

UNIVERZITA KARLOVA  
FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ  
Elektronická kultura a sémiotika

Bc. Omar Bessiso

Ikonologie zrcadlových selfies

*Diplomová práce*

Vedoucí práce: Mgr. Ondřej Váša, Ph.D.

Praha 2024

Poděkování:

Děkuji své rodině, školiteli, přátelům, kolegům a sledujícím.

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně ocitovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 1.5.2024

Omar Bessiso

**Abstrakt:**

Zrcadlová selfie fotografie je v současné době hojně rozšířeným fenoménem na sociálních sítích. Tato diplomová práce si všímá určité podobnosti mezi zrcadlovými selfies křesťanskými ikonami. Následně si dává za cíl zmíněnou podobnost do větší hloubky prozkoumat. Předchozí teoretický rozbor na toto téma se zdá být vzhledem k tématu práce téměř neexistující. Tato diplomová práce má za cíl porovnat dva zdánlivě nesouvisející jevy zrcadlových selfies a křesťanských ikon. Pozorování v této práci byly vyvozena jednak po studiu literatury, která se s danou problematikou pojí, jednak na základě učiněných paralel a analogií s texty Jeana-Paula Sartra a Jeana Baudrillarda. Závěr, který je v této práci učiněn je, že zrcadlové selfies a křesťanské ikony zastávají obdobnou společenskou roli, kterou je výzva k následování určitého imperativu, ten je nicméně mezi dvěma zmíněnými rozdílný. Zrcadlové selfies jsou stejně jako ikony bohaté na symboliku, nejedná se ovšem o symboliku náboženskou, ale symboliku konzumní.

**Klíčová slova: Selfie, Konzumní společnost, Ikony, Sociální síť, Elektronická kultura**

**Abstract:**

Mirror selfies are a ubiquitous phenomenon across social media. This master's thesis notices some similarities between mirror selfies and Christian icons. The main goal of this thesis is to explore those similarities to a greater degree. Prior theoretical research regarding this subject seems to be almost nonexistent. This thesis focuses on two seemingly unrelated subjects. Made observations were based on research of literature regarding given topics and on constructed parallels and analogies with texts of Jean-Paul Sartre and Jean Baudrillard. The conclusion made by this thesis is that both mirror selfies and holy icons do have similar societal roles, which is to follow certain imperatives. The imperatives are different between those two. Mirror selfies are rich in symbolism the same way holy icons are. This symbolism is not tied to Christian ideology but to consumer society.

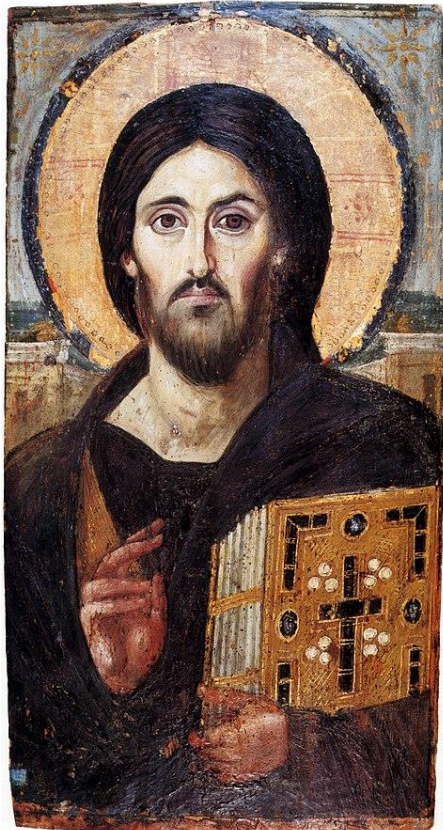
**Keywords: Selfie, Consumer society, Icons, Social networks, Electronical culture**

## **Obsah**

Obsah .....	4
Úvod práce.....	1
1 Sociální fotografie a stručná historie sebereprezentace .....	3
Ikony – úvod.....	11
2 Role prostoru a času v umění obecně .....	13
3 Čas, prostor a prezence v ikoně .....	17
4 Ikony v Byzantské říši .....	26
5 Pohled .....	34
6 Role těla a spásy v konzumní společnosti .....	41
Závěr práce .....	49
Literatura.....	50

## Úvod práce

Vzhledem k povaze probírané problematiky před samotným čtením práce doporučuji čtenáři, aby se nejprve podíval na obrazovou přílohu práce. Příloha je mimo jiné k dispozici na odkaze: „<https://tinyurl.com/omarbessissodp>“



Obrázek 1: ikona Krista Pantokratora (Sinaj), 6. století zdroj: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Kristus\\_Pantokrator\\_\(Sinaj\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Kristus_Pantokrator_(Sinaj))



Obrázek 2: Zrcadlová selfie Seleny Gomez, zdroj: [https://www.instagram.com/p/CnQwj9WrV5F/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CnQwj9WrV5F/?img_index=1)

Tato diplomová práce porovnává současný fenomén selfies v zrcadle s křesťanskými ikonami. Účelem této práce je pokusit si nalézt podobnosti mezi dvěma zmíněnými ať už z vizuálního hlediska nebo z hlediska společenské role. Konkrétně zrcadlové selfies byly vybrány z toho důvodu, že si jsou se zmíněnými ikonami kompozičně analogické; jak selfies v zrcadle, tak ikony centrují zobrazeného jedinice. Ikonami zde chápu určitý ikonografický typ zobrazení, mezi které patří například takzvaný Kristus Pantokrator, kde je Kristus vyobrazen na zlatém pozadí s pohledem mířeným přímo na diváka, v jedné ruce drží knihu evangelia a druhou rukou žehná. Dalším velmi významným prvek je motiv žehnání rukou u ikon, který je v případě selfies v zrcadle nahrazen rukou držící telefon. V této práci zastávám stanovisko, že v současné, neoliberální společnosti převládající ideologie vybízí ke konzumerismu, který obsadil doménu, jež dříve patřila náboženství. To lze mimo jiné pozorovat právě na ruce držící telefon – tam, kde byl dříve symbol spásy skrze následování křesťanských doktrín je nyní symbol spásy skrze konzumaci.

Moje diplomová práce s sebou nese několik limitací. Vzhledem k povaze této práce je nutné upozornit, že podobnosti, které nalézám neplatí jedna ku jedné. Srovnávám zde dva

zdánlivě nesouvisející jevy, podobnost mezi nimi lze zahlédnout pouze pod určitým úhlem a pouze do určité hloubky. Mé znalosti křesťanské teologie jsou limitované, nicméně pro učinění porovnání v této práci doufám dostačující. Rovněž z Jeana-Paula Sartra a Jeana Baudrillarda vycházím pouze do takové míry, do jaké mi to umožní lépe pochopit a popsat fenomén selfies. Jejich texty zachycují určité jevy, které jsou v práci rozebrány, nicméně účelem práce není se těmito autorům zcela dopodrobna věnovat. Tuto práci je v jistých ohledech vhodné vnímat jako určitou redukci podobně, jako je planetární model atomu redukcí sloužící k jeho snazšímu pochopení.

Práce je rozdělena do šesti kapitol. První kapitola se věnuje fenoménu selfie fotografie, její historii, žánrovým specifikům a výzkumu věnovanému dané problematice (1). Následuje trojice kapitol věnovaná ikonám. Pro ikony je typická takzvaná *reverzní perspektiva*, která je odlišná od lineární perspektivy, na kterou je běžný, současný divák zvyklý. *Reverzní perspektiva* podle teoretiků ikon zasazuje ikonu do místa mimo prostor a čas. Z důvodu lepšího uchopení zmíněného jevu se první kapitola věnovaná ikonám zabývá rolí prostoru a času v umění obecně (2). Zde vycházím z Ikonologie W.J.T. Mitchella a z Laocoonu Gottholda Lessinga. Kromě prostoru a času v umění se kapitola rovněž věnuje žánrovým zákonům umění, kterým Lessing následně připisuje genderové role a problematice užívání umění k ideologickým účelům.

Druhá kapitola věnovaná ikonám se zabývá časem, prostorem a prezencí v ikonách konkrétně (3). V této kapitole vycházím převážně z knihy *Space, Time and Presence in the Icon* od Klemeny Antonové. Je zde rozebráno, co o ikonách říkali jejich tři přední ruští teoretici Pavel Florensky (Florenskij), Boris Uspensky (Uspenskij) a Lev Zhegin (Žegin). Také se zde věnují času a prostoru zrcadlové selfie v porovnání s ikonami.

Třetí kapitola z celku o ikonách se zabývá rolí ikon v Byzantské říši (4), ve které byly ikony nejrozšířenější a ikonoklasmem – hnutím, které považovalo ikony za modloslužebnictví. Byzantská společnost byla teokracií. Vše se v ní nevyhnutelně pojilo s křesťanskou vírou. Podle ikonofilů ikony představovaly modloslužebnictví, argumenty ikonofilů byly založené na tom, že ikony přebírají svatou prezenci a nejsou pouhými obrazy, ale jakýmsi pojítkem mezi materiálním světem a světem idejí.

Pátá kapitola se věnuje Pohledu (5), jak o něm píše Jean-Paul Sartre. Fenomén pohledu se uplatňuje jak u ikon, tak u zrcadlových selfies. U ikon vybízí k dodržování náboženských doktrín, u zrcadlových selfies si ho pak jedinec touží podmanit, jak ale bude v kapitole diskutováno, v konečném důsledku v obou případech pohled vybízí ke konformitě. Na závěr kapitoly bude představen evolučně-psychologický aspekt pohledu.

Závěrečná šestá kapitola rozebírá roli těla jako předmětu spásy v konzumní společnosti (6), jak o ní píše Jean Baudrillard a jak je v prostředí sociálních sítích konzumní společnosti konzumováno tělo druhého. Tato kapitola má za úkol zachycovat, jak došlo k posunu vnímání spásy od záležitosti duše k záležitosti těla. Kapitola představuje argument pro tvrzení, že v současné společnosti byla doména víry nahrazena konzumem a rozebírá podobnosti učiněné na základě tohoto tvrzení.



Obrázek 3: Koláž sestavená spojením dvou výše přiložených obrázků.

## **1 Sociální fotografie a stručná historie sebeprezentace**

### **1.1 Úvod kapitoly**

Účelem této práce je pokusit se nalézt podobnosti mezi zrcadlovými selfies a ikonami. K tomu je potřeba obě kategorie nejprve náležitě popsat a pochopit pravidla, která se s jejich žánry pojí. Pozice, kterou v této práci zaujímám je, že zrcadlové selfies a ikony spolu sdílí analogickou kompozici a z toho důvodu by bylo zajímavé podrobněji prozkoumat, zdali mezi zmíněnými dvěma nějaké podobnosti, které je možné adekvátně obhájit, skutečně existují. Tato kapitola se zabývá selfies a autoportréty, bude zde popsán jejich vývoj od klasického umění po současnou sociální fotografii. Rovněž budou nastíněny určité teoretické souvislosti mezi těmito dvěma. Selfies jsou uvažovány jako fenomén jednadvacátého století, který přišel až s rozvojem sociálních sítí a mobilních telefonů s kamerou. Touha po sebe-reprezentaci je něco, co se jeví jako inherentní lidská vlastnost. Za předchůdce digitálních selfies lze považovat klasické analogové fotografie, ale i autoportréty nebo daguerrotypii. Na závěr kapitoly bude krátce diskutována unikátnost zrcadlových selfies. „Autoportréty nejsou ničím novým – lidé je produkovali po staletí. Medium a formát publikace se měnily. Z oleje na plátně jsme se přesunuli na celuloid a následně na film a digitální média. Nyní s rozvojem chytrých telefonů se autoportréty v podobě sociální fotografie staly každodenní záležitostí pro většinu lidí. Nová média zajistila snadné pořizování a sdílení selfies“ (Marcy J. Dinius, 2015).

## 1.2 Selfies – Definice

Podle definice oxfordského slovníku (2013) je selfie „fotografií, na které jedinec vyfotí sám sebe, typicky telefonem nebo webkamerou a následně ji sdílí na sociálních médiích“. Tato definice zahrnuje tři klíčové prvky selfie: vyfocení smartphonem (1), sebe sama (2) a následné sdílení na sociálních médiích (3). Pro proliferaci selfies v takové míře, s jakou se s nimi lze setkat v současnosti, byl nezbytný vznik sociálních platforem jako Facebook nebo Instagram, které umožnily jejich cirkulaci a konzumaci. Předěšlé sociální sítě, u nás zejména lidé.cz a libimseti.cz neměli formu timeline, ale spíše digitální nástěnky. S fenoménem selfie se pojí efemernost. Fotky se buď propadají do hlubin timeline, nebo je možné je postovat na takzvané stories, které po 24 hodinách zmizí. Selfie, jak bude níže podrobněji rozebráno, je něčím jiným než autoportrétem, spojuje v sobě koncepty estetiky autoportrétu a sociální funkci online komunikace. Vlastnosti média selfie nám umožňují rychle komunikovat momentální rozpoložení podobně, jako třeba facebookové statusy. Ačkoli byl fenomén selfie pojmenován poměrně recentně, lze říct, že se s analogickými jevy dalo setkat už mnohem dříve, například v případě daguerrotypie nebo autoportrétů. Selfie, tak, jak byla výše definovaná s sebou nicméně nese určitá specifika, která je potřeba níže pojmenovat, abychom s nimi v této práci mohli dále pracovat.

### 1.3.1 Autoportréty

Autoportrétem zde rozumím samostatný obrazový žánr, k jehož ustálení došlo v rané renesanci, tedy v půlce patnáctého století. Před tím existovaly poměrně ojedinělé instance autoportrétů a nejednalo se o vymezený žánr. Za zlomový pro rozvoj autoportrétů coby samostatného žánru se jeví začátek šestnáctého století, kdy došlo k masové produkci kvalitních zrcadel díky vynálezu nových slitin. V Benátkách roku 1507 bylo založeno centrum pro výrobu zrcadel z cínové slitiny (Hadsund, 1993). Autoportréty existovaly i před sériově vyráběnými zrcadly, nicméně nebyly ustáleným žánrem do šestnáctého století. Podobný proces se týkal i fotografií, kdy i před ustálením termínu selfie existovaly případy jedinců fotografujících se v odrazu zrcadla.

### 1.3.2 Albrecht Dürer

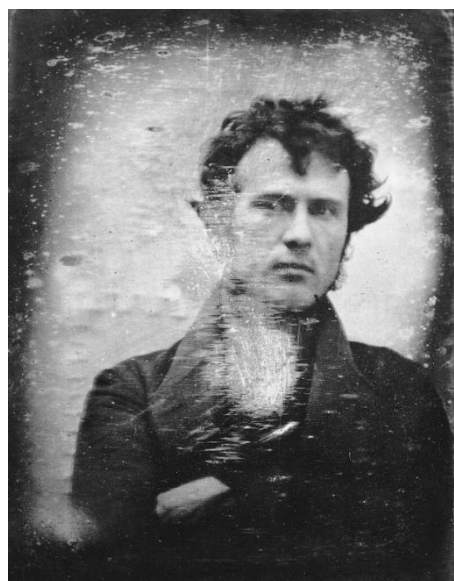
Jedním z prvních autorů autoportrétů je německý malíř Albrecht Dürer (1471-1528), z jeho tří autoportrétů je nejznámější ten poslední z roku 1500, kdy mu bylo 28 let. Dalšími známými autoportrétisty jsou Vincent van Gogh, který jich zhotovil 43, Edvard Much, Frida Kahlo nebo Egon Schiele (Belle, 2000, citováno v Carbon, 2017). Dürer již v minulosti zhotovil jiné autoportréty, pro všechny byla charakteristická určitá podobnost se současnými selfies. Jeho autoportréty působily jako spontánní momenty výrazně zachycující prezenci vyobrazěného jedince. Jedním z pojmů Dürerova autoportrétu z roku 1500 a moderními selfies je snad identický styl symbolické komunikace. Dürer zde chce vyjádřit svůj sociální status skrze indikátory jako třeba límec z kůže lasice, který byl nošen exkluzivně elitou římské říše (Bulst et. al, 2002, citováno v Carbon, 2017). Dürer nicméně nenáležel k Norimberské elitě v době, kdy tento autoportrét zhotovoval. (Zitzlspeger, 2012, citováno v Carbon, 2017). Dürer byl jedním z hlavních protagonistů, kteří nabourali konvenci, že lidé, kteří malují obrazy jsou pouhými řemeslníky, ale že se ve skutečnosti jedná o umělce, kteří jsou inspirováni idejemi shůry. Zde je zajímavé pozorovat, že důležitost sebeprezentace a budování kultu osobnosti není typické jen pro současný showbiznys, ale bylo možné se s těmito kritérii setkat již mnohem



dříve. Dürer se na portrétu stylizuje do vyobrazení Krista. Se zlatavými kadeřemi a pohledem, který směřuje přímo na pozorovatele a zároveň ho překračuje a ubíhá do nekonečna. Rukou činí gesto podobné těm, které lze nalézt u byzantských ikon, čímž indikuje, že je skutečným géniem a tvůrcem přítomným v autoportrétu. Staví se do role takzvaného *divino artista*, umělce, který tvoří stejně jako Bůh, ultimátní tvůrce. Autoportrét není předmětem pouhé malby, musí být tvořen. Toto sdělení Dürer zintenzivnil tím, že se podepsal iniciály AD, tedy Albrecht Dürer, ale rovněž Anno Domini (Léta Páně), což opět odkazuje na přímou paralelu mezi Dürerem a Kristem. Dürer pravděpodobně věřil, že každý křesťan může být zobrazen jako napodobitel Krista (ibid.) – což lze interpretovat jako určitou touhu přiblížit se božství. Dle mého názoru lze tvrdit, že je obraz určitou aluzí na křesťanské ikony.

### 1.3.3 Daguerrotypy

Daguerrotypie byla prvním fotografickým procesem. Byla vynalezená v roce 1839 Louisem Daguerrem. Vyžadovala dlouhé expoziční časy orientačně kolem tří až patnácti minut (Library of Congress, 2024). Robert Cornelius byl prvním člověkem, který si pořídil vlastní fotografický autoportrét, a to již v tom samém roce kdy byla daguerrotypie vynalezena, což je slučitelné s mým původním tvrzením, že touha po zachycení sebe sama na libovolné médium je lidem vlastní. Cornelius nebyl amatérem, pracoval jako výrobce lamp a měl tedy potřebné technické zázemí. Pořízení autoportrétu bylo stále pro většinu lidí technicky nedostupné a museli navštěvovat profesionální fotografy. Daguerrotyp s sebou přinášel odlišné limity od klasického portrétu. Dlouhý expoziční čas vyžadoval, aby se jedinci na fotkách minimálně hýbali a na rozdíl od portrétu nebylo možné realitu trochu „přikrášlit“, vyžadovala tedy jistý cvik.



Obrázek 4: Albrecht Dürer: Autoportrét v kožichu (1500), zdroj: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Autoportr%C3%A9t\\_v\\_ko%C5%BEichu](https://cs.wikipedia.org/wiki/Autoportr%C3%A9t_v_ko%C5%BEichu)

Obrázek 5: První autoportrét pořízený daguerrotypem Robertem Corneliem v roce 1839, zdroj: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Robert\\_Cornelius](https://cs.wikipedia.org/wiki/Robert_Cornelius)

### 1.3.4 Kamery

Dalším výrazným posunem od daguerrotypie je klasická analogová fotografie následovaná fotografií digitální. Analogové fotografie byly zpravidla pořizovány během dovolených. Vyvolané fotografie pak byly obvykle umístěny ve fotoalbu. Jejich konzumace s sebou nesla určitý sociální aspekt; byly sdíleny v užším kruhu rodiny a přátel. Analogová fotografie nebyla oproti digitální tolik všudypřítomná ve veřejném (digitálním) prostoru, mnohem méně se pojila se sebekomodifikací než fotografie digitální na sociálních sítích. Analogové fotky sloužili k zvěčnění, nebyly efemérní. V devadesátých letech začaly být vyráběny první digitální kamery s displejem, jenž umožnil podívat se na právě vyfocenou fotografii. Opravdový zlom a rozšíření selfies do většinové kultury přišel až s telefony, které měly přední kameru a roku 2013 se slovo „selfie“ stalo slovem roku (BBC News, 2013). Je to poprvé v historii, kdy se nakládání s médiem stalo tak jednoduchým, že je téměř každý schopen optimálně vyjádřit co chce danou fotografií sdělit.

### 1.4 Logika selfies

Společenské vědy a mediální studia poskytují solidní metodologický základ pro analýzu konstrukce identity a performování sama sebe skrze fotografii sdílenou na sociálních médiích (Tifentale, 2018). Ve veřejném prostoru se lze setkat s převládajícím názorem, jenž zachycuje selfies čistě v negativním světle konotující vlastnosti jako povrchnost, narcismus nebo nízkou kulturu. S digitální kulturou se tedy pojí určitý, možná arbitrární, morální řád, a to jak z venku, kdy jedinci pohrdají touto kulturou, tak zevnitř, kdy za hlavní metrikou úspěchu považován počet lajků. Lidem se při pojmu selfie mohou vybavit celebrity jako Kim Kardashian nebo pobuřující selfie fotografie například na pohřbech. Tyto velmi výrazné případy plnohodnotně nereprezentují daný žánr, ale zároveň představují dovršení logiky selfies, která se jeví na první pohled jako velmi narcistická. Pořizování selfies na nevhodných místech jako třeba na pohřbech jako by docházelo k porušení určité společenské konvence „nedělat vždy všechno o sobě“, nicméně bytí člověka je vždy nevyhnutelně vázáno na to, že on sám se nějak vztahuje ke světu na základě své vlastní předchozí zkušenosti a je svým vlastním středobodem; „Toto jsem já na pohřbu.“, „Toto jsem já na vyhlásování prestižních cen.“ (Nebyl jsem na nic nominován, ale byl jsem tam.), „Toto jsem já, jak vidím sám sebe v zrcadle.“. Centrovat sám sebe se jeví jako narcistické, ale logika sociálních sítí je založena právě na vyjádření svého vlastního bytí a vlastní zkušenosti. Jako více narcistické se jeví, kdyby jedinec na pohřbu nemohl přestat mluvit sám o sobě a svých vlastních úspěších než to, že si pořídí selfie fotografii se zesnulým pro svá sociální média. Selfies dle mého názoru nejsou nutně narcistické, spíše je považují za médium určené k vyjádření své vlastní, subjektivní zkušenosti; nicméně nepopírám, že sociální média k narcismu mohou vybízet, nebo, že narcistní jedinci mají tendenci trávit na sociálních médiích více času. Selfies nicméně silně centrují jedince na fotografii a potlačují pozadí. Ukázkovým příkladem může být fotografie Emy Smetany před hořícím Notrem Damem v Paříži. „Žánrová“ pravidla selfie neumožňují dát na fotografii větší význam ničemu jinému, než jsou obličej jedinců. Tím selfies centrují subjektivní zkušenost jedince i v situacích, které mají celospolečenský dopad, což se jeví jako zkrátka nevhodné. Řečeno jednoduše, ne vždy je nutné dělat všechno hlavně o sobě. Selfie fotografie celebrit jako je třeba Kim Kardashian představují pak dovršení žánrové logiky v tom, že nám dává veřejně známá osobnost náhled právě do svého vlastního subjektivního světa a fotografie se tak jeví mnohem osobněji, než kdyby jí pořídil kdokoli jiný.

## 1.5 Klasické autoportréty a selfies

Autoportréty a selfies mají určité vlastnosti společné a v jiných se zásadně liší. Zásadně se liší zejména kvůli povahám a limitacím daných medií. Autoportréty byly kresleny i několik týdnů a jejich zhotovení vyžadovalo značnou technickou dovednost a nemohl je tím pádem nakreslit kdokoli. Umělec byl limitován jak časem, tak tím, že barvy byly drahé. Selfies jsou naopak zhotoveny okamžitě a jedinec jich může zhotovit virtuálně neomezené množství. Nicméně i přes zhotovení potenciálně objemného množství fotek jsou na sociální síť nahrávány jen ty, které jejich pořizovatel považuje za vhodné; dochází zde ke kurátorství. S médiem digitální fotografie je tedy nakládáno podobně, jako když malíř pečlivě kladl každý tah štětcem. Selfies se liší nejen od autoportrétů, ale i od klasické portrétní fotografie tím, že vznikají, nebo přinejmenším působí že vznikají spontánně a intuitivně.

Důležitou otázkou je, co je účelem sebe-zobrazování? Jak selfie, tak autoportrét vychází z touhy zmrazit sebe sama nebo zafixovat v daný moment, zdokumentovat fluktuující, efemérní kousek života. Nejedná se o fixaci v libovolném momentu, jedinec chce zachytit moment, který je pro něj nějak významný. Tomu napovídá i internetový mem „Felt cute, might delete later“, se kterým se lze setkat jako s popiskem u fotek, kde se jedinec v daném momentu sám sobě líbí a chce si ho zvětšit, ale zároveň si je vědom pomíjivosti momentu. Může si na fotce připadat hezky nebo se může třeba pojit s určitým emocionálním prožitkem. Tento moment může být mžikový anebo se může jednat o zachycení určité etapy života, proto tuto funkci mohou naplňovat jak selfie fotografie pořízené právě v momentu, tak fotografie, kterým předcházela nějaká příprava nebo dokonce autoportréty, na které je potřeba více než jedno sezení. Výslednému obrazu v případě autoportrétu předchází značný počet sezení, v případě selfies pak třeba příprava ve formě líčení, nebo volby vhodné oblečení. Výsledný obraz jako by byl zasazen mimo čas, lze jej považovat za určitý kompozit, ve kterém je fixována vlastní role. Tento obraz, jak v případě selfies, tak u autoportrétů je ale kompozitem a fikcí sebe sama, stejně jako kompozitní obrazy zachycují jedince, se kterým by bylo nemožné se v realitě setkat.

Zdá se, jako by bylo možné oddělit od sebe dva druhy selfie fotografií. O prvním druhu lze uvažovat jako o spontánním produktu momentu, o druhém pak jako o více kurátorovaném produktu, který ale stále může (a nemusí) usilovat o zachování iluze spontánnosti. Příkladem druhého druhu selfies mohou být fotky s popiskem „woke up like this“ (takto jsem se probudila) na kterých jsou již nalíčené ženy. Druhý druh má víc blíže k autoportrétům. Hlavním kritériem pro dělení těchto dvou druhů selfies budou jednak čas strávený pořizováním fotografie ať už věnovaný samotnému focení nebo volbě správného pozadí, outfitu, makeupu, etc., jednak množství fotografií, ze kterých bude vybíráno. Pozorovatel nemusí mezi dvěma zmíněnými druhy selfies nalézt žádný rozdíl, ale z hlediska vnitřních procesů fotografujícího se jedná o diametrálně odlišné procesy pohybující se na spektru od mžikové momentu po promyšlenou stylizaci.

Primární účely se tedy jak u selfies, tak u autoportrétů jeví jako stejné, a to i přes značně rozdílné způsoby zhotovení. Za pořízením selfie zpravidla je nějaká touha něco vyjádřit (náladu, status, životní změnu) nebo nějak sám sebe utvářet, a to až na svoji vlastní esenci“ (Freland, 2010, citováno Carbon, 2017). Autoportrét má být vnitřním, soukromým, obrazem. Na rozdíl od selfies je zhotovován v nepoměrně delším časovém úseku, důraz je zde kladen na kreativní proces. Vychází z vnitřního života autora, který je jak pozorovatelem, tak pozorovaným. Autor nemá plnou kontrolu nad autoportrétem, je to proces tvoření, který umožní nevědomí autora promlouvat a přenášet se na plátno. Jedná se o produkt dialogu se sebou samým. Podle historika umění Ernsta Gombriche je pouze malé množství selfie snímků pro fotografujícího uspokojivých. Většina je vyřazena jako divné a necharakteristické; ne z toho důvodu, že by kamera překrucovala náš vzhled, ale proto, že kamera zachytila takovou konstelaci prvků

našeho obličej, která se nám jeví jako pro nás necharakteristická (Ernst Gombrich, 2002: 292). Jsme zvyklí na určitou podobu našeho obličej, některé kamery překlápějí obraz tak, aby výsledná fotografie nebyla tím, co my vidíme v zrcadle, ale tím, jak jsou zvyklí nás vidět ostatní. Tento obraz se paradoxně většině lidem jeví jako neodpovídající. Obraz jako médium postrádá časovou dimenzi, a tudíž může být obtížné vměstnat veškerou požadovanou informaci do jedné instance zmrazené v čase. Nahlížíme-li na selfies a autoportréty takto, tak se nejedná o projev patologického narcisismu, ale o zachycení esence niterných stavů jedince pomocí daného média. Autoportréty v umělecko-historickém kontextu chtějí explicitně vyjádřit niterní stavy (Freeland, 2010, citováno Carbon, 2017), nebo je tak přinejmenším interpretujeme. Ernst Gombrich tento proces popsal tak, že stvoření předchází referenci a na konci je pouze jeden obraz, který má vystihnout (vnitřní) komplexitu jedince (Ernst Gombrich, 2005). Možná se jeví trochu paradoxní, že je na konci využít pouze jeden obraz. Proč třeba nevzít všechny fotky a nevytvořit kompozitní fotografii se kterou bylo možné se dříve setkat v antropologii, kdy se veškeré fotografie obličejů slíjí dohromady do jednoho vypovídajícího, ale značně zobecněného typu? Přesně z tohoto důvodu. Cílem jak sociální fotografie v podobě selfies, tak autoportrétu je vyjádřit jeden konkrétní vnitřní stav a proces výběru jediné fotky lze přirovnat k ladění, nebo zaostřování. Tuto fotografii lze nicméně rovněž považovat za určitou formu kompozitní fotografie. Snažíme se v ní zachytit zpravidla vnitřní stav, který nám je dobře známý a podobně jako u Gombrichovi poznámky i zde jsou vyraženy fotografie, které nás nezachycují tak, „jak jsme zvyklí“ a jak vnímáme sami sebe. Fotografií jako bychom se snažili zachytit vnitřní stav, který nás nejlépe zachycuje, ten je ale produktem určitého průměrování různých vnitřních stavů, a tedy je také sám o sobě určitým kompozitem. Výše popsaný proces nám může pomoci pochopit roli intuice během pořizování selfies. Německý psycholog Gigerenzer tvrdí, že intuice je velmi propracovaný, adaptivní mechanismus, který nám umožňuje nakládat s komplexitou a nejistotou okolního světa. Intuice umožňuje spolehlivé a pravidelné výsledky na základě již internalizovaných asociací. Je jedno, jestli byl snímek zhotoven okamžitě nebo byl dlouhou dobu komponován, sdělení zůstává stejné.

Jak již bylo výše zmíněno, jak selfies, tak autoportréty sdílejí kvalitu, že vycházejí z potřeby zachytit fluktuující, efemérní moment života. Selfie fotografie je velmi různorodá a může zahrnovat mnoho sub-žánrů jako „klasickou selfie“ zobrazující obličej jedince, „outfit check“, který se soustředí na oblečení jedince nebo zrcadlovou selfie, kterou se tato práce zabývá. U selfies je oproti portrétům kladen větší důraz na autentičnost a určitou spontánnost momentu, a to i přes to, že je zveřejněná fotka jedna z mnoha podobných. Vzhledem k tomu, že selfie představuje velmi důležitý aspekt utváření vlastní identity v digitálním prostoru, dává důraz na autenticitu smysl. Zde ale rovněž hraje roli účel, za kterým byla fotka zveřejněna. Zpravidla se jedná o sebe-vyjádření, dokumentaci nebo performanci. Tyto tři účely lze nalézt jak u selfies, tak u autoportrétů a zároveň se prolínají. Sebe-vyjádření se jeví jako klíčová kvalita jakéhokoli autoportrétu. Proč by jej jinak jedinec vytvářel, kdyby se netoužil vyjádřit? Sebe-vyjádření může podle Carbona (Carbon, 2017) vycházet z potřeby dát najevo svou unikátnost. Unikátnost zde může tkvít i v emocionálním rozpoložení. Stejně jako u autoportrétů tak u selfies může být kladen důraz na stylizaci, které může být dosaženo ať už tradičními způsoby, třeba pomocí oblečení, make-upu, póz nebo vhodně zvoleného prostředí, tak pomocí takzvaných filtrů, jež se pohybují na spektru od změny teploty a kontrastu fotky po kompletní obličejové deformace ať už pro zábavu, nebo aby jedinec vypadal víc atraktivně.

## 1.6 Sociální fotografie

Sociální fotografie jsou nejčastěji sdílené na sociální síti instagram založené v roce 2010. Instagram s sebou záměrně přináší určité limitace jako rozměry obrázku nebo délka

popisku. Instagram je přizpůsoben zejména pro sdílení fotografií pořízených mobilním telefonem. Jedinci se na instagramu mohou vzájemně sledovat. Sledování může být na instagramu i asymetrické, tedy pouze jeden jedinec sleduje toho druhého bez reciprocitu. Instagram je důležitou sítí i z komerčního hlediska. V současné době má přibližně 2,35 miliard uživatelů a z toho 1,32 miliard lze zasáhnout pomocí reklam (Rohit Shewale, 2024). Nejsledovanějším účtem k dnešnímu datu (26.4.2023) je fotbalista Cristiano Ronaldo s 579 miliony sledujících. Rovněž je celebritou s nejvyšší cenou za jeden instagramový post a to 2,397 milionů dolarů což je přibližně 51 milionů korun (Werner Geysler, 2024). Selfies představují nejvýraznější a nejhojněji zastoupenou formu sociální fotografie (Hu et al., 2014), nicméně k roku 2015 selfies představovaly 4 % fotek, se kterými se lze setkat na instagramu (Busetta & Monteiro, 2019). Obrázky obsahující obličej generují nejvyšší počet lajků (Bakhshi et al., 2014). Na ostatních fotkách byly například zvířata, jídlo, interiéry, fotky jiných lidí, umění etc. Sociální fotografie představuje režim vizuální komunikace. Vizuální volby učiněné autorem sociální fotografie komunikují určitý vztah s jejím příjemcem. Vlastní identita může být komunikována nejen na základě fotek samotných, ale i pomocí následné „postprodukce“ ve formě filtrů, samolepek nebo písniček. Sociální fotografie je vystavena subjektifikaci autorem. Konstrukce virtuální identity neprobíhá pouze na úrovni jednotlivých obrázků, ale i na úrovni estetiky profilu jako celku, kde lze vidět miniatury obrázků postnutých v minulosti jdoucí v chronologii od toho nejrecentnějšího k tomu nejpozdějšímu. Uživatelé pak obvykle usilují o určitou estetickou jednotu. Sociální fotografie se jeví být nově vznikajícím samostatným vizuálním žánrem. Za žánr je zde považována inscenovaná a účelná aktivita, během které se „mluvčí“ zapojují coby členi kultury (Nathan Jurgenson, 2022). Pro sociální fotografii coby žánr je charakteristická mediace ať už se jedná o portrét, zátiší nebo krajinu, vždy je zde jednotícím prvkem sdělení „toto je můj život“. Zajímavou problematikou z hlediska terminologie je, že nelze pozorovat rozdíl mezi portrétem a autoportrétem bez nějaké signalizace, která dává najevo, že reprezentovaný jedinec je rovněž autorem (tato signalizace bývá u selfie fotografií zpravidla zřejmá).

Dva systémy mezilidského významu hrají u selfies a dalších variant sebe-representace zásadní roli: fokalizace (zprostředkovaná pohledem z první osoby) a subjektifikace. Tyto dva systémy jsou komplementární. Fokalizace se týká budování vztahu mezi reprezentovanými participanty a sledujícím. Subjektifikace se pak týká vztahu mezi autorem fotografie a sledujícím. Autor a reprezentovaný participant může a nemusí být tím samým jedincem. Subjektifikace se liší od fokalizace tím, že tento vztah není založen na interakci skrze pohled, ale na je budován skrze empatii; vžíváme se do role autora fotky a můžeme zprostředkovaně žít jeho život. Painter et al. (2013) přišli se systémem fokalizace, který se zabýval tím, jak pomáhají obrázkové knihy dětem naučit se „číst“ vztah mezi sledujícím a obrázkem konstruovaným v narativních textech a na jejich základě zaujmout odlišné módy pozorování. Fokalizace se týká pozice pro sledování, jenž je vyjádřena v prezentovaném narativu fotografie. Velmi důležitá je otázka, zdali jsou sledující v přímém očním kontaktu, nebo pouze pozorují. Přední kamerou telefonu jsou pořizovány téměř výhradně selfies, zadní pak vše ostatní. Jako by distinkce přední/zadní kamera reprezentovala pohled do nitra a pohled ven. U některých snímků pořízených zadní kamerou je možné pozorovat prvky pohledu z první osoby (tzv. point of view) jako přítomnost nohou nebo ruky držící určitý předmět tak, jak by se jevíly právě z první osoby.

I přesto, že veškeré portréty jsou mediované skrze subjektivitu jedince, tak sociální fotografie v sobě zahrnují subjektivitu, která nebyla u dřívějších osobních fotografií a portrétů obvyklá. Určité prvky práce s médiem jsou typické právě pro sociální fotografii a vycházejí z všudypřítomnosti chytrého telefonu, který téměř představuje extenzi lidského těla a doprovází jedince během dne. Právě tato všudypřítomnost umožňuje jedinci zachycovat střípky z každodenního života, ať už se jedná o pití kávy, návštěvu restaurace nebo fotky dětí a domácích mazlíčků. Sociální fotografie je založená na sdílení těchto každodenních okamžiků, které nám

zprostředkovaně umožňují prožít dané momenty s autorem fotografie. Jedním z častých nástrojů subjektifikace fotografie je zahrnutí částí těla fotografujícího do fotografie, obvykle vystupující ze spodu fotografie. Tato vizuální volba nám umožní usuzovat přítomnost fotografa za hranici záběru, čímž je divák vtahován za horizont fotografie. Zahrnutí fotografova těla do snímku je jednak imerzivní, jednak nám ale dává najevo, že se jedná o jedinečný zážitek fotografujícího.

U sociální fotografie se lze dále setkat s takzvanými filtry, které té samé fotografii mohou pozměnit vlastnosti jako kontrast, saturaci, tmavost, barevný nádech atd. Před digitální fotografií se s filtry bylo možné setkat v analogové podobě speciálních čoček, pomocí kterých bylo docíleno řady efektů. Nejen u sociálních fotografií, ale v internetové kultuře obecně se lze setkat s fenoménem takzvané „falešné nostalgie“ (Zappavigna, 2016), která bývá navozená právě přes arteficiální filtry, jenž dají fotce požadovanou patinu.

### 1.7 Selfies – výzkum

Projekt *Selficity* (2014) vedený Lvem Manovichem (Tifentale & Manovich, 2015) zanalyzoval vzorek „běžných“ selfies jak byly sdíleny na instagramu. Projekt měl za cíl kvantifikovat kulturní rozdíly takovým způsobem, aby je bylo možné empiricky ověřit. Sledovanými proměnnými byly například „míra úsměvu“, „míra naklonění hlavy“ nebo pozice očí. Výsledný dataset byl sestaven ze selfies sdílených na instagramu během jednoho týdne v roce 2013 v pěti světových metropolích napříč kontinenty: Bangkok, Berlín, Moskva, New York a Sao Paulo; z každého města 640 fotek. Selfies ze všech fotek sdílených na instagramu čítaly pouze 4 %. Jedinci, kteří byli identifikováni jako ženy byly na selfies čteněji než muži – v Bangkoku 1,3x více, v Berlíně 1,9x a v Moskvě dokonce 4,6x více. Odhady věku byly rovněž přiřazeny k fotkám; majorita selfies byla postnuta jedinci přibližně kolem dvaceti let. Průměrný věk žen se pohyboval kolem 22 let, mužů pak kolem 25. Dále byly selfies hodnoceny podle takzvaných „smile scores“. Nejvyšší smile score bylo naměřeno v Bangkoku (0,68 průměr), nejnižší pak v Moskvě (0,53 průměr). Ženské selfies byly hodnoceny jako více expresivní. Z výše uvedených pozorování lze usoudit, že se preferovaný styl selfies liší napříč kulturami a demografickými skupinami. Toto pozorování je zajímavé v kontextu toho, že selfie lze považovat za akt aktivního performování sebe sama, a to nejen při focení, ale i při výběru a úpravě dané fotky. Úhel, pod kterým je fotografie zhotovena se podílí na „čtení“ fotografie. Horizontální úhly vyjadřují zahrnutí sledujícího, například frontální pohled reprezentuje přímou účast. Vertikální úhly mohou vyjadřovat silovou dynamiku. Studie analyzující selfie fotografie žen-modelek, žen-amatérek a mužů-amatérů pozorovala, že ženy-amatérky pořizují selfie fotografii pod nejvyšším úhlem (7,5 stupňů) (Eggerstedt et al., 2020). Všechny tři kategorie nicméně pořizovaly fotografie pod určitým úhlem, a ne z ánfasu. Jiná recentní studie (Sedgewick et al., 2017) pak pozorovala, že muži na populární online seznamce Tinder častěji užívají fotografii z podhledu, které mají budit dojem výšky a dominance. Ženy pak měly tendenci užívat fotografii z nadhledu, navozující dojem drobnějšího vzrůstu a díky kterému pozorovatelé usuzují nižší tělesnou hmotnost (Schneider & Carbon, 2017). Autoportréty častěji zobrazují autorovu levou líci než pravou, tento jev má psychobiologickou bázi v tom, že autoři autoportrétů se dívají sami na sebe v zrcadle. Ten samý bias byl pozorován i u selfie fotografií; u standartních selfies byla pozorována inklinace prezentovat levou líci jako u autoportrétů, selfies v zrcadle pak vykazují inklinaci k pravé straně obličeje. Tento fenomén je údajně způsoben asymetrickou lateralizací v expresivitě obličeje (Bruno et al., 2015).

## 1.8 Zrcadlové selfies

Jak bude podrobněji probráno v dalších kapitolách, unikátnost zrcadlových selfies tkví v zakomponování mobilního telefonu do centra fotografie. Zrcadlové selfies jsou tímto způsobem až téměř nástrojem emancipace, jelikož dávají najevo, že si jedinec podmaňuje *pohled*. Zajímavou vlastností zrcadlových selfies je, že nám umožňují lépe vnímat perspektivu, jelikož mobilní telefon poskytuje měřítko, které nám pomůže odhadnout velikost ostatních věcí. Rovněž mohou zajímavě pracovat s pozadím, nicméně většina zrcadlových selfies je pořízena tam, kde je zrcadlo což většinou znamená v koupelně, ve výtahu nebo na veřejných toaletách. Selfies v zrcadle mohou být autentičtější. Přední kamery telefonu mívají tendenci obraz různě křivit a jsou „nakalibrované“ na určitou vzdálenost obličeje od telefonu. Fotíme-li odraz zrcadla, tak konečná fotografie působí důvěryhodněji díky přítomnosti „analogového média“ kterým je zrcadlo.

## 1.9 Závěr kapitoly

Selfie fotografie představuje další milník v historii lidské sebeprezentace. Spadá pod žánr sociální fotografie, která slouží k rychlé komunikaci a je charakteristická svou efemerností. Z historického hlediska se jeví, že touha po zachycení vlastního obrazu je lidem vlastní. Od klasických autoportrétů a fotografií se selfies liší jednak nízkou technickou náročností jež umožňuje vytvořit mnoho fotek, jednak způsobem konzumace. Fokalizace a subjektifikace hrají u selfies zásadní roli, jelikož je jedinci umožněno vybrat si způsob, jakým bude viděn. Zrcadlové selfies mají určité unikátní prvky jako přítomnost mobilu a zrcadla na fotografii, unikátní nakládání s pohledem nebo možnost práce s pozadím. Zde zmíněným jevům jako fixace vlastní role, pohledu a role kamery telefonu se budu podrobněji věnovat v kapitole věnované pohledu. Nyní následuje trojice kapitol věnovaná ikonám.

## Ikony – úvod

Tato část diplomové práce je věnovaná ikonám, skládá se ze tří kapitol: Role času a prostoru v umění obecně (1), Čas, prostoru a prezence u ikon konkrétně (2) a Ikony v Byzantské říši (3). První dvě kapitoly se zabývají více žánrovými specifiky malby a ikon, třetí kapitola zkoumá i funkci ikon v Byzantské společnosti, ve které byly ikony hojně rozšířeny. Se současnými ikonami jako by se dnes dalo setkat v podobě selfie fotek na sociálních sítích. Tento jev by bylo možné vysvětlit posunem od kultu duše, ke kultu těla a pozorovat ho převážně ve formě influencerů v digitálním prostoru. Pokud bychom nahlíželi selfie fotografie celebrit a influencerů jako funkčně zastávající analogickou roli ke křesťanským ikonám v Byzantské říši, tak analogií křesťanské víry by v současné společnosti byl konzumerismus. Nedochozí zde k fúzi politiky a náboženství jako u společnosti teokratické, ale k fúzi politiky a trhu, jehož vliv se následně propisuje do každodenního života. Stejně jako byla byzantská společnost bohatá na symboliku liturgickou, tak je současná společnost bohatá na symboliku konzumní. Už jen jev, že zrcadlové selfies bývají zpravidla pořizovány chytrým telefonem, který musí být na fotce nevyhnutelně přítomný, čímž i samotné pořízení fotografie lze považovat za symbolický akt, je důkazem bohaté konzumní symboliky zrcadlové selfie. Pokud přijmeme předpoklad, že je v současné západní společnosti dominantní ideologií neoliberalismus, pro který je jedním ze zásadních principů možnost volného konzumu, tak lze uvažovat o tom, že i analogy ikon v neoliberální společnosti budou s konzumem spojené. Z tohoto hlediska by bylo možné hojně se vyskytující reklamy s obličejem celebrit považovat za funkčně analogické ikonám v tom, že představují určitý ideologický nástroj. Účelem této práce je pokusit se nalézt a popsat jaké jsou mezi dvěma zmíněnými podobnosti.

Z hlediska nalezení zmíněných podobností je velmi přínosná kapitola o času a prostoru v umění v knize *Iconology: image, text, ideology* od W.J.T. Mitchella (Mitchell, 1987). Mitchell uzavírá zmíněnou kapitolu tím, že je obtížné odolat pokušení spekulovat o tom, jaký druh obrazu může vyplnit prázdné místo, které naše kultura vytvořila mezi estetickými objekty a idoly; toto místo může být zaplněno právě ikonou (zde v podobě zrcadlové selfie). Případně zařazení ikon Mitchell hledá v antropologickém konceptu *totemu*. Totemy nejsou ani idoly, ani fetiše, ani objekty uctívání, ale společnické formy (*companionable forms*) se kterými může pozorovatel konverzovat, může je šikanovat nebo zavrhnout, zkrátka jsou interaktivní a může s nimi probíhat nějaký dialog. Jedná se o „imaginární společenství, založené na základě perfektní rovnosti mezi skupinou lidí na jedné straně a skupinou objektů na straně druhé“ (Sir James George Frazer, 1909, citováno v Mitchell, 1987: 121) Totemismus primitivních kultur může být neuchopitelný pro pokročilejší civilizaci s hluboce zakořeněnou tradicí pozorování svých vlastních spirituálních a intelektuálních aktivit v ikonoklastické terminologii. Jeví se tedy jako obtížné používat optiku, kterou bylo nahlíženo na „primitivní kultury“ i na kulturu vlastní, ale ne nemožné. Jeden předmět může představovat idol, fetiš nebo totem čistě na základě sociálních praktik a narativů, které se s ním pojí. Ikony nejsou idoly – tohoto problému se týkala obhajoba ikonofilů, která bude níže rozebrána. Podle ikonofilů ikony přebírají esenci božského, a tedy nejsou pouhými modlami nebo idoly. Za totemismus je pak považována série vlastností daného náboženství, kdy mají jedinci určitý vztah s totemem. Stežejní vlastností totemu je možnost interakce. Jedinci nebo skupiny se mohou s totemem přátelit, nebo mu naopak nadávat. Účelem totemu je, aby se k němu lidé nějakým způsobem vztahovali. Tyto charakteristiky lze do určité míry pozorovat u ortodoxních ikon. U příspěvků celebrit a influencerů na sociálních mediích může být „totemičnost“ mnohem více zřejmá. Lze ji pozorovat například pomocí sdílení a komentářů, které mohou být jak přátelského, tak nenávislného charakteru. Pomocí výše popsané linie uvažování si myslím, že je možné pozorovat určitou paralelu mezi totemy, ikonami a fotografiemi na sociálních sítích z hlediska toho, jakou ve společnosti sehrávají roli.

Jak lze na základě času a prostoru umělecké formy dělit bude představeno níže, role prostoru a času u ikon konkrétně bude také podrobněji představena. Z hlediska dělení role prostoru a času v umění je podle Thomase Mitchella stěžejním dílem *Laocoon* od Gottholda Ephraima Lessinga. Lessing zde vychází ze dvou děl – stejnojmenného antického sousoší a Vergiliova zpracování téhož námětu v poezii. Lessingově *Laocoonu* (1887) a roli prostoru a času v umění se Mitchell následně kriticky věnuje, v samostatné kapitole v *Iconologii* (1987). Ze zmíněné kapitoly zde budu vycházet. Mitchellův popis a kritika Lessingova přístupu je pro tuto práci přínosná v tom, že umožní zaujmout jasnější stanoviska k selfie fotografii na sociálních sítích a jejím podobnostem s ikonami. Mitchell nachází v Lessingově přístupu dělení umění na základě prostoru a času další rovinu, kdy jsou těmto kategoriím připisovány role pojící se s genderem a určitou „kultivovaností“. Lessing se mimochodem přikláněl k ikonoklastům (Gotthold Ephraim Lessing, 1887: 63), jelikož v ikonách viděl modloslužebnictví a odklon od „správné role umění“, kterou má být motivace lidí ke spořádanému životu.

Problematikou času a prostoru obrazu u ortodoxních ikon konkrétně se detailně zabývali ruští teoretici Pavel Florensky, Lev Zhegin a Boris Uspensky. Jejich práce na toto téma je následně shrnuta v knize *Space, Time and Presence in the Icon* od Klemeny Antonové, ze které v této práci vycházím. Antonova se, stejně jako Lessing a Mitchell, zabývá významem času a prostoru. Následně se vymezuje vůči Lessingově koncepci, že je „literatura uměním času, malba uměním prostoru“ (Mitchell, 1987: 102). Antonova kritizuje Lessinga za nastolení „tradice popírání temporality ve vizuálním umění“ (Antonova, 2010: 6). Přístup k času a prostoru v malbě Byzantské říše se liší od toho, který byl nastolen na západě během renesance.



Z toho důvodu je podstatné vycházet z autorů, kteří se zabývají explicitně ortodoxními ikonami, ale před tím je potřeba objasnit, vůči čemu se tito autoři vlastně vymezují.

## **2 Role prostoru a času v umění obecně**

### **2.1 Úvod kapitoly**

Tato kapitola se zabývá rolí prostoru a času v umění obecně. Vycházím z kapitoly Space and Time v Mitchellově ikonologii (Mitchell, 1987), kde rozebírá Lessingův Laocoon, který představoval výchozí bod ke zmíněné problematice. Ikony, jak bude v další kapitole představeno, s prostorem a časem také pracují, jejich přístup se ale od renesančního umění liší. Proto je třeba obojí níže vysvětlit.

Mitchell kapitolu o prostoru a času začíná tím, že „nic se nejeví víc intuitivně zřejmé než tvrzení, že literatura je uměním času a malba uměním prostoru.“ (Mitchell, 1987: 102). Lessingova základní distinkce uměleckých žánrů podle Mitchella nebyla učiněna na základě „arbitrárních“ a „přirozených“ znaků, ani na základě rozdílu mezi okem a uchem. Místo toho Lessing vznáší následný argument:

*„Jestli je pravdou, že malba užívá zcela jiných znaků nebo prostředků imitace než poezie – jedno užívá tvarů a barev v prostoru, druhé artikulovaných zvuků v čase – a jestli znaky musí nezpochybnitelně zastupovat konvenční vztah s věcí, jež signifikují, tak znaky uspořádané jeden vedle druhého mohou reprezentovat pouze objekty existující jeden vedle druhého, nebo jejichž části takto existují. Po sobě jdoucí znaky pak mohou vyjadřovat pouze objekty, které následují po sobě, nebo jejichž části následují po sobě v čase.“ (Lessing, 1887: 91)*

Lessing tímto tvrzením jednak uvažuje časovou, případně prostorovou jednotu zmíněných forem umění, jednak, že znaky, které jsou prostředkem reprezentace v umění, musí mít smysluplnou (motivovanou) vazbu na věci, jež signifikují. Čas a prostor považuje za dvě fundamentálně nezaměnitelné dimenze, které náleží vždy jedné formě umění (Mitchell, 1987: 96). Častým argumentem pro přítomnost temporality ve vizuálním umění je, že určitý čas musí být věnován pozorování dané malby, sochy a tak podobně, tudíž ji není možné nahlédnout „celou najednou“. Tento argument je vyvrácen faktem, že čas pozorování díla není determinován nebo limitován objektem samotným. Skenování díla může být ovšem provedeno v libovolném pořadí, pozorovatel je tím, kdo se pohybuje v čase, zatímco dílo setrvává v neměnné prostorové konfiguraci (Mitchell, 1987: 107). Je-li vznesen argument, že některé malby zachycují časové události, nebo pohyb, tak je podle Mitchella možné očekávat od zastánců Lessingova přístupu následující odpovědi: „(1) implikovaná temporalita v narativním obraze není dána přímo svými znaky, ale musí být odvozena od jediné prostorové scény; (2) učiněné temporální inference a nápovědy, které je naznačují nejsou primární funkcí malby, tou je prezentovat tvary v smysluplné, instantní bezprostřednosti, a ne aspirovat k statusu diskurzu nebo narativu. Fakt, že temporalita musí být z malby odvozena naznačuje, že nemůže být přímo reprezentována v médiu stejným způsobem jako prostorové objekty.“ (Mitchell, 1987: 107)

### **2.2 Těla a akce v umění**

Lessing říká, že „těla jsou zvláštními objekty malby a akce zvláštními subjekty poezie“ (Lessing, 1887: 91). Těla a jejich akce se spolu prolínají, proto v některých případech nelze vyjádřit jedno bez druhého. Jakékoli momentální vzezření je produktem časového kontinua – něco mu předchází a něco po něm následuje. Malba pak může naznačovat akci skrze formy. Takové učinění rozdílu mezi časovým a prostorovým uměním funguje podle

Mitchella pouze na první úrovni reprezentace, tedy na základě přímé a pohodlné relace mezi znakem a tím, co je signifikováno. Na druhé úrovni inference, kdy se reprezentace uskutečňuje „nepřímo“, se z poezie a malby stávají signifikující ve svém vlastním smyslu a hranice mezi prostorovým a časovým uměním přestávají být tak zřetelné. Malba vyjadřuje časovou akci nepřímo skrze těla; poezie pak reprezentuje tělesné formy nepřímo skrze akci. V Lessingově distinkci na základě rozdílu mezi primární a sekundární reprezentací čili přímým a nepřímým vyjádřením lze pozorovat značné pnutí (Mitchell, 1987: 108). Těla, vyobrazená na malbě nejsou bezprostředně fyzicky přítomná. Jedná se o jejich nepřímou reprezentaci skrze tvary a barvy, což jsou určité znaky. „Rozdíl mezi *přímým* a *nepřímým* není rozdílem druhu, ale stupně. Malba prezentuje těla nepřímo, skrze obrazové znaky, ale činí tak víc přímě než u reprezentace akcí.“ (Mitchell, 1987: 109) Mitchell netvrdí, že malba a poezie jsou nerozeznatelné. Tvrdí pouze to, že čas a prostor nejsou dostatečným kritériem pro jejich rozdělení. Odstraněním osy čas-prostor nedojde k odstranění rozdílů mezi poezií a malbou. Dělení na čas a prostor považuje za značnou redukci celku na pouhou část (Mitchell, 1987: 110). Mitchell kritizuje, že Lessing učinil časoprostorovou distinkci ne na základě nezbytnosti, ale na základě vlastní touhy, ačkoli to tak na první pohled nepůsobí. Existenci tohoto dělení pak Lessing obhajuje *nezbytnými limitacemi*, kterým podléhají fyzická, mentální, ale i sémiotická univerza. Lessingův argument nezbytnosti jako by nenápadně sklouzával k argumentu touhy – malba by *neměla* být temporální, protože to není vlastní její *přirozenosti*.“ (Mitchell, 1987: 111) Je zřejmé, že by nedávalo smysl tvrdit, že se žánry *nemají* mísit, kdyby bylo *nemožné* je mísit. Ukazuje se tedy, že argument přirozeností, který udává žánrové zákony, je pouze uměle vytvořený.

### 2.3 Lessingova kritika umění

Lessing dále kritizuje užívání umění pro náboženské účely. „*U nich umění neslouží samo pro sebe, ale je prostým nástrojem náboženství, mající na sílu našroubovanou symbolickou reprezentaci s větším ohledem na signifikanci než na krásu.*“ (Lessing, 1887: 63) Skrze náboženství je malba uzemněna, jelikož je do ní vnesen cizorodý prvek, jímž je vyjádření významnosti pomocí symbolické reprezentace. Ty by ale měly náležet časovým formám jako je diskurs a narativ. Lessing byl mimochodem obhájcem ikonoklastů. Umění podle něj nikdy nemělo sloužit k uctívání. Náboženská malba je podle Lessinga kontradikcí, jelikož omezuje jak umělcovu politickou svobodu, tak přirozený řád média, které uzavírá vizuální umění do tělesné a prostorové krásy a vyhrazuje spirituální signifikanci temporálnímu médiu poezie“ (Mitchell, 1987: 113). Cílem Lessingových žánrových zákonů není učinit prostorové a temporální umění oddělené a rovnocenné, ale oddělit je v tom, co považuje za jejich přirozenou nerovnost. Poezie má podle Lessinga k dispozici „neomezený rámec naší představivosti“. Vizuální umění pak považuje za „arbitrární metodu psaní“. Poezii jednoznačně považuje za dominantnější formu umění, jež v sobě zachycuje i umění vizuální. Co jedince těší na umění není potěšením pro oko, ale potěšením pro ducha a imaginaci. (Lessing, 1887: 43) Kdyby Lessing tuto argumentaci dotáhl do konce, tak by podle Mitchella vůbec nedávalo smysl, aby malba existovala. Místo toho ale Lessing svůj argument, uzavírá kontradikcí sebe sama tím, že malba „tvoří krásný obraz z živých, smyslově zachytitelných, prožitků“, zatímco poezie pracuje se „slabými, nejistými reprezentacemi arbitrárních znaků“ (Lessing, 1887: 73). Vizuální umění má podle Lessinga navrch v tom, že dokáže prezentovat určité iluze viditelných objektů. Lessingovým cílem vymezení žánrových zákonů podle Mitchella nebylo úplné oddělení časového a prostorového umění, spíše usiloval o jejich segregaci v tom, co považoval za jejich přirozenou nerovnost (Mitchell, 1987: 107). Pouze vizuální umění podle Lessinga usiluje o překročení své správné domény a tímto vychýlením z normy se z něj má stát arbitrární metoda psaní. Poezie má zkrátka podle Lessinga širší sféru, „básník si může dovolit více než sochař nebo malíř“ (Mitchell, 1987: 107). „Pokud není

možné, aby jakákoli vlastnost, které užívá básník nedokázala vyvolat stejný efekt na plátně nebo mramoru, jak pak může být jakákoli vlastnost umělce stejně efektivní jako vlastnost básníka? Nepochybně, co nás těší na uměleckém díle není potěšením oka, ale potěšením naší představivosti skrze oko (Lessing, 1887: 43). „Malba, zdá se, vyžaduje striktnější regulaci než poezie: Plastická umění, vyjma nevyhnutelného vlivu, který vykazují na povahu národa, mají moc zpracovat *jeden efekt*, který vyžaduje opatrnou pozornost zákona (Lessing, 1887: 10)“. Onen *jeden efekt* Lessing popisuje tak, že u Řeků „krásné sochy vytesané podle krásných mužů reagovaly na své tvůrce a stát následně vděčil těmto krásným sochám za své krásné muže.“ V moderní době ovšem došlo k tomu, že „poddajná představivost matky jako by se projevovala pouze skrze nestvůry“ (Lessing, 1887: 11). Tímto Lessing nastiňuje, jak se jím postulované žánrové zákony pojí s genderovými rolemi čemuž se budu níže podrobněji věnovat.

Lessing následně popisuje tento skok interpretací opakujícího se motivu ve snech, jež se vyskytují v legendách. Matky známých jedinců snily o hadech během svého těhotenství. Had byl v tomto případě symbolem svatosti, bez kterého by Bacchus, Apollon, Merkur nebo Herkules nemohli být reprezentováni. Oči těhotných matek tedy ve snech spočinuly na obraz boha v podobě hada. Podle Lessinga musel existovat důvod, proč se cizoložné fantazie vždy pojily s hadem (Lessing, 1887: 19). Sen byl interpretován obrazem, který mu dal vzniknout. Tento sen nám následně pomáhá pochopit onen *jeden efekt*, který vizuální umění má, jež „vyžaduje opatrnou pozornost zákona.“ (ibid.: 10) Přesně tento efekt je iracionální, podvědomou mocí obrazů, jejichž schopnost vyvolává ony „cizoložné fantazie“ ve formě spojení člověka se svatou postavou mající podobu kopulace ženy s bestii. Obraz nádherné sochy se svým emblematickým hadem je sama o sobě podle Lessinga nesprávnou konjunkcí žánrů, jelikož kombinuje správný obraz (krásnou sochu reprezentující krásné tělo) s nesprávnou, arbitrární, emblematickou figurou hada. Had zde nereprezentuje hada: je *symbolem* svátosti, *výrazem*, jež nemůže být přirozeně vyjádřen obrazností. Pod touto svatou obrazností se pak nachází znesvěčující fetiš, který svádí ctnostné ženy k tomu, aby jej pozorovaly přes den, což vede k následnému cizoložství přes noc. Takovéto znehodnocování umění je rovněž nabádáním k znehodnocení každého dalšího domácího, politického a přirozeného řádu a je nabádáním typickým pro obrazovou tvorbu. Tento *jeden efekt*, který obrazové umění má, by měl být regulován zákonem. Lessing tuto úvahu uzavírá tím, že přiznává své vzdalování od původního účelu, kterým mělo být jednoduše dokázat, že v antice byla krása hlavním kritériem pro imitativní umění.

#### 2.4 Žánrové zákony a genderové role

Ve své odbočce Lessing nicméně odhalil, co je pravděpodobně nejvíce fundamentální ideologickou základnou pro jeho žánrové zákony – jsou to (heteronormativní, hegemonicky maskulinní) zákony genderu. Uchovávaní uměleckých žánrů malby a sochařství naspoju souvisí se *správnými rolemi* přiřazenými k binárnímu dělení genderu žena-muž. Lessing toto podle Mitchella neříká v Laocoonu nikde explicitně. Lze jej pozorovat pouze na základě volné asociace mezi patrilinéární produkcí antické sochy a nestvůrnou, cizoložnou maternitou moderního umění, skrze které tento rozdíl vyplouvá na povrch. V momentě, kdy odhalíme pojítka mezi žánrem a genderem, dojde podle Mitchella k odhalení i dalších opozic, jež se vyskytují v Lessingově diskursu. Jako příklad uvádí následující:

Malba	Poezie
Prostor	Čas
Přirozené znaky	Arbitrární znaky
Úzká sféra	Neomezený rozsah
Imitace	Expresce

Tělo	Mysl
Externí	Interní
Tichý	Výmluvný
Krásný	Vznešený
Oko	Uchovávání
Femininní	Maskulinní

Z toho vychází, že „malby, stejně jako ženy, jsou ideálně tichá, krásná stvoření, navržená pro potěšení oka.“ (Mitchell, 1987: 117). V kontrastu k tomu stojí vznešená výmluvnost náležející k mužnému umění poezie. Malba je odkázána na úzkou sféru externího vystavování svého těla a prostoru, který zdobí, zatímco poezie má volný rozsah skrze nekonečný rámeček potenciálních akcí a vyjádření, doménu času, diskurzu a historie. Zmíněné atributy připisované malbě lze vztáhnout i na selfie fotografie, kterým je rovněž napříč kulturami připisována role feminity. Velmi okrajově zde zmíním, že za současný analog poezie v Lessingových intencích by bylo dle mého názoru možné považovat rap, kterému je naopak připisována spíše maskulinní role a není příliš inkluzivní k ženám. Analogii selfie x rap a malba x poezie by bylo možné učinit i v případě, kdybychom z Lessingova dělení vyjmuli kategorii genderu, se kterou se v současné době hojně operuje. Selfie fotografie nemusí být nutně genderovaná, důraz na tělo a potěšení oka zde ovšem stále zůstává a je velmi výrazný. Současný výzkum ukazuje, že více selfie fotografií je na sociální síti přidáváno ženami (Tifentale & Manovich, 2015), což naznačuje, že jim může být připisována určitá genderová role.

Lessingův pocit hrozícího porušení těchto přirozených zákonů genderu a žánru lze pozorovat situováním následujících generických termínů proti sobě v tabulce:

rozmazané (blurred) žánry	lišící se žánry
moderní	antické
cizoložství	poctivost
obludy	krásná těla
matky	otcové
francouzské „zjemnění“	anglická a německá „mužnost“

Myšlenka, že se žánr a gender nějak pojí není Lessingova původní. Ačkoli to v Laocoonu nikde není zmíněno, podle Mitchella je zřejmá Lessingova inspirace Burkovou studií o vznešeném a krásném (Mitchell, 1987: 111). Stejně tak Lessing nezmiňuje svého otce, který psal „o nevhodnosti žen, které nosí mužské oblečení a mužů, kteří nosí oblečení ženské“. Svá tvrzení místo toho ukotvuje v „suchém řetězci učiněných závěrů“. Sám sebe pak staví nad rámeček ideologie a sexuality v transcendentálním prostoru, kde jsou zákony žánru určovány stejně jako zákony fyziky a lidské mysli, čímž sám sebe vnímá na stejné úrovni jako Newtona nebo Kanta.

Lessingův přínos je podle Mitchella více zajímavý pro své vytváření nových asociací ohledně dělení umění než z hlediska představení nového systému. Jedním z jeho zásadních přínosů je, že vztah mezi žánry jako jsou malba a poezie nejsou čistě teoretickou záležitostí, ale i záležitostí společenskou, tedy politickou, psychologickou a ideologickou. „Žánry nejsou technickými definicemi, ale akty exkluze a apropriace (Mitchell, 1987: 117). Vztahy mezi uměleckými formami jsou podle Lessinga podobné, jako vztahy mezi státy, klany, sousedy nebo členy rodiny. Podléhají svým vlastním verzím zákonů, tabu a rituálů, které regulují sociální formy života. (ibid.)

## 2.5 Lessingův argument proti náboženskému umění

Lessing následně svůj argument o „správných“ rolích uměleckých forem vztahuje na umění náboženské, jehož je kritikem. Ikony považuje za idoly a o idolech píše následující: „Idol, technicky řečeno, je jednoduše obraz, který má neoprávněnou, iracionální moc nad někým; stal se objektem uctívání a úložištěm moci, kterou na ní někdo projekuje, ale kterou ve skutečnosti nedisponuje. Ikonoklasmus typicky pokračuje tím, že uvažuje, moc obrazu jako pocíťovanou někým jiným; co ikonoklasté vidí je prázdnota, marnost a nepatřičnost idolu. Idol má tedy sklony být jednoduše nadhodnoceným obrazem někým *druhým* kým jsou pohani a primitivové; děti a pošetilé ženy; papeženci a ideologové (*oni* mají ideologii, *my* máme politickou filozofii); kapitalisty, kteří uctívají peníze, mezitím co my uctíváme *pravé bohatství*. Rétorika ikonoklasmu je tedy rétorikou exkluze a dominance, karikatura druhých jako někoho zapojeného v iracionálním, obscénním chování, ze kterého jsme my (naštěstí) osvobozeni.“ Obrazy modloslužebníků jsou typicky falické, a tedy musí být emaskulovány, feminizovány, jejich jazyky musí být vyřiznuty, aby jim byla sebrána možnost se vyjádřit. Musí být prohlášeni za „hloupé“, „němé“, „prázdné“ a „iluzorní“. Naším bohem v kontrastu k tomu je podle Lessinga rozum, věda, kriticismus, Logos, duch lidského jazyka a civilizované konverzace je neviditelný, dynamický a je nemožné ho zvětšit v materiálním a prostorovém obraze.

## 2.6 Závěr kapitoly:

Lessing dělí umění na umění času (poezie) a umění prostoru (malba a sochařství). Těmto dvěma kategoriím následně přiřazuje určité vlastnosti, které se mimo jiné pojí s genderovými rolími. Mitchell kritizuje Lessingovo dělení z toho důvodu, že dělení forem Lessing prezentuje jako přirozené, ale spíše činí na základě vlastní touhy. Lessingova kritika ikon vychází z jeho přesvědčení, že by obrazům neměl být připisován symbolický význam za hranicemi toho, co vizuálně reprezentují. V ikonách našel modloslužebnictví a odklon od „správné role umění“, kterou má být motivace lidé ke spořádanému životu.

## 3 Čas, prostor a prezenze v ikoně

### 3.1 Úvod kapitoly

V předchozí kapitole byla popsána problematika času a prostoru v umění obecně. V této kapitole dojde k jejímu popsání u ikon konkrétně. Budu zde vycházet z knihy *Space, Time and Presence in the Icon* (2010) od Clemeney Antonové. Jelikož ikony nejsou vázány na jedno konkrétní historické období, ale lze se s nimi setkat napříč historií a nejsou vázány pouze na Byzantskou říši, tak se Antonova snaží zodpovědět na otázku co přesně definuje ikonu (Antonova, 2010: 1); jaké jsou její esenciální prvky? Zodpovězení této otázky může následně pomoci s hledáním podobnosti se zrcadlovými selfies. Bude zde rozebrána problematika času ikony a reverzní perspektiva, coby žánrová kritéria ikony.

### 3.2 Prostor v ikonách

K prostoru v ikonách je přistupováno jinak než k prostoru v malbě a jiné obrazové tvorbě na kterou je současný pozorovatel zvyklý. Jednou z unifikujících koncepcí pro ikony je podle Antonové přítomnost takzvané *reverzní perspektivy*. Hlavním principem *reverzní perspektivy* není obrácení lineární perspektivy, jak její název napovídá, ale zachycení několika rovin objektu. Například zobrazení z více úhlů pohledu, které by normálně nebyly viditelné z fixní pozice. Takové zobrazení je pak porovnáváno s „vizí“ Boha, jenž překračuje hranice prostoru a času, a tedy všechny objekty vidí najednou a simultánně (Antonova, 2010: 2). Takový mód reprezentace je v západním umění, ve kterém se od renesance uplatňují pravidla běžné, lineární, perspektivy, poměrně neobvyklý. Právě reverzní perspektiva může být vizuální

reprezentací teologického dogmatu bezčasé věčnosti (ibid.). Dále reverzní perspektiva slouží jako jakási „nádob“ pro prezenci – „funkcí prostorové konstrukce je garance prezence prototypu v obrazu“ (ibid.). Antonova, se stejně jako Mitchell a Lessing nejprve zabývá rolí času a prostoru u byzantských ikon. Objasnění rolí času a prostoru u byzantské malby je podstatné z toho důvodu, že se liší od běžného úzu západního umění, který byl nastolen během renesance.

### 3.3 Čas v ikonách

Antonova se vymezuje vůči Lessingově koncepci, že je „literatura uměním času, malba uměním prostoru“ (Mitchell, 1987: 102). Lessingova koncepce se na první pohled jeví jako intuitivní a zřídka kriticky přijímaná. Otto Pächt například popisuje historii obrazového umění jako „sérii opakovaných pokusů propašovat časový faktor do média, které z definice postrádá časovou dimenzi“ (Antonova, 2010: 5). „Tradice popírání temporality ve vizuálním umění“ (Antonova, 2010: 6) je z velké části přisuzována dopadu Lessingova Laocoönu (1766). Antonova se rovněž snaží nalézt odpověď na to, zdali je možné učinit odlišení literatury coby jazykového prostředku a malby coby obrazového prostředku čistě na základě prostoru a času. Začíná výčtem citací, kdy Gombrich tvrdí, že „prostředky vizuálního umění nemohou odpovídat výrokové funkci jazyka“ (Antonova, 2010: 7). Walter Pater pak ve Škole z Giorgione (1877) píše, že „je chyba mnoha populárních kritik nahlížet poezii, hudbu a malbu – všechny rozličné produkty umění – jako překlady do rozdílných jazyků z jedné a té samé fixované kvantity imaginativního myšlení“ (Pater, 1986: 83 citováno v Antonova, 2010: 8). Etinne Souriana poukázal na to, že čas se ve vizuálním umění vyskytuje přinejmenším ve formě „psychologického času rozjímání“ (Sourian, 1949, citováno v Antonova, 2010: 8). Jonas Hans vidí rozdíl mezi literárním a vizuálním umění v možnosti komunikovat něco simultánně. Zrak je podle Hanse interně méně temporální než ostatní smysly. „Ušlechtilost zraku“ vychází z „kontrastu mezi věčností a temporalitou, která setrvává na idealizaci současného momentu, jenž je zakoušena vizuálně“ (Jonas, 1982: 145, citováno v Antonova, 2010: 22).

Role času v ikoně je podle Florenskyho, Zhegina, Uspenskyho a Antonové jedním z definujících prvků ikony – objasnění role času je potřeba pro další porovnávání ikony se selfie fotografií. Problematika samotného času ikony, byla extenzivně zkoumána Pavlem Florenským, který přišel s myšlenkou reverzního času, coby určité paralely reverzní perspektivy, jenž je typická pro ikony. U selfie fotografie by rovněž mohlo být možné uvažovat o (symbolickém) zasazení obrazu do místa mimo čas.

Modlit se k ikoně nebo zapalovat před ní svíčku jsou akty, které s sebou nesou implikaci, že je určité množství času věnováno *vizuálnímu vstřebávání ikony* (první druh času). Naprosto odlišná časová dimenze je *interní*, tedy náležící obrazu samotnému. Ta je generována prostorovou organizací obrazu a odvíjí se od myšlenky, že určité zacházení s prostorem v obrazech vyjadřuje specifické koncepce času, jak tomu je například v *narativu* (druhý druh času). Třetím druhem času je *interně-externí obrazový čas*, který závisí na pozorovatelově čtení ikonografických a narativních indicií poskytnutých obrazem. Některé obrazy můžou takto podle Martina Kempa „vyprávět vícero příběhů, jako například Nádražní Stanice od Williame Firtha, která vyžaduje souhru mezi časem pozorování a časovým rámcováním interních příběhů, jestli má být obsah čten na požadované úrovni (Kemp, 2000, citováno v Antonova, 2010: 11). Malby obsahující set symbolických aluzí rovněž vyžadují delší čas pozorování. Tento čas se nicméně nevztahuje k narativnímu obsahu v obrazu samotném. Tvůrce obrazu tímto může signalizovat v daném kulturním kontextu, že obraz je určen k podrobnějšímu zkoumání. Jinými slovy určité obrazy jsou určeny ke konzumaci během meditativního či hloubavého rozpoložení. Jak již bylo zmíněno, konzumace ikony je multimodálním zážitkem a stimulace ostatních smyslů může pomoci k dosažení

meditativního, či transcendentálního stavu. Podle Antonov je fenomén času obrazu napříč literaturou konceptuálně nejednoznačný a distinkce časové-prostorové v umění neposkytuje adekvátní kritérium kategorizace a mělo by být reinterpretováno.

Mezi ruskými autory prvního čtvrtletí dvacátého století je čas obrazu tématem soustavného zájmu. Myšlenka času jako čtvrté dimenze byla pro malbu, coby umění prostoru, obzvláště zajímavá. Jelikož žijeme v časoprostorovém kontinuu, tak veškeré objekty, se kterými se setkáme, ať už umělecké, nebo ne, existují v jednotě časoprostorových charakteristik. Na základě tohoto argumentu se jeví jako nemožné uvažovat o kousku umění exkluzivně v intencích času nebo prostoru.

### 3.4 Pavel Florensky

Pavel Florensky napsal text „reverzní perspektiva“ (Florensky, 2002) v roce 1919 a následně ho doručil Byzantské sekci Moskevského institutu historického a uměleckého výzkumu a muzeologie. Zveřejnění reverzní perspektivy bylo z politických důvodů odloženo a došlo k němu až po téměř padesáti letech v roce 1967. Následně se z textu stalo jedno z nejvlivnějších děl o Byzantském umění a přinejmenším v rusky mluvícím světě byl termín reverzní perspektiva okamžitě asociován s Pavlem Florenským. Florensky v něm postuloval, že lineární perspektiva je založená na šesti předpokladech, které jsou podle něj na základě objevů devatenáctého století nepravdivé (Antonova, 2010: 32). Základní premisou, od které se všechny ostatní odvíjejí je přítomnost euklidovského prostoru. Lineární perspektiva je založena na předpokladu, že žijeme v trojdimenzionálním Euklidovském prostoru. Podle Florenskyho je ale třeba odlišit tři úrovně prostoru, kdy abstraktní geometrický prostor je pouze jednou variantou z nich. Těmi dalšími jsou fyzický a fyziologický prostor, které Florensky nepovažuje nutně za euklidovské. Fyziologický prostor, který je nám vlastní, toho nemá tolik společného s geometrickým prostorem, aby nám umožnil vidět v plném rozsahu základy pro plně rozvinutou, apriori, geometrii (Florensky, 2002: 266). Vizualní prostor je ohraničený, konečný a nerozprostírá se rovnoměrně (ibid.: 267). Geometrický prostor je naopak rovnoměrný a nekonečný. Lidské vidění tedy plně neodpovídá Euklidovskému prostoru.

Florensky následně napadá předpoklad euklidovského prostoru a tvrdí, že klíčová je role pozorovatele a jeho specifické vize. Druhou (2.) prerekvizitou lineární perspektivy je pro Florenskyho úhel pohledu pozorovatele. Veškeré body v Euklidovském prostoru si jsou rovnocenné, přikládat tedy jedinému bodu výraznější hodnotu, jelikož náleží oku umělce, je přinejmenším zvláštní. Podle Florenskyho má každý bod svou hodnotu a dává světu určitý speciální aspekt (ibid.: 264) (3.). Lineární perspektiva dále vychází z předpokladu jediného úhlu pohledu, nicméně už jen fakt, že většina lidí má dvě oči znamená, že mají přinejmenším dva úhly pohledu. Čtvrtou (4.) prerekvizitou lineární perspektivy je zafixovaná pozice pozorovatele (ibid.: 262). Tento předpoklad rovněž není naplněn, jelikož je tělo stále v pohybu, a i při pozorování v klidu se uplatňují takzvané sakadické pohyby oka. Pátým (5.) bodem kritiky je, že v pohybu není pouze pozorovatel, ale i jeho okolí, což lineární perspektiva rovněž nebere v potaz (ibid.: 263). Na závěr (6.) lineární perspektiva vylučuje veškeré psychofyziologické procesy jako paměť, čímž se vize stává „externím, mechanickým procesem“ (ibid.). „Těchto šest premis se neuplatňuje v případě reverzní perspektivy a prostor ikony se neřídí Euklidovskými zákony.“ Ve skutečnosti dochází v lidské mysli k syntéze vícero úhlů pohledu. Tato procedura nás vede k fenoménu *simultánních rovin* (Antonova, 2010: 35), které lze v ikoně nalézt. „Spirituálně-syntetická povaha vizuálních obrazů (Florensky, 2002: 268) je klíčovou myšlenkou Florenskyho analýzy.

Podle Florenskyho reverzní perspektiva věrněji reflektuje lidské vnímání světa. Toto tvrzení Antonova považuje za problematické. Hlavním kamenem úrazu Florenskyho teorie je tvrzení, že reverzní perspektiva věrněji odráží realitu než perspektiva lineární (Díaz, 2019: 8).

Užívání lineární perspektivy Florensky nazýval *iluzionismem* a považoval ho za špatnou formu umění, jež nenaplňuje lidské vnímání. Podle Florenskyho lidské vidění nevychází striktně z pravidel fyziky. Říká, že jedinou možností zobrazení třídímenzionálního objektu v jediné rovině lze skrze zničení formy reprezentovaného předmětu a ignorování jeho interně definované struktury. Tímto způsobem je převeden obsah prostoru, ale už ne jeho organizace. Věrná jedna ku jedné reprezentace není možná, pokud má zobrazovaný předmět jiné pokrivení než rovina, na které je zobrazen. Transgrese lineární perspektivy bylo záměrným rozhodnutím, jež mělo zachycovat transcendenci. Podobný trend bylo možné pozorovat i v případě Čínské nebo Egyptské civilizace, které znaly pravidla geometrie a lineární perspektivy, ale ve svém umění je záměrně odmítly (Florensky, 2002: 208). Umění by nemělo být věrnou kopií reprezentovaného předmětu, ale mělo by probudit *vnitřní život* pozorovatele (Díaz, 2019: 12). Umění by mělo zobrazovat *esenci* reality, a ne její iluzi. Reverzní perspektiva má původ v lidském zakoušení světa. Toto odmítnutí Florensky argumentuje něčím, co nazývá „fyziologický prostor“. Podle Florenskyho byzantské ikony zavrhují omezení lineární perspektivy, jelikož mají zachycovat esenci reality, a ne pouze její iluzi (Florensky, 2002: 210). Nicméně i umělci pracující s lineární perspektivou podle Florenskyho musí nějakým způsobem narušovat pravidla fyziky, aby oslovili diváka. *Fyziologický prostor*, který vnímáme podle Florenskyho není zcela identický prostoru fyzikálních zákonů.

#### 3.4.1 Reverzní čas podle Florenskyho

Podle Antonové Florensky zvolil koncepci *reverzního času*, jelikož zahrnuje zmíněnou konceptuální dvojznačnost, a to z toho důvodu, že terminologicky vychází z teorie *reverzní perspektivy*. Přijmeme-li *reverzní perspektivu* jako prostorový koordinát obrazového světa ikon, tak *reverzní čas* bude koordinátem času. Problémem termínu *reverzního času* je, že naznačuje doslovné převrácení toku času.

Konstantinos Kalokyris v článku *Liturgický čas* (Kalokyris, 1966 citováno v Antonova, 2010: 16) užívá koncept *liturgického času* ve smyslu „kondenzovaného“ času. Tvrdí, že byzantská ikonografie přesně odráží myšlenku *liturgického času* (ibid.). Bohužel není schopen svou tezi následně doložit přesvědčivou vizuální analýzou a nenabízí více než vágní výrok, že „svaté osoby a události jsou zpřítomněny“ (ibid.), založený na domněnce, že „překonávání času“ má za následek „událost, která zasahuje do současnosti“ (ibid.). Zároveň ale není jasné, jak Byzantské obrazy zahrnují určité místo mimo prostor a čas. I přesto, že Kalokyris svou tezi nedoložil, jeho práce je přínosná coby startovní čára pro následnou diskuzi. Florensky je mnohem vytrvalejší. Podle něj je otázka času obrazu součástí větší otázky: jak byla dimenze času vnímána Pravoslavnými? *Bytí* v ruské náboženské filozofii je zpravidla chápáno v Platónských a Neoplatónských intencích (Antonova, 2010: 17). Opravdová realita se nachází za hranicemi té naší a je možné ji nahlédnout pouze mžikově. Aby došlo k sjednocení, je potřeba transformace na hranici dvou světů (materiálního a světa idejí) a naše existenční kategorie jsou převedeny do kategorií vyšší úrovně bytí. Logicky lze transformaci zprostředkovat alespoň dvěma způsoby – kvalitativní proměnou, například z běžného času do nadčasové věčnosti, nebo proměnou, která převrátí řád daného fenoménu, jak byl znám doposud. Termín *reverzní čas* implikuje, že ve Florenskyho koncepci času se uplatňuje ta druhá varianta. Lineární, čas se stane reverzním časem – zůstává lineárním, ale proudí opačným směrem.

Umění, podobně jako sny, Florensky uvádí jako hraniční případy mezi těmito dvěma světy. Pokouší se přijít s ideou času, jež popisuje čas umění a snů. V bodě, kde se dva zmíněné světy střetávají a kde dochází k transformaci kategorií, sídlí sny a umění, skrze které můžeme nahlédnout skutečné bytí. Představa reverzního času je Florenským ilustrována pomocí kompozice snu. Soustředí se na sny způsobené externími stimuly, těmi jsou podle něj všechny sny způsobeny. Události se ve snu podle Florenskyho rozvíjejí pozpátku z budoucnosti do



minulosti. Tato kompozice je teleologická: „jeho události se dějí kvůli *rozuzlení* takovým způsobem, že *rozuzlení* nezůstane vyšet ve vzduchu, ale místo toho bude vykazovat racionalitu, jenž není dána náhodou, ale vykazuje praktické motivace“ (Pavel Florensky, 2001: 525). Florensky vnímá proud času ve snu jako přesný opak času lineárního (ibid.: 527). Ve snu „čas běží a běží akcelerující naproti skutečnému a v opačném směru času vědomí během bdění. Sen je převrácen naruby, což znamená, že veškeré konkrétní obrazy jsou rovněž převráceny naruby: z toho vyplývá, že jsme vkročili do domény imaginárního prostoru.“ (ibid.: 528). Sny jsou pro Florenskyho prvním a nejjednodušším stádiem života v neviditelném. Později jsou v paměti uspořádány do časové roviny našeho světa, proto jim přikládá takový význam.

*Reverzní čas* má dva propojené prvky – jedním je směr, druhým je trvání. Trvání může být jak instantní, tak nekonečné, což je v konečném důsledku to samé. *Reverzním časem* je zde míněn tedy čas, který postrádá jakékoli trvání. Hlavní ideou zde je navržení koncepce času, coby hranice mezi dvěma světy, kde se realizuje transformace z profánního do svatého a z viditelného do neviditelného. Reverzibilita v tomto kontextu by měla být chápána jako kvalitativní rozdíl, a ne pouze převrácení toku proudu času.

### 3.4.2 Role reverzní perspektivy v prostoru ikon

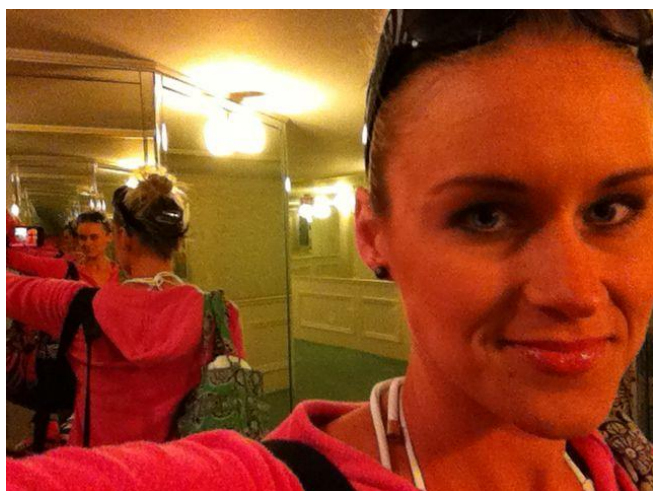
Reverzní perspektiva, jenž se uplatňuje v ikonách a ze které se odvíjela myšlenka reverzního času, je považována za klíčový prvek ikon. Reverzní perspektiva je považována v umění za starobylou a formu prorocké, ne-Euclidiánské geometrie. Antonovova vychází konkrétně ze tří ruských učenců, kteří se podrobněji věnovali problematice reverzní perspektivy v ikonách: Pavel Florensky v „Reverzní perspektivě“ (Reverse Perspective, 1920), Lev Zhegin v „Jazyku malířského díla“ (Iazik zhivopisnogo proizvedeniia, 1970 a Boris Uspensky v „Sémiotice ruské ikony“ (The Semiotics of the Russian Icon, 1971). Zkoumání reverzní perspektivy stále není považováno za vyřešené. Pro pochopení reverzní perspektivy, jak o ní píše Antonova, je důležité pochopit roli běžné, lineární perspektivy, jejíž užívání se stalo určitým standardem během renesance. Termín „reverzní perspektiva“ implikuje, že je převráceno něco, co již existuje (Antonova, 2010: 30). Je tedy uvažováno, že tento druh obrazové reprezentace převrací pravidla lineární perspektivy. To ho činí značně zavádějícím v historickém a filozofickém kontextu. „Převrácení“ je uvažováno vzhledem k renezanční, lineární, perspektivě, nicméně reverzní perspektiva existovala mnohem dříve než to, co měla převracet. Účelem reverzní perspektivy je podle Antonové systematicky popírat základní předpoklady lineární perspektivy.

### 3.4.3 Čas a prostor zrcadlové selfie

Zasazení do prostoru a času se může u zrcadlových selfies lišit. Na rozdíl od ikon, které zpravidla mají zlaté pozadí symbolizující jejich zasazení mimo prostor a čas musí být zrcadlová selfie fotografie zasazena do reálného prostoru. Jednotlivé prostory v případě zrcadlových selfies musí naplňovat samozřejmé kritérium, že musí obsahovat zrcadlo. Prostory na fotkách se mohou lišit; od jednoduché jednobarevné stěny, přes liminální prostory, koupelny až po fotografie, které působí rušně a obsahují přinejmenším zdánlivý element času. Tudíž u zrcadlových selfies existují pozadí působící jako zasazená za hranici času, například v koupelně, ve výtahu, na zahradě atd. Otázkou zůstává, jak přesně je to s časem u fotek, kde je již zmíněný ruch, například v podobě přítomnosti druhého člověka. Některé zrcadlové selfies celebrit (jak lze vidět třeba v obrazové příloze práce) jsou natočené v momentě, kdy se něco připravuje, například fotky v maskérně před show, u kadeřníka nebo na vernisáži. Ačkoli tyto fotky zachycují čas v epizodické formě, tak přinejmenším dle mého názoru nelze plně hovořit o jejich plnohodnotném zasazení v čase, protože zachycují právě určitou epizodu, po

keré ale jako by nic nepředcházelo ani nenásledovalo. Sice vidíme jedince u kadeřníka, ale již není možné odvodit, jak se tam dostal nebo co bude dělat potom, obraz zachycuje minimální narativ mimo narativ péče o vlastní tělo. V souvislosti s pozadím zrcadlových selfies mi přijde zajímavé zmínit v internetové estetice oblíbený fenomén takzvaných liminálních prostorů (liminal spaces), což jsou obrázky míst jako třeba chodby, schodiště, hřiště, bazény nebo fast foody na kterých nikdy nejsou žádní lidé a působí poněkud znepokojivě. Pro obrazy liminálních prostorů je právě charakteristické zasazení mimo prostor a čas, jako by se nacházeli ve své samostatné dimenzi stejně, jako je tomu u ikon. Ostatně i název liminální prostor má být označení jednak pro určitou chodbu, ale zejména pro přechodný prostor, což logikou ikonofilů může být právě přechodný prostor mezi naším světem a světem idejí. Uvažovali bychom přinejmenším určitý druh pozadí na zrcadlových selfies jako mající blízko k liminálním prostorům, tak by bylo možné uvažovat i o tom, že je na daných fotografiích jedinec symbolicky transportován za hranice běžného prostoru a času.

Speciálním případem zrcadlových selfies jsou fotky obsahující vícero zrcadel. Účelem reverzní perspektivy je podle ruských autorů pokus o reprezentaci pohledu Boha, který je schopen nahlížet vše najednou, ze všech úhlů, bezprostředně. Ačkoli se v selfie fotografii uplatňuje klasická lineární perspektiva, protože fotoaparát má právě jedno fokalizační centrum, u určitého druhu fotek by bylo možné uvažovat, že nám nabízejí vícero úhlů pohledu. V případě zrcadlových selfies obsahujících vícero zrcadel by bylo možné uvažovat o reprezentaci z vícero úhlů pohledu. Nejedná se o reverzní perspektivu, ale s podobným modelem reprezentace se u ikon lze setkat.



Obrázek 6: Ukázka zrcadlové selfie pracující s více zrcadly.

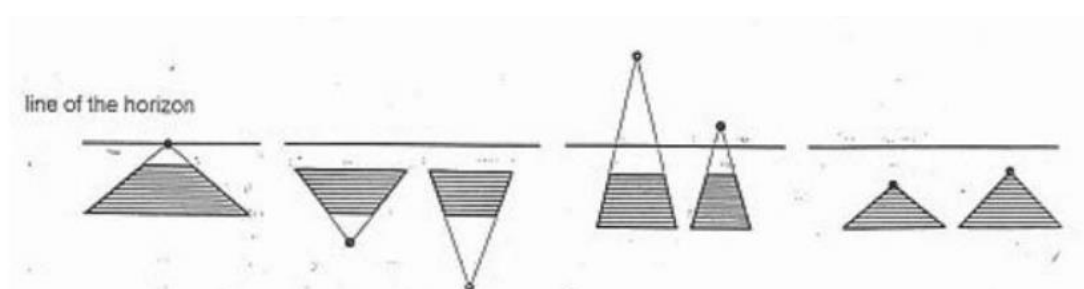
#### 3.4.4 Porušování lineární perspektivy v renesančním umění

Renesanční umění je typické lineární perspektivou, úběžníkem umístěným na horizontu a zasazením pozorovatele mimo obraz. Renesanční umění hojně pracuje s různými rotacemi a ohýbáním těla. Lze se setkat s technikami jako figura serpentinata, kontrapost a různé dynamické pohyby, které umožní zobrazit tělo ve vícero rovinách i v lineárním prostoru a mohou vytvořit dojem, že je v obraze přítomný pohyb a tedy i čas. Nicméně ani renesanční umění není vždy zcela věrné lineární perspektivě. Například v Raffaelově „Athénské škole“ nám pilíře odhalují, že by budova akademie byla poměrně malá, pokud by byla postaveny v zobrazeném poměru (Júlia Díaz Calvete, 2019: 14). Raffaello v obraze rovněž

používá dva různé úhly pohledu se svými individuálními horizonty a úběžníky – jeden k zobrazení linií stropu a druhý pro vyobrazení postavy. Tímto způsobem může pozorovatel vidět všechny postavy a zároveň ocenit krásy zobrazené budovy. Podobný jev lze pozorovat i v dalších renesančních obrazech, například v Leonardově Poslední večeři, o které Florensky píše: „Jednoduché měření je dostačující k tomu, aby ukázalo, že je místnost vysoká sotva dvě délky člověka a široká sotva délky tři“. Tudíž by takový prostor nemohl pojmout počet lidí v dané situaci. I přesto se ale strop nezdá tísnivým a stísněný prostor místnosti dává malbě dramatickou saturaci a plnost. Nepostřehnutelně, a přitom přesně se Mistr uchyluje k narušení perspektivy (Pavel Florensky, 2002: 229-230). V Michelangelově Posledním soudu, fresce na zadní stěně Sixtínské kaple, se uplatňuje krácení perspektivy – čím výše na obraze postava je, tím dále má být od pozorovatele, a tedy tím menší by měla být. V Posledním soudu jsou ale postavy dále od pozorovatele vyobrazené jako větší (ibid.: 239). Toto je podle Florenskyho charakteristické pro prostor spirituální, čím je něco dále tím je větší, čím blíže, tím menší – to je typické pro reverzní perspektivu. Zde je potřeba zmínit, že Poslední soud je malba větších rozměrů než standardní obraz (13,7 x 12 m) a reverzní perspektiva zde dává smysl i z důvodu pozorovatelova komfortu.

### 3.5 Lev Žegin

Jazyk uměleckého díla (1970) Lva Žegina je produktem čtyřiceti let práce. Florenskyho „reverzní perspektiva“ poskytla oporu pro Žeginovu práci (Antonova, 2010: 37). Žegin provedl vizuální analýzu Florenskyho teorie, která byla poměrně obecná. Adresuje svou práci zejména pozorovateli již navyklému na lineární perspektivu. Jeho hlavním cílem bylo zbavit čtenáře dojmu, že deformovaná perspektiva je důsledkem nedostatečných uměleckých schopností, jelikož konzistentnost deformací napříč ikonami naznačuje, že se nejedná o produkt nedostatečných uměleckých schopností ze strany umělce. „Deviace“ lze rozčlenit na základě jejich charakteru, konkrétně podle umístění úběžníku (vanishing point). Pozorujeme-li koleje, tak úběžník je pomyslným bodem, kde se koleje „spojí“. U lineární perspektivy se úběžník běžně nachází na horizontu. Žegin pak rozlišuje dvě odlišné pozice, které definují dvě variace reverzní perspektivy. V případě, že je úběžník nad úrovní horizontu, můžeme hovořit o skryté reverzní perspektivě. Pokud je úběžník pod úrovní horizontu, a dokonce za základnou objektů, tak vzniká ta forma reverzní perspektivy, která je zajímavá pro následující diskusi.

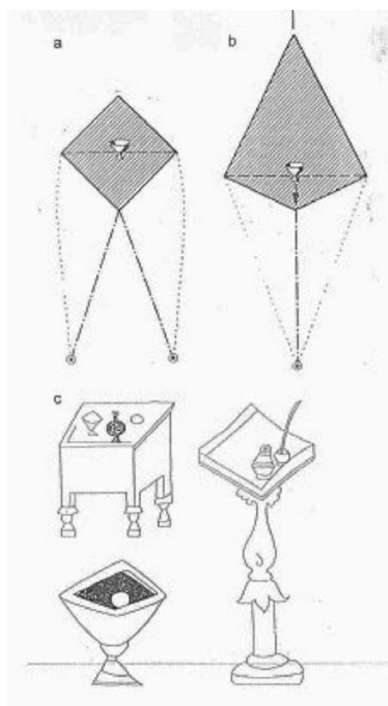


Obrázek 7: Různé druhy perspektivy v závislosti umístění úběžníku vůči horizontu (Antonova, 2017: 38).

- Lineární perspektiva
- Reverzní perspektiva, úběžník je pod základnou objektu
- Skrytá reverzní perspektiva, úběžník je za horizontem
- Intenzivně konvergující perspektiva: úběžník je pod horizontem a nad objektem

Objekty se mohou jevit, jako by „vystupovaly“ z obrazu. Přítomnost více úběžníků je typickou vlastností reverzní perspektivy. V případě úběžníku pod základnou objektů má každý objekt svůj vlastní úběžník, množství úběžníků je pak rovné množství objektů. Mnohočetnost úběžníků dává vzniknout dynamickému pohledu ze strany pozorovatele a naznačuje měnění pozic. Za následek má simultánní koexistenci různých aspektů toho samého obrazu. Tuto vlastnost ikony sdílí s analytickým kubismem (ibid.: 39). Příkladem takového zobrazení mohou být četné reprezentace Bible v ikonomalbě, ve kterých je obal Knihy zobrazen frontálně a zároveň je možné vidět její další dvě další strany. Takový jev není exkluzivní čistě pro jednoduché tvary. Princip simultánního zobrazení více rovin lze vztáhnout i na komplikovanější formy, jako třeba lidský obličej (ibid.: 41). Příkladem může být podle Žegina disproporčně velké čelo. „Uši jsou vždy zobrazené nezakryté, jelikož byly stvořeny k poslouchání přikázání Pána“, bývají zobrazeny z přímého pohledu, což u pohledu z ánfasu neodpovídá. Podobné vysvětlení platí i pro čelo. Ikona jako by byla určitou analogií vyobrazení somatosenzorického homunkula, ve kterém je kladen důraz na smyslové orgány, skrze které je nahlíženo svaté.

Mezi další deformace perspektivy patří to, co Žegin nazývá pohybem „od nás“ nebo „k nám“, případně „na stranu“. Během tvorby ikony je objekt „rozložen“ a rozplácnut, podobně, jako



Obrázek 8: Objekty nacházející se ve středu se přibližují k pozorovateli (Antonova, 2017: 48).

a. Rozdělený model zobrazení

b. Shrnující model zobrazení. Vzdálenější objekty se přibližují k pozorovateli

c. Zobrazení objektů po přiblížení k pozorovateli.

při vzniku dvourozměrné mapy světa reprezentující trojrozměrnou planetu. Snížení prostorové hloubky má za následek zvětšení více vzdálených částí obrazu. Zároveň objekty změnil své logické umístění ve směru k pozorovateli.

Dva hlavní motivy Žeginova argumentu vycházejí od Florenskyho. Tím prvním je, že obrazy s *reverzní perspektivou* jsou důsledkem syntézy několika aspektů reprezentovaného objektu. Tato teze je hlavní myšlenkovou linií Florenskyho a podle Antonové je hlavním kritériem prostorové konstrukce ikonomalby. Druhým důležitým a významným motivem v Žeginově práci je tvrzení, že každý objekt v *reverzní perspektivě* má svůj vlastní úběžník – toto tvrzení Antonova vnímá jako problematické a ultimátně nepravdivé. „Úběžník“ se týká velmi partikulárního fenoménu, který je důsledkem přesného měření, kdy veškeré paralelní linie obrazové kompozice konvergují do jediného bodu. Těchto bodů může být i podle Žegina více a mohou se nalézat za povrchem obrazu. Nicméně se jeví jako více pravděpodobné, že objekty v *reverzní perspektivě* se často prolínají víceméně náhodně, a ne systematicky tak, aby konvergovaly do jediného bodu (Antonova, 2010: 41).

### 3.6 Boris Uspensky

Třetím teoretikem *reverzní perspektivy* následující Florenskyho a Žegina byl ruský akademik Boris Uspensky. Svůj otisk zanechal zejména díky myšlence *vnitřního pozorovatele*. Myšlenka vnitřního pozorovatele ikony je pro tuto práci velmi zajímavá, protože u zrcadlových selfies lze rovněž uvažovat o přítomnosti vnitřního pozorovatele z toho důvodu, že k fokalizaci obrazu dochází skrze kameru telefonu, jež se nachází na obrazu samotném. Rovněž myšlenka zrcadlového překlopení ikony, kterou se Uspensky také zabývá, je něčím, co lze pozorovat i u zrcadlových selfies. Ačkoli Uspensky vychází z chybné premisy, že reverzní perspektiva je pouze převrácenou lineární perspektivou, tak popisuje jevy, které se nějakým způsobem uplatňují i u zrcadlových selfies, a právě z toho důvodu dává smysl mu v této kapitole věnovat pozornost. V kontextu teorie reverzní perspektivy Uspensky vychází z hlavní teze Oscara Wulffa, jenž přišel s myšlenkou, že pozorovatel obrazu je externím obrazové kompozici ikony a mentálně projektuje sám sebe coby vnitřního pozorovatele. Podle Wulffa konstrukce úběžníku implikuje svůj protějšek v pozorovateli. Jakmile se pozorovatel stane součástí prostoru obrazu, tak je vnímá stejně jako externí pozorovatel lineární perspektivy – vzhledem k místu, odkud pozoruje se objekty jeví „normálně“. Uspensky na rozdíl od předchozích dvou učenců centruje pozorovatele. Samotná definice „reverzní perspektivy“ se odvíjí od specifčnosti pozice pozorování. Zatímco v lineární perspektivě se pozice umělce a pozorovatele shodují, u ikon tomu tak není. U lineární perspektivy pozorovatel pozoruje to, co je před ním. V *reverzní perspektivě* je vnitřní pozorovatel pod povrchem obrazu (Antonova, 2010: 56). Pro zdůraznění tohoto rozdílu Uspensky rozlišuje termíny *pozorovatel*, který je součástí prostoru obrazu a *divák*, který se nachází ve svém vlastním prostoru, mimo prostor obrazu. Antonova pro tuto distinkci zvolila terminologii *interní* a *externí* pozorovatel. *Interní* pozorovatel je typický pro primitivní a předrenesanční umění. Například reprezentace zahrady v egyptském umění navádí dojem, že je malíř umístěn v oné zahradě, jako by byl obklopen světlem (Uspensky, 1976: 36 citováno v Antonova, 2010: 56). *Externí* pozorovatel je pak umístěn mimo prostor obrazu. Posun od vnějšího k vnitřnímu vede ke změně vnímání, což je podle Antonové jediný způsob, jak pochopit „reverzní perspektivu“ (Antonova, 2010: 56). Podle Uspenskyho tímto způsobem zmizí veškerá pokřivení a věci se začnou nacházet na svých místech. Tato myšlenka je hlavní tezí *reverzní perspektivy* – jakmile je zaujata správná pozice pozorování, veškerá pokřivení zmizí. Uspensky vznáší tři série argumentů pro to, že je v prerenezančním umění implikován zmíněný vnitřní mód pozorování. Za prvé podle něj dochází k zrcadlovému zobrazení. Za druhé tomu tak napovídá zdroj světla v obrazu a za třetí velikost objektů vzhledem ke své vzdálenosti od pozorovatele. Antonova nicméně tyto kritéria považuje za vysoce diskutabilní. Uspensky věří, že v reverzní perspektivě je obraz zobrazen zrcadlově, tedy jako by „autor byl na druhé straně obrazu“ (Uspensky, 1976: 37 citováno v Antonova, 2010: 56) a ne na straně pozorovatele. Ikonomalba tedy považuje za levou stranu to, co se od nás nachází napravo. Nicméně určení prostorové orientace ze strany objektu nutně neznamená, že je pozorovatel umístěn dovnitř prostoru obrazu. Ve středověkém umění je běžným jevem vnitřní zdroj světla, který slábne směrem k čelní rovině. Uspensky toto světlo považuje za další indikaci z hlediska umístění vnitřního a vnějšího pozorovatele. Odkazuje na Adreje Grabara, který vidí spojitost mezi středověkou malbou a novoplatónskou filozofií, zejména Plotinovo přesvědčení, že vizuální vnímání nemá zdroj v pozorovatelově duši, ale v umístění objektu (Antonova, 2010: 57). Jinými slovy novoplatónská metafyzika považuje zdroj světla za indikaci spirituální prezence. Třetí podmínka je podle Uspenskyho založena na pozorování, že se objekty, na rozdíl od lineární perspektivy, zmenšují, čím blíže jsou čelní rovině. Toto je podle něj logickým důsledkem vnitřní pozice pozorování, která udává optické hodnoty obrazu. Takové tvrzení Antonova ovšem nepovažuje za dostatečný důkaz toho, že ikona převrací zákony lineární perspektivy. Podmínka by byla platná, kdyby byl úběžník v obou případech stejný, což není

(Antonova, 2010: 58). Uspenskyho teorie podle Antonové vychází z předpokladu, že reverzní perspektivu lze vyložit pomocí převrácení zákonů lineární perspektivy, což, jak již bylo zmíněno, nefunguje.

### **3.7 Závěr kapitoly:**

Antonovova svou kapitolu o reverzní perspektivě uzavírá tím, že se ruští autoři snaží až příliš na sílu prosadit tvrzení o reverzní perspektivě coby „pravdivějšího způsobu“ vidění v porovnání s lineární perspektivou. Jejich tvrzení jsou relevantní, nicméně nelze o reverzní perspektivě jednoznačně tvrdit, že se jedná o věrnější způsob zachycení reality; toto téma ovšem nepředstavuje problematiku, kterou by se má diplomová práce do detailu zabývala. Cílem této práce je objasnit, jestli a jak si jsou podobné ikony a zrcadlové selfies. Zrcadlové selfies mohou obsahovat určité prvky reverzní perspektivy, která je charakteristická pro ikony. Rovněž lze přinejmenším na některé zrcadlové selfies vztáhnout podobnou logiku času a prostoru, se kterou se lze setkat u ikon. Ideje o reverzní perspektivě nabraly na popularitě v době, kdy byla napadána myšlenka tradičního prostoru jak ve vědě, tak v umění. *Reverzní perspektiva* ruského umění byla považována za prorockou formu neeuklidiánské geometrie.

Hlavními nedostatky teorie o reverzní perspektivě podle Antonové vycházejí zejména z toho, že dochází k popisu prostoru obrazu ikony v intencích lineární perspektivy. Florensky implikuje, že hodnota Pravoslavného umění tkví v jeho lpění na fungování lidského zraku. Žegin pak zakládá svou teorii na tom, že každý objekt v „reverzní perspektivě“ má svůj vlastní úběžník, toto tvrzení je stále třeba více probádat. Boris Uspensky následuje hypotézu Oscara Wulffa o vnitřním a vnějším módu pozorování, která je podle Antonové založena na chybné premise. Z důvodu podobnosti se zrcadlovými selfies, kde lze o vnitřním pozorovateli uvažovat, bylo podstatné tuto hypotézu blíže prozkoumat.

Problematika reverzní perspektivy stále nebyla extenzivně prozkoumána; pro účely této diplomové práce a argumentaci na téma co mají ikony a zrcadlové selfies společného, ale myslím, že coby teoretické východisko bylo prezentováno uspokojivě.

## **4 Ikony v Byzantské říši**

### **4.1 Úvod kapitoly**

Tato kapitola se věnuje Byzantským ikonám, jejich historickému kontextu, ikonografii, tomu, jak byly ikony konzumovány a ikonoklasmu. Budu se zde věnovat podrobnému objasnění role ikon v Byzantské společnosti. V Byzantské teologii ikony nesloužili k imitaci podoby, ale imitaci prezence. Na tom byla založena hlavní argumentační linie ikonofilů. Sledování ikon mělo představovat multimodální zážitek, který se netočil čistě kolem vizuálu. Moderní kritika vytýká umění přílišný důraz na estetiku, čímž dochází k odcizení od pravdy. Za estetický objekt lze v současné době považovat i tělo. Tělo jako estetický objekt a tělo, ve kterém dochází k fúzi protikladů společně s duchem, a jež bylo předmětem vykoupění a spásy se jeví být jako dvě odlišná těla. Jak je tělo vnímáno v současné konzumní společnosti je jednou ze stěžejních otázek této práce.

V řečtině slovo ikon (εἰκών) znamená obraz, reprezentaci a portrét. V Byzantské říši ikon rovněž nabylo specifického významu, vyjadřující přenosný portrét svatých, na materiálech jako dřevo, kov, slonovina etc. Ikony byly vnímány jako prodchnuté boží milostí (divine grace) (Pentcheva, 2006). Ikony obvykle vyobrazují svaté křesťanské figury jako Ježíše, pannu Marii, apoštoly etc. Byzantské umění je uměním zemí východní pravoslavné církve. Jisté prvky tradice Byzantského umění, kterými byly malba ikon nebo architektura kostelů měly své pokračování v Řecku, Bulharsku, Rusku a dalších zemích východní pravoslavné církve.

V šestnáctém století řecký mnich Dionysios z Fourny sestavil prototypický manuál: *Interpretace Byzantského Umění* (Dionysios tou ek Phourna, 1909, citováno v Tzouveli et al., 2009), ve kterém definuje pravidla a ikonografické vzorce, jež jsou užívány tvůrci ikon. Byzantská ikonografie následuje unikátních konvencí malby. Jazyk Byzantských umělců je typický zjevnou jednoduchostí, příliš zdůrazněnou plochostí, nereálnými a symbolickými barvami, nedostatkem perspektivy a neobvyklými proporcemi (Tzouveli et al., 2009). Užitím zlatého pozadí jsou svaté figury zasazeny za reálný prostor a čas. Nejdůležitější figura ikony je vždy zobrazena frontálně, důraz je kladen na oči, výraz v obličeji a ruce. Jasnost a jednoduchost jsou zde klíčovými vlastnostmi. Figury mají velké oči, zvětšené uši, dlouhé, úzké nosy a malé pusy. Jsou uspořádány do přehledných kompozic, tak, aby byly narativně koherentní. Jednotlivé figury jsou specifické svými prvky v obličeji, oblečení a atributy. Například Kristus je podle Dionysia zobrazen jako mladý, s dlouhými, hustými, rovnými, černými vlasy a krátkými, hustými, černými vousy.

Ikona je rozdělena do několika rovnoměrných segmentů. První segment obsahuje hlavu, s důrazem na oči a výraz obličeje. Tento segment obsahuje ty nejrozpoznatelnější prvky ikony jako vlasy a vousy. Další segmenty obsahují tělo s důrazem na ruce a paže. Tělo může být zobrazeno v rozličných pózách. Hlava by měla být eliptická a má odpovídat délce čtyř nosů. Podle Dionysia nos slouží jako měřítko pro symetričnost proporcí. Obsah byzantských ikon je do určité míry předdefinovaný a jednotlivé typy ikon mají mezi sebou poměrně nízkou variabilitu.

#### 4.2 Performativní ikony

Byzantské ikony nebyly určeny čistě k vizuální konzumaci, setkání s ikonou mělo představovat multimodální zážitek s cílem zapojit i ostatní smysly; hmat, čich, sluch i chuť se podílely na zážitku „pozorování“ ikony. V původním prostředí bylo možné před ikonou nalézt zapálená kadidla, v kostele se rozléhaly ozvěny modlitby a ikona byla umístěna tak, aby na ni ideálně dopadal sluneční svit. Skrze tento prožitek bylo docíleno určité transcendence (Marion, 2002).

V kontrastu se západním pojetím mimese coby imitace formy bylo Byzantské pojetí mimese imitací *prezence*. Ikona by neměla být považována čistě za obraz vytvořený pomocí štětce a barev, ale za otisk svaté prezence – tento argument byl zásadní pro obhajobu existence ikon během ikonoklasmu, jak bude představeno níže. Stimulací ikonou došlo k vyvolání pocitu *esence svatého*. Svatý portrét jako by operoval v novoplatonských intencích. Jedná se o materiální manifestaci něčeho nemateriálního a nevýslovného, čím Boží esence je. Obraz je *a priori* niterním. Ikona je jeho externí manifestací. Podobnou recipocitu lze pozorovat i u samotného Krista, v němž byly spjaty dvě identity odlišných povah – spor materiální substance se svatou hypostází (Pentcheva, 2006: 637).

#### 4.3 Ikonoklasmus

Jako Byzantský ikonoklasmus je definováno období tradičně mezi lety 726-843 kdy byla zakázána tvorba a uctívání posvátných obrazů napříč celou říší (Elsner, 1988: 471). Ikonoklasmus představoval říšské pravidlo vynucováno po sobě vládnoucími císaři, které nejen, že zakazovalo tvorbu ikon, ale také vybízelo k destrukci ikon již existujících. Ikonoklasmus byl nicméně i obdobím kritickým pro vznik nových symbolických významů u stávajících uměleckých forem. Tento vytrvalý a efektivní útok na obrazovou tvorbu měl signifikantní dopad na náboženskou organizaci skrze modifikaci teologie a rituálů, na kterých byla Byzantská říše založena.

Ikonofilové představovali opozici ikonoklastů, obě strany fundamentálně obhajovaly své pozice. Jan z Damašku coby ikonofil vyvrátil, že ikony představují modloslužebnictví. Čímž se ikonoklasté přesunuli k sérii propracovanějších teologických argumentů, které měli

prokázat, že obrazy jsou bezbožné. Jelikož ikonoklasmus představoval formativní období, během kterého byl vytvářen konceptuální rámec Byzantské společnosti, je obtížné jej přesně definovat. Nahlížíme-li na Byzantské umění v sociálním a rituálním kontextu, dojde k rozšíření o zásadní rovinu této problematiky (Elsner, 1988: 472). Na rozdíl od západu, u Byzantské ortodoxní víry nikdy nedošlo k sekularizaci oddělením církve a státu. Vše tedy bylo jak politicky, tak nábožensky motivováno. V mnohých ohledech měla Byzantská říše blíže k islámu než k římskokatolické církvi, se kterou docházelo k velmi omezené komunikaci v období mezi sedmým stoletím a křížovými výpravami. Až skrze náboženský diskurz je nám umožněno pochopit význam Byzantských ikon. Bez filozofické základny v diskurzivní teologii a sociální funkce v náboženském rituálu by se ikona neustanovila jako primární mediátor mezi Bohem a člověkem.

Byzantská říše byla teokracií: fúze politiky a náboženství byla uskutečněna skrze liturgii – svět reálný a imaginativní byly spojovány pomocí jednoho setu symbolických forem (Geertz, 1993). Role rituálu byla v teokratické společnosti klíčová. Rituální fúze světů probíhala výhradně v chrámech, kde transsubstanciací docházelo k proměně chleba a vína na tělo a krev Kristovu. V Byzantské říši nesl jakýkoli liturgický symbol svůj význam, protože určitý aspekt jeho významu byl vždy spjat se skutky Krista a Jeho poslední večeří. Konkrétně téma transfigurace Krista prošlo značnou transformací mezi raným a středním obdobím Byzantského umění. Jedná se exkluzivně o Byzantské téma, vzácně se vyskytující v západním umění a lze se s ním setkat jak před, tak po ikonoklasmu. Transfigurace se soustředí na scénu vyobrazenou ve všech třech synoptických evangeliích. V Lukášovi 9:28-30 je napsáno:

*Asi po týdnu vzal k sobě Petra, Jakuba a Jana a vystoupil na horu, aby se modlil. Zatímco se modlil, změnil se vzhled jeho tváře, jeho oděv zbělel a rozzářil se. A hle, mluvili s ním dva muži. Byli to Mojžíš a Eliáš, kteří se ukázali ve slávě a mluvili o jeho odchodu, k němuž mělo dojít v Jeruzalémě.*

Jan z Damašku přišel se systematickou teorií role obrazu, ve které Kristus jako Obraz Boha představoval vrchol hierarchie obrazů jdoucí od Krista přes božské ideje po člověka, stvořeného k obrazu božímu a končícího u literatury a umění. Síla této hierarchie obrazů tkvěla v tom, že učinila obrazovou tvorbu součástí náboženství a svaté obrazy tak nesly přinejmenším stejnou hodnotu jako svaté texty (Elsner, 1988: 479) a to i díky přítomnosti metafory obrazu v Bibli samotné. Vztah mezi obrazy a Bohem je dvojitý: jednak je člověk stvořen k obrazu božímu, jednak Kristus v sobě sjednocuje podstatu Boha a člověka (ibid.). Stejně tak Jan z Damašku vnímá mysl (*nous*) jako určitou hranici mezi Bohem a tělem (John of Damascus, 2015, citováno v Elsner, 1988: 479).

#### **4.4 Prezence v ikoně**

„Reverzní perspektiva“ může být považována za prvek formy, jež byla posvěcena tradicí, a tedy v tomto smyslu participuje na procesu registrace prezence (Antonova, 2010: 63). V ikoně je *reálná, parciální* prezence prototypu, jejímiž jsme svědky, protože je zde lpěno na dodržování kanonické formy. Obrazy Pravoslavných jsou založené na přesvědčení, že v nich je prezence prototypu. „Konkrétně se jedná o ontologickou identitu, v jistém smyslu slova, mezi Kristem a obrazem Krista“ (ibid.). Pro současné myšlení není takové tvrzení úplně typické, dnešní pozorovatel je zvyklý nahlížet obrazy zejména jako estetické objekty. Jak již bylo zmíněno, problematika prezence prototypu v obrazu byla předmětem sporu během ikonoklasmu.

Klíčový argument přítomnosti prezence v ikoně tkví v konceptu fundamentální signifikance v teologii ikony. Forma může být zproštěna své substance a následně transformována do substance jiné, která se stane nositelem její identity. „Kult obrazu jak u



východních Pravoslavných, tak na západě a vztah mezi ikonou a relikvií, mezi prototypem a obrazem, mezi slovem a obrazem dobře ukazují problematiku prezence v obraze. Nejedná se o logické a konzistentní vysvětlení, naopak Byzantská říše prohloubila paradox, jenž tkví v srdci obrazu a je dědictvím pohanského novoplatonismu.“. Pravoslavná tradice přesně tak k ikonám přistupuje – jako k něčemu, v čem se paradoxně sjednocuje transcendentní a imanentní.

#### **4.5 Kult Obrazů v Pravoslavné identitě, obhajoba ze strany ikonofilů**

Kult obrazů byl charakteristickým pro civilizaci východní ortodoxie. Ikonoklasmus, který přerušovaně trval od roku 726 do roku 843 byl právě sporem ohledně obrazové tvorby a její role v náboženství. První záznamy o adoraci (*proskynesis*) (Antonova, 2010: 67) obrazů jsou již z první poloviny šestého století. V Životě svatého Simeona mladšího (*ibid.*) je poukázáno na užívání svíček před obrazy. Ve skutcích Nicea II (787) pak píšou o pálení kadidel před obrazy coby „zbožně zavedenou prastarou tradici“ (Tanner, 1990: 136, citováno v Antonova, 2010: 68). Zmínky o modlitbách k ikonám lze dohledat již od doby svatého Augustina (Kitzinger, 1976: 104, citováno v Antonova, 2010: 68). Intenzita uctívání obrazů byla v dané době značná, přítomnost obrazů byla hojná nejen v soukromí, ale i ve veřejném prostoru. Ikony byla umístěny například u bran. V období mezi šestým a osmým stoletím Byzantská kultura prošla značnými změnami, během kterých došlo k postupnému nahrazení pozdně antickému pohledu na svět za nový, typický pro středověk a Byzanc. Averil Cameron tvrdí, že svaté obrazy byly „jedním prvkem nutným pro sestrojení alternativního pohledu na svět.“ (Cameron, 1992, citováno v Antonova, 2010: 68). Právě obrazy byly „součástí potřeby nastolit novou autoritu“ (*ibid.*), díky nim bylo naplněno vakuum, jenž zůstalo po zbourání kultury Antiky. V tomto smyslu by bylo možné tvrdit, že do začátku devátého století Byzantská kultura sama sebe ustanovovala. Její nové kulturní povědomí bylo „vyjádřeno skrze a s ikonami“ (Cormack, 2013: 151, citováno v Antonova, 2010: 69) a tedy nejviditelnějším vyjádřením identity byly kostel, domov a ulice coby domény ikony (*ibid.*: 166). Ikona se pak stala ustáleným elementem utvářejícím Pravoslavnou identitu.

V pravoslavné víře ikony začaly zastávat roli relikvií. U relikvií je kladen důraz na rovinu prezence svatého uvnitř daného předmětu. Tato prezence pak předmětu dává zázračné vlastnosti. Fundamentálním rozdílem zde je, že relikvie jsou předměty, které přišly nějakým způsobem se svatým do kontaktu, což se o většině ikon říct nedá. U ikon je tedy třeba najít další prvek, jenž by zaručil přítomnost prototypu. Středověká ikona si propůjčila koncepci z obrazu pozdní antiky, díky které navazovala na ideu identity ve sdílené formě. Představa byla taková, že prezence byla pouze částečná a identita mezi prototypem a obrazem byla pouze v určitých aspektech (Antonova, 2010: 76). Slovy svatého Jana z Damašku „kdykoli uctíváme obrazy, nedochází k uctívání hmoty obrazu, ale k uctívání těch, jenž jsou zobrazení skrze zmíněnou hmotu. Úcta složená ikoně je věnována jejímu prototypu.“ (John of Damascus, 2015: 89, citováno v Antonova, 2010: 76). Otázka vztahu mezi prototypem a obrazem byla klíčovým bodem sporu během ikonoklasmu. Pohledy na tuto problematiku se pohybují na spektru od jednoho pólu, kde je obraz vnímán jako plně identický se svým prototypem k druhému pólu, kde je obraz pouze znakem pro určitou vyšší realitu a ontologické spojení mezi těmito dvěma je naprosto odříznuté. Pozice pravoslavné církve je pak někde mezi těmito dvěma extrémy. Obraz ve východní Pravoslavné víře má sloužit jako cesta k prototypu, a to díky tomu, že je prototyp nějakým způsobem v obraze přítomen. Tento přístup pochází z pozdní antiky. Podle Beltinga středověká ikona přímo odvozuje od tří tradic klasického deskového malířství. Těmi jsou obrazy mrtvých, obrazy svatých a imperiální obrazy (Antonova, 2010: 77). Tyto charakteristiky jsou pro ikony stále aktuální, a to jak v umělecké, tak v ideologické rovině.

#### 4.5.1 Prezence založená na typu

Myšlenka, že jedinec může obývat svůj obraz má původ již v pohanství. Pausinias (143-176) podává svědectví o tom, jak bronzová socha zesnulého atleta Theagena z Thassosu spadla na muže, který se ji rozhodl v noci napadnout z důvodu své averze vůči Theagenovi samotnému během jeho života. Vzhledem k tomu, že zmíněný muž pád sochy Theagena na sebe nepřežil, se rozhodla rodina poškozeného muže danou sochu trestně stíhat za vraždu. Socha byla následně utopena v moři (Pausanias, 1971) a došlo k nastolení precedentu, že pokud není jedinec k zastížení, přebírá za něj zodpovědnost jeho socha. V Římě pak bylo možné se setkat s takzvanými Fajjúmskými mumiovými portréty (Antonova, 2010: 77) se kterými bylo nakládáno jako s „nesmrtelnými zástupci zesnulého“ (Doxiadis, 1995, citováno v Antonova, 2010: 77). Ačkoli se akademici převážně shodují na tom, že Fajjúmské mumiové portréty byly předchůdci ikon (ibid.), liší se tyto dva žánry tím, jak je v nich predikovaná prezence. Víra v přítomnost prototypu v portrétu je blízká kultu imperiálních portrétů, které byly hojně rozšířené napříč starověkým Římem. V Římské říši byl císař považován za ztělesnění božské entity, tudíž byly jeho sochy a obrazy posvátné. Kult imperiálního obrazu přetrvával až do brzkého pátého století, a to i přesto, že byly přijaty náboženské principy křesťanství, jež odmítalo posvátnost císaře. V pozdní antice bylo s obrazem císaře nakládáno stejně jako s císařem samotným. Toto zacházení bylo vyžadováno zákonem (Belting, 1997, citováno v Antonova, 2010: 79). Stejným způsobem jsou umělecky zasazeny i svaté obrazy. Jás Elsner píše, že „podložení rituálního života svatého obrazu bylo založené na přesvědčení, že socha božstvo pouze nereprezentuje, ale přinejmenším na určité úrovni je s ním identická“ (Jás Elsner, 1998, citováno v Antonova, 2010: 80). Vzhledem k nepřítomnosti fyzického modelu, podle kterého by bylo možné dané božstvo vyobrazit, je jeho zobrazení podstatně více založeno na rozpoznání jeho typu. Z uměleckého hlediska si tedy ikona propůjčuje prvky ze všech tří zmíněných – obrazů mrtvých, imperiálních obrazů i svatých obrazů. Představa o portrétu coby reprezentaci typu, jež je typická pro imperiální obrazy a obrazy svatých byla následně převzata coby vztah prototyp – obraz. Obzvlášť po ikonoklasmu došlo k jasnému vymezení toho, jak je typ každého svatého reprezentován.

#### 4.5.2 Prezence v pohanském platonismu a novoplatonismu

Mosche Barasch poukazuje na četně se vyskytující motiv v Řecké literatuře, kdy *psyche* (lidská duše po opuštění svého těla) nabyde vlastností *eidolonu* (obrazu) (Barasch, 1992, citováno v Antonova, 2010: 80). Jako příklad uvádí zjevení se Patroklova *eidolona* před Achillem. *Eidolon* byl věrnou vizuální reprezentací Patrokla, nicméně když se ho Achilles pokusil dotknout, rozplynul se ve větru (Antonova, 2010: 80). Představa parciálního zastoupení originálu ve svém obrazu zapadá dobře do Platonova pojetí světa, které pracuje s odlišnými stupni reality. V Timájovi 52c, d Platon diskutuje o principu obrazu coby něčeho reálného, ale jehož existence je odvozena:

*„obraz – poněvadž mu nenáleží ani sama jeho podoba, nýbrž nosí s sebou pokaždé zjev něčeho druhého – musí proto vznikat na něčem druhém a jen tak se jaksí zachycovati jsoucnosti, nebo vůbec nebýti nic; kdežto to, co vskutku jest, má na své straně přesnou a pravdivou větu, že pokud jest jedno to a druhé ono, nikdy se neocitne jedno ve druhém a nestou se jak jedním a týmž a zároveň dvěma.“*

S pohanským novoplatonismem pokračuje vztah mezi obrazem a jeho předlouhou tak, jak ho Platon ustanovil. Každý obraz reprezentuje svůj originál, ale pouze jako odraz. K popisu chápání vztahu mezi originálem a obrazem Moshe Barasch navrhuje přijít s kvalitou podobnosti. Zde je podobnost míněna v antickém smyslu, který se nezabývá vnímáním

pozorovatele. Podobnost je zde určena na základě inherentního spoje mezi dvěma, a ne na subjektivním dojmu pozorovatele (Barasch, 1992: 71, citováno v Antonova, 2010: 81).

O přístupu k vztahu přítomnosti prezenze v obraze v antice lze učinit několik závěrů. Jednak, že jak tvrdí Barasch, platí určitá konceptuální nejednoznačnost ohledně zmíněné problematiky. Názory se opět pohybují na spektru od úplné identifikace prototypu s obrazem, jiné zdroje pak míní, že obraz a prototyp jsou to samé za předpokladu, že se sobě podobají v antickém smyslu slova. Tedy podobnost je založená na esenciálním poutě. Prezenze je v obraze zastoupena parciálně, pouto mezi obrazem a prototypem je dáno pouze tím, co ony dva spojuje, ale nemělo by být interpretováno tak, že obojí spadá do stejné reality. Je možné tvrdit, že obraz Boha obývá odlišnou realitu než Bůh samotný, ale i přesto se podílí na božské realitě. Skutečnost, že obývají odlišné úrovně reality mezi nimi nepřerušuje pouto. Právě na existenci určitého pouta je založena víra Byzantské teologie ikon.

#### 4.6 Byzantská teologie obrazu

Problémem uctívání obrazů a soch je, že má daná činnost velmi blízko k modloslužebnictví. Proto bylo potřeba jasně vymezit k jakým procesům při uctívání těchto předmětů dochází. Byzantská teologie určila konceptuální distinkci mezi idolem a ikonou, což bylo následně po staletí předmětem četných sporů (Antonova, 2010: 83). První argument ikonoklastů je Biblický – ve Starém Zákoně je explicitní zákaz uměleckých reprezentací (ibid.: 84). Druhé přikázání je napříč Bibli čteně zmiňováno, nejpřísněji ve svých vizuálních implikacích. V Deuteronomiu. 4:15-18:

*V den, kdy k vám Hospodin mluvil na Chorébu zprostředku ohně, jste neviděli žádnou podobu; velice se tedy strážte, abyste se nezvrhli a neudělali si tesanou sochu, žádné sochařské zpodobení: zobrazení mužství nebo ženství, zobrazení jakéhokoli zvířete, které je na zemi, zobrazení jakéhokoli okřídleného ptáka, který létá po nebi, zobrazení jakéhokoli plaza, který se plazí po zemi, zobrazení jakékoli ryby, která je ve vodách pod zemí;*

Veškeré takové obrazy by pak měly být ničeny. Zároveň ovšem lze třeba v Exodu nalézt, že sám Bůh vybízí k tvorbě určitých obrazů. V Exodu 25:18-20 je napsáno:

*Potom zhotoviš dva cheruby ze zlata; dáš je vytepat na oba konce příkrovu. Jednoho cheruba uděláš na jednom konci a druhého cheruba na druhém konci. Uděláte cheruby na příkrov, na oba jeho konce. Cherubové budou mít křídla rozpjatá vzhůru; svými křídly budou zastírat příkrov. Tvářemi budou obráceni k sobě; budou hledět na příkrov.*

Nový Zákon pak obrazy explicitně nezakazuje, toho využili jak ikonofilové tak ikonoklasté. Druhý, filozofický, argument se odvíjí od Platona a jeho hierarchické opozice mezi duchem a hmotou. Teologický koncept *theoprepres*, tedy toho, co je vhodné vzhledem k svaté podstatě, náleží do toho samého diskursu (ibid.). Myšlenka, že co pochází od člověka, nemůže být svaté povahy, byla logickou interpretací ikonoklastů, kteří byli přesvědčení o tom, že postava vytvořená lidskou rukou byla *nevhodná* v tomto smyslu slova (ibid.) a tedy Bůh nemůže být reprezentován skrze hmotu a obrazy zhotovenými člověkem. Nejen, že se jeví jako nevhodné reprezentovat božstvo tímto způsobem, ale jeví se to jako vyloženě nemožné, jelikož Bůh, jenž je duchovní podstata, postrádá fyzickou formu. Myšlenka Boha postrádající formu vychází z Platonismu. Podle Platona mají všechny věci původ ve formách od Boha, Bůh samotný ale formu postrádá.

Nejjednodušším argumentem ikonofilů bylo, že ikony slouží ke vzdělávacím účelům. Slovy Jana z Damašku: „co je kniha pro gramotného, obraz je pro negramotného. Stejně jako slova promlouvají k uchu, obraz hovoří k zraku; přináší nám pochopení.“ (John of Damascus, 2015: 19). Obrazy měly sloužit k rozšíření a popularizaci víry i u negramotné populace. Funkcí evangelií a obrazů, které se v nich nacházely bylo, aby evangelia podpořily; sloužily jako *památky (memoria)*. Památky v tomto smyslu slova zde jako nástroj zastávají najednou dvě funkce: jednak odkazují k minulosti, jednak k budoucnosti, oba tyto odkazy pak srůstají v jediný koncept nadčasové věčnosti.

Posledním z argumentů ve prospěch ikonofilů je založen na Christologii. Postava Krista coby inkarnace Boha vedla k posvěcení hmoty skrze transsubstanciaci. To jednou provždy změnilo přístup k svatému (Bůh, jenž je duchovní formy nabral podoby hmotné). Tvrzení, že si posvátné obrazy propůjčují boží milost znamená srovnávat je se svatým slovem, které podle Antonové jednoznačně je prostředkem boží milosti (Antonova, 2010: 87). Svatý Theodoros Studijský řekl, že: „bychom měli věřit, že boží milost je přítomná v ikoně Krista, a že komunikuje požehnání těm, kteří se k ní v dobré víře přiblíží“ (St. Theodore the Studite, 1981, citováno v Antonova, 2010: 87). Názor Gerarda van der Leeuwa je, že: „křesťanská teologie nezačíná stvořením, ale vykoupením se z hříchu [...] v tomto bodě rovněž začíná teologie umění. Nicméně přijmout, že ikona je legitimním nástrojem Boží milosti by znamenalo prokázat, že obraz je nádobou pro prezenci. Podle teologie obrazu ikona, na rozdíl od idolu, obsahuje pouze částečnou prezenci. Jeví se jako rozumné, že se byzantští teologové vrátili zpět k Novoplatónské teorii obrazu, která se problematikou částečného zastoupení prezence prototypu v obrazu zabývá. Definici ikony lze nalézt u svatého Jana z Damašku, který ji definuje jako obraz „jenž je shodného charakteru jako jeho prototyp, ale s určitými rozdíly [...] není jako prototyp ve všech ohledech“ (John of Damascus, 2015). Svatý Teodoros Studijský pak říká, že „Krist je jedna věc a jeho obraz ve své přirozenosti něčím jiným, nicméně mají shodnou identitu“ (St. Theodore the Studite, 1981: 6). Dialektická povaha argumentu se stává jasnou v momentě, kdy svatý Theodor trvá na tom, že „kdyby někdo tvrdil, že v ikoně je svátost, jeho tvrzení by nebylo špatné“ a přesto „svátost není přítomná v obrazech skrze jednotnost povah, jelikož nejsou zbožštěným masem, ale relativně, skrze participaci“ (Antonova, 2010: 88). Povaha této identity je dobře ilustrována na příkladu otisku na vosku zanechaném pečeti. „Nejedná se o esenci, ale o formu prototypu, jež byla vtisknuta“. Tudíž v případě svatého obrazu, což bylo hlavním tématem stati svatého Teodorika, Kristus „je viděn mentálně, ale fyzicky není přítomen.“ V byzantské teologii obrazu se lze setkat se dvěma odlišnými tvrzeními: na jednu stranu by slovo a obraz měly mít stejný status, na druhou se vyskytuje znovuobjevující se implikace, že obraz má určité schopnosti, které slovo ne a je unikátním prostředkem pro vyvolání božstva (ibid.). Speciální pozice obrazu je novoplatónskou ideou, asociovanou s již dříve zmíněným Plotýnem. Přesně tato přenesená novoplatónská tradice spojuje definici symbolu s ideou ne-konceptuální informace, jež obraz nese. V novoplatónské ontologické hierarchii jsou dva způsoby přenosu vědomostí o transcendentní bytosti – „nevyslovitelné a záhadné na jedné straně, přístupné a zřejmé na straně druhé. Jedno se uchyluje k symbolismu a zahrnuje iniciaci, druhé je filozofické a pracuje s metodou demonstrace“ (Pseudo-Dionysius, 1987b). Lidská hierarchie je naopak naplněna mnoha viditelnými symboly, skrze které jsme naváděni hierarchicky a podle naší kapacity k sjednocujícím zbožštěním. Nadřazené bytosti jsou zde chápány jako čirý intelekt, lidé pak jsou vedeni k nim tak daleko, jak je jen možné a to „skrze smyslově zachytitelné obrazy“ (Pseudo-Dionysius, 1987a) k rozjímání nad svatým. Symbol je pak uvažován jako nepřístupný lidskému chápání a svatá pravda je zároveň přístupna pouze v symbolické formě.

Klíčovou otázkou jak pro Byzantince, tak pro pozdější myslitele zabývající se problematikou obrazu je, zdali vizuální reprezentace v sobě může obsahovat svatou prezenci. V případě, že by prezence v obrazu obsažena být nemohla, tak by z teologického hlediska byl

obraz bezcenný nehledě na jeho estetickou hodnotu. Obhájci obrazu vyzdvihli jeho symbolický status na úroveň slova. Status obrazu nicméně zůstal předmětem konstantní tenze. Jeden z nejpřesvědčivějších filozofických argumentů je postaven na tom, že symbolický obraz na rozdíl od slova slouží k nabytí nekonceptuálních vědomostí (Antonova, 2010: 89).

#### 4.6.1 Teologie ikony podle Florenskyho

Byzantská teologie ikony a problematika presence prototypu v obraze je opět dobře prezentována Florenským. Afinita mezi prototypem a obrazem v Byzantské teologii v sobě obsahuje určité prvky moderních teorií symbolu. Florensky se zabývá symbolem z hlediska Byzantské teologie obrazu a z Německé romantické filozofie, které podle Antonovové tvoří významný aspekt jeho díla. Užitím romantické definice symbolu do pravoslavné teologie dochází k posunu důrazu na vizuální implikace symbolu. Opravdové umění, jehož jsou ikony výtečným příkladem, je ve své zásadě symbolické. Florensky rozlišuje mezi „dvěma prahy receptivity“ symbolu (ibid.) – „horní“, který ponechává určitou identitu s prototypem a „spodní“, kde je ontologické spojení mezi dvěma entitami přerušeno (Antonova, 2010: 93). Podle Florenskyho symbol náleží do horního prahu receptivity. Přirovnává sny k mentálním obrazům, pod které spadá i autentické umění a říká, že oboje spadá pod symboly. Ikonické obrazy se stávají „viditelnými svědky neviditelného světa“; (Florensky, 2001: 60) oni „se současně nacházejí ve dvou světech a obsahují život z obou“ (ibid. 62). Hranicí je pak jakýsi „stav mezi“ těmito dvěma světy. Hraniční stav je něčím jiným od zmíněných dvou, zároveň má s oběma něco společného. Symbol náleží do tohoto hraničního stavu, a tedy je prostředníkem mezi dvěma světy; je transcendentní i imanentní v obou. Florensky symbol definuje následovně: „Bytost, která je větší než ona sama – to je základní definicí symbolu. Symbol je něčím, co se manifestuje samo v sobě a zároveň je manifestováno skrze sebe [...] symbol je esencí energie ke které je připojen, přesněji, je smísen s energií jiné esence, cennější v určitém ohledu a která tedy nese v sobě tuto jinou esenci.“ (A. Filolenko, 2001: 279, citováno v Antonova, 2010: 96).

Ikonický obraz vlastní vlastnosti symbolu tak, jak je zde definován. Jeho esencí je učinit přítomným a dostupným smyslům to, co je v principu neviditelné a dostupné pouze duchu. Autentická ikona, jenž naplňuje tento účel zahrnuje obojí, jako příklad Florensky uvádí pannu Marii, která není svým obrazem, ale jí samotnou. Zároveň ale ikona sama o sobě není ani obrazem, ani ikonou, ale čistě dřevěnou deskou (Florensky, 2001: 65). Ikonita a symbolika obrazu je propojena se svým prototypem. Florensky toto ilustruje na příkladu okna, které je více, než jen dřevo a sklo (ibid.), protože v momentě, kdy můžeme pozorovat světlo prostupující sklem, se okno stane „světlem samotným“ a ne jenom něčím, co je „jako“ světlo (ibid.). Florenskyho chápání symbolu náleží k Pravoslavné tradici, která klade důraz na souběžnou existenci obou, vzájemně kontradiktorních aspektů ikony.

Romantici podle Florenskyho vnímali alegorické chápání jako určitou hrozbu, ale zároveň nabízeli určitý způsob, jak ho obejít tím, že na umění delegovali roli vykoupení. Florensky tento nápad pak zasazuje do kontextu Pravoslavné církve. Je to právě ikona, jenž dokáže obnovit ztracenou identitu mezi „bytím“ a „věcí“, jenž leží v srdci umění. K zakušení vizuální zkušenosti je potřeba vidící subjekt, který rozjímá nad pozorovaným objektem. V náboženském kontextu však zkušenost subjektu hloubajícího nad obrazem není centrována podle Antonovové pouze kolem pozorování, ale i kolem toho, že *je subjekt viděn*. Obraz tedy „zírá zpátky“ (Elkins, 1996, citováno v Antonova, 2010: 101) a re-prezentací Božstva dochází k intimní interakci.

#### 4.7 Závěr kapitoly:

Byzantská kultura byla teokracií, umění se v ní pojilo s křesťanstvím, a to se pak pojilo s existencí státu, obrazy tedy měly svou ideologickou funkci. V Byzantské teologii ikony

nesloužily k imitaci podoby, ale imitaci prezence. To bylo hlavní argumentační linií ikonofilů, podle kterých byla v ikonách přítomna esence svatého.

Sledování ikon měl být multimodální zážitek, netočil se čistě kolem vizuálu. Za estetický objekt lze v současné době považovat i tělo. Tělo jako estetický objekt a tělo, ve kterém dochází k fúzi protikladů společně s duchem, a jež bylo předmětem vykoupení a spásy se jeví být jako dvě odlišná těla. Jak je tělo v současné společnosti vnímáno a s jakými teokratickými motivy se lze dnes setkat jsou stěžejní otázky této práce.

## **5 Pohled**

### **5.1 Úvod kapitoly**

Jedním ze spojujících motivů zrcadlových selfies a byzantských ikon je přítomnost pohledu. Těmi dalšími, které budou v této práci rozebrány jsou motiv žehnání a role spásy. Selfies i ikony působí, jako by nás pozorovaly. V této kapitole ukážu, proč si myslím, že je motiv pohledu důležitý, jak ho lze interpretovat a jaké jsou spojitosti a rozdíly mezi pohledy byzantských ikon a zrcadlových selfies. S terminologií pozorování se lze setkat na sociálních sítích (jedinec má na sociální síti takzvané sledující). Jako teoretické východisko pro tuto kapitolu je zvolen fenomén pohledu, jak o něm píše Jean-Paul Sartre. Je nutné zmínit, že souvislost mezi pohledem, jak o něm píše Sartre, a jevy, které se uplatňují u ortodoxních ikon se zrcadlovými selfies není přímá. Účelem této práce je pokusit si nalézt podobnosti mezi dvěma zmíněnými ať už z vizuálního hlediska nebo z hlediska společenské role. Ačkoli se fenoménem pohledu zabývá více filozofů, tak já v této práci vycházím pouze ze Sartra, protože to, co píše o pohledu představuje dobrý nástroj k pochopení a propojení jevů, které se pojí se selfies a byzantskými ikonami. Vycházím zejména z kapitoly „Pohled“ v *Bytí a nicotě* (Sartre, 2006) a knihy *Existencialismus je humanismus* (Sartre, 2004). Rovněž je třeba v úvodu této kapitoly zopakovat, že nejsem odborníkem na křesťanskou teologii. Závěry, které zde činím, se mají vztahovat zejména ke společenské roli zrcadlových selfies celebrit a influencerů. V této kapitole se nejprve budu věnovat fenoménu pohledu a třem druhům bytí v intencích Sartrovy fenomenologie, následně se budu věnovat výkladu zrcadlových selfies a ortodoxních ikon na základě Sartrovy ontologie. Budou hledány konvergence a rozdíly mezi těmito dvěma.

### **5.2 Zrcadlové selfies a pohled druhého**

*Pohled*, jak ho chápal Sartre a jak o něm zde píšu, nemusí být nutně zprostředkován okem samotným. Může být zprostředkován třeba přítomností vzoru oko připomínající nebo symbolizující. Příkladem mohou být aposematické mimikry motýlů, okno, které i Sartre uvádí jako příklad symbolického oka nebo právě čočka kamery (telefonu). Oproti klasickým selfies, kde lze na fotografii vidět pouze jedince pořizující snímek, ale samotný fotoaparát ne, jsou zrcadlové selfies rozšířeny o další rovinu; tou je právě přítomnost telefonu pořizujícího fotografii. U tradičních selfies podle Yasmin Ibrahim autor a pozorující subjekt konvergují, čímž vytváří velmi intimní kompozici denotující osobní vlastnictví, estetizaci, kurátorství, sebeprezentaci a zároveň vlastní sebe-komodifikaci pro sociální směnu a interakci. Zde je Já jak subjektem, tak objektem. Pozorovatel a podivaná jsou sloučeni (Ibrahim, 2015: 2). Zrcadlové selfies jsou obohaceny o přítomnost čočky kamery mobilního telefonu, která u ostatních druhů fotografie bývá mimo záběr. Tento prvek podle Dmitryho Uzlanera představuje zkreslující a až deformující cizí těleso – *pohled*, který by zde neměl být přítomen je umístěn do středu fotografie (Uzlaner, 2017: 283) působící téměř jako singularita černé díry, která svou silnou gravitací ohýbá vše kolem sebe. Právě přítomnost čočky podle Uzlanera činí z tohoto druhu fotografie kompletní selfie, jelikož v sobě zachycuje všechny elementy – subjekt i objekt, pozorovatele i pozorujícího, a dokonce *pohled* samotný. Jedinec nikdy nemůže plně nahlédnout sebe sama z venku – vždy se jedná o určitou část mě, která se dívá

na nějakou jinou část mě. Čí *pohled* přesně je brán v potaz v momentě, kdy se jedinec identifikuje s určitou podobou vlastního obrazu, již se rozhodne si vyfotit? *Pohled* mužů (male gaze) se nabízí jako snadná odpověď. Tato práce se problematikou male gaze zabývat nebude a zůstane u hypotézy, že každá (postnutá) selfie je určena *pohledu druhého*, který je v pozici autority a o jehož validaci je usilováno. Případně selfie může naopak sloužit jako nástroj subverze autority, každopádně určitou ideologickou rovinu při troše snahy v selfies najít lze. U zrcadlových selfies není přítomen pouze *pohled druhého*. *Pohled* v podobě čočky telefonu umístěn ve snímku komunikuje, že subjekt si je velmi dobře vědom toho, že je pozorován a pořizuje fotografii tak, aby co nejlépe zachytila touhy *druhého*. Touha směřovaná k *druhému* radikálně transformuje uchopování světa subjektem. Jedinec pořizující fotografii ohýbá realitu ve svůj prospěch. Zrcadlová selfie tímto způsobem ztělesňuje logiku *pohledu* a touhy. Černé oko čočky telefonu je hlubinou (abyss), (zde parafrázuji Nietzscheho známý výrok z knihy *Mimo dobro a zlo*) která reprezentuje jak nepřekonatelnou propast mezi subjektem a *druhým*, tak to, že hlubina zírání zpátky. Čočka telefonu nemůže být jinde než v centru samotné fotografie; dává najevo, že i pozorující je v konečném důsledku jen jedním z mnoha vlastních středobodů, a i u jedince, kterého pozoruje existuje něco nedosažitelného, co je za horizontem událostí. Přítomnost *pohledu* ve formě kamery zmrazí a objektifikuje subjekt, činí ho součástí fotografie čímž ho fixuje.

### 5.3 Fenomén pohledu podle Jeana-Paula Sartra

Sartre začíná svou kapitolu o *pohledu* v *Bytí a nicotě* tím, že veškerí jedinci v mé blízkosti jsou zakoušeni jako předměty (objekty) (Sartre, 2006: 309). Alespoň jednou z modalit přítomnosti *druhého* je pro mě to, že je objektem. Moje uchopení *druhého* coby objektu v zásadě odkazuje na fundamentální uchopování *druhého*, během kterého není *druhý* odhalován jako objekt, ale jako „osobní přítomnost“ (ibid.). Fenomenologicky je pohled na jiného jedince odlišnou zkušeností než pohled na ostatní věci v našem prostředí (Sartre, 2006: 314). *Druhý* se jeví jako centrum své vlastní zkušenosti, svého vlastního univerza (Sartre, 2006: 311). Přítomnost *druhého* nás zbavuje dojmu, že my sami jsme centrem univerza a tato zkušenost probouzí dojem přítomné hrozby (Sartre, 2006: 325, 334). Zakoušení přítomnosti *druhého* je tedy pro Sartra zdrojem určitého pnutí. Nicméně i přesto, že je *druhý* centrem svého vlastního vesmíru, tak já sám zůstávám vlastním subjektem a zachovávám si svou autonomii: „bytí pro sebe, kterým jsem, má být tím, čím jest, tak, že odmítá jiné, to jest má být jako ono samo (Sartre, 2006: 343)“. *Pohledem* nemusí být míněn doslovný pohled *druhého*. Jako příklad Sartre uvádí přítomnost oken, ve kterých může být přítomen pozorovatel nebo jedince, který pozoruje někoho jiného skrze klíčovou díрку a vzápětí za sebou uslyší kroky, kvůli kterým mu dojde, že je pozorován, čímž je z pozice pozorujícího subjektu přesunut na pozici pozorovaného objektu (Sartre, 2006: 315). *Pohledem* je zde míněn pocit přítomnosti *druhého*, který registruje naši prezenci (Sartre, 2006: 335). Když zakouším sám sebe jako objekt, zakouším tím transcendenci sebe samého, svou svobodu, jako transcendovanou: „Druhý se takto objevuje přede mnou v plné svobodě a ve svobodné projekci ke svým možnostem mě vyřazuje ze hry a zbavuje mě mé transcendence“ (Sartre, 2006: 347). Důsledkem toho si připadám fixován. Co na této zkušenosti vyvolává pocit ohrožení je fakt, že nemám přístup k tomu, jak mě *druhý* vidí (Sartre, 2006: 328–330). Sartre píše, že „jsem v *ohrožení* jakožto nástroj možností, jež nejsou mými možnostmi, jejichž pouhou přítomnost dokážu jen zahlédnout vně svého bytí a jež negují mou transcendenci, aby ze mě vytvořily prostředek k cílům, které neznám“. Můžu si připadat jako objekt, ale nemohu sám sebe znát jako objekt. *Druhý* ke mně má přístup, který já nikdy mít nebudu a který je pro mě nezachytitelný. Tato neschopnost zachytit sebe sama, jak mě vidí *druzí* je to, co považuje Sartre za stud (Sartre, 2006: 318). Podle Sartra se může jedinec zakoušet buď jako subjekt nebo objekt, ale ne obojí najednou (Sartre, 2006: 316). Pro Sartra je *pohled* demonstrací moci (Sartre, 2006: 324).

#### 5.4 Tři druhy bytí podle Jeana-Paula Sartra

Sartrova ontologie odlišuje lidské bytosti od všeho ostatního. Všechno, co není člověk pro Sartra představuje pouhé *bytí v sobě* (Muller, 2010: 257). Například židle, jež musí být nejprve navržena inteligentním designerem a později je její existence umožněna díky svému výrobcí. Esence židle předchází její existenci (Sartre, 2004: 13-14). Jak její esence, tak její existence k ní přicházejí pasivně. Jakmile je židle vyrobena, zůstává židlí, dokud někdo nebo něco nepozmění její esenci. Pro Sartra jsou tedy židle a cokoli ostatního, co není člověkem *bytím v sobě* (Muller, 2010: 257). *V sobě*, jelikož tento druh bytí je samo v sobě kompletně obsaženo. *V sobě* nemá žádnou kapacitu či požadavky modifikovat svou esenci nebo existenci (ibid.). Jakmile se židle stane sama sebou tak již nepotřebuje vynakládat jakékoli úsilí, aby zůstala tím, čím je, nebo aby se stala čímkoli jiným. Na rozdíl od lidského bytí, coby nicoty, není bytí židle predeterminované a neobdrží ani esenci ani existenci ze zdroje mimo sebe sama (ibid.). Lidská dichotomie esence-existence není plně exkluzivní, jak je tomu u židle, ale dialektická (ibid.). Naše esence je tím, co jsme samy se sebou udělali v minulosti. Na rozdíl od židlí naše existence předchází naši esenci (Sartre, 2004: 15). „Co uděláme sami se sebou“ není na věky jako u židle, ale musí být neustále předěláváno a reformováno, a to čeho je na konec dosaženo bývá křehké a pomíjivé, jelikož neustále narůstající entropie eventuálně rozloží velkou část lidských úspěchů (Muller, 2010: 257). Jako lidské bytí musí být neustále předěláváno a jako je život sérií cyklických biochemických procesů zamezující naše rozplynutí ve věčně narůstající entropii je i každodenní nahrávání efemerních sociálních fotografií na internet procesem zajišťující naši sebezáchovu. Naši esenci je podle Sartra nicota, která vyžaduje abychom byli v neustálém procesu (sebe)vytváření, podobně, jako fotony zaniknou v momentě, kdy přestanou být v pohybu, lidé zaniknou v momentě, kdy pozbydou své fluidní identity a stanou se rigidními. Sartre nahlíží člověka jako *bytí pro sebe*, jelikož musíme být samy *pro sebe* abychom se mohli utvářet, „že člověk nejprve existuje, setkává se se světem, vynořuje se v něm, a teprve potom sám sebe definuje“ (Sartre, 2004: 15). Cenou za privilegium *bytí pro sebe* a kapacitu pro vlastní sebeutváření je pocítění zranitelnosti a úzkosti, což židle, coby bytí *obsažené v sobě* nikdy nepocítí. Existenciální úzkost vychází ze samotné struktury našeho *bytí pro sebe*. Cítíme se úzkostně jelikož naše identita musí být neustále předělávána a podrobována kritickému reflektování (William Frank Fischer, 1988). Protože existence není rigidní, tak zkrátka jednou za čas dospěje do bodu, kdy jedinec neví, kým je, nebo se ještě plně neaklimatizoval své nové identitě. Sartre trvá na tom, že jedinec je tvořen svými rozhodnutími, ať už vědomými, nevědomými, nebo těmi, které neudělal (Sartre, 2004: 34)

Postrádaje vlastní základy, *bytí pro sebe* je nevyhnutelně založené na následování druhého (terminologie sledování se užívá i na sociálních sítích). Podle Sartra jsou lidé ontologicky inklinováni k identifikaci s nadřazenou entitou, jejíž existence transcenduje naše vlastní, konečné bytí (Muller, 2010: 255). Jeví se nevyhnutelné, že dochází k pnutí mezi touhou zůstat svobodným a potřebě vytvářet své bytí pomocí esence *druhého* (ibid.: 259). Východiskem z tohoto dilema je projekce transcendentálního Boha, který je mimo nás (ibid.: 260). Tím je vytvořeno *bytí pro sebe*, které nemá limitace lidského *bytí pro sebe* a je zároveň *bytí v sobě* s pevným základem (ibid.). Existence náboženství je pak podle Sartra formulací této touhy po existenci posvátného, transcendentálního bytí.

Ačkoli Sartre hovoří o esenci, tak v této práci bude daný termín nahrazen termínem „role“ vzhledem k tomu, že pojem esence se váže spíše ke scholastické tradici. V logice selfies již nejde o přebírání esence, ale o přebírání jisté role a zpředmětnění se v rámci nějaké masky, jež má danou roli vyjadřovat, například: „já jakožto mládí“, „já jakožto úspěšný podnikatel“, „já jako krásná modelka“ a tak podobně.



### 5.5 Sartrova fenomenologie v prostředí sociálních sítí

Člověk podle Sartra neúspěšně usiluje o nabytí božství, což z definice není možné, protože jedinou cestou, jak se stát *bytím obsaženým v sobě* je přes zánik *bytí pro sebe*. To je možné pouze smrtí (Sartre, 1956: xxx-xxxi). Projekci potřeby po existenci transcendentálního bytí lze pozorovat při uctívání posvátných ikon nebo sledování takzvané celebrity culture. Celebritám jako by v konzumní společnosti byla připisována role božství, tedy statusu, o který usiluje „běžný smrtelník“. V náboženské tradici bylo možné se ke svatému přiblížit skrze uctívání. Konzumní společnost nicméně kromě samotného uctívání umožňuje jedinci se k božstvu, které bylo nahrazeno kulturou celebrit přiblížit i skrze nápodobu. Jak nápodoba, tak uctívání pak představují určitou formu identifikace se zmíněnými. Pro přesvědčivost tohoto argumentu je potřeba vysvětlit, jakým způsobem celebrity a influenceri transcendují naše vlastní bytí. Uvažovali bychom transcendentní bytost, jak již bylo zmíněno, jako takovou, jejíž existence transcenduje naše vlastní, konečné bytí (Muller, 2010: 255), tak by mohlo být možné celebrity nahlížet jako jedince nezávislé na našem vlastním bytí zkrátka proto, že jejich bytí je utvářeno nepoměrně větším počtem jedinců, než jak je tomu u běžného člověka. Jejich bytí jako by bylo nezávislé na naší existenci a našem názoru, protože je utvářeno masami a ne jedincem, jako by byly produktem nějaké pomyslné emergence.

Svoboda, jak ji chápe Sartre nicméně není slučitelná s nabytím role někoho jiného, protože svoboda znamená nemít zafixovanou a permanentní roli, a to i přes možný pocit potřeby po jistotě, kterou fixovaná role poskytuje. V logice selfies jde o to, že maska představující určitou roli a je fixována v čase. Příklad, který tuto logiku dobře ilustruje je praktika focení fotek na měsíce dopředu některými fitness influencerky. Udržení si jednociferného procenta tělesného tuku je pro člověka dlouhodobě neudržitelné, nicméně představuje, přinejmenším v určitých kruzích, standard krásy. Z tohoto důvodu si někteří fitness influenceri zorganizují focení v době, kdy jsou na vrcholu své formy, během kterého prostrídají i několik outfitů, aby fotky dělaly dojem, že nebyly pořízeny v jeden a ten samý den. Takto pořízené fotky během jednoho dne mohou postovat i půl roku potom co byly pořízeny. Pořízením fotek dojde k fixaci daného momentu a fitness influencer si může udržet ve virtuálním prostoru svou masku.

Podle Sartra je veškeré lidské snažení, ať už normální nebo patologické založeno na hledání pozitivní zpětné vazby a validace, jejíž základy jsou budovány skrze ostatní jedince ve společnosti. „Druhý je nezbytný pro mou existenci, ostatně stejně tak i pro mé sebepoznání“ (Sartre, 2004: 39-40). Jako rostlina směřuje ke světlu a může být tvarována předměty či jinými rostlinami v její blízkosti a jako voda směřuje po směru gravitace, omílaje říční koryto, tak i člověk směřuje k věcem, které mu poskytují validaci a zároveň se jeho existence podílí na spoluutváření prostředí ve kterém existuje.

Sartre původně rozlišoval pouze *bytí v sobě* a *bytí pro sebe*. *Bytí pro druhé* je bytím, které existuje ve vědomí *druhého*. Podle Sartra je mnoho mezilidských vztahů založeno na tom, jak si díky druhému připadáme. Z pohledu se pak stává nástroj naší vlastní identifikace, zároveň během tohoto jevu dochází k odcizení od naší vlastní subjektivity. Stáváme se tedy otroky pohledu druhého. Kromě partnerských vztahů, na které Sartre původně popsal jev vztahoval jej lze rovněž vztáhnout na sociální sítě, kde je možné získat kýžený dobrý pocit ohledně sebe skrze identifikaci s rolí, kterou druzí v podobě sledujících vyžadují. Identifikace s pohledem druhého může být i zdrojem konformity, jak bude níže rozepsáno. Sartre o bytím pro druhé dále říká, že já „jsem odpovědný za své bytí-pro-druhé, ale nejsem jeho základem; jeví se mi proto jako kontingentní danost, za niž nicméně nesu odpovědnost“ (Sartre, 2006: 426). Není tedy možné zpřístupnit nebo kontrolovat to, jak nás druhý vnímá. Esence mého bytí pro druhé je podle Sartra vztahem mezi mým vlastním vědomím a vědomím *druhého*. *Druhý* mě uchopuje určitým způsobem na základě toho, jak je mé bytí ve světě manifestováno

a následně ukotveno v jeho vlastní subjektivitě. Já jako jedinec jsem tedy zodpovědný za to, jak se vědomí *druhého* jeví, ale již nejsem zodpovědný za to, jak jsem *druhým* uchopován. Sartrovou logikou lze říct, že mnoho mezilidských vztahů není utvářeno na základě vzájemné přitažlivosti, ale na tom, jak se díky tomu druhému cítíme ohledně sebe. Z tohoto důvodu může být pohled rovněž zdrojem konformity a validace. V prostředí sociálních medií je lajk považován za validující zpětnou vazbu a počet sledujících za metriku určité prestiže jedince. Proto se jeví logické, že jedinec bude usilovat o to získat co největší počet lajků. Jak se selfies, tak s ikonami se pojí imperativy, které říkají „následuj mě“, zdroje těchto imperativů jsou ovšem odlišné. U selfies je to imperativ konformity u ikon pak imperativ lásky. Selfies celebrit a influencerů vybízejí ke konformitě tím, že jedince motivují následovat trendy populární pro danou dobu čímž dochází k udržování *statu quo*. V případě ikon nás nepozorují sledující a další lidé na internetu, ale vyobrazení svatí v ikoně jejichž *pohled* vybízí k následování fundamentálního novozákonního imperativu „miluj bližního svého“. Jedná se o poněkud odlišné dynamiky, logika selfies je založena na touze „dívejte se na mě“, logika ikon je pak založená spíše na sdělení „vidíme tě“. To je vzhledem k rozdílným povahám křesťanské a konzumní společnosti docela smysluplné. V případě konzumní společnosti, která uvažuje v relacích kompetice a omezených zdrojů lze *pohled*, a tedy i validaci s ním spojenou nahlížet jako určitý zdroj, pro který je potřeba vynaložit vlastní náklady například v podobě péče o vlastní tělo nebo koupí luxusního oblečení. To bude podrobněji rozebráno v následující kapitole. Naopak lásku, která se pojí s křesťanským imperativem, lze vnímat jako neomezený a nevyčerpatelný zdroj (lidská kapacita milovat není omezená). Takový imperativ nevybízí ke kompetici. V případě selfies lze vnímat jistou transakční rovinu „když se budeš řídit imperativem, tak budeš náležitě odměněn“, v případě křesťanství je v ideálním případě dodržování zmíněného imperativu odměnou samo o sobě, jak v případě ikon, tak v případě selfies může pohled vybízet ke kání a sebereflexi. Skrze pohled si uvědomujeme, že jsme pro druhého objektem, což nás nutí reflektovat, jak nás druhý vidí. Tato reflexe pak může vést k uvědomování si vlastních nedostatků. Tímto nedostatkem vedoucím k pokání je v případě křesťanské ideologie fakt, že jsme chybuječícími a hřešícími lidmi z masa a kostí. V případě konzumní ideologie, na kterou se váže kult krásy lze za nedostatky považovat atributy vázající se k tělesnému vzhledu (přebytečný tuk, nebo naopak přílišná hubenost, nerovné a nebílé zuby, výčet těchto „nedostatků“ by mohl být téměř nekonečný). Za nedostatky lze v případě konzumu považovat i to, že jedinec na sobě nemá nejnovější oblečení odpovídající současné módě, nejnovější telefon, nachází se v neuklizeném pokoji etc. Validující pohled nemusí nutně vést ke konformitě. Opačnou polaritou konformity, která je na sociálních médiích rovněž úspěšná, je takzvaný „bizár“. Je zajímavé, že sociální média nejsou zpravidla konzumovány za vědomého dohledu *druhého*, ale o samotě. V prostředí sociálních sítí dochází k rozdělení rolí na pozorovaného a pozorovatele, objekt a subjekt, konzumovaného a konzumenta. Stejně jako v Sartrově teorii i zde může jedinec zastávat obě role, nemůže je ale zastávat obě najednou. Vzhledem k tomu, že pohled poskytuje producentům na sociálních médiích pozitivní zpětnou vazbu, po které touží, tak jsou to právě konzumenti, kteří rozhodují o tom, jaké formy projevu jsou validní. Počet sledujících představuje formu kulturního kapitálu – něčeho co je třeba kumulovat pro svůj vlastní prospěch. Konzument sociálních médií se naplno oddává roli pozorujícího subjektu v pozici moci – jako pozorovatel v koloseu svým palcem rozhoduje o obsahu spektaklu, který je algoritmem servírován tak, aby co nejlépe reflektoval jeho chuti. Co člověk konzumuje je jeho osobní záležitostí, a právě takové prostředí může vést k hojnější proliferaci všeho zvláštního. Často je takový obsah označován za guilty pleasure, kdy se daný jedinec stydí před ostatními za jeho konzumaci. Současné prostředí internetu má lepší podmínky pro „speciální“ publikovaný obsah, jelikož mnoho věcí si může nalézt svou niku. K Identifikaci nemusí docházet pouze u pozorovaného pomocí pohledu druhého, ale i tak, že se pozorovatel identifikuje s pozorovaným. Tento jev vnímám jako příčinu proliferace

bizáru. Dobrým příkladem může být současný český fenomén Clash of the Stars – série zápasu ve kterých mezi sebou bojují různí influenceri, ti se od profesionálních zápasníků bojových sportů liší tím, že mají k běžnému, netrénovanému jedinci mnohem blíže, čímž mají blíže k tomu, aby se s nimi identifikoval a měl zájem zápas sledovat. Jak pro zápasníky v Clash of the Stars tak pro bizár obecně nicméně platí, že si pozorovatel musí připadat, že má před pozorovaným navrch. Potřeba sledování bizáru a guilty pleasures může vycházet ze studu. Ve společnosti takto může docházet k pozitivní zpětnovazebné smyčce: masy poskytnou validaci influencerovi, jehož obrazu se následně snaží přiblížit nebo se mu naopak vzdálit, influenceri jako by představovali orientační body společenských rolí, protože jak již bylo zmíněno, *byť* pro sebe postrádá vlastní základy a nevyhnutelně založené na následování druhého.

## 5.6 Směřování pohledu u zrcadlových selfies

Jedinec, který sám sebe fotografuje může směřovat svůj *pohled* jedním ze tří směrů – může se dívat přímo do kamery, může svůj pohled odvrátit anebo se může dívat sám na sebe v obrazovce telefonu (viz obrazová příloha této práce).

Pohledem do kamery vzniká dojem přímého očního kontaktu s pozorovatelem fotky. Tento pohled bourá čtvrtou stěnu a působí to, že s námi jedinec na fotce komunikuje. Jeho *pohled* je projektorem, který v pozorovateli vyvolává určité pocity. Na tomto principu fungují parasociální vztahy sociálních médií. Zároveň je pohled jedince na fotce fixován na černou hlubinu telefonního objektivu. Jedinec dává najevo, že si uvědomuje, že je pozorován druhým, jako by se díval do polopropustného zrcadla. Ačkoli nezná konkrétní jedince, se kterými skrze pohled komunikuje, tak ví, že danou fotografii někdo uvidí. Aktem pořizování selfie dochází k zpředmětnění druhého. Sledování čočky telefonu jako by bylo aluzí na nemožnost plně nahlédnout druhého, nebo jak nás druhý vidí. Veškeré naše pokusy jsou vždy nejprve zprostředkovány skrze náš vlastní pohled.

Pohledem na sebe sama v obrazovce mobilního telefonu dochází k mediaci *pohledu*, jedinec sám sebe nahlíží pohledem a dochází zde k rekurzi nebo kaskádě *pohledů*. Nicméně nikdy není možné mít neomezený přístup k *druhému*, a to ani když jedinec pozoruje sám sebe neb vždy jen jeho určitá část zachycuje nějakou jinou jeho část.

Odvracený pohled je možné interpretovat dvěma způsoby. Obě interpretace mají svůj původ ve *studu*, tedy v tom, že si jedinec uvědomuje svoji roli objektu, ale nebude nikdy schopen se plně nahlédnout skrze *pohled druhého*. V prvním případě se jedinec stydí dát najevo, že ví, že je pozorován, ačkoli je on sám tím, kdo onu fotku pořizuje. Nechce navázat komunikaci skrze pohled do kamery telefonu. Touží po tom dozvědět se, jaké to je být nahlédnut skrze *pohled druhého*, ale bojí se, co by tím mohl odhalit. Ačkoli nenavazuje kontakt skrze pohled, jeho role je i tak fixována. Odvrácený pohled lze rovněž interpretovat tak, že nám jedinec na fotografii nevěnuje pozornost, je pyšný a dává to najevo tím, že ho pohled druhého nijak nerozrušuje. Ví, že je viděn, ale odmítá uznat přítomnost *druhého*, tím, že na něj pohlédne zpátky. Nicméně i zde se jedinec plně oddává roli objektu. Strach a stud jsou zde přeměněny na určitý narcisismus, jedinec nachází pýchu v tom, jakým je výtečným objektem a že právě v této roli objektu vyniká nad ostatními.

## 5.7 Role *pohledu* u byzantských ikon

V případě byzantských ikon lze přítomnost pohledu interpretovat následovně. Ikony se zpravidla zobrazují z ánfasu a pohledem směřovaným k pozorovateli. Tento pohled má podle mě představovat mediovaným pohledem Boha a reprezentací toho, že se Bůh vždy dívá; například určité obhajoby ikonofilů byly založeny právě na tom, že ikony přejímají esenci božského (Clemena Antonova, 2010: 96). V anglickém překladu Bible, žalmu 121 5-8 je užito spojení „watches over you“ při vykreslování Jeho všudypřítomnosti v českém překladu je pak watches over přeloženo jako chránit čímž se vytrácí významová rovina věnovaná pohledu.

Význam slovesa objasnila následná konzultace s filologem doktorem Filipem Horáčkem, podle kterého se jedná o jedno z nejběžnějších sloves v Bibli a znamená dávat na něco pozor či střežit. „Tvar je v participiu, což vyjadřuje stálou či aspoň obvyklou činnost či zaměstnání“. Role dohlížení i pohledu tedy má v Bibli svojí roli.

5 *The Lord watches over you—  
the Lord is your shade at your right hand;*  
6 *the sun will not harm you by day,  
nor the moon by night.*  
7 *The Lord will keep you from all harm—  
he will watch over your life;*  
8 *the Lord will watch over your coming and going  
both now and forevermore.*

Pocit neustálého dohledu Boha podle hypotézy Azim F. Sharif vede společnost k více prosociálnímu jednání (Shariff & Norenzayan, 2007). Ikony lze vnímat jako jeden z nástrojů prosazování a legitimizování křesťanské ideologie. Analogický jev lze popsat i u selfies celebrit, které svým pohledem rovněž vybízejí k následování konzumní ideologie. Zde je potřeba připomenout, že způsob konzumace byzantských ikon nebyl pouze vizuální, ale jednalo se o multimodální zážitek. Posvátné místo bylo provoněno kadidly, samotnému vstupu do kostela mohla předcházet pouť a liturgický obřad. Jak byly ikony konzumovány a jakou zastávaly roli v Byzantské říši bylo již rozebráno v kapitole Ikony v Byzantské říši. Setkání s ikonou realizuje slova žalmu 42;2 „*Po Bohu žízním, po živém Bohu. Kdy se smím ukázat před Boží tváří?*“. I přesto, že se pozorující jeví jako jediný aktivní participant, který se dívá, je rovněž jeho povinností stát se odrazem vyobrazeného svatého, aktivně participovat na procesu zbožštění, stát se obrazem svatého a rovněž být „viděn“ jako svatý odraz nebo protějšek ikony (Edmund Ryder, 2007).

Ikony jsou materiálními připomínkami toho, že každý, kdo je pozoruje je vyzván k tomu, aby se stal účastí svatého království (Edmund Ryder, 2007). Vybízejí k tomu, aby lidé imitovali vyobrazené vzory, jež uspěly a staly se jeho součástí. Podobné tvrzení platí i pro selfies, se kterými se rovněž pojí imperativ následování, jak již bylo rozebráno. Tato silná touha po spojení a znovunabytí ztracené presence je výrazným aspektem uctívání ikon. Ikona, stejně jako fotografie, je materiálním předmětem. Nicméně ikona zachycuje i to, jak hmota může transcendovat své vlastní limitace a stát se posvátnou, jelikož v sobě zachycuje posvátnou prezenci (Antonova, 2010: 63: 87). Takovou transformaci lze nejčastěji pozorovat v kostele, kdy věřící pozoruje ikony nebo ikonostas. Skrze liturgický obřad jako by byla ikona svatého osvobozena od svých materiálních limitací a splynula s komunikujícím v jedno.

## 5.8 Závěr kapitoly

Tato kapitola měla za cíl objasnit, že přítomnost *pohledu* je velmi výrazným prvkem jak u zrcadlových selfies, tak u byzantských ikon.

Byzantské ikony více inklinují k pojetí pohledu, kdy má pohled sloužit jako nástroj prosazení křesťanské ideologie. Zrcadlové selfies pak více inklinují k problematice subjekt-objektových vztahů. Tento rozdíl může symbolizovat jistý posun v dobově specifickém smýšlení a svým způsobem dává smysl, jelikož jedinci na zrcadlových selfies usilují o to být pozorováni stejným způsobem, jakým dřív byly pozorovány byzantské ikony a tím se svým způsobem přiblížit božství. S oběma se nicméně odlišnými způsoby pojí imperativ následování. U selfies celebrit a influencerů se jedná o imperativ konformity, v případě ikon je to pak imperativ lásky k bližnímu. Lidská ontologická potřeba Boha stále zůstává, nová média akorát mění způsoby, jakými lze tuto potřebu naplnit. Dále může být tento posun

způsoben rozdílem v dynamice „pozoruje“ (ikona) vs. „chce být pozorován“ (zrcadlová selfie), nicméně i byzantské ikony byly zhotoveny za tím účelem, aby byly pozorovány. Myslím, že zásadní rozdíl je v tom, v jaké pozici se subjekt nachází, zdali obraz pozoruje, nebo je na něm přítomen. Z obou perspektiv je ale zjevná již zmíněná touha po fixaci vlastní esence či role, a tedy přiblížení se božství.

Jak u byzantských ikon, tak u zrcadlových selfies lze pozorovat přinejmenším v symbolické rovině dva pohledy. U byzantských ikon je to jednak pohled svatého jednak zprostředkovaný pohled Boha. U zrcadlových selfies je přítomen pohled jedince na fotce a pohled čočky telefonu. V obou případech lze nějakým způsobem pohled uvažovat jako nástroj udržení ideologické autority. Rovněž zde *pohled* vybízí ke kání a sebereflexi. Myslím, že lze tvrdit, že jak u ikon, tak u selfies se přítomnost pohledu uplatňuje podobným způsobem. V čem se liší mezi těmito dvěma je jeho efekt, který je vždy usměrňován tak, aby odpovídal požadavkům dané ideologie.

## **6 Role těla a spásy v konzumní společnosti**

### **6.1 Úvod kapitoly**

Předchozí kapitola měla za cíl ukázat, že se fenomén pohledu uplatňuje jak u ikon, tak u selfies. V obou případech vybízí k následování určitého imperativu, který se ale mezi těmi dvěma liší v závislosti na ideologických kritériích. Podobnost mezi ikonami a selfies tedy není čistě povrchního charakteru, ale lze ji vztáhnout na konkrétní jevy popisovány vybranými teoretiky. Tato kapitola podobným způsobem, jako jak tomu bylo u pohledu, objasní, jak role spásy sjednocuje křesťanské ikony a zrcadlové selfies. Jako argumentační a kontextuální pozadí pro následující postřehy byla zvolena esej Jeana Baudrillarda o tělu coby vrcholného objektu konzumu. Baudrillardovým systémem jako celku se tato práce nezabývá. Zmíněná esej má za cíl dovést následující tvrzení i tuto diplomovou práci jako celek, k pointě. Nejprve bude v této kapitole rozebráno, co přesně píše Jean Baudrillard o tělu coby vrcholném objektu konzumu, skrze který lze dosáhnout spásy. Následně se jím popsané jevy pokusím vztáhnout na fenomén selfies a sociální sítě. Stěžejní myšlenka této kapitoly je, že v současné době byla doména svátosti přesunuta do konzumu a fenomén sociálních sítí slouží k účelům konzumní logiky.

### **6.2 Baudrillardova esej o tělu**

Jean Baudrillard se v knize *La société de consommation* (Společnost konzumu) zabývá tělem coby vrcholným objektem konzumu. Tělo, konkrétně ženské tělo, je podle Baudrillarda napříč konzumní společností všudypřítomné. „V reklamě, módě nebo masové kultuře“ (Baudrillard, 1970: 129), „posedlost mládím, elegancí, feminitou“ tělo se podle Baudrillarda stává *objektem spásy*. „Doslova převzalo morální a ideologickou funkci duše“. Jestli v minulosti byla duše tím, co odívalo tělo, tak dnes je to kůže a oděv. Nejedná se o kůži ve formě nahoty, ale o kůži, která představuje luxusní háv, jenž nám může umožnit sebevyjádření skrze různé tělesné modifikace jako tetování, plastické operace nebo bodybuilding. V křesťanské víře je spása „záchranou lidských bytostí před hříchem a následky s ním spojenými mezi které patří i smrt a oddělení od Boha“ (Murray et al., 2008). Ke spáse došlo skrze postavu Ježíše Krista, který svou smrtí zbavil lidstvo (původního) hříchu. Nicméně spasen může být pouze jedinec prostý

hříchů. Hřích je podle klasické definice svatého Augustina „slovo, skutek nebo myšlenka, jenž je v rozporu s věčným zákonem Božím“ (Svatý Augustin, *Contra Faustum*, kniha XXII, 27.). V případě kultu těla, stejně jako u náboženství, je budován narativ, že pokud není proveden určitý rituál (modlitba, navštívení zpovědnice, užívání doplňků stravy, cvičení, provedení skincare), tedy pokud jedinec hřeší zanedbáváním, tak bude potrestán. V tomto případě není trestán Bohem, ale svým vlastním tělem, které se mstí za neohleduplnost (Baudrillard, 1970: 143). Zachování mladistvého vzhledu jako by reprezentovalo jedincovu čistotu od hříchu. Hedonistický způsob života jako by byl implicitně nezdravý a nemorální, a tedy se dříve nebo později projeví na našem těle. Kniha *Obraz Doriana Graye* toto přesvědčení dobře ilustruje tím, že obraz ztělesňuje skrze tělo Dorianův morální úpadek. S vývojem společnosti jako by docházelo k její stále větší juvenilizaci; vrásky jsou vyhlazovány v kosmetických klinikách, ustupující vlasovou linii opraví transplantace v Turecku a laserová operace očí napraví zhoršující se zrak. Tělo se stává hlavním objektem péče, jež samo pro sebe monopolizuje veškerou afektivitu. Baudrillard tělo chápe jako předmět takzvaného managementu, podobně, jako by člověk pečoval například o rostlinu nebo auto. Tento management se pojí s konzumací těch správných produktů. K takovéto kanalizaci a fetišizaci mohlo docházet u jakéhokoli objektu, tělo je akorát tím nejlépe manipulovatelným a konzumovatelným objektem. „Hlavní příčinou narcistické reinvestice, zorganizované mystikou osvobození a dosažením něčeho je vždy zároveň investicí efektivního, kompetitivního a ekonomického typu. Reapropriace těla probíhá na prvním místě proto, aby naplnila kapitalistické cíle: jinými slovy, kde je investováno, je investováno, aby došlo k zisku“ (Baudrillard, 1970: 131). Jak již bylo zmíněno, zisk nemusí být čistě ve formě kapitálu ekonomického, může se jednat i o kapitál sociální, nicméně v péči o vlastní tělo lze pozorovat transakční rovinu. Podle těla a kůže můžeme odhadovat sociální status jedince, ať už jde o oblečení, pleť, vlasy, chrup, nehty etc. V kapitalistické společnosti je tělo vnímáno jako osobní vlastnictví a tím pádem jako něco, co může být komodifikováno. „Tělo – konkrétně ženské tělo, nejkonkrétněji tělo manekýnky se ustanovuje jako objekt, který je ekvivalentem ostatních bezpohlavních objektů zobrazených v reklamě“ (ibid.:134). Zde je vhodné zmínit, že se Baudrillard ve svém textu hodně soustředí právě na modelky, které je možné vidět na obálkách časopisů typu *Vogue* nebo *Elle*. Současná sociální média dala možnost stát se takovou manekýnkou mnohem širšímu okruhu populace.

Baudrillard si všímá určitého historického konfliktu mezi spiritualitou a tělesností, jako by tyto dvě nemohly spolu koexistovat: „V historii ideologií ty, které se vztahovaly k tělu, byly interpretovány ofenzivně a kriticky ideologiemi, které se vztahovaly ke spiritualismu, puritánství a moralizaci. Již od středověku byly všechny hereze do určité míry spojeny s tělesností. Proces sekularizace vedl k detabuizaci tělesných záležitostí, které bylo možné považovat za subverzivní.

„Jedinec se musí považovat za objekt, ten nejlepší z objektů, ten nejcennější předmět směny, aby došlo k založení ekonomického procesu generování profitu na úrovni dekonstruovaného těla a dekonstruované sexuality“ (ibid.: 135). Tento proces sebeobjektifikace může mít za následek *pýchu*, jak o ní píše Jean-Paul Sartre. Pýše předchází stud a ten je podle Sartra způsoben uvědomováním si vlastní „objektovosti“ (Sartre, 2006: 318). Objev vlastní tělesnosti, která po staletí reprezentovala kritiku svatého a boje proti Bohu se dnes vynořuje coby proces *resakralizace*. Kult těla již nestojí v opozici proti kultu duše, ale je jeho následovníkem v ideologické funkci. Norman O. Brown považuje sekularizaci za

proces metamorfózy svatého (Norman O. Brown, 1959: 252, citováno v Baudrillard 1970: 136). Ačkoli je „osvobozené tělo“ něčím materiálním, stále se jedná jen o posun té samé ideologie, a to z toho důvodu, že duše, která není dostatečná pro rozvinutý produktivistický systém a není schopná zajistit ideologickou integraci v porovnání s moderní biologii, jež zachovává individualistické hodnoty systému společenských struktur s ní spjatou. Nicméně současné tělo není o nic víc materiálním než duše. Stejně jako duše reprezentuje určitou ideu, která ztělesňuje mýtus etiky konzumu.

Baudrillard tělo modelky považuje za abstrakci; je „duté“ podobně jako sochy. V těchto případech se nenahlíží na tělo jako na něco, co vykazuje biologické funkce: jí, chodí na záchod, potí se a celkově vylučuje všemožné tělesné tekutiny. Tělo jako abstrakce je sterilní a „suché“, může k němu být přistupováno jako k masu v supermarketu, které rovněž může být vnímáno jako produkt zproštěný své tělesnosti a jako by nepocházelo od živého organismu. Sociální sítě představují ideální místo pro takto abstrahované tělo. Není neobvyklé, že příspěvky na sociálních sítích celebrit a influencerů bývají digitálně upraveny tak, aby těla na fotkách méně vykazovala známky své tělesnosti. To se nepojí pouze s těly, ale i s prostředím, které má rovněž vytvářet iluzi reality, která odpovídá Baudrillardově pojetí spásy. Takto abstrahované tělo překračuje limity smrtelnosti a stává se posvátným. Jedinci se na svých sociálních sítích mohou prezentovat tak, že mají mnoho volného času na péči o vlastní tělo, ať už stráveného na dovolené, wellness pobytu nebo ve fitness. Jedí pouze kvalitní potraviny z farmářských trhů a trendy restaurací. Pro tento trend existuje název takzvané „instagramové reality“, která má právě zachycovat pouze aspekty života jedince, kterými se chce prezentovat navenek. V intencích konzumní společnosti lze za spásu mimo jiné považovat i dovolenou, kterou lze vnímat jako koncept nebe přenesený do skutečného světa. Dovolená představuje dočasnou instanci, kdy se může jedinec věnovat čistě péči o sebe sama. V případě instagramové reality pak jedinec může usilovat o navození iluze „věčné dovolené“ a tedy i věčné, ne pouze dočasné spásy. Spása, jak se s ní lze v konzumní společnosti setkat není ve skutečnosti věčná, ale cyklického charakteru. Ačkoli přinejmenším některé zrcadlové selfies působí, jako by byly zasazeny do místa mimo prostor a čas podobně, jako jak je tomu u ikon, tak v reálném světě takové místo není možné nalézt. Tudíž stejně, jako je podle Sartra jedincova fluidní identita předmětem svého neustálého utváření tak i „spása“ je v reálném světě nestálá a cyklického charakteru. Konzumní společnost jako by jedince vyzývala k tomu se neustále hnát „za další velkou věcí“ po jejímž získání bude člověk už konečně šťastný. Taková představa spásy je jakýmsi hrcem zlata na konci duhy. Ostatně i samotná timeline na sociálních sítích je nastavená tak, aby nebylo možné se dostat na její konec, a tedy k přístupu neustále se za něčím hnát jedince určitým způsobem vybízí.

Role, ženy a jejího těla je podle Baudrillarda rolí privilegovaného nosiče krásy, sexuality a narcismu. Redukce těla na jeho estetickou a směnnou hodnotu nicméně postihuje obě pohlaví. Baudrillard zde volí termíny *atleticismus* a *phryneismus*. Phryne byla známou hetairou (prostitutkou) v antickém Řecku. Phryneismus definuje na příkladě ženy, která je zobrazená v módních magazínech typu *Elle* nebo *Vogue*. Maskulinní *athleticismus* pak považuje za hojněji rozšířený, je všudypřítomný v reklamě, filmech, masové literatuře: jasné oči, široká ramena, poddajné svaly a rychlá, sportovní auta. Atletický model v sobě rovněž zahrnuje sexuální *athleticismus*.

Převládající vztah k tělu je odvozen z přístupu k tělu coby něčemu funkčními a „personalizovanému“. Takový přístup se pak projevuje poptávkou po všech možných modifikacích od lékařských a kosmetických zákroků přes tetování a piercingy až po modifikace na hormonální úrovni například v podobě steroidů nebo hormonální substituční terapie ať už třeba ve středním věku, nebo z důvodu změny pohlaví. Možnost personalizace vlastního těla je svázána se sociální mobilitou což je velmi vzdáleno od „práva na zdraví“ coby moderní extenze lidských práv jako osobní svoboda nebo právo na vlastnictví. Zdraví dnes podle Baudrillarda již nenáleží k biologickému imperativu, jenž se pojí se schopností přežít, ale se sociálním imperativem, jenž náleží statusu. V obou případech lze nicméně hovořit o tom, že je zdraví reprezentací určité zdatnosti (fitness) jenž podléhá sexuální selekci. Již se nejedná o zdravé tělo, které odolává obtížným podmínkám a je schopno zajistit zdroje, ale o zdravé tělo, které má volný čas na to cvičit a dostatek peněz na obstarání kvalitní stravy a kosmetických přípravků. V somatizaci veškeré ztráty prestiže, případně v somatizaci psychologického nebo sociálního obratu vidí Baudrillard jeden ze základních elementů moderní etiky. Tvrzení, že moderní medicína je „desakralizovaná“ a demokraticky konzumovaná, čímž dochází k jejímu objektivnímu praktikování je velmi povrchní. Demokraticky konzumovaná medicína si stále ponechává svou posvátnost, nicméně se již nejedná o tradiční pojetí medicíny zprostředkované knězem, šamanem nebo léčitelem s důrazem na *praktičnost* těla (Baudrillard, 1970: 139). Tělo bylo dříve něčím instrumentálním, v tomto kontextu nebylo možné dosáhnout spásy skrze své tělo. Tělo bylo nástrojem práce a doktor byl tím, kdo ho dokázal udržovat jako mechanik. Tento status doktora se postupně vytrácí. Status doktora je nicméně redefinován ve dvou komplementárních modalitách narcistické investice a demonstrace vlastní prestiže, tedy na psychické a statusové rovině. K resakralizaci dochází na individuální rovině.

S individualizací principů spasení (zejména v křesťanské spiritualitě) došlo k centralizaci a institucionalizaci náboženství. Baudrillard pak přináší paralelu, že se z těla stává objekt spásy a z doktora privilegovaný zpovědník (ibid.: 140). Veškeré obětní a zařikávající rituály pak konvergují do privatizovaného a personalizovaného těla. Potřeba pro tyto rituály má původ v hluboce zakořeněném přesvědčení, že jedince musí zdraví něco stát, že se jedná o předmět směny. Rituál zde nemá povahu léčení, ale obětní konzumace. Poptávka po doktorech je dána na základě jejich kulturních ctností spíše než jejich terapeutické funkce. Současná etika tedy zaznamenává určitý posun od těla sloužícího jedinci k jedinci sloužícímu tělu. Jedinec musí kultivovat své tělo stejně tak, jako kultivuje svou mysl. Moderní žena se stává kurátorkou a managerkou svého vlastního těla; má za úkol ho udržovat vzhledným a tudíž kompetitivním. Posedlost vlastní figurou je dána tím samým kategorickým imperativem. Osvobozením těla dojde k jeho ustanovení coby objektu vlastní zodpovědnosti. Tato zodpovědnost je ale spíše represivní a je vyjádřena v kolektivních moderních posedlostech jako hygiena, která je až posedlá sterilitou. Posedlost hygienou nicméně nevychází z puritánské morálky, která naopak jakoukoli tělesnost potlačovala. Konzumní společnost „není schopna držet jakékoli restriktivní normy, a dokonce takové normy a principy vylučuje“. Tato „antagonistická a agresivní tendence současně ale osvobozená a již nadále nekanalizovaná skrze společenské instituce vyvěrá na povrch v samém středu péče o tělo a je palivem pro internalizovanou potřebu sebe-represe, přítomné napříč populacemi vyspělých zemí. Za současný zdroj této tendence Baudrillard považuje iracionální, sebedestruktivní šílenství, ve



kterém jsou krása a elegance, coby původní cíle, nyní pouhými alibi pro každodenní obsesivní cvičení. Dochází zde tedy k úplnému převratu, kdy se tělo stává hrozbou, kterou je třeba hlídat, regulovat a umrtvovat čistě pro estetické účely. Hladovění v blahobytné společnosti se zde obrací v agresi proti sobě samému.

„Střet krásy a represe v kultu těla je jedním z velkých paradoxů naší ‘civilizace’. “V takové společnosti pak tělo pozbývá své materiality a sexuality. Mystika ‘figury’ a fascinace štíhlostí mají tak hluboký dopad pouze proto, že jsou formami násilí, jelikož je v nich tělo doslova obětováno – jak fixováno ve své perfekci tak násilně vitalizováno coby oběť. Veškeré tyto kontradikce Baudrillard následně vnímá jako zapouzdřeny na úrovni těla.

### **6.3 Role spásy a těla na sociálních sítích**

Pokud budeme vycházet z Jeana Baudrillarda, tak touha po spáse je v současné době kanalizována pro účely konzumní společnosti. Logika sociálních sítí dobře odpovídá Baudrillardovu pojetí těla coby vrcholného objektu konzumu. Jeho slovy tělo „doslova převzalo morální a ideologickou funkci duše“. Spása je v Baudrillardových intencích realizována skrze tělo konzumující správné produkty a mající volný čas na péči o sebe sama. Ačkoli se Jean Baudrillard fenoménem současných sociálních sítí zabývat nemohl, tak jevy, které popisuje mají k tomu, co se děje na sociálních sítích velmi blízko. Baudrillard se tedy k sociálním sítím nevyjadřuje, ale jeho texty lze na sociální síť vztáhnout. Já se teď pokusím pomocí Baudrillardovy optiky popsat jakou roli hraje spása u ikon a selfies a jakým způsobem lze touto optikou vztáhnout motiv žehnutí u ikon na selfies v zrcadle. Touha po spáse ať už skrze tělo nebo duši se jeví jako silný hnací motor k tomu následovat imperativy, které byly rozebrány v předchozí kapitole. Vzhledem k užívání Baudrillardovy optiky budu svá tvrzení v případě selfies vztahovat spíše na fotografie konvenčních celebrit a influencerů, kterým se chce běžný jedinec přiblížit, a se kterými se pojí imperativ „následuj mě“ rozebraný v předchozí kapitole. V případě zmíněného „bizáru“ níže popsané jevy mohou fungovat spíše obráceně. V případě selfies v zrcadle lze na fotografii vždy pozorovat dva objekty konzumu, tím prvním je samotné lidské tělo, tím druhým je telefon pořizující fotografii. Oba budou nyní níže rozebrány.

#### **6.3.1 Tělo na zrcadlové selfie**

V úvodu k Baudrillardově Konzumní společnosti George Ritzer píše, že „to jsou střední a nižší třídy, kdo jsou pravými konzumenty, protože neovládají kód, ke kterému má vyšší třída přístup. To má za následek, „že fetišizují objekty a snaží se sobě dokázat, že lze skrze jejich konzumaci nalézt spásu“ (Baudrillard, 1970: 8). Vrcholným objektem konzumu, jak již bylo uvedeno, je lidské tělo. Baudrillard primárně mluví o narativu péče o vlastní tělo, které nás v případě nedodržení rituálu potrestá. Sociální síť by bylo možné vnímat jako určitou výkladní skříň pro naše tělo ve virtuálním prostoru. Představují prostředí, kde se s těly a tělesností lze hojně setkat. Zde je potřeba upřesnit, že tím nutně nemyslím jen tělo samotné, ale i věci, které s péčí o tělo nějak souvisí: kvalitní jídlo, kosmetické produkty, cvičení, čas na odpočinek čili věci, které se pojí s Baudrillardovým pojetím spásy. Lidé na sociálních sítích tedy kromě těla samotného vystavují i fotografie luxusních večeří, zdravých snídaní, videa své skincare rutiny atp. Následná spása je pak dvojího charakteru, jednak nás naše tělo nepotrestá,

jednak dojde k obdržení validace od ostatních lidí na sociálních sítích sdílejících to samé přesvědčení. Na křesťanských ikonách jsou vyobrazeni svatí. Ti se podle křesťanské teologie nacházejí v Nebi, tedy již byli spaseni a je možné je za symboly spásy považovat a jsou hodni následování. Uvažovali bychom pak selfies influencerů na sociálních sítích jako analogické ikonám, tak i influencers by bylo možné uvažovat jako jedince, kteří dosáhli spásy. Tato spása je ale v Baudrillardovském smyslu slova, protože jak již bylo řečeno, v konzumní společnosti došlo k posunu významu toho, jak je spása chápána. Tělo jedince pořizujícího fotografii je hlavním objektem zrcadlové selfie; tělo, které je vrcholným objektem konzumu. Sociální média kladou důraz na vytváření své osobní značky skrze sebereprezentaci a sebekomodifikaci. Ačkoli Baudrillard o sociálních médiích nic nepíše, lze je považovat za nástroj sloužící k vlastní komodifikaci, kdy jedinci nabízejí aspekty své vlastní, opatrně kurátované identity. V prostředí sociálních médií představuje tělo velmi výraznou součást identity jedince. Narativ péče o vlastní tělo zůstává stále velmi relevantní, nicméně spásu v Baudrillardovském smyslu slova v prostředí sociálních médií lze nalézt i skrze validaci a uznání, které se pojí s vysokým počtem sledujících, lajků, komentářů a sdílení. Pocitem afirmace naší identity a našeho těla od *druhého* jako by do docházelo ke spásě. Této spásy je nicméně dosaženo právě dodržováním zmíněného imperativu péče o vlastní tělo, jinými slovy nám influencer dává najevo „podívejte se, jak dobře konzumuji, následujte mě a také budete spaseni“. S tím být influencerem nebo celebritou se pojí nárok na sebekomodifikaci. Online marketing představuje odvětví obchodu, ve kterém se pohybuje signifikantní množství peněz a takzvaný influencer marketing pod něj spadá. Influencer marketing se od toho tradičního liší tím, že kromě produktu influencer prodává i sám sebe a svoji vlastní značku. Stále platí Baudrillardův výrok, že vždy zůstává značka samotná jako jediné opravdové sdělení. Influencer je někdo, kdo má na sociálních sítích signifikantní počet sledujících a je schopen určitým způsobem ovlivnit jejich mínění. Toho využívají některé firmy a pomocí placených spoluprací se snaží propagovat svůj produkt. Dochází zde k užití zmíněného imperativu následování pro účely marketingu. Takto promováno může být téměř cokoli, nejčastěji to jsou ale merchandising, digitální produkty, kosmetické produkty a móda (statista.com, 2024). Influencer je živ tím, že je konzumován. Konzumace produktů promovaných influencerem jako by zastávala analogickou funkci ke konzumaci transsubstanciovaného těla Krista. Konzumní eucharistie produktů (obzvláště kosmetických produktů a doplňků stravy) zakoupených díky influencerovy pak také může vést ke spásě a navázání společenství se „spasitelem“. Tělo influencera se takto „přelévá“ i do fotografií, na kterých není bezprostředně přítomno, například do fotografií jídla nebo kosmetických produktů. Nahlíženo touto optikou, myslím, že je možné tvrdit, že „tělo“ influencera na sociálních sítích zastupuje určitý režim svátosti, který je slučitelný s tvrzeními Jeana Baudrillarda.

### 6.3.2 Ruka držící telefon

Ruka držící telefon jako by byla analogií žehnající ruky přítomné u ikon. Gesto žehnající ruky lze často pozorovat napříč ortodoxní ikonografií. Každý prst je asociován s řeckou abecedou tak, aby vytvářel písmena IC XC což jsou iniciály Ježíše Krista coby Spasitele (russianicon.com, 2021). Tedy i ruka samotná u ikon představuje symbol spásy. Zrcadlové selfies jsou ikonologicky zajímavé, protože rovněž obsahují ruku, a to ruku držící telefon, jenž fotografii pořídil. V ruce držící telefon lze rovněž nalézt motiv spásy. Podobně

jako ikony komunikují svým gestem, že ke spáse je možné dojít skrze víru v Krista, zrcadlové selfies komunikují, že spásu lze nalézt na sociálních sítích, dodržováním konzumního imperativu. Fotografie našeho těla jsou mobilním telefonem nahrávány na *cloud*, který již nemá podobu nebes, ale stále je vnímám jako něco za hranicemi naší vlastní reality. Narativ nalezení spásy za hranicemi reality má velmi blízko ke křesťanské teologii. Telefon je nástrojem, kterým ke spáse dochází. Telefon je zde symbolickým spasitelem. V případě Krista Pantokratora, jednoho z typických ikonografických způsobů zobrazení, Kristus v jedné ruce drží evangelium a druhou rukou žehná. U zrcadlových selfies lze uvažovat, že je kniha nahrazena mobilním telefonem, který po vzoru evangelia představuje předmět, skrze který lze nalézt spásu. Pořízením fotky, aktu, kterého jsme svědky, nám pak influencer žehná, čímž jako by nám připomínal, abychom nesešli z cesty a zůstali vytrvalými, jelikož spása přijde. Pořízením fotografie proces spásy pouze začíná, ta pak musí být následně nahrána na nějakou sociální síť. Pozorováním zrcadlové selfie jsme tedy svědky určitého přenosu z fyzického do digitálního, podobně jako dochází k nanebevzetí. Spása bez telefonu není možná. V případě zrcadlových selfies u celebrit a influencerů nelze pozorovat jakýkoli telefon, nejčastěji je používán iPhone – smartphone od firmy Apple. iPhone obecně lze považovat za symbol luxusu a sociální mobility. Zmíněné motivy jsou zde pouze implicitní, pochybuji, že by si průměrný člověk vědomě pořizoval selfie fotografii v zrcadle právě za tímto účelem. V ruce držící telefon lze nalézt symbol spásy dvěma způsoby.

Za prvé z hlediska filosofie Jeana-Paula Sartra, která již byla rozebrána, představuje iPhone možnost fixace vlastní role, a tedy přiblížení se božství. Ke zmíněné fixaci vlastní role dochází až v prostředí sociálních sítí. Jak je rozebráno v kapitole věnující se Pohledu, telefon zprostředkovaná *pohled* čímž jako by zpřítomňoval druhého. Je to *pohled* konzumní společnosti založené na vlastní komodifikaci, a tedy kladoucí nároky na budování osobní značky, který je telefonem zprostředkován. Telefon je něčím, co má člověk vždy při sobě a stejně tak je tedy vždy přítomen *pohled* konzumní společnosti; jsme připraveni na to okamžitě na telefon zachytit libovolný moment našeho života a následně ho sdílet s ostatními na sociálních sítích. Fotka nicméně musí být hodna sdílení, ačkoli je *pohled druhého* v podobě telefonu vždy s námi jeho pozornost, validaci a gratifikaci si je potřeba zasloužit. To, co je v mainstreamové společnosti sdíleno, a co tuto gratifikaci poskytuje, jsou fotografie normalizující konformitu konzumu – zakoupení nejnovějšího produktu, návštěva posilovny, podstoupení kosmetické procedury, luxusní dovolená etc.

Za druhé z Baudrillardova hlediska, mobilní telefon představuje určitou extenzi těla, které je předmětem spásy. Za extenzi těla jej lze chápat zejména díky jeho přemostovací roli mezi reálným a virtuálním prostorem. iPhone pak představuje luxusní variantu tohoto nástroje, podobně, jako se třeba s manekýnkou pojí módní oblečení nebo s atletickým a úspěšným mužem rychlá auta. Je jej možné považovat za ukazatel statusu (Münch et al., 2017), pouze dostatečně movití si mohou dovolit nejnovější iPhone, má až kultovní roli. Pro nižší a střední třídu je symbolem života v luxusu; „*všichni ti hezčí a úspěšní lidé s vysokým počtem sledujících mají iPhone, možná i mně zajistí úspěch*“. Život v luxusu a materiálním zajištění, život, kdy si člověk může dovolit pečovat o své tělo a dopřát si konzumaci kvalitních potravin, kosmetiky a mít mnoho času na relaxaci, život, ve kterém si jedinec může dovolit být spasen; symbolem takového života je iPhone pro nižší a střední třídu. Baudrillardovou rétorikou je

k roli vlastníka iPhoneu připsána kategorie vyššího společenského statusu se kterou se pojí bezstarostnost ohledně naplnění existenciálních potřeb.



Obrázek 9: Zrcadlová selfie influencerky Barbory Stříteské promovující kosmetický produkt, zdroj: <https://www.instagram.com/p/CY1r1HsMiD1/>

## 6.4 Závěr kapitoly

Optikou Jeana Baudrillarda se z těla a předmětů, které se pojí s jeho péčí a managementem v konzumní společnosti staly nástroje spásy. Podle Baudrillarda došlo v konzumní společnosti k apropriaci pojetí spásy, která byla přesunuta z domény náboženské víry do domény konzumu. Na sociálních sítích abstrahované tělo překračuje limity smrtelnosti a jako by se stávalo posvátným. V konzumní společnosti dochází k fetišizaci objektů, tělo je pak tím nejlepším objektem pro takovou fetišizaci. Zrcadlové selfies je možné nahlížet v určitém ohledu jako funkčně analogické k ikonám. Jedná se o obrazy, které vybízejí pozorovatele k následování konzumních imperativů, skrze které ke spáse dochází. Ruku držící telefon lze pak považovat za analogii ikonografických prvků ikon, kterými jsou žehnání a Kniha evangelia. Pomocí telefonu dochází ke spáse, která nemá pouze podobu správně managovaného těla, ale i validace na sociálních sítích, jak bylo rozebráno v kapitole o pohledu. Sociální síť je možné chápat jako prostor, ve kterém lze vytvořit iluzi věčně trvajících spásy na zemi. Tuto spásu si Baudrillardovou optikou může dovolit pouze movitá vyšší třída a u nižší se střední třídou je myšlenka takové spásy využita ke konzumním účelům.

## Závěr práce

Tato diplomová práce měla za cíl prozkoumat jaké jsou podobnosti mezi zrcadlovými selfies a křesťanskými ikonami. Závěr, ke kterému nyní docházím je, že oba druhy obrazů zastávají obdobnou společenskou roli, kterou je vybízení k následování určitého imperativu. U ikon je tímto imperativem fundamentální myšlenka nového zákona „miluj bližního svého“. U zrcadlových selfies pak jde o imperativ „konzumuj a dosáhneš spásy“. K vyžadování těchto imperativů zmíněnými obrazy dochází skrze *pohled*, jak o něm píše Jean-Paul Sartre. U zrcadlových selfies je tomu podle této práce proto, že jedinec touží po validaci *druhého*, a právě *pohled* je zdrojem této validace. Tato validace je přinejmenším v určitém množství případů skrze konformitu a následování onoho konzumního imperativu. Zdroj konzumního imperativu následně dobře vystihuje text Jeana Baudrillarda o tělu coby vrcholného objektu konzumu. Podle Baudrillarda tělo převzalo doménu víry coby nástroje spásy. U zrcadlových selfies se lze setkat s určitým režimem svátosti, tato svátost se nicméně pojí s konzumní ideologií, a ne s vírou.

Z uměleckého hlediska je pro ikony typická *reverzní perspektiva*, díky které se více vzdálené předměty jeví blíže a ty blíže naopak dál. S tímto jevem se u zrcadlových selfies setkat nelze. Myšlenka vnitřního pozorovatele v ikoně, se kterou přišel Lev Zhegin by mohla být přítomná i v zrcadlové selfie vzhledem k přítomnosti telefonu na fotografii. Vnitřní pozorovatel se nicméně u ikon podle Antonovové neuplatňuje, a tak ani v tomto případě nelze tvrdit, že mají tento prvek ikon a zrcadlové selfies společný. Zrcadlové selfies a ikony spolu sdílí z tohoto hlediska zejména zasazení do místa mimo prostor a čas, důraz na vyobrazeného jedince a přítomnost určitých atributů, ty jsou v případě zrcadlových selfies konzumního charakteru. Podobnost mezi zrcadlovými selfies a ikonami se tedy jeví být mnohem více funkční než strukturní, což je něco, co jsem při zadání této diplomové práce nečekal a učiněné pozorování vnímám jako hlavní přínos této diplomové práce.

## Literatura

- Antonova Clemena. (2010). *Space, Time, and Presence in the Icon*. ASHGATE.
- Bakhshi, S., Shamma, D. A., & Gilbert, E. (2014). Faces engage us: Photos with faces attract more likes and comments on instagram. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 965–974. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557403>
- Baudrillard, J. (1970). *The Consumer Society* (1998th ed.). SAGE Publications.
- BBC News. (2013, November 19). “Selfie” named by Oxford Dictionaries as word of 2013. <https://www.bbc.com/news/uk-24992393>.
- Bissera V. Pentcheva. (2006). The Performative Icon. *The Art Bulletin*, 88(4), 631–655. <http://www.jstor.org/stable/25067280>
- Boris Uspensky. (1976). *The Semiotics of the Russian Icon* (S. Rudy, Ed.).
- Bruno Latour. (1988). Opening One Eye While Closing the Other ... A Note on Some Religious Paintings. In *Picturing Power: Visual Depiction and Social Relations*.
- Bruno, N., Bertamini, M., & Protti, F. (2015). Selfie and the city: A world-wide, large, and ecologically valid database reveals a two-pronged side bias in naïve self-portraits. *PLoS ONE*, 10(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0124999>
- Busetta, L., & Monteiro, M. (2019). *Edited by Muriel Tinel-Temple, FROM SELF-PORTRAIT TO SELFIE REPRESENTING THE SELF IN THE MOVING IMAGE*. [www.peterlang.com](http://www.peterlang.com)
- Cameron, A. (1992). The Language of Images: the Rise of Icons and Christian Representation. *Studies in Church History*, 28, 1–42. <https://doi.org/10.1017/S0424208400012365>
- Carbon, C. C. (2017). Universal principles of depicting oneself across the centuries: From Renaissance self-portraits to selfie-photographs. *Frontiers in Psychology*, 8(FEB). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00245>
- Clemena Antonova. (2010). *Space, Time, and Presence in the Icon*. ASHGATE.
- Dionysios tou ek Phourna. (1909). Hermeneia tis zografikis technis (interpretation of the Byzantine art).
- Edmund Ryder. (2007). *The Gaze of Holiness*. <https://reflections.yale.edu/>. <https://reflections.yale.edu/article/divine-radiance-keeping-faith-beauty/gaze-holiness>
- Eggerstedt, M., Schumacher, J., Urban, M. J., Smith, R. M., & Revenaugh, C. (2020). The Selfie View: Perioperative Photography in the Digital Age. *Aesthetic Plastic Surgery*, 44(3), 1066–1070. <https://doi.org/10.1007/s00266-019-01593-1>
- Ernst Gombrich. (2002). *Art and Illusion. A Study in the Psychology of Pictorial Representation*. Phaidon.
- Ernst Gombrich. (2005). *The Story of Art* (16th ed.). Phaidon.
- Etienne Sourian. (1949). Time in the Plastic Arts. , *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 7(4), 295.
- Euphrosyne Doxiadis. (1995). The Mysterious Fayum Portraits: Faces from Ancient Egypt.
- Filolenko A. (2001). Pavel Florensky, ‘Imeslavie kak filosofskaia predisilka.’ In Florensky, P., *Khristianstvo i kultura* (p. 279).
- Friedrich Schelling. (1978). , *System of Transcendental Idealism*.
- Geertz, C. (1993). Religion as a cultural system. In *The interpretation of cultures : selected essays* (pp. 87–125). Fontana Press.

- Gotthold Ephraim Lessing. (1887). *Laocoon*. Roberts Brothers.  
 01/11/2023<https://ia802600.us.archive.org/26/items/laocoonessayupon00lessrich/laocoonessayupon00lessrich.pdf>
- Hadsund: (1993). *The Tin-Mercury Mirror: Its Manufacturing Technique and Deterioration Processes* (Vol. 38, Issue 1).
- Hans Belting. (1997). Likeness and Presence.
- Hans Jonas. (1982). *The Phenomenon of Life: Toward a Philosophical Biology*.  
<https://www.researchgate.net/publication/322699084>
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. [www.aaai.org](http://www.aaai.org)
- Ibrahim, Y. (2015). Self-representation and the disaster event: Self-imaging, morality and immortality. *Journal of Media Practice*, 16(3), 211–227.  
<https://doi.org/10.1080/14682753.2015.1116755>
- James Elkins. (1996). *The Object Stares Back: On the Nature of Seeing*.
- Jás Elsner. (1998). *Imperial Rome and Christian Triumph*. Oxford University Press.
- Jay Bernstein. (1992). *The Fate of Art: Aesthetic Alienation from Kant to Derrida and Adorno*.
- Jean Paul Sartre. (2004). *Existencialismus je humanismus*. Vyšehrad.
- Jean Paul Sartre. (2006). *Bytí a nicota*. OIKOYMENH.
- JEAN-LUC MARION. (2002). *Being Given, Toward a Phenomenology of Givenness*. Stanford University Press.
- John Elsner. (1988). IMAGE AND ICONOCLASM IN BYZANTIUM. *Art History*, 11(4), 471–491. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-8365.1988.tb00319.x>
- John of Damascus. (2015). *St John Damascene on Holy Images*.  
<https://www.gutenberg.org/files/49917/49917-h/49917-h.html>.
- Júlia Díaz Calvete. (2019). *Pavel Florensky, reverse perspective and the neurosciences* [Universitat Pompeu Fabra].  
[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/42332/diaz\\_2019.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/42332/diaz_2019.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
- Kiat Lau, W., Sauter, M., Bulut, C., Eberhardt, V., & Huckauf, A. (2023). *Revisiting the Watching eyes effect: how emotional expressions, sex, and age of watching eyes influence the extent one would make stereotypical statements*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2438809/v1>
- Kitzinger. (1976). *The Art of Byzantium and the Medieval West*.
- Konstantinos Kalokyris. (1966). Byzantine Iconography and “Litururgical Time.” In *Eastern Churches Review* (Vol. 1, pp. 359–363).
- Library of Congress. (2024). *The Daguerreotype Medium*.  
<https://www.loc.gov/collections/daguerreotypes/articles-and-essays/the-daguerreotype-medium/>.
- Marcy J. Dinius. (2015). The Long History of the “Selfie.” *J19: The Journal of Nineteenth-Century Americanists* 3.2, 445–451.
- Martin Kemp. (2000). *Spectacular Bodies: The Art and Science of the Human Body from Leonardo to Now*. University of California Press.
- Mitchell, W. J. T. (William J. T. (1987). *Iconology: image, text, ideology*. University of Chicago Press.

- Moshe Barasch. (1992). *Icon: Studies in the History of An Idea*. NYU Press.
- Muller, R. J. (2010). Sartre on the ontological need for god. *Humanistic Psychologist*, 38(3), 236–243. <https://doi.org/10.1080/08873267.2010.512250>
- Münch, C., Schneider, F., Münch, R., & Lange, B. P. (2017). *Attractiveness and conspicuous consumption: What matters more in mating preferences?* <https://www.researchgate.net/publication/322699084>
- Murray, Michael J., & Michael Rea. (2008). *Philosophy and Christian Theology*, dostupné na: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2021/entries/christiantheology-philosophy/>. The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2021 Edition).
- Nathan Jurgenson. (2022). *Sociální fotografie O fotografiích a sociálních médiích*. KAROLINUM.
- Nettle, D., Harper, Z., Kidson, A., Stone, R., Penton-Voak, I. S., & Bateson, M. (2013). The watching eyes effect in the Dictator Game: It's not how much you give, it's being seen to give something. *Evolution and Human Behavior*, 34(1), 35–40. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2012.08.004>
- Norman O. Brown. (1959). *Life against Death: The Psychoanalytical Meaning of History*. Wesleyan University Press.
- Norman Tanner. (1990). *Decrees of the Ecumenical Councils* (Norman Tanner, Ed.; Vol. 1).
- Paraskevi Tzouveli, N. S., Giorgios Stamou, & Stefanos Kollias. (2009). Semantic Classification of Byzantine Icons. *IEEE Computer Society*, 35–43. <https://doi.org/10.1109/MIS.2009.34>
- Pausanias. (1971). *Guide to Greece: Vol. vol.2, book VI*.
- Pavel Florensky. (2001). *Ikonostas*. In *Khristianstvo i kul'tura*.
- Pavel Florensky. (2002). *Reverse Perspective*. In Nicoletta Misler (Ed.), *Beyond Vision* (pp. 197–272). REAKTION BOOKS.
- Pseudo-Dionysius. (1987a). 'Celestial Hierarchy. In *The Complete Works* (p. 145).
- Pseudo-Dionysius. (1987b). *Epistle IX*. In *The Complete Works* (p. 283).
- Robin Cormack. (2013). *Painting the Soul*. Reaktion Books.
- Rohit Shewale. (2024). *Instagram Statistics – Global Demographics & Trends (2024)*. <https://www.demandsage.com/instagram-statistics/>.
- russianicon.com. (2021). "IC XC" Hand Gesture: Origins and Symbolic Meaning, dostupné na: <https://russianicon.com/ic-xc-hand-gesture-origins-and-symbolic-meaning/>. Russianicon.Com.
- Sartre, J.-P. (1956). *Being and Nothingness*. <https://yunus.hacettepe.edu.tr/~cin/Being%20And%20Nothingness/Being%20and%20Nothingness%20-%20Sartre.pdf>
- Sedgewick, J. R., Flath, M. E., & Elias, L. J. (2017). Presenting your best self(ie): The influence of gender on vertical orientation of selfies on tinder. *Frontiers in Psychology*, 8(APR). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00604>
- Shariff, A. F., & Norenzayan, A. (2007). *God Is Watching You Priming God Concepts Increases Prosocial Behavior in an Anonymous Economic Game*.
- Schneider, T. M., & Carbon, C. C. (2017). Taking the perfect selfie: Investigating the impact of perspective on the perception of higher cognitive variables. *Frontiers in Psychology*, 8(JUN). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00971>
- Sir James George Frazer. (1909). *Totemism and Exogamy* (Vol. 4). Macmillan.



- St. Theodore the Studite. (1981). *On the Holy Icons*. Crestwood.
- Stack, G. J., & Plant, R. W. (1982). *The Phenomenon of "The Look"* (Vol. 42, Issue 3).  
<https://about.jstor.org/terms>
- statista.com. (2024). *Main product categories sold by content creators in the United States in 2023*. <https://www.Statista.Com/Statistics/1426507/Main-Products-Sold-by-Influencers-Us/>.
- Svatý Augustin. (n.d.). *Contra Faustum, Book XXII, dostupné na:*  
<https://www.newadvent.org/fathers/140622.htm> (Vol. 12).
- Theodor Adorno, & Max Horkheimer. (1986). *Dialectic of Enlightenment*.
- Tifentale, A. (2018). The Selfie: More and Less than a Self-Portrait. In *Routledge Companion to Photography and Visual Culture (London, New York: Routledge)*.  
[https://www.academia.edu/36749487/The\\_Selfie\\_More\\_and\\_Less\\_than\\_a\\_Self\\_Portrait?auto=citations&from=cover\\_page](https://www.academia.edu/36749487/The_Selfie_More_and_Less_than_a_Self_Portrait?auto=citations&from=cover_page)
- Tifentale, A., & Manovich, L. (2015). Selfiecity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media. In *Postdigital aesthetics: Art, computation and design* (pp. 109–122). Palgrave Macmillan. <http://selfiecity.net/>.
- Tzvetan Todorov. (1984). *Theories of the symbol*. Cornell University Press.
- Unni, M. V. (2020). *Does Digital and Social Media Marketing Play a Major Role in Consumer Behaviour?* [www.ijresm.com](http://www.ijresm.com)
- Uzlaner, D. (2017). The selfie and the intolerable gaze of the Other. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 14(4), 282–294. <https://doi.org/10.1002/aps.1525>
- Viktor Bychkov. (1984). *Vizantiiskaia estetika (Byzantine Aesthetics)*.
- Walter Pater. (1986). *The School of Giorgione (1877)*. In *The Renaissance*.
- Werner Geysler. (2024). *20 of Instagram's Highest Paid Stars in 2024*.  
<https://Influencermarketinghub.Com/Instagram-Highest-Paid/>.
- William Frank Fischer. (1988). *Theories of anxiety* (2nd edition).
- Yee, N., & Bailenson, J. (2007). The proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human Communication Research*, 33(3), 271–290.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2007.00299.x>
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292.  
<https://doi.org/10.1177/1470357216643220>