



paul greengrass_bourneovo ultimátum_2007

kinematografie intelektuálních atrakcí

—jistá tendence blockbusterového filmu

Následující text se snaží zachytit jisté formální a marketingové sklony 'intelektuálně ozvláštňovat' část hollywoodské produkce blockbusterové kinematografie atrakcí. Střídání modů atrakce a narace v těchto případech přechází do syntézy, tedy souběžného zapojování intelektu i smyslů, z čehož vychází jev, který bude dále v textu pojmenován jako intelektuální atrakce.¹

—Termín kinematografie atrakcí se zavedl v rámci výzkumů rané kinematografie² a Tom Gunning jej definuje jako exhibicionistický film, přesněji jako „koncepti, která vidí film nejen jako způsob vyprávění příběhů, ale spíše jako způsob prezentace série pohledů divákovi, která je fascinující jejich iluzorní mocí.“³ André Gaudreault⁴ chápe naraci a atrakci v raném filmu jako opoziční kinematografické principy. Tvrdí však, že „narativní kinematografie je často plná atrakcí“, přičemž tento vztah definuje následovně: „...zasadit do narativní struktury atrakce, které zpestří filmovou řeč, strukturu, do níž budou tyto atrakce zasazeny co možná nejpřirozenějším způsobem.“⁵ Gaudreault i Gunning uznávají argumenty teoretiků prosazujících koncepci postklasického hollywoodského filmu, že digitální kinematografie nabízí jakýsi současný ekvivalent k rané kinematografii atrakcí,⁶ ale jak naznačuje předchozí citát, mluví spíše o jakémsi střídání atrakce a narace.

—Důležité je však Gunningovo tvrzení v souvislosti s Griffithovými filmy, když píše, že „v jistém smyslu tu můžeme uvažovat o syntéze vyprávění a atrakce. Užívá se tu sice napětí, ale hlavně jistý druh přímé participace a údivu, jímž se vyznačují atrak-

ce. A napínavé situace obvykle zahrnují momenty atrakce (...). Nedochozí tu jen ke střídání, které jsem popisoval, ale k syntéze.“⁷ To je klíčové pro tezi tohoto textu, který vychází z předpokladu, že hollywoodský blockbusterový film posledních desetiletí opravdu představoval jakousi alternativu k rané kinematografii atrakcí, přičemž v rámci blockbusterů se přirozeně střídalo využití (oslabených) narativních a (zesílených) atrakčních principů, ale ty nikdy nesplynuly v jeden současně využívaný princip.

—Následující text ale tvrdí, že série blockbusterových filmů zejména z nového tisíciletí atrakci a naraci propojuje do podobné syntézy, jakou Gunning nachází u Griffitha. Dosahuje toho na bázi určité intelektualizace a komplikace vyprávění, přičemž samotné atrakce už nepředstavují jen jakési vsuvky pro zpeřování narace, o kterých mluví Gaudreault, ale její neoddělitelnou součást. Tyto filmy nepřestávají být plnohodnotnou kinematografií atrakcí v chápání současného blockbusteru. Zároveň ale pracují s komplikovaným vyprávěním, kladoucím určité zvýšené percepční nároky mimo jiné právě ve scénách čiré atrakčnosti: divák je například nucen sledovat několik ohnisek dění nebo konstruovat myšlení hrdinů, kteří udělají rychlou sérii kroků dříve, než divákovi osvětlí jejich význam.

—Tento proces jistě proměny a syntézy principů atrakce a narace lze nalézt nejen v samotné formě filmů, ale projevuje se specificky i na poli propagačních strategií, konkrétně v diskurzu režiséra jako autora, diskurzu hvězdy a estetickém diskurzu. Na základě tohoto procesu rovnoměrného splývání narace a atrakce lze tedy mluvit o něčem jako *intelektuální atrakci*.

Hollywood jako nová kinematografie atrakcí

Pojem kinematografie atrakcí v souvislosti zejména s blockbusterovým filmem⁸ zavedli teoretici kolem nového Hollywoodu.⁹ Jeho spektakulární tendence, odklon od dominantní role vyprávění a důraz kladený na technické aspekty kinematografie totiž představují přesun od klasického hollywoodského filmu právě k mnohem exhibicionističtější formě produkce v rané kinematografii (podle Gunninga představující zcela svébytný modus reprezentace, nikoli jen primitivní verzi narativního filmu). Angela Ndaliansová píše, že „současná kinematografie efektu je kinematografie prezentující samu sebe jako technologické představení, a publikum se vyzná a libuje si v efektních technologiích a jejich kinematografickém potenciálu. Spíše než o centralizaci akce výhradně kolem příběhu jde o kinematografii, kladoucí důraz na zobrazování, předvádění, performanci a spektakl.“

__Pojetí hollywoodského blockbusterového filmu jako atrakce vyhovuje Wyattovu chápání nového Hollywoodu přes *silnou konceptualizaci* (high concept),¹⁰ kterou její autor definuje jako „filmařský styl formovaný ekonomickými a institucionálními silami“. Charakteristické jsou kategorie „The Look, the Hook, the Book“, tedy efektní vzhled (snadná grafická rozeznatelnost – žralokova tlama u *Čelistí*, emblém *Jurského parku*, prsten u *Pána prstenů*), napojení na trh (merchandising,¹¹ franchise propojení, synergie), jednoduchý příběh. Podobné dělení (od „silné“ ke „slabé“ konceptualizaci) nabízí Thomas Schatz ve svém vlivném textu o novém Hollywoodu:¹² „Nový Hollywood můžeme chápat jako poskytovatele tří odlišných skupin filmů: vypočítaných blockbusterů s multimediálním trhem a franchisingovým statusem v povědomí; mainstreamových filmů kategorie A s hvězdou a potenciálem ‘spícího hitu’; nízkorozpočtových nezávislých projektů zaměřených na specifický trh a s malou šancí na cokoli jiného než status ‘kultovního filmu’.“

Ozvláštňování blockbusterových atrakcí

Filmy zapadající do výše naznačené teze splývání narace a atrakce v modu *intelektuálních atrakcí* je možné na poli blockbusterů se *silnou konceptualizací* nalézt v určité formě už od roku 1999 (s uvedením *Matrixu*), ale výrazněji až od let 2000 (*X-Men*) a 2002 (*Agent bez minulosti*, *Minority Report*). Zmíněné filmy jsou propagovány jako kinematografie atrakcí, ale čím dál výrazněji se jak v marketingu, tak v jejich filmové formě paralelně prosazuje snaha o výraznější uchopení mýtu jako konceptu, tematizaci hrdinství, kontextualizaci (a vnitřní rozpory) žánru, psychologickou motivovanost, obsazování „seriózních“ hereckých hvězd a angažmá režisérů z jiných médií (televize) či produkčních polí (dokument, nezávislý film, nízkorozpočtový film). Ještě znatelnější je sílící důraz na komplikovanější vyprávění a nutnost divácké pozornosti, které se váže i na proměnlivost stylu a zvýšení percepční náročnosti.

__Přirozeně, že vyjmenované oblasti představují spíše pole možných variant „ozvláštňování“, takže ani výsledná skupina filmů netvoří stejnorodý celek podobných produktů. Každopádně jde ve všech případech o určité narušení dominantně smyslové percepce kinematografie atrakcí, opájení se spektakularitou a předváděním. Hollywoodské strategie v nejmenším nenaznačují snahu nahradit stále velmi funkční koncept kinematografie

atrakcí,¹³ takže tyto filmy jsou i v rámci propagace chápány jako typ solitéru, odklonu od tradic, což se pokusí text alespoň výběrově dokázat dílčí analýzou oficiálního propagačního kanálu materiálů pro novináře (tzv. presskity či jejich přepisy v populárních filmových časopisech), případně dokumentů na DVD a plakátů. Druhou rovínou argumentace na poli *intelektuálních atrakcí* bude dílčí analýza projevů tohoto ozvláštňování v samotné formě snímků.

__Klíčem pro výběr filmů byly - mimo výše zmíněné charakteristiky - naplňování *silné konceptualizace* a přítomnost v žebříčcích dvaceti celosvětově neúspěšnějších filmů v rámci jednotlivých let (přičemž výsledky letošního roku jsou samozřejmě spíše orientační), což naznačuje alespoň částečnou úspěšnost konceptu.¹⁴ Výsledný analyzovaný vzorek tak tvoří následující filmy.¹⁵

1999 – Matrix

2000 – X-Men

2002 – Agent bez minulosti, Minority Report

2003 – Hulk, Matrix: Reloaded, Matrix Revolutions, X-Men 2

2004 – Bournův mýtus

2005 – Batman začíná, Válka světů

2006 – Casino Royale, Mission: Impossible III

2007 – Bourneovo ultimátum, Smrtonosná past 4.0

2008 – Indiana Jones a království křišťálové lebky, Temný rytíř

Diskurzivní rejstříky propagace

Nástroj k analýze propagace nabídl svým tříděním propagací rozvíjených diskurzů Vinzenz Hediger, který zkoumal „making of“ dokumenty. Rozlišuje čtyři různé diskurzivní rámce, založené na 1) *technice*, 2) *filmových hvězdách*, 3) *filmové produkci* a 4) *obrazu režiséra či producenta jako autora*.¹⁶ Ačkoli nosnou část dále analyzovaných materiálů tvoří presskity, metody oslovování jsou velmi podobné. Z Hedigerova třídění jsou však pro tento text užitečné jen personální kategorie autora a hvězdy. Diskurz filmové techniky nenabízí prostor pro vztah „intelektuálního“ a „atrakčního“. Diskurz filmové produkce zase v jeho chápání představuje spíše popis procesu natáčení, nikoli popis narativních či estetických strategií, jakkoli rámovaných do rétoriky „chtěli jsme natočit“. Jeví se tedy jako užitečné vytvořit Hedigerem nerefektovanou kategorii *estetického diskurzu*, která zahrnuje propagaci právě těchto aspektů filmu a která je důležitá pro argument *intelektuální atrakce*.

__Auteurský diskurz lze rozdělit na dvě pole, tedy *zavedené vizionáře* a *osvícené outsidersy*. Do prvního patří například Steven Spielberg, do druhého „najatí“ režiséři, kteří dosud neměli s filmovými blockbustery žádné zkušenosti a nemají pro ně zdánlivě žádné „umělecké dispozice“. Steven Spielberg tvoří specifickou kategorii,¹⁷ a jako kdyby od druhé poloviny 90. let posiloval pozici vizionářského tvůrce, který točí experimentální a odvážné filmy poskytující zvláštní typ potěšení, které je v opozici se zavedenými očekáváními a smyslovým potěšením typickým pro kinematografii atrakcí.¹⁸ Rovina atrakce se do propagace dostala až prostřednictvím audiovizuální kampaně, kdy oficiální trailer naopak slibuje rychle stríhanou audiovizuální akční podívanou o muži na útěku.

__U *osvícených outsiderů* tvoří důležitý argument souvislost s jiným typem média či produkce. Doug Liman (*Agent bez minulosti*) je spojován s nezávislými filmy, Paul Greengrass (*Bourneův mýtus*, *Bourneovo ultimátum*) s dokumentárními filmy, J. J. Abrams (*Mission: Impossible III*) s televizními seriály, Bryan Singer (*X-Men*, *X-Men 2*) s mainstreamovými filmy kategorie A, Christopher Nolan (*Batman začíná*, *Temný rytíř*) doslova (podle presskitu) s „provokativními filmy“. Propagace otevřeně zmiňuje, že nejsou ideálními režiséry pro blockbustery, a proto jsou ideální pro tyto netypické a chytřejší filmy. Greengrass pak z institucionální pozice dokumentaristy může o *Bourneově mýtu* tvrdit, že „je to odvážný film. Není to typická velkoprodukce.“¹⁹

__Podobná situace nastává u hvězdného diskurzu, který se v textové propagaci podřizuje spíše souboru přidáných intelektuálních očekávání, tudíž se klade důraz především na seriózní renomé nebo zkušenost s jiným typem filmů. Jako případový typ lze představit sérii o agentu Jasonu Bournevi, kterého hrál Matt Damon. Nejdříve byl představen jako herec zcela nezapadající do představy akčního hrdiny, který má kromě Oscara za scénář zkušenosti především na poli nezávislých nebo ambiciózních filmů. Materiály na DVD například ukazují scénu, kdy jako Jason Bourne zmlátí několik lidí, a pak se otočí do kamery se slovy: „Ale většinou se ve filmech neperu.“ Podobně se změnila strategie u druhého dílu, kdy už Matt Damon neřikal „To je poprvé, co točím žánrový film“, ale „To je poprvé, co točím sequel.“

__Už od prvního filmu se ale jako herec „proti typu“ stal představitelem „the look“ propagace filmu na plakátech, což je typické hlavně pro narativní filmy a navíc pouze v případě hvězd, nikoli pro kinematografii atrakcí. Zatímco u prvního filmu byly vedle jeho obličeje vloženy ještě záběry z atraktivních scén (rvačka, polibek), plakáty k druhému a třetímu filmu už vždy alespoň v jedné verzi nabídly jen velký detail Damonovy tváře. Celou vazbu akčního filmu pouze na tvář do té doby blockbusterově nepříliš zavedeného herce navíc posiluje slogan „Matt Damon je Jason Bourne“. Tento typ propagace a vůbec důraz kladený na autorský a hvězdný diskurz je sám o sobě pro kinematografii atrakcí netypický a naznačuje další formu vazeb na ambiciózní „áčkové“ mainstreamové filmy, jak o nich mluví Schatz.

__Nejsilněji se ale typ disparátní propagace na kinematografii *intelektuálních atrakcí* projevuje na poli estetického diskurzu. Důraz na tradiční přísliby jednotlivých atrakcí (popis natáčení akčních scén, speciálních zvukových efektů atp.) se kombinuje s důrazem na naraci, psychologickou motivovanost a významovou strukturu. U *Casina Royale* se popisuje nové, psychologičtější pojetí Jamese Bonda („V tom je tenhle film mnohem realističtější a emocionálně poutavější než ty předchozí“), u *Agenta bez minulosti* se zase psychologie stala podmínkou smlouvy se studiem: „Rozhodl jsem se tak proto, že měli stejný názor na zpracování látky a představovali si film jako sondu do charakterů postav, a nikoli jen jako akční film.“

__V tiskových materiálech k *Mission: Impossible III* se zase píše: „...od začátku (jsme) mluvili o tom, že chceme natočit film, který by měl překvapivě osobní a intimní dějovou linii,“ pokračuje Abrams. „Když slyšíte název Mission: Impossible, jako první si představíte spoustu extrémních situací, skvělou akci a neuvěřitelné kaskadérské kousky. Základní myšlenkou bylo využít příležitosti zkombinovat tyto prvky.“ (...) „Nepřijdete o všechnu tu zábavu a intriky, které od filmu očekáváte, ale hlavního hrdinu příběhu budete tentokrát vnímat úplně jiným způsobem.“ Posilují se i intelektuální přísliby dané osobou autora: „Miliony věrných fanoušků jeho seriálů Ztraceni a Alias vědí, co mohou čekat: fascinující a propracovaný příběh s nečekaným a strhujícím vyústěním.“

__U *Smrtonosné pasti 4.0* se projevuje oddělení hlavního hrdiny od současné digitální produkce: „Tohle není jeden z těch filmů, které spoléhají jen na digitální efekty.“ Bonusy a tvůrci často u *Agenta bez minulosti* upozorňují na dynamiku filmu, na autenticitu hrdiny a prostředí. V bonusu na Speciální edici DVD mluví agent CIA a vysvětluje, co všechno je stejné jako ve skutečnosti a jak je Bourne skvělý agent. Bonusy postulují nový typ hrdiny i nový typ vyprávění, když hledají paralelu s filipínským bojovým uměním kali, které vyžaduje okamžitou schopnost reagovat na podněty, což určuje charakter hrdiny i jeho postup filmem.

__Specifické jsou v tomto ohledu tiskové materiály k *Batman začíná* a *Temný rytíř*, které představují na poli tiskových materiálů propagujících blockbusterové filmy atrakcí zcela unikátní

christopher nolan_temný rytíř_2008



jev, když nabízejí analýzu hrdinů a jejich vztahů (v druhém případě Wayne, Denta, Gordona a Jokera), jejich motivací (koncepte strachu u prvního filmu) a vzájemných vazeb v souvislosti se strukturou vyprávění, nehledě na problematiku mýtu, hrdinství a masek ve filmu: „Když si Bruce nasadí Batmanovu masku, aby ukryl svou pravou identitu, obrací se perspektiva: pravou identitu Bruce Wayne určuje maska. Veřejná osoba Bruce Wayne je jen maska, již si nasazuje kvůli tomu, aby mohl existovat v našem světě. (...) Film naznačuje palčivé etické otázky, které se týkají napětí mezi mít moc a toužit po moci.“

__I tady ale přicházejí relativizující pasáže, které musí znovu-ustavit pozici filmu jako kinematografie atrakcí: „Myslím, že Chris (Nolan) ví, jak uspokojit naši touhu po jízdě na tobogánu, jinými slovy radost z krystalicky čisté zábavy okořeněné silným vnitřním konfliktem a dvojnásobností postav. Zvládne obojí, aniž by jedno či druhé osídil.“

__Především analýza některých propagačních kanálů měla poukázat na to, že už samotný marketing filmů operuje s určitou zvýšenou percepční náročností filmů. Je tu zřejmá snaha oslovit i segmenty publika, které tradiční kinematografii atrakcí opomíjejí – publika nezávislých nebo ambiciózních mainstreamových filmů. Filmy se skrze příslušné diskurzy (auteur, hvězda, estetická podoba) prezentují jako nový typ produkce, typ inteligentního blockbusteru, který může být i výrazně realisticky motivovaný (ve formě reprezentace fikčního světa nebo prostřednictvím psychologické výstavby postav a konfliktů).

Vyprávění a sebereferenčnost

Druhou rovinu analýzy bude tvořit samotný formální systém filmu se zaměřením na narativní strategie, tedy na konkrétní splynutí atrakcí s narací, případně souběžné dvojí kódování filmů jako atrakce i širšího komentáře ke svému žánrovému zázemí. Na základě toho lze typy *intelektuálních atrakcí*, které formální systémy těchto filmů poskytují, rozdělit do dvou kategorií: 1) z vyprávění (narativní požitky); 2) z mytického či žánrového sebevědomí (sebereferenční požitky).

NARATIVNÍ POŽITKY

Specifický příklad narativizované atrakce představují tzv. (akční) filmy pohybu.²⁰ Akční scény nezpomalují čas a neprodužují moment opojení atrakcí, staví na hrdinově průběžné aplikaci naučených schémat.²¹ Zápletku tedy tvoří téměř kontinuální série scén, ve kterých hrdina uniká či pronásleduje a za pochodu aplikuje různé modely chování, jež nijak nevysvětluje.

__Navzdory dřívějšímu vývoji této formy vyprávění (ve filmech jako *Uprchlík*, 1993, *Hra*, 1997, její prvky objevují i v *Minority Report*) ji definitivně ustavila série filmů o tajném agentu Jasonu Bournovi, kde paralelně s tradičními vizuálními atrakcemi (automobilové honičky, kontaktní pěstní souboje, přestřelky) tvoří hlavní zdroj potěšení samotný pohyb Bourna vyprávěním a práce s informacemi. Dělá řadu různých kroků, kterým divák nepřikládá hned význam nebo ho nedokáže odhadnout. Každý Bournovův postup v nějaké situaci je jako mikrovyprávění s poskytováním vodítka (jeho pohyby, krátké záběry coby jeho myšlenky, řada různých zdánlivě podružných kroků), které divák musí sestavovat.²²

__Trilogie filmů o Bournovi navíc pracuje s dvěma různými komplexními vyprávěcími mapami. Divák sice ví více než hrdina, pokud jde o situaci na ploše jednotlivého filmu, ale na poli celé Bournovy minulosti je limitovaný hrdinovou amnézií. I důležité narativní informace jsou distribuovány v pohybu, kdy v Bournovi detail prostředí či situace vyvolá vzpomínku.²³

__Jiný typ narativního ozvláštňování atrakcí nabízí film *Mission: Impossible III*, který přejímá narativní strukturu typickou pro sezónu kontinuálně vyprávěného televizního seriálu (konkrétně vychází ze seriálu *Alias*). Ve filmu se dá vysledovat pravidelný a dynamický rytmus střídání „epizod“, spojovaných dílčími vítězstvími, programy nebo otevřenými konci (cliffhangery), po kterých následuje vždycky několik minut vysvětlujícího nebo „znovu-úvodního“ dialogu.²⁴ Vzhledem k matoucímu flashforwardu na začátku je celé vyprávění navíc vedeno jako nespolehlivé (vyprávění dočasně lže o smrti jedné postavy), což ještě posilují záměrné vyprávěcí mezery, které do značné míry odpovídají metodě popsané u Bourna (někdo vystřelil na kanálovou mříž, vyprávění běží dál a výstřel dostane význam až o řadu minut později).

__Jiným typem narativizace akce je opět podobně jako u Bourna tříštění požitku z akčních scén paralelně distribuovanými informacemi, když v nich divák nikdy nesleduje jen jednu primárně efektivní rovinu, ale jeho vnímání je rozptýlováno dílčími rovinami napětí. Například efektivní honička vrtulníků ztrácí svou funkci čisté atrakce, když v jednom z nich umírá jediný nositel klíčové narativní informace. Největší akční scéna filmu na polorozbořeném mostě zase nesoustředí veškerou pozornost na jedno dějiště, ale současně vytvoří tři narativně důležitá pole dění, a kdykoli divák sleduje jedno, je nucen myslet na ta dvě, která narace právě nezobrazuje.

__Nejintenzivnější syntézu vztahu atrakce a narace ale provádějí oba filmy o Batmanovi. *Batman začíná* téměř nenabízí kontinuální vyprávění, ale konstruuje naraci jako síť postupně spojovaných souvislostí, které nakonec zapadnou do celistvého obrazu fabule. *Temný rytíř* s kontinuálním vyprávěním pracuje, ale organizuje je v rovinách čtveřice stejně důležitých postav (Batman/Wayne, Joker, Dent, Gordon), které obohacuje ještě o další paralelní linie mafiánů a policistů. Vyprávění sice zdánlivě vychází informačně vstříc, většinu času ví divák stejně mnoho jako některá z postav, ale postupem času se odhaluje jako informačně omezující.

__Dlouho například neinformuje o specifičnosti Dentovy mince, která utvářela základ možných hypotéz o Dentově charakteru (divák si myslí, že se řídí jejím „osudem“, ale posléze zjistí, že má obě strany ražené stejně), případně o falešném úmrtí postavy policisty Gordona. Zásadně navíc nerekapituluje doposud poskytnutá vodítka a neupozorňuje ani zpětně na narativní nespolehlivost některých postav (Jokera). Film tak poskytuje z hlediska divácké recepce komplikovaný narativní systém plný nemanifestovaných souvislostí, který obsahuje atrakce v podobě pěstních soubojů, přestřelek nebo automobilových honiček. Ty jsou motivovány dalšími vyprávěcími souvislostmi. Například na konci *Temného rytíře* je celá akční scéna v mrakodrapu vedena několika typy narativních pnutí: Batman útočí na policisty, aby neútočili na zdánlivé teroristy v maskách klaunů, pod kterými se skrývají rukojmí. Mezitím v horním patře Joker čeká na 12

hodin, aby mohl odpálit trajekty plné pasažerů. Batman to ví, ale nemůže přestat bojovat s policisty, dokud oni nepochopí, že nesmějí zabíjet klauny.

SEBEREFERENČNÍ POŽITKY

Mýtus a hrdina

Nejvýraznějším příkladem je opět dvojice filmů *Batman začíná* a *Temný rytíř*, u nichž mýtus a hrdina nejsou jen narativní prostředky, ale tvoří jedny z hlavních explicitních témat obou filmů. Nenabízejí jednoduché opozice jako první *Batman* (1989; Joker/Napier zabije hrdinovy rodiče – z něho se stane Batman – upustí Napiera do kyseliny – z něj se stane Joker – na konci Batman odhalí Jokera jako vraha rodičů a může se pomstít) nebo hyperbolizovaná dilemata jako *Batman se vrací* (1992). První film pečlivě rekonstruuje vznik batmanovského konceptu jako mýtu i jako symbolu, který se zrodí ze strachu a má vyvolávat strach, přičemž Wayne musí současně s maskou Batmana vytvořit i masku miliardářského požitkáře Waynea. Druhý film napak Batmana jako autonomního hrdinu zpochybňuje, tematizuje jeho prázdnotu v podobě symbolu, který je různě vykládán (Wayne například na adresu svých napodobovatelů říká, že takhle to nemyslel, když chtěl jít příkladem) a lze ho významově zcela vyprázdnit i znovu naplnit (když se na konci stává psancem, protože Batman jako symbolický princip na rozdíl od Denta s /dvojí/ tváří může totální morální přepólování přijmout). Film otevřeně nastoluje otázky hrdinství,²⁵ které nechápe jako vrchol ctnosti, ale jen jako jednu z (dočasných) funkcí Batmana jako principu, kterou lze opustit.²⁶

Žánrově kontextualizovaný hrdina

John McClane se jako modelový akční hrdina konce 80. a začátku 90. let po dvanácti letech vrací ve *Smrtonosné pasti 4.0*, která ale nabízí dvojitě kódování. V prvním kódu se odehrává lineární akční příběh, v druhém jde o konfrontaci neměnného hrdiny se zcela proměněným žánrovým světem kolem něj, takže film se prostřednictvím McClana jeví jako jakýsi komentář vývoje žánru (atrakce). Pokud u obou batmanovských filmů není mýtus jen prostředkem, ale objektem diskuse, dalo by se totéž říct o žánru akčního filmu ve čtvrté *Smrtonosné pasti*.

— Nemotivovanost hrdinova jednání a zarputilost, s níž jde proti předpokladům současného pře-psychologizovaného žánrového světa, kdy má každý krok své „motivované“ pozadí, je rozkladný prvek, který posouvá vyprávění vpřed. Další narativní impulzy chybí. Na straně teroristů divák sleduje prostředky, ale skoro až do konce syžetu nezná cíl jejich jednání. Po úvodní destruktivní sérii útoků totiž jen neustále mění stanoviště a snaží se dělat něco, v čem jim McClane stále brání. Podobně neobvyklé je i ukotvení v rámci „parťáckého filmu“ (buddy movie), kdy má John celý film po boku mladého hackera Farrella.

— Zasvěcený divák nemůže společně s Farrellem obdivovat hrdinu, protože jej i jeho postupy z předchozích filmů zná. Naopak společně s McClanem sleduje to, co je ve světě zbývajících postav považováno za přirozené: virtuální svět počítačů, možnosti virtuálního terorismu, ochromení jistot modernity. Avšak ve chvíli, kdy John vstoupí do pokoje k hackeru Warlockovi a začne se bavit o *Star Wars*, dostává se divák mimo pozici postav: ony neznají Johna (jako hrdinu série), on nezná svět geeků, zatímco divák (v ideálním případě) zná oboje. V tu chvíli film staví pouze na konfliktu několika popkulturních rámců. Otevřeně tak v kondenzované podobě tematizuje princip oslovení různých skupin publika, když v méně očividné podobě využívá tyto rámce v celém vyprávění.

— Podobně hrdina prochází několika různými mody akčního žánru: začíná televizním seriálem *24 hodin* (zmnožení pohledů na skupinu lidí na různých místech), pokračuje přes fyzický akční film 80. let (John McClane po jednom vystřelí či jinak zlikviduje útočící teroristy), přesune se do moderního hladkého akčního filmu 90. let (počítačový terorismus, honičky v autech), pokračuje přes film pohybu (McClane prchá městem), až se dostane na „vlastní pole“, když bojuje s teroristy v uzavřeném prostoru v podzemí. I tady je ale konfrontován s žánrovým vetřelcem: bojovníkem z kung-fu filmu. Narace přitom nikdy nenechá vzpomínat hrdinu, ale pouze zapojováním stop aktivizuje divákovu paměť.²⁷

Historicky kontextualizovaný hrdina

Poslední výrazný typ sebereferencie představuje *Indiana Jones a království křišťálové lebky*, kde se hlavní hrdina podobně jako

j. j. abrams_mission: impossible III_2006



John McClane ocitá v jiném světě, než ve kterém ho zachycovalo poslední filmové dobrodružství. Na rozdíl od *Smrtonosné pasti* ale nejde o svět jednoho filmového žánru, ale spíše o historicky motivovaný svět americké kinematografie. Hrdina dobrodružných filmů 30. a 40. let je najednou konfrontován se světem hollywoodského filmu 50. let, vymezeným příběhy o mladých lidech, sirkovskými maloměstskými technicolorovými melodramaty, horory kategorie B a sci-fi příběhy, hrozbou rudého nebezpečí a atomové války. Ve filmu jako kdyby pasivně procházel všemi zmíněnými kinematografickými mody, zapojený do jednotlivých kinematografických světů spíše proti své vůli. Podobně jako ve *Smrtonosné pasti 4.0* je i tady přítomen dobrovolný zasvěcenec v podobě Mutta Williamse, který tvoří protipól k unavenému a poněkud dezorientovanému hrdinovi, do jehož žánrové pozice v průběhu syžetu 'dorůstá'. Na rozdíl od McClanea, který explicitní 'filmovou' paměť ztratil (v předchozích filmech svá minulá dobrodružství zmiňoval), Jones ji ve čtvrtém filmu získal, což mu o to více umožňuje porovnávat nyní a tehdy (pomocí další postavy z minulosti, Marion Ravenwoodové z *Dobyvatelů ztracené archy*, 1981).

Úspěšnost konceptu?

Text se snažil analyticky zachytit zvláštní fenomén současného blockbusterového filmu, kdy se v určitém segmentu produkce projevuje snaha spojit na poli jednoho filmu naraci s atrakcí do uspokojivé syntézy, nikoli do střídajících se modů v různých fázích vztahu dominance. Narativizace atrakcí se projevuje ve formě filmu pohybu (kdy distribuce atrakčních požitků i narativních dat probíhá simultánně), zmnožení narativních ohnisek při akční scéně (kdy divák nemůže přestat konstruovat hypotézy v právě nezobrazovaných prostorech) či zařazením atrakcí do komplikovaného systému distribuce vyprávěcích informací (takže je třeba všechny akční sekvence zařazovat do širších souvislostí).

__V jiné rovině tyto filmy představují různě kontextualizované hrdiny, ať už jsou tyto kontexty žánrové, historické nebo mytologické, přičemž komplikují snahu hrdinu z těchto vazeb vytrhnout a percipovat pouze smyslovou rovinu diváckého potěšení. Dílčí analýza propagace dokazovala kombinaci tradičního zaměření na spektakulárnost filmů nebo sílu smyslového požitku a utváření širších významových rámců pro jiné typy publika. Jména zavedená z televize, nezávislého, nízkorozpočtového nebo dokumentárního filmu společně se seriózními herci jako kdyby představovala záruku pravdivosti příslibů narativní komplikovanosti a různých forem realistické motivovanosti.

Třebaže by letošní komerční neúspěch tímto způsobem asi nejotevřeněji propagovaného i formálně organizovaného filmu *Speed Racer* (2008)²⁸ mohl studia od dalších podobně radikálních kroků odrazovat, stále se zvedající tržby a výrazně pozitivní přijetí asi nejkomplicovanějšího z analyzovaných filmů – *Temného rytíře* – naznačují opak. Jakkoli jsou ale blockbustery kinematografie *intelektuálních atrakcí* stále představovány jako solitéry a poskytovatelé nějakého specifického typu zážitku, při zpětném pohledu na žebříčky návštěvnosti se z jejich přítomnosti v hollywoodské produkci se *silnou konceptualizací* stává konstantní a komerčně úspěšný jev.

radomír d. kokeš

poznámky

- 1/ Přičemž pojem *intelektuální* není používán ve smyslu adjektiva od slova *intelektuál* (ve spojení s humanitními vědami).
- 2/ A jak píše Gaudreault, objevili potom jeho využívání v podobném významu už v první čtvrtině 20. století. Viz GAUDREAULT, André. *Atrakce v kinematografii*. Cinepur, 59/2008, s.11-17.
- 3/ GUNNING, Tom: Film atrakcí. Raný film, jeho diváci a avantgarda. *Iluminace* 42, 2002, č. 2, s. 51–59.
- 4/ GAUDREAULT, André. *Atrakce v kinematografii*. Cinepur, 59/2008, s.11-17.
- 5/ Cit. dílo.
- 6/ Gunning například uvádí *Jurský park* nebo *Gladiátora*. SZCZEPANIK, Petr; SKOPAL, Pavel; KUČERA, Jakub: *Obrazy a atrakce filmové historie. Rozhovor s Tomem Gunningem*. Kino-Ikon, č. 1, 2002, s. 146–158.
- 7/ Cit. dílo, s. 151.
- 8/ Znaky kinematografie atrakcí mohou naplňovat i filmy bez blockbusterových parametrů, například *Zastav se a nepřezívejš* (2006), *Hitman* (2007) nebo *Wanted* (2008).
- 9/ Ale nejen oni, třeba Linda Williamsová už pohledem „kina senzací“ (příklad Pavel Skopal) analyzovala formu a marketing filmu *Psycho*. Viz WILLIAMS, Linda: *Learning to Scream*. In: Horror. The Film Reader. Ed. Mark Janovich. Londýn, 2002, s. 163–168. Každopádně z novějších například NDALIANIS, Angela: *Special Effects, Morphing Magic, and the 1990s Cinema of Attractions*. In: Ed. Vivian Sobchacková. *Meta-Morphing*. Visual Transformation and the Culture of Quick-Change. Minnesota: University of Minnesota Press, 2000, s. 251–272.
- 10/ Příklad Pavel Skopal (ELSAESSER, Thomas: *Zrcadlo v pohlcení*. In: Ed. Petr Szcepanik. *Nová filmová historie*. Praha: Hermann a synové, 2004, s. 323–341). K termínu viz WYATT, Justin: *High Concept*. Austin: University of Texas Press, 1994.
- 11/ David Bordwell neprávem mluví o krajním propojení „look“ a „hook“ u *Jurského parku*, který identifikoval logo filmu s logem atrakce uvnitř něj. Píše: „A když Spielbergova digitální zvířata číhala na své oběti za obchodem se suvenýry *Jurského parku*, nedosáhl film krajní meze umístění produktu?“ In: BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin: *Dějiny filmu*. Praha: AMU – Nakladatelství Lidových novin, 2007, s. 736.
- 12/ SCHATZ, Thomas: *The New Hollywood*. In: *Film Theory Goes to the Movies*. Ed. Ava Collins & Jim Collins & Hilary Radner. New York – London: Routledge, 1993, s. 8–36.
- 13/ Ten je ostatně velmi funkční, jak dokazuje celosvětový úspěch trilogií *Piráti z Karibiku* (654 mil.; 1066 mil.; 961 mil.) nebo *Spider-Man* (821 mil.; 783 mil.; 890 mil.), případně filmů jako *Transformers* (708 mil.) nebo franchisingové série jako nové *Star Wars* (924 mil.; 640 mil.; 849 mil.), *Harry Potter* (976 mil.; 879 mil.; 795 mil.; 896 mil.; 938 mil.) nebo *Pán prstenů* (870 mil.; 924 mil.; 1119 mil.), které sice ve dvou posledních jmenovaných případech kladou důraz i na vyprávění, ale stavěly propagaci i formu především na spektakulárnějších aspektech knih. Viz www.boxoffice Mojo.com.
- 14/ Z analyzovaných filmů vypadly například víceméně modelové příklady zmíněného rozporu – *Domino* (2005) a *Deja Vu* (2006), kde se stejně intenzivně propagovala narativní komplikovanost, složitost syžetu a nutnost maximální divácké pozornosti jako přítomnost smyslově mimořádné spojné atrakcí. Z letošního roku zase vypadl podobně modelově popsatelný, ale neúspěšný *Speed Racer* (2008). K analýze projevů splnutí spektakulárnosti s komplikovaným vyprávěním viz KOKEŠ, Radomír D. *Speed Racer. Vertikalizace stylu, narace a prostoru*. In Cinepur, č. 58, 2008.
- 15/ *Matrixem* se text zabývat nebude, protože už k němu existuje množství literatury zabývající se právě jeho přesahy mimo hranice tradičního blockbustera. V češtině například CLOVER, Joshua: *Matrix*. Praha: Casablanca, 2007.
- 16/ Viz HEDIGER, Vinzen. *Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film*. In: Hediger, Vinzenz – Vordeau, Patrick. *Demnächst in Ihrem Kino. Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung*. Marburg: Schüren 2005, s. 332–341.
- 17/ Podobně jako třeba Martin Scorsese, který ale filmy kinematografie atrakcí nikdy netočil a používal jisté formy smyslového potěšení (tedy atrakce) jen jako argumenty ve složitých filmech jako *Mafiáni* (1990), *Casino* (1995), *Gangy New Yorku* (2002) nebo *Skrytá identita* (2006). *Skrytá identita* má ale ke kategorii intelektuálních atrakcí nejbližší.
- 18/ Citace z presskitu: „Chci se vypořádat s tématy, se kterými jsem se ještě nevyprávěl, vysvětluje režisér. „Prožívám experimentální životní období a zabývám se záležitostmi, které mě zajímají. Minority Report je skutečně záhadou. (...) Řekl jsem Januszovi, že chci udělat nejošklivější a nejdrsnější film, jaký jsem kdy natočil,“ vzpomíná Spielberg. „Chci, aby to byl film temný, ponurý a chladný. Spielberg vytvořil vizuální svět,

který zrcadlí Andertonovu temnou emocionální a psychologickou cestu. Chtěli jsme vytvořit realistický svět, trochu zpustlý a plný stínů,' popisuje Kaminski. 'Chtěli jsme, aby to byl nebezpečný svět.'"

19/ K oběma filmům viz bonusové materiály na českých vydáních DVD.
20/ „Akční“ je záměrně uzávorkováno, protože ačkoli po bournovské sérii tvoří jádro této potenciální „adjektivní“ žánrové formy akční filmy jako *Šťvanec* nebo *Odštělovač*, strukturní podobnost mají i neakční thrillery jako *Uprchlík* (1993) nebo *Hra* (1997). Viz též KOKEŠ, Radomír D.: *Hrdinové v pohybu*, filmy v pohybu (<http://filmpub.centrum.cz/temata/115892-hrdinove-v-pohybu.aspx>).

21/ Filmy to většinou nějak motivují. Bourne je vycvičený tajný agent, Andertonovi v *Minority Report* radí žena, která je schopná číst budoucnost.

22/ Viz též KOKEŠ, Radomír: Bourneovo ultimátum. Šachový mistr v pohybu. In *Cinepur*, 2007, č. 53.

23/ Tento typ vyprávění a ozvláštňování atrakcí přejímají i *Casino Royale*, *Batman začíná* a *Temný rytíř*.

24/ David Bordwell se snaží dokázat, že film vykazuje znaky běžné čtyřaktové struktury vyprávění, jak ji definovala Kristin Thompsonová v knize *Storytelling in the New Hollywood*. Tento model je však příliš obecný, aby zachytil jemnější formální proměny ve vyprávěcích strategiích a ve svém soustředění se na obecný „epický rámeček“ přehlíží drobnější zlomy ve vyprávění (kterých je více než čtyři). Viz BORDWELL, David: *Anatomy of the Action Picture* <<http://davidbordwell.net/essays/anatomy.php>>.

25/ V tomto případě nejde o interpretaci implicitních významů, ale o explicitní významové pole. Projevuje se jak ve filmové formě, tak lze nalézt analogii i v analýzách v rámci presskitů.

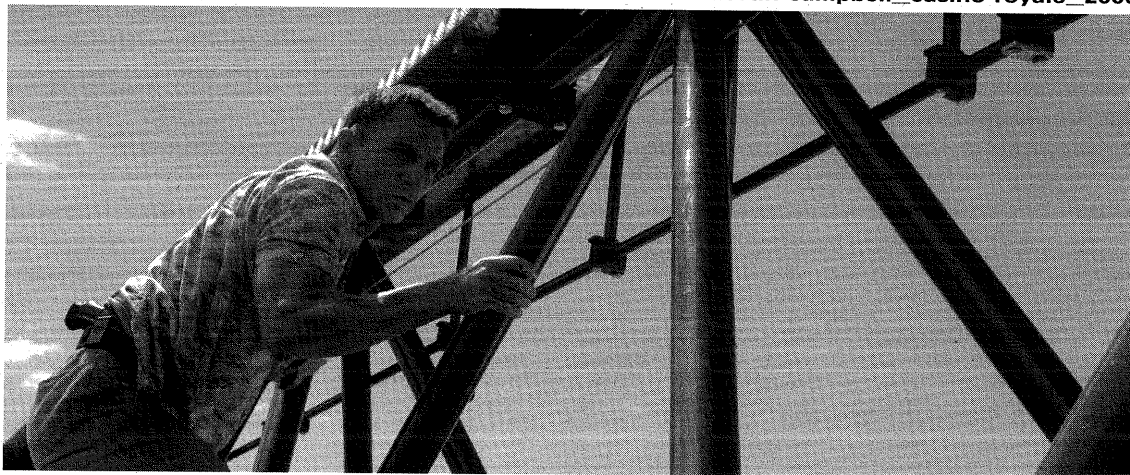
26/ O autentickou rekonstrukci komiksově minulosti se pokoušel i Hulk,

který spojil snahu o věrohodnost psychologické reprezentace hrdinova konfliktu s transmediálně motivovaným stylem: split-screen využíval jako analogii ke stránkám v komiksu. Složitě vrstvený komplexní svět filmového komiksu jako alternativy našeho světa (a alegorii homosexuality skryté za 'mutantství') nabídla i dvojice filmů *X-Men* a *X-Men 2*. Třetí díl *X-Men: Poslední vzdor* (2006) se se změnou tvůrčího týmu přiklonil zpět k tradiční formě kinematografie atrakcí.

27/ Tyto analytické postřehy je možné užitečně porovnat s tvrzeními z presskitů. Např. „Nechtěli jsme, aby se na začátku filmu najednou proměnil v počítačového experta, který by byl schopen zastavit Gabriela a naboural se do satelitů. McClane by nevěděl, jak na to. Takže jsme ho umístili do několika situací, v nichž vůbec nic nechápe, a postavili proti němu úhlavního nepřítele, jehož nástroje a metody jsou z úplně jiného světa, než ve kterém žije McClane. (. . .) Počítačový nadšenec Matt Farrell tvoří digitální jin k McClaneovu analogovému jangu. (. . .) Gabriel je schopen využívat určitých metod, které McClane nemůže předvídat, protože leží úplně mimo jeho oblast zkušeností.“

28/ Stál 120 mil., dosud (21. srpna 2008) celosvětově vydělal jen 89,2 mil. Viz www.boxofficemojo.com.

martin campbell_casino royale_2006



len wiseman_smrtonosná pást 4.0_2007



CINEPUR 59

2008

Cinepur No.59_09-10 2008_cena 65,-kč_časopis pro moderní cinefily



téma *kinematografie atrakcí*