ANTHROPOLOGIA INTEGRA
2/2011/2
ČASOPIS PRO OBECNOU ANTROPOLOGII A PŘÍBUZNÉ OBORY
JOURNAL FOR GENERAL ANTHROPOLOGY AND RELATED DISCIPLINES

Popularizace vědy / Popularization of Science

Automobil a film: Antropologické entity moderní a postmoderní doby

Michaela Konopíková

Katedra teorie kultury (kulturologie) Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze, Celetná 20, 110 00 Praha 1

CAR AND FILM: ANTHROPOLOGICAL ENTITIES OF MODERN AND POSTMODERN AGE

ABSTRACT The main objective of this study is to analyse the depiction of a car in a film art. Engaging particular films, the presented typology reflects a car as a socio-cultural phenomenon, which is ascribed various functions. Subsequently, this text aims to examine the mutual relationship man – car, and provides a general overview of its crucial manifestation in films.

KEY WORDS car; cinema; gender; lifestyle; road movie; mass culture

ABSTRAKT Tématem studie je teoretická analýza zobrazení automobilu ve filmovém umění. Představená typologie s využitím konkrétních příkladů filmových snímků reflektuje vozidlo jako sociokulturní prvek, jemuž jsou připisovány různé funkce. Dále tento text podrobuje zkoumání vzájemný vztah člověk – automobil tak, jak se manifestoval na filmovém plátně.

KLÍČOVÁ SLOVA automobil; kinematografie; gender; životní styl; road movie; masová kultura

ÚVOD

Zrod kinematografie koncem 19. století zapříčinil množství změn v sociální a kulturní sféře, navíc její masové rozšíření způsobilo zásadní převrat v sdělování a přijímání obsahů. Na konci tohoto vývoje podpořeném rychlým šířením informačních technologií stojí dnešní generace, kterou nazýváme generací vizuální, pro niž je nositelem významu spíše obraz než slovo. Tvrzení kanadského filozofa a zakladatele mediální teorie Marshalla McLuhana (1911–1980), že kulturu lze nejjasněji číst prostřednictvím studia jejích konverzačních nástrojů dále rozvinul americký mediální teoretik Neil Postman (1931–2003). V knize *Ubavit se k smrti* Postman poznamenává, že „každé médium, stejně jako sám jazyk, dává vzniknout jedinečnému způsobu komunikace tím, že myšlení, vyjadřování i senzibilitě poskytuje nový orientační bod" (Postman 2010, 26). Filmové médium, respektive jazyk, skrze nějž k nám promlouvá, v současném světě vystupuje jako jeden z nosných pilířů, které přispívají k utváření našeho pojetí světa, vnímání a myšlení. Filmové záběry poskytovaly zpočátku zábavu několika málo nadšencům, aby se z nich postupem času stal jeden z nejdůležitějších nástrojů dorozumívání moderní a postmoderní éry.

Vznik a rozvoj automobilismu od konce 19. století, který spočíval nejen v produkci stále většího množství vozidel, ale i budování příslušných pozemních komunikací a obslužných prostředků (čerpacích stanic, odstavných ploch, parkovacích stání aj.), proměnil prostředí, v němž žijeme, onu základnu, jež je jedním z východisek obecně lidského uvažování o světě. Nástup a mohutnější rozšíření automobilů (byť v počátcích pozvolné) se odehrávaly v v rámci průmyslové revoluce a okouzlení technickým pokrokem. S hromadnou výrobou se z automobilu stal významný prvek v sociokulturním systému, který svými dopady přispěl k přeskupení sociokulturní rea-

lity. Podpořil mobilitu a posléze se stal jejím nejvýraznějším symbolem. Tento fenomén postupně hypertrofoval až do podoby automobilových závodů, bláznivých honiček, v nichž hraje vozidlo nezřídka hlavní roli. Vytvořil tak rovinu reality, která žije svým vlastním životem a která se posléze stala předmětem zobrazování ve filmovém umění.

Automobil a film se staly součástí kulturního systému a svým dílem přispěly k proměně životního stylu stamilionů lidí na celém světě. Jedním z příznaků vzrůstající propojenosti je i šíření automobilismu do zemí třetího světa stejně tak jako ohromná popularita filmového média v oblastech, které filmový průmysl dříve nezasahoval. Vzpomeňme například monstrózní popkulturní továrnu indického Bollywoodu, jež velmi dobře ilustruje difúzi kulturních prvků napříč prostorem.

Nástup prvních motorových vozidel (v roce 1886 bylo patentováno Benzovo tříkolové vozidlo se spalovacím motorem, které způsobilo revoluci ve výrobě automobilů) a objev celuloidového pásu s pohyblivými obrázky spadají do závěru devatenáctého století. Bylo jen otázkou času, kdy se tyto dva fenomény spojí v jeden a na plátně se objeví první automobil. Stalo se tak poměrně záhy a vozidla na plátně zafungovala jako symbolické vyjádření oscilující od vyjádření sociálního statusu jeho majitele, aktuálních estetických kritérií, prezentace technologického pokroku až po normativní roli, kterou v mnoha dílech zastávalo. Automobil se stal jevištěm, na jehož sedadlech se odehrávala zásadní existenciální rozhodnutí, katarze a v mnoha filmových opusech sehrál úlohu nezbytné výbavy hlavních hrdinů, k jejichž doplňkům patřil stejně neodmyslitelně jako buřinka k Charlie Chaplinovi. V souvislosti s touto studií lze poznamenat, že se první film, v němž se enfant terrible němého filmu objevil ve svém typickém kostýmu tuláka, odehrává na pozadí závodů, ovšem závodů dětských aut v zábavním parku. Jedná se o krátkometrážní komediální skeč nazvaný *Kid Auto Races at Venice* (česky: *Chaplin v zábavním parku*, režie Henry Lehrman, 1914). Cesta automobilů na „červený koberec" byla otevřena.

Automobil můžeme považovat za kulturní konstrukt, jeden z integrálních prvků sociokulturního systému, v němž plní konstituující funkci a jako takový se stal předmětem filmových ztvárnění napříč všemi myslitelnými žánry. Cílem této studie ovšem není představit podrobný výčet filmů prostřednictvím žánrových kategorií, v nichž automobil sehrál ústřední roli. Naším záměrem je nahlédnout jev automobilu ve filmovém umění prostřednictvím typologie funkce, kterou v tomto uměleckém žánru sehrává. Jakékoliv vozidlo lze vnímat jako nástroj nebo jako metaforu. Metaforu bytí, které nás více přiblíží tomu, kým bychom chtěli být. Nástroj k demonstraci síly a rychlosti, možnosti a schopnosti rychlého přemisťování, kterého by člověk sám o sobě nebyl schopen dosáhnout. Vztah člověka a automobilu se ve filmovém umění manifestoval různými způsoby.

Sílu tohoto sociálního fenoménu ukazuje i fakt, že se automobil, automobilové prostředí stalo kulisami pro nově vznikající filmy již před druhou světovou válkou. V roce 1930 natočil režisér Wilhelm Thiele muzikál nazvaný *Die Drei von der Tankstelle* (česky: *Tři mládenci od benzinu*, režie Wilhelm Thiele, 1930). Tento raný zvukový film vypráví příběh tří přátel, kteří si v důsledku ekonomické nouze otevřou benzinovou čerpací stanici. Po zásahu exekutora, při kterém je jim zabaveno veškeré zařízení bytu, se trojice rozhodne odstěhovat se na venkov a vyskočí z okna rovnou do svého vozu (Thompson 2007, 211). Automobilismus pronikl do filmového umění nejen jako prostředek, ale prostřednictvím zadních sedadel, parkovišť, čerpacích stanic i jako dějiště, kulisa a do určité míry i zápletka filmů. Diváci odcházeli z kin obohaceni o poznání, že velké tragédie a vášnivá dramata se nemusejí odehrávat jen v prostředí interiérů, zámeckých parků či noblesních kaváren, ale v intencích technologického pokroku i na benzinových pumpách.

AUTOMOBIL JAKO KŮŇ MODERNÍHO RYTÍŘE

Jedním z ústředních bodů středověké dvorské kultury byli rytíři vystupující jako ručitelé společenského řádu. Ztělesňovali hodnoty své doby, jakými byly statečnost, neohroženost, obratnost a smysl pro spravedlnost. V případě potřeby měli hájit slabé a utiskované. Významným atributem rytíře byl kůň, symbolizoval jeho postavení v sociálním mikrosvětě a zároveň dodával lesku jeho aureole neohroženého bojovníka. Na souhrn těchto preferovaných hodnot, známých jako rytířské ctnosti, je možné nahlížet jako na obecnou zprávu o stavu lidské duše, která předurčuje muže k hrdinským činům. (Vlastnictví koně jako příznaku společenského postavení lze nicméně vystopovat již ve starověku.) V industriálním a postindustriálním světě muži nejezdí na koních, ti byli vyměněni za koně ukryté pod kapotami automobilů. Automobily vystupují jako symbol rychlosti a síly a v sociální rovině zastupují paradigma moci – moci soustředěné do rukou mužů.

Jednou z nejrozšířenějších modalit zobrazení automobilu na filmovém plátně je konfigurace automobilu jako věrného společníka a průvodce hlavního hrdiny, jehož přes všechna příkoří dovede do cíle jeho cest. Navíc mu slouží v roli jakéhosi obranného štítu, pomáhajícího překonat nesnáze.

Artikulace maskulinních hodnot koncentrovaná ve spojení muž-automobil se promítla do série filmů o Jamesi Bondovi. Agent britských tajných služeb se za pomoci moderních technologií pouští do boje za záchranu světa před zlem, aby po heroickém výkonu prošpikovaném automobilovými honičkami a přestřelkami odcházel vstříc lepším zítřkům s atraktivní kráskou po boku. Ve filmu z roku 1964 nazvaném *Goldfinger* (česky: *Goldfinger*, režie Guy Hamilton, 1964), který odstartoval vlnu popularity filmů s Jamesem Bondem v hlavní roli, Bond poprvé řídí vůz *Aston Martin DB5* (obr. 1). Ten se stal patrně nejslavnějším Bondovým pomocníkem a objevil se v dalších čtyřech snímcích této série. Se sedadlem umožňujícím katapultování, zabudovanými kulomety a bodci k protržení pneumatik soků se Bondův automobil profiluje nejen jako vozidlo, ale současně i jako účinná zbraň. Žánr špionážního filmu se tímto snímkem etabloval na scéně a celá série se specificky vystavěnou narací zásadním způsobem na příští desetiletí ovlivnila popkulturu a vyvolala reakce v podobě vzniku

Obr. 1. Automobil *Aston Martin DB5* Jamese Bonda z filmu *Goldfinger* (česky: *Goldfinger*, režie Guy Hamilton, 1964).

množství napodobenin i parodií (Thompson 2007, 352).
Konceptuální uchopení automobilu jako pomocníka spravedlnosti je hojně využívaným klišé ve snímcích tematizujících práci detektivů a obránců zákona obecně. Režisér Peter Yates (sám syn armádního důstojníka) obsadil do role poručíka Franka Bullitta stejnojmenného filmu *Bullitt* (česky: *Bullittův případ*, režie Peter Yates, 1968) Stevea McQueena. Zápletka filmu točící se kolem smrti mafiánského bose zobrazuje jednu z nejslavnějších automobilových honiček filmového plátna. Scéna, která se stala klasikou svého žánru, představuje vůz *Ford Mustang*. Gradující atmosféra začíná hrou na kočku a na myš, stupňuje se do dynamické honičky provázené skřípěním brzd a plechů karoserií a končí velkolepým výbuchem na dálnici (Weber 2011). Stopáž této sekvence má necelých deset minut, ovšem její natočení trvalo tři týdny a rychlost automobilů dosahovala až 175 km/h. Aby se dojem autentičnosti ještě zvýšil, kamera snímala okolní prostředí z perspektivy řidiče, což jen umocnilo výsledný realistický efekt. V návaznosti na úspěch snímku představila společnost Ford Motor Company v roce 2001 edici automobilů Bullitt – Ford Mustang GT. Další verze Ford Mustang Bullitt byla vyrobena o sedm let později. Steve McQueen se navíc objevil ve dvou televizních reklamách propagujících automobily této značky. Propojení světa filmu a reklamy prostřednictvím marketingu přispělo k rekonfiguraci kulturního prvku, který již není vnímán jako pouhý prostředek lokomoce, nýbrž jako symbol s jednoznačnými konotacemi.
Motiv automobilové honičky představující jeden z vrcholů filmu (i žánru) byl využit také ve filmu *The French Connection* (česky: *Francouzská spojka*, režie William Friedkin, 1971). Opět se jedná o kriminální film s ústřední dvojicí detektivů newyorské kriminální policie bojujících proti obchodníkům s drogami. Dnes již klasická několikaminutová scéna, v níž jeden z detektivů v automobilu *Pontiac LeMans* pronásleduje zločince unikajícího nadzemní dráhou, patří k vrcholu akčního žánru a svým realistickým ztvárněním řadí tuto honičku mezi kultovní pasáže krimi filmů staré školy. K její atmosféře přispívá i fakt, že scéna byla natočena uprostřed rušných ulic New York City, živého tepajícího města a nikoliv v odlehlých či uzavřených lokacích, tak jako tomu bylo u předchozích filmů.
Francouzská akční komedie *Taxi* (česky: *Taxi*, režie Gérard Pires, 1998) odehrávající se v ulicích Marseille vystavěla děj filmu na poetice zběsilé jízdy, závodech s policejními důstojníky dohlížejícími na dodržování rychlostních limitů a závodech s časem. Příběh bývalého poslíčka pizzy Daniela, jehož největší vášní je rychlá jízda ve speciálně upraveném voze těží z tradice francouzských akčních filmů, které přesouvají adrenalinové souboje ze závodních okruhů do ulic města.
Obecně lze říci, že v kinematografii je zastoupen přístup zobrazující automobil jako sociální prvek, který prostřednictvím askripce hodnot tradičně vnímaných jako mužské konstituuje a fixuje genderovou asymetrii Pokud se automobily na filmovém plátně vyskytují ve spojení se ženami, jsou využívány jen jako komplementarita a dokreslení každodennosti a není jim věnována zvláštní pozornost tak jako v případě jejich spojení s maskulinním světem. Americká romantická komedie *How to Steal a Million* (česky: *Jak ukrást Venuši*, režie William Wyler, 1966) s Audrey Hepburnovou v hlavní roli atraktivní

Obr. 2. Automobil *Autobianchi Eden Roc* z filmu *How to Steal a Million* s Audrey Hepburnovou v hlavní roli (česky: *Jak ukrást Venuši*, režie William Wyler, 1966).

Obr. 3. Automobil *Dodge Wayfarer* z roku 1949 z filmu *Grease* s Johnem Travoltou v hlavní roli (česky: *Pomáda*, režie Randal Kleiser, 1978).

emancipované dívky pokoušející se zachránit čest svého otce, zobrazuje do posledního detailu sladěnou hlavní hrdinku. V mnoha záběrech vystupuje jako řidička automobilu (například *Autobianchi Eden Roc* z roku 1965, obr. 2). Automobil však tvoří pouze jeden z jejích doplňků a jeho funkční role je redukována na úkol přemístit ženu z jednoho místa na druhé. Vztah mezi mužem a vozidlem je ve filmu často naznačen jako vztah mocenský, v němž druhé zmíněné zosobňuje jeho nadání a sílu.

Žánrem svého druhu se v kinematografii staly automobilové závody. Opojení dynamikou rychle jedoucího vozu, akcí, pohybem a adrenalinem nachází svůj předobraz již v manifestu futurismu. Francouzský film *Le Mans* (česky: *Le Mans*, režie Lee H. Katzin, 1971), pojmenovaný podle jednoho z nejznámějších závodních okruhů, je poctou nejen jeho účastníkům, ale i vytříbeně složenou poklonou vozům. Do hlavní role obsadil režisér filmu opět Steva McQueena a motiv automobilu zasadil do autentického prostředí slavného závodu 24 hodin Le Mans. Filmová podívaná, která neplýtvá slovy (a proto jich v něm zazní tak málo, na první větu si diváci musejí počkat celých čtrnáct minut od úvodního záběru) je koncipována jako psychologická sonda do závodníkova nitra a precizní anatomie světa automobilismu. Narativní složka je v tomto případě upozaděná, film se soustředí na vystižení atmosféry závodů takřka dokumentárním stylem. Když hlavní hrdina pronese větu „Závodění je život. Všechno potom a předtím je čekání", vystihne podstatu celého snímku.

Stejně jako jakékoliv jiné fenomény, které spoluvytvářejí okolní svět, vzbuzují i automobily emoce. Estetická kritéria jako oblost karoserie, velikost vozidla, barva laku či odstín metalízy determinují lidské vnímání a pod zorným úhlem těchto měřítek implikují přiřazení dalších subjektivních kategorií. Výběrem konkrétního typu vozidla filmoví tvůrci vysílají zprávu o tom, jak máme číst jednání filmových postav, slouží jako determinanta sociálního statusu i skupinové dynamiky. Funguje jako znak, který zastupuje konglomerát hodnotového i emocionálního zaměření.

AUTOMOBIL JAKO ŽIVOTNÍ STYL A PROSTŘEDEK SOCIÁLNÍ INTERAKCE

V brazilské Amazonii se traduje legenda o říčním delfínovi, který je typický svou narůžovělou barvou. V noci se proměňuje v charizmatického mladého muže, jenž se vkrádá do vesnic, kde si neomylně vyhlédne tu nejkrásnější dívku a poté, co s ní stráví noc, vrací se zpět do říčních vod, aby ho už nikdo nespatřil. V různých variacích příběhu se vždy opakují dvě zákonitosti. Tajemný muž nosí na hlavě klobouk, který zakrývá jediný relikt jeho pravé animální podstaty, dýchací otvor a za druhé, ona vyhlédnutá dívka, přitahována jeho enigmatickým magnetismem, mu vždy bez výjimky podlehne. Nezáleží na tom, jestli je v daném okamžiku zasnoubená, vdaná či zamilovaná do jiného muže, při setkání s růžovým delfínem-mužem, tyto okolnosti nehrají žádnou roli, stejně jako fakt, že po oné společně strávené noci se už nikdy nepotkají. Kouzelná aura obklopující tajemného muže působí na všechny ženy bez rozdílu jako afrodiziakum. Kdo by nechtěl být aspoň na okamžik růžovým delfínem? V moderní společnosti si muži v hojném počtu místo pořizování klobouků se širokou krempou obstarávají automobily, které jim dodají onen nádech neodolatelných, po nichž ženy touží.

Automobil jako nedílná součást životního stylu figuruje zejména ve Spojených státech amerických. Mimo městské aglomerace je z důvodu absence systému veřejné dopravy považováno vlastnictví automobilu za nutnost již od adolescentního věku a stává se tak relativně brzy samozřejmou součástí života lidí. Funguje nejen jako vozidlo, které dopravuje svého majitele z bodu A do bodu B, nýbrž současně vystupuje jako odznak životního stylu vlastníka a usnadňuje navazování vztahů mezi pohlavími. První intimní kontakty navíc nezřídka probíhají právě v prostředí vozu, které tak v sociálním světě nabývá další dimenzi a funkci. Tato situace se promítá i do filmového umění. V rámci svého žánru zosobňují automobily americké klišé nejen tím, že implikují představu moci a síly, ale jejich vlastnictví determinuje i sexuální přitažlivost pro ženské po-

hlaví. Vzpomeňme na snímky bytostně americké odehrávající se mezi dospívající mládeží. Příkladem za všechny je muzikál *Grease* s Johnem Travoltou (česky: *Pomáda*, režie Randal Kleiser, 1978). Jako příslušník městské dělnické subkultury mládeže by hlavní hrdina nedostál svému statusovému zařazení bez příslušného oděvu, napomádovaných vlasů a automobilu *Dodge Wayfarer* (obr. 3), který potvrzoval jeho zařazení v rámci sociální skupiny svých vrstevníků. Součástí filmu je i nezbytný závod rivalů upevňující dominantní postavení tohoto kulturního prvku americké společnosti.

Jiný úhel pohledu, ovšem stejná funkční konfigurace vozidla jako katalyzátoru komunikace a petrifikace způsobu života je představena v thrilleru *American Psycho* (česky: *Americké psycho*, režie Mary Harron, 2000). Patrick Bateman, představitel generace yuppies osmdesátých let, pod nablýskaným povrchem úspěšného, bohatého a přitažlivého muže skrývá odlidštěnou tvář své osobnosti. Úspěšný finančník z Wall Street uspokojuje své představy prostřednictvím zabíjení lidí. Scéna, v níž pomalu projíždí ve své limuzíně *(Cadillac Fleetwood Stretched Limousine)* ztemnělou ulicí periferie a přes stažené okénko navazuje rozhovor s prostitutkou, představuje automobil jako jediný znak Patrickova bohatství a je spolu s penězi tím, co oběť žene do jeho náruče. Poté co stejnou ženu osloví podruhé, je patrné, že ona po předchozí zkušenosti váhá, pociťuje strach a obavy, ale současně je neodbytně přitahována mužem v drahém autě.

AUTOMOBIL JAKO KATALYZÁTOR TRANSFORMACE

Specifický žánr světové kinematografie nazývaný „road movie" („cesta" motorovým vozidlem) staví automobil do zcela jiné role. Struktura příběhu je v případě tohoto přístupu vystavěna kolem cesty, na jejímž konci se hrdina (hrdinové) poté, co projde psychickou a nezřídka i fyzickou katarzí, stává novým člověkem. Jevištěm pro odvyprávění příběhu jsou dálnice, silnice nebo cesty nicotného významu a vozidlo zastupuje metaforu změny a přechodu z jednoho stadia bytí do druhého. Motiv cesty, vybízející k individuální transformaci, není v uměleckých žánrech ničím novým. Filmy v intencích road movie ovšem prostřednictvím uměleckého jazyka zobrazují i technologickou stránku materiální kultury.

Ve středověku podnikali lidé dlouhé poutě k hrobům světců. Podle sociokulturních antropologů tyto cesty představovaly pro poutníky svého druhu přechodové rituály. Poutní cesty garantovaly vyvázání se z dosavadního sociálního statusu nositele a společenské struktury a účastníky uvrhovaly dočasně do stavu liminarity, po jehož ukončení následovala askripce a mnohdy zvýšení pozice v rámci dané sociální hierarchie. Katolické pouti jsou systematizovány pomocí určitých pravidel, jimiž se poutník vyděluje z profánního světa a začleňuje se do světa posvátného, což se projevuje buď skrze zvláštní odznaky nebo v chování dodržováním určitých tabu (van Gennep 1997, 169).

Cestu, na jejímž začátku hlavní postava filmu symbolicky opouští důvěrně známé prostředí, můžeme nazírat jako (post) moderní přechodový rituál. Rituál lze rozdělit podle Arnolda van Gennepa do tří základních stupňů. Jedná se o fázi odloučení, existenci ve stavu liminarity a opětovné začlenění do společenských struktur. Antropolog Victor Turner k terénnímu výzkumu uskutečněnému u kmene Ndembu ve střední Africe rozpracoval Gennepovu analýzu a zvláště se zaměřil na liminární fázi, aby ji později aplikoval na existenci marginálních společností západní kultury. Turner dále analogicky vyvozuje, že tato subverzivní konfigurace tkví v základech samotné kultury, jíž pomáhá svou komplementaritou konstituovat. V případě road movies nebo také filmů „na cestě" často figurují jako hlavní postavy osoby, které se ať už z pohnutek vyvěrajících z nitra či v důsledku ostrakizace majoritní společností vzpírají jednoznačnému začlenění. Cesta, na níž se vydávají, slouží jako svorník mezi dvěma životními stadii a poskytuje onen prostor bezčasí, oddělení od každodenního pojetí času a prostoru, v rámci níž dochází k přerodu z jednoho životního stadia do druhého.

Životní styl road movie prožil svoje vzepětí zejména po druhé světové válce v souvislosti s poválečným rozvojem automobilové produkce a širší dostupnosti, která vedla k jeho rozšíření mezi mladou generací. Přesto dochází k jeho etablování ve filmovém světě až začátkem šedesátých let, kdy byly natočeny filmy jako *Easy Rider* (česky: *Bezstarostná jízda*, režie Dennis Hopper, 1969) nebo *Bonnie a Clyde* (česky: *Bonnie a Clyde*, režie Arthur Penn, 1967). Žánr implikuje několik možných variant ukončení filmů. Hrdina se vrací zpět domů obohacen o nové zkušenosti, nebo se naopak domů nevrací a zakotvuje v jiném prostředí, případně jeho cesta pokračuje donekonečna nebo končí smrtí.

Americké drama režiséra Arthura Penna *Bonnie a Clyde* se inspirovalo skutečným příběhem dvojice kriminálníků Bonnie Parkerové a Clyda Barrowa, kteří za velké hospodářské krize třicátých let v průběhu svého života „na cestě" přepadli několik bank a zavraždili několik lidí, kteří se jim připletli do cesty. Svou roli sehraje automobil již v úvodu, když se Clyde pokusí ukrást vozidlo paní Parkerové, matky Bonnie. Spolu se svými komplici se přesunují od města k městu v automobilech, které jsou ve filmu přítomné téměř v každém záběru. Modely *Ford V8, Nash 970* a mnohé další (vozidel se ve snímku objeví velké množství) odkazují na gangsterské filmy třicátých let a nevytvářejí pouhé pozadí, ale stávají se integrální součástí děje. Slouží jako nástroj, s jehož pomocí se hrdinové vyvazují ze stereotypu a nastavují zrcadlo sociálnímu řádu a hodnotám majoritní společnosti.

Reflexi stadia liminarity a úniku zachycuje i snímek *Thelma & Louise* (česky: *Thelma a Louise*, režie Ridley Scott, 1991). Feministická jízda začíná jako nevinný výlet dvou kamarádek, které se ve voze *Ford Thunderbird Convertible* (model z roku 1966, obr. 4) vydají do hor. Vlivem okolností se původně krátká dovolená změní v cestu, jež má před sebou jen jediné možné vyústění. Stejně jako ve filmu Bonnie a Clyde sehraje automobil klíčovou roli v závěru filmu. V prvním případě jsou hlavní postavy zabity, policie je i jejich automobil doslova zasype kulkami. Záběr, v němž rozstřílené tělo Bonnie pomalu klouže ze sedadla *Fordu V8* je jednou z nejsyrověji

Obr. 4. Automobil *Ford Thunderbird Convertible* (model z roku 1966) z filmu *Thelma & Louise* (česky: *Thelma a Louise*, režie Ridley Scott, 1991).

zachycených scén smrti na filmovém plátně. Cesta, na níž se vydaly Thelma a Louise a jež implikuje hledání smyslu života, pokračuje ad infinitum. Jak nám naznačují závěrečné záběry kamery snímající vůz s oběma hrdinkami, který se přehoupl přes okraj útesu Grand Canyonu a letí vzduchem.

Motiv úniku před realitou, v němž jako nositel nově nabyté volnosti figuruje automobil, využila ve svém zatím posledním filmu *Somewhere* i americká režisérka Sofia Coppolová (česky: *Odnikud někam*, režie Sofia Coppolová, 2010). V úvodu je vnitřní prázdnota a rezignace hlavního hrdiny vykreslena dlouhými záběry na osamocené *Ferrari 360 Modena* projíždějící stále dokola po dráze závodního okruhu. Závěr patří stejnému automobilu, který hlavní postava, poté co prošla vnitřní katarzí, nechává odstavený na okraji silnice s klíči v zapalování a vydává se s úsměvem na tváři vstříc neznámému.

Mezi filmy, které spíše než na zobrazení celospolečenského klimatu aspirují na zachycení intimního světa jednotlivců, patří i Wendersovo dílo *Paris, Texas* (česky: *Paříž, Texas*, režie Wim Wenders, 1984). Mezilidské vztahy a (ne)možnost jejich rekonstituce, zkoumání vlastního nitra při cestě texaskou krajinou odrážející vnitřní krajiny mysli tvoří pomyslný protipól snímkům usilujícím o zachycení klimatu doby. Navíc zde jen tak mimochodem i okny automobilů 1959 *Ford Ranchero* a 1984 *Oldsmobile Cutlass* prosvítá portrét současné Ameriky.

AUTOMOBIL A POP KULTURA

Automobil a populární kultura existují v symbiotickém vztahu a vzájemně se doplňují. Vzpomeňme na americký fenomén autokin, která umožňují prožít filmový zážitek v soukromém prostředí vlastního vozu. Na druhé straně automobily představují prezentaci materiálních hodnot západní společnosti v záplavě kriminálních a detektivních děl seriálové produkce, v nichž je spíše pravidlem než výjimkou obrazové znázornění vzájemného vztahu člověka a automobilu.

Svébytné místo mezi nimi zaujímá americký seriál *Knight Rider*, jehož úvodní díl mohli diváci na kanálu televizní stanice NBC poprvé spatřit roku 1982. Novodobý rytíř Michael Knight spolu se svým superinteligentním mluvícím automobilem pojmenovaným akronymem *KITT* (*Knight Industries Two Thousand*, obr. 5) jako obránce zákona vybavený nej-

Obr. 5. Model vozu značky *Pontiac Trans-Am* upravený jako nezničitelný stroj nadaný umělou inteligencí a nazvaný *KITT (Knight Industries Two Thousand)* z amerického seriálu *Knight Rider* (1982–1986).

Obr. 6. Automobil *Blesk McQueen* z animovaného filmu *Cars* (česky: *Auta,* režie John Lasseter, 2006).

modernější technikou operuje na silnicích a dálnicích. Jeho nejvěrnějším pomocníkem je ve skutečnosti sportovní model vozu značky *Pontiac Trans-Am* upravený do podoby nezničitelného stroje nadaného umělou inteligencí. Celá série se vysílala čtyři roky a dočkala se i filmového zpracování.

Tato akční science fiction svou estetikou zapadající do rámce osmdesátých let se ze standardní produkce detektivních sérií vymyká tím, že tematizuje existenci umělé inteligence, které dává podobu automobilu. V ostatních aspektech zapadá do běžné produkce populární kultury žánru kriminálních a detektivních seriálů, které využívaly fenomén automobilu jako jeden z výrazových prostředků při konstrukci příběhu.

ANTROPOMORFIZOVANÉ AUTOMOBILY

Vzhledem k faktu, že jedním ze symptomů moderního světa je překotný rozvoj automobilové dopravy, můžeme historii alternativně uchopit skrze vývoj dopravních prostředků. Automobilové společnosti přicházejí ve stále kratších intervalech s novými modely vozidel, vzdálenost vzhledem k technickému pokroku podléhá kompresi a místo toho, aby byla objektivní, neosobní fyzikální daností, je vlastně sociálním produktem (Bauman 1999, 21). Stále se zrychlující produkce vozidel ve snaze uspokojit poptávku konzumně orientované společnosti, do jejíž struktur automobily pronikají stále hlouběji, se odráží i ve ztvárnění tohoto sociálního jevu na filmovém plátně.

Vztah automobil–člověk je ve filmu manifestován různými způsoby. V roce 2006 vyprodukovalo filmové studio Pixar snímek, kde tradiční dichotomie jedinec-vozidlo neexistuje. Hrdiny animovaného snímku *Cars* (česky: *Auta*, režie John Lasseter, 2006) představují samotné oživené automobily a jiná vozidla obývající svět bez lidí. V tomto případě se vozidla samotná stávají nositeli děje, pomocí přední kapoty vyjadřují emoce (oči mají pro tento typ filmů umístěné netypicky na čelním skle, což je z vizuálního hlediska ještě více antropomorfizuje), pneumatiky využívají jako ruce či nohy a probouzejí k životu celý automobilový svět. Mnoho postav a míst, které se ve filmu objeví, čerpalo inspiraci ze slavné americké dálnice Route 66. Reflexe reálného světa probíhá prostřednictvím plejády různých typů automobilů zastupujících jednotlivé značky. Závodní auto *Blesk McQueen* (obr. 6) je hybridem mezi sériovým a závodním vozem, podotýká režisér John Lasetter (Neil 2006), a nepředstavuje jeden konkrétní typ. Dále se objeví nákladní vozy, *Porsche 911, Fiat* a *Hudson Horent* z padesátých let dvacátého století. K úspěchu filmu vyznačujícího se precizním grafickým zpracováním a animací přispěli i slavní hollywoodští herci (například Paul Newman), kteří automobilům propůjčili své hlasy. Komerční úspěch i pozitivní kritiky tohoto snímku vyústily v natočení druhého dílu.

ZÁVĚR

Cílem této studie bylo představit automobily, tak jak se v různých rolích objevují napříč kinematografií a jednotlivými žánry. Film využívá svůj unikátní obrazový typ kódování; film je psaní obrazů, ač ani tím se nevyčerpává (Petříček 2009, 21) a tak i prezentace automobilu, který je pevně zakotven v materiálním i ideovém systému naší společnosti, prostřednictvím filmového jazyka přináší nový neotřelý pohled na současný stav společnosti, jejíž neoddělitelnou součástí se tento fenomén stal.

LITERATURA

Bauman, Zygmunt (1999): *Globalizace: Důsledky pro člověka.* Praha: Mladá fronta

Berger, Michael L. (2001): *The Automobile in American History and Culture: A Reference Guide*. Westport (Connecticut): Greenwood Press.

Gennep, Arnold van (1997): *Přechodové rituály.* Praha: Lidové noviny.

Marsh, Peter – Collet, Peter (1986): *Driving Passion: The Psychology of the Car*. London: Jonathan Cape.

Miller, Daniel, ed. (2001): *Car Cultures*. Oxford: Berg.

Neil, Dan (2006): A Grease Geek Will Guide You: Cars Decoded. *Los Angeles Times*, June 4, 2006. Retrieved November 1, 2006.

Petříček, Miroslav (2009): *Myšlení obrazem*. Praha: Herrmann & synové.

Postman, Neil (2010): *Ubavit se k smrti.* Praha: Mladá fronta.

Seiler, Cotten (2008): *Republic of Drivers: A Cultural History of Automobility in America*. Chicago: The University of Chicago Press.

Thompson, Kristin – Bowel, David (2007): *Dějiny filmu*. Praha: Lidové noviny
Volti, Rudi (2006): *Cars and Culture: The Life Story of a Technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
Weber, Bruce (2011): Peter Yates, Filmmaker, Is Dead at 81. *The New York Times*, January 11, 2011.

AUTORKA

Konopíková, Michaela (17. 11. 1984, Praha), česká kulturoložka a antropoložka, absolventka Katedry teorie kultury Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze, kde v současné době pokračuje v doktorském studiu. Předmětem její připravované disertační práce je oblast antropologie turismu a globalizační procesy v kontextu zemí třetího světa. Zvláštní pozornost věnuje oblasti severní Afriky, v letech 2009 a 2011 realizovala terénní pobyty mezi berberským obyvatelstvem v oblasti Vysokého Atlasu v Maroku.

Kontakt: Mgr. Michaela Konopíková, Katedra teorie kultury (kulturologie) Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze, Celetná 20, 110 00 Praha 1, e-mail: michaela.konopikova@gmail.com.