

VÝRAZOVÁ VARIABILITA
VEREJNÉHO PRIESTORU
V ART MARKETINGOVEJ
PRAXI

Dagmar Inštorisová

Výrazová variabilita verejného priestoru v art marketingovej praxi
– vysokoškolská učebnica

© prof. PhDr. Dagmar Inštitorisová, PhD. (text)

© Mgr. Jozef Peniak (grafický dizajn)

Európska Akadémia Manažmentu, Marketingu a Médií Bratislava, 2023

ISBN 978-80-973848-6-9

OBSAH

4	ÚVOD
6	I. VÝRAZOVÁ VARIABILITA VEREJNÉHO PRIESTORU V ART MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII
	K paradigme estetických prechodových koncepcií
7	K metodológii argumentácie
8	Pragmatický kontext
25	Literatúra
28	II. SCÉNICKÝ DIZAJN A ESTETIKA VIZUÁLNEJ KOMUNIKÁCIE EVENTOV
	O scénografii
31	Odklon od tradičného chápania scénografie
34	Zmeny smerom k vizuálnej komunikácii
37	Scénografia ako prostriedok vizuality v rámci art marketingu
38	Literatúra
42	III. STAROVEKÉ HISTORICKÉ VIZUÁLNE DIVADELNÉ ARTEFAKTY V DOBOVEJ ART MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII (MEZOPOTÁMIA, EGYPT, GRÉCKO, RÍM)
	Art marketing starovekej Mezopotámie a Egypta
45	Art marketing starovekého Grécka
50	Art marketing starovekého Ríma
53	Literatúra
55	PRÍLOHY
64	SUMMARY
66	MENNÝ REGISTER
68	ZOZNAM OBRÁZKOV A ICH ZDROJOV
71	AUTORSKÁ POZNÁMKA

ÚVOD

Učebný text sa zaoberá tromi základnými art marketingovými komunikačnými situáciami, počas ktorých dochádza k zmene pôvodného významu verejného priestoru. Prvou je implantácia art marketingových foriem do verejného priestoru, druhá spočíva vo využití umeleckých prostriedkov scénického dizajnu vo verejnom priestore, vďaka čomu sa stáva vizuálnym komunikátom a nie urbánnym priestorom, a posledná v jeho reinterpretácii optikou historických vied a zachovaných vizuálnych – grafických, výtvarných a pod. archiválií, konkrétne z pohľadu teatrológie.

Výber okruhov tém a konkrétnych príkladov vychádza z poznania, že je potrebné študentom marketingovej komunikácie nielen teoreticky, ale aj pragmaticky ukázať, aký veľmi pozitívny môže byť výsledok marketingovej práce s umením. Artmarketér dokáže v rámci spoločensky zodpovednej art marketingovej komunikácie, na základe hlbokých vedomostí o umení a kultúre a poznaní ich zmyslu pre život, spolu s citlivým vzťahom k verejnému prostrediu výrazne ovplyvniť nielen náš súčasný život, ale aj naše pohľady na život v minulosti.

Teoretickým východiskom k napísaniu učebnice sú mnohé koncepcie – aj art marketingovej komunikácie. Ich autorkami a autormi sú napríklad Gary Armstrong, Radim Bačuvčík, Milan Banyár, Jan Dvořák, Adriána Gadušová, Štefan Gero, Pavel Horňák, Svetlana Chomová, Radka Johnová, Philip Kotler, Zuzana Slušná, Edita Štrbová, Mária Tajtáková a i. V rôznej šírke a hĺbke sa v nich pomenovávajú základné prejavy a formy art marketingu. Chápu pod ním často nielen možnosť umelecké dielo kúpiť, ale radia do neho aj všetky umelecké prejavy a formy či práce s nimi, ktoré obohacujú recipientov o estetické, umelecké či kultúrne zážitky. V základnom prístupe učebnice k téme však stojí hlboký súhlas autorky učebnice s historikom a teoretikom art marketingu a kunsthistorikom zároveň Štefanom Gerom s tým, čo o vzťahu umenia a marketingu napísal vo svojej monografii s názvom *Komunikácia – umenie – marketing* (2012, s. 8). Snažil sa ňou dokázať a ukázať zároveň, že práve umenie „... je možno práve tá oblasť komunikácie, ktorá vnesie do marketingových aktivít kúsok krásy, estetična, čo zrejme skultivuje možno často zatracované oblasti marketingovej komunikácie a možno aj reklama okrem primárneho posolstva predávať výrobok bude mať aj hlbšie významové roviny, ktoré sa naučia odkrývať kultivovaní príjemcovia, a tým si obohatia svoj život.“

Učebnica je v zmysle uvedeného rozdelená do troch hlavných kapitol. Prvá kapitola s názvom *Výrazová variabilita verejného priestoru v art marketingovej komunikácii* sa zaoberá problematikou zmeny chápania estetiky a pôvodnej urbánno-architektonickej funkčnosti verejného priestoru v závislosti aj od jeho art marketingovej využiteľnosti. Základným východiskom uvažovania o zákonitostiach uvedených zmien je model výrazovej variability a model interpretácie textu autorky učebného textu, ktorý vychádza z koncepcie recepčnej

estetiky Nitrianskej školy. Text je chápaný v súlade s teóriou komunikácie a teóriou textu široko, teda nielen ako umelecký text. Z metodologického hľadiska ide aj o prepojenie myslenia recepcnej estetiky s teóriou performativity, teóriou scénovania (scénológia), teóriou inscenovania a teóriou reklamy. Dôvodom ich aplikácie na danú situáciu je skutočnosť, že patria do skupiny prechodových koncepcií, ktoré umožňujú až radikálnu zmenu chápania pôvodného významu verejného priestoru, napríklad v rámci teórie reklamy je jedným zo zásadných odklonov v chápaní zmyslu estetiky verejného priestoru iná sémantika farieb. Súčasťou kapitoly sú aj konkrétne príklady (napr. Hlavná ulica v Košiciach), prostredníctvom ktorých sa poukazuje na základné typy zmien v pôvodnom význame verejného priestoru.

Druhá kapitola s názvom *Scénický dizajn a estetika vizuálnej komunikácie eventov* sa zaoberá problematikou teoretického i pragmatického uvažovania o scénickom dizajne, jeho prostriedkoch a postupoch. Z geografického hľadiska je téma skúmaná hlavne v slovensko-českom kontexte a z časového hľadiska sa týka predovšetkým posledných dvoch desaťročí. Základom analýzy chápania pojmu scénický dizajn je pohľad do tých teoretických a čiastočne aj umeleckých kontextov, ktoré sa zaoberajú dramatickými, primárne divadelnými dielami. Zvolené príklady reprezentujú štrukturalistické, formalistické, sémantické, semiotické, scénologické, architektonické, dizajnérske a marketingové interpretácie problematiky. Kapitola tiež poukazuje na aspekty tradičného chápania scénického dizajnu ako scénografie, ktoré viedli v posledných desaťročiach k zásadnému recepcnému obratu, a to smerom k vizuálnej komunikácii. V rámci tohto chápania sa začalo poukazovať aj na jej iné, než umelecké kvality. V kapitole sa pracuje s komparatívnymi, analytickými, syntetizujúcimi a intersemiotickými metódami.

Tretia kapitola *Staroveké vizuálne divadelné artefakty v dobovej art marketingovej komunikácii (Mezopotámia, Egypt, Grécko, Rím)* sa zaoberá protoartmarketingovými stratégiami v histórii štyroch starovekých divadelných kultúr, v ktorých zvyčajne nad art marketingom prevládala náboženský a politický marketing. Vzhľadom na to, že súčasný art marketing má omnoho bohatšie formy a spôsoby práce s umením i s publikom ako jeho počiatkové staroveké prejavy, sú príklady kvôli zrozumiteľnosti opisnejšie a prepojené na dobové kresby, ilustrácie a fotografie. Kapitola obsahuje bohatý ilustračný materiál, ktorý v niektorých jej častiach tvorí základné východisko k teatrologickej reinterpretácii verejného priestoru.

Súčasťou učebného textu je zoznam použitej literatúry, ktorý je pripojený vždy za každou kapitolou, Prílohy, v ktorých sú publikované materiály podrobnejšie zaoberajúce sa danou problematikou, Zoznam obrázkov s uvedenými knižnými, elektronickými či archívnymi zdrojmi, pri fotografiách sú uvedení aj ich autori, Autorská poznámka a Menný register.

I. VÝRAZOVÁ VARIABILITA VEREJNÉHO PRIESTORU V ART MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCI

K paradigme estetických prechodových koncepcií

Zmena individuálneho i mainstreamového chápania estetiky pôvodnej urbánno-architektonickej funkčnosti verejného priestoru závisí od dvoch základných faktoroch, a to:

a) od aktuálnej dobovej estetiky, ktorá sa v rôznych konceptoch výrazovo rozvíja v závislosti od estetického významu, ktorý sa práve vyžaduje,

b) od jeho aktuálnej art marketingovej využiteľnosti, vďaka ktorej dochádza k prenikaniu až neočakávaných estetických významov, ktoré môžu výrazovo pôsobiť v škále od esteticky príjemného po nepríjemné.

Prvý obsahuje, samozrejme, aj rovinu autorskej esteticko-umeleckej slobody, vyjadrovanú individuálnymi alebo konvenčnými výrazovými prostriedkami, druhý pragmatickú existenciálnu rovinu, formulovanú ako povinnosť zabezpečiť si základné životné potreby. I druhý obsahuje, samozrejme, tiež vždy estetický rozmer.

Z ontologického hľadiska oba faktory môžeme považovať za veľmi významné vtedy, ak sa stávajú udalosťou/ami, ktoré sa hlboko premietajú do života bežného človeka. Z historického hľadiska ich môžeme nazvať estetickými prechodovými koncepciami vzhľadom na to, že ich prítomnosť avizuje veľké zmeny v chápaní zmyslu pôvodnej funkčnosti urbánno-architektonického verejného priestoru. Napríklad vznik, etablovanie či kanonizovanie estetiky klasicistického slohu predznamenáva nielen jeho postupný výrazový rozvoj, ktorý vedie až k jeho významovej deštrukcii, ale zároveň avizuje prítomnosť odlišného estetického názoru. Podnetom na jeho vznik, a teda aj dôvodom jeho neskoršieho etablovania či kanonizovania, je vždy „obchodovanie“ s jeho estetikou, t. j. potreba politikov, šľachty, funkcionárov, úradníkov a pod., ale aj bežného človeka (verejnosti) inak – pohodlnejšie, logickejšie či vzhľadom na nové informácie a poznatky hlavne funkčnejšie zabezpečiť si základné životné, socializačné a kultúrno-umelecké potreby. K najradikálnejším zásahom do estetiky verejného priestoru, t. j. do chápania zmyslu jeho estetiky, patrí napríklad v rámci náboženského či politického marketingu jeho zničenie, pretože sa prostredníctvom neho presadzuje iný ideologický význam.¹ K najmenej radikálnym zásahom patrí z hľadiska teórie reklamy iná sémantika farieb, keď je do verejného priestoru vnášaná farebnosť v odlišných, t. j. nie v predpokladaných estetických významoch. V snahe o dosiahnutie chuťového výrazového pôsobenia horkosti a slanosti odporúča napríklad

¹ Viac v tomto zmysle napríklad Besançon, A. 2013. *Zakázaný obraz. Intelektuální dějiny obrazoborectví*. Brno: Barrister & Principal. 400 s. ISBN 978-80-87474-95-2.

Vysekalová (2012, s. 171) posilniť prítomnosť zelenej farby na objekte, prostredníctvom ktorého chceme uvedené pôsobenie dosiahnuť. Znamenalo by to teda, ak by chcel stánkový predajca alebo predajca v kamennej predajni predávať napríklad mandle, slané oriešky, slané praclíky a pod., na predajnom objekte by mala byť výrazne posilnená prítomnosť zelenej farby. Naproti tomu podľa colour science tak, ako riešenie farebnosti chápe architektúra a urbanizmus, v rámci pozitívneho priestorového pôsobenia zelená farba vnáša do priestoru svojou miernosťou a tichosťou vyrovnanosť, upokojenie, harmóniu, poctivosť, húževnatosť, vytrvalosť, jednotu, oddych a pod. Pri negatívnych účinkoch vnáša do priestoru nudu, stagnáciu, závisť, chamtivosť až neskúsenosť, je tiež ťažká, chladná, vlhká a je priestorovo vzdialená (Urlandová 2016, s. 43).² Ani jedna z významových polôh zelenej farby v tomto zmysle nepodporuje chuť na nákup mandlí atď.

K metodológii argumentácie

Efektívnou paradigmou analýzy foriem uvedených zmien môže byť model estetickej výrazovej variability (Inšitorisová 2001, 2013) a model estetickej interpretácie textu (Inšitorisová 2010)³, pretože predstavuje artefakty verejného priestoru v holistickej škále. Oba modely vychádzajú z koncepcie recepčnej estetiky Nitrianskej školy, ako jej základy formulovali literárni vedci a estetiky František Miko a Anton Popovič a rozvinuli aj všetky druhy umení, napríklad Lubomír Plesník (estetik, literárny vedec), Tibor Žilka (estetik postmoderny a intertextuality, literárny vedec), Štefan Gero (teoretik a historik výtvarného umenia), Eva Kapsová (teoretička a historička výtvarného umenia) či Renáta Beličová (teoretička a historička hudobného umenia).⁴ Verejný priestor je v súlade s uvedeným myslením chápaný ako text, pričom vstúpením do vedomia jeho užívateľov sa stáva dielom (viac neskôr). V súlade s teóriou komunikácie a teóriou textu sa pod ním rozumejú Bachtinov „... komplexný znakový systém...“ (Bachtin, 1988, s. 314) a Lotmanov text, ktorý je vystavaný v hraniciach troch určení: vyjadrenosť, ohraničenosť a štruktúrnosť (Lotman, 1990, s. 66-68). Základnými estetickými teoretickými koncepciami, prostredníctvom ktorých budeme poukazovať na vyššie uvedené zmeny, t. j. aj na zmenu významu textu (diela), sú vybrané druhy tzv. prechodových teoretických koncepcií, ako teória performativity (Richard Schechner, Erika Fischer-Lichte, Hans-Thies Lehmann, Aleksandra Jovičević a i.), teória scénovania (scénológia) (Jaroslav Vostrý, Július Gajdoš, Josef Valenta, Peter Janků a i.), teória inscenovania (Miroslav Kouřil, Vincent Šabík, Jan Roubal, Joachim Fiebach,

² J. Vysekalová a kol. uvádza tiež asociácie spojené s objektom, ako „... chladná, šťavnatá, vlhká, kyslá, svieža, jedovatá, mladá...“ (Vysekalová, 2012, s. 170).

³ Oba modely sú v uvedených prácach konkretizované v súvislosti s divadelným umením. Nižšie v kapitole sú použité ich aplikácie platné pre umelecké a estetické komunikačné situácie.

⁴ Autorka štúdie na uvedenom pracovisku pôsobila dvadsať rokov a koncepciu nitrianskej recepčnej estetiky rozpracovala na problematike divadelného diela.

František Novosad, Patrice Pavis a i.) a teória reklamy (Jitka Vysekalová, Pavol Horňák, Štefan Gero, Simona Lichá, Kristína Zelenáková a i.), ktoré majú primárne recepčný charakter. V prvom rade je dôvodom ich aplikácie na skúmanú recepčnú situáciu skutočnosť, že všetky štyri patria do skupiny estetických prechodových koncepcií, ktoré umožňujú až radikálnu zmenu chápania pôvodného významu verejného priestoru či už v individuálnom alebo v mainstreamovom chápaní. V druhom rade fakt, že sú v posledných desaťročiach najpoužívanejšími teorémami, prostredníctvom ktorých sa existenciálna rovina života esteticky výrazovo i významovo antropologizuje. Taktiež sú už vyhranenými teorémami a zároveň predstavujú pomerne rozšírené prístupy pri interpretácii podstaty zmien vo význame a výraze – aj verejného priestoru.

Prostredníctvom zvolených prechodových koncepcií a na pozadí nitrianskej recepčnej estetiky budeme sledovať zmeny v estetickej interpretácii, t. j. vo význame a výraze konkrétneho verejného priestoru. Je ním dominantna mesta Košice – Hlavná ulica. Výrazovú variabilitu budeme sledovať pomocou bazálnych otázok týkajúcich sa buď nášho, alebo všeobecného chápania pojmov výraz a význam, ale aj ich pragmatickej funkcie v urbánno-architektonickom priestore.

Pragmatický kontext

OTÁZKA č. 1: Ako vyzerá výraz v bode nula?

Ako vyzerá v našej komunikačnej situácii miesto, na základe ktorého tvrdíme, že do veľkej miery výrazové a významové postupy art marketingu stierajú pamäť pôvodnej urbánno-architektonickej funkčnosti verejného priestoru a sú aj v pozadí neustálych zmien v názoroch na jeho estetické pôsobenie?

Pozrime sa najprv na celú problematiku z hľadiska estetiky výrazu alebo recepčnej estetiky⁵ Františka Mika a Antona Popoviča, spoluzakladateľov dnešného Ústavu literárnej a umeleckej komunikácie (ďalej ako ÚLUK) Filozofickej fakulty Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre.⁶ Oba vychádzajú zo všeobecných, slovníkových chápaní oboch pojmov, preto si ich pripomenieme. V rámci jazykovedy môžeme v najširšom chápaní pod pojmom výraz podľa J. Kačalu a kol. (1997, s. 837-838) rozumieť:

„1. vyjadrenie citového, myšlienkového stavu; jeho vonkajší prejav: výraz obdivu, úcty; umelecký, herecký výraz;

2. vonkajší vzhľad človeka ako prejav jeho (duševného) stavu: starecký výraz, výraz strachu, radosti na tvári;

3. vyjadrovací (jazykový) prostriedok: správny, výstižný výraz, odborný výraz, používať

⁵ Niekedy je označovaná ako pragmatická estetika.

⁶ Pôvodne pod názvom Kabinet literárnej komunikácie (1967).

vulgárne výrazy; matematický výraz – matematický úkon vyjadrený symbolmi.“

Pod pojmom význam J. Kačala a kol. (1997, s. 11) tiež chápe:

„1. Myšlienkový obsah, zmysel vyjadrený jazykovou formou: (ne)chápať v. slov; lingv.: lexikálny, gramatický v. slova; slovo v prenesenom v-e.

2. dôležitosť, závažnosť; dosah: v. vzdelania, výchovy (pre človeka), historický, strategický, praktický v., nadobudnúť, stratiť v., to nemá v. to nie je dôležité.“

Z vysvetlení je zrejmé, že oba pojmy sa prelínajú, a aplikáciou na konkrétne komunikačné situácie je – napríklad – aj verejný priestor vždy výrazovo variabilný, pretože jeho recepciu, t. j. význam, neustále ovplyvňuje viacero faktorov.

Primárne k nim patria:

- recepcný proces (jeho verejné chápanie),
- tvorivý proces (autorský vývin a chápanie jeho zákonitostí),
- aktuálna procesnosť (jeho aktívne pragmatické využívanie a chápanie zmyslu),
- spôsob práce s jednotlivými výrazovými prostriedkami v závislosti od jeho typu

(Inštorisová, 2001, s. 233).

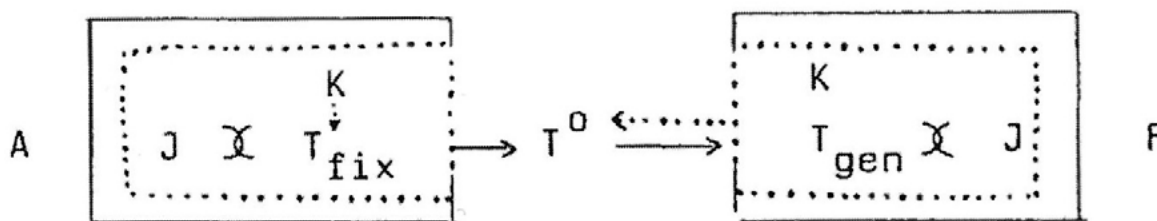
Na našu komunikačnú situáciu verejného urbánno-architektonického priestoru môžeme bez problémov aplikovať aj teóriu výrazu a sústavu výrazových kategórií, ktorých autorom je literárny a estetik vedec František Miko (1920 – 2010). V monografii *Estetika výrazu* (1969, s. 5-6) definuje výraz takto: „Celkový dojem z diela, ktorý zvyčajne pripisujeme štýlu ako jeho funkciu, skladá sa z čiastkových hodnôt, ako napríklad expresívnosť, emocionálnosť, figuratívnosť (metaforickosť), kolorit a pod. Sú to však výrazové hodnoty, výrazové kvality, ktorým zodpovedajú príslušné výrazové prostriedky. Štýl je súhrnom určitých výrazových hodnôt.“ Jednotlivé druhy výrazov (Miko, 1969, s. 11) sa pritom môžu „... realizovať lingvisticky rôznorodými prvkami, na rovine štýlu sú to však homogénne prostriedky.“ F. Miko stanovil dva základné typy dojmu z výrazovej charakteristiky štýlu analyzovaného textu: pojmový a zážitkový. Ďalej uvádza (Miko – Popovič, 1978, s. 80), že na „... základe opozície pojmovosť – zážitkovosť môžeme hovoriť o pojmových textoch (vedecké, administratívne) a o textoch zážitkových (literárne texty, hovorové prejavy).“ Zmienené opozitum stojí v základe celej jeho výrazovej sústavy, v ktorej ho rozvíja do príslušnej šírky. Jednotlivé výrazové kategórie diela prisudzujeme v dôsledku vplyvu štýlovej organizácie textového materiálu na naše vedomie v celej jeho šírke (myslenie, cítenie, hodnoty atď.). F. Miko tak výraz diela definuje nielen ako otázku čisto emocionálneho prežívania alebo zobrazenia, ale ako pôsobenie a vyznenie diela plynúce vo vedomí recipienta (čitateľa, diváka, návštevníka výstavy, turistu a pod.) vo všetkých smeroch. Jeho delenie výrazových prostriedkov

z komunikačného hľadiska na ikonické (so zameraním na vyjadrenie, zobrazenie) a operatívne (so zameraním na komunikáciu, príjemcu) zasa umožňuje recepčný akt chápať ako dynamický proces (Miko, 1989, s. 47), v ktorom „... impulz ku komunikácii (a teda aj vyjadreniu) vychádza z roviny operatívnosti.“ V konečnom dôsledku tak vždy môžeme hovoriť (Popovič a kol. 1983, s. 19) o „... výrazovej projekcii subjektu...“⁷ Tieto definície vždy rešpektujú autorský a recipientsky (čitateľský atď.) postoj. Funkčný výrazový model textu Františka Mika je teda systémom (Miko, 1986, s. 44-45), ktorým sa interpretuje text z hľadiska jeho pôsobenia na recipienta. Ide o systém výrazových kvalít textu, ktoré sú triedené podľa toho, ako je daná vec zobrazená (ikon – ikonickosť výrazu) a ako pôsobí (oper – operatívnosť; pôvodne akčnosť), t. j. operatívne oslovuje recipienta. Je systémom recepčno-interpretáčnej klasifikácie textu z hľadiska kvality pôsobenia témy textu a spôsobov jej vyjadrenia na recipienta. Text má tiež podľa Mika iba technickú funkciu (Miko, 1986, s. 139), je „... mŕtvy...“ (Miko, 1992, s. 20), považuje ho iba za *návod* či *predlohu*. Je textom, ku ktorému obsah pristúpi (Miko, 1992, s. 20) „... až v našom vedomí. (...) Pritom ‚úplné dielo‘ existovalo iniciálne ponajprv vo vedomí autora...“ a jeho *skutočnosť* vzniká až na základe imaginatívnej schopnosti recipienta a text (Miko, 1992, s. 20-21) a potom „... pôsobí v jeho kódovej pamäti ako generátor významov.“ Až keď recipient – amalgamuje – (termín F. Mika) významy vzniknuté na základe jeho čitateľskej imaginácie do imagenu mieneného autorom textu, vzniká dielo ako *komplex* textu. Dielo teda treba chápať ako recepčný imagen a všetky recepčné operácie sa zaoberajú práve ním.

Pod imagenom F. Miko rozumie výsledok imaginatívnej činnosti, predstavivosti tak recipienta, ako aj autora textu, nie iba obraz. Je živou aktuálnou skutočnosťou, ktorá je evokovaná z podnetov textu vo vedomí (Miko, 1992, s. 12) a „... trvá vo svojej živej aktualite len v čase čítania. Po jeho skončení ako ucelený fenomén zaniká. Ostávajú iba niektoré jednotlivosti (...) Ak sa niečo predsa len uchová v dlhodobej pamäti, sú to zväčša pozoruhodnejšie či nápadnejšie zložky imagenu, ako hovoríme, ‚jeho celková predstava‘ “ (Miko, 1992, s. 12).

7 Treba tiež dodať, že sústava výrazových kategórií ako sieť základných výrazových kategórií na primárnej úrovni vychádza z princípu podriadenosti a vetvenia jednotlivých kategórií na ďalšie odnože a z princípu vzájomnej opozičnosti ikonických a operatívnych kategórií. Každý kategórii prináleží aj opis spôsobu vyjadrovania, ktorý je pre ňu typický. Sústava má niekoľko vývojových verzií. Jednotlivé kategórie sú obsahovo konkretizované v monografiách Antona Popoviča *Originál – preklad* (1983) alebo Františka Mika a Antona Popoviča *Tvorba a recepcia* (1978) a i.

Komunikačný model *prepravy* autorovho vedomia do vedomia čitateľov (t. j. existencie diela vo vedomí) je nasledovný:



Obr. 1 Komunikačný model.

A – autor

J – utváranie ucelenej skutočnosti diela, t. j. jazyka

T⁰ – text iba ako návod, predloha, ku ktorej obsah pristúpi až v našom vedomí

K – kontakt, komunikácia autora s čitateľom ako korekcia a kontrola prostredníctvom kódovej pamäti

T_{fix} – text ako opora pre imagen autora

J)(T_{fix} – úplné dielo vzniká ako výsledok imaginatívnej činnosti, text je pritom fixáciou imagenu autora, je autorovi oporou (T_{fix}) a pre vedomie čitateľa v jeho pamäti pôsobí ako generátor významov (T_{gen})

T_{gen} – text ako generátor významov vo vedomí kódovej pamäti čitateľa

P – príjemca

Na margo

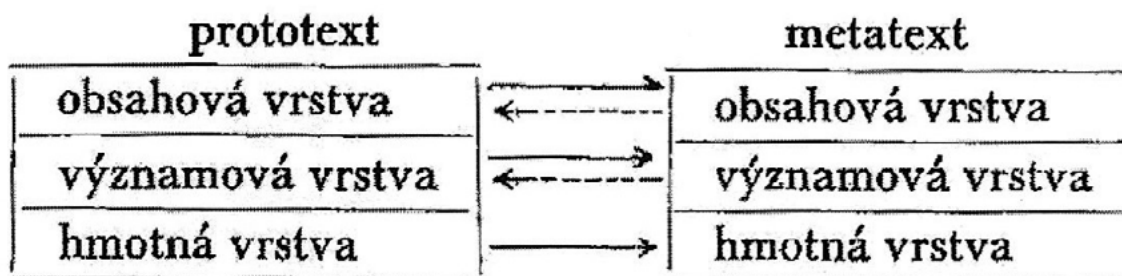
Ak uvedené aplikujeme na našu situáciu urbánno-architektonickej funkčnosti verejného priestoru, môžeme povedať, že návštevník (obyvateľ, kupujúci atď.) verejného priestoru interpretuje a chápe (oper) jeho význam na základe obrazových (ikon) podnetov, ktoré dekóduje v súlade so svojou získanou a naučenou, t. j. vytvorenou predstavou (imagenom) o texte (komunikačnej situácii). Každá zmena v podnetoch na strane textu vyvolá aktivitu, ktorá vždy zmení imagen na komplexnú predstavu o ňom. Ak teda verejný priestor zaplníme novými, odlišnými, kontroverznými a inými významami (podnetmi), jeho výrazové pôsobenie sa vždy zmení.

Konkrétne: za určitých podmienok môže byť zelená farba dominantne (mainstreamovo) chápaná ako farba symbolizujúca horkú a slaná chuť, nie ako farba vo významoch v rámci chápania v architektúre a urbanizme.

OTÁZKA č. 2: Ako sa mení/vzniká estetický imagen – imaginatívny ekvivalent textu vo vedomí?

Pomôžeme si tentoraz semiotickým modelom sveta Antona Popoviča (1933 – 1984), ktorým nadviazal na F. Miku. Vytvoril model ponúkajúci nástroje na opis a analýzu témy diela, v rámci ktorého sa zdôrazňuje jednota textu a komunikácie (Popovič, 1983, s. 13-14). Semiotický model sveta je v texte vyjadrením spôsobu, ako autor ovláda realitu, t. j. je spôsobom (Popovič, 1983, s. 14), ako ju odráža „... prostredníctvom semiotizácie skutočnosti...“ Znak pritom vytvárajú základné pravidlo komunikačnej interakcie medzi autorom a čitateľom. Semiotizácia reality môže mať rôzne podoby (Popovič, 1983, s. 15) – typizácia, individualizácia, mimézis, štylizácia, abstrakcia atď. Vyjadruje sa ňou autorská stratégia tvorby textu, ktorá osciluje medzi zámernosťou a nezámernosťou (t. j. uvedomelosťou a neuvedomelosťou) a má dva základné vyjadrovacie spôsoby (obdobne ako u F. Mika). Operatívny je vyjadrením komunikácie medzi subjektmi vrátane reality, ikonický je spôsobom zobrazenia a poznávania reality (Popovič, 1983, s. 13-24).

Semiotické modelovanie sveta v texte sa môže stať súčasťou rôznych autorských stratégií, ide vtedy o metatextový aspekt interpretácie umeleckého textu, o vzťah medzi pôvodným textom a textom novovzniknutým. Tento metatextový interpretačný aspekt A. Popovič (Miko – Popovič 1978, s. 299) vyjadril graficky nasledovne:



Obr. 2 Metatextový aspekt interpretácie.

Ide o sémantické, štylistické a axiologické vzťahové aspekty medzi prototextom a metatextom (Popovič a kol., 1983, s. 27). Pričom pod prototextom Popovič rozumie text, ktorý je objektom medzitextového nadväzovania (Popovič, 1983, s. 127). Za metatext považuje model prototextu, ktorý je spôsobom existencie medzitextového invariantu a generuje ho subjekt metatextu. Je tiež hodnotením autorských stratégií (zjavného, t. j. explicitného alebo skrytého, t. j. implicitného nadväzovania), ktoré sa uplatňujú v nadväzovaní na originál. Keďže typ nadväzovania je voľbou autora, je svojím charakterom táto voľba štýlotvorným postupom (Popovič, 1983, s. 127): „Prototext je vždy potenciálnym metatextom a naopak.“ (Popovič, 1976, s. 75)

A. Popovič sa tiež zaoberal problematikou základných spôsobov nadväzovania medzi prototextom a metatextom (body a) + b) sú explicitným, c) + d) implicitným nadväzovaním) (1983, s. 127), ktoré môžu byť kontroverzné alebo súhlasné (afirmatívne):

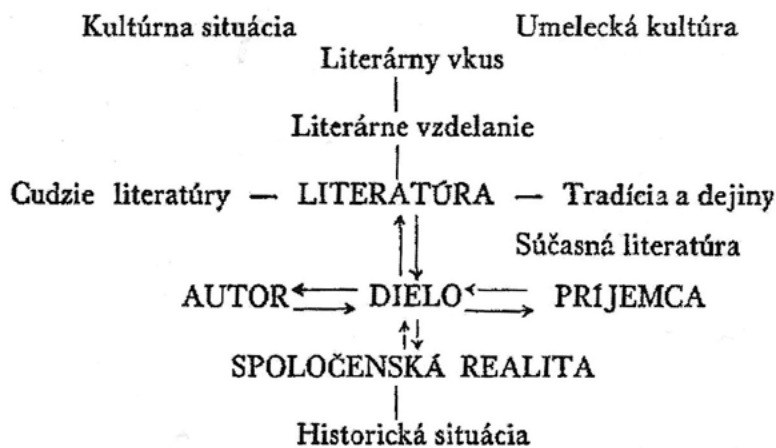
„a) imitatívne nadväzovanie – metatext odkazuje na predmet v konkrétnej podobe – metatext sensu stricto, napodobňujúci svoj prvovzor (citát, prepis, preklad, plagiát);

b) selektívne nadväzovanie – metatext uplatňuje výber určitých prvkov prototextu. V metatexte sa zároveň uplatňujú pravidlá výstavby prototextu v širšom, t. j. modelujúcom zmysle (paródia, pastiš, ponáška);

c) kondenzačné nadväzovanie – metatext rozvíjajúci prototext na princípe redukcie, zhusťovania textu (komentár, titul, resumé, anotácia, digest);

d) komplementarizujúce nadväzovanie – texty rozvíjajúce, doplňujúce invariantné vlastnosti prototextu (dodatky, doslov, poznámky)“ (Miko – Popovič, 1978, s. 272).

Interpretácia podľa A. Popoviča (Miko – Popovič, 1978, s. 20-21) vychádza z modelu literárnej komunikácie, ktorý funguje ako posolstvo od autora k čitateľovi, pričom čitateľ poznatky, napríklad o literárnej tradícii, získava buď priamo, v recepcii, alebo nepriamo, prostredníctvom literárneho vzdelania, a tak si vytvára literárny vkus.

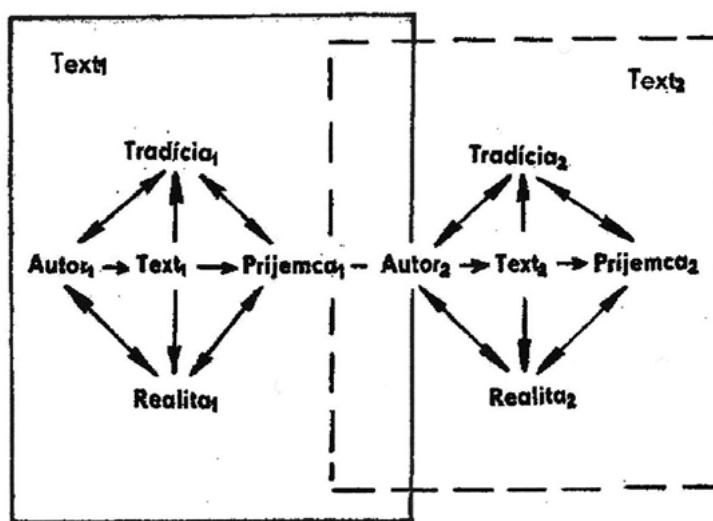


Obr. 3 Model literárnej komunikácie.

Základnými faktormi (Miko – Popovič, 1978, s. 20) v modeli literárnej komunikácie sú:

Metatextovú komunikačnú situáciu považuje za situáciu totožnú s prekladom a nazýva ju pojmom metakomunikácia. Text je tak súhrnom celého radu komunikačných väzieb a vektorov, pričom tento model medzitextových vzťahov platí nielen pre literárne texty, ale aj pre texty iných druhov umení (Miko – Popovič, 1978, s. 263-264).

Model komunikačnej situácie prekladu (Miko – Popovič, 1978, s. 264) je v grafickom vyjadrení zjednodušený nasledovne:



Obr. 4 Model komunikačnej situácie prekladu.

A – autor literárneho diela

T – literárny text

LT – literárna tradícia vyjadrená v texte

RLT – realita literárnej tradície (t. j. zobrazovania funkcia „literárnej konvencie“, jej spätosť s realitou textov, na ktoré nadväzuje

R – realita zobrazená v texte

T – tradícia reality vyjadrená primárne jej inštitucionalizáciou

P – príjemca literárneho textu a zároveň potenciálny autor A₁ textu literárnej metakomunikácie

RTL_m – realita tradície textu metakomunikácie

LT_m – literárna tradícia vyjadrená v texte metakomunikácie

T_m – literárny text metakomunikácie

R_m – realita zobrazená v texte metakomunikácie

RT_m – tradícia reality textu metakomunikácie

P_m – príjemca textu metakomunikácie

O – pozorovateľ (observer)

Na margo

Ak uvedené aplikujeme na našu situáciu urbánno-architektonickej funkčnosti verejného priestoru, môžeme povedať, že návštevník (obyvateľ, kupujúci atď.) verejného priestoru vytvára svoj metatext (názor, predstavu, mienku, poznatky atď.) o jeho funkčnosti na základe vedomého

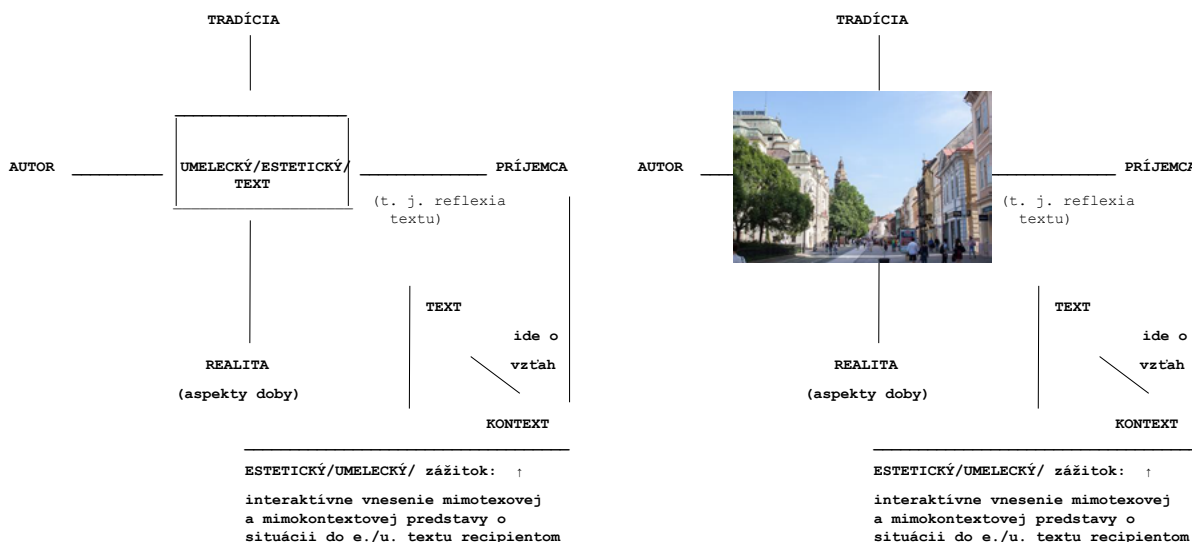
či intuitívneho výberu jasne štruktúrovaného postupu z veľkej škály možných komunikačných stratégií (nadväzovanie). Pri každom type nadväzovania zároveň platí, že sa nový podnet (význam) u recipienta semiotizuje, t. j. stáva sa súčasťou jeho skúsenostného komplexu. Vďaka nemu recipient svet poznáva aj ako vec prekladu starých (pôvodných) významov do nových významov, čím tiež dochádza k vzájomného prepojeniu (prototext sa mení na metatext a naopak).

Konkrétne: zelená farba môže byť dominantne chápaná ako farba symbolizujúca horkú a slanú chuť iba pre vyhranenú skupinu recipientov (obyvateľov, kupujúcich), obdobne vo významoch, ako je charakterizovaná v rámci architektúry a urbanizmu.

Aplikácia modelu interpretácie umeleckého/estetického textu na urbánno-architektonický verejný priestor košickej Hlavnej ulice

Obdobne ako predchádzajúce modely F. Mika a A. Popoviča sa aj spomínaný model interpretácie umeleckého/estetického textu zaoberá celou jeho komunikačnou situáciou: autor – text – recipient. Interpretácia (Inšitorisová, 2010, s. 180-181) sa v ňom chápe ako výsostne osobnostný a osobný akt, ktorým interpret nielen vysvetľuje, ale aj prekladá do iného jazyka, ako je jazyk diela, svoj zážitok z neho. Nikdy nie je iba žánrom či formou výpovede, prostredníctvom ktorých sa imagen umeleckého/estetického textu vysvetľuje, t. j. stáva sa inému účastníkovi danej komunikácie zrejším, ale aj procesným spôsobom bytia tak recipienta v diele, ako aj jeho tvorcov. Imaginatívna rovina umeleckého/estetického diela sa vytvára aj na základe interakcie recipienta so štruktúrou textu, ale i v súvislosti s aktuálnym (priamym, bezprostredným) interagovaním recipienta s textom/dielom na úrovni autorského a dobového kontextu, jeho umeleckej/estetickéj tradície a jeho verejne dostupnej reflexie. Vzniká však aj na základe interaktívneho zapojenia recipienta do celku diela v súlade s jeho vlastnými predstavami o celej komunikačnej situácii i o jej jednotlivých aspektoch (t. j. o sebe, svojom najbližšom okolí, rodine, svete atď.). Pričom toto zapojenie vôbec nemusí súvisieť s dielom, môže byť teda mimo akýchkoľvek estetických či umeleckých súvislostí.

Konkrétne: zelená farba môže byť recipientom (obyvateľ, kupujúci) chápaná rôzne, a to na základe dominancie tej či ktorej kontextovej roviny, pričom jej mimotextový a mimokontextový význam môže byť – napríklad – výsledkom deštrukcie diela ako následku vojnového bombardovania, keď je jej nositeľom mach, ktorým dielo obrástlo. Grafické znázornenie interpretácie umeleckého/estetického textu v obrázku 5/a je všeobecným vyjadrením vyššie uvedeného, obrázok 5/b môžeme považovať za návod na to, ako sa môžeme pozeráť na interpretáciu košickej Hlavnej ulice:



Obr. 5/a Základný komunikačný model umeleckého diela.

5/b Hlavná ulica v Košiciach.

Ak by sme chceli uskutočniť analýzu Hlavnej ulice ako textu (diela), jej výsledkom by bolo vymenovanie a opísanie všetkých budov, ktoré ju tvoria, charakterizácia typu verejného prostredia, v autorskej línii by súčasťou poznatkov o nej boli autori jednotlivých architektonických a urbánných prvkov, vrátane ich štýlových (jazykových) špecifik, v línii tradície by išlo o prepojenie poznatkov so všeobecnými slohovými historickými či súčasnými charakteristikami (nadväznosťami), v línii reality by išlo o prepojenie poznatkov s bežným životom vo všetkých aspektoch, ako bývanie, predaj/kúpa, možnosť relaxu, kultúrneho vyžitia atď., a v línii reflexie textu by poznatky obsahovali informácie a vedomosti, ktoré vznikli na základe oboznámenia sa s rôznymi recepčnými typmi textov vedeckého, odborného či umeleckého charakteru, ako texty o dejinách Košíc, histórii vzniku Hlavnej ulice, autobiografické, prozaické, žurnalistické texty atď.

Na akejkol'vek úrovni recipientskeho prístupu k estetickému/umeleckému textu však vždy dochádza k jeho estetizácii ako výsledku prirodzenej potreby komunikovať o texte, t. j. estetický výraz vzniká ako výsledok naratívnej interpretácie, v rámci ktorej sa interpretátor snaží vždy o pochopenie a vysvetlenie jeho:

„- zmyslu, vtedy vychádza zo samotného textu a jeho kontextovej situácie, t. j. z obsahu významov, ktoré do diela primárne vložil autor s ohľadom na všetky známe dobové a estetické súvislosti;

- podstaty porovnaním s iným textom (skúmajú sa tak aj hranice textu, nielen jeho štýlové či tvarové osobitosti);

- textového vývinu od počiatku jeho vzniku až po etablovanie;

- pôsobenia na recipienta z hľadiska dobovej estetiky a iných všeobecne platných kritérií recepčného procesu (t. j. aspektov, ktoré a priori predpokladajú prítomnosť a existenciu recepčných interaktívnych stratégií rôzneho typu);

- pôsobenia na samotného interpretátora, ktorý za jeho hranice predovšetkým považuje svoje vlastné osobnostné a osobné skúsenosti so samotným interpretačným procesom a čítaním a chápaním (t. j. interpretovaním) textov rôznych typov;

- svojho vlastného subjektívneho dojmu či znalosti, ktoré na osobnej úrovni považuje pre text za dôležité;

- svojho vlastného subjektívneho dojmu či znalosti, ktoré na všeobecnej úrovni považuje pre text za dôležité“ (Inštorisová, 2010, s. 181).

Pri zameraní interpretátora na určitý aspekt umeleckého textu v rámci celej umeleckej komunikačnej situácie môžeme hovoriť o nasledujúcich typoch interpretácie textu (Inštorisová 2010, s. 187-188):

- pri zameraní sa na jeho obsah o sémantickej interpretácii;

- pri zameraní sa na jeho podstatné znaky a ich porovnávaním s inými textami

o intertextovej interpretácii;

- pri zameraní sa na vývin textu o intertextuálnej interpretácii;

- pri zameraní sa na jeho pôsobenie o recepčnej interpretácii;

- pri zameraní sa na jeho pôsobenie na interpretátora o recipientskej interpretácii;

- pri zameraní sa na jeho subjektívnu intenciu v texte a jej tematizáciu iba na úrovni

osobnej línie v interpretačnom procese o podinterpretácii;

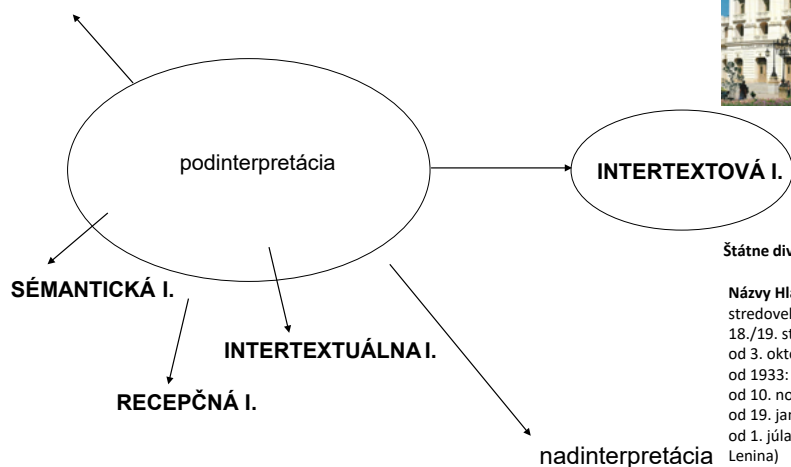
- pri zameraní sa na subjektívnu intenciu mimo textu a jej tematizáciu smerom

k všeobecnému o nadinterpretácii.

Grafické znázornenie je nasledovné:

**ZÁKLADNÉ INTERPRETAČNÉ MODELY/SPÔSOBY PRÍSTUPU RECIPIENTA
(AJ K VEREJNÉMU PRIESTORU)**

RECIPIENTSKÁ I.



Štátne divadlo Košice (*1897, 1. d. budova – na mieste

Názvy Hlavnej ulice:
 stredovek: Circulus, Ring, Theatrum, Forum, Platea circulus
 18./19. st.: Platea principalis, Haupt Gasse, Fő utca
 od 3. októbra 1919: Hlavná ulica
 od 1933: Štefánikova ulica
 od 10. novembra 1938: Fő-utca
 od 19. januára 1945: Štefánikova ulica
 od 1. júla 1949: Leninova ulica (Ulica Vladimíra Iljiča
 Lenina)
 od 1. júla 1990: Hlavná ulica

Obr. 6 Vľavo: Základné interpretačné modely. // Vpravo hore: Pohľady na budovu Štátneho divadla v Košiciach. // Vpravo dolu: Historický prehľad názvov Hlavnej ulice v Košiciach.

OTÁZKA č. 3: Akú kvalitu má estetický imagen očami teórie performativity, teórie scénovania (scénológie), teórie inscenovania a teórie reklamy?

V aplikačnej rovine si tému objasníme na divadelnom tvare, ktorý bol v roku 1998 realizovaný ako unikátny projekt na Hlavnej ulici v Košiciach. Ide o jedinečný typ umeleckej recipientskej interpretácie Hlavnej ulice ako verejného priestoru. Bol ním divadelný projekt BOCATIUS '98 open air environment⁸, ktorý vznikol dva roky a mal iba jedno predstavenie, ktorým bola premiéra. Projekt je príkladom estetickej prechodovej koncepcie, vznikajúcej na základe zmien, ku ktorým dochádza vnesením aktuálnej dobovej estetiky do verejného priestoru. Na realizácii projektu sa podieľalo Východoslovenské štátne divadlo a Dom production v Košiciach. Slovenský režisér Peter Scherhauser, spoluzakladateľ legendárneho Divadla Husa na provázku, ho scenáristicky a režijne pripravil na základe rozhlasovej hry Rudolfa Schustera *Johannes Bocatius*. Účinkovalo v ňom päťsto osemdesiat profesionálnych, amatérskych hercov a nehercov, ako vojaci, príslušníci policajného zboru, technických služieb a pod., a tvorilo ho niekoľko desiatok výtvarných objektov. Pochôdzkovým spôsobom a simultánne sa hralo na šiestich hlavných stanovištiach a priamo na Hlavnej ulici, vďaka čomu malo javisko dĺžku šesťsto desať metrov a projekt pozostával z tridsaťjeden živých obrazov. Väčšinou ich tvorili samostatné výtvarné umelecké objekty, napríklad veľká ruka s prsteňom, bábky vojakov a strašidiel, veľká komoda či obrovská náprava s kolesami. Niektoré však vznikli výtvarným dotvorením rôznych reálnych vozidiel, ako smetiarskeho auta, nákladného auta s kontajnerom, buldozéra atď. Keďže sa každý obraz hral pred všetkými stanovišťami, tie isté postavy v rôznych obrazoch hrali vždy iní herci. Ústrednou postavou projektu bol humanistický básnik, učiteľ a notár Ján Bocatius (1569 – 1621), ktorý bol známy svojím zmierlivým a otvoreným pohľadom na výchovu mládeže a riešenie akýchkoľvek, aj náboženských či politických problémov. Počas svojho veľmi krátkeho richtárskeho obdobia (1603 – 1604) v Košiciach sa ocitol uprostred protihabsburského povstania Štefana Bočkaia (1557 – 1606). V tomto období sa celá krajina zmietala nielen v početných proticisárskych povstaniach, ale aj v náboženských nepokojoch medzi katolíkmi a evanjelikmi, zámerne podnecovaných ostrou protireformáciou. Do celkového scénografického riešenia projektu boli zakomponované aj priečelia budov. Rabovači (vojaci, horolezci) „zlanovaním“ obsadili mesto, na výklady obchodov písali heslá o jeho dobytí, v pasážach zase mali svoje stanovištia všetci klauni sveta (Scherhauser, 1998). Od otvorenia projektu slávnostnými fanfárami trubačov s vlajkami v košických farbách, ktorí sa vykláňali z okien domov námestia, až po jeho ukončenie „pochodom“ smetiarskych áut v ňom šašovia plnili funkciu akýchsi nadčasových narátorov.

⁸ Rudolf Schuster: BOCATIUS '98. OPEN AIR ENVIROMENT. Úprava textu: Peter Scherhauser, Alžbeta Verešpejová, Michal Hatina. Scénografia: Pavol Andraško. Kostýmy: Barbora Křístková, Markéta Oslzlá. Grafika: Ján Zavorský. Návrhy bábok: Eva Farkašová. Hudba: Miloš Štědroň, Zdeněk Kluka. Réžia technologického parku: Michal Hatina. Východoslovenské divadlo Košice, Dom production Košice. Premiéra 27. 6. 1998.

Jednotlivé akcie pohybovo alebo mimicky komentovali malými nezbednosťami, prekáraním sa, rozdávaním balónov a programov k inscenácii, „zapaľovaním“ ohňostrojev v pouličných lampách, prípadne veselým pobehovaním s veľkými bielymi transparentmi s nápisom Bocatius.⁹

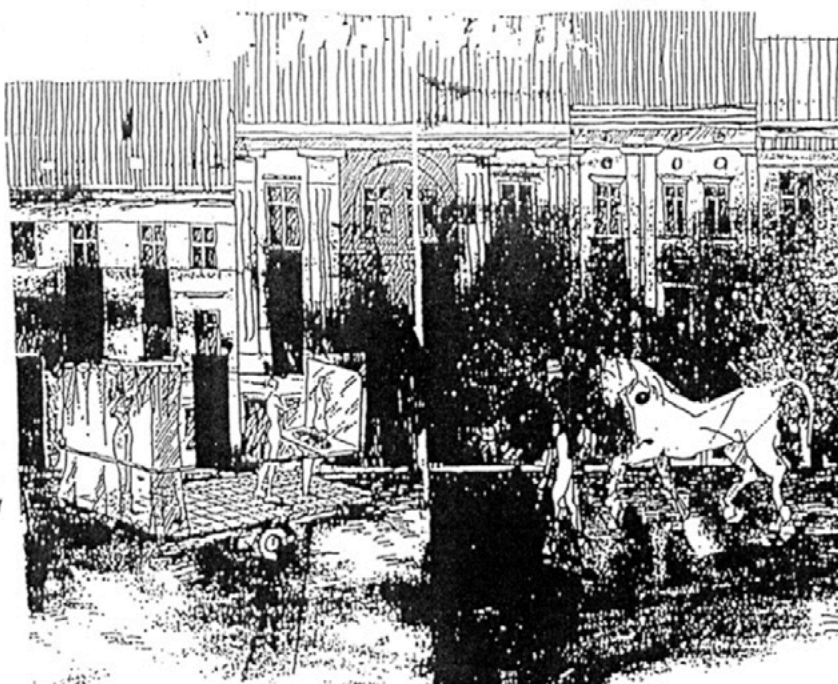
Významovú a estetickú výrazovú otvorenosť open environmentu voči rôznym prístupom približujú aj ukážky zo scenára Petra Scherhaufera, z jeho náčrtu pôdorysu projektu a fotografií z realizácie projektu:

13. MANŽELSKÝ ROZHOVOR I.

POLOŽKY:

MANŽELKA ě - MISS,
BOCATIUS ě.
CHLAPEČ
šofér

vlnitý plech leštený
(zrkadlová fólia)
biely kôň
ventilátor
záchodová misa
porcel. umývadlo
2 kg čierna farba
sprchový box
traktor
náves bez bočníc
batéria so svetlom v sprche
15 m² polopriehľadný igelit



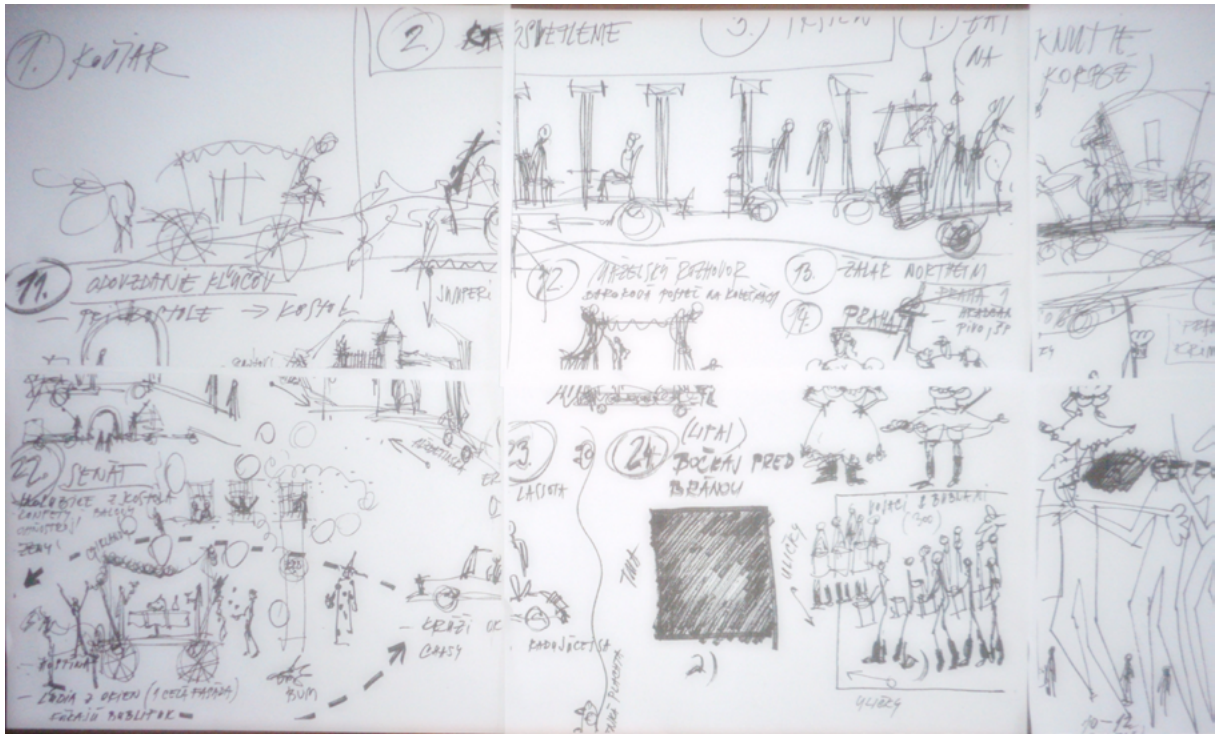
- Traktor vezie kúpeľňu na valníku, na ktorej je Bocatius ě.....
- V kúpeľni sa sprchuje Bocatiova žena a diskutuje s Bocatiom holiacim sa pri umývadle
- Za "ZLÝM SNOM" kráča pomaly ulicou osamotený biely kôň
- / s malým nahým chlapcom
- Sneží z okien

Obr. 7 Ukážka zo scenára.

Bodový scenár pre orientáciu

- OUVERTÚRA
- 1. HEIDELBERG 1606
- 2. HEIDELBERG 1606 - U FRIDŘICHA IV.
- 3. CESTA JE ZARÚBANA
- 4. V ŽALÁRI
- 5. *PRVÁ RETROSPEKTÍVA*: KOŠICE, JANUÁR 1604
- 6. RÝCHLO OBSADIT VŠETKY BUDOVY - RABOVAČKA
- 7. PÁN RÝCHTÁR, ZLE JE, ZRADA!
- 8. ODOVZDANIE KLÚČOV
- 9. ČO SA TO ROBI V MESTE, JOHANNES?
- 10. PRAHA 1606
- 11. *DRUHÁ RETROSPEKTÍVA*: KOŠICE, JANUÁR 1604
- 12. SCHODZA - ZLÝ SEN
- 13. MANŽELSKÝ ROZHOVOR I.
- 14. PRAHA 1606
- 15. *TRETIA RETROSPEKTÍVA*: KOŠICE 1604
- 16. KOŠICE SA RADUJÚ
- 17. PRÍCHOD LASSOTU
- 18. BOCSKAY OBSADZUJE MESTO: „ZRADA“
- 19. PRAHA 1606 - VAZENIE
- 20. *ŠTVRTÁ RETROSPEKTÍVA*
- 21. PRÍCHOD BOCSKAYA
- 22. MANŽELSKÝ ROZHOVOR II.
- 23. SENÁTORI U BOCSKAYA
- 24. PRAHA 1607
- 25. PRAHA - MUČENIE
- 26. WETSCHAU 1608 - ŠUŠKANIE
- 27. KALVÁRIA
- 28. PRAHA - ČAKANIE NA SMRŤ
- 29. PRAHA - TREST SMRTI
- 30. ÚTEK
- 31. BOCATIUS V KOŠICIACH
- 32. FINÁLE

Obr. 8 Bodový scenár.



Obr. 9 Plán scénických akcií projektu BOCATIUS '98 od Petra Scherhaufera.



Obr. 10 BOCATIUS '98 (realizácia).



Obr. 11 BOCATIUS '98 (realizácia).



Obr. 12 BOCATIUS '98 (realizácia).



Obr. 13 BOCATIUS '98 (realizácia).

Z typového hľadiska môžeme projekt *BOCATIUS '98* považovať za performanciu, v ktorej došlo k esteticko-umeleckej aktualizácii časti histórie Košíc a jeho regiónu formou umeleckého eventu, pričom jeho hlavnými znakmi okrem performatívnosti sú aj inscenovanosť, nielen paradivadelná scénickosť, ale aj scénovanosť.

Jednotlivé znaky si podrobnejšie vysvetlíme nižšie.

1. Z hľadiska **teórie performativity** – podľa amerického teoretika a historika performatívnych štúdií a divadelného režiséra Richarda Schechnera (2009, s. 146-147) je pre performativitu príznačné opakujúce sa/rekonštruované/dekonštruované správanie sa. Charakterizuje ju tiež pojmami udalosť, autentickosť, prirodzenosť či možnosť až radikálnej premeny výrazu i významu (napr. bojovej techniky na zábavu). Divadelné/umelecké/estetické správanie chápe nielen ako snahu „...rekonštruovať nejaké telo pomocou hypertextovej siete...“ (Schechner, 2009, s. 18), ale ako „obyčajné“ ľudské aktívne poznávanie.¹⁰ Analyzovaný open environment na niektorých miestach vytváral dojem autentickosti a prirodzenosti výrazu snahou rekonštruovať historickú udalosť.

2. Z hľadiska **teórie scénovania** – podľa českého zakladateľa scénológie a teatrológa Jaroslava Vostrého môžeme pod performanciou (Vojtěchovský – Vostrý, 2009, s. 130) rozumieť aj „... chování či jednání scénované, t. j. takové, v kterém se řídí nějakou předem zvolenou představou o tom, jak se chci nebo nám ostatním jevit.“ Rozlišuje dva základné typy scénovania – scénovanie vecí a predmetov a scénovanie ľudí, sebasecénovanie. Performanciu odlišuje od scénickosti ako umeleckej formy, pod ktorou „můžeme rozumět vlastnost nebo spíše soubor vlastností, díky nimž se chování v jistém prostoru stáva scénickým, tzn. že vybízí ke sledování, jinak řečeno, je zaměřené na nějaké diváky“ (Vojtěchovský – Vostrý, 2009, s. 130). Základnými znakmi scénovanosti sú: zameranosť na diváka, výzva k sledovaniu, výjav, výstup a prirodzenosť konania. Analyzovaný open environment na niektorých miestach estetizoval reálne prostriedky v snahe upútať pozornosť publika, neherci zapojení do projektu sa sebasecenovali atď.

3. Z hľadiska **teória inscenovania** – podľa slovenského estetika a germanistu Vincenta Šabíka je pojem inscenácia centrálnym pojmom predovšetkým post/moderny, jej kultúry a umení (2009, s. 45). Môžeme ju považovať aj za spôsob tvorby divadelného diela podľa vopred známej a dohodnutej koncepcie, keď je spôsobom komponovania tvaru javu, vzťahuje sa na aktuálne prebiehajúcu udalosť, ktorá je spolukomponovanou inscenačnou predstavou (Inštitutorisová – Oravec 2009, s. 466) procesného charakteru. Ukážky zo scenára projektu, ako aj spôsob jeho realizácie dokazujú, že tvar aktuálne vznikol podľa vopred dohodnutej esteticko-umeleckej koncepcie.

¹⁰ Medzi základné formy performancie zaraďuje happeningy, site specific, performanciu, rituály, obrady/obradové divadlo, imerzné aktivity, akčné umenie, body art, správanie sa zvierat, procesy v mozgu (imaginácie) atď.

OTÁZKA č. 4: Akej kvality je estetický imagen očami art marketingu?

Od najstarších čias patrili medzi typické art/marketingové prostriedky vývesné štíty, obchodné značky, výstavné stánky, reklamné predmety, ktoré sa postupom času začali chápať ako dizajnérske či umelecké diela alebo sa vyvinuli ako špecifické formy umenia. Okrem nich sú ich súčasťou aj špecializované inštitúcie a zariadenia, ktoré slúžia na prezentáciu alebo predaj umeleckých diel, napríklad staroveké grécke a rímske pinakotéky – súkromné či verejné obrazové galérie, ktoré slúžili na vystavenie získaných umeleckých výtvarných diel, akčné siene, divadelné budovy, knižnice atď. K prostriedkom art marketingu patria aj rôzne typy eventov, vďaka ktorým sa dodnes nielen výrobky osobnej spotreby (aj z oblasti úžitkového umenia, ako odevy, kuchynský servis, obliečky na paplóny atď.), ale aj umelecké diela dostávajú do povedomia záujemcov, kupujúcich (Hornák, 2003, s. 74-75). V stručnom historickom pohľade k nim patria v rámci začiatkov vzniku talianskej renesančnej ľudovej komédie *commedie dell'arte* napríklad aktivity (eventy) mastičkárov na trhoviskách a ich pomocníkov, ktorí svojím akrobatickým, rečníckym či hudobným umením vzbudzovali záujem obyvateľov miest a obcí o liečivé produkty. Artovosť predvádzaných výkonov ich pomerne často doviedla k divadelnej profesii, a tak sa stávali hercami profesionálnych divadelných skupín. K art marketingovým eventom patria tiež dvorné slávnosti francúzskeho kráľa Slnko Ľudovíta XIV. (1638 – 1715), ktoré boli plné hudby, tanca, paradivadelných foriem, *site specific* atď., vytvorených podľa jeho predstáv a „obchodných“ objednávok, prostredníctvom ktorých sa snažil upevniť svoju absolutistickú moc a „kupovať“ si u šľachty poslušnosť. Patria k nim aj performancie vyvolávačov predstavení z čias života svetoznámeho francúzskeho míma českého pôvodu Jeana Gaspara Debureaua (1796 – 1846) či dnešné *matiné* k premiéram opier v Slovenskom národnom divadle v Bratislave atď.

Z hľadiska vzťahu umenia či kultúry k marketingu a art marketingu ide vždy o vzájomne podporujúcu väzbu, nejde v nej iba – napríklad – o hustotu a dostupnosť siete art/marketingových inštitúcií a bohatosť využívania art/marketingových prostriedkov, ako sú vymenované vyššie. Umenie a kultúra, ich prvky a postupy sú vždy v nejakej forme, t. j. v nejakej estetickej výrazovej kvalite prítomné v akejkoľvek podobe marketingu, vrátane marketingovej komunikácie (Gero, 2012, s. 189). V podobnom duchu je oficiálne ministerstvom kultúry definovaný aj kreatívny priemysel: „Pojem kreatívny priemysel označuje činnosti vytvárajúce ekonomickú hodnotu na základe individuálneho tvorivého vkladu či umeleckého nadania postavenom na zhodnocovaní duševného vlastníctva, do ktorého možno zaradiť oblasti tvorivej činnosti, ako architektúra, dizajn, film, hudba, výtvarné a divadelné umenie, ale aj tvorba počítačových hier či reklama. Táto problematika však nezasahuje len oblasť kultúry a tvorivosti, ale aj mnohé odvetvia hospodárstva a zohráva kľúčovú úlohu v procese digitalizácie a globalizácie“ (Anonym). Hoci sa z marketingového hľadiska všeobecne kultúrny/umelecký produkt považuje za rovnaký produkt

ako akýkoľvek iný výrobok či za službu s určitými špecifikami (Lichá – Zelenáková, 2015, s. 218-219), pre umelecký (estetický, kultúrny) produkt v akejkoľvek komunikačnej situácii je vždy príznačný rozmer estetickej. Je charakteristický konkrétnou estetickou výrazovou kategóriou, pretože je vždy zároveň (Plesník, 2008, s. 15) označením „... akosti výpovede, ktorú vo vnímaní zakúšame ako jej účinok, pôsobnosť.“ Či už ide o vývesný štít alebo jeho dizajn, architektúru, verejný priestor atď., estetická rovina pôsobenia je ich pevnou súčasťou. Esteticky pôsobí, t. j. estetickou výrazovou kategóriou je dokonca aj palimpsestový vzťah medzi románskym Kostolom sv. Michala v Košiciach (11. storočie), nad ktorým bola po jeho vyhorení v roku 1380 postavená súčasná dominanta – gotický Dóm sv. Alžbety (koniec 14. storočia – 1520) na Hlavnej ulici. Uvedené stavby sú zároveň typickým príkladom vzniku stavby náboženského diela vo verejnom priestore ako výsledok potreby šírenia viery prostriedkami náboženského art marketingu. Stál za znovuoživením artefaktu, ktorý sa v súčasnosti považuje za mimoriadne významný, hlavne kultúrny, estetický a umelecký, a nie náboženský artefakt.

Súčasnejším recepcným pohľadom na problematiku hľadania odpovede na otázku, ako sa mení estetická výrazová kvalita i verejného priestoru, je teória fikčných svetov. Pomáha inak chápať recepcný imagen, t. j. divákovu/čitateľovu/návštevníkovu atď. predstavu o diele. Je textom, ktorý vzniká ako výsledok všetkých recepcných operácií s ním, aj materiálom (hmotne) nerealizovaných, pretože pojem fikčného sveta „... odkazuje k množine nerealizovaných možných stavů věcí.“ (BF, 2018, s. 218; tiež Doležel, 2003, s. 30.) Od fiktívneho, t. j. fantazijného, v realite neexistujúceho sveta sa odlišuje predovšetkým referenčnosťou a performatizácia verejného priestoru sa jej optikou deje takmer neustále. Z nej – napríklad – vyplýva, že vďaka permanentnej prítomnosti autorského i recepcného imagenu vo verejnom priestore dochádza takmer neustále k zmene nielen chápania jeho estetiky, ale aj ku zmene postoja k jeho kultúrnej a umeleckej hodnote a funkcii. Avšak závislosti od ich sily, t. j. schopnosti sa presadiť, dochádza k posilneniu či zoslabeniu aktuálnej a dobovej estetiky, vrátane jeho aktuálnej art marketingovej využiteľnosti, ako bolo uvedené v úvode.

Konkrétne: zelená farba vo verejnom priestore môže byť chápaná z výrazového i významového hľadiska veľmi široko a odlišne, pretože je súčasťou ničím neobmedzenej množiny nerealizovaných stavov vecí bez ohľadu na art marketingový či iný status.

Uvádzané príklady marketingového a art marketingového chápania artefaktov sú dôkazom toho, že ich postupy niekedy až radikálne menia význam pôvodného faktu, javu, udalosti, verejného priestoru atď., inak estetizujú ich výrazovú kvalitu. Vďaka nim najčastejšie dochádza k vzniku art marketingových metatextov rôzneho typu a formy, ktoré nesú nasledovné znaky:

- úplná či čiastočná strata aktuálnou semiotizáciou pôvodného významu,

- vznik nového či pozmeneného estetického výrazu, t. j. novej estetickej výrazovej kategórie či inak špecifikovanej pôvodnej kategórie vďaka interpretačnému rozmeru,
- viac či menej dynamická zmena v jeho imagene tak v autorskej, ako aj v recepčnej polohe ako snaha o preklad (intersemiotický) nových významov do pochopiteľnej roviny,
- simulácia historickosti a autentickosti ako rekonštrukcia pôvodnej udalosti,
- umelecká/estetická/kultúrna interpretácia (kreativizácia) dejinných faktov ako aktivácia aktuálnej pamäti priamych účastníkov udalosti (event),
- ostenzívnosť, prezentačnosť a reprezentatívnosť,
- naratívita ako permanentná otvorenosť k vzniku nových naratívnych udalostí.

Verejný priestor je z hľadiska architektúry a urbanizmu vždy priestorom, ktorý je vybudovaný ako veľmi otvorený sociálny systém. Nikdy nie je – na príklade mesta (Petříková – Kusý, 1999, s. 72) – iba „... mechanickým zoskupením ľudí, ale štruktúrovanou sociálnou jednotkou, ktorá si vytvorila určitý systém sociálnych vzťahov a spôsob života a ktorej základom je využívanie spoločného územia a vypestovanie pocitu spolupatričnosti k spoluobyvateľom, ako aj k územiu, na ktorom žijú.“ Vzhľadom na to, že rozhodovanie o terajšej či budúcej podobe verejného priestoru, jeho využítí či zneužití v zmysle vyššie uvedeného sa deje neustále, výrazovú variabilitu verejného priestoru (aj očami art marketingu) môžeme považovať za antropologickú nevyhnutnosť. Každá jeho výrazová zmena je vždy výsledkom zmeny pomeru v sile ikonickosti a operatívosti častí, ktoré ho tvoria. Ide iba o to, v akej miere je vybudovaný imagen podporený inštitucionálne, t. j. či osobný postoj v ňom má možnosť mainstreamovo sa presadiť.

Literatúra

- BACHTIN, M. 1988. *Estetika slovesnej tvorby*. Bratislava : Tatran. 451 s.
- BESANÇON, A. 2013. *Zakázaný obraz. Intelektuální dějiny obrazoborectví*. Brno : Barrister & Principal. 400 s. ISBN 978-80-87474-95-2.
- BF [FOŘT, B.] Fikční svět [Heslo.] 2018. In Sládek, O. a kol. *Slovník literárněvědného strukturalismu*. Brno : Host, s. 218-220. ISBN 978-80-7577-479-8.
- DOLEŽEL, L. 2003. *Heterocosmica: Fikce a možné světy*. Praha : Karolinum. ISBN 80-246-0735-2.
- GERO, Š. 2012. *Komunikácia – umenie – marketing*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. ISBN 978-80-558-0031-8.
- HIMIČ, P. 2005. *Na rozhraní tisícročí. Štátne divadlo Košice*. Bratislava : Divadelný ústav. 63 s. ISBN 80-8898-76-1-X.

- HORNÁK, P. 2003. *Nová abeceda reklamy*. Bratislava : Central European Advertising, 298 s. ISBN 80-967950-5-8.
- INŠTITORISOVÁ, D. – ORAVEC, P. 2009. Inscenovanosť. (Heslo.) In Inštitorisová, D. (Edit.). *Divadlo – interaktivita, inscenovanosť, diskurz*. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, ktorá sa konala pod záštitou dekanky FF UKF v Nitre prof. PhDr. Zdenky Gadušovej, CSc., v dňoch 10. –11. júna 2008 na UKF v Nitre. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, s. 445-449. ISBN 978-80-8094-434-6.
- INŠTITORISOVÁ, D. 2001. *O výrazovej variabilite divadelného diela*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. 284 s. ISBN 978-80-558-0519-1.
- INŠTITORISOVÁ, D. 2006. Projekt BOCATIUS'. In Inštitorisová, D. a kol. *Peter Scherhauser – Učiteľ „šasķu“*. Bratislava : Eleonóra Nosterská – NM Code, s. 40-45. ISBN 80-969195-1-2.
- INŠTITORISOVA, D. 2010. *Interpretácia divadelného diela*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. 224 s. ISBN 978-80-8094-432-2.
- JIROUŠEK, A., 2003. *Košice na začiatku tretieho tisícročia*. Košice: JES, 2003. 141 s. ISBN 80-88900-12-3.
- KAČALA, J. a kol. 1997. *Krátky slovník slovenského jazyka*. Bratislava : Veda. 943 s. ISBN 80-224-0464-0.
- LICHÁ, S. – ZELENÁKOVÁ, K. 2015. Teoretické východiská marketingu kultúry a služieb. In Kolektív. *Marketingová komunikácia a médiá 14*. Zborník vedeckých štúdií z oblasti histórie a teórie marketingovej komunikácie a médií. Bratislava : Univerzita Komenského, s. 211-240. ISBN 978-80-89652-10-5.
- MIKO, F. 1969. *Estetika výrazu. Teória výrazu a štýl*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo. 292 s.
- MIKO, F. 1989. *Aspekty literárneho textu. Štúdie 6*. Nitra : Vysoká škola pedagogická. 208 s. ISBN 80-85183-00-5.
- MIKO, F. 1992. Živá kultúra. In Plesník, Ľ. – Valentová, M. (eds.) *Umelecká tvorba, jej recepcia a interpretácia ako živé formy kultúry*. Nitra: Vysoká škola pedagogická, s. 7-36. [Výskumné materiály 38/1992.]
- MIKO, F. – POPOVIČ, A. 1978. *Tvorba a recepcia. Estetická komunikácia a metakomunikácia*. Bratislava : Tatran. 390 s.
- PETRÍKOVÁ, D. – KUSÝ, I. 1999. *Sociológia pre architektov a urbanistov*. Bratislava : ROAD. 157 s. ISBN 80-967511-9-0.

- PLESNÍK, L. a kol. 2008. *Tezaurus estetických výrazových kategórií*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. 472 s. ISBN 978-80-8094-350-9.
- POPOVIČ, A. a kol. 1983. *Originál – preklad. Interpretáčnã terminológia*. Bratislava: Tatran. 362 s.
- POPOVIČ, A. 1976. Metakomunikačný aspekt literárneho vývinu. In Münzová, Z. (edit.) *O interpretácii umeleckého textu 5*. Nitra: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, s. 45-84.
- SCHERHAUFER, P. 1998. Keď som... In Verešpejová, A. (edit.) *Bocatus '98. Open air environment*. [Bulletin k inscenácii.] Košice : Východoslovenské štátne divadlo. [Nečíslované.]
- SCHERHAUFER, P. 1998. Bocatus '98. Open air environment. [Scenár.] Košice : Východoslovenské štátne divadlo. [Nečíslované.]
- SCHECHNER, R. 2009. *Performancia: teórie, praktiky, rituály*. Bratislava : Divadelný ústav. 342 s. ISBN 978-80-89369-11-9.
- SCHUSTER, R. 1998. *Ján Bocatus*. Košice : PressPrint. 71 s. ISBN 80-967412-6-8.
- ŠABÍK, V. 2009. Estetika inscenovania (umelecké a mimoumelecké súvislosti). In Inšitorisová, D. (edit.) *Divadlo – interaktivita, inscenovanosť, diskurz*. Zborník z medzinãrodnej vedeckej konferencie, ktorá sa konala pod záštitou dekanky FF UKF v Nitre prof. PhDr. Zdenky Gadušovej, CSc., v dňoch 10. – 11. júna 2008 na UKF v Nitre. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, s. 65-83.
- URLANDOVÁ, A. 2016. *Sila farby. Princípy a vybrané poznatky k riešeniu farebnosti v architektúre a urbanistických priestoroch s využitím colour science*. Bratislava : Eurostav. 192 s. ISBN 978-80-8922-844-7.
- VOJTĚCHOVSKÝ, M. – VOSTRÝ, J. 2009. *Obraz a příběh. Scénická ve výtvarném a dramatickém umění*. Praha : Akademie múzických umění, KANT. 308 s. ISBN 978-80-86970-86-8.
- VYSEKALOVÁ, J. a kol. 2012. *Psychologie reklamy*. 4. rozš. a aktual. vyd. Praha : Grada. 324 s. ISBN 97-880-24740-05-8.

Internetové zdroje:

- Hlavnã ulica (Košice). 2021. In *Wikipédia.org* [online]. 9. 1. 2021 [cit. 2022-10-10]. Dostupné z: [https://sk.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%A1_ulica_\(Ko%C5%A1ice\)](https://sk.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%A1_ulica_(Ko%C5%A1ice))
- Kultúrny a kreatívny priemysel. 2020. [online]. In *Culture.gov.sk*. 8. 11. 2020 [cit. 2022-10-10]. Dostupné z: <https://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/umenie-a-kreativita/kulturny-a-kreativny-priemysel/>
- Výraz. 2022. In *Juls.savba.sk* [online]. 15. 11. 2022 [cit. 2021-10-10]. Dostupné z: <https://slovník.juls.savba.sk/?w=v%C3%BDznam&s=exact&c=gd5d&cs=&d=kssj4&d=psp&d=ogs&d=ssj&d=orter&d=scs&d=sss&d=peciar&d=ssn&d=hssj&d=ber nolak&d=noundb&d=orient&d=locutio&d=obce&d=priezviska&d=un&d=pskfr&d=pskcs&d=psken#>

II. SCÉNIKÝ DIZAJN A ESTETIKA VIZUÁLNEJ KOMUNIKÁCIE EVENTOV

O scénografii

Scénografická tvorba obsahuje v sebe primárne nielen vizuálny (zrakový) a optický (svetelný), ale aj dramatický aspekt, ktorému sa podriaďujú všetky ostatné zložky divadelného, filmového či televízneho diela. Scénografické prostriedky sú vždy nástrojom interpretácie zvolenej témy, dopredu viac-menej pevne dohodnutej alebo aktuálne¹¹ autorsky, t. j. improvizovane vytvárajú inšcenačnej koncepcie. Aj preto je scénografia veľmi otvorená predstavivosti a fantázii, odlišným kontrapunktickým významovým nadstavbám, netradičným postupom až interdisciplinárneho¹² charakteru, ale i prísnemu verizmu a realizmu. V ľubovoľnej miere môže využívať vizuálne výrazové prostriedky nielen iných druhov umení, dizajnu (v zmysle estetiky úžitkových umení), ale tiež prvky mimoestetické reality, ktoré zapojením do scénického diania estetizuje, vďaka čomu sa stávajú estetickými objektmi či javmi, t. j. prvkami estetické reality. V rôznej miere, sile a dokonca aj estetické či umelecké kvalite môže pracovať tak s konvenčným, ako aj nekonvenčným estetickým divadelným vizuálnym prvkom, a to v škále od náznaku cez štylizáciu až po realističnosť a autentickosť. Obdobne pristupuje aj k práci s prvkami mimoestetické a mimoumelecké reality, t. j. k prírodným materiálom, k západu slnka, k fragmentom odevov, k rozpadnutej architektúre atď.¹³

Vďaka jazyku scénografie sa vytvárajú priestorové vzťahy, ktoré nerekonštruujú mimoumeleckú realitu¹⁴, ale vytvárajú estetickú realitu, pričom originalita či osobitá poetika scénografického jazyka vyvíja jeho umeleckú rovinu. Základnými vlastnosťami scénickej reality tohto typu sú obraznosť, imaginatívnosť, magickosť, metaforickosť, symbolickosť, vizuálnosť a vizionárskosť; v porovnaní s vyššie spomenutou tradičnou umeleckou scénografiou v nej dramatický aspekt ustupuje, prípadne je výrazne potlačený. Takáto scénická realita je tiež typická nezameniteľnou atmosférou, vytvára veľmi sugestívne pôsobiace prostredie, s jasným a logickým postojom k vyjadrovanej téme. Či je scénické prostredie vytvárané technikou akčnej scénografie alebo na základe rešpektovania princípov historizmu, prípadne ahistorickým princípom,

11 Pojem aktuálny chápeme v súlade s jeho výkladom literárnym vedcom Františkom Mikom, ktorý ho v sústave estetických výrazových kategórií charakterizuje ako navodenie predstavy „časovej, priestorovej a príbehovej bezprostrednosti deja a vecí.“ Pozri o tom viac MIKO, F. Aktuálnosť (bezprostrednosť) výrazu. 1983. In POPOVIČ, A. – MIKO, F. a kol. *Originál/preklad. Interpretačná terminológia*. Bratislava : Tatran, s. 112.

12 Ide o adaptovanie chápania pojmu výtvarné disciplíny, pod ktorým sa zvyčajne rozumie rozdelenie výtvarných diel napr. na disciplíny plošné (kresba, maľba, grafika) a priestorové (architektúra, sochárstvo, intermédiá) (Guillaume, 2012, s. 20). Jeho použitím sa zdôrazňuje veľká druhová a žánrová rôznorodosť scénografických artefaktov.

13 Estetickou stránkou uvedených príkladov sa z teoretického hľadiska zaoberá napríklad estetika prírody, estetika environmentu či estetika každodennosti.

14 Ako je to napríklad pri rekonštrukciách historických bitiek (rímske naumachie), v inscenáciách dokudrám, vo filmových dokumentoch s historickými témami a pod.

sémanticko-ilustračným či fantazijným spôsobom, v prvom rade má znakový, t. j. zástupný charakter.

Uvedené platí aj pre scénografickú tvorbu pri realistických až naturalistických divadelných, filmových či televíznych dielach,¹⁵ keď je uvedený typ výrazových prostriedkov charakteristický vysokou mierou symbolickosti. Scénický prostriedok v tomto type výtvarného stvárnenia je vyjadrením najširšie platných vizuálnych zákonitostí, poznatkov či informácií, ktoré sú ľahko dekodovateľné. Konkrétny príklad: Vďaka tomu, že všetci poznáme stoličky, lampy, kamene atď., chápeme ich prvotný význam (funkciu) v prostredí divadelného/dramatického diela. Popri rozhodujúcom primárnom činiteľi – hereckej akcii, s pomocou ktorej herec koná v postave a vytvára ju –, je sekundárnym činiteľom, ktorý tvorí hranicu medzi realitou a scénickým umeleckým dielom, v prípade divadelného diela zverejnenie vytvorenej simulovanej (fiktívnej) situácie, v prípade filmového a televízneho diela jej technické vytvorenie.

Za podstatnú sociálno-umeleckú komunikačnú kvalitu scénografie môžeme považovať skutočnosť, že vytváraním vizuálneho tvaru divadelného (a i.) diela pomáha divákovi prijať jej posolstvo (Ciller – Brezina, 1989, s. 35). Nie je preto iba výtvarným objektom vo funkcii výtvarnej neštylizovanej ilustrácie, realistického portrétu alebo krajiny, t. j. nie je iba dekoráciou, ktorej primárnou funkciou je označenie typu prostredia (kuchyňa, obchod, kancelária, záhrada a pod.). Vždy by mala byť rovnocennou hercovi, réžii, textu atď. Vytvorená scénická fiktivita¹⁶ je nielen priznaná, ale hlavne dramaticko-herne používaná. Slovom slovenského scénografa Jozefa Cillera, ktoré sa nevzťahujú iba na akčnú scénografiu, má scénografia spoluplytvárať „... metaforu inscenácie, ktorá nie je daná a priori scénickým riešením priestoru, ale vzniká, zaniká, mení sa, vyvoláva asociácie symbiózou všetkého, čo na javisku je. Slovom, akčná scénografia je akčná nielen vo svojom vnútri, ale aj vo vzťahu k publiku. Usiluje sa o to, aby bol priestor v človeku, ním, cez neho i v ňom sa menil.“¹⁷

Pevnou súčasťou vizuality scénického (hracieho) priestoru je, samozrejme, aj divadelný (filmový, televízny) kostým, ktorý je najosobnejším estetizovaným výtvarným výrazovým prostriedkom herca. Patrí sem tiež svetelný dizajn (staršie pomenovanie svetlá), ktorého význam v súčasnosti mimoriadne narástol aj vzhľadom na nové typy svetelnej technológie a možnosti digitalizácie svetelných efektov (Ciller – K&K, 2005, s. 30).

Scénografiu môžeme slovami Jozefa Cillera definovať ako „... architektúru dočasnú, alebo pohybovú, kooperujúcu, imaginatívnu...“ (Ciller, 2006, s. 22), štrukturalistickým jazykom ju charakterizovať ako „... výtvarné a architektonické stvárnenie priestoru, v ktorom sa odohráva

15 Nebudeme sa zaoberať problematikou vytvárania simulácie prostredia v rozhlasových dielach vzhľadom na recipientom iba predstavovaný, nie autenticky vytváraný scénický či aktuálne prezentovaný scénický (vizuálny) priestor.

16 Pod pojmom fiktivita chápeme scénické dielo ako jav existujúci mimo obklopujúcej reality, je opozitom slova realita (Inštitutorisová, 2001, s. 231).

17 Tamže.

dramatická akcia...“ (Kolektív, 1990, s. 305), považovať ju za synonymum určitého typu úžitkového umenia, prípadne „... za scénické výtvarníctvo, určujúci zvláštny dramatický výtvarný odbor“ (Kolektív, 1990, s. 305). Slovenský dizajnér a scénograf Peter Mazalán jej chápanie nasmeroval k performatívnej paradigme. Scénografia je pre neho vždy najhlbším až archetypovým (Mazalán, 2021, s. 36) uvažovaním o miestach ako o architektúre, ktorá znesie vzťahové aj príbehové kolízie (Mazalán, 2021, s. 38). Mazalán nechápe architektúru iba ako budovu a pod scénografiou rozumie nielen inscenovanie dekoratívnej mizanscény. Architektúra je pre neho etickým a zároveň psychoanalytickým laboratóriom, pričom v tejto súvislosti je scénografia optimálnym výchovným prostriedkom (Mazalán – Hronský, 2020, s. 1-7).

Vytvorený scénický priestor však nie je iba vecou autorskej práce, t. j. autorskej interpretácie zvolenej témy scénografom (scénickým dizajnérom) či ostatnými tvorcami (režisér, herci, dramaturg atď.), ktorí sa zúčastňujú na jeho vzniku alebo recepcnej realizácii.¹⁸ Nie je iba výsledkom, umeleckým dielom/artefaktom scénografa, ale počas jeho realizácie vzniká aj ako výsledok recepcnej interpretácie.¹⁹ Napríklad český teoretik scénografie a scénický výtvarník Albert Pražák vo svojej monografii *Interpretace scénografického prostoru* v tejto súvislosti chápe scénografiu (analogicky scénografický priestor, scénický priestor) ako interpretáciu, pretože je výsledkom vstupu „... diváka do obraznosti...“ (Pražák, 2003, s. 45). Účastou diváka na realizácii divadelného diela dochádza k zjednoteniu umeleckého diela, t. j. herca a diváka v reálnom (aktuálne dobovom²⁰) čase a priestore.²¹ Podmienkou vzniku scénografického priestoru je teda aj prítomnosť jeho recepcnej interpretácie, ktorá vždy prebieha v zmysle ideovej koncepcie a v súlade s intenciami inscenačného programu. Pražák tiež špecifikuje, že scénický priestor v zmysle priestoru vloženého do javiska je vďaka tomu vždy iba produktom priestoru scénografického (Pražák, 2005, s. 56-60).

18 Divadelné dielo má dve základné fázy realizácie – neverejnú a verejnú. V neverejnej fáze pri jeho vzniku/tvorbe prevažuje autorský prístup, vo verejnej recepcný prístup k nemu.

19 Pod recepcnou interpretáciou chápeme taký prístup k estetikej či umeleckej výpovedi, ktorá vychádza zo zameranosti recipienta v kontexte nejakej konkrétnej celostnej teórie textu ako sústava estetických výrazových kategórií Františka Mika, semiotické modelovanie sveta v texte Antona Popoviča, komunikačno-semiotická výrazová analýza významu textu Evy Kapsovej, teória medziliterárnosti Dionýza Ďurišina a i.

20 Pojem používa v tomto zmysle napríklad Petr Pavlovský. Pozri PAVLOVSKÝ, P. 2004. Čas dramatu. [Heslo]. In Pavlovský, P. a kol. *Základní pojmy divadla. Teatrológický slovník*. Praha : Libri & Národní divadlo, s. 43. ISBN 40-315-0353-9.

21 Uvedené platí aj pre filmové a televízne dielo.

Odklon od tradičného chápania scénografie

Zmena v nahliadaní na scénografiu nielen v diskurzívnom, ale aj v paradigmatickom zmysle slova (naznačená v niektorých aspektoch vyššie) viedla k uvažovaniu o nej ako o scénickom či scénicko-dizajnerskom myslení, ktoré sa už netýka iba tradičných druhov dramatických umení, ale aj rôznych paradivadelných, performatívnych či iných aplikovaných herno-štruktúrnych foriem pôvodných dramaticko-umeleckých konceptov. Pod scénickým myslením napríklad slovenský scénograf a teoretik scénografie Peter Janků rozumie taký typ scénickosti, ktorá je „... kompromisom paradigmy a diskurzu, ktorá v človeku nastavuje nový typ empatie, je novým typom zameranosti na ním žitú súčasnosť, je novým typom myslenia“ (Janků, 2012, s. 8). Nie je teda iba estetickým myslením či myslením v obrazoch (Janků, 2012, s. 8), ale recepčným i autorským myslením v rôznych formách scénickosti, scénovanosti a inscenovanosti, ktoré vyžaduje „... aktívny prístup vloženia sa do života – v jednote scénického zmyslu a dramatického citu, vnútorno-pohybovým nastavením svojho konania so zámerom rozlišovania medzi originálom človeka a jeho znakovou nadstavbou“ (Janků, 2012, s. 61).

V definovaní dizajnu (z angl. design) v súčasnom platnom Zákone o dizajnoch síce stále nie je explicitne a ani implicitne vyjadrené, že sa vzťahuje aj na uvedené umelecké (dramatické) interaktívne komunikačné situácie, avšak v bežnom slovenskom a českom odbornom či teatrologickom diskurze sa pojem scénický dizajn v tomto zmysle používa.²² Vzhľadom na súčasnú preferenciu tohto termínu je charakterizácia dizajnu v mienkotvornom médiu Wikipédia ústretová k dramaticko-scénickým umeleckým výpovediam.²³ Na základe uvedeného môžeme pod scénickým dizajnom v primárnej rovine chápať vytváranie výtvarného vzhľadu v rámci niektorého z druhov scénických dramatických umení, prípadne paradramatických situácií a obrazov. Súčasťou tejto činnosti je tiež vizuálna analýza a transformácia témy podľa zadaných kritérií do scénického tvaru. Podľa pojmovo presnej, v slovenskom kontexte zatiaľ ojedinelej

22 Podľa Zákona č. 444/2002 Z. z. v § 2, Zákona o dizajnoch sa na účely tohto zákona rozumie:
„a) dizajnom vonkajšia úprava výrobku alebo jeho časti spočívajúca v znakoch, ktorými sú najmä línie, obrisy, farby, tvar, štruktúra alebo materiál samého výrobku alebo jeho zdobenía,
b) zapísaným dizajnom dizajn zapísaný do registra dizajnov,
c) výrobkom akákoľvek priemyselne alebo remeselne zhotovená hmotná vec vrátane obalu, úpravy, grafických symbolov, typografických znakov alebo z častí určených na zostavenie zloženého výrobku s výnimkou počítačových programov,
d) zloženým výrobkom výrobok, ktorý sa skladá z viacerých častí, ktoré môžu byť vymenené a ktoré umožňujú rozobratie a opätovné zostavenie výrobku.“ (Zákon o dizajnoch, online)

23 „Dizajn môže byť:

- špecifická novodobá úžitková výtvarná činnosť,
- prirodzené alebo zámerné povrchové vzory úžitkových predmetov a diel a stavebných materiálov a tvorba týchto vzorov, pozri dizajn (vzorovanie),
- funkčný a zároveň umelecký (estetický) tvar a podoba úžitkových predmetov a diel a stavebných materiálov a tvorba takéhoto tvaru a podoby, pozri dizajn (stváranie),
- výtvarné riešenie priemyselného výrobku, pozri dizajn (výrobok),
- priemyselné výtvarníctvo, priemyselné návrhárstvo,
- interdisciplinárny odbor, ktorý sa zaoberá vzťahmi človeka a spoločnosti voči technickému dielu,
- plán experimentu“ (Dizajn, 2021, online).

Uvedomujeme si nižšiu mieru relevantnosti citovania z Wikipédie, ale vzhľadom na zámer poukázať na rôzne kontexty uvažovania o dizajne považujeme za potrebné konfrontovať aj tento typ informácie s ostatnými poznatkami.

definície scénického výtvarníctva, je scénický dizajn „... navrhovanie, projektovanie, materiálové a technologické spracovanie jednotlivých častí scénickej výpravy v zmysle režijného návrhu, zadaného scenára, podmienok a požiadaviek scénickej praxe“ (Scénické výtvarníctvo, online). Výsledkom scénografickej činnosti je scénické dielo (scénografia, scénická výprava, scénický dizajn), ktorá je komplexným celkom, pozostávajúcim z kostýmovej výpravy (súčasť odevného dizajnu), maskérskej výpravy (maskérsky dizajn), aktuálne či predtextovo vytvárajúcej scény, vrátane osvetlenia scénického priestoru (svetelný dizajn), jeho ozvučenia (zvukový dizajn) a tvorby scénických dekorácií.²⁴

Toto chápanie scénického dizajnu má veľmi blízko k formalisticko-štrukturalistickému chápaniu scénografie v citovanom hesle *Scénografia v Encyklopédii dramatických umení Slovenska*. V ňom sa síce okrajovo scénografia považuje i za „... špeciálny druh úžitkového umenia...“ (Kolektív, 1990, s. 305) či za „... zvláštny dramatický výtvarný odbor...“ (Kolektív, 1990, s. 305), no ako dokazujú aj uvedené citáty, je vzťahovaná iba na oblasť tradičného vymedzenia podstaty divadelného/dramatického umenia. V sekundárnej rovine, t. j. v divadelno-dramatickej a paradivadelnej/dramatickej praxi používania pojmu scénický dizajn, dochádza k posilneniu chápania scénografie ako úžitkového umenia. Jej obsah sa už nevzťahuje iba na vytvorenie výtvarnej interpretácie v rámci niektorého z druhov a foriem dramatických umení, ale veľmi širokej škály ľudských prejavov. Analogicky k uvedenému môžeme tiež svetelný dizajn, slovami slovenského architekta, scénického a svetelného dizajnéra Jána Ptačina, považovať za „... vedomé narábanie s médium svetla, navrhovanie a realizáciu konkrétnych svetelných podmienok, obrazov, atmosfér, stavov a ich zmien v čase, s ohľadom na zadanie, umelecký zámer, technické možnosti a v neposlednom rade na energetické či finančné limity realizácie“ (Ptačin, 2021, s. 46-49). Dôležitú úlohu má v ňom estetická zložka, ktorá si vyžaduje hlbšie poznatky a vzdelanie tak na strane tvorcov, ako aj recipientov (Šuškleb, 2010, s. 8).

Odklon od nazerania na scénografiu ako na výlučne dramatickú umeleckú aktivitu je zjavný aj v slovenskom a českom teoretickom umenovednom, filozofickom, ale i pragmatickom umeleckom myslení. Napríklad slovenský filozof Miroslav Marcelli o urbánnom priestore uvažuje aj ako o scéne (2008, s. 199). Peter Mazalán vidí v poslednom období intenzívny vzájomný dialóg medzi architektúrou a scénografiou hlavne v nových formách, akými sú site-specific a imerzné divadlo, v ktorých sa divák prejavuje aktívne (Mazalán, 2017, s. 42). Scénografia má podľa neho „... licenciu pracovať s miestom nepredvídateľne. Môže pomôcť predpokladať nové spôsoby používania priestoru vzhľadom na motiváciu ich užívateľov a môže sa stať kritickým architektonickým projektom“ (Mazalán, 2017, s. 44). Český scénológ Jaroslav Vostrý dáva

24 Aplikované podľa tamže.

síce scénavanosť a scénickosť do priameho vzťahu s dizajnerskými umeniami, pri oboch však zdôrazňuje rozmer realizácie slobodnej predstavy, ktorý dizajn svojou praktickou účelnosťou nemá (Vostrý, 2020, s. 218). Český scénológ a semiotik Josef Valenta chápe napríklad mimoumelecké estetické prejavy ako scénológiu krajiny (Valenta, 2008).

V rámci iného paradigmatického videnia podstaty umeleckej scénografie môžeme nájsť niekoľko výrazne odlišných prístupov k problematike divadelnej umeleckosti, ktoré voči tradičnému mysleniu predstavujú až kontroverzne pôsobiaci model. Napríklad slovenský estetik a teoretik dizajnu Jozef Kovalčík spoločne s fínskym filozofom estetiky, dizajnu a kultúrnych štúdií Maxom Rynänenom považujú divadelné predstavenia antického Grécka (realizované počas dionýzií a i.) skôr za populárnu divadelnú kultúru než za moderné (umelecké) divadlo. Divadelné umelecké postupy tu totiž boli primárne použité pre naplnenie politických a náboženských funkcií. V prenesenom význame teda môžeme inscenácie tohto obdobia považovať skôr za úžitkové (dizajnerské) než umelecké divadelné umenie (Kovalčík – Rynänen, 2014, s. 39). Ďalším príkladom môže byť český sochár, maliar a scénograf Jaroslav Róna, ktorý sa venuje rôznym scénickým aktivitám (paradivadelným, úžitkovým). Za problematickým chápaním a prijímaním práce výtvarníkov a dizajnérov (ako „nevážnej tvorby“) zo strany oficiálnej kritiky a odbornej verejnosti vidí hraničnosť tohto typu umeleckých fenoménov (Dvořák, 2017, s. 197). Odlišnosti v uvedenom prístupe pochádzajú podľa neho z neustálej teoretickej a historicky podmienenej potreby rozlišovať vysoké a nízke umenie, pričom prvým typom umenia je potrebné sa „seriózne“ zaoberať a druhým nie. Pre českého scénografa Josefa Svobodu bola scénografia predovšetkým projektom s presnou funkciou, ktorý vzniká v spolupráci prinajmenšom s režisérom (Svoboda, 2020, s. 12).

Všetky uvedené osobnosti pristupujú k problematike umeleckosti divadelného diela v príbuznom význame ako slovenská teatrologička Soňa Šimková, ktorá vo svojej monografii *Divadlo prekračuje hranice. Patrice Chéreau. Ariane Mnouchkine. Robert Wilson* pojem divadelná inscenácia chápe a vysvetľuje súvislosti s pojmami umelecké divadlo (théâtre d'art, théâtre artistique, chudožestvennyj teatr), divadlo umelcov (théâtre des artes, Künstlertheater) a divadlo umení (théâtre des arts) (Šimková, 2019, s. 11-19).

Zmeny smerom k vizuálnej komunikácii

V súčasnosti sa v odbornej terminológii čoraz častejšie pracuje s pojmami ako sú obrazovosť²⁵, obrazy²⁶, inscenovaný obraz²⁷, priestorovosť a atmosféra²⁸, ikonizácia (aj dramatického) textu²⁹, iluminovanosť³⁰, imaginárnosť³¹, vizuálna dramaturgia³², komplexná vizualita³³, konceptualizácia³⁴ atď. Preberanie terminológie z iných umenovedných disciplín alebo umeleckej praxe opätovne odkazuje na rušenie, rozrušovanie či prekračovanie ďalších hraníc v štrukturalistickom a formalistickom uvažovaní o scénografii iba ako o umeleckom artefakte scénického výtvarníka.

Novým scénicko-komunikačným situáciám, ktoré sa masívne rozšírili hlavne v posledných desaťročiach, pomáhajú scénické výrazové prostriedky k vizuálnej semiotizácii, čím sa stávajú recepcne prijateľnejšími a vítanejšími. Vďaka antropologickej paradigme sa aj neštandardné či nečakané vizuálne akty (aktivity) stávajú pochopenými a poznateľnými. Pomáhajú znižovať mieru entropickosti scénického významu, ktorá je dôsledkom veľkej výrazovej odlišnosti v sémantike znakového konania herca/aktéra/performera/neherca/civilnej osoby v prirodzenom či vytváranom priestore. Napríklad ak je využitie techniky akčnej scénografie viac menej štandardom aj pri tvorbe tradičnejších divadelných scénografií, tak v postmoderných a postdramatických sociálnych, spoločenských alebo umeleckých performanciách nastáva redukcia tradičných scénografických postupov. Dochádza tým nielen k zníženiu časovej náročnosti vzniku „scénografie“, ale uvedené je aj znakom poľavenia nárokov na umeleckú i technickú prípravu pre vytvorenie vizuálneho modelu udalosti a k posilneniu experimentálnej roviny tvorby.³⁵ So scénografickými výrazovými prostriedkami sa pracuje na úrovni konceptu, nie sú dôsledne esteticky dramaticky vytvarované a prepojené, prvoradá je ich schopnosť samostatného výtvarného či vizuálneho komunikovania, pretože je tesne prepojená s úžitkovou rovinou performatívnej aktivity. Performer (neherec) je účastníkom esteticko-výtvarnej či vizuálnej udalosti, v rámci ktorej sa kladú do popredia iné než príbehovo-dramatické kvality tvaru. Slovom poľského divadelného režiséra Jerzyho Grotowského, „Performer ... znamená – človek činu. Nie je to teda človek, ktorý hrá niekoho iného. Je to tanečník, mág, bojovník a stojí mimo umenia deleného na druhy. Rituál, obrad, to

25 BALME, Ch. 2018. *Úvod do divadelnej vedy*. Bratislava : Divadelný ústav, s. 255. ISBN 978-80-8190-040-2.

26 JOVIČEVIČ, A. – VUJANOVIČ, A. 2012. *Úvod do performatívnych štúdií*. Bratislava : Divadelný ústav, s. 154, 157 a i. ISBN 978-80-89369-24-9; tiež GAJDOŠ, J. 2010. *Od inscenace k instalaci, od herectví k performanci*. Praha : Kant, s. 113. ISBN 978-80-7437-037-3 a mnohí ďalší.

27 JANKŮ, P. 2012. *Scénické myslenie*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, s. 64. ISBN 978-80-558-0171-1.

28 FISCHER-LICHTE, E. 2012. *Estetika performativity*. Mníšek pod Brdy : Na konári, o. s., s. 156-172. ISBN 978-80-904487-2-8.

29 UBERSFELD, A. 2002. *Czytanie teatru I*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 122 a i. ISBN 83-01-13571-9.

30 KOTTE, A. 2010. *Divadelní věda*. Praha : Kant, s. 97. ISBN 978-80-7437-019-9.

31 SCHECHNER, R. 2010. *Performancia: teórie, praktiky, rituály*. Bratislava : Divadelný ústav, s. 319. ISBN 978-80-89369-11-9.

32 LEHMANN, H.-Th. 2007. *Postdramatické divadlo*. Bratislava : Divadelný ústav, s. 34. ISBN 978-80-88987-81-9.

33 Tamže, s. 90.

34 Tamže, s. 155.

35 S trochou zveličenia môžeme dokonca povedať, že vznikajúci scénický projekt je vo svojej podstate plánom experimentu tak, ako tento význam uvádza Zákon o dizajne.

je performance, dokonaná akcia, akt. ... Performer, to je stav jestvovania. Človek poznávania. ... Poznanie je vec konania“ (Grotowski, 1991, s. 548).³⁶

Výrazný odklon od bežného chápania scénografie smerom k antropológii, sociológii či psychológii predstavuje koncepcia dialogického konania českého perfovera a herca Ivana Vyskočila, ktorá sa zaoberá psychosomatickým základom verejného vystupovania.³⁷ Úlohu scénografie v performatívnych situáciách odlišne chápe aj tzv. recyklované divadlo, ktoré sa zaoberá spôsobmi revitalizácie „... zanedbaných priestorov či adaptáciami nevyužívaných priestorov“ (Poláček – Pokorný, 2015, s. 9). V oboch spomínaných koncepciách však čitateľnosť inscenovaných udalostí ako celku naďalej zostáva zachovaná i preto, lebo sa na vybudovanie tvaru využíva široká škála rôznych výtvarných postupov, akými sú alúzia, citácia, invocácia, kamufláž, komentár, persifláž, premalba, recyklácia, reinterpretácia (Geržová – Hrubaničová, 1998, s. 114). Tie sú už aj v slovenskom kultúrnom a umeleckom kontexte dostatočne významovo čitateľné, zrozumiteľné i mimo vedeckého alebo odborného diskurzu.

Podľa amerického historika umenia Jamesa D. Herberta, tento recepčný obrat podmienili vizuálne štúdie, ktoré „... nedávajú všetky artefakty na jednu úroveň nič nehovoriacej všeobecnosti ‚vizuálneho‘, ale pristupujú k oblasti vizuálneho ako k miestu, kde chcú skúmať sociálne mechanizmy diferenciacie“ (Hebert, 2004, s. 511). Prenesenie akcentu na iné než umelecké významy či esteticko-umeleckú funkciu uvedených dramatických a paradramatických artefaktov alebo aktivít z nich robí primárne objekty vizuálnej komunikácie a vizuálnej kultúry. Dôležité však je, aby – vzhľadom na ich udalostný (performatívny) charakter – výrazovo jasne vyjadrovali podstatu dramatismu ľudského života, aspoň v takej miere, ako ich konvenčne reprezentuje tridsaťšesť dramatických situácií podľa francúzskeho spisovateľa, literárneho a divadelného kritika Georgesa Poltiho (Polti, 2019). A to aj vo veľmi zjednodušenej podobe, vyjadrenej napríklad v tabuľke tridsiatich šiestich emocionálnych výrazových kategórií (radosť, pokoj, láska, nuda, agresivita atď.), ktorá bola bez dostatočnej kontextovej šírky vytvorená pre potreby strihovej skladby slovenským filmárom Ľudovítom Labíkom (2012, s. 8). Na rozdiel od Poltiho popri inom neobsahuje príklady z histórie dramatických textov.

Ďalší spôsob dekódovania vizuality kultúrnych a umeleckých artefaktov ako dôležitého nástroja poznávania histórie ľudstva reprezentujú vizuálne štúdiá či vizuálna antropológia, ktoré opätovne rozširujú hranice poznávania scénických objektov. Ako totiž upozorňuje slovenská religionistka Monika Bagalová, je potrebné klásť dôraz nielen na „... spoločenské priestory a sociálne praktiky videnia/vnímania...“ (Bagalová, 2014, s. 41), ale aj na „... rôzne ľudské

36 J. Grotowski uvádza pojem performer s veľkým P na zdôraznenie jeho významu v koncepcii divadla.

37 Viac o tom napríklad zborník VYSKOČILOVÁ, E. – SLAVÍKOVÁ, E. (eds.) 2000. *Psychosomatický základ verejného vystupovania, jeho studium a výskum*. Praha : Akademie múzických umení. 181 s. ISBN 80-85883-50-3.

a technické zložky videnia a viditeľnosti.“ (Bagalová, 2014, s. 41) Vzhľadom na etymológiu pojmu vizualita tiež podotýka, že „... v sebe zahŕňa aj určité porozumenie toho, čo vidíme a teda i mentálne vnímame“ (Bagalová, 2014, s. 34). Bagalová vysvetľuje, že „... korene slova vizuál, vizuálny siahajú na začiatok 15. storočia. V prvotnom význame znamenajú prislúchajúcu schopnosť videnia, zrakový vnem z latinského visus, visualis vo význame pohľad, videné veci, vzhľad, podoba a videre – vidieť. Ibaže pojem vizuál obsahuje aj niečo viac ako len schopnosť videnia a určitý vzhľad. Sloveso videre je taktiež príbuzné slovu veda zo sanskrtu, vaeda v aveste a v gréčtine eidó, čo v preklade znamená vidieť, vedieť“ (Bagalová, 2014, s. 34). Pre problematiku, ktorú skúmame v našej štúdii, je dôležité práve prepojenie schopnosti vidieť a vedieť.

Scénografické výrazové prostriedky – i keď v zredukovanej podobe – sa z tohto uhla pohľadu stávajú jasne čitateľné a chápané ako súčasť zrozumiteľnej vizuálnej kultúry. Sú súčasťou vizuality, ktorá sa už nechápe iba ako „vec“ výtvarného umenia či kultúry, nerozumejú sa pod ňou iba tradičné vizuálne texty (výtvarné diela), ako sú fotografia, socha, obraz, ilustrácia a pod., t. j. texty určené na to, aby sme sa na ne dívali, ale patria do nej aj spôsoby, ktorými sa pozeráme na každodenné objekty alebo ľudí (Sturken – Cartwingt, 2009, s. 452). Narastá tiež podiel interaktívneho zapojenia sa recipientov do vzniknutých či vznikajúcich tvarov, pričom sa rešpektuje u človeka:

- schopnosť absorbovať, chápať a interpretovať veľké množstvo informácií rôzneho charakteru (napr. vodič počas jazdy počúva hudby, sleduje premávku, reklamné artefakty a pod.),
- neustála potreba zobrazovať či vizualizovať si skutočnosť (napr. spontánne kresby na margo, vytváranie vizuálnych grafických skratiek, preferovanie selfie, vlastných videí a pod.)
- chápanie vizualizácie ako miesta, kde sa vytvárajú a popierajú významy (napr. vytvorenie mandaly a jej následné zničenie, a to aj v zástupnej forme, ale vždy bez použitia slova),
- uprednostnenie poznávacej funkcie aj u zložitých obrazov ako primárnej funkcie (napr. snaha zistiť, vďaka akým technológiám vznikajú),
- obrat k bežnému životu (napr. prezentovanie artefaktov každodenného života ako vizuálnej udalosti),
- chápanie vizuálneho obrazu ako nestabilného znaku (napr. röntgenová snímka neznamená predpokladané),
- uvedomenie si premenlivosti vzťahu vizuálneho obrazu k realite (napr. fotografický obraz nemusí indexovať realitu) (Wirzoeff, 2012, s. 14-19).

Scénografia ako prostriedok vizuality v rámci art marketingu

Pri vizuálnej komunikácii i pri scénickom dizajne už teda nejde – slovami slovenského dizajnéra a teoretika vizuálnej komunikácie Tomáša Koprdu – iba o „... jednosmernú aktivitu orientovanú na prenos myšlienok, asociácií alebo informácií...“ (Koprda, 2016, s. 67), ale vďaka dynamickej, t. j. už nie statickej interaktivite môžu recipienti meniť umelecké diela (Koprda, 2016, s. 67). Dokonca, ako formuluje vo svojej štúdii s názvom Scénografia a jej komunikačná hodnota v printovej reklame slovenská dizajnérka Mária Košková, aj v prípade printovej reklamy, má scénografia svoje opodstatnenie, a to hlavne v súvislosti s mizanscénickou tvorbou obrazu, pretože nie je iba vizuálnym pozadím či estetickým doplnkom prezentovaného reklamného obrazu (Košková, 2013, s. 54). Viac než blízkosť k marketingu zdôrazňuje Košková jej umelecko-estetickú funkciu: „Poslanie scénografie v kompozícii reklamného komunikátu je (...) oveľa komplexnejšie a veľmi blízke divadelnej a filmovej percepcii tvorby a funkciám ich scénického priestoru“ (Košková, 2013, s. 54).

Základom takéhoto chápania reklamnej scénografie je síce využívanie podobných umelecko-scénografických postupov ako pri tradičnej scénografii, no v prípade printovej reklamy nesúvisia so semiózou umeleckej, ale reklamnej myšlienky. Pri aplikácii do najširších súvislostí môžeme spolu s Koškovou povedať, že scénografické postupy ovplyvňujú vizuálne stvárnenie reklamného komunikátu a uľahčujú jeho komunikovateľnosť, t. j. pochopenie, a to vďaka estetickým výrazovým kvalitám, akými sú jedinečnosť obrazového zobrazenia, výrečnosť obrazu ako celku, atraktivita, prehľadnosť, argumentačná potenciálnosť obrazu, logická nadväznosť všetkých obrazových prvkov obsiahnutých v obraze na text, respektíve slogan konkrétneho printového komunikátu (Košková, 2013, s. 54-55). V rámci reklamnej scénografie sa podľa Koškovej tiež vytvára „... také propagačné javisko, ktoré bude svojím vizuálnym riešením nielen esteticky dopĺňať propagovanú informáciu, ale súčasne bude identifikovať a vytvárať atmosféru vyplývajúcu zo zámerov reklamnej stratégie a úzko spätú s imidžom propagovaného subjektu, ktorý vizuálne zastupuje“ (Koprda – Košková, 2015, s. 59-61).

S Poltiho tridsaťšiestimi dramatickými situáciami či ich interpretáciou Ľudovítom Labíkom³⁸ spája reklamnú scénografiu akcentácia emocionálnej argumentácie a apelu (Koprda – Košková, 2015, s. 67), jej súčasťou je však aj racionálna argumentácia či argumentácia výlučne dizajnom, t. j. významovou jasnosťou obrazu (Koprda – Košková, 2015, s. 70-73). No pre marketing či art marketing nie je typická iba snaha o jasné emocionálne výrazové pôsobenie scénografických foriem, ktoré využíva, ale aj interaktivita pracujúca s možnosťou priameho zapojenia záujemcov (klienta, diváka a pod.) do rôzneho typu eventov. Patria sem napríklad

38 Ukážky sú v Prílohe č. 2 a Prílohe č. 3.

pomocníci masticárov a šarlatánov na námestiach renesančného Talianska, ktorých artistické výkony prispeli k tomu, že sa commedia dell'arte stala vo vrcholnom období umelecky neprekonateľnou, tiež vyvolávači predstavení z dôb života francúzskeho míma českého pôvodu Jeana Gasparda Deburaua, sprievody masiek pri otváraní alebo ukončovaní divadelných festivalov a mnoho ďalších aktivít. Vďaka nim sa od najstarších čias až dodnes dostávajú do povedomia záujemcov (kupujúcich) nielen výrobky osobnej spotreby z oblasti úžitkového umenia (odevy, kuchynský servis, obliečky na paplóny a pod.), ale aj umelecké diela (Hornák, 2003, s. 74-75).

Scénografické a scénické prostriedky a postupy sa využívajú pri tvorbe veľmi rozmanitých artefaktov. Aj keď nie je dosť možné určiť hĺbku ich divadelnej či dramatickej umeleckej kvality, pretože pre výsledný tvar je niekedy determinujúca vizuálna (dizajnerska) rovina, rôznorodosť ich využívania indikuje veľmi významnú zmenu v chápaní umeleckej scénografie. Vzhľadom na veľkú šírku a rozmanitosť teoretických i pragmatických kontextov sa zo scénografického myslenia stal fenomén, ktorý človeku pomáha orientovať sa v labyrinte vizuálnych znakov, a keď zlyhajú iné cesty, umožňuje mu komunikovať nielen so svojím okolím, ale aj so sebou samým. Obrat chápania scénografie (scénickosti) smerom k dizajnu, prípadne k forme vizuálneho projektovania sociálnych, spoločenských, politických, reklamných (marketingových) a podobných situácií znamená, že jeho estetické kvality sú všeobecne prijímané nielen ako záruka jasnej komunikovateľnosti zámeru (témy), ale aj zvýšenia kultúrnej a dokonca aj umeleckej úrovne predmetov dennej (úžitkovej) a artovej (umenie) potreby. Z teoretického hľadiska je rozmanité chápanie scénografie najmä otázkou intersemiotického prekladu – nielen jej prostriedkov a postupov, ale aj významov, ktoré prináša.

Literatúra

BALME, Ch. 2018. *Úvod do divadelnej vedy*. Bratislava : Divadelný ústav, 2018. 350 s. ISBN 978-80-8190-040-2.

CILLER, J. – BREZINA, J. 1989. Atakovanie fantázie. O scénografii hovoríme so zaslúžilým umelcom Jozefom Cillerom. [Rozhovor]. In *Slovensko*, roč. 13, č. 7, s. 35. ISSN 231-7303.

CILLER, J. 1995. *Scénografia ako Višňový sad...* [Inauguračná práca]. Bratislava : Vysoká škola múzických umení, 1995. 110 s.

CILLER, J. 2006. Stolička. In *Architektonické listy FA STU*, roč. 10, č. 3-4, s. 22. ISSN 1135-2679.

CILLER, J. – K&K. 2005. Rozhovor o scénografii. [Rozhovor.] In *Kritika & Kontext*, roč. 10, č. 30, s. 26-33. ISSN 1335-1710.

- DVOŘÁK, J. 2017. *Jaroslav Róna. Architektura – Publikace – Scéna*. Praha : Pražská scéna. 244 s. ISBN 978-80-88217-00-8.
- FISCHER-LICHTE, E. 2012. *Estetika performativity*. Mníšek pod Brdy : Na konáři, o. s. 334 s. ISBN 978-80-904487-2-8.
- GAJDOŠ, J. 2010. *Od inscenace k instalaci, od herectví k performanci*. Praha : Kant. 200 s. ISBN 978-80-7437-037-3.
- GERŽOVÁ, J. – HRUBANIČOVÁ, I. 1998. Výtvarná interpretácia. [Heslo]. In Geržová, J. – Hrubaničová, I. *Kľúčové termíny výtvarného umenia druhej polovice 20. storočia. Gramatická a sémantická charakteristika*. Bratislava : PROFIL. 122 s. ISBN 80-88675-55-3.
- GROTOWSKI, J. 1991. Performer. In *Javisko*, roč. 27, č. 11, s. 547-550.
- GUILLAUME, M. 2012. Umenie v primárnom vzdelávaní. Študijný materiál pre študentov elementárnej pedagogiky. Trnava : Trnavská univerzita v Trnave, Pedagogická fakulta. 217 s. ISBN 978-80-8082-565-2.
- HERBERT, J. D. 2004. Vizuálna kultúra/Vizuálne štúdiá. In Nelson, R. S. – Shiff, R. (eds.) *Kritické pojmy dejín umenia*. Bratislava : Nadácia – Centrum súčasného umenia; Slovart. 572 s. ISBN 80-7145-978-X.
- HORNÁK, P. 2003. *Nová abeceda reklamy*. Bratislava : Central European Advertising. 298 s. ISBN 80-967950-5-8.
- INŠTITORISOVÁ, D. 2001. *O výrazovej variabilite divadelného diela*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. 260 s. ISBN 80-8050-406-7.
- JANKŮ, P. 2012. *Scénické myslenie*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. 138 s. ISBN 978-80-558-0171-1.
- JOVIĆEVIĆ, A. – VUJANOVIČ, A. 2012. *Úvod do performatívnych štúdií*. Bratislava : Divadelný ústav. 206 s. ISBN 978-80-89369-24-9.
- KOPRDA, T. – KOŠKOVÁ, M. 2015. *Vizuálna komunikácia v marketingovom prostredí*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. 164 s. ISBN 978-80-558-0895-6.
- KOPRDA, T. Súčasný tendencie vizuálnej komunikácie. 2016. In Bačíková, Z. (edit.) a kol. *Nové výzvy masmediálnej a marketingovej komunikácie V*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa. 104 s. ISBN 978-80-558-0985-4.
- KOŠKOVÁ, M. 2013. Scénografia a jej komunikačná hodnota v printovej reklame. In *Analýza a výskum v marketingovej komunikácii*, roč. 1, č. 1, s. 52-64. ISSN 1339-3715.
- KOTTE, A. 2010. *Divadelní věda*. Praha : Kant. 220 s. ISBN 978-80-7437-019-9.
- KOVALČÍK, J. – RYNNÄNEN, M. 2014. A history of aesthetics of popular culture. In Kovalčík, J. – Rynnänen, M. (eds.) *Aesthetics of popular culture*. Bratislava : Academy of Fine Arts and Design, s. 14-49. ISBN 978-80-89259-86-1.

- LABÍK, E. 2012. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. Bratislava : Vysoká škola múzických umení. 64 s. ISBN 978-80-89439-34-8.
- LEHMANN, H.-Th. 2007. *Postdramatické divadlo*. Bratislava : Divadelný ústav. 365 s. ISBN 978-80-88987-81-9.
- MARCELLI, M. 2008. *Filozofi v meste*. Bratislava : Kalligram. 255 s. ISBN 978-80-8101-013-2.
- PAVLOVSKÝ, P. a kol. 2004. *Základní pojmy divadla. Teatrologický slovník*. Praha : Libri & Národní divadlo. 348 s. ISBN 80-7277-194-9 (Libri), 80-7258-171-6 (Národní divadlo).
- POLÁČEK, V. – POKORNÝ, V. 2015. *Recyklované divadlo*. Praha : Národní muzeum – Grada Publishing. 368 s. ISBN 978-80-70396-454-3 (Národní muzeum), 978-80-247-5751-3 (Grada).
- POLTI, G. 2019. *Tridsaťšesť dramatických situácií*. Bratislava : Vysoká škola múzických umení. 153 s. ISBN 978-80-8195-045-2.
- POPOVIČ, A. – MIKO, F. a kol. 1983. *Originál/preklad. Interpretačná terminológia*. Bratislava : Tatran. 368 s.
- PRAŽÁK, A. 2003. *Interpretace scénografického prostoru*. Praha : ISV. 175 s. ISBN 80-86642-21-6.
- VYSKOČILOVÁ, E. – SLAVÍKOVÁ, E. (eds.) 2000. *Psychosomatický základ veřejného vystupování, jeho studium a výskum*. Praha : Akademie múzických umení. 181 s. ISBN 80-85883-50-3.
- SCHECHNER, R. 2009. *Performancia: teórie, praktiky, rituály*. Bratislava : Divadelný ústav. 343 s. ISBN 978-80-89369-11-9.
- STURKEN, M. – CARTWINGT, L. 2009. Vizualita. [Heslo]. In Sturken, M. – Cartwingt, L. *Studia vizuální kultúry*. Praha : Portál. 384 s. ISBN 978-80-7367-556-1.
- SVOBODA, J. 2020. *Architektura imaginárního. Scénografický seminář Josefa Svobody*. Praha : Divadelní ústav. 200 s. ISBN 978-80-7008-429-8.
- ŠIMKOVÁ, S. 2019. *Divadlo prekračuje hranice. Patrice Chéreau. Ariane Mnouchkine. Robert Wilson*. Bratislava : Divadelný ústav. 376 s. ISBN 978-80-8190-042-6.
- ŠUŠKLEB, J. H. 2010. *Aplikovaný lighting design. Vhľad do oboru svetelného designu*. Brno : Janáčkova akademie múzických umění. 41 s. ISBN 978-80-86928-83-8.
- UBERSFELD, A. 2002. *Czytanie teatru I*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN. 244 s. ISBN 978-83-01-13571-3.
- VALENTA, J. 2008. *Scénologie krajiny*. Praha : DAMU-KANT. 242 s. ISBN 978-80-86970-68-4.
- VOSTRÝ, J. 2020. *Scénování a umění*. Praha : KANT, Akademie múzických umění. 280 s. ISBN 978-80-7437-333-6 (KANT), 978-80-7331-555-9 (AMU).

WIRZOEFF, N. 2012. *Úvod do vizuálnej kultúry*. Praha : Academia. 320 s.
ISBN 978-80-200-1984-4.

Internetové zdroje

BAGALOVÁ, M. 2014. Úvod do vizuálnych štúdií. In *Axis mundi* [online], roč. 9, č. 2, s. 34-42 [cit. 2022-5-10]. ISSN 2729-8841. Dostupné z: https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/kpr/axismundi/AxisMundi_2014_2_studia_Bagalova.pdf

Dizajn. In Wikipédia.org [online]. [cit. 2022-5-10]. Dostupné z: <https://sk.wikipedia.org/wiki/Dizajn>

MAZALÁN, P. 2017. Architektúra ako scénografia. Vplyvy architektonickej symboliky a formy na scénografické koncepty. In *ALFA* [online]., roč. 22, č. 3-4, s. 42-51. [cit. 2022-5-12]. ISSN 1135-2679. Dostupné z <https://alfa.stuba.sk/sk/architektura-ako-scenografia-vplyvy-architektonickej-symboliky-a-formy-na-scenograficke-koncepty/>

MAZALÁN, P. 2021. *Performatívne umenie v kontexte ľudskej neurodiverzity* [online]. 84 s. [cit. 2022-6-12]. Dostupné z: http://www.petermazalan.com/wp-content/uploads/2021/03/Peter-Mazalan_studia.pdf

MAZALÁN, P. – HRONSKÝ, M. 2020. Architectural Design as an Intermedial Creative Process – Scenography as a Creative Tool [online]. In *5th World Multidisciplinary Civil Engineering-Architecture-Urban Planning Symposium*. Bristol : IOP Publishing, č. 960, s. 1-7 [cit. 2022-6-12]. ISSN 1757-899X. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/347542119_Architectural_Design_as_an_Intermedial_Creative_Process_-_Scenography_as_a_Creative_Tool

PTAČIN, J. 2021. „Svetelný design v kostce, časť 49 [online]. Svetelný dizajnér – aplikácie svetelného dizajnu v praxi”. In *Svetlo*, roč. 23, č. 1, s. 46-49 [cit. 2022-5-12]. ISSN 1212-0812. Dostupné z: <http://www.odbornecasopisy.cz/svetlo/clanek/svetelny-design-v-kostce-cast-49--5892>

KOLEKTÍV. 1990. Scénografia. [Heslo]. In KOLEKTÍV. *Encyklopédia dramatických umení Slovenska. Zväzok 2, M – Ž*. Bratislava : Veda. 712 s. ISBN 80-224-0001-7.

Scénické výtvarníctvo. [online]. In [Supke.sk](http://supke.sk) [cit. 2022-5-19]. Dostupné z: <https://supke.sk/scenicke-vytvarnictvo/?cn-reloaded=1>

Zákon č. 444/2002 Z. z. v § 2, Zákon o dizajnoch [online]. In [Zakonypreludi.sk/](http://zakonypreludi.sk/) [cit. 2022-5-19]. Dostupné z: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2002-444III>. STAROVEKÉ HISTORICKÉ VIZUÁLNE DIVADELNÉ ARTEFAKTY V DOBOVEJ ART MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII (MEZOPOTÁMIA, EGYPT, GRÉCKO, RÍM)

Art marketing starovekej Mezopotámie a Egypta

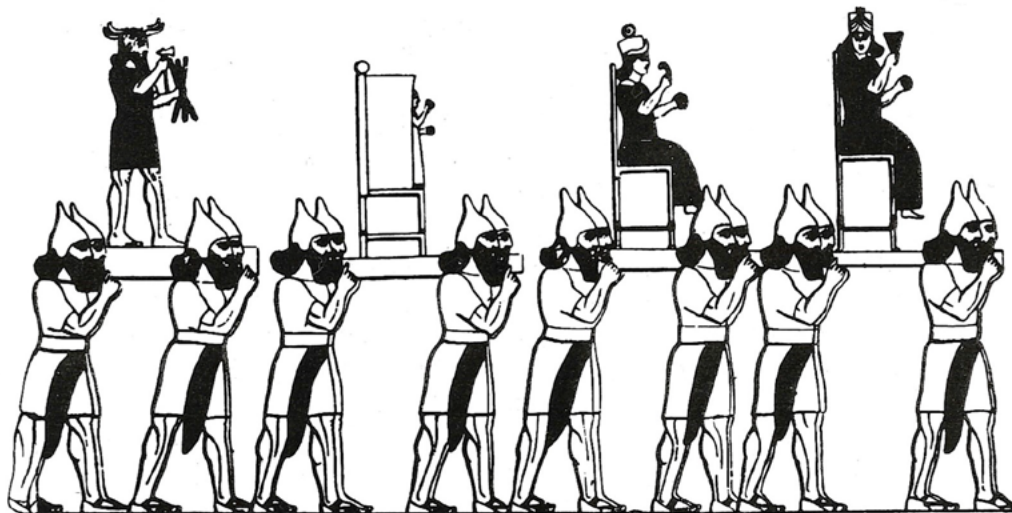
Divadlo starovekej Mezopotámie a Egypta malo nielen náboženské (sakrálne), ale aj samostatné, profesionálne profánne (svetské) formy. Najrozšírenejšími typmi inscenácií boli náboženské formy, ktoré často slúžili aj na oslavu života panovníkov či významných udalostí v živote oboch krajín. Zvyčajne mali verejnú časť, ktorá bola dostupná verejnosti, a neverejnú, ktorej sa zúčastňovali iba kňazi a panovníci. Konali sa v sakrálnom i nesakrálnom priestore. Či už išlo o procesie so sochami mezopotámskych bohov počas novoročných slávností Akitu (sum. a-ki-til – sila umožňujúca brodu sveta; od 8 000 pr. n. l.), v rámci ktorých sa predvádzali hry späté so životom boha Thamúza (tiež ako Marduk), ako napríklad *Smrť a zmŕtvychvstanie boha Dumuziho*, *Zostup bohyně Inanny do podsvetia* a i., alebo o staroegyptské ebózevské (gr. Abydos) mysterijné hry (od 3000 pr. n. l.) na počesť boha Usíra s názvom *Smrť a zmŕtvychvstania Usireva*, *Víťazstva Hóra nad Sutechom* či o *Hórovom detstve*, z hľadiska financovania a dostupnosti divákovi zatiaľ nevieme veľa. Vzhľadom na to, že hlavné postavy v oboch kultúrach hrávali kňazi, prípadne postavu boha na seba prevzal panovník, ako to bolo v Mezopotámii, či sa na deji aktívne zúčastňovali i štátni úradníci,³⁹ dá sa predpokladať, že boli financované priamo štátom či chrámami.⁴⁰

V Mezopotámii boli slávnosti náboženskou a politickou udalosťou, odohrávali sa v meste Babylon a jeho okolí vždy na začiatku marca (nisan) a dĺžka ich trvania bola dvanásť dní. Ich jadro sa odohrávalo v chrámoch, na uliciach mesta, v kráľovskom paláci a v chráme Esagila. Na slávnosti prichádzali ľudia z celej krajiny, pričom v rámci procesií a za sprievodu hudby a tancov do Babylonu putovali aj miestni bohovia, ktorí boli prinášaní na nosidlách či privázaní na lodiach. „Aktéry byly modly: gigantické loutky, obrazy-figuríny. Akce bohů byly znázorňovány – tělo i hlas jim (...) dávali lidé“ (Bernard, 1983, s. 63). Základom mystérií bol príbeh o utrpení a smrti Thamúza ako hlavného boha, ktorý bol symbolicky zajatý, mučený a odsúdený na smrť. Po jeho smrti nastalo všade zdesenie, ulice mesta zaplnili plačky a zároveň mimetické obrazy a vírenie masiek, ktoré symbolizovali radosť z oslobodených síl chaosu. Ostatní bohovia z mesta utiekli, ktorých sochy boli vnesené mimo Babylonu a záchrannú akciu viedol Thamuzov syn Nabu, boh dôvtipnosti a písma. Z podsvetia išla Thamuzova manželka, bohyňa lásky Ereškigal. Obraz sa odohrával na mieste manželovho hrobu a po jej zostupe do podsvetia zo sveta sa stratila láska – hrozilo vyhynutie života na zemi, pretože medzi ľuďmi i zvieratami skončil aj pohlavný styk. Po jeho oslobodení sa konala svadba bohov, v ktorej došlo k opätovnému spojeniu Thamúza a Ištar (Bernard, 1983, s. 64-65).

39 Zbyněk Žába sa zmieňuje napríklad o správcovi štátneho pokladu Ijchemofretovi (1887 – 1851 pr. n. l.), ktorý sa aktívne zúčastnil slávností na počesť boha Usireva. Vďaka jeho zápisom sa zachoval opis niektorých častí inscenácií (Žába, 1951, s. 212).

40 Chrámy boli vlastníčkmi pomerne veľkých pozemkov s otrokmi a výrobnými prostriedkami, vďaka čomu mohli financovať svoje vlastné záujmy (Gregorcová, 2009, s. 26).

Egyptské mystériá v Ebózeve, ktoré bolo strediskom kultu boha Usireva, sa taktiež konali v sakrálnych a nesakrálnych priestoroch. Trvali päť dní, počas ktorých sa odohrával príbeh o večnom konflikte dobra a zla. Jeho jadrom bolo zavraždenie milovaného boha Usireva bratom Sutechom, ktoré pomstil Usirevov syn Hór. Hór Sutecha porazil po veľkej bitke na lodiach v toku stredného Níla a po víťazstve sa spolu s matkou vrátili do mesta, kde sa konali záverečné slávnosti, v rámci ktorých bol celý príbeh interpretovaný v skratke a pantomimicky (Bernard, 1983, s. 69).



Obr. 14 Sprievod bohov v Babylone.

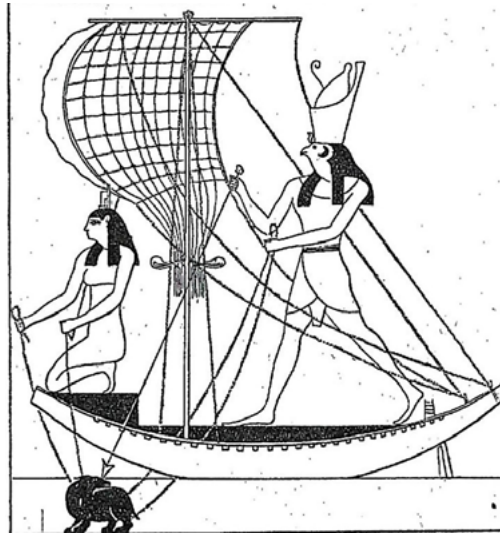
Súčasťou príbehu bolo napríklad aj oplakávanie skonu Usireva jeho manželkou Éset s jej sestrou Nehbeth, ktoré sa vybrali „... hľadať rozčtvrcenou mŕtvolu Usírovu. Kedyž časti tela naleznu, jsou kusy mŕtvoly Urísovy dopraveny s vekou slávou na lodích do strediska kultu, kde se koná obřad, jehož výsledkej je opětne scelení mŕtvoly a vzkříšení božstva“ (Bernard, 1983, s. 69).

Na realizácii piateho dňa, počas ktorého nastal boj so Sutechovými prívržencami o mŕtvolu Usireva na piesočnom brehu Neditu, sa intenzívne zúčastňovali aj diváci (Žába, 1951, s. 212).

O priebehu staroegyptských náboženských hier a obradov veľmi podrobne svedčí aj najstaršia známa „režijná kniha“ na svete. Ide o papyrus zachovaný v *Knihе mŕtvych*, ktorý sa koncom 19. storočia našiel v tzv. Ramesseu, v oblasti západnej časti Théb. Pozostáva zo šesťdesiatich štyroch obrázkov, na ktorých sú graficky i textovo zachytené výjavy. Pod každým



Obr. 15 Kňaz hrajúci boha Anubisa.



Obr. 16 Hór v boji so Sutechom.

vyobrazením je aj text, ktorý opisuje inscenovaný dej.

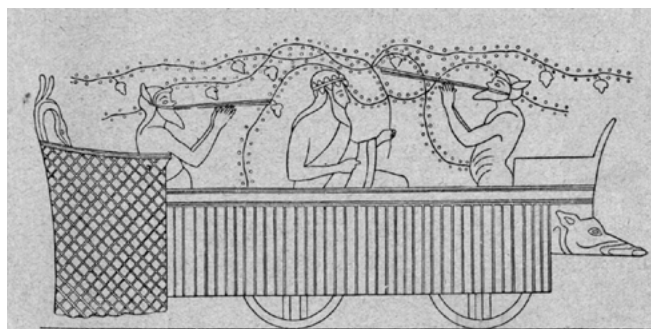
Pri profesionálnych kočovných skupinách a ľudovom divadle, ktoré nehralo iba náboženské témy, nemuselo ísť vždy o ten istý spôsob financovania ako pri náboženských formách divadla. Pôsobenie profesionálnych divadelných skupín v Egypte je zaznamenané už v 2. tisícročí pr. n. l. v Embhetovej stéle (XII. dynastia), v ktorej herec Ambhet ako sluha opisuje svoju úlohu pri predstaveniach svojho pána, vrátane pomoci s rekvizitami a dekoráciami (Žába, 1951, s. 214, tiež Žába, 1968, s. 178).



Obr. 17 Najstaršie grafické zobrazenie sakrálneho dramatického, tzv. „režijná kniha“.

Art marketing starovekého Grécka

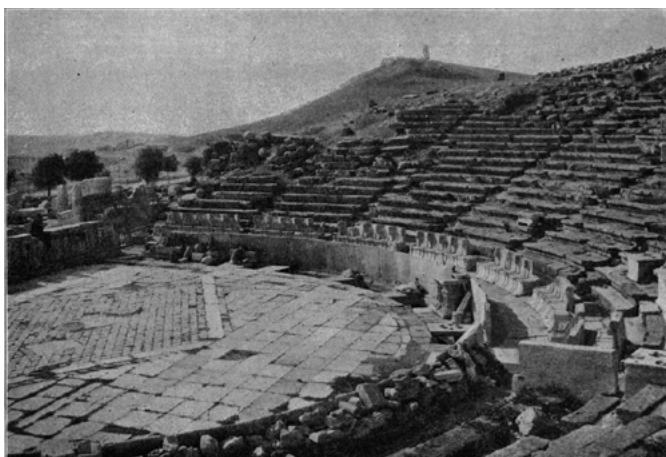
Najstaršie informácie o vyberaní vstupného na účasť na divadelných predstaveniach sú zachované v súvislosti so starovekým gréckym divadlom. Vzhľadom na to, že predstavenia, ktoré sa hrali počas súťaží – dramatických agónov (gr. agón/ἄγών; gr. konflikt, boj, hádka; súťaž), boli späté s Dionýziami a Lénaiami, slávnosťami, ktoré sa konali na počesť boha Dionýza, ich funkcia bola hlavne náboženská.⁴¹ Skutočnosť, že divadelné predstavenia sa konali ako súčasť bohoslužby, bola aj dôvodom toho, že herci boli váženými občanmi pod ochranou boha.⁴² Na Dionýzie boli vybrané hry iba troch tragédov a troch komédiografov, ktorí dostávali zvyčajne iba tri ceny, pričom uznávala sa iba prvá cena a tretia znamenala prepadnutie hry (Groh, 1909, s. 43). Finančné ocenenie za ceny bolo odstupňované, vyššie odmeny dostávali tragédi, komédiografi nižšie (Groh, 1909, s. 404). V záujme štátu bolo, aby sa slávností zúčastnil vždy čo najväčší počet občanov, preto dlhé obdobie divadlo vstupenky za finančnú úhradu nepoznalo. Vstup na predstavenie mal každý občan zadarmo, a to dokonca aj otroci, deti, ženy a cudzinci, i keď niektorí historici nepovažujú účasť žien na bezproblémovú (Stehlíková, 2005, s. 232). Vzhľadom na narastajúce finančné náklady na súťaže, povinnosť ich usporiadať aj spolu s bremenom financovania, tzv. chorégion (gr. chorégiá/χορηγός, choros – zbor, agó – viesť), v polovici 4. st. pr. n. l. prebral od najbohatších súkromných občanov mesta štát.



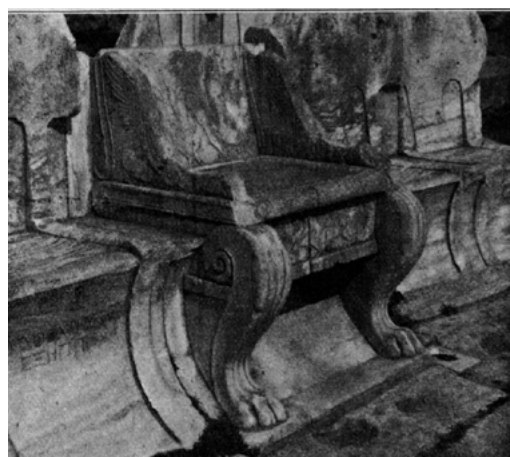
Obr. 18 Dionýzos na voze.

41 Predstavenia sa začali hrať až po proagone, t. j. po predstavení dramatika a hercov v priestoroch mimo divadla, po vykonaní náboženských obradov a po rôznych slávnostných akciách (Blahník, 1929, s. 59).

42 Herci sa združovali do spolkov, ktoré mali náboženský základ. Ich členmi však boli aj ostatné profesie, ktoré sa zúčastňovali na vzniku divadelných predstavení, ako básnici, zhotovitelia masiek, hudobníci, tanečníci, cvičitelia atď. Niektoré mali aj čestných členov, ktorí boli ochrancami či priaznivcami spolku. Najstarším a najsilnejším spolkom bol aténsky spolok, ktorý mal tiež za úlohu starať sa o dodržiavanie osobitných práv slávnych hercov, ktoré spočívali v tom, že boli zbavení povinnosti vojenskej služby, nemohli byť počas vojen zajatí, previnenia voči nim sa dostávali na súdy a boli chránení nielen oni, ale aj ich majetok (Groh, 1909, s. 362-364). Majetok spolkov spočíval vo vlastníctve pozemkov a hotovosti. Členovia spolku platili okrem zápisného aj mesačné poplatky, ktoré slúžili i na vykonávanie náboženských obradov (Groh, 1909, s. 375).



Obr. 19 Dionýzovo divadlo v Aténach.



Obr. 20 Kreslo Dionýzovho kňaza.

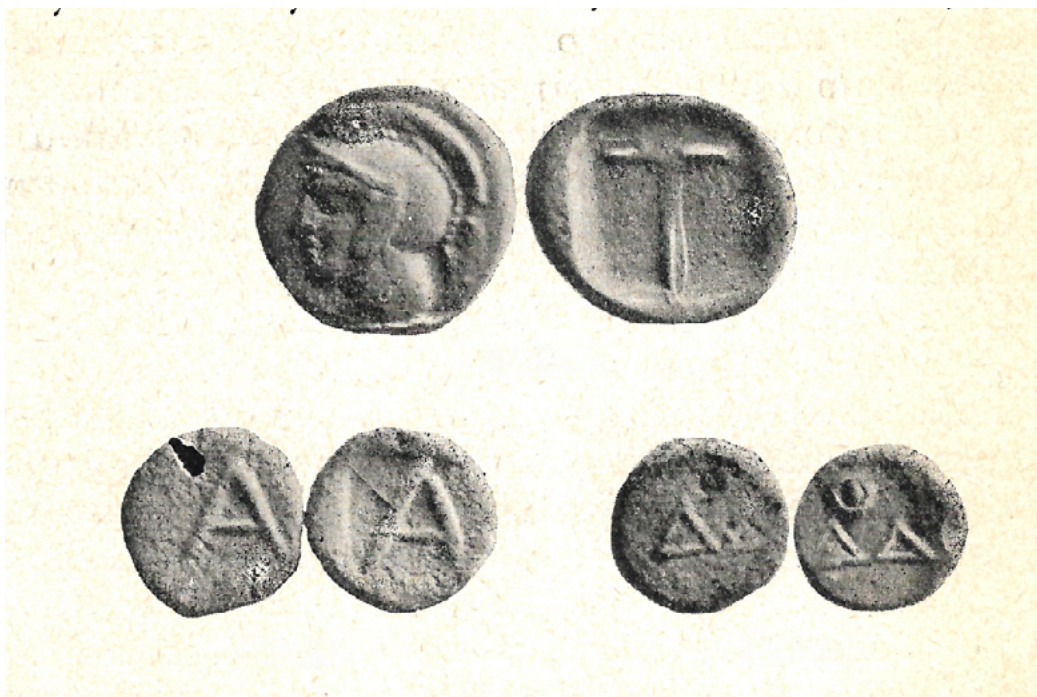
Chorégii však bolo možné odmietnuť, ak si občan myslel, že je niekto iný bohatší ako on⁴³ Platilo tiež, že chorégom nemohol byť občan hneď v ďalšom roku od poslednej chorégie (Groh, 1909, s. 59). Vtedy však platilo, že si s dotýčnou osobou musel vymeniť majetok. Išlo však o veľmi váženu povinnosť, ktorá prinášala bohatým občanom slávu a uznanie, preto sa jej spočiatku veľmi radi ujímali. Chorégii je možné považovať aj za určitú formu progresívnej dane (Stehlíková, 1991, s. 14). Jej prijatie konkrétne znamenalo, že chorégos uhradil náklady na kostýmy a zabezpečoval aj stravu, čo napríklad pri 15 členoch zboru tragédie, 24 pri komédii, prípadne aj ďalších členov vedľajšieho zboru, štatistoch atď., nebola vôbec zanedbateľná položka (Stehlíková, 1991, s. 14). Napríklad v rokoch 410/411 pr. n. l. bola suma, ktorú chorégos vynaložil na tragický zbor 3000 drachiem (neskôr až 5 000 drachiem), na komický zbor 1 600 drachiem (Groh, 1909, s. 48). Pre pomoc chorégom s nákladmi na kostýmy, začali ich požičovne odevov požičiavať za pomerne malý poplatok (Groh, 1909, s. 54). Počet chorégov bol vždy zhodný s počtom dramatických básnikov (Groh, 1909, s. 47). Honoráre pre hercov, chorégov, možno aj dramatikov, zodpovednosť za ceny (boli zvyčajne čestné⁴⁴) a starostlivosť o budovu zvyčajne na seba ponechal štát. (Brockett, 2008, s. 36) Súčasťou tejto stratégie však bolo i to, že štát platil v prípade hereckých súťaží protagonistom, ktorý si ďalších hercov platil sám (Stehlíková, 2005, s. 125). Agóny tak začali organizovať štátni úradníci, ktorí dostávali od štátu niekedy až 100 000 drachiem, pričom bola ponechaná možnosť prispieť finančným darom. Postupne sa však začalo vyberať vstupné vo výške 2 obolov⁴⁵, pričom vstupenka platila na jeden deň pre všetky predstavenia. Ak sa predstavenie už začalo, divák vstupné platiť nemusel.

43 Peňažné ocenenia sa vzťahujú na obdobie, keď sa začali hrať predstavenia aj mimo náboženských slávností. Napr. herec Polos dostal za dva dni honorár vo výške 1 talentu, Aristodemos 1 talent dostal za 1 deň, od Alexandra Veľkého dostal Lykon 10 talentov, pravdepodobne však išlo o dar (Blahník, 1929, s. 54).

44 1 drachma = 6 obolov. Vstupné slúžilo na udržiavanie divadelných budov, ktoré sa na dramatické agóny prenajímali (Blahník, 1929, s. 56).

45 Netýkalo sa to vždy otrokov a cudzincov (Blahník, 1929, s. 57-58).

Diváci boli považovaní za rovnocenných⁴⁶, mohli si sadnúť tam, kde bolo voľné miesto. Neskôr sa však pristúpilo z rozčleneniu divákov podľa miest a obcí, z ktorých prichádzali na predstavenia. Osobitné sedadlá mali iba čestní diváci (právo proedrie). Išlo o významné osobnosti, ako kňazi, archonti, stratégovia, vyslanci cudzích krajín atď. (Groh, 1909, s. 383-384). Sú však zachované aj vstupenky, ktoré určovali poradie vstupu do divadla s tým, že si divák mohol vybrať ľubovoľné miesto (Kolektív, 1974, s. 420). Predpokladá sa, že už Periklés (495 – 429 pr. n. l.) okolo r. 450⁴⁷ pred našim letopočtom zaviedol v Aténach tzv. théorikon (gr. θεωρικόν; theóreo – prihliadam) fond, z ktorého sa financovali vstupenky do divadla pre chudobných, aby mohli ísť do divadla. Spočiatku sa „divadelné“ peniaze vyplácali vo forme známok, ktoré preplácala štátna pokladňa.



Obr. 21 Vstupenky do Dionýzovho divadla v Aténach.



Obr. 22 Divadelná vstupenka.

46 A. Stehlíková datuje jeho vznik až neskôr, približne v roku 355 pr. n. l. (Stehlíková, 2005, s. 232).

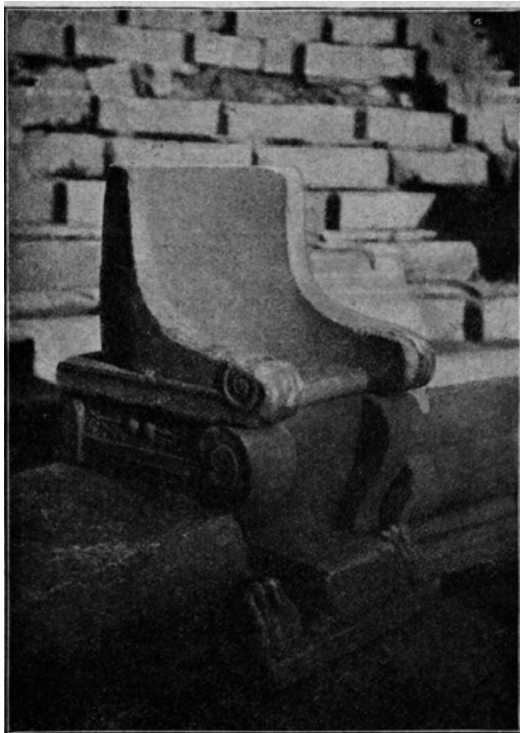
47 V 4. st. pr. n. l. sa théorikon vyplácal nielen na divadelné predstavenia, ale aj na všetky slávnosti (Groh, 1909, s. 385).

Neskôr diváci dostávali hotovosť – buď dva oboly, alebo 1 drachmu, t. j. 6 obolov⁴⁸ (Stehlíková, 2005, s. 232, Kolektív, 1974, s. 612). Na peniaze mal nárok každý občan, ktorý bol práve v Aténach, čo sa však začalo zneužívať aj bohatými Aténčanmi. V tej dobe totiž robotník zarobil denne 6 obolov a ich získanie aj za neprítomných príbuzných predstavovalo vytvorenie istej finančnej rezervy (Stehlíková, 2005, s. 232). V súlade s demokratickým usporiadaním dramatických agónov boli dva dni po skončení súťaží predvolaní poverení úradníci pred zhromaždenie, na ktorom sa hodnotila ich činnosť a vybavovali sa tiež sťažnosti „... na nevhodné chováni občanů během slavností“ (Brockett, 2008, s. 34).

So starovekým gréckym divadlom je zviazaná aj existencia prvého divadelného fermanu, oznamu či plagátu – didaskálie (gr. didaskalía/διδασκαλία; inštrukcia, správa; tiež vyučovanie, nacvičovanie). V súčasnosti sa síce pod didaskáliami najčastejšie rozumejú scénické poznámky, ich prvým významom však bolo naštudovanie (nacvičenie) choreografií zboru pre predstavenie. Pojem sa tiež vzťahoval na správy, ktoré sa týkali prevádzky divadelných predstavení (Kolektív, 1974, s. 152) či piesní počas agónov. Verejne oznamovali hlavne poradie produkcií počas súťaží, ďalej napríklad meno archonta, ktorý zodpovedal za organizáciu slávností, autorov, protagonistov či hercov, ktorí zvíťazili atď. (Stehlíková, 2005, s. 95). Zachovali sa aj ako kamenné dosky v Dionýzovom divadle v Aténach. Do tejto skupiny verejných správ o konaní divadelných predstavení patria aj fasti (tiež v rímskom divadle), ide o typ kalendára či nikai – úradné nápisy s víťazmi súťaží (Stehlíková, 2005, s. 95).

Herci hrávali za honoráre, občas aj zadarmo. Napríklad v 2. st. p. n. l. bolo v meste Korfu bolo vyplatených 5 000 drachiem 21-člennej hereckej spoločnosti za účasť na Dionýziách, z toho najväčšia časť išla trom pištcom, trom tragickým a trom komickým hercom a zbytok bol použitý na pohostenie ostatných umelcov a organizačné náklady (Groh, 1909, s. 378-379).

48 Perikles tiež zaviedol honorár vo výške 1 obola pre chudobných Aténčanov, aby sa mohli zúčastniť súdnych konaní. Kleón (Okál, 1966, s. 518), ktorého veľmi často vo svojich hrách kritizoval Aristofánés (asi 445 – 388), ho zvýšil na 3 oboly. Veľmi často bol tento „plat“ v dobách Peloponézskej vojny medzi Spartou a Aténami (431 – 404) jedinou obživou. V dôsledku vojny obyvateľstvo schudobnelo a trpelo hladom. Po Aristofánovej smrti bola chudoba jednou z príčin úpadku komédie. Začala tým, že sa pre nedostatok finančných prostriedkov postupne znižoval komický chór, až sa celkom vytratil z inscenácií (Okál, 1966, s. 538).



Obr. 23 Kreslo divadla v Priene.



Obr. 24 Divadlo v Priene.



Obr. 25 Divadelná vstupenka pre čestné miesto.

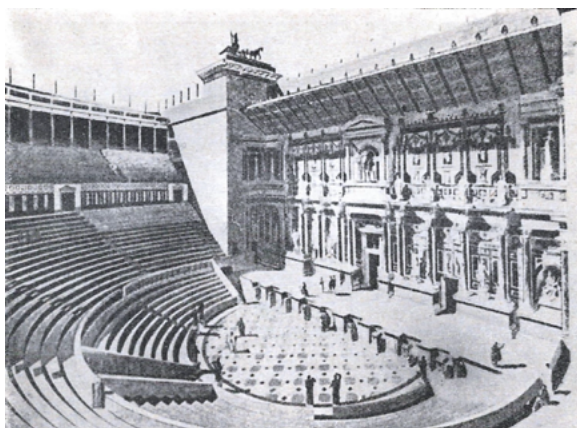
Vzhľadom na to, že počas dramatických agónov sa za jeden deň odohrali za sebou tri až päť predstavení, čo trvalo osem až deväť hodín, obecenstvo prichádzalo do divadla v skorých ranných hodinách a vo sviatočnom oblečení. Prinášali si so sebou nielen jedlo, pričom „... zámožní ľudia dali si od svých otrokú prinášať polštáre alebo koberce, aby se jim na kamenných sedadlech lépe sedělo...“ (Groh, 1909, s. 395). Bohatí diváci dávali niekedy cez prestávky ostatným divákovi rozdávať jedlo a nápoje. Diváci zvyčajne vyjadrovali svoj obdiv tlieskaním alebo volaním, prípadne slovami: Ešte raz. Mohli tiež požiadať o opakovanie niektorej časti repliky (Groh, 1909, s. 397-398). Negatívne postoje vyjadrovali kopaním päťami do lavíc, dupotom, syčaním či mlaskaním, niekedy hádzali na hercov figy, olivy či dokonca kamene. V tom prípade, ak bol ich nesúhlas s inscenáciou mimoriadne veľký, vymohli si zrušenie predstavenia a muselo sa začať hrať ďalšie. Odpor bol niekedy až taký búrlivý, že niekedy z divadla museli utiecť aj dramatici⁴⁹ (Groh, 1909, s. 397-398, tiež Vitruvius – Pollux, 1944, s. 57).

Na rozdiel od oficiálneho divadla, forma improvizovaného ľudového komediálneho divadla – grécky mimos (gr. μῖμος, z mimeisthai, napodobňovať; lat. mimus) bol odkázaný iba na svojich divákov prípadných mecenášov. Na ich rozhodnutí, či hercom zaplatili alebo nie (Gaspárová, 1966, s. 49).

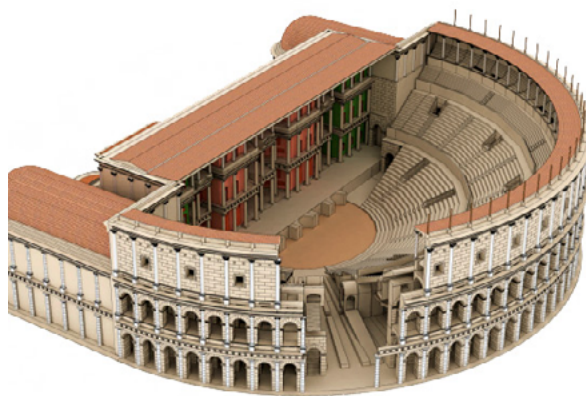
⁴⁹ Krajne negatívne reakcie divákov boli príčinou vzniku najatých divákov, tzv. klaky, ktorá za honorár odmeňovala výkony hercov a dramatikov potleskom (Blahník, 1929, s. 63, Groh, 1909, s. 398).

Art marketing starovekého Ríma

V starovekom Ríme mali na povinnosť (cura ludorum) usporiadať ludi scaenici (hry na scéne)⁵⁰, t. j. divadelné hry a slávnosti (lat. ludus – hry) štátni úradníci, väčšinou aedilovia, ale aj praetorovia. Štát prispieval na realizáciu (lucar) a výška finančných prostriedkov bola spočiatku rovnaká, napríklad 200 000 sesterciov pre Ludi Romani⁵¹ (pred 200 pr. n. l.) (Stehlíková, 2005, s. 154, Stehlíková, 1993, s. 22). Prostriedky išli predovšetkým na zabezpečenie prevádzky nedivadelných priestorov, na ktorých sa napríklad pripravovali kone či boxerí na súťaže (Kocur, 2005, s. 90). Neskôr boli štátne dotácie omnoho vyššie, až vo výške 760 000 sesterciov (54 pr. n. l.).⁵² Systém však dovoľoval prispievať na ich realizáciu aj súkromným osobám. V rámci politickej prestíže niektorí štátni úradníci prispievali na ich realizáciu z vlastného majetku pomerne vysokými sumami (Kocur, 2005, s. 90).



Obr. 26 Ideálna rekonštrukcia rímskeho divadla.



Obr. 27 Marcellovo divadlo v Ríme, 1. st. pr. n. l.

Počas hier každý súbor „... dostal základný honorár, k nemuž se pridávaly zvláštne ceny či prémie soborům, jednotlivým hercům a autorům, kteří se publiku obzvlášt zalíbili“ (Brockett, 2008, s. 77).

Podobne ako v starovekom Grécku, aj v Ríme platilo, že vstup do divadiel bol väčšinou bezplatný, pretože divadelné inscenácie boli spočiatku súčasťou náboženských slávností (Šířpová, 2015, s. 13). V rámci známeho hesla panem et circense (chlieb a hry) dostávali rímski občania „... obilie za nízke ceny alebo zadarmo obilie, ale tiež aj vstupenky na najrôznejšie produkcie,

50 Divadelné inscenácie sa nikdy nehrávali samostatne, ale boli včlenené do väčších slávnostných hier, ako napríklad Ludi Romani, Plebei, Florales atď. (Kocur, 2005, s. 83, Stehlíková, 2005, s. 154).

51 Hry rímske (tiež ako Ludi Magni) založil kráľ Tarquinius Priscus, ich veľkú časť tvorili divadelné predstavenia a napríklad za cisára Caesara trvali 16 dní. Neskôr vznikli Ludi Plebei, Ludi Apollinares, Ludi Megalenses a i., pričom divadelné predstavenia počas ich trvania vždy prevažovali. Na sklonku Rímskej ríše z celkového počtu 175 dní, počas ktorých sa odohrávali v Ríme rôzne hry, bolo napríklad 101 venovaných divadlu (Blahník, 1929, s. 64-65).

V období cisárstva sa oznamy o konaní hier oznamovali formou plagátov a prestávky medzi nimi sa vyplňali krátkymi mimusmi a pod. (Brockett, 2008, s. 77-78).

52 Pre porovnanie – ročný plat rímskeho legionára bola 1 000 sesterciov, dobre platený štátny úradník dostával 400 000 sesterciov (Stehlíková, 2005, s. 154), priemerný príjem bol ale približne 24 000 sesterciov ročne (Gáspárová, 1966, s. 116).

začínajúc gladiátorskými zápasmi a končiac divadelnými predstaveniami“ (Šípová, 2015, s. 13). Vstupenky dostávali iba rímski občania, t. j. do divadiel nemohli ísť otroci, aj keď sa toto nariadenie vždy nedodržiavalo. Vstupenky mali „... podobu mincí a tiež približne určovali miesto v hľadisku“ (Šípová, 2015, s. 13).



Obr. 28 Vstupenka do rímskeho divadla.

V počiatocnom období diváci stáli na svahoch, pod ktorými sa na jednoduchých javiskách hralo, iba pre najvyšších štátnych úradníkov sa stavalo malé pódium. Až v roku 104 pr. n. l. vďaka konzulovi Scionovi Africanovi vzniklo osobitné miesto tesne pred javiskom ohradené zábradlím, do ktorého si senátori nechali prinášať kreslá, čo vyvolalo takmer revolúciu. Od roku 174 pr. n. l. bolo zvykom, že si diváci nosili do divadla stoličky. Až do stavby prvého stáleho kamenného divadla v roku 55 pr. n. l. Pompejom (Pompejovo divadlo) mali divadlá vždy drevenú konštrukciu a boli po predstaveniach strhnuté. Na rozdiel od starovekého gréckeho divadla sa diváci v Ríme dlhé roky sporili o to, kto môže počas predstavenia sedieť a stáť a kde. Napríklad rímska šľachta (rytieri) požadovala pre seba prvých 14 radov, hneď za miestami pre senátorov pri orchestre. Najčestnejšie miesta – pre usporiadateľa hier, cisára, vestálky atď., boli vytvorené nad vchodmi do orchestry. Rímsky ľud sa tak postupom času dostal na najvyššie a najďalej položené miesta. V neskoršom období sa podľa vzoru Grécka prevzalo i rozdelenie hľadiska podľa miest, z ktorých prichádzali diváci na predstavenia. Na dodržiavanie poriadku v hľadisku dohliadali úradníci – *curatores ludorum* (Podľa Blahník, 1929, s. 66-68).

Vzhľadom na to, že hercami (lat. *histriones*, z etruského *hister*) boli najčastejšie otroci, prípadne prepustenci (bývalí otroci), bolo si možné podľa potrieb kúpiť celú hereckú skupinu, ktorá sa potom venovala príprave a realizácii inscenácií (Šípová, 2015, s. 41). Prepustencami sa otroci stávali za odmenu pre svoje vynikajúce herecké výkony alebo na žiadosť publika, avšak až do konca svojho života museli bývalému pánovi odvádzať percentá zo svojich honorárov a hrať zadarmo nielen v jeho hrách, ale aj jeho priateľov (Blahník, 1929, s. 86). Avšak herci, ktorých publikum vypískalo, boli zbičovaní, niekedy aj priamo pred očami publika (Blahník, 1929, s. 84).

Herci sa mohli združovať do hereckých spolkov (*grex*), na čele ktorých stáli vodcovia – *dominus gregis* (neskôr ako *archimimus*), ktorý s autorom hry podpisoval zmluvu a mal

na starosti jej uvedenie usporiadateľmi či protektormi hier (Blahník, 1929, s. 84). Staral sa tiež o hudbu, rekvizity a kostýmy. V snahe zabezpečiť kvalitu inscenácií boli najprv predvedené pred magistrátom, dôvodom bola aj cenzúra (Brockett, 2008, s. 77). Cisár Traianus v 2. st. n. l. spojil všetky herecké spolky do jedného, pričom v Ríme pôsobila hlavná organizácia, ktorá mala svoje pobočky. Za cisára Antonia Pia dostala táto organizácia pomenovanie *Svätý Hadrianov a Antonínov veľký cestujúci divadelný zväz umelcov celého sveta združený okolo Dionýza a cisára Titusa Aurelia Fulvusa Boioniusa Arriusa Antonina, nového Dionýza*.

Rímsky občan však mohol byť vlastníkom nielen profesionálnych hercov či herca, ale amatérskych, prípadne si ich mohol iba prenajať alebo iba požičať. Na obchode s hercami sa teda dalo niekedy pomerne slušne zarobiť, čo platilo tak pre verejné, ako aj súkromné divadlá (Stehlíková, 2005a, s. 104-108). Aj napriek svojmu nízkemu postaveniu v spoločnosti sa mohli herci a herečky dostať vďaka štedrým darom k veľkému majetku. Rímsky občan však nesmel byť hercom/herečkami, pretože boli chápaní ako prostitúti/-ky (meretrices) (Stehlíková, 2005, s. 123) a boli postavení na úroveň zlodějov, pasákov, podvodníkov a nactiutŕhačov (Gáspárová, 1966, s. 112) či negradovaných a vyhnaných vojakov (Blahník, s. 84). Ak by tak urobil, stratil by postavenie slobodného rímskeho občana. V súlade s rímskym právom napríklad platilo, že ak bol milencom manželky herec, manžel ho mohol zabiť bez súdu, nikto zo senátorskej rodiny nemohol uzatvoriť manželstvo s hercom či herečkou, vojak mohol byť popravený alebo predaný do otroctva atď. (Stehlíková, 2005a, s. 86-87, Blahník, s. 84-85). K jedným z najznámejších politických zneužití patrí príkaz Július Caesara (100 – 44 pr. n. l.) rímskemu jazdcovi a autorovi mimusov Decimusovi Labetiovi (106 – 43 pr. n. l.), aby sa osobne zúčastnil divadelnej súťaže so sýrskym otrokom Publiliom Syrom (46 pr. n. l.) a vystúpil vo svojom vlastnom mimuse. Aj keď prehral, Caesar mu vrátil vojenskú hodnosť, t. j. zlatý prsteň, odznak rímskych jazdcov, občiansku česť a dokonca mu daroval 500 000 sesterciov (Šípová, 2015, 31, Stehlíková, 2005, s. 151, Stehlíková, 2005a, s. 139).⁵³ Až pomerne neskoro došlo k zmierneniu postihov voči hercom, keď „... cisár Augustus zakázal úradníkom divadelní herce kdekoliv a kedykoľvek telesne trestať a omezil toto právo len na divadlo a pečiny spáchané v jejich pomere divadelným“ (Blahník, 1929, s. 85).

Hercov-otrokov dávali ich páni učiť sa hereckému umeniu v dramatických školách učiteľom (doctores scaenici), ktorí potom „... dostávali percentá z neskorších príjmov svojich žiakov...“ (Blahník, 1929, s. 85). Hra sa dala od autora kúpiť, ale aj predať ďalej, pričom autor nemal žiaden dosah na kvalitu či podobu jej inscenovania. Napríklad Terentius (okolo 195 – 159 pr. n. l.) dostal za jednu zo svojich najúspešnejších hier *Eunuch* 8000 sesterciov. „O sto rokov neskôr slávny herec Roscius dostával pol miliónov sesterciov ročne“ (Stehlíková, 1993, s. 22).

⁵³ Platilo však aj právne nariadenie, že ak niekto zabránil ísť do divadla rímskemu občanovi, považovalo sa to za urážku na cti (Šípová, 2015, s. 41).

Okrem majiteľov a vedúcich hereckých skupín podnikal s divadelným umením aj divadelný producent – conductor, financie sa získali aj prenajímaním kostýmov. (Stehlíková, 1993, s. 22, tiež Blahník, 1929, s. 85) Bežne však boli herci veľmi chudobní, ich páni im dávali iba odev, stravu a ubytovanie a boli teda veľmi závislí na osobných daroch.

Najznámejším príkladom fascinácie divadlom rímskymi panovníkmi je cisár Nero, ktorý síce najčastejšie vystupoval ako citharodeus, ale vystupoval aj ako herec. Citharodeus sa venoval osobitému žánru inscenovaných tragických tém a zvyčajne „... zpíval s doprovodom khitary nejen tragické árie, ale i ódy, hymny a jiné typy poezie vhodné zhudebnění“ (Stehlíková, 2005a, s. 68). Nerovým posledným vystúpením ako citharodeusa bola téma Oidipa, ktorý sa chystal do vyhnanstva. Je však možné, že v tejto úlohe vystupoval ako tragoedus. Tí sa špecializovali na tragédie, ktoré interpretovali v kostýmoch i maskách. Nero masky miloval a väčšinou mali podobu jeho tváre alebo jeho mileniiek. Založil tiež záhradné slávnosti s názvom *Juvenalia*, kde sa hrali divadelné a hudobné predstavenia a po vzore gréckych agónov tiež *Neronie*, päťročnú súťaž s pôvodným názvom *Certamen quinquennale*. Usporadúval nielen divadelné predstavenia, ale aj gladiátorské zápasy, hry v cirkuse, naumachie atď., tiež nútil v divadle vystupovať aj starých konzulov či dámy v rokoch (Stehlíková, 2005a, s. 68-71). Na odmeňovanie hercov, spevákov či atlétov vynaložil Nero milióny, čo bolo aj dôvodom jeho zavraždenia. Dokonca jeho obľúbený herec Paris mohol beztrestne obviňovať cisárovu matku, pričom bol členom jej hereckého súboru. Na Nerov rozkaz vyhral súdny proces proti jeho tete. Musela mu potom vrátiť finančnú čiastku, ktorú jej zaplatil za svoje prepustenie. Nakoniec však dal Nero herca popraviť, lebo sa obával jeho úspechu, Parisov talent ho ohrozoval (Blahník, 1929, s. 87). Mnohí súčasníci videli za výberom námetov, ktoré Nero interpretoval, jeho osobný život a snaženia. Po zavraždení jeho vlastnej matky Agripíny sa napríklad objavovali nápisy ako „Neron Orestes Alkmenon: matkovrah“ (Kocur, 2005, s. 448), počas Nerových vystúpení sa medzi publikom pohybovali žoldnieri, ktorí „... bili po rukách každého, kto sa netrafil do pravidelného rytmu potlesku. Aplauz ani na chvíľu nemohol poľaviť. (...) V divadle bola tiež klaka“ (Kocur, 2005, s. 448).

Literatúra

- BERNARD, J. 1983. *Co je divadlo*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství. 330 s.
- BROCKETT, O. G. 1999. *Dějiny divadla*. Praha : Lidové noviny, Divadelní ústav. 948 s.
- BLAHNÍK, V. K. 1929. *Světové dějiny divadla*. Praha : Aventinum. 622 s.
- ELIADE, M. 1995. *Dejiny náboženských predstáv a ideí 1. Od doby kamennej po eleusínske mystériá*. Bratislava : Agora. 398 s. ISBN 80-7106-364-9.

- GÁSPÁROVÁ, M. 1966. *Nezbedné diéta múz. Dvetisíc rokov divadla ľahkej hudby*. Bratislava : Štátne hudobné vydavateľstvo. 495 s.
- GROH, F. 1909. *Řecké divadlo*. Praha : Česka grafická unie. 410 s.
- GROH, F. 1933. *Recké divadlo*. 2. oprav. a rozmn. vyd. Praha : Česká grafická unie. 380 s.
- KOCUR, M. 2005. *We władzy teatru. Aktorzy i widzowie w antycznym Rzymie*. Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. 557 s. ISBN 0239-6661.
- KOLEKTÍV. 1974. *Slovník antické kultúry*. Praha : Svoboda. 720 s.
- MOUSSINAC, L. 1965. *Divadlo od počiatku po naše dni*. Bratislava : Slovenské vydavateľstvo krásnej literatúry. 496 s.
- OKÁL, M. 1966. Aristofanes, jeho doba a dielo (Doslov). In Aristofanes. *Komédie (Lysistrata, Acharňania, Ženy na sneme, Vtáci, Plutos)*. Bratislava : Tatran, s. 503-543.
- STEHLÍKOVÁ, E. 2005. *Antické divadlo*. Praha : Karolinum. 383 s. ISBN 80-246-1105-8.
- STEHLÍKOVÁ, E. 2005a. *Divadlo za časů Nerona a Seneky*. Praha : Divadelní ústav. 187 s. ISBN 80-7008-185-6.
- STEHLÍKOVÁ, E. 1991. *Řecké divadlo klasické doby*. Praha : Ústav pro klasická studia. 130 s. ISBN 80-901084-0-7.
- STEHLÍKOVÁ, E. 1993. *Římské divadlo*. Praha : Koniasch Latin Press. 131 s. ISBN 80-901508-2-9.
- ŠÍPOVÁ, P. 2015. *Apologia mimorum od Chorikia z Gazy. Obrana herců ve jménu Dionýsa*. Praha : Karolinum. 102 s. ISBN 978-80-246-2559-1.
- POLLIO, M. V. – POLLUX, J. 1944. *Antické divadlo*. Praha : Ústav pro učebné pomůcky průmyslových a odborných škol. 103 s.
- ŽÁBA, Z. 1951. *Divadlo ve starověkém Egyptě*. In *Nový Orient*, roč. 6, č. 9-10, s. 211-216.
- ŽÁBA, Z. 1968. *Tesáno do kamend, psáno na papyrus*. Praha : Sloboda. 202 s.

Internetové zdroje

- GREGORCOVÁ, V. 2009. *Štát a právo starovekého Egypta* (bakalárska práca) [online]. 55 s. [cit. 9. 6. 2022]. Dostupné z: https://is.ambis.cz/th/yiqi6/Plna_verzia_bakalarskej_prace.pdf?lang=sk
- Teatro Marcello [Online]. 2009 [cit. 2022-10-17]. Dostupné z: <https://www.romanoimpero.com/2009/12/teatro-marcello.html>

PRÍLOHY

Príloha č. 1. Projekt BOCATIUS '98

Projekt BOCATIUS '98 open air environment vznikol dva roky. Na jeho realizácii sa podieľalo Východoslovenské štátne divadlo a Dom production v Košiciach. Peter Scherhauser ho scenáristicky a režijne pripravil na základe rozhlasovej hry Rudolfa Schustera *Johannes Bocatius*. Na úprave textu s ním spolupracovala dramaturgička projektu Alžbeta Verešpejová a jeho študent, režisér Michal Hatina, ktorý pre chorobu P. Scherhausera neskôr prebral hlavnú zodpovednosť za realizáciu celej režijnej koncepcie. Premiéra projektu sa uskutočnila 27. júna 1998 o 20.30 hodine na hlavnom námestí mesta Košice a bola zároveň aj jeho derniérou. V rámci nášho divadelného kontextu bol projekt výnimočne náročný tak po technickej stránke, ako aj po stránke inscenačnej. Na jeho realizácii sa podieľalo päťsto osemdesiat hercov a tvorilo ho niekoľko desiatok výtvarných objektov. Pochôdzkovým spôsobom a simultánne sa hralo na šiestich hlavných stanovištiach a priamo na ulici. Javisko tak malo dĺžku šesťsto desať metrov.

Ústrednou postavou projektu je humanistický básnik, učiteľ a notár Ján Bocatius (1569–1621), ktorý bol známy svojím zmierlivým a otvoreným pohľadom na výchovu mládeže a riešenie akýchkoľvek problémov. Inscenácia zachytáva jeho veľmi krátke richtárske obdobie (1603–1604) uprostred protihabsburského povstania Štefana Bočkaia (1557–1606). V tomto období sa celá naša krajina zmieta nielen v početných proticisárskych povstaniach, ale aj v náboženských nepokojoch medzi katolíkmi a evanjelikmi, zámerne podnecovaných ostrou protireformáciou.

Jadro hry tvorí konflikt medzi mestom Košice a cisárom Rudolfom II. Spor vyvolal cisársky splnomocnenec a vrchný vojenský kapitán Horného Uhorska gróf Barbiano Belgiojoso, ktorý zobral mestu kľúče od Veľkého kostola (teraz Dóm sv. Alžbety). Následne vyhnal evanjelických kazateľov, čím radikálne potlačil slobodu vierovyznania v meste. Štefan Bočkai síce Belgiojosa porazil, ale so svojím vojskom sa stal pre mesto ďalšou pohromou opätovným drancovaním a plienením mesta. Bocatia obvinili z velezrady a ďalších vykonštruovaných zločinov. Na Rudolfov príkaz ho vypočúvali, väznili a mučili v Prahe (1605–1611) a nakoniec odsúdili na smrť. Z väzenia sa mu podarilo ujsť a mesto ho po šiestich rokoch privítalo ako hrdinu. Politická situácia sa však medzi tým zmenila, čím sa jeho povest' zodpovedného občana a neoblomného zástancu svojej viery naštrbila.

Text scenára viac či menej dodržiava retrospektívnu a mozaikovitú kompozičnú postupnosť rozhlasovej predlohy. Jednotlivé historické udalosti (nepodarená Bocatiová misia u nemeckého kniežaťa Fridricha IV., napadnutie mesta Belgiojosom, zúfalé a bezmocné zasadania senátorov mesta Košice, neúspešná audiencia u cisára, ktorý Bocatia vôbec neprijal, úzkostlivé rozhovory Bocatia s manželkou, plné strachu a obáv o jeho život) sú v ňom prerušované

Bocatiovými spomienkami na zajatie, nelútostné vypočúvanie, mučenie a nespravodlivé odsúdenie na smrť. Scenár sa sústredil len na najpodstatnejšie dejové fakty a dobové konflikty rozhlasovej predlohy. V projekte sa pracovalo aj s hotovou rozhlasovou nahrávkou, príslušne zostrihanou a hudobne upravenou. Spôsob významového spájania príslušných častí rozhlasových nahrávok s jednotlivými divadelnými akciami bol na niektorých miestach veľmi zaujímavý. Nahrávky nielenže zdôrazňovali najpodstatnejšie momenty v deji, niekde ich aj rozvíjali a dramatizovali. Napríklad počas predvolania Bocatia pred Belgiojosa, ktorému mal odovzdať od kostola kľúče pod hrozbou jeho vypálenia (nahrávka), Belgiojoso sedel rozvalený vo veľkom kresle na nákladnom aute a zo všetkých strán ho obklopovali nakradnuté umelecké diela. Tesne pri ňom stáli dvaja samuraji, ktorí zvierali v rukách hrozivo vytasené meče. K autu boli lanami priviazaní senátori mesta, pričom sa každý z nich posediačky viedol na skateboarde. Bocatia stojaceho na korbe od Belgiojosa oddeľovala jama. Vytŕčalo z nej niekoľko párov obnažených rúk, ktoré držali veľký zlatý kľúč od mesta. Po čase ho odovzdali Belgiojosovi. Rozhovor Belgiojosa a Bocatia ruky rôznymi gestami „komentovali“, vyjadrovali nesúhlas alebo súhlas s jeho priebehom, ukazovali raz na jedného – raz na druhého, prosili, vyhrážali sa atď.

Projekt pozostával z tridsaťjeden živých obrazov. Väčšinou ich tvorili samostatné výtvarné objekty ako veľká ruka s prsteňom, bábky vojakov a strašidiel, veľká komoda, obrovská náprava s kolesami. Niektoré vznikli výtvarným dotvorením rôznych vozidiel, ako smetiarske auto, nákladné auto s kontajnerom, buldozér atď. Keďže sa každý obraz hral pred všetkými stanovišťami, tie isté postavy v rôznych obrazoch hrali vždy iní herci. Jána Bocatia tak napríklad hralo dovedna deväť hercov, jeho manželku Betku tri herečky a syna dvaja detskí herci. Divák sa mohol v dianí orientovať pomocou transparentov s nápismi miesta a času deja, ako Heidelberg 1606, Retrospektíva 1604, Praha 1606, Retro, Belgiojoso je blbec, blbci majú zelenú, Bocskay na/z hrad/bu atď. Nápis Heidelberg 1606 napríklad ohlasoval výjav, v ktorom Bocatius prosil o pomoc knieža Fridricha IV., Retrospektíva 1604 obsadenie Košíc Belgiojosom, Praha 1606 vypočúvanie alebo mučenie Bocatia. Každé stanovište malo svoj vlastný svetelný park a hudobné ozvučenie riešené tak, aby sa navzájom nerušili. Diváci boli umiestnení len na jednej strane ulice. Do celkového scénografického riešenia projektu boli zakomponované aj priečelia budov. Rabovači ich „zlanovaním“ obsadili mesto, na výklady obchodov písali heslá o jeho dobytí, v pasážach zasa mali svoje stanovišťa „všetci klauni sveta“. Od otvorenia projektu slávnostnými fanfármi trubačov s vlajkami v košických farbách, ktorí sa vykláňali z okien domov námestia, až po jeho ukončenie „pochodom“ smetiarskych áut v ňom šašovia plnili funkciu akýchsi nadčasových narátorov. Jednotlivé akcie pohybovo alebo mimicky komentovali malými nezbednosťami, prekáraním sa, rozdávaním balónov a programov k inscenácii, „zapalovaním“ ohňostrojev

v pouličných lampách, prípadne veselým pobehovaním s veľkými bielymi transparentmi s nápisom Bocatius.

V každom obraze bol nejaký reálny fakt z Bocatiovho života výtvarnou, pohybovou, hudobno-zvukovou akciou alebo spôsobom narábania povýšený na metaforický alebo symbolický znak. V prvom obraze sa symbolickým prvkom stal ďalekohľad. V rukách richtára Bocatia bol znakom nielen učeného človeka, ktorý hľadá ďaleko dopredu, ale aj znakom rojčiaceho muža, ktorý má často nerealizovateľné sny a je plný romantických predstáv.

Väčšina obrazov obsahovala okrem dobových renesančných reálií aj súčasné. Hľadanie Bocatia po úteku z väzenia za mohutnej podpory budbeníkov-nadháňáčov vyvrcholilo príchodom policajných áut; počas Bocatiovho zajatia jazdili senátori na bicykloch (balansovanie vyjadrovalo ich názorovú rozkolísanosť); muž, ktorý viedol Bocatiove výsluchy agresívne jazdil na motorke; oslavu na počesť Bočkaiovho víťazstva otváral novodobý Mikuláš na koči. Súčasný prvky obsahovali vždy tie situácie, v ktorých sa ako ľudia prejavujeme stále rovnako, bez ohľadu na storočia. Podobne ako za Bocatiových čias i dnes hľadáme spravodlivo alebo nespravodlivo odsúdených väzňov na úteku, v balansujúcich senátoroch môžeme zasa vidieť správanie i dnešných politikov počas najrozmanitejších kríz a pohrôm. Mažoretky môžeme považovať za odlesk dávných osláv, ktoré sa kedysi konali ešte s pomocou slávnostne pochodujúcej nablýskanej armády, cvičiace deti za znak nielen športovej zdatnosti a zdravia, ale aj organizovanosti a poslušnosti. Rozdávanie piva rozjareným a tancujúcim českým ľuďom za naplnenie rímskeho hesla „chlieb a hry“, ktorými sa má obyčajnému ľudu zaslepiť zrak, pretože si nesmie všimnúť, čo sa v skutočnosti „za zlatým mokom“ skrýva. V tomto obraze bolo rímske „chlieb a hry“ zrealizované doslovne. Za prepravkami s pivom sa skrývalo väzenie, predstavovali ho klietky z reťazí. Okrem Bocatia sa v jednej z nich nachádzala kostra, v ďalšej vysušená múmia muža. Projekt sa „dial“ pomocou troch významových línií:

- v línií dobových reálií, ktorej zámerom bolo v historickom kontexte informovať o živote mesta Košíc a jeho richtára;

- v línií súčasných reálií (vrátane architektúry mesta), jej zámerom bolo ukázať problémy, ktoré v dejinách pretrvávajú a cyklicky sa opakujú;

- v línií diváckej, ktorej zámerom bolo vtiahnuť diváka do deja inscenácie tak, aby určité situácie prežíval nie ako divák dneška, ale ako občan starobylých Košíc (v záverečnom obraze „špalier“ občanov starobylého mesta Košice, ktorí vítali Bocatia po jeho návrate z väzenia tvorili diváci, Mikuláš s mešťanmi v koči rozhadzovali ovocie atď.)

Permanentným uplatňovaním uvedených troch spôsobov rozvíjania dejovej línie sa inscenátorom podarilo divákov vtiahnuť nielen do diania, ale aj do aktuálneho kontextu

predvádzaných akcií. Jedna línia vždy prechádzala do druhej, dosahovala sa tým významová gradácia každej udalosti.

Dôležité momenty v deji sa zvýrazňovali aj použitím podobných inscenačných prostriedkov, výrazovým a výrazovým variovaním niektorých akcií alebo textových častí. Väčšinou išlo o tie historické udalosti, v ktorých bol najbadateľnejší konflikt medzi mocou, jej násilnými prejavmi a „zdravým“ rozumom. Alegorický voz radcu Fridricha IV. sa napríklad honosil podobnou „nádherou“ ako voz Belgiojosa, Bočkai, Bocatius i senátori mali pri stretnutí s vyššou mocou vždy podobnú pozíciu – pokorný úklon, neustále ukláňanie sa, pokľak. Niektoré prvky sa variovali aj na metonymickej alebo metaforickej úrovni. Na začiatku inscenácie sa senátori radili s Bociom vo voľnom priestranstve, pričom vzrušene chodili hore-dolu a rozčúlene gestikulovali rukami. V nasledujúcom obraze však išlo za nimi vozidlo s priesvitným igelitovým kvádom, v ktorom bolo veľa prázdnych stoličiek. Podobným postupom bol zobrazený aj vzťah Bocatia a jeho manželky. Najskôr sa zhovárali v izbe pripomínajúcej posteľ s baldachýnom, obaja sa usmievali na divákov, kývali im. Neskôr sme ich už videli v kúpeľni. Bocatia ako sa holí a jeho manželku pod sprchou. Tu už sa na seba ani raz neotočili, neusmiali sa, a to ani na divákov. Nakoniec sa objavili v tieňohre vo veľkom igelitovom kvádri, kde ich bolo len letmo vidieť. Pomocou metaforického postupu sa v ich vzťahu znázornilo narastajúce odcudzenie a chlad. V celom projekte sa pomocou neho veľmi účinne navodzovala atmosféra strachu, blížiaceho sa nebezpečenstva, zrady, konšpirácie, čoraz väčšej izolovanosti a osamotenosti. Vďaka nemu veľmi silne pôsobil napríklad obraz *Zlý sen* vyjadrujúci situáciu v meste tesne pred vzburou občanov. Senátori sa v ňom rozhodli nepokoje riešiť zaslaním prosebného listu cisárovi Rudolfovi. V inscenačnej podobe danej situácie sa senátori spolu s Bociom vyplašene schovávali vo veľkej skrini, nervózne otvárali a zatvárali obrovské zásuvky. Za nimi sa ako nočná mora, ako ich zlý sen, tiahli rôzne čudné biele mátohy – duchovia, rybovtáky a vtákozvery. Do jednotlivých akcií odznievala rozhlasová nahrávka s uvedeným obsahom. K jedným z najmocnejších pôsobiacich obrazov patrila aj „pút“ Bociovej manželky so synom k cisárovi. V ruke držala sviecu a za ňou sa tiahol dlhý závoj. Po celom priestore chodila veľmi užialene, dokonca od nej začali postupne odchádzať aj anjeli, ktorí ju na jej ceste sprevádzali, neustále roztáčajúc horiace kolesá.

Obdobne sa gradovalo aj vojnové násilie. Rabovanie mesta vojakmi bolo inscenované pomocou áut s kontajnermi, do ktorých vojaci znášali ukradnuté veci. Niektorí z rabovačov vyskočili z kontajnerov, iní z okien, ďalší zlanovali zo stiech a horných poschodí domov. Všetko sa dialo za veľkého hudobného huriavku, dunenia bubnov, trúbenia poľných trúbok. Všeobecný zmätok zvyšovali výkriky lapaných a „znásilňovaných“ žien, obyčajných ľudí, chaoticky

pobehujúci prenasledovaní šašovia atď. Bočkaiovu vlastnú armádu však predstavovali len štyri obrovské bábky vojakov, ktoré chladno a neúprosne putovali osamoteným priestorom ulice.

Každé vozidlo v inscenácii predstavovalo nástroj neústupnej a nespravodlivej moci alebo bolo jej výrazom. Kým slobodný Bocatius sa ešte viezol na kočiari ťahanom koňmi, ako zajatý „sedel“ aj s celým kočom na korbe nákladného auta. Šašom zasa za účinného prispenia „náletov“ zvuku helikoptér holými rukami zastavovali cisársku vojenskú pomoc Belgiojosovi. Funkčné a významovo presné použitie techniky v jednotlivých obrazoch zdôraznilo bezmocnosť človeka voči nej. Niektoré obrazy sa vďaka jej použitiu dokonca stali apokalytickými víziami našej vlastnej budúcnosti. Po prvý raz Bocatiovu väzenie predstavoval buldozér s veľkou lyžicou, v ktorej bol umiestnený v klietke z reťazí. Neskôr sa objavil v podobnej klietke na zdvíhacom vozíku, v ďalšom obraze bol reťazami pripútaný k obrovskej náprave s veľkými železnými kolesami, ktoré ťahali dvaja kubisticky poňatí muži v trikotoch. Posledné Bocatiovu mučenie bolo stvárnené najabstraktnejšie. Štyria kati tlačili pred sebou veľkú guľu, vytvorenú zo železných obručí, uprostred ktorej stál Bocatius. Za nimi pomaly kráčal hráč na elektrickej gitare, vyludzoval zvuky pripomínajúce výkriky mučeného.

Projekt BOCATIUS '98 nie je zaujímavý len netradičným scénografickým riešením, ktoré veľmi tesne prepojilo jazyk pouličného divadla s miestom vzniku divadelného predstavenia alebo spôsobom adaptácie rozhlasovej hry, či počtom účinkujúcich. Projekt v dobe svojho vzniku spôsobom realizácie nadviazal na najnovšie inscenačné trendy. Je typicky intertextuálnou inscenáciou, ktorá v sebe spája rôzne druhy dramatických umení (divadelné a rozhlasové) a rôzne žánre a druhy divadelného umenia (klauniáda, pantomíma, pohybové divadlo, tieňové divadlo, bábkové divadlo, činohra). Používali sa v ňom citácie dnešnej reality (bicykle, horiace pneumatiky, policajné autá, bagre, polievacie autá a smetiarske vozy) i citácie dobových reálií (kostýmy, dobové zariadenia). Vo výtvarnej podobe sa k sebe priraďovali znaky rôznych historických období (kubizmus, abstrakcionizmus, stredovek, realizmus). Životné situácie minulého človeka sa tak tesnejšie prepolili s naším súčasným životom i s našou celkovou situáciou v dnešnom svete.

SEDEMŇASTA SITUÁCIA

OSUDOVÁ NEROZVÁŇNOST'

(Ten, ktorý je nerozumný; Obeť alebo strata Objektu)

K týmto typom sa občas pridáva „Poradca“ (postava, ktorá svojou múdrosťou odporuje nerozvážnosti), „Provokatér“ (zlomyseľný, sebecký či bezohľadný) a obvyklý reťazec Svedkov, vedľajších Obetí, prostriedkov atď.

A (1) – Nerozvážnosť ako príčina ich vlastného nešťastia: „Eumele“ – Sofokles; „Faethón“ – Euripides (tu sa Poradca prelína s postavou Pomocníka, pričom túto úlohu na seba berie, zviazaný príliš prísnou prísahou, v 23. situácii); „Staviteľ Solness“ – Ibsen. Príklad komédie: „L'Indiseret“ (See, 1908).

(2) – Nerozvážnosť ako príčina ich vlastnej hanby: „Svetová banka – *La Banque de l'Univers*“ (Grenet-Dancourt, 1886). Zbcletrie: „Peniaze – *L'Argent*“ – Zola. Z histórie: Ferdinand de Lesseps.

B (1) – Zvedavosť ako príčina ich vlastného nešťastia: „Semelé“ – Aischylos. Historické príklady (ktoré prerastajú do 20. situácie „Sebaobetovanie sa kvôli ideálom“): smrť mnohých učencov a vedcov

(2) – Zvedavosť ako príčina straty moci nad milovaným: „Psyché“ (príbeh, ktorý si požičal La Fontaine od Apelia, ktorý si ho zasa požičal od Lucia z Patry, a ktorý zdramatizovali Corneille, Moliere a Quinault); „Esclarmonde“ (Massenet, 1889). Príklad z mytológie: Orfeus, ktorý vyvádza Eurydiku z podsvetia. Táto nuansa sa približuje k situáciám 32 a 33 „Pomýlená žiarlivosť“ a „Justičný omyl“.

C (1) – Zvedavosť ako príčina smrti či nešťastia druhých: Goetheho a Voltiareho „Pandora“; „Divoká kačka“ – Ibsen. Príklad z mytológie: Eva.

(2) – Nerozvážnosť ako príčina smrti príbuzného: „Matka vrahyňa dieťaťa – *La Mère Meurtrière de son Enfant*“ (príbeh zo 14. storočia „Zázrak z Notre-Dame“); „Nezahrávajte sa s láskou – *On ne Badine pas avec l'Amour*“ – de Musset; „Rénee Mauperin“ – Goncourtovci. Známe prípady: chyby pri starostlivosti o chorých. „Louise Leclercq“ – Verlaine. Nerozvážnosť ako príčina nešťastia

nickoho iného: “Poškodený tovar – *Damaged Goods*” (Brieux, 1905).

(3) – **Nerozvážnosť ako príčina smrti milenca:** “Samson” – Voltaire; “Kráška so zlatými vlasmi – *La Belle aux Cheveux d’Or*” (Arnould, 1882).

(4) – **Dôverčivosť ako príčina smrti príbuzných:** „Peliás“ – Sofokles. „Peliades“ – Euripides. Príklad z beletrie (dôverčivosť ako príčina nešťastia spôsobeného spoluobčanom): “Port-Tarascon.”

Ak by sme v každej z predchádzajúcich podkategórií vytvorili ekvivalenty k tým prípadom, ktoré sú prezentované v jednotlivých prípadoch iba v jednej kategórii, dostaneme nasledujúce témy:

Nerozvážnosť (máme na mysli nerozvážnosť rýdzu a prostú, bez zvedavosti či dôverčivosti), ktorá spôsobí:

- nešťastie druhým
- stratu moci nad milovaným (milenec, manželka, manžel, priateľ, chránenec atď.)
- smrť príbuzného (môže byť zvolený akýkoľvek stupeň príbuzenstva)
- smrť milovaného

Zvedavosť (bez nerozvážnosti či dôverčivosti), ktorá spôsobí:

- zneuctenie príbuzného (poznáme dosť rôznych druhov zneuctenia, aby mohli pošpieniť čestnosť, odvahu, skromnosť, vernosť)
- zneuctenie milovanej osoby
- vlastné zneuctenie

Dôverčivosť (bez nerozvážnosti či zvedavosti), ktorá spôsobí:

- spomínané zneuctenia (preskúmanie 12. situácie nám poskytne základnú predstavu o spôsobe, ktorým môže byť lešť využitá na získanie tejto dôveryhodnosti)
- ich vlastné nešťastie
- stratu moci nad milovaným
- nešťastie druhých
- smrť milovaného

Prejdime teraz k príčinám, ktoré môžu urýchliť – rovnako ľahko ako zvedavosť, dôverčivosť alebo čistá nerozvážnosť – hroziacu katastrofu. Toto sú príčiny:

- porušenie zákazu alebo zákona, ktorý predtým určilo nejaké božstvo
- smrtiace následky pre toho, kto skutok pácha (príčiny môžu byť mechanické, biologické, súdne, vojnové atď.)
- smrtiace následky pre toho, kto skutok pácha pre bližneho alebo milovaného
- hriech, ktorý predtým niekto, vedome alebo nevedome, spáchal a teraz môže byť odhalený a potrestaný

Okrem zvedavosti a dôverčivosti tu máme ďalšie motívy, ktoré môžu ovplyvniť nerozvážnosť – napríklad v Sofoklových „Trachiňanách“ je to žiarlivosť. Rovnakú úlohu môžeme zveriť ktorejkoľvek z vášní, emócií, túžob, potrieb, chutí, ľudských slabostí (spánok, hlad, svalová aktivita, obžerstvo, chlipnosť, koketnosť, detská prostota). Pokiaľ ide o konečnú pohromu, predpokladáme, že prinesie mnoho aspektov, pretože môže postihnúť fyzický, morálny alebo sociálny blahobyť, či už zničením šťastia alebo cti, majetku alebo moci.

Napriek tomu, že Provokatér (orig. *Instigator*) nie je dôležitou postavou, v súčasnej situácii si zaslúži byť protagonistom; prípad Medcy v „Peliásovi“. Toto je azda najvhodnejší spôsob, ako môžeme dostať do popredia „zlosyna“; predstavte si napríklad, že by sa Jago stal hlavnou postavou „Othella“! Problémom bude nájsť pre neho dostatočne silný motív; ctižiadosť (čiastočne v „Richardovi III“) nie je vždy presvedčivá pre svoj „a priori“ spôsob vývoja; žiarlivosť a pomsta sa zdajú byť trochu sentimentálne pre túto démonickú postavu; mizantropia je príliš filozofická a vznešená; sebeckosť (prípad Peliása) je primeranejšia. Ale závisť, závisť, ktorá v atmosfére priateľskej starostlivosti o to viac zraňuje a spôsobuje intenzívnu bolesť, závisť, ktorú sme skúmali v jej temných a prízemných plánoch, v zahanbujúcej porážke, v jej zbabelosti, závisť, ktorá končí zločinom, je tu, zdá sa mi, ideálny motív.

Príloha č. 3

extáza (ecstasy)	radosť (joy)	pokoj (serenity)	láska (love)
obdiv (admiration)	dôvera (trust)	prijatie (acceptance)	podriadenie (submission)
teror (terror)	strach (fear)	obava (apprehension)	úcta (awe)
úžas (amazement)	prekvapenie (surprise)	rozptýlenie (distraction)	nesúhlas (disapproval)
žiaľ (grief)	smútok (sadness)	zádumčivosť (pensiveness)	lútosť (remorse)
odpor (loathing)	protivnosť (disgust)	nuda (boredom)	pohrdanie (contempt)
zúrivosť (rage)	hnev (anger)	mrzutosť (annoyance)	agresivita (aggressiveness)
opatrnosť (vigilance)	očakávanie (anticipation)	záujem (interest)	optimizmus (optimism)

Tabuľka 36 dramatických situácií Georgesa Poltiho. In LABÍK, Ľ. 2012 Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch. Bratislava : Vysoká škola múzických umení, s. 8. ISBN 978-80-89439-34-8.

SUMMARY

The textbook deals with three basic communication situations in art marketing, in which the original meaning of the public space changes. The first is the implantation of art marketing forms into public spaces, the second consists of the use of artistic means of scenic design in public spaces, thanks to which they become a piece of visual communication and not an urban space, and the last is the reinterpretation of public spaces through the prism of historical sciences and preservation of visual – graphic, visual artistic etc. archives, specifically from the point of view of teatrology.

In accordance with the above, the textbook is divided into three main chapters. The first chapter *Expressive variability of public spaces in art marketing communication* addresses the issue of changes in the understanding of aesthetics and the original urban-architectural functionality of public spaces (also) depending on its usability in art marketing. The basic starting point for thinking about the principles behind these changes is the model of expressive variability and interpretation of text by the author of this textbook, which is based on the concept of receptionist aesthetics of the Nitra School. Text is understood widely in accordance with the communication theory and text theory, i.e. not as artistic text only. From a methodological point of view, the thinking in receptionist aesthetics is linked with the performativity theory, scenology, staging theory and advertising theory. The reason for their use in this situation is the fact that they belong to the group of transitive concepts that allow for radical changes in the original understanding of the importance of public spaces. For example, within the context of the advertising theory, one of the principal diversions in the understanding of aesthetics of public spaces is the different semantics of colors. The chapter includes concrete examples, which are used to show the basic types of changes in the original meaning of public spaces (e.g. Main Street in Košice).

The second chapter titled *Scenic design and aesthetics of visual communication of events* deals with the issue of theoretical and pragmatic thinking about scenic design, its means and procedures. From a geographical point of view, the topic is analyzed mainly in the Slovak and Czech context, and from a temporal point of view, it mainly concerns the last two decades. A look into the theoretical and partially artistic contexts that deal with dramatic and primarily theatrical works can be used as an outcome for the analysis of the understanding of stage design. The selected examples represent structuralist, formalist, semantic, semiotic, scenological, architectural, design and marketing interpretations of the issue. The chapter also points to those aspects of the traditional understanding of stage design as scenography that have led to a fundamental reception turn towards visual communication in recent decades. Within this turn, qualities

other than artistic were also accentuated. The chapter also deals with the comparative, analytical, synthesizing and intersemiotic methods.

The third chapter titled *Ancient visual theater artifacts in contemporary art marketing communication (Mesopotamia, Egypt, Greece, Rome)* deals with the art marketing strategies in the history of ancient theater cultures, in which religious and political marketing usually prevailed over art marketing. It also includes rich illustrative materials, which in some parts form the basic starting point for the theatrical reinterpretation of public spaces.

MENNÝ REGISTER

- ANDRAŠKO, Pavol 18
ARISTOFANES 48, 54
BAČÍKOVÁ, Zuzana 39
BAGALOVÁ, Monika 35-36, 41
BACHTIN, Michail 7, 25
BALME, Christopher 34, 38
BELGIOJOSO, Barbiano 55-56, 58-59
BERNARD, Jan 42-43, 53
BESANÇON, Alain 6, 25
BF [FOŘT, B.] 25
BLAHNÍK, Vojtěch Kristián 45-47, 49-53
BOCATIUS, Ján 18-19, 55-59
BOČKAI, Štefan 18, 55, 57-59
BREZINA, Ján 29, 38
BROCKETT, Oscar G. 46, 48, 50, 52-53
CARTWINGT, Luisa 36, 40
CILLER, Jozef 29, 38
DEBUREAU, Jean-Gaspard 23, 38
DOLEŽEL, Lubomír 24-25
ĎURIŠIN, Dionýz 30
DVOŘÁK, Jan 4, 33, 39
ELIADE, Mircea 53
FARKAŠOVÁ, Eva 18
FIEBACH, Joachim 7
FISCHER-LICHTE, Erika 7, 34, 39
FRIDRICH IV. 55-56, 58
GADUŠOVÁ, Adriana 4
GADUŠOVÁ, Zdenka 26-27
GAJDOŠ, Július 7, 34, 39
GÁSPÁROVÁ, Margit 49-50, 52, 54
GERO, Štefan 4, 7-8, 23, 25,
GERŽOVÁ, Jana 35, 37
GREGORCOVÁ, Veronika 42, 54
GROH, František 45-49, 54
GROTOWSKI, Jerzy 34-35, 39
GUILLAUME, Michaela 28, 39
HATINA, Michal 18, 55
HERBERT, James D. 25, 39
HORŇÁK, Pavel 4, 8, 23, 26, 38-39
HRONSKÝ, Michal 30, 41
HRUBANIČOVÁ, Ingrid 35, 39
INŠTITORISOVÁ, Dagmar 7, 9, 15, 17,
22, 26-27, 29, 39
JANKŮ, Peter 7, 31, 34, 39
JOVIĆEVIĆ, Aleksandra 7, 34, 39
KAČALA, Ján 8-9, 26
KAPSOVÁ, Eva 7, 30
KLUKA, Zdeněk 18
KOCUR, Mirosław 50, 53-54
KOPRDA, Tomáš 37, 39
KOŠKOVÁ, Mária 37, 39
KOTTE, Andreas 34, 39
KOUŘIL, Miroslav 7
KOVALČÍK, Jozef 33, 39
KŘÍSTKOVÁ, Barbora 18
KUSÝ, Ivan 25-26
LABÍK, Ľudovít 35, 37, 40, 63
LEHMANN, Hans-Thies 7, 34, 40
LICHÁ, Simona 8, 26
ĽUDOVÍT XIV. 23
MARCELLI, Miroslav 32, 40
MAZALÁN, Peter 30, 32, 41
MIKO, František 7-10, 12-15,
26, 28, 30, 40

MOUSSINAC, León 54
 MÜNZOVÁ, Zorka 27
 NELSON, Robert S. 39
 NOVOSAD, František 8
 OKÁL, Miloslav 48, 54
 ORAVEC, Peter 2, 26
 OSLZLÁ, Markéta 18
 PAVIS, Patrice 8
 PAVLOVSKÝ, Petr 30, 40
 PETRÍKOVÁ, Dagmar 25-26
 PLESNÍK, Ľubomír 7, 24, 26-27
 POKORNÝ, Vít 35, 40
 POLÁČEK, Vojtěch 35, 40
 POLLIO, Markus Vitruvius 54
 POLLUX, Julius 54
 POLTI, Georges 60, 63
 POPOVIČ, Anton 7-10, 12-15,
 26-28, 30, 40
 PRAŽÁK, Albert 30, 40
 PTAČIN, Ján 32, 41
 RÓNA, Jaroslav 33, 39
 ROUBAL, Jan 7
 RUDOLF II. 55, 59
 RYYNÄNEN, Max 33, 39
 SHIFF, Richard 39
 SCHECHNER, Richard 7, 22, 27
 SCHERHAUFER, Peter 18-19, 21, 26
 SCHUSTER, Rudolf 18, 27, 55
 SLÁDEK, Ondřej 25
 SLAVÍKOVÁ, Eva 35, 40
 STEHLÍKOVÁ, Eva 45-48, 50, 52-54
 STURKEN, Marita 36, 40
 SVOBODA, Josef 33, 40
 ŠABÍK, Vincent 7, 22, 27
 ŠIMKOVÁ, Soňa 33, 40
 ŠÍPOVÁ, Pavlína 50-52, 54
 ŠTĚDRŇ, Miloš 18
 ŠUŠKLEB, Jan Hons 32, 40
 UBERSFELD, Anne 34, 40
 URLANDOVÁ, Andrea 7, 27
 VALENTA, Josef 33, 40
 VALENTOVÁ, Mária 26
 VEREŠPEJOVÁ, Alžbeta 27, 55
 VOJTĚCHOVSKÝ, Miroslav 22, 27
 VOSTRÝ, Jaroslav 7, 22, 27, 33
 VUJANOVIČ, Ana 34, 39
 VYSEKALOVÁ, Jitka 7-8, 27
 VYSKOČILOVÁ, Eva 35, 40
 WIRZOEFF, Nicolas 36, 40
 ZAVARSKÝ, Ján 18
 ZELENÁKOVÁ, Kristína 8, 26
 ŽÁBA, Zbyněk 42-43, 45, 54

ZOZNAM OBRÁZKOV A ICH ZDROJOV

- Obr. 1 Komunikačný model. In MIKO, F. 1992. Živá kultúra. In Plesník, Ľ. – Valentová, M. (eds.) *Umelecká tvorba, jej recepcia a interpretácia ako živé formy kultúry*. Nitra : Vysoká škola pedagogická, s. 12. [Výskumné materiály 38/1992.]
- Obr. 2 Metatextový aspekt interpretácie. In MIKO, F. – POPOVIČ, A. 1978. *Tvorba a recepcia. Estetická komunikácia a metakomunikácia*. Bratislava : Tatran, s. 299.
- Obr. 3 Model literárnej komunikácie. In MIKO, F. – POPOVIČ, A. 1978. *Tvorba a recepcia. Estetická komunikácia a metakomunikácia*. Bratislava : Tatran, s. 20.
- Obr. 4 Model komunikačnej situácie prekladu. In POPOVIČ, A. a kol. 1983. *Originál – preklad. Interpretačná terminológia*. Bratislava : Tatran, s. 264.
- Obr. 5/a Základný komunikačný model umeleckého diela. In INŠTITORISOVÁ, D. 2010. *Interpretácia divadelného diela*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, s. 89. ISBN 978-80-8094-432-2.
- Obr. 5/b Hlavná ulica (Košice). 2021. In *Wikipédia.org* [online]. 9. 1. 2021 [cit. 2022-10-10]. Dostupné z: [https://sk.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%A1_ulica_\(Ko%C5%A1ice\)](https://sk.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%A1_ulica_(Ko%C5%A1ice))
- Obr. 6 Vľavo: Základné interpretačné modely. In INŠTITORISOVÁ, D. *Interpretácia divadelného diela*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa, 2010, s. 89. ISBN 978-80-8094-432-2.
- Hore: Pohľady na budovu Štátneho divadla v Košiciach. In HIMIČ, P. 2005. *Na rozhraní tisícročí. Štátne divadlo Košice*. Bratislava : Divadelný ústav, s. 58. ISBN 80-8898-76-1-X.
- Dolu: Historický prehľad názvov Hlavnej ulice. In JIROUŠEK, A., 2003. *Košice na začiatku tretieho tisícročia*. Košice : JES, 2003, s. 67. ISBN 80-88900-12-3.

- Obr. 7 Ukážka zo scenára. In SCHERHAUFER, P. 1998. *Bocatius '98. Open air environment*. [Scenár.] Košice : Východoslovenské štátne divadlo, s. 12.
- Obr. 8 Bodový scenár. In SCHERHAUFER, P., 1998. *Bocatius '98. Open air environment*. [Scenár.] Košice : Východoslovenské štátne divadlo, s. 1.
- Obr. 9 Plán scénických akcií projektu BOCATIUS '98. Súkromný archív a snímka D. Inštorisová.
- Obr. 10, 11, 12, 13 BOCATIUS '98 (realizácia). Súkromný archív D. Inštorisovej. Sníma Jozef Béreš.
- Obr. 14 Sprievod bohov v Babylone. In BERNARD, J. 1983. *Co je divadlo*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, s. 53.
- Obr. 15 Kňaz hrajúci boha Anubisa. In ŽÁBA, Z. 1951. *Divadlo ve starověkém Egyptě*. In *Nový Orient*, roč. 6, č. 9-10, s. 212.
- Obr. 16 Hór v boji so Sutechom. In ŽÁBA, Z. 1951. *Divadlo ve starověkém Egyptě*. In *Nový Orient*, roč. 6, č. 9-10, s. 213.
- Obr. 17 Najstaršie grafické zobrazenie sakrálneho dramatického, tzv. „režijná kniha“. In BERNARD, J. 1983. *Co je divadlo*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, s. 68.
- Obr. 18 Dionýzos na voze. In GROH, F. 1909. *Řecké divadlo*. Praha : Česká grafická unie, s. 13.
- Obr. 19 Dionýzovo divadlo v Aténach. In GROH, F. 1909. *Řecké divadlo*. Praha : Česká grafická unie, s. 148.
- Obr. 20 Kreslo Dionýzovho kňaza. In GROH, F. 1909. *Řecké divadlo*. Praha : Česká grafická unie, s. 150.

- Obr. 21 Vstupenky do Dionýzovho divadla. In GROH, F. 1933. *Řecké divadlo*. 2. oprav. a rozmn. vyd. Praha : Česká grafická unie, s. 353.
- Obr. 22 Divadelná vstupenka. In GROH, F. 1933. *Řecké divadlo*. 2. oprav. a rozmn. vyd. Praha : Česká grafická unie, s. 354.
- Obr. 23 Kreslo divadla v Priene. In GROH, F. 1909. *Řecké divadlo*. Praha : Česká grafická unie, s. 107.
- Obr. 24 Wikipédia.org [online]. 2009 [cit. 2022-10-15]. Dostupné z: <http://www.kmartisek.wz.cz/Turecko/Foto/Foto041.html>
- Obr. 25 Divadelná vstupenka pre čestné miesto. In GROH, F. 1909. *Řecké divadlo*. Praha : Česká grafická unie, s. 392.
- Obr. 26 Ideálna rekonštrukcia rímskeho divadla. In BLAHNÍK, V. K. 1929. *Světové dějiny divadla*. Praha: Aventinum, s. 67.
- Obr. 27 Marcellovo divadlo v Ríme, 1. st. pr. n. l. In *Teatro Marcello* [online]. 2009 [cit. 2022-10-17]. Dostupné z: <https://www.romanoimpero.com/2009/12/teatro-marcello.html>
- Obr. 28 Vstupenka do rímskeho divadla. In KOLEKTÍV. 1974. *Slovník antické kultúry*. Praha : Svoboda, s. 164.

AUTORSKÁ POZNÁMKA

Prvá kapitola vznikla apretáciou štúdie s názvom *Výrazová variabilita verejného priestoru z pohľadu art marketingu* publikovanej v zborníku In Kušnírová, E. – Bandúrová, L. (eds.) 2022. *Súradnice estetiky, umenia a kultúry 7. Verejný priestor v kontextoch estetiky, umeleckej teórie a umeleckej praxe. Studia Aestetica XXI. Zborník príspevkov z vedeckej konferencie*, 11. 11. 2021 –12. 11. 2021. Prešov: Prešovská univerzita, s. 57-79. Druhá apretáciou štúdie s názvom *Scénický dizajn a vizuálna komunikácia. Od umenia k marketingu*. 2022. In *Slovenské divadlo*, roč. 70, č. 1, s. 91-104. Tretia kapitola vznikla výrazným rozšírením štúdie s názvom *Z histórie starovekého divadelného marketingu (Mezopotácia, Egypt, Grécko, Rím)*. 2021. In *Javisko*, roč. 53, č. 2, s. 44-45. Štúdia s názvom *Projekt BOCATIUS '98* v Prílohe č. 1 je apretáciou štúdie *Projekt BOCATIUS '98*. 2006. In Inšitorisová D. (edit.) a kol. *Peter Scherhaufér – Učiteľ „šašku“*. Bratislava : Eleonóra Nosterská – NM Code, s. 40-45. ISBN 80-969195-1-2.

Dagmar Inštorisová: Výrazová variabilita verejného priestoru v art marketingovej praxi
– vysokoškolská učebnica

Posudzovatelia:

prof. PhDr. Eva Kapsová, CSc.

PhDr. Tomáš Koprda, PhD.

Vedecká redaktorka:

doc. Mgr. Lucia Spálová, PhD.

Preklad summary:

Mgr. Martin Mačura, PhD.

Jazyková korektúra:

PhDr. Marcel Olšiak, PhD.

Grafický dizajn a technické spracovanie:

Mgr. Jozef Peniak, PhD.

Vydavateľ: Európska Akadémia Manažmentu, Marketingu a Médií Bratislava

Rok vydania: 2023

Rozsah: 72 strán (online)

Počet AH: 4, 125

Všetky práva vyhradené.

Žiadna časť publikácie sa nesmie reprodukovať bez súhlasu autorov.

Publikácia vznikla s podporou projektu APVV-18-0257: *Inkubátor multimedialnej digitalnej produkcie: recipročný transfer vedy, umenia a kreatívnych priemyslov.*

ISBN 978-80-973848-6-9

EAN 9788097384869

„Autorka prof. PhDr. Dagmar Inšitorisová, PhD., je renomovaná odborníčka v oblasti teatrológie, vizuálnych a mediálnych štúdií a danú tému spracúva s osobitou originalitou, ale i náročnosťou. Zároveň danú tému je možné brať ako východisko prípadného rozšírenia o ďalšie tematické ďalšie tematické celky a počítať treba aj s upresnením zatiaľ akoby voľne, skusmo, hoci argumentačne vyvážené uvažovaných motívov, pojmov či terminológie. (...) Cieľom autorky však nie je ponúknuť ďalšiu definíciu, ale poukázať na konkrétne prípady uplatnenia danej stratégie (art marketing, alebo skôr podmienenečne pomenované ‚art marketing‘) v rôznych historických obdobiach.“

prof. PhDr. Eva Kapsová, CSc.

Katedra etiky a estetiky,

Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa, Nitra

„Základnou úlohou art marketingu je vytvorenie komunikácie, ktorá umožní spojiť umelecké dielo a vhodné publikum. Takto, veľmi generalizujúc, by sme mohli chápať esenciálnu podstatu art marketingu. Art marketing pracuje s kultúrnym dedičstvom a umením, pričom zahŕňa množstvo umeleckých oblastí od výtvarného umenia, cez divadlo, film či hudbu. Preto považujeme za dôležité poznať jednotlivé špecifické oblasti art marketingu, čo vedie k lepšiemu pochopeniu danej problematiky. Publikácia sa zameriava na verejný priestor ako oblasť art marketingu, ktorý podlieha zmenám v intenciách komunikácie a vizuálna.“

PhDr. Tomáš Koprda, PhD.

Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy,

Filozofická fakulta Univerzity Konštantína Filozofa, Nitra