyslu filozofie médií vždy předpokládá, že existuje zpětná vazba nástrojů a záměru, účelu, který je jejich prostřednictvím prosazován – nástroje ovlivňují celý proces. Nástroje nejsou nikdy jenom nástroje, nýbrž vždy také tvůrci toho, co díky nim vzniká. Ony stanoví, jaké možnosti, záměry, účely vůbec mohou existovat. Toto je tedy o něco komplexnější, reflektovaný, ve dvojím smyslu rekurzivní pojem nástroje nebo instrumentality, odlišující obě disciplíny.

Podobně linearita komunikace. V mediální vědě komunikační procesy ani nezaujímají ústřední pozici. Pokud se jimi zabýváme, nepokládáme za daný komunikační model, který vyjadřuje známý Lasswellův vzorec – kdo říká co komu s jakým záměrem, jakými prostředky a s jakým výsledkem – nebo schéma vyvinuté Romanem Jakobsonem ve dvacátých letech, mimochodem také v Praze. Komunikační věda, publicistika, žurnalistika z těchto modelů vychází. Chápe komunikaci jako nasměrovaný proces s danými pravidly. To v našem pojetí neplatí. Nejde již jen o lineární přenos – média tvoří přímo ekosféru. Definují prostor jako celek, ve kterém se pohybujeme kulturně, myšlením, vnímáním, vizuálně. Média určují, co je myslitelné, vnímatelné, co lze vůbec sdělit atd. Pojem komunikace, se kterým ještě lze v mediální vědě pracovat, vychází spíše z americké sociologie, Meada a Parsonse; k nám se dostal prostřednictvím Niklase Luhmanna. Komunikace není v tomto pojetí chápána jako proces přenosu, nýbrž vždy jako proces selekce, selekce z horizontu možností.

Třetím rozdílem ve vztahu ke komunikační vědě je, že mediální věda vlastně svůj výzkum neváže na určité předměty – což je také její slabé místo. To je možná vůbec nejkritičtější bod a největší síla komunikační vědy: ví úplně přesně, co jsou média – média jsou to, co by každý člověk v moderní společnosti označil jako média: masová média. Možná lze přidat ještě písmo, telefon apod. Oproti tomu výzkum mediality ne náhodou vyměnil média za medialitu a zkoumá nyní mediální vlastnosti na zcela libovolných objektech. Pro výzkum mediality je klíčové tázání, způsob kladení otázek, a nikoli objektů. To je možné a nutné vnímat kriticky. Samozřejmě existuje něco jako medialita, mediální atributy, které lze vztáhnout na libovolné předměty. Ale existují i zvláštní objekty, které by bez těchto vlastností a kvalit nebo funkcí ztrácely smysl. U těchto specifických objektů se na první pohled vágní medialita, jako vlastně čirý potenciál, teprve stává uchopitelnou, může odkazovat sama k sobě a získává pevné obrysy. Toto se odehrává právě v tom, co běžně označujeme jako média, na rozdíl od libovolných každodenních předmětů jako třeba kousek koláče. Jiným příkladem by byl nástroj: ne každý nástroj je zároveň médiem. Až prostřednictvím specifických objektů – médií – vystupuje medialita do popředí. To, co normálně nazýváme médii, se od „ne-médií“ liší tím, že vždy zahrnuje medialitu. Médium vždy něco vypovídá o sobě samotném jako médiu, což zpravidla nelze říct o předmětech, které je třeba nejdříve složitě prohlásit za média. Je již patrné,

1) V Německu se oblast mediálních studií ve smyslu žurnalistiky, výzkumu masových médií obvykle označuje jako *Kommunikationswissenschaft* – komunikační studia. Ostatní přístupy se nazývají *Medienwissenschaft* – mediální věda.

že právě toto je kritický bod. Proto já sám někdy nejsem zrovna nadšený z obratu k *medialitě*. Důsledkem tohoto obratu jsou totiž i politické problémy: nikomu neumíme vysvětlit, na čem pracujeme, jaké problémy vlastně řešíme. Můžeme sice říct, že úkolem humanitních věd není problémy řešit, ale otevírat, což je důležitá a vznešená věc, ale někdy, zvláště v demokracii, musíme lidem vysvětlit, k čemu je naše věda dobrá. Je výhodou, když na tuto otázku umíme srozumitelně odpovědět. Možná bych se tedy přikláněl k tomu, abychom se v našem oboru drželi pojmu média, tématu a *předmětu* média.

Politický problém, o němž hovoříte, je asi nejpálčivější v oblasti výuky. Jaká je vaše zkušenost jako zakládajícího děkana Fakulty médií a profesora filozofie médií na Bauhaus univerzitě ve Výmaru co se týče legitimizace programů zaměřených na filozofii médií? Jaké jsou teoretické a politické nároky na tyto programy?

To je velmi dobrá otázka, na kterou samozřejmě v našich komfortních podmínkách vědecké instituce, kde spolupracujeme s lidmi, kteří se zajímají o stejné problémy jako my, nesmíme zapomínat. Naopak, musíme ji klást s velkým důrazem. Abstraktní, teoretické zdůvodnění toho, co děláme, je jedna věc a politický argument věc druhá. Naprosto odmítám, abychom se příliš uzavírali ve věžích ze slonoviny a ztráceli ze zřetele tuto sociální povinnost vědy. Máme trochu tendenci říkat, že jsme prostě chytřejší, a tak víme, že náš výzkum má smysl. Bádáme přeci již 5 tisíc let, a to nikoli v zájmu růstu HDP, ale kvůli pravdě. Což je krásné a důležité, přesto musíme brát ohled na svět, ve kterém žijeme, a musíme s ním spolupracovat. Což má zcela konkrétní politické důsledky. Tam venku jsou lidé – to bych zdůraznil, ačkoliv to zní pateticky –, z jejichž práce žijeme. Platí nás ze svých daní a příspěvků atd. a mají právo se dozvědět, co děláme, a my jim to musíme umět co nejlépe vysvětlit.

Co se týče studijních programů, tak ve vztahu k teorii je třeba studentům zprostředkovat všechny zmíněné kroky odlišení našeho přístupu k médiím od výzkumu masové komunikace. Všichni naši studenti v prvním semestru chtějí „dělat v médiích“, pracovat později v televizi či reklamě a mnoho z nich se také v těchto profesích uplatní. Během studia u nás se ale snažíme posunout jejich myšlení od instrumentálního a lineárního přístupu k myšlení médií. To je naším úkolem, a to předpokládá nikoli, že to studenti již umějí, ale že jsou tomuto myšlení otevření, že je k němu takřka lze svést. V tomto ohledu došlo v minulých patnácti letech k velkému skoku. Ačkoliv stále ještě studenti přicházejí s heslem „dělat něco v médiích“, tuší již, že existuje ještě něco jiného.

Politickým předpokladem takových studijních programů je právě to, že je musíme obhájit. Jednak musíme ukázat, že se studenti, kteří se u nás něco naučili, uplatní na trhu práce, ale nejen to. Musíme ukázat, že studium není jakýmsi tunelem z A do B, vedoucím z dětství a mládí k začlenění do pracovního procesu, jako by univerzita jen zprostředkovala mezi těmito body. Univerzita je místo s vlastními pravidly, kde člověk může několik let dělat něco, co mu jiné prostředí již nikdy neumožní. Musíme ukázat, že náš přístup je k něčemu dobrý, že něco znamená pro vývoj mladých lidí a znamená něco pro společnost. Úkolem je tento prostor pro myšlení zachovat otevřený a umožnit pobyt v něm co nejvíce lidem. Budou potom pracovat i myslet jiným způsobem. Myslím, že právě v oblasti médií máme velkou šanci toho dosáhnout. Zatím jsme každopádně byli

schopni přesvědčit všechny politiky i evaluační komise, částečně i lidi z ekonomické sféry, že to, co děláme, je správné. Ale je třeba si tyto otázky klást.

Váš výzkum se zaměřuje především na filozofii filmu a televize. Jaké nové otázky v oblasti filmu umožňuje přístup filozofie médií? O jaké autory se opírá filozofie filmu?

Otázky filozofie filmu se kladou na různých rovinách. Jednak existuje určitá tradice především v americké filmové teorii, například Jarvieho *Philosophy of the Film* z osmdesátých let.²⁾ Tento směr se zabývá otázkou, čím film přispívá k diskuzi relevantních filozofických problémů. Mnoho filmů například tematizuje otázku lidské existence. Přitom je ovšem třeba znát filozofický pojem lidské existence – to je oblast, k níž „normální“ historik filmu (dnes již ne, ale v osmdesátých letech) nemá přístup, a proto ho tato dimenze nezajímá. Ale filmy Bergmana, Felliniho, Tarkovského, nemluvě o Cronenbergovi, tyto otázky otevírají. To by tedy byla první úroveň filozofie filmu.

Zajímavější je samozřejmě otázka, zda existují určité filozofické problémy, které je možné klást teprve v souvislosti s filmem. Nabízí se to například u tématu prostoru a času, to jsou nejoblíbenější a nejpersvědčivější kategorie, které je třeba v souvislosti s filmem znovu promyslet. Film změnil naši představu o prostoru a času, na tom se filmová teorie shodla již ve 20. letech. Tato problematika je dnes stejně aktuální, objevují se stále nové otázky. Problém prostoru a času je samozřejmě zajímavý nejen z fyzikálního a estetického, ale vždy také z filozofického hlediska.

Na třetí rovině – která nás filozofy médií zajímá nejvíc, protože chápe film jako médium, ne jen jako takový – jde o myšlenku, že všechno naše poznávání a myšlení není prostě dáno, není nějakou imateriální logikou nebo prací vědomí, která se odehrává ve vakuu a je ryze mentální povahy. Naopak: vždy má materiální základ. „Naše psací potřeby spoluutvářejí naše myšlenky,“³⁾ píše Friedrich Nietzsche – tato známá věta byla tisíckrát citována a vyjadřuje základní myšlenku filozofie médií. U Lichtenberga najdeme podobnou formulaci o vlivu pokoje, v němž člověk sedí, na myšlenky, které v tomto pokoji napíše. Právě to nás zajímá, ztělesněné myšlení, „tělo“ myšlení – to jsou média. Psací potřeby, tužka a papír, psací stroj, barevná páska do psacího stroje, klávesnice, ale také počítač, digitální chip nebo kamera. Důležité je, že nástroje, jimiž uchopujeme naše myšlenky, nejsou vůči těmto myšlenkám podružné, jako není dalekohled podružný z hlediska objevení slunečních systémů. To platí samozřejmě i pro film a jako filozofové filmu se ptáme: existuje nějaký specifický přínos filmu pro myšlení? Když je naše myšlení ztělesněno ve filmu, jedná se o jiné myšlení? Filozofie filmu tedy předpokládá, že všechno myšlení je podmíněné médii. Existují různé typy myšlení odpovídající různým médiím. Akademická filozofie stojí a padá s písmem, o tom již není třeba mnoho diskutovat. Od Platóna po Luhmanna existuje mnoho úvah na toto téma. Co se však stane s filozofií, když změní své základní médium? To je svébytná otázka filozofie médií. V tomto smyslu

2) Ian J a r v i e, *Philosophy of the Film: Epistemology, Ontology, Aesthetics*. New York: Routledge & Kegan Paul 1987.

3) V originále: „Unser Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken“ (z dopisu Friedricha Nietzscheho Heinrichu Köselitzovi /alias Peter Gast/ z roku 1882).

můžeme poukazovat na předchůdce tohoto přístupu. Dva významní autoři, na něž je třeba se odvolat, jsou Stanley Cavell a Gilles Deleuze. Cavell vychází z pragmatické filozofie a fenomenologie a zabýval se jako filozof velmi brzo a intenzivně filmem; napsal také výbornou knihu o americké filmové komedii. Gilles Deleuze se svými dvěma díly *Cinéma*⁴⁾ je možná ještě vlivnější než Cavell, protože klade zcela zásadní otázky k myšlení filmu – filmu jako svébytného ztělesnění, těla myšlení.

V rámci výzkumného programu Internationales Kolleg für Kulturtechnikforschung und Medienphilosophie (IKKM),⁵⁾ který se v roce 2009 soustředí na „věci“, zkoumáte „kinematografické objekty“: můžete na příkladech takových objektů a jejich analýzy popsat vaše východiska?

I toto téma lze uchopit z různých úhlů. První otázkou by bylo: co je typicky kinematografickým objektem? Klasickým objektem by v tomto smyslu bylo něco jako revolver. Ne, že by v reálném životě neexistovaly revoly, ale ve filmu mají samozřejmě mimořádný význam jako ústřední objekt westernu, velice důležitého žánru pro vývoj filmu. To by tedy byl kinematografický objekt – objekt, jehož význam konstituoval především film. Nebo můžeme zajít ještě o něco dál a zabývat se bundou Jamese Deana nebo sukní Marilyn Monroe, objekty nabitými popkulturním významem, fetišizovanými objekty. Z jiného úhlu lze vycházet z předpokladu, že film zpřístupňuje věci jinak než každodenní praxe. Film objekty uchopuje a myslí zvláštním způsobem, který se odlišuje od klasického způsobu myšlení předmětů. Začíná to tím, že film jako zásadně časová, dynamická forma umění či dynamické médium není myslitelné bez času – bez času není ničím. Objekty jsou ale více či méně odolné v čase; pohyblivé a dynamické objekty, plastické, deformovatelné jsou proto obvykle hraničními případy předmětného – takovéto hraniční případy jsou však přesně polem působnosti filmu. Jak lze toto pojetí sloučit s naší představou o stabilním objektu? Viděno z třetího úhlu se pak klade otázka, jestli existují objekty, na kterých může film tematizovat své specifické kvality. V jednom z kolokvií IKKM jsme s André Wendlerem zkoumali žaluzii, interpretovali jsme žaluzii jako svébytné kinematografický objekt. Opět platí: ne, že by mimo kino neexistovaly žaluzie, ale žaluzie je objektem, který je schopen pomocí určitého nastavení světla proměnit prostor i mimo film, bez jakéhokoliv plátna, ve vlastně kinematografický obraz. To je tedy svébytný objekt filmu.

Druhým tématem vašeho výzkumu je filozofie televize. Televize je často popisována jako nástroj, instrumentálně, jak jsme o tom hovořili, vy naopak zkoumáte její medialitu a odkazujete ve svých aktuálních pracích na teorii sítí aktérů (actor-network theory), zdůrazňujete aktivní roli média: v čem spočívá tento posun?

4) V českém překladu: *Film 1: Obraz-pohyb* (Praha: NFA 2000) a *Film 2: Obraz-čas* (Praha: NFA 2006).

5) Mezinárodní centrum pro výzkum kulturních technik a filozofii médií při Bauhaus univerzitě ve Výmru, též též výzkumu 2009/2010: „Referencializace a ontogeneze: vytváření věcí“; od roku 2010 je součástí IKKM doktorandský program „Teorie a dějiny kinematografických objektů“, viz online: <www.ikkm-weimar.de>.

Přesně o to jde. O posun hlediska, kdy se televize sama stává aktérem, popřípadě ji je třeba chápat jako síť aktérů, jako „agenturu“, v rámci níž jsou propojeny nejrůznější faktory. „Agentura“ se stále mění, osciluje, nikdy ale nefunguje jenom řekněme na cizí objednávku. Proto je důležitá mnohoznačnost pojmu agenta. Agent jedná na cizí povel, ale zároveň i s vlastním záměrem, nebo je zpravidla dvojím agentem a slouží více pánům a nakonec i vlastním zájmům. Takto můžeme popsat i televizi. V rámci „agentury“ nejsou rozhodující jenom lidé jako rozumné bytosti nadané řečí, nýbrž například také technologie, tedy něco, co jsme dosud nevnímali jako schopné jednat, ale nanejvýš jako nástroje. Důležité jsou zde ale i instituce, tradice, estetiky. A teprve v souhře všeho toho funguje televize jako „agentura“. Dokonce bych tvrdil, že i obrazy a zprávy, které televize produkuje, mohou být v této spleti chápány jako jednající postavy. Takto se věc samozřejmě stává rychle velmi komplexní a lze obtížně uchopit jako celek. Jak taková agentura funguje, lze ukázat na příkladu, určitém historickém období, jednotlivém pořadu, žánru apod. Oproti klasickému žurnalistickému přístupu, jak jsem jej předtím nastínil, s jeho instrumentálními a lineárními pojmy, tato koncepce již skoro není sdělitelná. Nejenže je třeba vzít v potaz fikci, která v žurnalistickém pojetí nehraje roli, nýbrž obrazy televize jednájí a vznikají mezi nimi různé vazby a něco produkují – takže musíme lidské aktéry, tvůrce filmů, redaktory prohlásit za takřka agenty cizí moci, to jest televize, která má v vlastního práva moc: to je samozřejmě pro klasické teorie žurnalistiky těžko stravitelné.

V tomto pojetí nikdo není odpovědný....

Hlavním problémem je skutečně otázka po odpovědnosti. Ale tu dnes není snadné zodpovědět. Bylo mi vytýkáno, že v mé vizi televize již není možné připsat někomu odpovědnost za rozhodnutí. Ale to již dlouho není možné. Musíme si vymyslet něco nového. Že se jedná o problém, to je jasné, ale nelze jej vyřešit tím, že jednoduše budeme odkazovat na režiséra nebo odpovědného redaktora. To v praxi nelze realizovat.

Jako jednoho z ne-lidských aktérů jste zmínil technologii – jakou roli hraje ve filmu a jeho teoretické reflexi technologický vývoj?

Technologický vývoj ve filmu je víceméně zanedbatelný. Základní technologie filmu se změnila jen málo. Digitální revoluce samozřejmě proběhla i ve filmu, ale stále se neprosadila; film se nestal zcela digitálním médiem – tento proces je pomalý, takže výsledkem je stále ještě kino. Distancuji se od jednoduchého mediálního materialismu dřívějších dekád, například 80. let, kdy byl vývoj technologií chápán jako základní, autonomní síla. Materialita komunikace je nesporná – ale je jen jedním hráčem v síti, v níž fungují jako aktéři jiné obrazy, způsoby vnímání, vzpomínky, další ne-materiální danosti. Jako například v některých mimoevropských kulturách zasahují do dění předci, tak si to můžeme představit i zde. Do filmu zasahují jiné obrazy, které člověk viděl dříve atd.

V rovině příběhu byla technologie v minulých dvou desetiletích námětem mnoha hollywoodských filmů, od MATRIX po TERMINATOR SALVATION. Jakou roli hraje technologie v tomto ohledu?

Film se samozřejmě jako komerční masové médium zaobírá starostmi, které nás zaměstnávají, to popisuje již Siegfried Kracauer – a stále to platí – metaforou o Perseově zrcadle: Perseus musí zabít Medúsu, ale pokud by se na ni podíval, zkamení. Dostane tedy vyleštěný štít, který může použít jako zpětné zrcátko. V zrcadle pohled Medúsy neúčinkuje – a takové je plátno, říká Kracauer. Když bychom se podívali na objekt našeho strachu, hrůza nás ochromí, ale v kině můžeme. Tak to je i s digitální revolucí. Náš přístup k věcem se díky ní zcela mění; máme strach, že bychom mohli být vydáni napospas našim artefaktům, strach, že by mohly získat schopnosti, které jsme my lidi chápali jako vyhrazené pro sebe, že by artefakty na sebe dokonce mohly strhnout světovládu. Tento strach je reálný. Stačí se podívat na blockbustery posledních deseti let. Podle Kracaue-
ra se v zrcadle kina se svým strachem můžeme konfrontovat, bezprostředně nikoliv.

V tomto semestru navazujete na své slavné přednášky o „dobrém filmu“ kurzem o komedii. Proč je mezi nejlepšími filmy všech dob málo komedií?

Když jsem měl nápad udělat seminář ke komedii, říkal jsem si, že jich přeci je nepřeberné množství. Ale čím více jsem se tématem zabýval, tím víc se rozpadalo. Dospěl jsem k názoru, že jádrem filmové komedie je klasická americká mainstreamová komedie třicátých a čtyřicátých let. Když pomyslíte na Lubitsche, BÝT ČI NEBÝT, NINOČKA, nebo později v padesátých letech, Billy Wilder, SLAMĚNÝ VDOVEC, NĚKDO TO RÁD HORKÉ nebo RAZ, DVA, TŘI, všechny tyto filmy fungují dodnes. Nebudete se možná popadat za břicho, ale budete se smát. Zdá se, že to je dnes těžší. Na druhé straně se dnes za komedii vydává všechno, co není zrovna válečný film, bojové umění nebo science-fiction. Pojem komedie se stal vágním. Ale vy se ptáte, proč to tak je. Správná otázka – ale nemám na ni odpověď. Snažím se ji právě najít. Možná existuje určité napětí mezi komedií a kinematografií, že zde něco nefunguje, ačkoliv teorie tvrdí opak, ale něco tu je.

Historickým předchůdcem nových postgraduálních programů na IKKM a Bauhaus univerzitě je program Mediální historiografie (Graduiertenkolleg Mediale Historiographien). Jaký je vztah médií a historie? Jaký význam má množné číslo v názvu: různá média – různé historiografie?

Na jedné straně nemůžeme bez historie myslet žádná média. Samozřejmě je více zakotven v historii výzkum kulturních technik – filozofie médií je oproti tomu založena na systematickém myšlení. To ovšem vůbec neznamená, že se oba směry neprotínají. Filozofie médií chápe, že všechny její koncepce jsou historické, a tudíž relativní. Ale – a to je důležité – trvala by na tom, že historie má systematický aspekt, z něž vychází. Přitom nezáleží na tom, v jaké formě uchopíme historii, jestli využijeme Foucaultovu epistemologii, tedy archeologii, nebo historickou či historicistickou vědu. Každý typ historicity nebo dějinnosti má ve dnes platném systému argumentace a myšlení své místo. Otázka

minulosti je vždy produktivní, klade-li se z přítomnosti, neboť z této perspektivy nalézá systematickou souvislost – to by byla vždy priorita filozofů. Výzkum kulturních technik postupuje jinak než výzkum dějin médií. Obrátil by tento přístup a vychází z toho, že přítomnost má své historické místo ve vztahu k minulosti, z níž vychází. Jako filozofové bychom naopak řekli: dějiny samotné jsou produktem, který stále znovu vzniká. Můžeme konstatovat, že média nejsou nikdy myslitelná bez své historie, ale také opačně, že dějiny nejsou myslitelné bez médií, které je produkují. Archiv, dokument, monument, muzeum jsou všechno mediální fenomény a formy organizace historického vědění, bez nichž by dějiny nebyly možné. To platí dvojnásob pro psaní historie, zobrazování historie, její „zprostředkování“ v muzeích, filmech atd. Mimo mediální konfigurace nejsou dějiny vůbec myslitelné, neexistují. Jak již bylo řečeno: nástroj je spoluvůrcem produktu. To je velmi důležité.

Toto zdvojení, média dějin – dějiny médií, to jsou mediální historiografie, a ty jsou různé nejen podle určitých etap dějin, dějinného průřezu – 1500, 1700, 1900 –, ale skutečně, jak to své otázky naznačujete, podle média. Dějiny média, například filmem produkováné dějiny jsou jiné než dějiny románu nebo vůbec tištěného slova nebo jiné než dějiny denně tištěného slova, časopisu nebo televize, digitálních technologií nebo fotografie. Pokaždé se jedná o jinou historiografii. Zvlášť zajímavé jsou body, kdy se oboje překrývá. Tedy když se překryjí – a nejen paralelně probíhají – dějiny, v nichž médium funguje, a psaní dějin *skrze* médium. Neboť médium vždy také píše vlastní dějiny. Zvlášť pro film a televizi je tato otázka momentálně mimořádně aktuální. Každý film, který vznikl minimálně v posledních dvaceti letech, má určité „dějinné vědomí“, povědomí o vlastní dějinné podmíněnosti a vlastní relaci k jiným filmům. Nějak s tím zachází a podílí se tedy na psaní vlastních dějin a dějinách filmu. A toto překrytí je potom právě zvlášť hezký předmět bádání.

Na IKKM pracují vědci z celého světa, přednášel jste také nedávno podruhé v ČR, na konferenci „Myšlení médií“ Univerzity Karlovy v Praze. Jak probíhá spolupráce s vědci ze zemí, kde filozofie médií a výzkum kulturních technik nejsou etablovány?

Je třeba říct, že filozofie médií a výzkum kulturních technik jsou stále ještě málo institucionalizovány. Jedná se o určitou síť, svým způsobem spiknutí, sestávající z velké části z germanistů. I já jako filmový a televizní teoretik jsem mezi nimi exot. Tato mezinárodní síť zahrnuje jednotlivce z různých zemí. Neumím tedy rozeznat nějakou specifickou národní situaci. Mediální teorie v Německu je silnější než v každé jiné zemi, to je pravda, to je pro nás výhoda. Tento vývoj má historické důvody, je tedy kontingentní. To samotné není důvod, proč bychom měli být něco zvláštního. Spolupráce existuje všude a je podivuhodné, jaké souputníky nalézáme. Nelze určit rozdíly ve smyslu národních kultur, ale spíš rozlišit starou a novou školu. A všude narážíme na starou školu a všude také na novou. Když pomyslím třeba na Paříž, abych uvedl proslavené centrum vědy, tak Paříž je jako intelektuální místo dnes téměř výhradně určena starou školou. Francouzská filmová věda – Deleuze neDeleuze – je pro mnoho věcí, které nás zajímají, již nepoužitelná, alespoň momentálně ne. V Anglii je situace podobná. Ale na druhé straně také všude nacházíme jednotlivce, kteří jako my říkají, že právě o něčem jako filmu musíme

přemýšlet jinak. Film sám je aktérem, obrazy nejsou jen prostředky, s jejichž pomocí něco ukazujeme (například „boy meets girl“, zamilují se a nakonec se vezmou), nýbrž obrazy něco dělají, určují dění. Takové a podobné myšlenky se objevují všude a člověk se s nimi setkává i na překvapivých místech. Na IKKM byl například Georges Didi-Huberman, který je ve své akademické kultuře, tedy francouzských dějinách umění, sice již uznávaný, ale přeci ještě hodně izolovaný a kterému bylo uznání dlouho upíráno – u nás s ním ale báječně spolupracujeme. Pamatuji si také dobře na přednášky na konferenci v Praze, Jiřího Bystřického, Ivana Muchy nebo Miroslava Marcelliho – hned se rozvinula zajímavá diskuze a nestála pak mezi námi žádná komunikační věda. Najednou byly problémy stejné a pak to může fungovat.

Citované filmy:

Být či nebýt (To Be or Not to Be; Ernst Lubitsch, 1942), *Matrix* (Andy Wachowski, Lana Wachowski, 1999), *Někdo to rád horké* (Some Like It Hot; Billy Wilder, 1959), *Ninočka* (Ninotchka; Ernst Lubitsch, 1939), *Sla-měný vdovec* (The Seven Year Itch; Billy Wilder, 1955), *Raz, dva, tři* (One, Two, Three; Billy Wilder, 1961), *Terminator Salvation* (McG, 2009).

Mgr. Kateřina Krtilová

Od roku 2008 asistentka na Internationales Kolleg für Kulturtechnikforschung und Medienphilosophie (IKKM, Mezinárodní centrum pro výzkum kulturních technik a filosofii médií) a doktorandka na Bauhaus-Universität Weimar. Těžiště výzkumu: filozofie médií, teorie písma a obrazu, Vilém Flusser.

Aktuální publikace: spolueditorka sborníku *Medien denken. Von der Bewegung des Begriffs zu bewegten Bildern* (Transcript Verlag, 2010), studie „Média a medialita“

(in: *Jazyk – filosofie – média*. Univerzita Palackého, 2010).

(Adresa: Katerina.Krtilova@uni-weimar.de)