

**AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE
FAKULTA FILMOVÁ A TELEVIZNÍ**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

PRAHA 2022

LUMÍR KOŠAŘ

**AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE
FAKULTA FILMOVÁ A TELEVIZNÍ**

**Filmové, televizní a fotografické umění a nová média
Dokumentární tvorba**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Autentický paradox

Lumír Košář

Vedoucí práce: MgA. Lucie Králová, Ph.D.

Oponent práce: Mgr. Petr Kubica

Datum obhajoby: 8. 9. 2022

Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, 2022

Abstrakt

Práce nahlíží požadavek hodnoty autenticity perspektivou proměn, kterými podle teorie post-autenticity tento pojem v současné mediální krajině prochází. Práce je rozdělena do tří částí. V té první se zajímám o výklad pojmu autenticita perspektivou převážně antropologických a sociálních disciplín. Zajímám se, jakým způsobem se konstruují představy o autenticitě obrazů dokumentujících realitu. Ve druhé části představím teorii post-autenticity. Vycházím z práce s odbornou literaturou a prameny. Výchozí perspektivu mi tvoří teorie post-autenticity britské digitální antropoložky Jay Owens a výzkum strategií autenticity české digitální antropoložky Marie Heřmanové. V poslední části práce přicházím s vlastní teorií autentického paradoxu a režijní metodou, která s tímto paradoxem může vědomě zacházet při natáčení tzv. dokumentárních filmů.

Poděkování

Děkuji vedoucí práce, *Lucii Králové*, za inspirativní diskuze, ze kterých mimo jiné vychází podněty pro téma této diplomové práce.

Také děkuji *Marii Heřmanové* za její vhled do problematiky současné antropologie, pomoc s hledáním šikovnějších formulací.

V neposlední řadě chci poděkovat všem, kteří byli při psaní této práce v kritických chvílích online a pomohli text nasměřovat ke svému cíli. Jmenovitě: *Ondrovi, Monice, Marii B., Radkovi, Honzovi Š., Tereze, Honzovi Č., Zuzce, Michaelovi, Marii R., Jardovi, Lukášovi, Kateř, Petrovi, Nicoletě, Jordaně a Bany.*

Prohlášení o autorství

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci s názvem “Autentický paradox” vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucí práce a to s použitím uvedené literatury a pramenů.

V Praze dne

.....

podpis diplomanta

Obsah

Úvod	6
Osobní východiska	6
Cíl a struktura práce	10
Metodologie	11
Další prameny a literatura	12
Autenticita	12
Etymologie	13
Autenticita jako nová hodnota	14
Autentičtí hrdinové	15
Potřeba autenticity	18
Strategie autenticity	20
Společnost spektaklu	21
Teorie sociální konstrukce reality	23
Všichni hrajeme divadlo	24
Autenticita a sociální sítě	25
Autenticita jako performance	28
Strategická práce s “neučesaným” sdělením	29
Proměňují sociální média realitu / proměňuje realita sociální média?	31
O čem mluvíme, když mluvíme o autenticitě v dokumentárním filmu	32
Problematická indexové vazba	34
Dokumentární kódy	36
NIC NENÍ PRAVDA A VŠECHNO JE MOŽNÉ	40
Teorie post-autenticity	41
Charakteristika současné mediální krajiny	41
Estetika autentičnosti	43
Co z toho vyplývá pro dokumentaristy?	44
Post-autenticita a dokumentaristova cesta z autentického paradoxu	46
Pozitivní převrácení autentického paradoxu	49
Varování před manipulací autenticitou	51
Závěr	52
Literatura	54
Internetové zdroje	55
Příloha - Rozhovor s výzkumnicí Marií Heřmanovou	56

Úvod

Osobní východiska

V lednu roku 2021 jsem ukončil svou pětiletou existenci v marketingovém oddělení České televize, kde jsem vymýšlel kampaně k pořadům pro sociální sítě. V podstatě se jednalo o vymýšlení a výrobu zábavného nebo naučného online obsahu, který je extenzí pořadu běžícího v televizi. Takový obsah na sociálních sítích měl upoutat uživatele, aby se rozhodli svůj čas věnovat sledování pořadu v televizním vysílání.

Diváky *Peče celá země* měl nalákat “autentický pohled” do zákulisí natáčení pořadu; diváky *Star Dance... když hvězdy tančí* lákaly “autentické rozhovory” s vítězi předchozích řad; diváky seriálu *Božena* lákaly zajímavě zpracované “autentické fun facts” ze života české spisovatelky; ...

Hlavní myšlenkou takové činnosti bylo “budovat komunitu skrze autenticitu”, aby se uživatelé sociálních sítí vraceli k profilům ČT za exkluzivním a autentickým obsahem, který by měli sdílet, diskutovat a tím si udržovali aktivní vztah k marketingovému brandu ČT.

Díky této práci jsem si začal uvědomovat, jak rozdílně mohou různé strany vstupující do dokumentární situace rozumět pojmu autenticita. Přestože to byl nejvíce používaný pojem na tomto pracovišti. Účel takového obsahu byl čistě marketingový, autenticita měla svá pravidla, i když mi nebyla nikým přesně definovaná. Rozhodně jsem ale její pravidla (tak jak jim rozuměli mí nadřízení, osoby před kamerou nebo mí kolegové), několikrát překročil, případně je nedostatečně naplnil.

Rozhovory byly většinou skriptované, otázky, příprava i jejich rámování procházely několika koly schvalování. Odpovědi byly většinou předem dané, což oceňovaly hlavně lidé před kamerou, pro které byla nabídka “autenticky znějících odpovědí” vysvobozením z povinného rozhovoru, který musí absolvovat na místo své obědové pauzy. Výsledná videa, která jsem odevzdával, měla v mých očích na míle daleko od pojmu, kterým se na našem oddělení tak často šermovalo.

Na druhou stranu očekávat “pravost”, “opravdovost”, “hodnověrnost” na pracovišti marketingového oddělení jakékoliv instituce je asi naivní představa. Přesto jsem chápal, že autenticita vytváří klíčovou hodnotu marketingové komunikace, které jsem se účastnil. Jakkoliv hereticky to může znít.

Autenticita je v online marketingu frekventovaný pojem, což považuji za zajímavý paradox, který mě poprvé přinutil se nad obsahem tohoto pojmu zamyslet.

Jak lze hodnotu autenticity obsahového sdělení pro sociální sítě interpretovat a jak toto pojetí autenticity ovlivňuje dokumentární praxi?

V současné době vykonávám obdobnou práci pro Vysokou školu chemicko-technologickou. Vyvíjím populárně naučné formáty pro sociální sítě. Pracuji s výzkumnými skupinami i jednotlivci a vymýšlím způsoby, jak jejich práci popularizovat skrze platformy YouTube, Facebook, Instagram, TikTok nebo podcastové aplikace. Účel je ale opět marketingový, VŠCHT se snaží šířit svou značku mezi širokou veřejnost a přilákat potenciální studenty.

První větší projekt, který jsem pro tyto potřeby připravoval, bylo natáčení dvaceti krátkých dokumentárních filmů, které představí všech 20 studijních programů skrze portréty studentů a jejich výzkumů. Hlavní důraz při zadávání kampaně byl opět kladen na autenticitu, která byla sice vyžadována, nebyla ale nikým blíže definována. Naopak všechny moje pokusy o “vymezení mantinelů očekávané autenticity” byly vyřízeny argumentem, že “od toho jsou tady přece dokumentaristé, aby si s tímhle požadavkem poradili”.

Při výrobě krátkých filmů jsme se štábem na nedefinovaná pravidla “autenticity” často naráželi. Jednou jsme byli autentičtí moc, někdy nesprávným způsobem, jindy zase nedostatečně. A to jak se zadavatelem, tak se samotnými studenty, což ilustruje následující citace emailové komunikace.

“Děkuju moc, to jsem určitě ráda. Akorát upřímně... když by to šlo bez toho, tak já bych to dělat nechtěla. Víím, že se snažíme být pokrokoví, ale v tomhle nejsme a až budu jednou kandidovat na nějakou vysokou pozici ve firmě nebo na Akademii věd, tak bych nerada, aby si ze mě někdo utahoval nebo mě znehodnocoval, jako když se našlo to video bývalého pana ministra zdravotnictví A. Vojtěcha, když zpíval v Superstar.

Tak kdybychom to mohli udělat bez toho, tak bych byla moc ráda a byla mnohem víc autentičtější. No a nebo se vůbec nebudu zlobit, kdybyste to i chtěli natočit s někým jiným, aby to bylo akční a já bych mohla zůstat autentická.”¹

¹ Citace z mé pracovní emailové komunikace se studentkou VŠCHT a postavou krátkého dokumentárního filmu.

Jedná se o malý spor, na který jsme narazili při přípravách natáčení jednoho z filmů. Autorkou emailu je studentka mikrobiologie, která pracuje s antimikrobiálními peptidy, alternativními sloučeninami, jež by dokázaly odolat narůstající antibiotické rezistenci. Naše studentka, řekněme jí třeba Klára, patří mezi špičku ve svém oboru a v laboratoři je v současnosti jedinou ženou. Klára pochází ze silně katolického prostředí, které ji odrazovalo od ambiciózní vědecké kariéry. Rodinné hodnoty jsou pro ni stále velmi důležité, a proto hledá cesty, jak skloubit rodinu a vědu. Jedním z důležitých nástrojů, jakým se vypořádává s vnitřním rozporem, se pro ni stal pole dance. Při tanci zapojuje úplně jiné části mozku než při práci v laboratoři, takže si tancem "čistí hlavu". Nabírá ale také sebevědomí v tradičně vysoce feminizované taneční disciplíně, které si pak přenáší zpátky do laboratoře.

Dramaturgicky vytváří pole dance nečekané anti prostředí, "taneční zrcadlo" k neosobní a standardizované laboratoři, "svobodně intuitivní svět" v opozici vůči "racionálnímu světu vědy". Je to motiv, kterým můžeme vstoupit do obecného tématu nedostatečné podpory žen ve vědě i vnitřnímu sporu postavy vrcholových ambicí vs. tradiční výchovy. Nehledě na to, že oproti pipetování nabízí pole dance možnosti dynamických záběrů a nepřímo marketingově komunikujeme, že studenti zvládají mít své životy a koníčky také mimo školu.

Je třeba zmínit, že režie Klářina dílu se ujala spolužačka z katedry dokumentu, kterou jsem k přípravě kampaně přizval a která se sama pole dance věnuje. Od začátku jsme Kláru ujišťovali, že způsob snímání nebude vulgární. Naopak, že chceme ukázat fyzickou náročnost, kterou je nutné zvládnout, aby byl výsledný dojem z pohybu elegantní.

Jak jsme předpokládali, Klára s takovým nápadem nesouhlasila. To, že něco nelze natáčet tak, jak by si režisér přál, protože s tím postava nesouhlasí, je v dokumentární praxi běžné. Dá se říct, že při natáčení dokumentu toho zpravidla víc nejde než jde. Postavy natáčení zpravidla velmi promýšlí, jaké důsledky jim vstup do dokumentárního situace přinese.

Přijde mi zajímavé, jakým způsobem Klára své důvody argumentuje.

Ve světě propojeném internetem a sociálními sítěmi vytváří dokumentární film jakousi časovou konzervu, kdykoliv dostupnou komukoliv s internetovým připojením. Klára si je vědoma svého mediálního obrazu a jeho možného zneužití. Pohybuje se v konzervativním prostředí, myslí na svou budoucnost a tuší, že by pro ni vykreslená scéna mohla mít dozvuky. Raději chce takové situaci předejít.

Dokumentární film svým postavám rovněž nenabízí žádnou možnost aktualizace. Film o dnešní Kláře může být v rozporu s vývojem a názory Kláry budoucí. Ostatně sama uvádí příklad bývalého ministra zdravotnictví Adama Vojtěcha, který byl mediálně definován svým vystupováním v pěvecké soutěži Česko hledá Superstar². Těmito argumenty Klára hezky demonstruje otázky, které si jako autor pokládám sám:

Jak docílit autentické dokumentární situace, kterou ve výseku dané reality vnímám jako autor, která by nebyla ani manipulací ani potenciálním ohrožením?

Klára zároveň ve své zamítavé zprávě obsáhla i možnou odpověď na tuto otázku, která se skrývá v jejím zacházení přídatkem “autentický”. Domnívám se totiž, že nejde o chybu nebo špatnou práci s cizím výrazem. Ale intuitivně s ním zachází přesně tak, jak autenticitu chápeme dnes, v “době sociálních sítí”.

Klára nabízí cesty, jak být pro kameru “autentickou” navzdory všem nebezpečím, které při své “veřejné autenticitě” vnímá. Chce ji sdílet, ale potřebuje vymyslet mechaniku, jak ji částečně proměnit nebo skrýt.

V krátké odpovědi se manifestuje to, co nazývám “paradoxem autenticity”, se kterým se při své autorské práci i občanském zaměstnání potkávám a chtěl bych se jim blíže zabývat.

Zde si dovolím vyslovit výzkumný předpoklad této diplomové práce.

Domnívám se, že nastala proměna společenského diskurzu ve způsobech, jakými prezentujeme, čteme autentické a očekáváme od tzv. autentického sdělení. A že tato proměna souvisí s plošným rozšířením užívání sociálních sítí.

Část společenského života se propojila s existencí v digitálním prostoru, ve kterém se pohybují jak tvůrci dokumentárních filmů, tak jejich potenciální postavy. Digitální svět a jeho pravidla ovlivňují pravidla světa v offline a naopak. Lze předpokládat, že i metaforická krajina dokumentární tvorby, do které se společně vydávají, prochází podobnou proměnou. A tudíž i pravidla, která aplikujeme na vytváření, vztahování se a čtení dokumentární situace a dokumentárních filmů

²Zdroj:<https://www.super.cz/760143-ken-ze-superstar-se-vraci-do-ministerske-funkce-sledujte-cim-adam-vojtech-uhranul-moderatorku-i-porotce.html>

Cíl a struktura práce

Cílem této práce je nahlédnout požadavek hodnoty autenticity perspektivou proměn, kterými podle teorie post-autenticity tento pojem v současné mediální krajině prochází, a nabídnout možná východiska pro dokumentární praxi, která spatřuji ve vědomém používání režijní metody, která vychází z práce s “autentickým paradoxem”.

Nejprve se zabývám samotným pojmem “autenticita”, jeho teorií i možnými výklady. Vypomáhám si poznatky ze sociálních, filozofických a uměnovědných disciplín. Představuji kontext důležitý pro bližší porozumění tomu, co považujeme za hodnotu autenticity mediálního sdělení s důrazem na sociální média a dokumentární praxi. Zajímá mě, jakým způsobem se konstruují představy o autenticitě v těchto mediálních oblastech a zda-li jsou tyto procesy ve vzájemném vztahu.

Následně krátce představím teorii post-autenticity, kterou aplikuji na konkrétní příklady z dokumentární praxe.

Otázkou proměny v nakládání s pojmem autenticita na sociálních sítích se ve své eseji nazvané *Post-Authenticity and the Ironic Truth of Meme Culture* zabývá britská sociální antropoložka *Jay Owens*. Strategiemi autenticity na sociálních sítích se zabývá česká digitální antropoložka, Marie Heřmanová. Podle mediálních teoretiků, včetně Heřmanové, urychlují sociální sítě již probíhající společenské procesy, proto nelze promýšlet dokumentární autenticitu bez zahrnutí sociálních médií, jež fungují na principech vytváření různých strategií autenticity. Autenticitu v dokumentární tvorbě tedy považuji za nezbytné promýšlet ve vztahu k současnému kontextu, autenticity v sociálních médiích.

Z prací dvojice jmenovaných výzkumnic vycházím, poznatky *Jay Owens* a *Marie Heřmanové* mi slouží jako východiska pro představení teorie post-autenticity i definování pojmu autentického paradoxu a popisu režijní metody, která s tímto paradoxem může vědomě zacházet při natáčení tzv. dokumentárních filmů.

Metodologie

Opírám se o studium a analýzu teoretických textů z oblasti humanitních a sociálních věd: historiografické a literárně teoretické texty *Sincerity and Authenticity* od Lionale Trillinga a *The Theory and History of Authenticity* od Charlese Lindholma; esej *The Age of Post-Authenticity and the Ironic Truths of Meme Culture* antropoložky Jay Owens; poznatky z výzkumu s názvem *Moje pravé (instagramové) já: genderové stereotypy a strategie authenticity mezi českými influencerkami* antropoložky Marie Heřmanové; uměnovědné akademické práce *Autenticita ve světě médií* Hany Malaníkové, *Hraná tvorba v kontexte postupov (kódov) dokumentárneho filmu (na príklade filmov Rosetta a Syn)* Viery Čákanyové a *Smrt dokumentárnímu filmu, ať žije film!* Jana Gogoly ml.; a manifest *Společnost Spektáklů* Guye Deborda.

Dále vycházím z *Teorie sociální konstrukce reality* Petera Bergera a Thomase Luckmanna; *Thomasova teorému* sociologa W. I. Thomase; sociální *Teorie divadla* Ervinga Goffmana; lingvistické teorie *Performativity* J. L. Austina; a filmovědné teorie *Dokumentárních módů* Billa Nicholse.

Pomocí práce s odbornými texty a teoretickými konstrukty nastiňuji současný kontext vnímání authenticity, který vztahuji k oblasti současného dokumentárního filmu a k autenticitě v tzv. dokumentární situaci.

Využívám také hloubkový polostrukturovaný rozhovor s digitální antropoložkou Marií Heřmanovou, pořizený 4. května 2022. Rozhovor vychází z jejího stále probíhajícího výzkumu genderové podmíněnosti tzv. strategií authenticity v prostředí sociálních sítí. Přepis rozhovoru rovněž přikládám k nahlédnutí jako přílohu této práce.

Práci doplňuji osobní reflexí podloženou příklady z vlastní pracovní praxe v oblasti online marketingu pro sociální sítě, které se věnují v rámci svého občanského zaměstnání.

Předkládám i vlastní pojmy (zejména pojem “autentický paradox”), skrze něž nabízím porozumění práci režiséra tzv. dokumentárních filmů, pro kterého je autenticita klíčovou hodnotou. Vycházím ze své praxe režiséra dokumentárních filmů a rozhlasových dokumentů, analyzuji příklady konkrétních situací, na nichž se snažím blíže vysvětlit pojem “autentický paradox”, který považuji za stěžejní. Ve

vědomé práci s “autentickým paradoxem” jako součástí režijní strategie spatřuji a popisuji možná východiska, jak se jako autor v současné tzv. post-autentické době může přiblížit větší autenticitě ve vlastní tvorbě.

Další prameny a literatura

V diplomové práci dále využívám mnou pořízené přepisy video rozhovoru s dokumentaristou a pedagogem *Martinem Marečkem* pro online platformu časopisu Reflex; rozhovoru s digitální antropoložkou *Marií Heřmanovou* pro *Deník N*; citace anonymizovaných respondentek výzkumu *Marie Heřmanové*; výňatky z kurátorského textu *Tiny Poliačkové* k výstavě *The Core of Fantasy* v pražské galerii *Etcetera*; instagramové video příspěvky MMA zápasníka *Paddyho Pimbletta* a společnosti *MultiSport*; citace článků, na které se ve své eseji *The Age of Post-Authenticity and the Ironic Truths of Meme Culture* přímo odkazuje *Jay Owens*.

V práci pracují také s jednoduché citáty několika literárních autorů a autorek, které využívám jako ilustraci tématu a ukázky ze zmiňovaných literárních děl.

Autenticita

Vymezit si “autenticitu” jako předmět výzkumu pro závěrečnou práci zavání příliš širokým a vágním záměrem. Autenticitou jako “objektivní vlastností” se zabývali učenci již ve Starověkém Řecku³ a od konce feudální společnosti se autenticitou, jako hodnotovou vlastností zkoumaných subjektů, zabývají umělci, sociální a humanitní vědci vesměs dodnes. Neexistuje jednotný výklad, jedna přijímaná

³ MALANÍKOVÁ, H. *Autenticita ve světě médií*. AMU; Praha (2013). - dostupné z:

<https://dspace.amu.cz/jspui/handle/10318/8271>

definice, ale spíš plejáda výkladů a interpretací, které se zkusím v následující kapitole představit. “Autenticita” je dnes velmi užívaný pojem, do kterého si ale všechny strany přítomné v komunikaci projektují něco jiného. Nebál bych se tento pojem zařadit mezi tzv. “buzzwords”⁴, což jsou aktuálně trendující slova, fráze nebo floskule, kterými se opentlí libovolné marketingové sdělení za účelem garance nabízeného uživatelského zážitku - autenticky se žije, bydlí, jí, cestuje, miluje, přednáší,

Autenticita je ale také jeden z pojmů bytostně vlastních pro oblast dokumentární tvorby, proto svůj exkurz do různých valérů tohoto pojmu směřuju tak, aby byl co nejvíce podnětný právě pro dokumentární autory a autorky.

Etymologie

Nejčastějším výkladem přídatného jména “autentický” bývají hesla “původní”, “pravý”, “hodnověrný” a “skutečný”. Autentický subjekt můžeme považovat také za “shodující se se skutečností, a tudíž hodný důvěry” a zároveň “věrný svému vlastnímu smýšlení, hodnotám, charakteru, prožívání a podobně”⁵.

*“Tradičně v moderním použití autentický implikuje, že jeví se povaha subjektu odpovídá skutečností, které nejsou smyšlené (...) autenticita je slovo abstraktního podstatného jména vytvořeného ze jména přídatného, které obvykle znamená podmínku nebo kvalitu bytí, kterou popisuje jméno přídatné (...)”*⁶

Do českého jazyka se přídatné jméno autentický dostalo z latinského *authenticus*, jež bylo odvozeno z řeckého *authentēs* ve významu “vlastní rukou konající”.⁷

⁴ Buzzword je nové nebo již existující slovo nebo slovní spojení, které se na určitou dobu stane populárním. Buzzwords často pocházejí z odborných termínů, ale často se z nich díky módnímu používání vytratila velká část původního odborného významu a používají se jen proto, aby zapůsobily na ostatní.

⁵ Zdroj: Slovník cizích slov: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/autenticky>

⁶ MALANÍKOVÁ, H. *Autenticita ve světě médií*. AMU; Praha (2013). - dostupné inline:

<https://dspace.amu.cz/jspui/handle/10318/8271>

⁷ Zdroj: Holub, J.: *Stručný etymologický slovník jazyka českého*. SPN; Praha (1978).

Autenticita jako nová hodnota

Podle amerického literárního teoretika *Lionela Trillinga* se otázka autenticity jako nového hodnotového konceptu začala v evropské společnosti objevovat v průběhu 16. století a souvisela s postupným rozpadem feudální společnosti a nástupem romantizujících tendencí v umění.⁸

Podle Trillinga panoval ve většině předmoderních společnostech vesměs určitý *“samozřejmý společenský řád, který jeho členům zajišťoval bezpečné postavení v bohem posvěcené společnosti”*.⁹ Běžní lidé sloužily lokálním autoritám, lokální autority sloužily církvi a státu a rodina kopírovala tento řád, přičemž roli sakralizované autority vykonával v domácnosti patriarcha.

Postavení jedince vyplývalo z předurčení sociálních rolí a z takto nastavené společnosti téměř nebylo možné vykročit. Otázka *upřímnosti*¹⁰ v této chvíli nebyla na pořadu dne.

*“Nezáleželo na osobní upřímnosti a čistotě úmyslů, ale pouze na tom, zda osoby dokázaly dostát svým závazkům vůči sousedům a příbuzným, které znaly a kteří je znali celý život.”*¹¹

Postupný rozpad feudální společnosti zahájil přesun jednotlivců i rodin z tradičního, stratifikovaného a Bohem posvěceného venkova do smíšených světských měst. Od této chvíle si jednotlivci přestávají být jistí, kým jsou, kam patří a jaká je jejich budoucnost.

*“Začal nezvratný vpád do modernity, kterou lze stručně definovat jako stav života mezi cizinci.”*¹²

V novém prostředí se Ti ambiciózní a dobře situovaní začínají potýkat s vnímaným rozporem předepsaných sociálních rolí, ze kterých se pokouší vymanit a realizovat osobní světské sny o bohatství, moci, lásce, slávě, vzdělání nebo svobodě.

“Potěšení a možnosti sociální mobility se však kryly s pocity odcizení a

⁸ TRILLING, L.: *Sincerity and Authenticity*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts (1972) - dostupné online: <https://www.perlego.com/book/1147528/sincerity-and-authenticity-pdf>

⁹ tamtéž

¹⁰ Podle Trillinga se moderní koncepce autenticity vyvinula se skromnější křesťanské ctnosti - upřímnosti.

¹¹ TRILLING, L.: *Sincerity and Authenticity*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts (1972) - dostupné online: <https://www.perlego.com/book/1147528/sincerity-and-authenticity-pdf>

¹² LINDHOLM, CH.: *The Theory and History of Authenticity* (2007) - dostupné online: <https://hdl.handle.net/2144/19839>

*bezvýznamnosti, stejně jako s možností lsti a podvodu. Bývalí podřízení nyní mohli předstírat, že jsou lepší, než ve skutečnosti byli; původ bylo možné skrývat a nárokovat si vysoké postavení bez jakéhokoli legitimního základu; sousedé se mohli navzájem podvádět a zrazovat a mizet v anonymní městské divočině.*¹³

Rychle se měnící prostředí měst; mobilita; nejednoznačnost sociálních rolí; dogmata nově nastupující protestantské víry, kdy mezi věřícím a Bohem již nestojí žádný kněz, ale každý člověk je osobně zodpovědný za svou spásu; protestantské rovnostářství; změna systému práce, která přestává být dědičná a identitu definující, ale námezdní; ... měly za důsledek, že se z *upřímnosti* stala ve společnosti určující lidská ctnost. Dochází ke zpochybňování předchozích řádů i autorit a vyvstává otázka *“Jak máme vědět, jací skutečně jsme a co od nás Bůh vyžaduje?”*

*“Erozi posvátné hierarchie, roztržštěnosti rolí a pocitu ztráty významu odpovídal upřímný člověk tím, že se spoléhal na vnitřní integritu a navazoval důvěryhodné a smysluplné vztahy.”*¹⁴

Ve společnosti se rozšiřuje pohrdání *“hraním rolí”* typickým pro pokryteckou šlechtu i sociálními rolemi nevolnického postavení. Objevují se úvahy o důsledcích života ve starém řádu na duši individua. Začíná se vyskytovat potřeba vyvážit vnímané zkreslení mezi pravidly a rolemi starého řádu a nově objevenou individualitou v konkurenčním prostředí pracovního trhu. *“Lidé začali věřit, že jejich společné lidství vyžaduje svobodné sdílení skutečných (tedy autentických) citů, v mezilidských vztazích”*¹⁵

Autentičtí hrdinové

Podle Trillinga začala autenticita, tak jako si tento pojem vykládáme dnes, nabývat obrysů díky své odezvě v evropské romantické literatuře na počátku 17. století. Za prvního romantického hrdinu, který si pokládá otázku upřímnosti ke svým hodnotám, považujeme Moliérova Alcesta z komedie Misanthrop.¹⁶ Samozřejmě Moliére, stejně jako navazující romantičtí autoři, nepracoval přímo s pojmem “autenticita”. Portrétuje

¹³LINDHOLM, CH.: *Theory and History of Authenticity* (2007) - dostupné online:

<https://hdl.handle.net/2144/19839>

¹⁴ *Tamtéž*

¹⁵ *Tamtéž*

¹⁶ *Tamtéž*

Alcesta jako morálně povýšeného, pokryteckého a do sebe zahleděného člověka, který si na svět a lidi kolem sebe nárokuje příliš vysoké standardy, kterým není možné vyhovět. Je ale proti společenské přetvářce, zastáncem pravdy. Proto nenávidí lidi, protože jsou buďto špatní nebo ke špatným shovívaví.

*"Člověk má být člověkem a nechť jeho řeč na každém kroku odhalí každému jeho srdce; jeho vlastní pravé já má promlouvat; naše city se nikdy nemají skrývat pod marnivými komplimenty".*¹⁷ Alcestovu "pravdivost", tak jako s ní pracuje Molière, můžeme považovat za ryze negativní hodnotu (Alcest nahlíží své chování jako apriori ušlechtilé, kdežto ostatní postavy nevedou svůj život v pravdě a nemohou se mu tedy rovnat), která nakonec dovede hrdinu do společenské izolace venkova. Přítomnost literárního hrdiny takto se vztahujícího ke světu ale dokládá, že obrysy autentičnosti jako hodnotového měřítka byly spisovatelům a tudíž i evropské společnosti 17. století ve své době už známé.¹⁸

Prvním, kdo vložil autentické hodnoty do svého hrdiny naopak v pozitivním světle, byl podle Thrillinga Denis Diderot ve svém díle Rameauův synovec, jež je dialogem mezi autorem (vypravěčem) se synovcem skladatele Jean-Phillippe Rameaua, Jean-Francoise. V Diderotově podání je Jean-Francois kreativní, důvtipný a napojený na své emocionální prožívání. Diderot jej sám označil za *"zrnko kvasnic, které obnovuje kreativitu a individualitu v ustrnulé společnosti"*¹⁹. Stále je to podvodník, lhář a prospěchář, který se dobrovolně poníží pro zábavu společensky výš postavených, ale narozdíl od ostatních si o svém postavení nedělá iluze, dokáže reflektovat svět a svou pozici v něm takové jaké jsou - protože svět se skládá z mocných a slabých a je potřeba v něm přežít. *"Nikdy nejsem falešný, má-li být můj zájem pravdivý, a nikdy nejsem pravdivý, má-li být můj zájem falešný."*²⁰

Vzniká nový typ "radikálně opravdického" hrdinů, který se již nedokáže ztotožnit s požadovanou přetvářkou, uvědomuje si rozpory světa, je vnitřně rozervaný a pohrdavě se vysmívá buržoazii. Jean-Francoise se stává předobrazem dalších kriminálních, outsiderských a rozervaných "anti-hrdinů" typických pro romantickou literaturu. Hrdinů, kteří si začínají být vědomi rozervanosti vlastního já i rozporuplného stavu světa, jejichž samotná existence v literatuře zavrhuje prostředí,

¹⁷ MOLIÉRE.: *Misanthrop*. Artur; Praha (2016).

¹⁸ LINDHOLM, CH.: *The Theory and History of Authenticity* (2007) - dostupné online:

<https://hdl.handle.net/2144/19839>

¹⁹ *Tamtéž*

²⁰ DIDEROT, D.: *Ramseův synovec*. Svět a my; Praha (1947).

keré je hrdinou (a tedy i spisovateli) považováno za utlačovatelské, ne-autentické, maloměšťácké a neschopné přijmout nespoutanou upřímnost nového typu nekonvenčního hrdiny²¹.

V tento moment se v evropské literatuře formuje nový archetyp romantického hrdiny, kterého již můžeme označit za autentického či svou autentičnost hledajícího. Hrdina, který svým konáním, vztahy či prostou existencí reflektuje rozporuplnost, komplexitu a mnohvrstevnatost lidské existence ve společnosti. Jízlivým výsměchem jako Jean-Francoise; emocionálním sentimentem jako mladý Werther; osamělostí, citovou rozervaností nebo životem ve fyzickém či mentálním vyhnanství v případě Quasimoda, Esmeraldy, Jeana Valjeana, Viléma nebo Divé Bány; cynismem a unavenou apatií Evžena Oněgina, G. A. Pečorina, Oblomova; imaginací a mysticismem v případě hrdinů Marry Shelley, Němcové nebo Erbenových a mnoha dalších.

Autenticita ve smyslu pravdivosti, upřímnosti a otevřenosti hlavních hrdinů a hrdinek romantické literatury je stavěna do přímé opozice k prostředí, kterého jsou součástí. Tím ohrožují své okolí, pro které se stávají nebezpeční, i sebe samotné. Z pravidla končí špatně a na svou ryzost doplácí. V tom vnímám určitý rozpor, který si "představa autenticity" v umění drží dodnes. Autentický hrdina v sobě nese nepopíratelnou spektakulární hodnotu, která evidentně fascinuje čtenáře již od 17. století. Umožňuje nám reflektovat svou vlastní pozici ve světě, postoj ke konání vs. prožívání a projektovat si do hrdinů vlastní tužby, sny a představy. Autenticita a její hledání je nejvyšší ctností, kterou bychom se skrze ně měli jako čtenáři pokoušet integrovat do svého života.

I to je důvod, proč mě fascinuje dokumentární tvorba.

Z pozice autora ale nelze opomenout i druhou seč, kterou podmínka takové charakteristiky postavy má. Vybočení ze společenského řádu, odhalení svých vnitřních tužeb a autentické bytí je i pro fiktivní hrdiny a hrdinky romantické literatury skoro vždy vykoupeno trestem. Proto si myslím, že chápání autenticity v evropské kulturní kolektivní paměti je tvořena ze dvou mentálních - "ctnost opravdovostí" a "trestem za ni". V tom vnímám první zajímavý paradox, hledání a přibližování se ideálu, které je téměř vždy vykoupeno potrestáním. Přitažlivé a fascinující nebezpečí

²¹LINDHOLM, CH.: *Theory and History of Authenticity* (2007) - dostupné online:

<https://hdl.handle.net/2144/19839>

autenticity je prvním z faktorů, které mě přivádí k rozhodnutí se touto hodnotou blíže zabývat.

Potřeba autenticity

Zadávám heslo “authenticity” do vyhledávače aplikace TikTok, nejstahovanější a nejužívanější aplikace současnosti.²² V jednom z prvních odkazů mi americký šéfkuchař ze Silicon Valley představuje správný postup, jak připravit “autenticky americký” sendvič s arašídovým máslem a džemem. Příspěvek má zhruba podobný počet zhlédnutí jako video “terapeuta Jeffa”, ve kterém představuje šest rad, jak si uchovat v partnerském vztahu své “autentické já” nebo příspěvek “Nini”, tiktokerky, která mě v jedné minutě provádí etiketou autentického pití japonského čaje.

Hledání autenticity je jedním z obligátních témat současného městského člověka. Cesty k autentickému prožitku, zážitku nebo bytí jsou stěžejním motivem příčně procházejícím seberozvojovou literaturou a kurzy nebo contentem sociálních sítí. Bez toho, abych se vysmíval nebo jakkoliv hodnotil úroveň jednotlivých článků, knih, a příspěvků, můžu vydedukovat, že množství obsahu zabývající se autenticitou v online i offline formě, reaguje na určitou poptávku po takovém obsahu. A zároveň, že spektrum strategií, skrze které je možné jít této hodnotě naproti, je více než široké.

Autenticita je stále přítomným tématem také ve filozofii, sociálních a humanitních vědách, ze kterých ať už vědomě nebo nevědomě vychází i autoři a autorky “obsahů o autenticitě” případně autoři a autorky přímo “autentických obsahů”.

Do evropského kontextu jej výrazně uvedl jako první francouzský filozof Jean-Jacque Rousseau, který se ve své celoživotní filozofické práci věnuje vztahem mezi “citem”, “bytím” a civilizačními pravidly. Ve svém textu O společenské smlouvě jako první prohlásil, že se *“člověk se rodí svobodný, ale všude je v okovech”*²³. Ačkoliv od vydání díla O společenské smlouvě uplynulo mnoho let, odborná debata o autenticitě je stále živá a neuzavřená a s rozšířením nových médií se navíc stále komplikuje.

²²Zdroj:<https://www.cnet.com/news/social-media/tiktok-is-the-most-downloaded-app-worldwide-in-2022-so-far-analyst-says/>

²³ROUSSEAU, J. J.: *O společenské smlouvě*. Aleš Čeněk; Praha (2002).

Následující výňatek představuje krátké shrnutí klíčových vědeckých poznatků a teorií o autenticitě, od Rousseaua po současnost, které přímo pro tento účel přímo přebírám z disertační práce *Autenticita ve světě médií* Hany Malaníkové z roku 2013.

“(…) Je zajímavé sledovat, kam jednotliví autoři umisťují zdroj autenticity.

Rousseau ho viděl v návratu k původnímu přirozenému stavu, ve kterém je člověk svobodný, spojený se svým vnitřním autentickým hlasem, hlasem přírody, a mimo negativní vlivy společnosti. Herder mluví o subjektivním měřítku lidské existence, kterému je třeba zůstat věrný. Kierkegaard spatřuje zdroj autenticity v oddanosti k subjektivní pravdě a permanentním uskutečňování existenciální volby sebe samého. Pro Marxe spočívala autenticita v procitnutí z falešného vědomí, poznání a naplnění svých potřeb, v emancipaci skrze aktivní, tvůrčí sebeuskutečnění. Husserl hledal zdroj autenticity ve vztahu k okolnímu světu - přirozený postoj totiž znamená žít ve skutečnosti tak, jak se nám dává. Heidegger a Sartre považovali autenticitu za označení vlastního lidského bytí, které bezprostředně chápe svou existenci, nezastírá si svou osudovou předurčenost k smrti a přitom se nezabývá odpovědností za svou svobodu a činy. Představitelé frankfurtské školy Benjamin a Adorno upozorňují, že kulturní průmysl a reprodukční technologie zbavují umělecká díla jejich autentičnosti a magické aury. Za poslední oázu autentické aury považovali oba avantgardní umění. Riesman v diagnóze mediální společnosti pokračuje, když ji nazývá vnějškově řízenou strukturou, ve které se autorita přesouvá do rukou médií a veřejného mínění, důsledkem čehož za své vlastní autentické potřeby mylně označujeme potřeby a přání těch druhých.”²⁴

Shrnutí slouží pro rychlou orientaci v rámci vývoje přemýšlení o autenticitě. Já se budu blíže věnovat autorům a autorkám, kteří se zabývají autenticitou ve věku masových médií a jejich výchozí pozice je více sociologická nebo antropologická, přímo zaměřená na média, případně kombinuje vyjmenované.

²⁴MALANÍKOVÁ, H.: *Autenticita ve světě médií*. AMU; Praha (2013). - dostupné online:

<https://dspace.amu.cz/jspui/handle/10318/8271>

Strategie autenticity

“Pro mě je tohle velmi složitý, protože často ty nároky, které na tebe lidi mají, jsou v rozporu - oni očekávají, že budu nějak real a že budu sama sebou, ale největší engagement mám na postech, kde vypadám úplně stejně jako všichni ostatní. A my se tady teď bavíme o strategiích autenticity, ono to vlastně ale ani nedává smysl? Jediný způsob jak být autentická, je prostě být sama sebou. Ale upřímně, já už jsem potom nevěděla, jak tohle vlastně mám udělat, protože já už jsem nevěděla, kdo jsem.”

(Soňa, respondentka výzkumu Marie Heřmanové, *Moje pravé (instagramové) já: genderové stereotypy a strategie autenticity mezi českými influencerkami*, Sociologický ústav AV, 2021)

V této kapitole představím základní teoretické koncepty a pojmy, které považuji za klíčové pro porozumění autenticitě v současné mediální krajině. Soustředím se na teorie autorů a autorek, kteří reflektují autenticitu ve vztahu s masivním nástupem médií, s důrazem na vývoj sociálních sítí.

Podle digitální antropoložky, Marie Heřmanové, se současné přemýšlení o autenticitě ubírá směrem, který nechápe autenticitu jako inherentní kvalitu subjektů, jež je jim existenčně vlastní. Jedná se o důležitou hodnotu, která je výsledkem určitého komunikačního procesu odehrávajícím se skrze “vyjednávání” mezi producenty obsahu a jejich publikem. Díky vlivu sociálních sítí se autenticita stává součástí *performativního*²⁵ chápání identity každého uživatele. Můžeme jí také označit za určitou *“komoditu na trhu s pozorností”* a způsob sebe prezentace, který

²⁵ Koncept performativity poprvé popsal filozof John L. Austin, podle kterého je performativita síla jazyka způsobovat změny ve světě. Jazyk svět pouze nepopisuje, ale zároveň je to také forma sociálního jednání. Austin vyslovil názor, že existuje rozdíl mezi konstativním jazykem, který můžeme hodnotit jako pravdivý nebo nepravdivý, a performativním jazykem, který ve světě vytváří změny. Na Austina navázala Judith Butler, která se zabývá performativitou genderu, jež je podle ní nepřetržitým, sociálně konstruovaným aktem řady performativních aktů. Performativita je tedy proces formování subjektu, který vytváří to, co má popisovat, a probíhá prostřednictvím jazykových a sociálních praktik. V návaznosti na Austina s Butler je koncept performativity hojně zkoumán v antropologických, lingvistických, sociálních nebo ekonomických disciplínách.

nám umožňuje konstruovat a zároveň performovat vlastní identitu světa. Její hodnota je proměnlivá v čase a prostoru a vychází z aktuálních trendů.²⁶

“Internet a sociální sítě jsou silně normativní prostředí, které ukazuje, že můžeme být tím, čím chceme, pouze pokud se pohybujeme ve vymezených mantinelech - jejich překročení může mít psychologické i ekonomické následky.”²⁷

Tímto tématem se budu více zabývat v dalších kapitolách.

Společnost spektaklu

První radikální zářez ve vývoji myšlení o autenticitě ve věku massmédií představil francouzský situacionista Guy Debord svým manifestem *Společnost spektaklu*. Debord ve své reflexi postihuje rozpory existence v poválečné společnosti šedesátých let, doby rozvíjejícího se kapitalismu. Vykresluje společnost, která je odcizená od reality, vlivem převládajícího konzumu posedlá reprezentativními a zjednodušujícími obrazy namísto autentického prožitku. Do takového stavu dovedl podle Deborda společnost v šedesátých letech diktát “pseudospotřeby”, která sebou do našich životů vnáší aspekt “neomezené umělosti” a z něj vycházející “spektaklu”, tedy jakousi falešnou nápodobu společnosti. *“Veškerý život společnosti, v nichž vládnou moderní podmínky produkce, se jeví jako obrovská akumulace spektaklu, vše, co bylo dříve prožívání přímo se vzdálilo v reprezentaci.”²⁸*

“Pseudospotřebu vnucovanou v rámci moderní konzumace nepochybně nelze postavit do protikladu k jakékoliv autentické potřebě či touze, jež by sama nebyla formována společností a jejími dějinami. Nadbytkové zboží tu však představuje naprosté přerušení organického vývoje sociálních potřeb. Jeho mechanická akumulace uvolňuje určitou neomezenou umělost, před níž živoucí touha zůstává bezbranná. Kumulativní síla nezávislé umělosti s sebou všude nese falzifikaci sociálního života.”²⁹

“Skutečnost” a její pouhé “obrazy” tvoří ve své oddělenosti jednotu jednoho světa, navzájem se potvrzují a oboustranně přemýšlejí:

“Není možné proti sobě abstraktně stavět spektakl a skutečnou sociální činnost; toto zdvojení je samo o sobě zdvojeno. Spektakl, jenž převrací skutečnost, je prakticky

²⁶ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

²⁷ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

²⁸ DEBORD, G.: *Společnost Spektaklu*. Intu; Praha (2007).

²⁹ *Tamtéž*

*produkován. Žitá skutečnost je zároveň zároveň materiálně zahlcená nazíráním spektaklu a sama o sobě přebírá spektakulární řád tím, že mu vysloveně přitakává. Objektivní skutečnost je přítomna na obou stranách. Každý takto ustálený pojem je založen pouze na přechodu ke svému protikladu: skutečnost vyvstává ve spektaklu a spektakl je skutečný. Toto vzájemné odcizení je podstatou a oporou stávající společnosti.”*³⁰ Spektákl se podle Deborda nezajímá o podružnosti, složitosti a rozpory reálných skutečností, ale jeho zájem spočívá v prezentaci zjednodušeného jednoslabičného obrazu reality, který upřednostňujeme. Ztrácíme tedy schopnost vztahovat se ke skutečnosti, neboť realitu, jež nás obklopuje, vytváří pouze její reprezentativní obrazy.

Ačkoliv se o tom sám Debord nezmiňuje, protože jednoduše za doby jeho života neexistovala sociální média, lze dnešní SoMe³¹ vnímat jako krystalickou manifestaci spektaklu, před kterým Debord varuje. Minimálně skrze SoMe nabourává Spektákl naše představy o vlastní autenticitě. Stejně jako respondentka Soňa přemýšlíme do určité míry nad vlastním sebeobrazem jako nad produktem; “komoditou kterou lze monetizovat na trhu s pozorností”, potenciálním pracovním trhu a podobně.

Obraz sebe sama, který umísťujeme do online prostředí, je vědomým nebo nevědomým, vysoce kurátorovaným produktem, který nám v očích ostatních pomáhá získat v “obraz skutečnosti”. Ve světě sociálních sítí jsme všichni do určité míry produkty a s každou výměnou profilové fotografie se manifestuje vědomé nebo nevědomé přemýšlení o tom, jak se chceme jevit, jak chceme být vnímáni, a tudíž jakým typem produktu chceme nebo potřebujeme zrovna být. *“Spektákl je afirmací zdání a ztotožněním veškerého lidského společenského života s veškerým zdáním.”*³²

Spektákl slouží různým zájmům (politickým, marketingovým, ekonomickým, pracovním apod.) a nelze ho kritizovat, neboť jakákoliv reflexe vychází vždy zevnitř takového systému, na kterém nutně participujeme už jen tím, že v něm existujeme.

Jedinou možností, jak tento systém narušovat, je vytvářet situace, jež vytrhávají jednotlivce z každodenního života ve spektaklu a vytváří nové zážitky, jež nejsou

³⁰ DEBORD, G.: *Společnost Spektáklů*. Intu; Praha (2007).

³¹ Zkratka používaná pro označení obecné Social Media, kam pod kterou lze řadit libovolné internetové platformy poskytující uživatelskou platformu pro komunikaci, sdílení, publikování, tvorbu a hodnocení informací. Každá platforma nabízí vlastní přidanou hodnotu (Twitter; Facebook; Instagram; TikTok; Tinder; YouTube; Spotify; a mnoho dalších)

³² *Tamtéž*

zaštitěné koupí nových produktů. Debord tak položil základy filozofie situacionismu, uměleckého avantgardního hnutí, které se právě o vytváření takových vytržení směrem k autentickému sociálně sdílenému prožitku pokoušelo.

Možnosti vytrhávání diváků směrem k autentickému prožitku pomocí dokumentárního filmu budu rozvíjet v poslední části této práce.

Teorie sociální konstrukce reality

Teorie sociální konstrukce reality pochází ze stejnojmenné knihy amerického sociologa Petera Bergera a jeho německého kolegy, Thomase Luckmana. Podle této dvojice vzniká sociální realita vzájemnou interakcí mezi členy společnosti.

“Jakákoliv činnost, která se často opakuje, vtělí do vzorce, který pak může být v budoucnu znovu prováděn stejným způsobem a se stejným úsporným úsilím.”³³

Tento proces nazývají autoři procesem habitualizace, jenž se děje v součinnosti s přijímáním vzorců, které již byly vytvořeny před námi na základě společenského zvyku nebo tradice. Sociální realita je podle této teorie tedy jakýsi jakýsi konsenzus, který ve svém důsledku udává i parametry tomu, co je považováno za autentické a co již nikoliv. Typickým příkladem této teorie mohou být společenské instituce jako manželství, škola, gender, rodina, umění nebo film, a tedy i ten dokumentární, jeho hodnoty, parametry, institucionální, autorské nebo divácké konvence.

Sociální realita a autenticita nejsou tedy konstanty, ale měli bychom na ně nahlížet spíše jako na hodnoty proměnné a vázané na kontext konkrétního času a prostoru.

Tato teorie je také v souladu se sociologickým konstruktem známým jako Thomasův teorém amerického sociologa W. I. Thomase, který říká, že pravdivost událostí dokládají její následky. Nebo také, že pokud je situace lidmi chápána jako reálná, lidé k ní jako k reálné situaci začnou také přistupovat, uzpůsobí tomu také své chování a situace se tedy stává reálnou ve svých následcích, které lidem do života vnese. Thomasův teorém slouží sociálním vědcům jako připomínka toho, že naše chování nemodeluje pouze objektivní faktografické údaje a empiricky ověřitelné informace. Ale také význam, který jednotlivým situacím jako jedinci i jako společnost udělujeme. Pokud se v malé obci na havlíčkobrodsku pohne během mše svaté kříž,

³³BERGER, P., LUCKMANN, T.: *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii věděni*. CDK; Praha (1999).

věřící o této události začnou vyprávět a nahlížet na ni jako na transcendentní, z malé obce se v návaznosti na to stane poutní místo, kam se začnou sjíždět věřící z celé republiky, aby spolu prožili transcendentní přítomnost a v reakci na to je umučen farář, který toho dne sloužil svatou mší; je vlastně úplně jedno, zda-li skutečně v Číhošti nastal v prosinci roku 1949 zázrak nebo ne - událost se stává zázračnou ve svých důsledcích na životy lidí, kteří ji za zázračnou označí a prožívají.

Pokud se tedy vrátíme k otázce hledání “autentické hodnoty subjektů nebo situací”, po vzoru sociologů Bergera, Luckama i Thomase můžeme si pomoci tím, že je tato hodnota určena jak společenskou shodou, tak našim rozhodnutím k nim jako k autentickým subjektům a situacím přistupovat.

Všichni hrajeme divadlo

Kanadsko-americký antropolog a sociolog Erving Goffman přidává do této relativistické konstrukce sociální reality ještě tzv. *divadelní perspektivu*, kterou považují za důležitou pojmenovat a zároveň tím zkomplikovat hledání hodnoty autenticity. Goffman vychází z perspektivy divadla; mluví o životě jako o divadelním prostoru rozděleném na “jeviště” a “zákulisi”. Říká, že lidé jsou aktivní a vedoucí postavy, nepovažuje je tedy za pasivní hráče. Máme znalosti a zkušenosti, které pohání naši schopnost se rozhodovat.³⁴ V prostoru “jeviště” jsme aktivní v procesu chování a prezentace, hrajeme určitou sociální roli, kterou Goffman vykládá, jako “stanovený vzorec chování”.³⁵

Vědomé hraní role na jevišti se děje na základě procesu, který Goffman nazývá “managementem dojmů”; jde o jakýsi teoretický nástroj interakce, kdy se snažíme aktivně ovlivňovat dojmy, které pro ostatní vyvstávají na základě právě probíhající sociální interakce.³⁶ Na předním jevišti se tedy pokoušíme kontrolovat a řídit, jak nás ostatní přítomní vnímají, podílíme se na své sebe prezentaci a jsme spoluvůrci svého sociálního obrazu. Podle Goffmana se tedy chováme jinak, jsme-li si vědomi přítomnosti alespoň jednoho dalšího pozorovatele, neboť předpokládáme, že máme podat výkon navázaný na naši “sociální roli”.

³⁴ Tato teorie je poněkud zjednodušující, protože do jaké míry jsou naše kroky a motivace vědomým individuálním rozhodnutím, nad kterým máme kontrolu, a do jaké míry jsme kulturně, sociálně, třídně, genderově, historicky, psychologicky, a podobně. determinováni, je samozřejmě jednou ze stále otevřených otázek sociálních a humanitních věd dodnes.

³⁵ GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. Praha; Portál; (2018).

³⁶ *Tamtéž*

“Zákulisí” je na druhou stranu prostor, který nám poskytuje úkryt před zraky druhých lidí, ve kterém si nacvičujeme své sociální dovednosti, masky a role, jež využíváme v každodenním životě na jevišti.³⁷

Goffman rozlišuje další ještě prostory, které nazývá regiony, ve kterých určité aspekty své osobnosti ukazujeme určitému okruhu diváků; pracovní kolektivy, školní kolektivy, rodinné kolektivy, Podle Goffmana jde o obecný princip organizace, který byl ve společnostech přítomen vždy a bez kterého by ani nemohly existovat.

Pokud tedy přijmeme Goffmanovu divadelní analogii, zákulisí je prostor, ve kterém se nejvíce přibližujeme něčemu, co lze nazvat “autenticitou”. Je to prožívání a utváření sebe sama v bezpečném a ryze soukromém prostředí, časoprostor, ve kterém jsme teoreticky nejvíce “skuteční”, bezpečně navázání na naše aktuální hodnoty, vnitřní integritu a “skutečný projev”. Jsme v těsné blízkosti ideálu sebe sama.

Vědomá hra s propustnou hranicí mezi “jevištěm” a “zákulisím” je princip, ze kterého vychází podstata sociálních sítí a naší přítomnosti na nich. Vědomé užívání “strategií autenticity” za účelem konstrukce “autentického sebeobrazu”.

Zároveň je to také prostor, ve kterém se pokouší při dokumentární situaci pohybovat společně se svými hrdiny i filmoví autoři se svými štáby. Z logiky Goffmanovy teorie, která realitu rozděluje na veřejnou, definovanou aspoň jedním divákem, a soukromou, definovanou čistou samotou, za vědomého procesu managementu dojmů, se tak nabízí otázka, jestli je touha po dosažení “autentického” obrazu druhého člověka na kameru vůbec možná.

Autenticita a sociální síť

³⁷ GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebezprezentace v každodenním životě*. Praha; Portál; (2018).

Antropoložka Marie Heřmanová se ve svém výzkumu pro Sociologický ústav Akademie věd zaměřuje na tzv. digitální antropologii, která studuje chování uživatelů v digitální prostoru internetu a sociálních sítí, jak sociální sítě ovlivňují lidské chování, společenskou dynamiku a jejich vzájemné vazby s offline realitou. Poslední dva roky vede projekt, jenž se zaměřuje na české a částečně britské influencery³⁸ a zkoumá procesy, jakým způsobem se na sociální síti Instagram konstruuje obrazy autentického ženství a mužství, stejně jako proces konstrukce a kodifikace předsudků, hate speech nebo fenomén dezinformací.

Antropologický výzkum tradičně vychází z emické perspektivy, tudíž i Heřmanová na fenomén autenticity nenahlíží z vnějšího celospolečenského kontextu, vyhýbá se, podobně jako já v této práci, hypotézám a předem stanoveným definicím. Jde zde o významy a představy, jak je vnímají a zakoušejí sami aktéři. Metodou zúčastněného pozorování a rozhovorů se pokouší popsat, jak autenticitu chápou a nakládají s ní samotní influenceři.

Sociální sítě nabízí poměrně novou mediální platformu pro tzv. obsah generovaný uživateli (user generated content), který smazává rozdělení tradičních tvůrců mediálního sdělení (televize, noviny, film, ...) a pasivních příjemců informací (obecenstvo, čtenáři, diváci, ...). *“Sítě přináší do mediální krajiny praktiku, že tím aktivním výrobcem sdělení můžeme být nově my všichni. Ne všichni to děláme, ale všichni využíváme obsah platformy a důležité je, že ten původně jednostranný vztah tady není ani dvoustranný, ale spíš mnohostranný proud různých informací mezi různými aktéry. Takže se tam částečně smazává rozdíl mezi tím, kdo je producentem a kdo konzumentem obsahu, protože všichni jsme do jisté míry obojí.”*³⁹

SoMe slouží uživatelům k formám (sebe) prezentace a nabízí k tomu širokou škálu technologických nástrojů. “Autenticita” příspěvků je v rámci mechanismu sítí hodnocena uživateli i jejich algoritmy⁴⁰ a je “oceňována pozorností”, která pro tvůrce

³⁸ Podle Heřmanové může být definice influencerství několik. Jedná se o jakéhosi mluvčího a tvůrce určitého obsahu v globálním mediálním ekosystému. Je to uživatel, který pracuje se svou “osobní značkou” v rámci “ekonomiky pozornosti” (attention economy), který praktikuje para-sociální vztahy se svými followers. Může to být kdokoliv, kdo má aktivní profil na sociální síti a je schopen ho zpeněžit. Příklad z výzkumu Heřmanové, kdy influencerka definuje samotní influenceři: *“Může to být kdokoliv, kdo je zajímavý a má co říct. Ono na tom tolik nesejde, protože cokoliv děláš, kdokoliv jsi, tak ono si to najde publikum a nad ním pak můžeš mít nějaký vliv, protože prostě je zajímavý a zajímavá je tvůj život.”*

³⁹ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou (v příloze)

⁴⁰ Algoritmus si můžeme představit jako určitý mechanismus, za kterým stojí umělá inteligence. Ta mimo jiné vyhodnocuje data získaná z činnosti uživatelů na konkrétní síti, zprůměrovává je a na základě vlastní agendy šíří mezi další uživatele.

obsahu představuje potenciální možnost zpeněžení vlastní práce. Zároveň formy prezentace podléhají aktuálním trendům a náladám na síti i mimo ni. Lze tedy tvrdit, že autenticita v prostředí sociálních sítí splňuje performativní charakter.

Uživatelé nakládají s vlastní autenticitou velmi intuitivně, protože jde přesně o typ druh konceptu, který všichni nějak tušíme, ale nedokážeme jej definovat *“když to vidíš, tak to poznáš. Jde spíš o vnitřní pocit,”*⁴¹. Význam autenticity na sociálních sítích tvoří pro uživatele formu jakéhosi nepsaného ideálu, ke kterému se vztahujeme *“všichni tím chceme být, nebo tak chceme aspoň působit. Jako společnost považujeme za ideál života autentický život. Sociální sítě ti nabízí nástroje, které umožní tvořit obraz, že k takovému ideálu máš blízko. Nikdo nechce říct, že je úplně fake. Většina lidí zároveň využívá sítě na nějaké přirozené neuvědomělé bázi, kdy třeba hledáš skříně za odvoz. Takže působení nějakých komunikačních vzorců na náš život není úplně zvědomělé.”*⁴² Jako uživatelé jsme tedy spíše ve vleku těchto procesů.

Podle Heřmanové je neproduktivní uvažovat o autenticitě jako o hodnotě, která je inherentně daná nebo určená jednotnou autoritou. Autenticita se zde formuje ve vztazích, vzájemném působení *“a všechno je to nějaká **performance**, nějaká reprezentace ideálu.”*⁴³

*“Pro mě je nejzajímavější ten performativní aspekt komunikace, jak se to na instáči vyjednává. Neexistuje žádný orientační bod. Mě zajímá, jak si autenticitu definují ti lidé. Jak se to vyjednává ve vztahu mezi influencerkou a jejím publikem, jak ona se snaží něco autenticky prezentovat a co jí ti lidé nakonec za autentické uznají. Není to žádný fixní koncept, ale je to něco, co se neustále vyjednává a v tom vztahu se proměňuje. Hranice se neustále posouvají a na každé té platformě jsou vlastně jiné.”*⁴⁴

Samotné influencerky v tom vnímají rozpor, který některé reflektují více, jiné méně.

“Říkají, že by chtěli s lidmi mluvit opravdově, protože vnímají, že jejich profil je jejich identita a není to jenom kšeft. Zároveň bojují s tím, že když tam dají fotku v

⁴¹ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

⁴² *Tamtéž*

⁴³ *Tamtéž*

⁴⁴ *Tamtéž*

bikinách, která ti vygeneruje obrovský engagement⁴⁵ a ty se tím instagramem živiš, takže to potřebuješ, ale zároveň jde focení v bikinách proti tvému vnitřnímu naturelu. Takže ty holky balancují mezi tím, co po nich chce platforma, jaké je očekávání publika a kde jsou jejich vlastní hranice.”⁴⁶

V tom mohou být sociální sítě matoucí, protože díky rychlosti často prezentují několik protichůdných informací najednou. Což podle Heřmanové prokazuje, že **“autenticita” je sociální konstrukt vzniklý na základě neustálého vyjednávacího procesu.**

Pro uživatele sociálních sítí je proto velmi náročné tuto hranici neustále ohledávat, protože lze také snadno překročit “hranici ztotožnitelnosti”, což může mít za následek negativní zpětnou vazbu, která sebou nese ekonomické nebo psychologické dopady na jejich offline realitu.

Dobrý příkladem takového překročení může být vyjádření politického názoru nebo aktivismus. Podle Heřmanové ještě před několika lety bylo přihlášení se k politickému smýšlení chápáno jako gesto, které překračuje hranice líbivého obsahu Instagramu, kdy se influenceři vyjádří k nějaké kauze nebo vysloví svůj názor. *“Dneska je to brané zase jako strategie, jak se prodávat, protože si aktivismus mezitím stihly přivlastnit korporace, začaly používat aktivistický messeging a vykleštily toto gesto o jeho původní upřímnost - aktivismus korporací a potažmo influencerů je performativní právě proto, že už je tam ta úvaha, jak chceš být společensky vnímaný, před tím, jestli ti ta kauza opravdu leží na srdci.”⁴⁷*

Autenticita jako performance

Heřmanová se zabývá tzv. strategiemi autenticity v online prostoru. Tedy vědomými a nevědomými strategickými volbami uživatelů, kterými působí na své obecenstvo, aby vyvolali dojem tzv. autentického projevu.

Stejně jako dokumentaristé i influenceři tedy sledují určité kódy autenticity, kterými dokumentují a prezentují svůj život na sociálních sítích. Proto je myslím dobré si tyto principy představit.

⁴⁵ Engagement - pojem ze světa online marketingu. Označuje přímou interakci uživatele s webem a jeho obsahem. Engagement vyjadřuje kolik lidí reagovalo na publikovaný obsah. Na Facebooku se za takovou odezvu zpravidla chápe kliknutí na tlačítko Like, napsání komentáře či přsdílení příspěvku.

⁴⁶ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

⁴⁷ *Tamtéž*

Pokud chceme pochopit mechanismy strategií autenticity, je třeba překročit rozdělení rozdílné identity uživatelů v online a offline světě, reprezentativní vs. performativní chápání autentické identity.

Je naše online já jakousi separátní reprezentací offline identity, která funguje pouze v kyber prostoru? Znamená to, že se online můžeme stát kýmkoliv chceme bez všech limitů, které zažíváme v offline prostoru?

Podle Heřmanové se zase jedná o komunikační vyjednávací proces, který odráží podobné mechanismy, jako v tzv. reálném životě nebo při dokumentárním natáčení a je neproduktivní to vnímat jako dvě oddělené reality, protože z hlediska každodennosti to tak nefunguje. Z hlediska každodennosti a její žité praxe se totiž obě reality prolínají. *“Jasně že ve škole se chováš jinak než doma. Takže se i na Instagramu chováš jinak než ve škole. Prostě je to jen jiné prostředí, ve kterém všichni hrajeme divadlo a hrajeme ho jinak za jiných podmínek, než třeba tady teď v kavárně, v tramvaji nebo v práci. Ale je to zároveň prostředí, ve kterém se reprodukuje rasový, genderový stereotyp a všechny další nerovnosti. Internet na jednu stranu reflektuje realitu, ale také ji proměňuje. Stejně jako, když se naučíš něco ve škole, tak to změní tvé chování doma a naopak.”*⁴⁸

Informace se stává (ne)autentickou jak ve svých důsledcích, které do reality přináší (Berger, Luckmann, Thomas), tak při samotném procesu “zaznamenávání”, neboť podléhá pravidlům reprezentace daného časoprostoru - autenticita se tedy performuje (Goffman, Austin, Butler, Heřmanová).

Strategická práce s “neučesaným” sdělením

Sociální sítě mohou nabídnout určitý typ estetiky, který původně začal jako uměle vymyšlený vzorec, ale uživatel jej přijme a pomocí strategické práce s okázalou nedokonalostí nebo neučesaností jej dokáže prezentovat publiku jako součást svého autentického projevu.

Heřmanová popisuje strategickou práci s “neučesaným” prvkem takto:

“Holka si ladí feed, který podléhá aktuálnímu trendu. Z podstaty vyfabrikovaná věc. Pak ale k příspěvku umístí behind the scenes video s klasickým komentářem: holky

⁴⁸ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

podívejte se, kolik mi ta fotka dala práce a není to vlastně realita, ale je to vyfabrikované. Tím podpoří v obecnstvu představu autentického spojení, protože hele, já jsem člověk jako vy - když ukážeš, jak ta fotka vznikla, tak to ocení reakcí a zpětně jí pak hodnotí jako nově autentickou jak ona, tak i její okolí.”⁴⁹

V této praxi influencerů, kdy zařazením strategicky autentické “neučesaného” prvku do proudu svého běžného feedu “verifikují” jak samotný krok, tak zpětně i zbytek feedu a potažmo charakter obsahu svého celého profilu jako “autentický”, vnímám podstatu toho, co v této práci později nazývám “autentickým paradoxem”. Strategická práce s ostentativní neučesaností, nedokonalostí a neprecizností sdělení je na sociálních sítích synonymem autentičnosti. V tomto se tedy mediální krajina nebo tzv. pole sociálních sítí neliší od pole dokumentaristiky.

Heřmanová se soustředí na genderové rozdíly v užívání strategií autenticity. Popisuje, že muži tíhnou častěji k autoritativním formám opinion-leadrů, které nepodporují přímou interakci s publikem a ženy častěji upřednostňují intimní autenticitu navázanou na budování komunity.

Ekosystém sociálních sítí a na něm probíhající “trh s pozorností” kodifikuje jako autentické ty příspěvky, které jsou všemi účastníky procesu vyjednávání vyhodnocené jako “intimní”, “syrové”, “potenciálně zranitelné”, “názorově otevřené” nebo “nepřikrášlené”.⁵⁰

Pokud tímto procesem příspěvky uživatelů projdou, zvolený narativ je společenstvím sítí uznán jako autentický.

“Existují jednotlivé trendy. Uživatelé na sítích na ně naskakují a performují tak část reality, která není přímou reprezentací jejich každodennosti mimo sítě. Ale oni svůj profil považují za část vlastní osobnosti, svůj narativ. Sítě jsou pro ně nástrojem, jak to vyprávět a zároveň tím vytvářet tuhle část. Nelze nakreslit čáru, co z toho je a není autentické. Vzniká z toho autentický brand.”⁵¹

V tomto aspektu se realita SoMe neliší od reality dokumentární praxe - diváci, tvůrci i samotné dokumentární postavy běžně neoddělují mezi “dokumentárním já” a “nedokumentárním já”. Do dialogu o autenticitě dokumentární situace běžně všichni

⁴⁹ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

⁵⁰ *Tamtéž*

⁵¹ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

vstupují s tím, že výsek reality zprostředkovaný procesem filmového natáčení je v souladu s realitou, která přesahuje a existuje mimo dokumentární natáčení - před ním, mimo něj i po něm.

Proměňují sociální média realitu / proměňuje realita sociální média?

Sociální sítě jsou v rámci mediální krajiny absolutně nízkoprahovým médiem. Jsou tedy dostupnější mnohem širší skupině diváků, než je film, televize a rozhlas, což jsou tradiční média, která doposavad formovala diváckou konvenci o tom, co je a není vnímáno jako autentická informace. Dá se tedy předpokládat, že jejich formativní vliv na každodenní realitu mimo ně je mnohem výraznější.

Na otázku zda-li a jak ovlivňují sociální média “naše” nakládání s pojmem autentický odpovídá Heřmanová takto: *“Obecná poučka říká, že digitální platformy mění naše chování stejně jako jakákoliv jiná technologická změna. Takže nejspíše ano, ale na jasnější odpověď nemám dostatečné množství dat.”*⁵²

Heřmanová zároveň upozorňuje, že sociální sítě jsou pouze komunikačním nástrojem, *“protože to nedělají za nás, pouze urychlují nebo amplifikují určité započaté společenské procesy.”*⁵³

Jako příklad, na kterém lze ilustrovat určitou proměnu tradičního média Heřmanová uvádí podobu současné žurnalistiky. V situaci, kdy na sítích kolují amatérsky pořízená válečná videa z první linie i několik dní předtím, než si toho tiskové agentury vůbec povšimnou, je zbytečné vyvíjet stejný typ obsahu například pro klasické televizní zpravodajství.

*“Tahle situace začíná od médií vyžadovat jiný přístup k informacím, jinou přidanou hodnotu. Přímé svědectví už nestačí.”*⁵⁴

V tuto chvíli lze ale předpokládat, že užívání sociálních sítí zvyšuje uživatelskou gramotnost při vytváření vlastního narativu, jak jsem se dosud snažil ilustrovat.

A zároveň, že představa “autentického zobrazení reality” prochází díky vlivu sociálních sítí svým pravděpodobným rozšířením, jak si ukážeme v následujících kapitolách.

⁵² Tamtéž

⁵³ Tamtéž

⁵⁴ Tamtéž

O čem mluvím, když mluvím o autenticitě v dokumentárním filmu

“Vzhledem k tomu, že dokumentární filmy se týkají světa, v němž žijeme, nikoli smyšleného světa filmového tvůrce, výrazně se liší od nejrůznějších žánrů světa fikčního (science fiction, hororu, dobrodružného filmu, melodramatu, apod.). Vznikají s jinými záměry, patří k nim kvalitativně jiný vztah mezi filmařem a natáčeným, vzbuzují jiný typ očekávání od publika.”⁵⁵

Ve společnosti nerad mluvím o tom, že se věnuju dokumentární filmové tvorbě. Jeden z důvodů je ten, že když začnu popisovat náměty filmů, na kterých aktuálně pracuju nebo jsem už vytvořil, první reakcí často bývá věta *“takže to není tak úplně dokument,”* případně její variace. Následuje většinou neproduktivní diskuze o tom, co je a není považováno za dokumentární tvorbu a jaké jsou její parametry. Můj názor, že za dokumentární film považuji vlastně skoro vše, od amatérských rodinných archivů po poslední pixarovku, protože *“všechny filmy jsou přece do určité míry reprezentací nějakého dobového přemýšlení”* se spíše nepotkává s pochopením.

Rozšířenější bývá představa, že, dokumentární film je audiovizuální dílo, jenž zobrazuje realitu tzv. autenticky, nezprostředkovaně, neučesaně a bez autorských zásahů. *“Autentická”* je taková filmová situace, která je zachycena způsobem *“Co by se dělo, kdyby u toho nebyla kamera”*.

Pokud uznáme teorii performativity jazyka i performativní autenticity, tak kamera proměňuje postavy, jejich chování, způsob vyprávění, jejich pojetí vlastní autenticity, ... Vzniká dokumentární situace, která má sice jinou kvalitativní hodnotu, pro mě je ale podobně autentická, jako situace *“která by se děla, kdyby u toho nebyla kamera”*. I když možná jinak.

Sám autor povinné četby všech studentů dokumentárního žánru, Bill Nichols, tvrdí, že vytvořit stručnou a souhrnou definici dokumentárního žánru by sice bylo možné, neneslo by to však příliš zásadní význam, protože toho případná definice skryje více, než odhalí a vše zkomplikuje. Za vhodný výchozí bod při takovém snažení považuje

⁵⁵ NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

právě výroky laiků, od kterých se odráží, ale zároveň je dále problematizuje a komplikuje. Tyto výroky jsou:

- **Dokumenty vypráví o realitě, o tom, co se skutečně stalo.**

“V rámci alternativního fikčního světa se rozvíjí příběh nabízející vhléd a úvahy o světě, který již obýváme. Proto se k fikci obracíme, abychom porozuměli lidskému osudu (...) dokumentární obrazy obecně zachycují lidi a události, které patří k světu, jež sdílíme, spíše než že by ukazovaly postavy a děje vymyšlené kvůli příběhu, jenž se k našemu světu vztahuje nepřímo či alegoricky (...) přináší důkazy (...) mohou o našem světě vypovídat i jinak, avšak dokument, který překrucuje fakta, pozměňuje realitu, nebo si vymýšlí důkazy, riskuje svůj status dokumentárního filmu.”⁵⁶

- **Dokumenty vyprávějí o skutečných lidech.**

“(...) kteří nehrají ani nepředstavují role. Místo toho hrají, či představují sami sebe (...) skuteční lidé či sociální herci, jak uvedl Erving Goffman (...) představují sami sebe v každodenním životě jinak než jak se předvádí vědomě přijatá role či fikční představení. (...) Ukazujeme-li sami sebe v běžném životě, volíme různé prostředky, jimiž vyjadřujeme svou osobnost, povahu či určité vlastnosti. (...) sebe prezentace není ani taksovojenou maskou, jako spíše pružným adaptačním prostředkem. To znamená, že identita jedince se rozvíjí prostřednictvím reakcí na druhé a není trvalým a nesmazatelným rysem. (...) Jakmile se člověk ocitne před kamerou a vstoupí do interakce s filmovým tvůrcem, sebe prezentace se plně rozvine. Není to totéž jako držet se předurčené role.”

- **Dokumenty vyprávějí příběhy o tom, co se děje ve skutečném světě.**

“Když dokumenty vyprávějí příběh, čím tento příběh je? Filmového tvůrce nebo subjektu? Odvíjí se příběh čistě od události a osob, jichž se týká, nebo je především dílem filmaře, třebaže založeným na realitě? (...) Rozlišování mezi dokumentem a fikcí, spočívá v tom, nakolik příběh svou podstatou odpovídá skutečným situacím, událostem, lidem a nakolik je naopak především dílem filmařovy invence. Vždy však obsahuje alespoň trochu od obou. (...) Pokud by byl dokumentární film prostou reprodukcí reality, nebyly by tyto problémy zdaleka tak vyhrocené. Měli bychom zde jednoduše reprodukcii či kopii

⁵⁶NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

něčeho, co už tu bylo. Avšak dokument není kopií reality, ale reprezentací světa, který již obýváme. Představuje konkrétní pohled na svět takový, s kterým jsme se možná nikdy předtím neseťkali, třebaže jej po faktické stránce známe. (...) Reprodukcí posuzujeme podle toho, nakolik dokáže věrně zobrazit originál (...) Reprezentaci hodnotíme spíše podle toho, jak na nás působí, podle míry vhledu, jež nabízí, a na základě perspektivy, kterou nám vštěpuje. Od reprezentace očekáváme něco jiného než od reprodukce, od dokumentárního filmu něco jiného než od pouhých záznamů faktů.”⁵⁷

Problematická indexové vazba

Podle Nicholse vychází přitažlivost a zároveň problematika autenticity dokumentárního díla z předpokladu sémantické indexové vazby mezi zobrazovanou realitou a její dokumentární reprezentací. Tento předpoklad je *“podpořený specifickými specifickými vlastnostmi čoček, emulzí, optiky, zvukových nahrávacích zařízení a stylů, jakým je například realismus: zvuky které slyšíme, a obrazy jež sledujeme, se zdají být nositeli zjevné stopy toho, co je vyprodukovalo.”*⁵⁸

Díky této vlastnosti se dokumentární obraz jeví jako podstatný důkazní materiál o světě. Což je na jednu stranu pravdou a nakládání s důkazy k situaci dokumentárního natáčení patří, *“a však dokumentární film není pouhým důkazem, ale způsobem interpretace světa a důkazy mu pouze slouží.”*⁵⁹

Do dokumentárních filmů vnášíme předpoklad, že jednotlivé záběry, zvuky a celé scény budou mít vysoký indexový vztah k realitě, kterou zobrazují. Není-li tomu tak, cítíme zklamání. Toto očekávání je důvodem rozdílného vztahování se k autenticitě dokumentárního filmu, než je tomu u ostatních filmových žánrů. Všechny interpretace důkazů mají ale podle Nicholse stejnou platnost, liší se akorát v míře přesvědčivosti, zkreslení či hodnotě autenticity.⁶⁰

⁵⁷NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

⁵⁸Tamtéž

⁵⁹NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

⁶⁰Tamtéž

V tomto názoru se Nichols setkává názorem Jana Gogoly ml., který zastává úplné zrušení pojmu “dokumentární” pro označení celého směru filmové tvorby. Ve svém textu *Smrt dokumentárnímu filmu! Ať žije film!* argumentuje, že *“pojem dokumentární podle mého určuje spíš východiska než cíle”*⁶¹. To znamená, že film vychází přímo z jevů v realitě, nikoli z umělé reality zkonstruované podle představ autorů, ale neznamená, že by tyto jevy musel exaktně dokumentovat, sdělovat o nich konkrétní informace. Dokumentární film může svou iluzivností autenticity umožnit divákovi stát se svědkem a spoluproživatelem nových situací, je schopen otevřít mu oči a ukázat mu realitu zblízka.”⁶²

Pro Gogolu je bezprostřední spjatost s realitou dokumentární situace pro její konstrukci filmovým natáčením důležitá, není však zcela určující. *“Vnímat výraz dokumentární jako synonymum pro objektivní, pravdu, realitu je zavádějící, protože se jedná o kategorie, které jsou samy o sobě - jak to mimo jiné dokládá vývoj společenských věd - problematické a na základě kterých nelze nic apriorně pojmenovávat.”*⁶³

Při svém manifestu dochází ke stejnému názoru jako většina v této práci zmíněných sociálních vědců a tedy, že skutečné je vše, co se za skutečné považuje. *“Bud’ vidíme skutečnost všude anebo nikde. Bud’ je pro nás skutečností i výřez televizní obrazovky anebo jen výřez okna našeho pokoje.”*⁶⁴

Zároveň ve svém prohlášení říká, že *“přítomnost štábu akceleruje určité dění, které by se bez něj možná ani nedělo,”*⁶⁵ pojmenovává Nicholsonem opomíjenou performativní rovinu dokumentárního natáčení, o které mluví Heřmanová⁶⁶.

Pokud uznáme teorii performativity jazyka u pro dokumentární situaci, kterou Nichols nezmiňuje, je potřeba dokumentární tvary podrobovat neustálé reflexi a zpochybňovat slepou víru ve schopnost dokumentů jak realitu zprostředkovávat, tak zároveň ale i reprezentovat, pro potřeby konstrukce autentické hodnoty dokumentárního díla. Právě protože zobrazovaná realita není a nikdy nebude v přímém indexovém vztahu s realitou zobrazovanou procesem filmovým

⁶¹ GOGOLA, J.: *Smrt dokumentárnímu filmu, ať žije film!* FAMU; Praha (2010).

⁶² *Tamtéž*

⁶³ *Tamtéž*

⁶⁴ *Tamtéž*

⁶⁵ GOGOLA, J.: *Smrt dokumentárnímu filmu, ať žije film!* FAMU; Praha (2010).

⁶⁶ Nebo v jiných disciplínách třeba Austin, či Butler.

natáčením. Vzniká nová realita, ze které vyvěrá i nová autenticita, která se performuje samotným natáčením.

“Reflexivní postupy zpochybňováním samotné reprezentace narušují předpoklad, že se dokumentární tvorba zakládá na schopnosti filmu zachytit realitu. Tím, že diváky upomínáme na vykonstruovanost reality, kterou vnímáme, na tvůrčí prvek známé Griersonovy definice dokumentu neboli z “tvůrčího zpracování skutečnosti”, podkopávají tvrzení o pravdivosti a autenticitě na němž dokument závisí. Nemůžeme-li považovat obrazy v dokumentárním filmu za zjevný důkaz určitého rysu žitého světa, čím tedy pro nás mají být? Potlačením této otázky institucionální rámec dokumentární film značně zakrývá složitost vztahu mezi reprezentací a realitou, zároveň však působí jasně a srozumitelně, což vyvolává dojem, že se dokumenty se skutečnostmi dokážou zabývat přímo a pravdivě a autenticky. Právě v tomto tvrzení tkví z velké části přitažlivost dokumentární formy. Je však třeba k němu přistupovat s obezřetností.”⁶⁷

Lze se totiž domnívat, že pro dokumentární situaci platí podobné strategie, které pojmenovává ve svém výzkumu influencerů sociálních sítí Heřmanová. Tedy že i při dokumentární praxi existují jisté jazykové kódy, na základě kterých určujeme hodnotu neučesanosti a tudíž dokumentárnosti a tudíž pravdivosti a tudíž ztotožnitelnosti a tudíž i autentičnosti filmového díla.

Dokumentární kódy

Dokumentární filmy a vše, co považujeme za dokumentární díla, vychází z určité společenské konvence, kterou na tato díla aplikujeme při jejich tvorbě i čtení. Tyto konvence vychází z jazykových kódů, které jsou ve filmovém díle nositeli zprostředkované informace (logické, prostorové, časové, mezilidské a meziobjektové vztahy), které napomáhají ukotvit daný výsek skutečnosti jako navázaný na tzv. objektivní realitu. Tyto vztahy nazývá francouzský antropolog Roland Barthes autentifikujícími referencemi⁶⁸ a ve své práci je ve vztahu k dokumentární praxi dále interpretuje režisérka a pedagožka Viera Cákanyová.

⁶⁷ NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

⁶⁸ ČÁKANYOVÁ, V.: *Hraná tvorba v kontexte postupov (kódov) dokumentárneho filmu (na príklade filmov Rosetta a Syn)*. FAMU; Praha(2009).

“V dokumentárnom filme (na rozdiel od fikcie) vymedzujú tieto referenty žáner nespochybniteľným vzťahom k objektívnej, experimentálne overiteľnej realite (osoba účinkujúca v dokumentárnom filme existuje, má meno, bydlisko, zamestnanie, divák sa s ňou môže reálne stretnúť, lokácie sú reálne, štruktúra spoločenských vzťahov v danom sociálnom prostredí zodpovedá realite). Formálny kontext (spôsob, akým sa vo filme zobrazuje – kóduje obsahový kontext) tiež narába s určitými potenciálne autentifikujúcimi referentami v podobe filmových výrazových prostriedkov (dĺžka záberov, estetika a kompozícia obrazu, pohyb kamery, strihová skladba, spôsob zobrazovania reality, plynutie času), s ktorými inak pracuje dokumentárny film a inak fikcia (aj keď sú tie hranice viac menej iluzórne, pretože informácie môžu zavádzať, forma zámerne manipulovať a formálne kritériá podliehajú módnym trendom).”⁶⁹

Tyto kódy nás vedú, utvrzujú v pravdivosti zobrazovanej reality a z týchto kódů vyviera autentická hodnota, ktorou dokumentárnemu filmu udelujeme. Podoba charakter týchto kódů je v korelácii se strategiami autenticity, jak je popisuje Heřmanová pro situaci na sociálních sítích. Čakányová také popisuje užití těchto kódů jako účelové, za vyvoláním dojmu autenticity, vycházející z neučesanosti, linearity, strategické práce s chybou, intimitou a podobně.

Čakányová dělí dokumentární kódy do dvou kategorií a ilustruje jejich platnost na filmech bratří Dardennů (od každého uvádím jenom několik příkladů):

- **Obsahové**

“Vnímání obsahových kódů je do velké míry individuální záležitostí recipienta, protože odkazuje na jeho osobní zkušenost s realitou. Divák považuje zobrazenou realitu za autentickou, ak sa jej reprezentácia zhoduje s jeho vlastnou podvedomou alebo vedomou reprezentáciou tejto konkrétnej skutočnosti (dekorácie alebo exteriéry, fyziognómia postáv vo vzťahu k ich sociálnej roli a psychológii) (...) Čo sa týka autentifikujúcich referentov vo vzťahu k postavám filmu (motivácie a konanie postáv, prípadne zápletky vyplývajúca z logiky deja alebo psychológie postáv), divák nemusí prežiť rovnaký príbeh, v rovnakom prostredí s rovnakými postavami, aby sa mu zobrazovaný príbeh zdal autentický (autenticita je aj dôležitým predpokladom stotožnenia sa diváka s postavami filmu). Určitá suma skúseností, zážitkov a v zásade aj emócií je spoločná pre všetky indivíduá ľudského druhu, dalo by

⁶⁹ Tamtéž

sa hovoriť o akomsi spoločnom ľudskom vedomí. (...) Dardennovské zobrazovanie reality „pôsobí“ autenticky aj preto, že v ňom hrá pomerne významnú rolu banalita, teda univerzálne platné vzťahy a situácie, s ktorými sa môže divák ľahko stotožniť, pretože sú mu dôverne známe. (...) U Dardennovcov nejde ani tak o náhodné okamžiky akoby mimovoľne zachytené kamerou, skôr o dôležité drobnosti, ktoré dotvárajú postavy smerom k väčšej plastickejši (oblečenie a typické rekvizity, s ktorými postavy manipulujú)⁷⁰

- Formální

“Ručná, dynamická kamera navodzuje dojem, že za hrdinami akoby “nestíha” a preto ich doslova prenasleduje, aby pohotovou reakciou zachytila práve prebiehajúce dianie, živo reaguje na situáciu a pohyby postáv, je akoby účastníkom deja a vo svojej snahe maximálne sa priblížiť k telám postáv často zaberá “neesteticky” niekedy až nečitateľne (vidieť len rozmazané šmuhy, časti tela, vecí). (...) zábery: často blízke zábery, polodetaily alebo polocelky. (...) dokumentárna estetika je formou obrazovej štylizácie a slúži práve autorskému zámeru vyvolať dokumentárny “dojem” authenticity - autori za týmto účelom používajú dôsledný a jednotný spôsob snímania, ktorý má vyzerať “dokumentaristicky”) (...) Zobrazené momenty sú skladané za seba v prísne lineárnej (z pohľadu narácie) strihovej skladbe, ktorá účinne navodzuje dojem, že sa udalosti odohrávajú v reálnom čase (filmový čas je niekedy takmer identický s časom predkamerovej skutočnosti). Práve sugescia reálneho času, dosiahnutá strihom a záberovaním (dlhé zábery bez strihu) je pri navodzovaní dojmu authenticity kľúčová. (...) Paradoxne vierohodnosť filmového rozprávania nezáleží ani tak od svojho obsahu a jeho prekryvania sa so skutočnosťou (obsahové atribúty), ako skôr od spôsobu narácie. „Pravdivé“ rozprávanie vyžaduje akúsi celistvosť a neporušenosť (integrálny realizmus), ktorú rámovanie a montáž narušujú, takže pravda v kinematografii z podstaty neexistuje.”⁷¹

⁷⁰ČÁKANYOVÁ, V.: *Hraná tvorba v kontexte postupov (kódov) dokumentárneho filmu (na príklade filmov Rosetta a Syn)*. FAMU; Praha(2009).

⁷¹ ČÁKANYOVÁ, V.: *Hraná tvorba v kontexte postupov (kódov) dokumentárneho filmu (na príklade filmov Rosetta a Syn)*. FAMU; Praha(2009).

Jak ale Čákanyová ve své práci zmiňuje, obecné intuitivní povědomí těchto kódů umožňuje také účelovou manipulaci (zdánlivě) dokumentárním dílem (nebo třeba instagramovým příspěvkem). Ostatně i bratři Dardennové, na které se Čákanyová zaměřuje, konstruují dokumentárně kódované fikční snímky.

“Dokumentární film se od počátku musel vyrovnávat s obecně sdílenou představou, že ctí fakta, že vypráví o skutečných lidech a o tom, co se skutečně stalo. Ale pravda ještě neznamena vnitřní pravdivost a autenticita nemusí být předpokladem věrohodnosti. Proto Nichols tvrdí, že realismus a touha naplňovat jej není dostatečným zdůvodněním smyslu vzniku dokumentu a že pro interpretaci obrazu jsou důležitější jiné faktory než to, zda je uvěřitelnou reprezentací předkamerové skutečnosti. Je přesvědčen, že k dokumentu nesmíme přistupovat se strnulými definicemi předznamenávající náš pohled.”⁷²

Autentická hodnota v dokumentárním filmu se performuje na podobném principu, jako se to děje v případě příspěvků uživatelů sociálních sítí. Hodnota autenticity dokumentárního filmu je výsledkem vyjednávacího procesu mezi všemi stranami přítomnými při dokumentární situaci (postavou, autory, diváky) a podléhá pravidlům dokumentární reprezentace, která je dána aktuálními (autorskými, diváckými, institucionálními, sociálními) konvencemi daného časoprostoru.

Autentická hodnota tedy není inherentně obsažena v dokumentárním díle samotném, ale je mu udělována. Vychází z intuitivního prožitku, který ovlivňuje nakládání s jazykovými/dokumentárními kódy, jež tvoří dokumentární konvenci.

Přítomnost filmového štábu proměňuje kvalitativní hodnotu zobrazované reality a pokud chceme spolu-vytvářet “dojem autenticity”, který je pro dokumentární film klíčovou hodnotou, je myslím dobré performativní charakter autenticity reflektovat. To se pokusím ukázat v následujících kapitolách této práce.

⁷² NICHOLS, B.: Úvod do dokumentárního filmu. AMU; Praha (2010).

NIC NENÍ PRAVDA A VŠECHNO JE MOŽNÉ

Je sobota ráno, já ležím v posteli a projíždím svůj instagramový feed. Narážím na video příspěvek svého oblíbeného britského MMA zápasníka, Paddyho Pimbletta. Video zachycuje Paddyho bezprostředně po vítězném zápase při rozhovoru s moderátorem. Paddy se rozhodne využít situaci, přidrží si moderátorovu ruku před obličejem a pronese: *“(…) v pátek ve čtyři ráno mě probudila zpráva, že jeden z mých kamarádů tam doma (pozn.: Liverpool) spáchal sebevraždu. Takže Ricky, kamaráde, tohle je pro tebe…ale taky chci říct … v tomhle světě existuje stigma, že se muži nemůžou svěřovat. Poslyš, jestli seš týpek, co má na svých bedrech naloženo a jediné řešení co vidíš, je sebevražda, prosím, promluv s někým, s kýmkoliv! Lidi by radši … já bych radši, aby mi tu můj kámoš brečel na rameni místo toho, abych musel příští týden na jeho pohřeb. Prosím, zbavme se tohoto stigma a chlapi, začněte mluvit!”*

Paddyho vzkaz je velmi sugestivní; kamera snímá detail jeho obličeje, ve kterém se mísí vyčerpání a smutek, potlačuje zlomení hlasu, promluvu pronáší těžkým liverpoolským přízvukem. Motivace k Paddyho promluvě k divákům se zdá být zcela soukromá, vnitřní, bez žádné obchodní agendy. Osobně nepochybuju o autenticitě celé situace a videa, přesto se komentáře ve velkém hemží názory, že se jedná o placenou spolupráci s výrobcem luxusních hodinek, které jsou v záběru viditelné na zápěstí moderátora držícího mikrofon.⁷³

O pár minut později mi algoritmus spouští video, ve kterém pětice postav postupně vyjmenovává své důvody, proč začali navštěvovat sportovní zařízení. Video užívá dokumentárních očividných kódů; postavy mluví přímo na kameru, známe jejich celé jméno i profesi, kamera je zabírá v místě jejich pracoviště. Přesto však celkový dojem z videa působí falešně, neautenticky; postavy mají školený projev, zcela správně intonují, nepoužívají žádná parazitní slova, žádná známka přízvuku nebo řečových vad, prostředí působí uměle, promluvy jsou pointované, ale chybí jim nějaký specifický detail, který by vycházel zevnitř postavy. Nejpodstatněji ale video obsahuje jasný branding společnosti MultiSport. Vyhodnotil jsem jej tedy jako očividnou reklamu.⁷⁴

⁷³ Zdroj: <https://www.instagram.com/p/CgXqjnQFSqD/?hl=cs>

⁷⁴ Zdroj: <https://www.instagram.com/multisportcz/?hl=cs>

Ukládám si příspěvek, abych jej mohl analyzovat v této kapitole a publikuji vlastní, ve kterém se ptám svých followers, jestli neznají jména pětice herců a hereček vystupujících v této reklamě. Do deseti minut získávám všechna jména i názvy oblastních divadel, ve kterých jsou v angažmá. Zároveň ale část zpráv tvoří reakce překvapené z informace, že video nezobrazuje skutečnou pokladní, IT analytika, pošťáka, baristku a obchodního zástupce. Dostávám dotazy, na základě čeho jsem při svém čtení videa dekodoval neautentičnost. Dotaz pokládá i má známá pracující v reklamě, která zmínila, že scénář reklamy byl její zakázka. Také se zajímala na proces dekódování videa, aby mohla do příště vylepšit techniku konstrukce dokumentárního kódování.

Situaci sobotního rána na svém instagramovém feedu popisují proto, abych ilustroval autentické zmatení nad obrazy, které odráží společnost, jak ji popisuje Guy Debord. Působením reprezentativních obrazů reality došlo toho rána mezi mnou, ostatními uživateli Instagramu a videobsahem k neschopnosti rozlišit realitu autentického prožitku od zjednodušujícího obrazu reality.

Zároveň ale neexistuje orientační bod, na základě kterého bych mohl mít jistotu, že jsem to byl já, kdo interpretoval hodnotu autenticity správně, protože nic není pravda a všechno je možné, jak tvrdí i vypůjčený název další části této práce.

Teorie post-autenticity

Charakteristika současné mediální krajiny

Shaha mluvit pravdu, nebo lépe “mluvení o pravdě”, prochází v současné mediální krajině proměnou. Podle antropoložky Jay Owens se stala víra v princip obecně sdílené pravdivé reality velice chatrnou a nelze ji dále považovat za samozřejmou.

Ačkoliv slovníkové heslo “fake news” (nebo také “falešné” zprávy) není nové a pochází už z konce 19. století⁷⁵, “*v podání prezidenta Spojených států*⁷⁶ jsou falešná i ta *nejmainstreamější a fakty prověřená zpravodajská média, pokud s nimi nesouhlasí*”.⁷⁷ Tento výraz má proto v současnosti i druhý neméně užívaný výklad,

⁷⁵OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online: <https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

⁷⁶ Esej byla publikována v období působení Donalda Trumpa

⁷⁷ Tamtéž

který bychom mohli vyjádřit jako *"zprávy, se kterými vehementně nesouhlasím a které si přeji zdiskreditovat"*⁷⁸.

Boj s šířením dezinformací se v posledních letech stal jedním z hlavních témat mediálních odborníků i v českém kontextu. V roce 2018 vzniká například občanské hnutí Čeští elfové, *"které mapuje, analyzuje a aktivně bojuje proti cizím dezinformačním kampaním na českém internetu."*⁷⁹ Vládní projekt HateFree Culture se od roku 2014 pokouší vyvíjet aktivity, které mají mimo jiné za cíl zvyšovat mediální gramotnost mladých lidí. Jak upozorňuje americká mediální badatelka Hanah Boyd, zvyšování mediální gramotnosti může mít paradoxně za účinek ještě větší prohlubování nedůvěry v tradiční média, protože *"když je mládež vedena ke kritickému přístupu ke zpravodajským médiím, odchází s tím, že média lžou,"*⁸⁰ Což může naznačovat i průzkum společnosti Kantar z roku 2017⁸¹, který říká, že až 56% amerických, britských, francouzských a brazilských respondentů uvedlo, že informace, které konzumují skrze tradiční média, považují *"většinou"* za pravdivé.

Výzkumníci médií se domnívají, že za současný pokles důvěry nejen v informace zprostředkované skrze tradiční média, ale potažmo v celou ideu občanské společnosti, nemohou pouze sociální sítě. Marie Heřmanová zdůrazňuje, že sociální sítě jsou pouze *"nástrojem, který urychluje probíhající společenské procesy a dezinformátoři pouze nasedají na citlivá místa ve společnosti"*⁸². Jejich plošné rozšíření důvěru v hodnotu autenticity informací nejspíše jenom podkopává.

*"Před patnácti lety tady panoval optimismus, že to je skvělý, že ten princip toho, že ten user generated content je strašně demokratický a přístupný. Ale přijde mi zajímavý se na to kouknout dneska, kdy o tom mluvíme úplně naopak a objevují se názory, že Facebook ničí ty dané hodnoty - demokracii, autenticitu, svobodu, a podobně. Že za tou představou názoru, že všichni budeme producenti obsahu je nějaká původní ideologie, která se ukázala, že v realitě je to vlastně jinak,"*⁸³

⁷⁸ Tamtéž

⁷⁹ Zdroj: <https://cesti-elfove.cz/uvodni-strana/>

⁸⁰ OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online: <https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

⁸¹ zdroj: <https://www.kantar.com/inspiration/advertising-media/fake-news-reinforces-trust-in-mainstream-news-brands/>

⁸² Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

⁸³ Tamtéž

Sociální sítě zpřístupňují nástroje, které v několika jednoduchých krocích umožňují uživatelům upravovat fotografie, zkreslovat hlasy, vkládat do uživatelských fotografií umělé komponenty, augmentovat nebo estetizovat realitu. Pomocí aplikací lze tvořit tzv. deepfakes, tedy převádět text do audio nahrávky s hlasem vybrané celebrity nebo tvořit syntetická videa na základě vložení libovolných fotografií reálných osob. Metodou deepfake už lze dokonce pomocí fotek reálných lidí vytvářet i falešnou pornografii.⁸⁴ Rozšířené je také povědomí o možnostech manipulace s různými metrikami, které byly uživateli brány jako autentické. Známé jsou například falešné recenze restaurací, zvyšující atraktivitu podniků na Trip Adviseru nebo celá influencerská kultura sponzorovaná korporacemi⁸⁵. V českém kontextu je známá například podvratná činnost falešných profilů na populární filmové databázi csfd.cz. Owens sice argumentuje, že lhaní, manipulace informacemi a metrikami nejsou ve světě médií nijak novými praktikami *“v roce 1917 se dvě mladé dívky vydaly k potoku na dně zahrady v anglickém Cottingley a pořídily několik fotografií víl, které se pak rozšířily po celém světě jako faktický důkaz, že víly jsou skutečné.”*⁸⁶ Dodává ale, že se v kultuře přesto něco změnilo. Tempo a rozsah falšování informací se zrychlily, možnosti falšování zpřístupnily, povědomí o praktikách falšování se rozšířilo a skepse ohledně autenticity (pohyblivého) obrazu se tím prohlubuje.

Estetika autentičnosti

Owens si dále všímá, že plošné rozšíření sociálních sítí, digitálního obrazu smart technologií okolo roku 2010 se prolínalo s dominantní spotřební estetikou střední třídy tzv. hipsterů, která stála na vyhledávání a vystavování znaků, zaměřně pracujících s ostentativní neokázalostí a neučesaností: *“Vzpomínáte si na vousy? Flanel, pracovní oděvy (...) Hnacím motorem tohoto trendu byl časopis Kinfolk z Portlandu v Oregonu, samozřejmě tištěný, vydávaný na matném papíře vysoké gramáže.”*⁸⁷ Neučesanost formovala také podobu stravování; kultura tzv. foodies

⁸⁴ Zdroj: <https://www.vice.com/en/article/bjye8a/reddit-fake-porn-app-daisy-ridley>

⁸⁵ Zdroj:

<https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html?mtref=medium.com&gwh=0375DA09C2658A89FB05AC635D891AB8&gwt=pay&assetType=PAYWALL>

⁸⁶ OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online: <https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

⁸⁷ OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online: <https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

nebo farmářských trhů s důrazem na okázale prezentovanou čerstvost potravin, původní recepty a *“autentický zážitek z jídla”*. Interiéry stravovacích zařízení pak pomáhaly formovat autentickou estetiku: *“Vyznačují se snadno rozpoznatelnou směsicí symbolů - jako je regenerované dřevo, Edisonovy žárovky a renovované průmyslové osvětlení -, která má poskytnout důvěrně známé, uklidňující prostředí pro movitou elitu, která chce mít při cestování pocit, že navštěvuje nějaké “autentické” místo, ale ve skutečnosti touží víceméně po stejném: rustikálnějších interiérech a cákancích akcentních barev na kobercích a stěnách.”*⁸⁸

Uživatelé tyto vizuální znaky neučesanosti vyhledávali, aby je zakoušeli a přenášeli si je do svých domovů a každodenních životů, aby je mohli opět sdílet na svých osobních profilech. Estetika autentické neučesanosti procházela všemi oblastmi užitkové kultury, převážně té vizuální; od designu, přes módu až po užitkovou fotografii.

To vše za účelem performování autenticity, jak popisuje Heřmanová *“jako společnost považujeme za ideál života autentický život. Sociální sítě ti nabízí nástroje, které umožní tvořit obraz, že k takovému ideálu máš blízko.”*⁸⁹

Autentickou estetiku neučesanosti do svých strategií začaly postupně integrovat nadnárodní korporace, čímž pomohly urychlit proces vytěžování tohoto pojmu:

*“Airbnb, kteří do každého bytu, umisťují stejné zarámované inspirativní citáty. Airbnb v roce 2014 změnilo svou značku kampaní o tom, že můžete “patřit kamkoli”, což je hluboce neautentické tvrzení, které zbavuje ideu sounáležitosti veškerého významu.”*⁹⁰ Společnost Airbnb se později stala nechvalně známým symbolem procesu gentrifikace měst, který ve svém základu rovněž vychází ze stejného fenoménu hledání estetiky neučesanosti a konstruování obrazu autenticity, s následným fyzickým vyprazdňováním autenticity původních neučesaných částí měst stejně jako s metaforickým vyprazdňováním pojmu samotného.

Co z toho vyplývá pro dokumentaristy?

⁸⁸Zdroj: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/aug/06/hipster-aesthetic-taking-over-world>

⁸⁹ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

⁹⁰ OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online: <https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

“V reálně převráceném světě je pravda momentem nepravdy.”⁹¹

Díky postupnému přebírání neučesané estetiky autenticity velkými korporacemi (například přechod od vizuálně barevné estetiky restaurací McDonald's, známou z 90. let, k umírněné, rustikálně-farmářské vizuální identitě), začleněním *“požadavků autenticity”* do marketingových kampaní pro sociální sítě (například zapojování dokumentárních kódů do video kampaně společnosti MultiSport) se ze znaků neučesané estetiky autentičnosti stává postupná karikatura. Je logické, že korporace přebírají komunikační trendy za účelem zvyšování zisků. Navíc v situaci, kdy je čím dál složitější se mediálně orientovat a správně vyhodnocovat autentickou hodnotu mediální informace, může lpění na používání kódů odkazujících se k fenoménu autenticity (dokumentární kódy, strategie autenticity nebo estetika neučesané autenticity) působit kontraproduktivně a naopak zcela obráceně, tedy neautenticky. V tomto spatřuji možnou komplikaci pro autory dokumentárních děl. Jak jsem se snažil v této práci ukázat, kódy komunikace, které se tradičně odkazovaly k autentičnosti a příjemce informace tradičně “ujišťovaly o pravdivosti” sdělení dané informace na základě důvěry v jejich indexový charakter, prochází na “trhu s pozorností” sociálních sítí svým postupným vyprázdněním.

Dá se předpokládat, že technologický vývoj povede k čím dál většímu zdokonalování a usnadní proces osvojení si vyprávěcích metod, které se nás, příjemce pohyblivého obrazu, budou pokoušet manipulovat pro své marketingové, politické a další možné účely.

V situaci, kdy “nic není pravda a všechno je možné”, začíná být díky klesající důvěře v tradiční instituce (kam řadím i institut filmem-vyprávějího-dokumentaristy) téměř nemožné tvořit dojem autenticity “tradičně autentickými” vyprávěcími metodami. Příjemce takového vyprávění bude v situaci, kdy “nic není pravda a všechno je možné”, o takovém sdělení čím dál více pochybovat, nebo by v rámci kultivace kritického myšlení o pohyblivém obraze pochybovat měl. V lepším případě situace povede k vyšší mediální gramotnosti. V tom horším případě sdělení užívající “tradičně autentické” vyprávěcí metody rovnou zamítne pro předchozí negativní zkušenost s jejich zpochybováním a vyprázdněním.

⁹¹DEBORD, G.: *Společnost Spektáklů*. Intu; Praha (2007).

V této situaci vnímám negativní rovinu požadavku autenticity, který nazývám autentickým paradoxem. Pokud se spoléhám se na "tradičně autentické" metody zobrazování, můžu při vytváření tzv. dokumentárního filmu vyvolat dojem zcela opačný. Užívání vyprávěcích kódů, které diváky podvědomě vedou k dojmu, že zobrazovaná realita je autentická, mohou dokumentaristé ve svém důsledku napomáhat prohlubování nedůvěry v pohyblivý obraz, neboť od dokumentaristů se inspirují další instituce se svou agendou, manipulující kódy pohyblivého obrazu, s cílem vytvořit dojem autentické reality.⁹²

Tento autentický paradox má ale pro dokumentaristu i své pozitivní řešení, které rozvedu v poslední kapitole této práce.

Post-autenticita a dokumentaristova cesta z autentického paradoxu

"Hledání autenticity, téměř všude, kde ji v moderní době nacházíme, je spojeno s radikálním odmítnutím věcí takových, jaké jsou."

- Marshall Berman, *The Politics of Authenticity*

Díky vlivu sociálních sítí na naši každodennost, se společensky rozšířené chápání "autentické reprezentace" stává zároveň nevyřčeně performativním *"protože jsme začali promlouvat ke stovkám a tisícům diváků mimo okruh našich "skutečných" přátel a počty lajků a sledujících nás naučily vytvářet takové druhy obsahu, které budou nejpopulárnější, namísto realistického zobrazení našeho každodenního života. Naše kanály na Instagramu se zprofesionalizovaly: autentická kvalita fotografií se zlepšila, popisky byly strategicky vtipnější. Vztah k našim skutečným*

⁹² Příkladem paradoxu autenticity je scéna z filmu Svět podle Daliborka, kdy režisér Vít Klusák vyleze před kameru, aby ukázal, že jako autor má problém s tím, co Daliborek říká, že veřejně popírá holocaust. Klusák naráží na limity vlastní metody, v níž celou dobu předtím Daliborek vystupuje jako postava z hraného filmu, které dává autor prostor a jakoby navenek se tváří že nezasahuje. Když se rozhodl "vyjít z kůží na trh" tak mu to řada lidí nevěřila jako upřímné autentické gesto, naopak schytl kritiku za to, že pokrytecky manipuluje. Možnou roli v tom hrálo to, že na domácí půdě má Klusák pověst výrazného tvůrce, který s realitou nějak zachází (někdo si myslí že manipulativně, že velmi inscenuje a přizpůsobuje realitu svým záměrům), což určitě ovlivňuje čtení scény. Zajímavé by bylo porovnat vyznění autentičnosti scény u zahraničního diváka, který nezná kontext Klusákovy tvorby. Jde totiž vždy o složitou spleť různých interpretací a mnohovýznamovou povahu filmu, i o problém indexové podobnosti, kde záleží i na tom, kdo je tím, kdo nám "odkrývá karty" a vlastně vytváří ten dojem, že teď je to autentické. Znamená to, že tím zároveň popírá vše co předtím natočil? Proč tedy točil jak točil, když teď změní metodu? Copak to nepovažoval za dostatečně vypovídající, věrohodné?

životům se stává mnohem komplikovanějším.”⁹³

V takové situaci snaha o realistické zobrazení skutečnosti a každodennosti dokumentaristům přestává stačit. Když vzpomenu problém s autenticitou Kláry, studentky mikrobiologie, který jsem popsal v osobním východisku této práce, stává se snaha o pouhý realismus pro dokumentaristy dokonce nežádoucí metodou.

*“Nebezpečí realistického umění spočívá v tom, že prosazuje zavedené kategorie, kterými jen reprodukuje problematiku v rámci uzavřeného kulturního pole”*⁹⁴ píše ve svém kurátorském textu k výstavě *The Core of Fantasy* Tina Poliačková. Mezitím totiž mladí lidé hlásí, že konstruovat dobře vypadající obraz sebe sama pro sociální sítě (a potažmo pro potenciální dokumentární vyprávění) je pro ně vysoký stresor:

*“Já jsem sdílela fotky, jak vypadám, bez jakéhokoliv filtru a upřímně, já vím, že jsem dost hubená (...) ale na druhou stranu, tohle je prostě moje tělo a takhle vypadám. To si mám vyfotošopovat vlastní ruce, aby nevypadaly tak hubeně? Ale pak lidi prostě komentují negativně a obviňují mě, že jsem anorektička a píšou mi, proč to tady ukazuješ? Proč sem dáváš tyhle fotky?”*⁹⁵ Každým zveřejněním příspěvku o svém vlastním životě riskují odsudek, kritiku, hate nebo naopak nezájem. To vše manifestováno reakcích, engagementu, dosahu a dalších metrikách sociálních sítí. Uživatelé v digitálním prostoru upravují své chování, aby bylo v souladu s požadavky ekosystému sociálních sítí. Aplikují strategie autenticity na trhu s pozorností:

*“Nikdy bych nepsala dvakrát za den, protože pokud očekávám, že dostanu 200 lajků na fotku, musím psát střídmě. Nejprve musíte obrázek upravit, ujistit se, že ho už nikdo z vaší skupiny přátel nezveřejnil, poslat ho přátelům ke schválení, vymyslet chytrý popis a pak ho zveřejnit v denní dobu, která vám snad zajistí co největší počet lajků.”*⁹⁶

Pokud se podle Heřmanové dá předpokládat, že si tyto strategie přenáší do offline reality, dá se také předpokládat, že budou obdobně přistupovat k dokumentární situaci, pokud do ni budou vůbec ochotni s dokumentaristou vstoupit. Stres vyplývající z potenciálních reakcí tak negativně dopadá na kvalitu dokumentární situace a ovlivňuje natáčení.

“(...) myslím si, že ten přístup v rámci té mediální krajiny je jiný než býval (...) a druhá

⁹³OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online: <https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

⁹⁴POLIAČKOVÁ, T.: *The Core of Fantasy*. Etc, Praha (2022)

⁹⁵

⁹⁶Zdroj: [“Finstagram: The Instagram Revolution”](#) by Eric Herber, Medium, February 2015

věc je, že lidi, si často rozmyslí, jestli chtějí přidávat svůj obraz do tohoto veletoku a co by to pro ně znamenalo, co by to znamenalo pro jejich blízké. Může to mít dvojitý rozměr je strach o své soukromí, o to, že by se museli zabývat něčím, čím nechtějí. A nebo o to, že přijdou o ten svůj sebeobraz, který si pečlivě budovali (...) ale to může být taky důvod, že děláte nějakou kariéru a říkáte si, že za pět let budete v nějakém korporátním středisku a někdo na mě vytáhne, že jsem v tomhle filmu ... a nejde ani o ten film, ale v tom filmu bude vystupovat nějaká postava, která udělá nějaký trestný čin a teďka to celé odkáže k nějaké mojí minulosti. To jsou opravdu už jako takové spekulace do budoucnosti coby kdyby. Takže to je i strach, že to může poškodit moji kariéru, protože nevím, co se s tím mediálním výrobkem může v budoucnu stát.”⁹⁷

Popisuje současné pole, do kterého vstupuje dokumentární autor se svými postavami dokumentarista a pedagog Martin Mareček. Na otázku, jak se s tímhle jako dokumentarista při své práci vyrovnává Mareček odpovídá: “Na jednu stranu je to frustrující, protože vy už dneska přijdete do místnosti, když točíte reportážním způsobem a teďka byste měl všem rozdat papíry s GDPR (...) a to je třeba věc, která brání nějakému autentickému snímání. Co se týče nějakého dlouhodobého procesu, vy ty lidi můžete mít podepsaný, ale oni se pak rozhodnou ten souhlas odvolat, což se stává. Takže to je jeden pohled pro toho autora velmi frustrující. Na druhou stranu je zas potřeba uznat, že je to fér. Ti lidi si to rozmyslet můžou a z hlediska ochrany osobnosti a osobnostních práv je důležitý, že tuhle možnost mají. Takže veškerý respekt k člověku, kterého vy užíváte do svého příběhu, je potřeba uchovat. A já s tím vlastně jako lidsky naprosto nemám problém a podporuji to. Vedle toho si myslím, že ten trh dokumentárních výrobků to dost ovlivňuje. Že vedou filmy s celebritami a s vědci, sportovci, kteří ten příběh chtějí vlastně sdílet. Vedou ty série, které jsou hraniční z hlediska dramatické stavby, jako reality show a docu soaps, kde vlastně ty lidi máte podepsaný pevnými smlouvami. Maj za to peníze a jsou za to placení. A těch filmů, které jsou nějak hraniční je čím dál víc. Třeba představa, že bych natáčel časosběr s nějakým politikem, je třeba nemyslitelné. V dnešní době. Z hlediska té sociální reality, které se dějí, ten dokumentární film začíná být omezenější a omezenější. Ten strach, že se něco odkryje, že se něco ukáže, že se

⁹⁷Zdroj:

<https://www.reflex.cz/clanek/prostor-x/113200/marecek-roste-strach-lidi-opravdu-se-ukazat-nekteri-se-chteji-stat-c-ebritami-ja-chci-zachytit-i-slabosti.html>

*něco bude jevit jinak ten roste. A pro mě je to podnět pro to točit lyrické a poetické básně, nebo se dát na svět hrané tvorby.*⁹⁸

Jak v rozhovoru ve vtipu pojmenovává Mareček, ústup od realismu k ohledávání dalších forem sdílení obrazu je pro dnešní digitální svět typické. Ke stejnému závěru jako Mareček dochází ve svém analytickém pozorování procesu sdílení sebe sama v digitálním prostoru i Owens. Potřeba sdílet totiž nemizí, požadavek autenticity ji ale činí nebezpečnou. Autentické sdílení se tedy transformuje do ironické kultury memů nebo integrace zcela fiktivních kódových systémů smyšlených imaginativních světů. V současné vizuální kultuře je například podle Poliačkové patrné výrazné zapojení fantasy motivů, kterým umělecká komunita reaguje na pocitovanou krizi možností autentického sdílení:

*“Fantastická literatura je podle Le Guin pravdivá, i když není věcná ani založená na souladě se skutečností. Zpochybňuje všechno falešné, vyumělkované (...) dále upozorňuje, že zatímco surrealismus je založený na podvracení významu, fantastika význam buduje - a pokud podvrací, tak jen proto, aby mohla znovu stavět. Když Mark Fisher tvrdí, že dnes si v realistickém kapitalismu nejsme schopni představit budoucnost, tak právě v posledních letech se objevuje snaha umělců a umělkyní k ní znovu hledat cesty (...) předpokladem tohoto úsilí se však jeví rehabilitování schopnosti imaginace.*⁹⁹

Imaginativní prvky mohou dokumentaristovi i jeho postavě nabídnout nové perspektivy nebo jako v popsané situaci fungovat jako prostředek emancipace dokumentárního vyprávění a na něj navázaného požadavku autenticity.

Pozitivní převrácení autentického paradoxu

Tento princip jsem si uvědomil při natáčení krátkého filmu *Vyrazit ven*, o setkání a generačním rozhovoru fotografky Libuše Jarcovjákové a hudebníka Víta Koblihy, při kterém Libuše zaznamenávala Víťovu proměnu do jeho drag persony jménem Aurélie. Při natáčení Víťa řekl, že v realitě neustále podléhá “*všechno, co udělá, každé gesto i tón hlasu*” kontrole, zda náhodou nepřekročil konvence toho, co si jako muž může veřejně dovolit. Musí neustále performovat očekávanou autenticitu, kterou

⁹⁸ Zdroj:

<https://www.reflex.cz/clanek/prostor-x/113200/marecek-roste-strach-lidi-opravdu-se-ukazat-nekteri-se-chteji-stat-c-ebritami-ja-chci-zachytit-i-slabosti.html>

⁹⁹ POLIAČKOVÁ, T.: *The Core of Fantasy*. Etc, Praha (2022)

necítí ale jako úplnou. V momentě, kdy je Aurélií, se necítí ohrožený a paradoxně poprvé v životě nemusí “nic hrát”. Cítí se být sám sebou a může být plně autentický, což se skutečně projevilo i na mém vlastním diváckém dojmu výsledného filmu. Podobnou situaci jsem zažil v druhém ročníku při natáčení portrétu *Rocky, Batman a já* s kulturistou Pavlem Balogem, kterému při natáčení dělalo problém “být sám sebou” před kamerou. V momentě, kdy jsme do natáčení zapojili masku Batmana, Pavlova nejoblíbenějšího superhrdiny, ke kterému mohl sám sebe vztahovat, začala se popisovaná zkušenost mladého romského kulturisty autenticky propisovat i do natočeného materiálu, přestože prostředkem, který tohle umožnil byla fiktivní figura netopýřího muže.

Těmito příklady z vlastní dokumentaristické praxe bych rád ilustroval, že autentický paradox, tak jak ho vnímám já, nemusí dokumentární situaci vždy škodit. Ale naopak zapojením zcela imaginativních prvků do natáčení (v souladu s povahou situace), můžeme naopak osvobodit požadovanou autentickou hodnotu snímané situace a nechat ji plně rozvinout.

Uvědomuji si, že problematika možností reprezentace reality dokumentárním natáčením je velmi komplexním a mnohvrstevnatým tématem, proto bych nerad předkládal mnou pozorovaný fenomén, jako univerzální pravidlo. Pokud ale budu vycházet z prací odborníků, jež v této práci cituji, vnímám v Debordově manifestačním výkřiku, který říká, že “*v převráceném světě je pravda momentem nepravdy*” i zárodek pozitivního východiska z popsané mediální krajiny současnosti a tím problematického pole pro dokumentaristy se svým požadavkem autenticity. Tento pojem nazývám autentickým paradoxem.

Pokud je po dokumentaristovi požadována autenticita, kterou se snaží docilovat při snímání realistické situace, můžeme zapojením prvku “nepravdy”¹⁰⁰ dojít k “pravdě”¹⁰¹.

“Dokumentaristickou výsostnost nachází v okamžiku, kdy se samotná dokumentace sblíží s poetickým experimentováním, s potenciálem vyprávění při vědomí

¹⁰⁰ Například masky, role, imaginativního prvku, nediegetického zvuku, CGI, manipulace, lyriky, poetiky, dragu, humoru, situačního momentu, instagramového filtru, ... a podobně

¹⁰¹ Které v tomto případě rozumím jako momentu společnému zakoušení transgresivního přesahu mezi postavou-autorem-filmem-divákem při společné dokumentární situaci. Momentu, který umožňuje vytržení ze “spektáklů” a navrácí k “autenticitě”.

*propustnosti hranice mezi dokumentem a fikcí i se schopností být přesvědčivým. Takový film pak není kopií, ale svrchovanou reprezentací světa, který obýváme*¹⁰²

Postava dokumentárního tvůrce je také aktivním hráčem v procesu vyjednávání autenticity. Protože pokud přijmeme teorii performativity jazyka (Austin, Butler) a zároveň uznáme proces vytváření dokumentárních situací jako filmový jazyk (Nichols), tak dokumentarista aktivně konstruuje verzi reprezentace reality (Nichols, Austin, Butler, Berger, Luckmann). Autenticita se performuje samotným procesem natáčení a vzniká ve své nové podobě (Nichols, Butler, Austin, Heřmanová, Owens), neboť podléhá pravidlům zcela autonomního filmového časoprostoru vytvořeného dokumentaristou (Goffman, Thomas, Heřmanová, Owens).

Varování před manipulací autenticitou

Užití ikonických nebo symbolických sémiotických znaků narušuje slepou důvěru v indexový charakter dokumentární reprezentace. Záměrným porušováním dokumentárního kódování dokumentárního vyprávění můžeme po vzoru situacionismu ve filmu vytvářet momenty, která vytrhují diváka směrem k nově autentickému zážitku a nutí jej neustále přehodnocovat postoj svou pozici v procesu vyjednávání.

*“Jak filmaři odpovídají za následky, jež má natáčení pro životy těch, které filmují? (...) Jaké tlaky, nenápadné, skryté či přímo uplatňované mohou vstoupit do hry a vaše chování pozmění a s jakými následky? (...) chci varovat před tendencí věřit doslovně tomu, co vidíme a slyšíme. Pokud si myslíme, že vidět vždy znamená věřit riskujeme, že nám nedojde Buñuelova ironie ani manipulace Leni Riefestahlové.*¹⁰³

Myslím, že je dobré neustále autorsky zpochybňovat zdánlivě zažité konstrukty, které jsou po autorech vyžadovány. Jednou z nich je právě požadavek autenticity a její indexový vztah k zobrazované realitě. Toto zpochybňování jde ruku v ruce se zapojováním, ohledáváním a experimentováním s reflexivním módu dokumentárního vyprávění (Nichols).

Vědomá práce s autentickým paradoxem zároveň ochraňuje identitu a vnitřní integritu postavy, protože ji umožňuje možnost úkrytu a naopak více odhaluje

¹⁰²NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

¹⁰³ NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

autora, může být pochopením k jeho motivaci a manifestuje jeho často neviditelnou přítomnost v procesu natáčení.

Rád bych nakonec dodal předpoklad, že hodnota autenticity vychází nejspíše více z povahy, kontextu, historie a kvalit samotného autora, jeho sebereflexe a ochoty přiznat intenzitu manipulace, kterou při natáčení reality aplikoval, protože z pohledu antropologických disciplín není možné, aby pouhou vlastní přítomností na snímanou realitu nepůsobil *“mě vždycky v Jihlavě štve, že se mnozí dokumentaristé tváří, že byli mouchami na zdi a do dění nezasahovali. Ale to není možné a ty filmy by jejich přítomnost měly více reflektovat - etnografický film je na sebereflexi výzkumníka třeba postavený,*¹⁰⁴ Reflexe vlastní pozice v dokumentární situaci nemusí nutně probíhat filmem. Může natáčení předcházet nebo probíhat “jenom” v hlavě autora v průběhu natáčení. Domnívám se ale, že by v nějaké formě měla probíhat vždycky.

Když budou dokumentaristé svou pozici reflektovat a k natáčení přistupovat stejně jako antropologové při zúčastněném pozorování, mělo by jim to usnadnit cestu současnou mediální krajinou k požadované autenticitě.

Nebo se tím alespoň vyhnou ne-autenticky natočeným dokumentárními situacím.

Závěr

“Úspěchu napomáhají jiné vlastnosti než dříve: nikoliv konsekventnost v jednání, trvalé sledování jednou zvoleného cíle, fixní specializace, rozšiřování specificky profilované kvalifikace, ale elasticita zájmů, rychlost jejich změny, pružná adaptace, připravenost učit se a schopnost zapomínat to, co se již nedá použít. Postmoderní kontext tedy preferuje - snad to tak lze říct - absenci přesně vymezené identity; čím neurčitěji je identita definována, tím lépe pro toho, kdo je jejím nositelem.”

- Bauman, Zygmunt. Úvahy o postmoderní době

Vnímat autentickou hodnotu dokumentárního díla jako synonymum pro důkazní a objektivní pravdu může být zavádějící. To je jedna z mála věcí, kterou mohu po vypracování své diplomové práce říct s jistotou.

Jsem si vědom, že kontext fenoménu autenticity je mnohem širší, vrstevnatější a komplexnější. Autenticitou se zabývá nespočet psychologických, filozofických,

¹⁰⁴ Z rozhovoru s Marií Heřmanovou; autor: Lumír Košař (4. 5. 2022) Dostupný v příloze

uměnovědných či právních disciplín a teorií. Já ve své teoretické práci vycházím převážně z antropologických a sociologických teorií, s jejichž pomocí problematizuji požadavek či podmínku autenticity v současné mediální krajině, ve které se autoři dokumentů se svými postavami a diváky pohybují. V diplomové práci ukazuji, že současný diskurz fenoménu autenticity obsahuje mnoho často protichůdných interpretací a požadavků na tento pojem a všechny platí zároveň.

Má diplomová práce předkládá výklad autenticity jako neustále probíhající vyjednávací proces mezi autorem, postavou, filmem a divákem při společné dokumentární situaci. Hodnota autenticity není inherentně obsažena v realitě samotné, ale je realitě udělována na základě tohoto procesu. Může být neproduktivní směřovat požadavek autenticity s představami realismu.

S vědomím faktu, že ve společenských vědách nelze nic apriorně definovat přicházím s vlastním pojmem autentického paradoxu vztaženým k dokumentárnímu snímání reality. Paradoxu, který požadavek autenticity v současné mediální krajině ovlivněné technologickým vývojem a plošným rozšířením sociálních sítí dokumentování reality provází. Opírám se vlastní zkušenost s dokumentární tvorbou. Dále vycházím z teorie sociální konstrukce reality, teorie performativity jazyka a z poznatků výzkumnic a digitálních antropoložek, Marie Heřmanové a Jay Owens. Vyzdvihuji význam reflexivního módu dokumentárního snímání reality k hlubšímu porozumění danému tématu a na konkrétních příkladech vybízím k ohledávání reflexivně-imaginativních metod při vytváření dokumentárních situací.

Věřím, že zvědomování principu autentického paradoxu a jistá poučenost o kontextu post-autenticity, v němž se jako tvůrci dokumentů pohybujeme, může pomoci tvůrcům tzv. dokumentárních filmů omezit používání manipulativních režijních strategií a vytváření zavádějících "autentických" reprezentací reality.

Literatura

TRILLING, L.: *Sincerity and Authenticity*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts (1972) - dostupné online:

<https://www.perlego.com/book/1147528/sincerity-and-authenticity-pdf>

LINDHOLM, CH.: *Theory and History of Authenticity* (2007) - dostupné online:

<https://hdl.handle.net/2144/19839>

OWENS, J.: *Post-Authenticity and the Real Truths of Meme Culture*. (2018). Dostupné online:

<https://medium.com/s/story/post-authenticity-and-the-real-truths-of-meme-culture-f98b24d645a0>

MALANÍKOVÁ, H.: *Autenticita ve světě médií*. AMU; Praha (2013). - dostupné

online: <https://dspace.amu.cz/jspui/handle/10318/8271>

DEBORD, G.: *Společnost Spektáklů*. Intu; Praha (2007).

ROUSSEAU, J. J.: *O společenské smlouvě*. Aleš Čeněk; Praha (2002).

MOLIÉRE.: *Misanthrop*. Artur; Praha (2016).

DIDEROT, D.: *Ramseův synovec*. Svět a my; Praha (1947).

BERGER, P., LUCKMANN, T.: *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. CDK; Praha (1999).

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. Praha; Portál; (2018).

NICHOLS, B.: *Úvod do dokumentárního filmu*. AMU; Praha (2010).

GOGOLA, J.: *Smrt dokumentárnímu filmu, ať žije film!* FAMU; Praha (2010).

ČÁKANYOVÁ, V.: *Hraná tvorba v kontexte postupov (kódov) dokumentárneho filmu (na príklade filmov Rosetta a Syn)*. FAMU; Praha (2009).

POLIAČKOVÁ, T.: *The Core of Fantasy*. Etc, Praha (2022)

Internetové zdroje

<https://www.cnet.com/news/social-media/tiktok-is-the-most-downloaded-app-worldwide-in-2022-so-far-analyst-says/>

<https://www.vice.com/en/article/bjye8a/reddit-fake-porn-app-daisy-ridley>

<https://www.reflex.cz/clanek/prostor-x/113200/marecek-roste-strach-lidi-opravdu-se-ukazat-nekteri-se-chteji-stat-celebritami-ja-chci-zachytit-i-slabosti.html>

<https://www.nytimes.com/interactive/2018/01/27/technology/social-media-bots.html?mtrref=medium.com&gwh=0375DA09C2658A89FB05AC635D891AB8&gwt=pay&assetType=PAYWALL>

<https://www.instagram.com/multisportcz/?hl=cs>

<https://www.instagram.com/p/CgXqjnQFSqD/?hl=cs>

5. května 2022 v Praze

Představ se mi, popiš svůj záběr a o co jde ve tvém výzkumu.

Jsem Marie, vystudovala jsem antropologii, věnuji se antropologii, jsem výzkumnicí Sociologického ústavu Akademie věd a studuji sociální sítě. Je důležité říct, že sociální sítě studuje spousta lidí, ale já je studuju antropologicky, takže mě primárně zajímá, co na nich dělají lidi, jestli to nějak ovlivňuje lidské chování a dynamiku ve společnosti. Zároveň je nutný říct, že nejsem psycholog, takže neumím odpovídat na takové ty věci, jestli to ničí naše sebevědomí. Nevím, to je psychologická otázka. To je asi tak to podstatný. Teď jsem poslední dva roky dělala projekt, který se zaměřuje na influencerky a řešil .. Původně měl řešit, jakým způsobem se na českém instagramu konstruuje autentický mužství a ženství, akorát celou dobu, co byl ten projekt, tak byl i covid. Tak jsem nakonec hodně v tom projektu řešila i třeba nějaký genderový rozměry tý diskuze o covidu, jakým způsobem se k tomu ty influencerky staví a tak. A další nějaký takový témata, který jsou s tím spojený, tak jsou dezinformace a hatespeech a tadyty typy obsahů, jak se šíří na sociálních sítích, ale zase mě zajímají ti lidi, co je šíří, prostě proč to dělají, jaký mají k tomu motivace, jak se k tomu obsahu stahují.

Definujme si na začátku nějaké pojmy. Zajímá mě to z toho antropologického hlediska. Čím jsou sociální sítě v mediálním prostoru nové. Co je to za platformu? Co nabízí jiného než klasická telka, rádio...

Ten hlavní rozdíl je v tom, že to jsou tzv. users generating content platforms, takže je to obsah generovaný uživateli, takže tvůrci toho obsahu.. že tam není ten jednostranný směr od výrobců toho mediálního sdělení k těm pasivním příjemcům, ale tím aktivním výrobcem sdělení můžeme být my všichni. Ne všichni to děláme, ale nějakým způsobem všichni vytváříme obsah těch platforem, takže to je podle mě důležité, že z toho jednostranného vztahu, to není ani dvoustranný, ale spíš mnohostranný.. Mnoho různých proudů informací mezi různými aktéry. Takže se tam částečně smazává ten rozdíl mezi tím, kdo je producentem a kdo je

konzumentem toho obsahu, protože všichni jsme do jistý míry oboje. Zároveň je zajímavý se podívat, že před 15 lety kolem toho panoval obrovské optimismus, jak to je všechno skvělý, jak to bude znamenat, že princip toho users generated content, že to vlastně znamená, že je to strašně demokratický, přístupný a přijde mi zajímavý se na to podívat dneska, kdy o tom mluvíme vlastně úplně naopak a mluvíme o tom, jak Facebook ničí demokracii, místo toho, aby ji podporoval. Za tou představou toho, že všichni budeme i producenti obsahu, byla i nějaká ideologie, která ukázala, že to v realitě je jinak.

Jak vlastně v tomhleto prostředí funguje autenticita? Kde, kdo je ta autorita, která určuje, na základě čeho se v tom šíleně demokratickým prostředí, kde jsme všichni producenti i konzumenti, Co je ten orientační bod té pravdivosti?

Myslím, že žádnéj není. Když bysme se bavili o té autenticitě, tak tam máš různý přístupy. Já jako antropolog, mě zajímá, jak si to definujou ti lidi. Jak se to vyjednává v tom vztahu mezi influencerkou a jejím publikem. Jak ona se snaží nějak autenticky prezentovat a co ti lidi jí uznaj jako autentický. A myslím si, že to není žádnéj statickej koncept, ale něco, co se pořád nějak vyjednává a furt se v tom vztahu ty hranice mění a posouvaj a na každý tý platformě jsou trochu jiný. Zároveň pak máš, třeba Facebook používá ten výraz coordinated in-authentic behavior, čímž vlastně označuje v podstatě booty, takový ty spamovací kampaně pomocí bootů, takže to pak považují za něco, za čím není lidskej uživatel, ale třeba jenom nějakěj algoritmus. Tak to je třeba další možnej pohled na věc. Ale já si nemyslím, že by tam byl nějakěj jinej orientační bod, než ty máš ve světě obecně. Jakoby poznat, kde je hranice, co je pravdivý a co je autentický. V tomhle jsou sociální sítě matoucí, je tam víc informací najednou, protože je to rychlejší, ale není to, že by to vytvořilo nějakou úplně novou představu.. Já si spíš myslím, že se na tom ukazuje, že ta autenticita nikdy nebyla nějaká inheirtní? vlastnost, jako narodíš se jako autentický člověk, ale vždycky to byl nějakěj vyjednávací proces toho, co považujeme za autentický. Sociální konstrukt, nemůžu se tomu vyhnout.

V jakém vztahu je teda offline realita a ta online realita sociálních sítí? Jak se navzájem ovlivňují, amplifikují... Jsou to dvě rozdílný věci?

Já si nemyslím, že se to dá vnímat jako dvě rozdílné věci. Tohle se blbě vysvětluje, tam hrozně záleží, co tě zajímá, jaký k tomu máš přístup, ale z toho antropologického hlediska bych to přirovnala k tomu, že jasně, ve škole se chováš jinak než doma, takže stejně na Facebooku se chováš jinak jak ve škole, prostě jsou to různé druhy prostředí, ve kterých slovy Ervinga Goffmana: My všichni hrajeme divadlo. Jen v prostředí sociálních sítí ho hrajeme jinak a za jiných podmínek, než ho hraje v tramvaji nebo třeba tady v kavárně nebo ve škole nebo doma s rodičema. Ale já si myslím, že je to chyba, vnímat to jako nějaký prostředí, na který se jakoby navztahují ta pravidla běžné reality, protože prostě víme, že na tom internetu se reprodukuje rasové stereotypy, genderové stereotypy.. všechny ty nerovnosti, který jsou v tom světě mimo internet, tak jsou i na internetu. Prostě ten internet na jednu stranu nějak reflektuje žitou realitu, na druhou stranu ji samozřejmě pozměňuje. Stejně tak, to co se naučíš ve škole, pozmění to, jak se chováš doma a naopak. Jestli to takhle dává smysl. Takže to podle mě nemá smysl, je neproduktivní to vnímat jako dvě oddělené reality, i protože z hlediska každodennosti to tak nefunguje. Ty tady se mnou můžeš sedět na kafi a u toho si psát s někým na Messengeru a během toho tvého každodenního života se ti ty věci prostě prolínají.

Je to nová situace? Ty jsi říkala, že vlastně tolik ne, ale v tom měřítku...

Já zase nechci říct, že to není... To byl spíš průměr s tou školou.. Jasně, že jsou tam nějaké kvalitativní rozdíly a že na internetu jsou možné věci, který předtím možná nebyly a i ta rychlost té propojenosti toho internetu je bezprecedentní a nikdy předtím a nikdy předtím jsme nic takového neměli. Takže pro spoustu lidí to znamená, že na internetu můžou dělat spoustu věcí, který by jim v realitě dostupné nebyly, typu povídat si s někým z druhé strany zeměkoule. Ale toho obecně způsobily spíš masové média a internet k tomu přidal nový rozměr, nebo sociální sítě, tím že jsou strašně nízkoprahové, tak jsou ještě dostupné větší masě lidí než byla televize nebo rozhlas, tak to si myslím, že je ještě podstatně nový rozměr v tom.

Mě zajímá to přepínání mezi různými polohami jako člověk. Když jsi použila ten příklad s tím, že tady děláme rozhovor a já před tebou nějak působím a zároveň nějak působím na messengeru pod stolem.

Třeba si tady povídáš s Marií a říkáš, že je to zajímavý a přitom píšeš Monice: Ty jo, ta mele různý blbiny...

Jestli tě napadá nějaký příklad, který už tu byl, kde tohle přepínání různých poloh, dejme tomu, už se tady vyskytlo třeba?

Já si myslím, že to se dělo vždycky, ne? Vždycky jsme všichni hráli nějaký sociální role, jenom toho Goffmana asi znáš?...

Erving Goffman – všichni hrajeme divadlo, to je z nějakýho roku 50., 60. něco...

Já znám ten citát, ale přečtu si to.

Já ti to půjčím. No, prostě je to základní sociologická studie, taková ta bible oboru, která je minimálně padesát let stará a to co on tam popisuje, to jsou sociální role a on tam používá ten příměr divadla k tomu, že ty máš nějaký to zákulisí, kde děláš věci, který nikdo nevidí, a pak on to ještě rozlišuje na middle region behavior, kde něco ukazuješ určitý skupině lidí, a pak máš to jeviště, kde nějak působíš na společnost. Ale on právě ukazuje, že tohle je nějaký obecný princip organizace společnosti, kterej tady byl vždycky. Bez kterýho by ta společnost nemohla fungovat, kdybysme tohle nedělali. Podle mě je užitečný nahlížet na ty sociální sítě z téhle perspektivy jako na něco, co tomu dodává nový rozměr a vlastně nový nástroj hraní těch rolí. A mimo jiné, tohle je fakt zajímavý, protože to se používá hodně.. Teď si vzpomínám na kapitulu z jedné knížky, takový antologie antropo publikací o autenticitě. Autor té kapitoly, co myslím, se zaměřuje na to, jak ty Drag Queens v reality show Rupaul's Drag Race můžou působit autenticky, když zároveň ta Drag persona je ze svý podstaty něco strašně přehrávanýho a dává tam zajímavý příklady toho jak oni se snaží vytvořit si ten svůj osobní brand, ale zároveň jim někdo říká, že dělaj pořád to samý. A oni říkaj, ale abych byla autentická, tak musím bejt konzistentní a tak. A ten se tam právě k tomuhle vrací, že třeba ta reality TV je typickej příklad toho, myslím, že se tomu říká middle region behavior, kdy jakoby je to zachycení tý každodennosti, která není pro ty oči celý tý společnosti, ale zároveň je to točený s tím, že se na to bude dívat celá ta společnost.

Já na to koukám, je to moje oblíbená reality show. RuPaul má takovou hlášku, říká, že Drag reveal who you are. Že to není maska, ale že je to osvobozující moment, kdy ti ta role pomáhá k autenticitě, ale že zároveň je to tak hrozně vyřvaný, že kdykoliv můžeš říct, že si to tak jako otestuješ, že kdykoliv můžeš říct, že to byla součást role anebo naopak to je třeba něco... víš co myslím.

Tohle je právě dobrej příklad, že se tam krásně ukazuje ten paradox. Jasně, vždyť je to reality TV, kde ty Drag Queens soutěží o prachy a o slávu a o spoustu věcí, takže jasně, že spoustu věcí, že tu autenticitu si budou strategicky, že to není, že tam vstoupí a vyřazuje z nich ta charismatická autentická osobnost. Prostě reveal yourself, musíš na tom pracovat.

Mně se to stalo, když jsem točil jednoho svého kamaráda v jednom filmu, což byl můj čtvrtáček film, kdy jsme se znali z Ostravy, hrál ve všech punkových kapelách a pak se přestěhoval do Londýna a začal se tam věnovat elektronické hudbě a objevil v sobě nějakou personu, kterou nazval Aurelií a začal hrát elektronickou hudbu a úplně přirozeně začal objevovat tuhle svoji polohu, která ho baví a že se díky tomu cítí strašně svobodný, protože do té doby vždycky řešil, že když Vít'a udělá tohle, jestli to nebude bráno jako moc feminní nebo když bude nějakým způsobem držet cigaretu, tak tady když je za tu Aurelii, tak že už je to tak přestřelený, že může cokoliv a tadyta sebekontrola úplně padá, protože se cítí mnohem svobodnější než v té své "autentické" podobě jako Vít'a.

Ale zároveň to neznamena, že by ta Aurelie nebyla autentická. Zase je to nějaký druh performance.

A to je právě něco, na co já přicházím u toho dokumentu, že lidem čím dál víc pomáhá, když jim nabídneš nějakou možnost role, fantazie nebo úplně zrušíš tu hranici mezi pravdou a realitou. Když řekneš, že se točí dokumentární film, tak jsou v prdeli.. Jakmile řekneš, že se točí jenom film, že jim dáváš pokyny a můžou se uvolnit, že je to přeci jenom role a cokoliv špatného, co by se stalo, tak to byla jenom role, že jim nabídneš tuhle schovku a to je něco, na co tak postupně přicházím, k tomu bude směřovat i moje práce potom, že je to

možnost jak jakoby dál pokračovat. Přestat bazírovat na těch kategoriích a ředit realitu Dragem a podobně a fantazií a podobně.

Oni zároveň ty sociální sítě to hodně dělaj sami o sobě. Třeba TikTok je v tomhle strašně zajímavěj. Má všechny různý trendy a estetiky a můžeš sledovat Cottage Core nebo DarkAcademia, to je můj oblíbeněj. Tam máš nějaký typ estetiky, do kterýho se stylizuješ a lidi tam performujou, ukazujou nějakou část, něco co pravděpodobně není reflexí jejich každodenní reality, ale oni to považují za svoji osobnost, za autentickou část toho, kým jsou a ten TikTok je pro ně nástroj, jak to vyprávět, jak to vytvářet tadytu část tý svojí osobnosti. Což ale neznamená, že můžeš říct, že je tam nějaká hranice, aha, takže autentický je, že je tohle je nějaká basic holka dvacetiletá, která studuje práva na nějaký zapadlý americký univerzitě a tady na TikToku předstírá, hrozně to romantizuje a nosí rozevlátý šaty a předstírá, že je nevim.. A ty můžeš říct, že jedno je autentický a druhý není? Nemůžeš, že jo, tam nakreslit čáru mezi tím.

Jak pracuje s autenticitou nebo pravdivostí antropologie?

Autenticita nerovná se pravdivost.

Ne?

Je to jakoby jedno pojetí, že autenticita je, to co je jakoby real, ale zároveň autentickéj prožitek může bejt prožitek třeba uměleckej, kteréj je nějakěj vnitřní, kteréj není zakotveněj ve fyzický realitě, víš, že je to, jakoby si řekl, že Bergmanovy filmy nejsou pravda, že nejsou autentický. Což bys neřekl, že jo. Máš nějakou filozofickou definici, máš třeba marketingovou definici... Ale mně přijde podstatný zdůrazňovat to, že antropologie ti nenabídne žádnou definici, antropologie řekne, takhle a takhle o tom lidi přemýšlí, takhle a takhle si to vyjednávají v každodenních situacích, takže ten koncept pravděpodobně dneska znamená něco jinýho než před dvaceti lety. Ale to neznamená, to není o tý pravdivosti, prostě o tom, jakej obsah tomu pojmu jakoby dodáváš. Takže to, co změnily právě ty sociální sítě, že nějakěj právě třeba typ estetiky, kteréj by si dřív vnímal jako artificial, jako fake, tak ho dneska vnímáš jako autentickéj, protože ten člověk ho jako takovej dokáže odprezentovat.

Máš nějaký příklad?

Tak třeba příklad těch influencerek, který si nějak budují brand, esteticky si ladí feed a do toho feedu sem tam dají tu no filter fotku nebo behind the scene video z toho, kolik jim dalo práce upravit tu fotku, aby vypadala takhle hezky. Takže vám jakoby ukazují tu realitu, a to je typická strategie autenticity na Instagramu. Tím vlastně je ta influencerka schopná podpořit v těch followerech pocit, že oni s ní mají nějaký autentický spojení. Protože, hele, já jsem člověk jako vy! A tím, že ukážeš, jak ta fotka vznikla, tak ta fotka potom i těm followers připadá víc autentická.

Použila jsi spojení strategie autentičnosti, můžeš to vysvětlit?

No já ho používám v rámci té své analýzy, kterou jsem dělala právě o tom, jak se autenticky snaží prezentovat ty influencerky, tak jsem se snažila identifikovat něco, čemu říkám strategie autentičnosti, typu třeba právě toho behind the scene videos, no filter fotky. Různý real talk, zdůrazňování toho vztahu s těma followers jako holky, jsme tady všechny jedna komunita, tak mi řekněte, co si o tom myslíte. Pak se mi tam ukázalo, že muži používají třeba jiný strategie než ženy. Muži kladou důraz víc na tohle je to moje pravý já, tohle jsou moje názory, já si za nima stojím. Mnohem větší důraz na tu osobnost, na tu integritu té osobnosti než na tu komunitu a na to udržování toho vztahu s těma followers. Takže to je to, čemu říkám strategie autenticity.

Je to v opozici vůči nějaké real autenticitě, nestrategické, raw autenticitě?

A co je to raw autenticita? Znamená to, že ta tvoje no filter fotka je raw, když jí tam dáš a víš, že ti to vygeneruje nějaké engagement? Nebo co by potom bylo raw?

Já si právě myslím, že by bylo neproduktivní uvažovat o té autenticitě jako o něčem, co je inherentně daný. Co prostě nějak existuje, jako ono to existuje jenom v tom vztahu mezi těma lidma. To je něco, co mi si pořád vyjednáváme, jak to teda vůbec vypadá.

To je třeba jako s divadlem. Ty nemůžeš říct, že herci hrajou... že herci lžou, protože oni volí nějaké výrazové prostředky, aby se co nejvíc přiblížili pravdě, aby působili autenticky. A vlastně, když to má ten účinek, tak se to stává autentický.

A to si myslím, že je podobný v případě těch sociálních sítí.

Ale vlastně v dokumentu existuje ta představa, že jsou nějaké kódy, nebo jsou nějaké strategie toho, co vlastně... že třeba postava má používat vlastní jméno. A teď se to automaticky chápe za to autentično, ale kdyby třeba byla v roli, třeba v Dragu, tak by byla před tou kamerou mnohem opravdovější.

Na tohle neumím úplně odpovědět. Když jsme tohle řešili na nějaký konferenci, že jsem tam dostala zajímavý feedback na ty moje strategie authenticity, tím že třeba teorie dokumentárního filmu tu autenticitu řeší už X let zpátky, a že se tam o tom vede diskuze, která může být hrozně inspirativní, ale já tu já bohužel neznám.

Dokumentární film, vlastně nemá definici, ačkoliv instituce si tu definici nárokuje, protože řeknou, že tohle půjde do nějakýho okna dokumentu a tohle nepůjde, takže nějakou vlastní definici mají, ale všichni dokumentaristi ví, že to je komplikovanější.

A to je přesně ono. Všechno je to nějaká reprezentace něčeho, všechno je nějaká performance něčeho. To jsme zase u toho Goffmana nebo performativní teorie.

Jak uživatelé nakládají s tímhle pojmem na sociálních sítích? Když to vztáhneme na jednu konkrétní nebo jestli se to dá generalizovat?

Myslím, že se to dá generalizovat, ale já většinu života mluvím o Instagramu, protože tam jsem to zkoumala a tím, že je IG hodně vizuální, tak si myslím, že je tam podstatnější, ale třeba je zajímavý to srovnávat s TikTokem, kterej tý hranice authenticity zase jakoby posunul někam jinam, že v době, kdy vlastně na IG všichni nadávali, že je to strašně fake a že je to jenom nějaká vyumělkovaná estetika, tak najednou přišel TikTok, kde se ty holky točily doma v tepláčkách někde v ložnici, ale zároveň se ten TikTok od té doby dost proměnil, teď je tam ta estetika, ta síť už je úplně jiná.

Já si myslím, že s tím pojmem nakládají dost intuitivně, že je to hrozně těžko zachytitelný koncept, protože je to přesně ten typ toho konceptu, že my všichni .. že když to vidíš, tak to poznáš přece. Že je to hlavně ten tvůj vnitřní pocit, že ti něco jako připadá autentický, takže nějaká influencerka může někomu připadat autentická, protože s ní dokáže navázat silný vztah, protože se s ní dokáže ztotožnit. Ta ztotožnitelnost je strašně důležitá, takže si nemyslím, že by tam byl nějaký guide book, kterým ty by ses mohl řídit, ale zároveň...

Ale zároveň nějaký je, ne? Někaký nepsaný pravidla, jak moc se zpotit, jak málo se zpotit, že to můžeš přehnat...

Dvě americký autorky (můžu ti poslat článek), tomu říkají authenticity bindes jako svazující autenticita. Že tam je v rámci toho prostředí instagramu je hrozně tenká hranice, kdy ty jakoby ukazuješ něco, co tě udrží na té rovině, že jsi pořád ztotožnitelný pro lidi, takže ty lidi si můžou představit jako, to je real člověk jako já, ale mezitím jim ukážeš něco, co už nechtěli vidět, protože to je ošklivý a neestetický. A oni nemají chuť se na to dívat. Je složitý tuhle hranici neustále ohledávat a snažit se ji nepřekračovat. K tomu ti můžu poslat články, který tohle řeší třeba u Fashion influencerek nebo u Fitness influencerek. Jak moc ukazovat to raw a jak se tomu proměňují hranice.

Já si dokážu představit argument, že nejseš autentická i nebo že jsi to přehnal. Jasně, není guide book a ty hranice jsou proměnlivé v čase a podobně, ale teď kdyby... Třeba je nejlepší použít nějaký příklady. Že třeba dneska 4. 5., co by se považovalo za autentický a včera už by nebylo. Jestli máš nějaký takovýhle příklady?

Třeba aktivismus na soc. sítích mi přijde dobrý příklad, jako něco, co pár let zpátky bylo bráno jako nějaký autentický projev daný osobností, že vlastně někdo překročí nějaký hranice a přestane fotit jenom ty líbivé fotky, ale prostě se nějak vyjádří k nějaký kauze, nemlčí. Je to jeho autentický projev a dneska to je docela často vnímán jako už zase nějaká strategie a způsob, jak se prodávat, protože to prošlo celým tím cyklem, kdy to jakoby používaly korporáty, začaly používat ten aktivistický messaging.

Kendall Jenner co takhle podává plechovku pepsi těm policajtům...

To byla smrt autentického aktivismu. To mi přijde jako dobrý příklad, co bylo vnímaný jako projev autenticity a dnes je to vnímaný jako base line toho, že když seš trochu descent, tak si tam dáš ten černej čtverec, ale už nikdo neočekává, že je to projev tvýho autentickýho politickýho názoru.

A není v nějaký formě? Je ten čtverec tolik v opozici vůči tomu, když se jdeš postavit na demonstraci, ale vlastně “jenom” postavit?

Hashtag aktivismus a digitální aktivismus a kolektivismus, toho taky bylo napsanýho spoustu.. No z hlediska toho efektu, kterej to může mít, v tom zase takovej rozdíl není. Ty vysíláš zprávu tak jako tak, ale z hlediska toho, co tebe to stojí a jak moc vážně to musíš myslet a dělat ty kroky, který k tomu vedou, v tom je jakoby rozdíl. Ale zároveň to neznamena, že ty nemůžeš jít performativně na demonstraci se jakoby přihlásit k nějaký společenský skupině a jít tam spíš proto, že chceš bejt vnímanej jako součást tý společenský skupiny, než že ti ta kauza leží na srdci. To se myslím nevyklučuje.

Já jsem byl párkrát na takových demonstracích, ok jsem tady, ukázal jsem se a jdu domů. Jak ty definuješ tenhle pojem, který jsi řekla, že má spoustu rovin... nebo jaká definice nebo aspekt je pro tebe důležitý?

Důležitěj je ten performativní aspekt, mě vlastně zajímá, jak se to na tom IG vyjednává, jak se posouvaj ty hranice, co se za autentický považuje a co ne. Takže mě fakt zajímá, jak se to performuje, jaký se používaj komunikační strategie a ty nástroje, který umožňujou ty sítě k tomu, aby člověk mohl tvořit tu autentickou sebe prezentaci. Takže IG stories jsou v tomhle hodně zajímavý, protože ti umožňují tam dát něco, co ti nemusí ladit do feedu, ale můžeš se tam víc projevit a ono to pak zmizí. Což je hrozně výhodný. Takže já si to nedefinuju nijak, já se to snažím zjistit, jak si to definují lidi samotní. Přijde mi zajímavý, že, nevím jak moc uživatelé samotní, ale influencerky určitě vnímaj ten rozpor, kterej je v tom obsaženej, některý to reflektujou míň, některý víc.. Mluví o tom, že by chtěly být nějak autentické, že by chtěly s těma lidma komunikovat opravdově a nechtěj se přetvařovat a chtěj, aby ten

jejich profil reflektoval to, kdo jsou, protože vnímaj, že to je ta jejich identita, že to není jenom kšeft, ale zároveň třeba bojujou s tím, že když tam daj fotku v bikinách, tak to vygeneruje obsah a obrovské engagement a ty se tím IG živíš, tak to potřebuješ, ale zároveň ti to není tak vlastní. Fotit se v bikinách. Takže prostě nějakým způsobem balancuješ to, co ta platforma, to jaký je očekávání od publika a to, jaký jsou tvý vlastní hranice... Dělala jsem rozhovor s jednou influencerkou, u který ten rozpor došel tak daleko, že na rok z IG odešla, protože měla pocit, že se v tom ztrácí a že už nedokáže říct, co dělá pro IG a co dělá, protože to chce dělat, že to je její autentická osobnost. Pak ještě, když se vrátila, začala mnohem víc natáčet na YouTube, protože právě říkala, že YT je pro ní mnohem víc autentičtější projev, protože to nemusíš nacpat do té jedné fotky, ale můžeš se víc projevit a ukázat v tom delším videu.

Když do toho přihodíme další neznámou a to jsou algoritmy. Jak tohle vztahování k té autenticitě ovlivňuje tenhle pojem, co takhle lítá mediálním prostorem, ale těžko si pod tím něco představit?

My máme tendenci o tom, že to algoritmický je to neautentický, ale zároveň ten algoritmus, který ti nabízí takový to, na TikToku je to nejlíp vidět, tam je ten algoritmus strašně mocnej, tam nemusíš ani nikoho sledovat, tam ten algoritmus to vybírá za tebe. Třeba na For you Page máš nějaký věci, o kterých si algoritmus myslí, že tě budou zajímat, ale můžeš o nich uvažovat jako o neautentických, když se ten algoritmus učí na základě preferenci reálných lidí? Takže vlastně z tvój interakce s algoritmem vznikne něco, co reprezentuje ten tvůj autentický zájem. Takže si myslím, že algoritmus bych vnímala jako dalšího aktéra v tom procesu vyjednávání, kterej prostě nějak do toho vstupuje, nějak to proměňuje, ale je hrozně neproduktivní, když o tom budeš přemýšlet tak, že algo obsah není autentický, tak si tím vlastně skončil. To ta diskuze potom nikam nevede. Takže já o tom přemýšlím tak, že když do toho vstupují jiní aktéři než lidi, ta umělá inteligence, tak to zase nějakým způsobem se projevuje, proměňuje dál, ale zároveň... Algo. potom zprůměrovává to, co se na síti děje, to na co se kliká, u čeho lidi zůstávají a to tlačí dopředu, a když si lidi stěžují, že vidí pořád to samý a že to není autentický, tak ve skutečnosti, je to vlastně nejvěrnější obraz toho, co tam vyhledáváme. On nám vrací to, co mi tam děláme. Do jisté míry, pak to taky nějak manipuluje, ale třeba algo. TikToku je hodně založenej na té zpětný vazbě.

Co je za situaci, kdy nedokážeme určit... Že tam není ta autorita, kdy tam není třeba ta televize, že nám řekne, že tohle je to ověřený, že to má ten štampil, že je to ta skutečná zpráva. Ale co to je za situaci, kdy najednou v tomhle prostředí, kdy to nejsme schopní určit a zjistit, na základě čeho rozhodovat. Jaké strategie použít, abychom si neprostřelili hlavu?

Kdybychom se bavili o ověřování informací v záplavě informací, tak my stejně na internetu vyhledáváme autority. Nevím, jak to děláš ty, ale já na Twitteru sleduju novináře, o kterých jsem přesvědčená, že mají dobrý zdroj informací, že mají přístup k ČTK, že mají přístup ke zdrojům, ke kterým já, jako novinář, přístup nemám. Tudíž je beru jako autoritu a tím pádem to zase generuje jiný požadavky na ty novináře, kdy oni si musí budovat ten osobní brand a je zajímavý sledovat, jak to mění tu profesi. Tohle dělá podle mě spoustu lidí a díky tomu vzniká nový druh autority, který se buduje jakoby zespoda. Někteří influenceři nebo aktivisti na sítích, takové ty prominentní osobnosti, jsou lidi, kteří si vybudovali autoritu založenou víceméně na kvantitě, kolik lidí dosáhnou, dokážou oslovit. Nebo autoritu založenou na tom, že mají velmi specifickou komunitu lidí, kde se skrz ty soc. sítě vypracovali do pozice leadra. Ten koncept tý autority ti nezmizí. On se promění ten způsob, jakým se můžeš dostat do pozice autority a promění se i ten způsob, jakým lidi autority vyhledávají, ale myslím si, že je furt vyhledávají k tomu, aby rozlišovali to, co se na internetu děje. A tam je podle mě i podstatný říct to, že to tak nebylo vždycky. Tohle je spojený s tím, že je internet přesycený obsahem. Před deseti lety sis otevřel feed a říkal sis, že se dozvíš něco nového, protože to tak fungovalo, bylo to krásný. Dneska je to tak, že v záplavě informací to vůbec není, že by ses měl šanci dozvědět něco nového, naopak ty musíš sestavovat hrozně složitý nástroje a hledat ty správný lidi, aby ses dostal k tomu, co tě zajímá. Takže si myslím, že k tomu ještě, že to přesycení obsahem a ten algo. feed, kterej do toho vstupuje s tou vlastní agendou, tlačí tam svoje vlastní věci, tak to je otázka posledních několika let a že bychom o tom neměli uvažovat jako o homogenním prostoru. On se mění a ta pozice autorit se za poslední tři roky výrazně proměnila.

Má tohleto nějaký vliv třeba na to, jakým způsobem vnímáme ty starý zprávy – ČT, ČRO?

To by ses musel zeptat mediálního teoretika, tohleto já nevím. Obecná poučka je, že jo, že určitě. Na soc. sítích můžeš mít videa z válečné zóny hned z první ruky, tak to klade i nějaký důraz i na novináře, aby byli schopní týhle autent. nějak konkurovat, máš různé reakce na to, že nějaká média se snaží zaměřit na tu svojí tradiční roli a nenabízet tenhle rychlejší zpravodajský obsah a tu hloubkovou analýzu, kterou nahradí ten Twitter. Někteří se snaží stylizovat do TikTokerů. Ale nemám na to žádná data. Jsou obecné žebříčky, kolik lidí bere FB jako zdroj zpravodajských informací, ale to je spíš někdo z mediálních studií by to věděl líp jak já.

Jak je pro antropologii důležitá autenticita? Jako pro výzkum antropologický? Co ty, jako antropolog, budeš považovat za autentičnost?

To je metodologická otázka, ale obecně je antro. založená na tom, čemu se říká emická perspektiva, to je už zastaralý. Ale dobře, emická, etická. Buď se na to díváš jako z pohledu vnějšího (etická) a nebo emicky, že se snažíš zprostředkovat perspektivu lidí samotných. A to je něco, na čem je antro. založená. Ty si nevytváříš žádné hypotézy, nevystupuješ tam z definicemi, ale ty jdeš do toho terénu a výzkum děláš tak, aby ti ty lidi samotný dali ty definice. Takže pro nás jsou nejvíc autentický výpovědi těch lidí, který zkoumáš.

Na základě čeho nezařadíš někoho, něčí rozhovor do výzkumu? Může se to stát?

Já si nemyslím, že by antro. mohla nastat takováhle situace. Protože když jdeš dělat pozorování, tak si vybereš nějaký fenomén, který chceš pozorovat. Já si třeba vybrala influencerky, pak si nějaký vytipuju. A není to tak, že by mi nějaká řekla, co se mi jako nehodí, že by mi nezapadala profilem. Mě prostě zajímá z jejich pohledu, co je to influencerství. Takže se nemůže stát, že bych to tam nezařadila, protože to je druh výpovědi, a já si s tím musím nějak poradit. Nemůžu říct, že to odporuje mým závěrům a nehodí se mi to tam, prostě takhle to je a já musím pracovat s tím, co tam je a to musím nějak analyzovat.

Řekni mi definici zúčastněného pozorování, co si pod tím můžu představit.

Zúč. pozorování, ta emická perspektiva je úplný základ, ale v zásadě to je dlouhodobý aktivní zapojení do života lidí, který zkoumáš. Na jednu stranu kladeš důraz, že je to zúčastněný, že jsi součástí té situace, takže přiznáš to, že jsi v tom terénu a tvoje přítomnost může situaci nějak ovlivňovat, ale zároveň je důležitý to dlouhodobý, že se tam snažíš být tak dlouho, aby si splynul, že už nebudeš tolik viditelný, že nebudeš ta novinka, aby se lidi před tebou chovali tak, jak kdybys tam nebyl a to že seš soc. vědec, tak si snažíš udržovat analyticej odstup. Jsou pak různý etický pravidla jak to děláš, že třeba nikdy neplatíš lidem za to, že s tebou tráví čas, protože by si je tím mohl ovlivňovat. To byla zajímavá diskuze, sociologové to dost často dělaj, protože když sbíráš rozhovory, tak je fajn, že ten člověk ti věnuje dvě hodiny svého času, takže za rozhovory se platí, ale představa, že když jsem dělala výzkum na svojí dizertaci v Mexiku a tam jsem půl roku u někomu bydlela, tak jsem neplatila za to. Byla jsem tam s jejím svolením a vědomím, oni mě tak přijali a nebyli motivováni finančně ani nijak jinak.

Co zúčastněné zobrazování?

Existuje mimo jiné i nezúčastněné pozorování. Někdy se tomu říká documentary approach, že máš takový to fly on the wall, kdy se snažíš být jako moucha na zdi, neviditelná, která to z dálky nezúčastněně pozoruje, tak to je nezúčastněný pozorování, ale princip toho etnografického zúčastněného pozorování je ten, že ty tam přiznaně s těma lidma seš a zachycuješ i sám sebe.

A zúčastněné zobrazování si myslím, že je něco, co se blíží té dokumentární zkušenosti.

Mě všichni dokumentaristé, jako antropologa, v Jihlavě vždycky strašně rozčilovali, protože jsem měla pocit, že většina českých dokumentaristů má úplně nulovou sebereflexi a že předstíraj, že byli mouchy na zdi a ve skutečnosti byli jako mega velkou součástí toho, co se v tom filmu děje. Takže to mě spíš zajímá, jak vy tohle řešíte na FAMU? Třeba etnografickej film je na tomhle do jisté míry založen, že tam máš nějakou sebereflexivní pozici toho výzkumníka, kde se snažíš dát co největší

prostor výpovědi těch lidí, ale zároveň přiznat svojí roli v tom, co předkládáš, že je to vždy rámovaný nějakou analýzou, od který nemůžeš úplně odstoupit.

S tím strašně bojuju. Komu vlastně patří ty příběhy, jestli mě nebo jim, těm postavám. Do jaké míry jim to můžu shapeovat..

Tohle je v antro. dost velká diskuze a existují různý radikální přístupy, třeba participativní výzkumy. To jsou prostě antropologové, kteří jdou tak daleko, že tvrdí, že účastníci toho výzkumu jsou spoluautoři a podepisují je pod ty články. Není to běžná praxe, ale spíš radikální. Ale existuje i ta metoda participativního výzkumu, kdy ty to od začátku tak jako designuješ, že lidi jsou součástí těch dat, ne jen pasivní respondenti.

Témata filmu, který já si vybírám, nejsou úplně reprezentativní momenty, že by si to dal někdo na profilovku. Často, když to řeknu, si lidi představí hyenismus, jako živení se neštěstím cizích lidí. Tak to ne, mě baví ten moment, kdy z tohohle lidi vyjdou na světlo. Točil jsem s jedním aktivistou z Domu Světla, který ze svojí diagnózy udělal politický program a dostal ze z drog, a bylo to takový trapně inspirativní. To je to, co mi přijde zajímavý, že i v těch těžkých momentech, kde najdou sílu a z čeho jdou dál. Ale často se dostávám do momentu, kdy jsem stejně označený za hyenu. Komu ten příběh patří, jestli jim nebo mně. Jak jim neublížovat nebo do jaké míry tlačit svůj zájem na tom filmu. Je to těžký vybalancovat.

To je. V tom vědeckým výzkumu máš ještě různý možnosti jak s tím pracovat, třeba anonymizace dat, která jez tohohle cesta ven. Jednak máš informovanej souhlas, což je základ, ale můžeš se s těma lidma... to se ti spíš povede v odborným článku a ne ve filmu. Ale můžeš to napsat tak, aby to nebylo zpátky dohledatelný, o kom to je, což neznám, že sis to vymyslel, ale že ten příběh je jeho a když to chceš použít, tak to uděláš anonymně, to je řešení u akademickýho článku a ne u filmu.

Já to dělám tak, že ohledávám ty metody, že používám rekonstrukci něčeho, která je od začátku přiznaná. Nebo něco jde jen do rozhlasu. Teď přirozeně zapojuju fantazijní momenty a světy těch lidí do té reality a naopak, se vrátím

k tomu Vít'ovi, který je svobodnější jako Aurélie, protože to je nějaká metoda, jak se dostat k nějakému autentickému obsahu, kterej je pro něj bezpečný.

Ale pak k tomu přistupuješ tak, že ten autentickéj je ten nejmíň zprostředkovaněj a nejmíň omezeněj nějakýma, svázanej pravidlami. Připadá ti to jako nějaká definice?

Spíš je to pocit, který ty lidi musí mít a já ho musím mít taky. A často ho mají, tyhle dva pocity se nemusí nutně potkávat.

A to je přesně, co říkám, že máš furt ten pocit toho vyjednávání, v čem ta autenticita spočívá, protože se na tom musíš domluvit. To není nic, na co by šlo ukázat a poznat to. A esencializovat, že tohle je autentický, že jo.

Čím je autenticita podmíněná? Je to kulturně podmíněné, časově, místně...?

Kulturně podmíněné v sobě zahrnuje všechny ty ostatní věci, protože je to podmíněný i časově i místně i soc. vztahama, protože je to součástí té kultury, asi tak bych to řekla.

Je to tak, že si každá instituce v tomhle prostředí definuje svou vlastní..?

Neřekla bych instituce, ale když jsme teď pracovali na té knížce, tak tam mi přišlo zajímavý, že nějaké sekce té knížky, kapitoly, ale tam jsou třeba čtyři kapitoly, kde řeší autent. na soc. sítích, pak jsou čtyři, kteří ji řeší v marketingu a branding, jak se tam autent. používá k tomu, aby prodávala pivo. To pro mě bylo nový, jak se to řeší v nějakých studiích v turismu a v heritage studies a jak to používají architekti. Když mluvíš o autenticitě budov. A je tam zajímavá studie od člověka, který upozorňuje na to, že v té architektuře to uvažování o autent. má sklon k nějaký konzervaci něčeho původního starýho a když to změníš, tak pokazíš jakoby tu autent. ty budovy. Zase v tom turismu ty autent. zážitky, kdy ty lidi nejdou do té turistický hospody, ale do té autent. Všude je ta auten. hrozně důležitý pojem, ale v každým tom poli se vyjednává jinak.

Můj supervisor z Anglie a spolueditor knihy, napsal zajímavěj článek od Thirst for authenticity – Žízeň po autent., kdy zkoumá výrobce malejch piv a pivovarů, kdy v tom

byznyse se zachází s tím pojmem, že to není žádný Budvar, ale autentik czech beer.

Proč je to pro soc. sítě tak důležitý pojem? Nebo důležitá hodnota?

Protože soc. sítě nabízí hrozně širokou škálu nástrojů té sebe prezentace a protože zároveň další význam tá autent., tak jak mi o ní uvažujeme jako nějaký ideál, je to něco, k čemu se vztahuje, všichni chceme být autent. Nikdo neřekne, že je fejková osobnost. To vždycky říkal Matouš, že nemá žádnou osobnost. Že jenom fejkuje, co je zrovna in. Ale my to zároveň považujeme za nějaký ideál dobrého života, tu autentičnost. Soc. sítě nabízí spoustu nástrojů jak prezentovat, že k tomu ideálu máš blízko. Takže jsou hodně založený na té sebe prezentaci.

Dá se říct, že se ti nějak amplifikují procesy ve společnosti, které už tak probíhají nebo vytvářejí nějaké nové?

Myslím, že oboje. Buď se vytváří nějaký nový, protože kdyby nebyly soc. sítě, tak by se neděly. Třeba by neexistovali influenceři. Ale zároveň to není, soc. sítě nejsou žádná oddělená entita, soc. sítě jsme my, ti uživatelé, takže oni jsou spíš.. je lepší je vnímat jako nějaký nástroj, kterej ti něco umožňuje než jako.. Věci, co se tam dějou, by se děly stejně, akorát pomocí jiných názorů, tak by asi vypadaly jinak, ale nemyslím si, že všechny ty trendy a společenské procesy se vždy dělá v interakci lidí s tou novou technologií. Kdyby technologie neměla ty uživatele a ty lidi, tak je sama bez sebe, i ten algoritmus je bezcenný bez těch uživatelů. Takže se to nedá jednoznačně říct.

Dá se říct, že si to jako uživatelé soc. sítí uvědomujeme? Máme nějakou moc?

Já si myslím, že ne. Já to mám v popisu práce trávit hodiny a hodiny přemýšlením o tom, ale většina lidí to samozřejmě nedělá, protože to jako práci nemá. Většina lidí používá FB prakticky, pragmaticky, utilitárně.. Buduje si tam nějakou personu, rozčiluje se tam a hledá tam skříně za odvoz. Víš, že si nemyslím, že... většinu věcí přece děláš neuvědomovaně.

Situaci, kterou označím za autent. zážitek může být stejná, i kdybych neměl zkušenost se soc. sítěmi?

A proč by nemohla? Ty myslíš, že soc. sítě ti změnily to, jak vnímáš autenticitu?

No, jestli to proměňují, to moje chápání pravdivosti, všech těchto pojmů a ve výsledku se tomu třeba přizpůsobuje i ta kinematografie.

Jako jo, z hlediska dlouhodobých společenských trendů jako jo, tak se ty věci proměňují, protože máme nové prostředí, máme nové nástroje, takže můžem o tom uvažovat, že dlouhodobě se to nějakým způsobem projevuje, ale neřekla bych, že je to tak, že ty věci, který ty si prožíval jako autentický, tak teď je kvůli FB už neprožiješ. To si nemyslím, že by tam byla taková kauzalita.

Tak mám na to jiné nároky? Díky tomu, že mám 15letou zkušenost se soc. sítěmi?

Já myslím, že jo. Kdyby ses na to podíval skrz nějaký kvantitativní studie, kteří se to snaží měřit, tak myslím, že jo. Dobrej příklad toho, je to mediální produkce, že se určitě proměňuje to, co očekáváme od novinářů, stoprocentně. A že se klade větší důraz na citizen journalism, že do toho vstupují blogeři, to jsou ty authority odspoda, jako stoprocentně. A že se tím kladou i nároky na to, jak vypadá nestranné zpravodajství nebo do jaké míry máš přiznávat svoji politickou orientaci. Mě napadaj média jako příklad, kde je vidět, že se ty nároky na to mění vlivem, co se děje na soc. sítích. Protože ty už se nebudeš dívat na zprávy proto, aby ti tam ukázali další videa z Ukrajiny. Nebo nějaká cílová skupina, kterou bych nepodceňovala v Česku, je docela velká, se na tu televizi dívat bude, ale půlka republiky pravděpodobně už ne, protože video z UA si může pustit na Twitteru a čeká jinou přidanou hodnotu od toho zpravodajství.

Tak se to přesouvá od nějakého svědectví k analytice?

To nechci takhle říkat, to je dotaz na mediálního teoretika. Ale moje osobní očekávání se tímhle směrem rozhodně posouvají a myslím, že nejsem sama. To je názor, to není žádný výzkum.

Já si to myslím totiž taky, že ten dokumentární film by měl trochu rezignovat na tu snahu být svědkem něčeho...

...protože jsme všichni pořád svědky všeho.

Přesně tak. A jsme i autory těchto svědeckých momentů, které ale zároveň sami manipulujeme a víme, že to umíme. Tuhle optikou se automaticky kouká na ta další svědectví, takže hodnota toho dalšího musí být jiná.. nějaká rovina tý analytiky, nebo další rovina, a teď mě nenapadá, co může dokumentární film nabídnout.

Na to já nemám odpověď. Ale přijde mi zajímavý, že třeba na YT nebo na TikToku je spousta lidí, který jsou vlastně analytici, který používají ten prostor k tomu, aby vysvětlovali nějaký fenomény. Přijde mi pozice toho dokumentaristy specifická. Asi potom jedinej rozdíl je, že se snažíš o kino distribuci a někdo to plácne rovnou na YT, ale tak to si musíte vyřešit vy na FAMU.

To já to samozřejmě vyřeším tohle práci vid'.

Tak doufám, že budu mít poděkování někde. Až si budeš přebírat tu Nobelovku.

V rozhovoru pro Deník N, ses vyhranila proti názoru, že by digitální platformy způsobovaly ve společnosti něco, co se děje jen díky nim. Jak jsi to myslela?

Myslela jsem to v tom smyslu, že my jsme se bavili s Petrem Kouckým hlavně o těch dezinformacích a svobodě slova a tý politický komunikaci a že mým cílem bylo vymezit se proti tomu diskurzu, který říká, že FB může za polarizaci společnosti a příčinou polarizace ve společnosti jsou dezinformační kampaně a tak podobně, co je prostě diskurz, který zaznívá v nějaký části českýho mediálního částečně odbornýho spektra, to jsou lidi, kteří jsou tady často zvaný do médií, kteří jsou považováni za

analytiky, který tohleto říká a mně to přijde strašně krátkozraký, protože zase za šířením dezinformací jsou konkrétní lidé, který mají nějaký důvod jim věřit nebo jim nevěřit, a nebo je poslat dál, i přes to, že jim nevěří, ale prostě jsou za tím konkrétní motivace těch lidí, který ale nemusely být způsobeny FB. A ty dezinformace nebo různé ty kampaně, třeba ruská propaganda v tomhle případě nasedá na zranitelná místa společnosti a proto vlastně funguje. Ale ty zranitelná místa společnosti už tam byly dávno předtím, což není omluva pro nikoho, kdo se je snaží nějakým způsobem vykořisťovat a zneužívat, ale zároveň, kdybychom vypli FB, kdyby tahle vláda dokázala zastavit všechny toky dezinformací, což v demokratické zemi asi úplně nechceš, aby se povedlo. Ale kdyby se to hypoteticky povedlo, tak to přeci neznamená, že by zmizeli lidé, kteří těm dezinformacím měli důvod věřit a že by zmizel ten důvod.

A ve vztahu k té pravdivosti, to není úplně argument k tomu, že tu postfaktickou dobu nám způsobily soc. sítě, kdy nejsme schopni rozlišit mezi tím, co je pravda a co ne, ale chce se to po nás, abychom mohli dělat nějaký rozhodnutí nebo se do něčeho investovat...

Ale to nejsou soc. sítě, to je spíš... Soc. sítě jsou součástí nějakého informačního přehlcení a ty tzv. informační poruchy, information disorder.. problém je, že v tom nároku na ty jednotlivce, který by se v tom měli orientovat, takže problém zase může být v selhávání institucí, který by v tomhle měly být průvodci v informačním prostoru, třeba české školství anebo média, to je jedno, ale prostě jsou tady instituce, který by to měly řešit, který v tuhle chvíli do určité míry selhávají, ale zároveň... Mně se o tom blbě uvažuje v nějakých buď a nebo. Že je to buď tak, že za to FB může anebo ne.. On tady prostě je, je součástí toho světa, ve kterým žijem, takže je součástí těch problémů, které máme a kdybysme neměli FB, tak máme jiné problémy. Mně se přičí tam ukazovat tu kauzalitu, že za tuhle konkrétní špatnou věc může FB, protože zároveň FB může za spoustu dobrých věcí, to není, že si na to ukážeme prstem a tím to vyřešíme.

Já ani nechci tohle dělat, ale spíš mi to přijde jako takový průvodní jev bez toho aniž bych to hodnotil. Že vlastně, řekli jsme si, že nemáme ty authority, že ty se změnil, že ta autorita přestává být ten dokumentarista, který by za to měl

nějak odpovídat a teď furt nějakou autoritu si vyžaduje, když vstupuje do toho dokumentárního vztahu.. Tak na základě čeho, jakých hodnot může tu autoritu vyskládat? To mě zajímá.

Ještě k tomu, že FB způsobuje, že jsme všichni přehlčení a nemáme nástroje, jak se orientovat, tak je podle mě dobrý si uvědomit, že to je takový zkreslení, že většina lidí, a výzkumy ukazují, že většina lidí na soc. sítích vůbec nehledá informace o politice a zpravodajství, ale hledá tam MEMEčka a fotky psů a dětí a recenze PC her, prostě nějaký svoje specifický zájmy, ale procento lidí, kteří aktivně interagují s nějakým zpravodajským obsahem, teď si to cucám z prstu, ale není to ani deset procent. Nemám na to čísla z Česka, ale v americkém Twitteru je to asi 6 % lidí, ale zároveň tady těch šest procent lidí, kteří nějakým způsobem aktivně tlačí do toho prostředí ten politický obsah, jsou lidi, kteří jako disproporčně vůči zbytku populace jsou na nějaký extrémní straně názorového spektra, ať už první, druhý, třetí, jakýkoliv. Takže tím vzniká ten dojem, že je ten prostor je zahlcený, a ty lidi, ať je to jaký, ty čísla si nepamatuju přesně, ale prostě třeba šest procent lidí vytváří 30 procent konverzace, takže to vypadá, že jsme všichni rozhádaní a že je to hrozně polarizovaný, ale realita je taková, že většina lidí tam čekuje ty štěňátka a lidi a to je to, co se tam každodenně jako reálně děje. Bylo by falešný obviňovat FB z politických problémů.

Jo a autorita dokumentaristů. No to nevím, to si musíte na FAMU vyřešit, ale já si myslím, že ten dokumentarista se liší od nějakého blogera nebo influencera nebo youtubera, tím že poskytuje to svědectví tak, že je nestranný profesionál, že pro všechny lidi na soc. sítích je to způsob sebeprezentace, je to nějaký brand a nějaký způsob obživy a je to vždycky nutně nějaký výsek jejich každodenní reality, což pro dokumentaristu taky, ale ty seš... tobě má nějaký grant na film umožnit, abys tímhle nebyl zatížen, abys nebyl zatížen tím, co vyžaduje algoritmus nebo tvoji sledovatelé. To si myslím, že ten rozdíl je podobnej jako mezi veřejnoprávním médiem a nějakým blogískem, takhle bych to asi vnímala.

Ty máš ten profesionální trénink na to, jakým způsobem zprostředkovávat něco, co se v té realitě děje a ti youtubeři mají profesionální trénink jak prodávat sami sebe a to jsou dvě naprosto diametrálně odlišný věci.

To nevím, jestli si myslím, protože.. Dovolím si nesouhlasit, protože tím, že my je konzumujeme, co považujeme za nějaký autentický projev, vlastně když potom chceme být autentičtí, tak napodobujeme tohle, ne?

No jasně, ale to je nějaká peer pressure.

Ale to znamená, když třeba za mnou přijde někdo s kamerou a řekne.. víš, jako že automaticky začínáme pracovat s tím, že my jako uživatelé, co je náš brand, jak chceme být prezentováni. Moje máma přemýšlí nad tím, jakou si dá profilovku na FB, normálně by tam prdla slunečnice před pár lety, ale teď už o tom přemýšlí, nebo něco smaže. Protože začíná uvažovat a nějakým způsobem pracovat na svém mediálním obrazu, protože to vidí u těch ostatních a tím pádem se to tak trošku učí a tím pádem to tak trochu háže klacky pod nohy těm dokumentaristům, proč by lidi kteří jsou nějak poučeni o tom, jak by chtěli nebo nechtěli se prezentovat v tom vztahu do toho doku vztahu vstupovali? A co by jim ten dokumentarista měl nabídnout jiného než.. autenticitu oni už mají pro sebe definovanou a proč by z ní měli ustupovat. To je vlastně to, co řeším. Plus teda i dokumentaristi hrajou nějaké strategie, jak být věrohodný a autentický.

To nevím, ale jako určitě. Ale zároveň většina lidí je pasivní na sítích, většina lidí si tam dá ty slunečnice, že ten počet lidí, kteří si tam aktivně vytváří nějaký brand a tu personu a mají tu svoji autentickou sebe prezentaci pod nějakou kontrolou, tak je vlastně relativně malej a většina těch běžnejch uživatelů to nedělá, protože to neumí, nebo na to nemaj čas nebo je to nezajímá nebo je to nenapadlo, že by to mohli dělat.

Pověz mi ještě něco o té knížce.

V úvodu se snažíme shrnout všechny tadyty diskuze akademický, proč je ten pojem tak jako vyhajpovanej, proč se nedá tak jasně definovat. A že je vyhajpovanej hlavně proto, že se nedá úplně definovat, ale každěj si pod tím něco představí. Pak jsou tam různý ty sekce, který to zachycujou, je tam politická komunikace, jsou tam soc. sítě, je tam gender a popkultura nebo jako popkultura, ale všechny ty analýzy se tam

zaměřují na gender – je tam kapitola o RuPauls, je tam kapitola o emo kapelách a jak se vnímala autenticita v emo fanouškovských skupinách.

Jo, to by mě strašně zajímalo. RuPaula a Drag mám to mám dost nakoukaný.

Pak je to tam o tom turismu a o tom... pak je tam ten branding a marketing, kterej mi přijde zajímavější, takže se snažíme ukázat všechny možný odstíny toho pojmu, jak se s ním vlastně zachází, ale zároveň si tam nenárokuju úplně, že my přijdem s nějakou definicí, která to rozsekne, protože to nejde.

Já jsem chtěl na konci svojí práce jako závěr, udržet tohle.. že od nás nikdo nemůže očekávat, že jsme nějakí vědci, když nás k tomu ani nevedou, vidíš. Že ten závěr by měl být nějaký manifest autentičnosti.

Ale zároveň se v prostředí soc. sítí mluví o post-autenticitě, což mě přijde.. já nejsem o tom úplně přesvědčená, ale jsou lidi, kteří ho používají, protože upozorňují na to, že třeba ta autenticita už je trochu over, právě proto, že žijeme v eře postfaktické a postvšeho... a že si všichni uvědomujeme, že ta autentická prezentace je vlastně fejková. Takže třeba mnohem víc způsobem komunikace na soc. sítích je dneska hodně ironie, ironická sebe prezentace, kdy ty se ironicky stylizuješ do něčeho a tím to vlastně zároveň shazuješ, což jakoby znamená úplně jiný druh autenticity vztažené k něčemu jinému, takže ... pošlu ti jednu esej, co je o tomhle a je dost zajímavá.

Jeden polský režisér natočil film, byl ve Varech, jmenuje se to All the Sleepless Nights. Je to fajn film o dvou mladých klucích, co žijou ve Varšavě, je jim třeba dvacet, různě fetují, chodí na party, chodí na techno, pak si vymění jednu holku, pak se spolu nebaví a pak to skončí. To je celý. Nemá to žádný srdceryvný příběh, je to strašně dobře fresh, dobře udělaný film o mladých lidech. Ti kluci, o kterých to je, jsou herci, ale zároveň tam jsou sami za sebe, ale on s nima chodí na ty autentický lokace, na ty techna, kde oni pravděpodobně fakt fetují, ale vlastně pak tam jsou různě vložené scény, kdy se drží minuta ticha za prezidenta, co jim umřel, Kačinský? Tak tam všichni stojí a troubí autama a oni tancují mezi tím a dává tam tyhle momenty. A

když jsem si pouštěl na YT jeho masterclass, tak říkal, že pro něj to je strašně důležitý úplně zrušit tu hranici mezi tím, co je ta pravda a co ne, protože chce udělat obraz nějakýho autentickýho života ve Varšavě, ale vlastně kdyby to skutečně bylo opravdový, tak to nikdy takhle nenatočí.. Takže natáčel život těch herců, kteří jsou pořád ti herci, a díky tomu můžou vstupovat a vyplouvat z role, který jsou definovaný tím filmem, takže nevíš, kdy oni jsou sami za sebe a kdy jsou herci filmu, která vytváří nějaký narativní oblouk toho milostného trojúhelníku a říká, že to je vlastně jediná metoda, kterou on do budoucna vidí jak dělat filmy, dokumentární. Protože internet a soc. sítě vytváří hroznou kontrolu a ty filmy jsou ty konzervy, který podléhají té kontrole a vlastně, to co říká RuPaul nebo ten Vít'a, že nabídnout jim tu roli, stylizovat tu roli, že můžeš dojít k mnohem větší pravdě, než kdyby ses snažil být autentickéj.

To je právě ono, že spousta románů a literatury vlastně může zprostředkovávat víc autentický svědectví nějaký lidský zkušenosti než akademickéj článku, to je právě ono.

Že ta autenticita tak, jak my jí rozumíme, to co já bych chtěl ukázat je, tady je to zanesené něčím, tady je to špatně pochopené, že je nesmysl se tím zatěžovat a brát to jako hodnotu. Pojdme to přelepit něčím jiným.

Nebo pojdme se prostě zaměřit na to, jaký jsou ta naše očekávání, co my jakoby chceme, aby ta autenticita byla. Víš, jak to myslím. Vždycky, když se bavíme o těch dokumentech, tak si vždycky vybavím Petra Hátleho, kterej mě strašně sral v tom filmu, úplně hrozně moc a on vyhrál Jihlavu snad dvakrát.

Vyhrál s tou Velkou nocí ..

.. a to mně třeba přišlo prostě hrozný, protože jsem měla pocit, že je to strašně neautentický ten film, že to romantizuje a přehrává a exotizuje nějakou chudobu, kterou ten film předkládá jako něco hrozně estetickýho...

Měl jsem to podobně, i když mám Petrovy věci jinak rád.

...ale zároveň to předstírá, že it's real. A mně tam vadilo strašně to nepřiznaný, nevím jak to popsat, ale to je pro mě přesně příklad filmu, kterému se to fakt nepovedlo, zprostředkovat něco autentického, je strašně formalistický, nebo nevím jak to popsat. A on by se musel smířit s tím, že když točíš dokument, tak to není úplně estetický, že život lidí není estetický a on to chtěl mít estetický, tak to udělal tak, aby to bylo estetický. Já nerozumím dokumentům, ale tohle je třeba příklad, kterej mě, když o tom tady mluvíš, o tom filmu, kterej to dělá dobře, tak jsem si vzpomněla na příklad filmu, kterej to podle mě dělá špatně, ale to je jakoby můj osobní postoj.

To je strašně zajímavý, že zmiňuješ jeho, protože on má filmy, který jsou totálně stylizovaný a mnohem více autentičtější než tenhle film, kterej se dává do tohoto světa takovýho toho klasickýho sociálního dokumentu, prostě tisíckrát natočeno nebo minimálně o tom máme představu, že se to muselo už tisíckrát natáčet, takže chudý lidi a okamžitě navěšených šest dokumentaristů, všichni je točí. A zároveň tam má portrét kluka, žijícího v Istanbulu, kterej je natočen ve statických obrazech a čte tam jeho, on píše nějaký svoje texty, svoje úvahy o světě a o tom jak ho vnímá a podobně. Je to taková báseň, která je díky tomu, že to zvolilo tuhle formu, strašně formální, ale vlastně vhodnou pro vyjádření nějakýho vnitřního stavu.

Tak možná je to ono, možná je to ten nepoměr mezi tím obsahem a tou formou, kterej způsobuje ten pocit té neautentičnosti.

Zkusila bys říct, když se zamyslíš nad tím Hártlem? z čeho to u tebe pramenilo? To nasrání?

Jednak z toho, že moje levicový politický cítění má, že není dobrý estetizovat chudobu, protože to není estetický, je to prostě hnusný a špinavý a ti lidi tím trpí a on to zobrazoval jako něco, jako epos o magický noční Praze, když je to ve skutečnosti úplněj shit a bezdomovci umrzaj na ulicích. To mi tam vadilo politicky a jinak mi tam vadilo, že on skrz tohle hrozně estetizoval tu formu, tak to vlastně nakonec bylo úplně o hovně ten film, neřeklo to nic o životě těch lidí, neřeklo ti to ani nic jinýho, jenom to řeklo, jak chtěl ukázat, jaký má Petr estetický cítění.

Zároveň podobný koncept natočil svůj film, že to měl být předvečer Štědrého večera a jsou tam různé postavy, jako třeba Drag Queen, nějaká holka mladá, sejdou se na nějaký diskotéce na sídláku, a tam mě to prostě nesralo ten jeho přístup. Ale v té Velké noci, přesně to co říkáš, mě vlastně vytáčelo, ta estetizace chudoby, která, nevidím, že by vycházela z těch postav, kdyby to byl ... a já nenávidím, když se říká “kdyby” v dokumentu.. kdybyste natočil spíš tohle, ale teda kdyby to byl manifestovaný vnitřní svět těch lidí a já jsem to s nima mohl prožít, zažít.. že ti dealeři by se cítili fakt jak v nějakém filmu, kde hraje Robert Pattinson nebo že ty prostitutky, co tam jsou se cítí jako sexice, ato by ta přestetizovanost formální a Harmony Korine výjevy najednou dávala smysl. Ale tadyto najednou bylo skoro jak výsměch.

No a když si vezmeš pak nějaký téma sociálního vyloučení, kdybys to téma vzal jako široce téma toho filmu, tak seriál Most, kterej je fiktivní ti to ukáže líp než tento dokument. Není to tématicky úplně srovnatelný, ale víš, co myslím.

Já mám Hatleho rád, my jsme kámoši...

.. Já ho vůbec neznám, mě prostě sral jen ta Velká noc, z toho mám jako intenzivní zážitek, jak strašně mi ten film vadil.

Já úplně nenávidím ten druh dokumentu, který se teď začal rozmáhat strašně moc. Že se začalo děsně nárokovat, aby to začalo napodobovat ten hraný film do všech rovin, od dramaturgie, jako nějaká vypointovaná cesta hrdiny, která musí vytvářet nějaký oblouk, až po tu formu jak to vypadá, až díky tomu ta realita to začla trochu znásilňovat.

Tak to je úplně ukázkovej příklad.

Můj přístup dokumentu je, že ta kamera je svědkem určité situace a ta situace je pro mě důležitější než to, jestli je správný odstín plet'ovky

Ale zároveň mám pocit, že ... já jsem ten poslední, kdo by nějak rozuměl dokumentárnímu filmu, jsem součástí pražský bublinu, co chodí na dokumenty do kina, což je asi víc než zbytek republiky, ale nerozumím tomu. Ale filmy, který mi utkvěly v paměti, že jsem je viděla třeba v kině nebo na festáku nebo něco, měla jsem pocit, že to byly dokumenty, který mi něco daly, tak je mi dost jedno, jak byly natočený, ale přesně vyhmátly nějakou situaci, kterou dokázaly zprostředkovat.

Ted' jsem třeba v Jihlavě viděla film, co něco vyhrál, o tý finský meteoroložce, co vyvolávala mraky, což podle mě nebyl formálně ... to byl prostě jenom .. i to tak jako skončilo, že si říkáš hmm, to nemělo moc konec, ale prostě mi to přišlo... já jsem o tomhle nevěděla nic, ale skrz ten film jsem zjistila, že to existuje, že je to real, a zjistila jsem nějaký pocity člověka, kterej tomu rozumí, jak se k tomu staví a zároveň jsem měla pocit, že ten film aniž by to tam nějak násilně cpal, říká něco širšího o světě, prostě nějak se vyjadřuje ke klimatický změně, aniž by se otevřeně vyjadřoval ke klimatický změně, takže to třeba jakoby... tam nebyla snaha o žádnou.. tam přesně byla jen kamera a ta říkala, tahle paní má zajímavěj příběh, pojďme natočit ten zajímavěj příběh.