

TELEVIZNÍ SERIÁL – ZÁHADA POPKULTURNÍHO SEBEVĚDOMÍ¹

// **Seriality and Mystery of Popcultural Self-Consciousness**

Irena Reifová

Petr Bednařík

Univerzita Karlova, Praha

ABSTRACT

The essay examines the topic of legitimacy of popular culture as potentially productive space and autonomous field of specific genres, narrative patterns, economic conditions and stemming pleasures. In particular, what is addressed is the discrepancy between the cult of television serial genre on one side and its denouncement in the eyes of art criticism in contemporary Czech society. The authors illustrate that unlike the viewers and producers, most eloquent elitist critiques do not exhibit much respect for the genre of television serial.

KEY WORDS

seriality – television serial – culture critique – inclusive paradigm

KLÍČOVÁ SLOVA

serialita – televizní seriál – kulturní kritika – inkluzivní paradigma

Serialita je slastná i magicky záludná a její slast tkví v postupném přidělování příběhu. V prostředí televize je sice hlavně chladným ekonomickým nástrojem,² ale základní princip její oblíbenosti u publika – a tím i producentů – je prudce erotický a založený na manipulaci s touhou. (Přirozeně poněkud sublimovanou.) Publikum si dobrovolně a často nadšeně nechá dávkovat příběh jeho distributorem, aniž by tuto proceduru mohlo ovlivnit, a periodicky tak vlastně vyhledává neustále se opakující krátká uspokojení a spolehlivě navazující frustrace. Obliba seriality nemá psychologicky daleko k drobnému každodennímu masochismu; seriálová recepce nemůže existovat bez vnějšího přísného organizátora příběhu, který jej v přesnou chvíli utne. Hlídat se v konzumaci příběhu, sám za sebe jej delimitovat a dopřávat si ho v předem stanovených dávkách, je naprosto nemožné. Proto se také serialitě nedaří v prostředí neustálé a kontinuální dostupnosti internetu. Serialita je úspěšná pouze tam, kde existuje vnější „cenzor“ a stimulant touhy publika, organizátor narace a její distributor.

Serialita zatím vstoupila do každého moderního komunikačního média, které se objevilo na technologické scéně (s výše zmíněnou a vysvětlenou výjimkou internetu). V rozsahu,

1 Tento text vznikl v rámci výzkumného záměru FSV UK MSM 0021620841.

2 Vystihuje to Robert C. Allen, když uvádí, že „ekonomická struktura amerického televizního vysílání stojí a padá s habituálním sledováním televize“. Zadavatelé reklamy dávno vědí, že jednotlivé vystavení reklamnímu sdělení má na spotřební chování zanedbatelný vliv. Důležité je jeho opakování. Seriály (nejprve rozhlasové a pak televizní) přispěly k regularizaci publika, jehož pozornost je tím nejcennějším artiklem, s nímž televize dodnes obchoduje. (Allen 1985: 47)

který je zajímavý pro producenty i pro publikum, jsou mediované seriálové fikce fenoménem ryze moderním.³ V mediálním repertoáru napevno zahrály v posledních dekádách 19. století, kdy popularitu příběhů na pokračování začal ztělesňovat komiks,⁴ a postupně se epizodické narace ujaly ve filmu, rozhlase a samozřejmě televizi.⁵

1. Daleko od umění

Obliba seriálu, zvláště v jeho dominujícím televizním provedení, je výslednicí různých sociálních, psychologických a ekonomických proměn v moderní společnosti i ve struktuře jejího televizního průmyslu.⁶ Stojí za ní sublimovaná touha a věčná neuróza moderního člověka stejně jako zdokonalující se televizní marketing, využívající pravidelné a dobře měřitelné publikum seriálů k (nezbytné) komodifikaci kulturní televizní komunikace. Serialita měla vždycky blízko k obyčejným lidským potřebám daných epoch. V případě modernity bychom mohli chápat triumf seriality napříč mediálními technologiemi jako reakci na věčnou neukojenost moderního člověka – toho, který věří, že vše vyřeší progresem směrem do budoucnosti, tedy „pokračování příště“. V případě homologického vztahu mezi serialitou a postmoderní mentalitou je naopak nutné zdůraznit, že si podle Glenna Creebera tyto dvě formy rozumějí. Fragmentarizující postupy mýdlových oper pronikají do ostatních seriálových forem a ty se plní multiplicitou perspektiv, zmnoženými dějovými liniemi a snovými prvky. (Creeber 2004: 5) Serialita koresponduje spíše s tím, jaké potřeby její konzumenty v dané době souží, než s formalistickým usilováním o vytváření bezchybného „krásna“. Ostatně, jednou z jejich nejintenzivnějších dimenzí je to, že se odehrává v čase, a má tedy schopnost „vyjadřovat se“ k plynutí času.⁷ Serialita je mnohem silněji napojená na každodennost a s ní související

3 Serialitě samozřejmě nevzdoruje žádný typ komunikačního obsahu, teoreticky nebyl důvod, aby se nedostávala i do obsahů premoderní komunikace. (Některé tradiční obsahy také seriálové rysy vykazují, například čtení z evangelií předkládaná při katolických obřadech během liturgického roku.) V zásadě je však efektivní šíření seriálové narace vázáno na podmínky moderní společnosti: na zformování dostatečně rozsáhlého a zasvěceného publika a na zlevnění a zdokonalení reprodukčních technik. Ke skokovému rozvoji mechanické reprodukce více viz např. Benjamin 1970.

4 Za první relevantně rozšířený komiks se pokládá Yellow Kid tvůrce Richarda Feltona Outcaulta. Vycházel nejprve v New York World a od r. 1895 v Hearstově New York Morning Journal. (Hagedorn in Allen 1995: 27–49)

5 V amerických metropolích se v prvních třech dekádách 20. století skutečně promítaly filmy na pokračování, obvykle o víkendu. Odtud také pojem „cliffhanger“ jako název otevřeného konce epizody typického dnes například pro mýdlové opery. Víkendové epizody prvních seriálových filmů totiž musely vyvolávat silné napětí a zvědavost, aby se diváci přišli podívat na pokračování až o dalším víkendu. Končily tedy obvykle v dramatických situacích, kdy hlavní hrdina například visel za prst na skále (angl. cliff-skála; hang-viset). (Ang 2005: 53)

6 Tento text příležitostně pracuje s pojmem „seriál“, který záměrně přejímá z obecné domácí zvyklosti označovat jakýkoli příběh na pokračování (epizodická dávkovaná narace) právě jako „seriál“. Absence vnitřního rozlišování uvnitř skupiny epizodických narácí je například ve srovnání s anglofonní televizní kulturou velmi nápadná. České „kompaktní“ pojetí seriálových narácí může být vnímáno jako jeden z příznaků kultury seriality. (Reifová 2001: 164) Je pozoruhodné, že při konjunkturním přejímání mnoha různých vzorů z referenčních kultur tzv. Západu po r. 1989 právě domácí terminologie popisující seriálové narace zůstala nepoznamenána, tj. laická i odborná veřejnost nerozlišeně setrvává u „seriálu“. V anglofonní televizní kultuře je smysl pro diferenciaci pokračujících příběhů mnohem jemnější, a to nejen v odborné terminologii, ale i v jazyce běžného vědění. Creeber například rozlišuje kromě jednorázových televizních narácí (televizní inscenace a televizní film) také mýdlovou operu, sérii, cyklus povídek (orig. anthology series), seriál a minisérii. (Creeber 2004: 8) Mezi seriálové narace je dále třeba započítat sitcom (např. Langford in Bignell, Lacey 2005: 15–23) a docusoap. (Bignell 2003: 198)

7 Například seriálové narace typu série mají uzavřený konec, narativní oblouk vyklenutý v rámci jedné epizody – Todorovovy narativní fáze od stavu rovnováhy přes její porušení a nastolení nové rovnováhy jsou vyčerpány také během jedné epizody. (cit. podle Lacey 2000: 27) Vyvolávají dojem, že hrdinové si žijí své životy a příběhy nezávisle na televizním zachycení a diváci do nich díky televizi pouze sem tam nahlédnou. Čas seriálové narace typu série a čas divácké každodennosti jsou tedy paralelní. U seriálových narácí typu mýdlová opera je tomu jinak. Ty mají otevřený konec, narativní oblouk a narativní fáze se táhnou přes větší počet dílů. U tzv.

potřeby než na estetickou dokonalost. Pokud měla serialita jako taková – a televizní seriály zvláště – odjakživa k něčemu opravdu daleko, bylo to umění a umělecké ambice.

Je dost anachronické, že domácí kulturní kritika tuto dělbu žánrových vymezení a kompetencí mezi uměním a populární kulturou patřičně nedocenila. Ještě nenašla přiměřený a veřejně patrný vztah k žánru televizního seriálu ani k popkultuře jako celku. Lze říci, že značná část české intelektuální scény například ve srovnání s anglosaským prostředím pohrdá formáty populární kultury, odmítá je chápat jako legitimní vrstvu kulturních významů a – jednou větou – vzdoruje procesu uměřené rehabilitace populární kultury. Poměřovat reality-shows, mýdlové opery, telenovely, soutěže, hudební hity nebo počítačové hry měřítky estetiky, umělecké kritiky či dramatického umění není nic těžkého, ale ani nic napínavého. Výsledek je předem jistý. Sebesplňující se proroctví domácí kulturní kritice neschází. Schází jí samostatný širší publicistický diskurz o kvalitách a defektech populárních kulturních obsahů. Prostor, který nebude „kontaminovaný“ uměleckou kritikou, jež samozřejmě jakoukoli vážnější rozpravu o těchto pop-faktech vylučuje, protože je ze své perspektivy musí okamžitě diskvalifikovat.

Jen na okraj doplníme, že zde záměrně rozlišujeme pojmy kulturní a umělecká kritika. Tyto dva způsoby reflexe by se podle našeho názoru měly respektovat, ale vzájemně nepřekračovat hranice „svého“ území.

Umělecké kritice patří sledovat díla, která mají ambice pohrávat si s experimentem, inovací, provokací nebo se prostě jen pohybovat na území tvorby jednoty obsahu a formy. Zpracovávaným „materiálem“ umělecké kritiky jsou – řečeno s Jakobsonem – poetická a metajazyková funkce.

Záběr kulturní kritiky je podle nás mnohem širší. Zkoumavě pohlíží na kulturu v nejširším pojetí, kdy je kulturní chápáno jako opak přírodního. Nesleduje při tom, zda je to, co najde, formálně dokonalé, krásné či nové, ale zda to má kulturní smysl a může sloužit jako zdroj významu prospívajícího identitám. Řekli bychom například, že kebab nebo sushi jsou krásné? Nebo Škoda 120 či malá bílá bakelitová sluchátka do uší? A přesto jsou jejich existence a smysl významnými kulturními jevy současnosti. Analogicky řečeno s Jakobsonem, zájmem kulturní kritiky jsou funkce emotivní, fatická, konativní a poznávací.⁸ (Jakobson 1995: 78)

Je proto velkým a dlouhodobým nedorozuměním, když kulturní rubriky zdejší deníků a v mnoha případech i časopisů nebo kulturních příloh chápou pod pojmem kultura to, pro co máme ministerstvo.

Televizní populární produkce podle nás „do rukou“ umělecké kritiky nepatří, ale plně – s fenoménem televizní seriálové narace na jednom z čelních míst – náleží do spektra zájmů kulturní kritiky.⁹

normalizačního dietlovského seriálu obvykle přes třináct, u současných večerních seriálových dramát (také bychom je mohli nazývat prime-timeovými mýdlovými operami), jako jsou *Pojišťovna štěstí*, *Rodinná pouta*, *Ordinace v Růžové zahradě* či *Nemocnice na kraji města II a III*, se táhnou přes jednu řadu. Epizody seriálových dramát s otevřeným koncem potom čas zpomalují, protože s dalším dílem se diváci vracejí do téhož momentu, ve kterém postavy v předchozím díle opustili. U postav sérií proto můžeme mluvit o efektu „žijí si své životy někde jinde“ a u seriálových dramát/mýdlových oper o efektu „loutky dočasně uložené do skříně“. (K efektu „loutky ve skříně“ srv. Oltean 1993: 16.)

8 Poetická funkce díla je podle Jakobsona zaměřena na sdělení, metajazyková na kód. Emotivní funkce se týká projevu mluvčího, fatická souvisí s tvorbou kontaktu, konativní odkazuje k adresátovi a poznávací se vztahuje k širšímu kontextu.

9 Například mýdlové opery jsou tzv. nekonečné. Jejich epizody se natáčejí, dokud generují publikum, a nemají apriorně klenutý narativní oblouk. Dílo jako ukončený celek zde tedy v zásadě neexistuje, což znamená, že mýdlové opery nelze posuzovat podle klasické antické struktury uměleckého díla od expozice po katarzi. Jiné

2. V hlavní roli televizní seriál

V zemích, kde se daří takzvaným kulturním studiím, je obvykle zvykem hájit populární kulturu jako prostor, který není výhradně škodlivý, otupující a manipulativní, ale je současně generátorem disponibilních a produktivních slastí, významů a identit. Studium televizních seriálů hrálo v 80. letech minulého století při formulaci této teze prim. Ani v tomto intelektuálním milieu se samozřejmě proti šikanování populární kultury a falešnému poměrování jejích obsahů nároky na kulturu vysokou, elitní či na umění nevytvořily žádné celonárodní fronty. Ale spor o přínosy a související obhajobu populární kultury před kulturním elitismem alespoň trvale doutná. Ve zdejších poměrech zažíváme spíš drobná jednorázová škrtnutí sirkou, která se příliš nerozhoří – příkladem může být polemika o reality shows vedená v *Literárních novinách* na sklonku roku 2005 nebo tematicky (a částečně i personálně) navazující debata Vladimíra Hendricha na *ČRo 3 Vltava*. (Bendová 2005; Janeček 2005; Šerý 2005)

K zálibě v populární kultuře nebo ke vnímání smyslu její existence se lidé neradi přiznávají, což se často zdůrazňuje známým tvrzením: „Dívám se jenom na zprávy a dokumenty na dvojce.“¹⁰ Ostatně, i kdybychom se nestyděli, pro věrohodnou a argumentačně přesvědčivou obhajobu populární kultury ani nemáme k dispozici jazyk, jak zjistila v 80. letech analytička publik televizních seriálů len Angová. Odpůrci Dallasu nacházeli v katalogu dobově samozřejmých argumentů proti populární kultuře hotové výmluvné konstrukce, zatímco milovníci Dallasu nesměle namítali, že se jim to prostě líbí a vůbec, „kdo rozhoduje o tom, co je to dobrá kultura?“ (Ang 2005: 113) Zohledníme-li definici, podle níž diskurz poskytuje jazyk k promluvám o určitém druhu vědění, můžeme říci, že obhajoba populární kultury jako diskurz je proti její obžalobě znevýhodněna. (Crq in Reifová 2004: 46)

Pohrdání populární kulturou (nezávisle na míře skutečné konzumace) a vyjadřování nadřazenosti vůči těmto obsahům se stalo součástí běžného vědění, tedy toho, co je bez velkého přemýšlení považováno za samozřejmé. Například Vladimír Just před dvěma lety napsal:

[...] A seriály? Definitivně smazaly dosud existující rozdíl (alespoň v tzv. „dramatickém vysílání“) mezi komerční a veřejnoprávní obrazovkou.

seriálové narace zase nevyhovují jiným požadavkům na umělecká díla. Robert C. Allen postihuje tři důvody, proč je o posouzení mýdlových oper estetickým diskurzem rozhodnuto předem; uvádí tři umělecké požadavky, kterým mýdlové opery naprosto nevyhovují: „1. Tradiční estetika předpokládá vymezenost estetického objektu. [...] 2. Umělecké dílo je konkrétním výrazem osobnosti tvůrce a jeho vize. [...] 3. Aby publikum ocenilo umělecké dílo, musí na to vynaložit úsilí. Čím větší úsilí při snaze o porozumění, tím větší hodnota uměleckého díla.“ (Allen 1985: 13)

10 Někdy u podobné skupiny mluvčích naopak narážíme na jakési vychloubání se konzumací žánrů, které umělecká kritika pokládá za pokleslé. V těchto projevech ale nespatiřujeme obhajobu samotné populární kultury. Mnohem spíše jde o inverzní zdůrazňování elitního statusu mluvčího jako někoho, kdo je schopen ve vztahu k majoritnímu vkusu vyvinout transgresi na obě strany podle vzoru: „miluji mnohem náročnější díla než většina“ versus „miluji mnohem větší brak než většina“. Intelektuální záliba v tzv. obsazích nízkého vkusu se totiž obvykle netýká jakékoli populární kultury, ale kultovních děl. (Málokdy narážíme na humanitního intelektuála, který se netají s tím, že se rád dívá třeba na *Četnické humoresky* nebo *My všichni školou povinní*.) Poměrně běžné je veřejné debatování o seriálových naracích typu *Star Trek*, *Červený trpaslík*, *24 hodin*, *Kobra 11*, *Ztraceni*, *Dr. House*, z domácích například *Návštěvníci* nebo *Spadla z oblak*, občas *Arabela: Rumburak se vrací*. Jmenovaná díla mají oproti intelektuálně nezdůrazňované pop-kultuře některé své atributy pojaté formou silné nadsázky, paradoxu nebo inverze. Nepatří proto ke snadno vnímatelným textům dostupným většině, o jejichž rehabilitaci v „pop-kulturní advokacii“ jde především. Texty, které se stávají součástí intelektuálně zdůrazňované pop-kultury a „pojednávají“ o vlastní textualitě, jsou to podle Barthesa tzv. *scriptible* texty (angl. *writerly*, česky *pisatelné*) a liší se od *lisible* textů (angl. *readerly*, česky *čitelné*). (Barthes 2007) (Úplný přehled českých překladatelských variant Barthesových pojmů *lisible* a *scriptible* viz Kříž 2007: 101)

Nevidím žádný principiální rozdíl mezi Ordinací v Růžové zahradě, Nemocnicí II či Návsí. Tam i onde vynikající herci, rozdávající se v drobných, tam i onde scenáristicky i režijně červená knihovna, vzorová učebnice kýče. [...] Současní tvůrci jsou stejně prodejní jako on (Dietl – pozn aut.), akorát tak dobře, mistrovsky neovládají umění se podbízet – a to jak vkusu „těch nahoře“ (establishmentu), tak vkusu širokých mas. Jejich jediné štěstí je, že už není totalita – jinak by při své ohebnosti a bezskrupulóznosti psali ostošest na objednávku ideologických komisí ÚV KSČ, jako to dělal (řemeslně mistrovsky a líp než oni – aspoň většinou) Jaroslav Dietl. Ale nebyl to nikterak výjimečný dramatický talent, žádný Shakespeare obrazovky, jak se dnes nesmyslně traduje, spíš abnormálně šikovný kýčař. [...] Nemyslím, že jinde je to jiné – jen tam umějí lépe rozlišit umění od kýče. Nedovedu si představit (omlouvám se za tuto floskuli, ale opravdu nedovedu), že by totéž zaměnitelně vysílala u sousedů ZDF, Arte a RTL.¹¹

(Just in Paulas 2006)

Linie citovaného divadelního kritika Vladimíra Justa nebo dokumentaristy a pedagoga Karla Vachka zcela přesně zapadá do typologie vztahů ke kultuře, které naznačil po Raymond Williamsovi například John Hartley a které díky jeho narážce můžeme popsat jako exkluzivní a inkluzivní paradigma.¹² „Justovsko-vachkovské“ exkluzivní paradigma vnímá kulturu jako oblast, kterou je třeba neustále prohledávat a nepatřičně vylučovat. Boj podstaty proti pouhému zdání se tu vede na frontě mezi „autentickým“ a „neautentickým“ bytím. (Vachek 2004) Základní je pro tento přístup metafora vzácnosti či hygieny: do říše kultury nesmí patřit jen tak ledacos, je třeba ji neustále hlídat, aby nedošlo ke kontaminaci; je nutno dozírat na ni a kontrolovat míru její čistoty. Kulturální inkluzivní přístup naopak vnímá kulturu jako sféru, do které je třeba zahrnout a zapracovat co nejvíce formátů, úrovní, zdrojů či praktik... vychází z metafory mnohosti a produktivní různosti.

Inkluzivní paradigma – jak obecně, tak ve vztahu k televizním seriálovým naracím jakožto lokálně nesmírně ceněným položkám populární kultury – není v českém prostředí právě na výsluní. Jistě, najdou se (slovy sociologie) „ostrůvky pozitivní deviace“: například pražské Centrum audiovizuálních studií na FAMU či jednotlivci ze sousední Katedry mediálních studií UK FSV, v Brně potom Ústav filmu a audiovizuální kultury. Populární kultuře jsou otevřené časopisy *Cinepur*, *Živel*, občas *A2* nebo *Literární noviny* či *Respekt*.¹³ Sympatii pro demokratizaci kultury můžeme najít u Jaroslava Rudiše, u autorů komiksu

11 Všechny úryvky pocházejí z rozhovoru Jana Paulase „V. Just: Dietl byl abnormálně šikovný kýčař“, Katolický týdeník, 09/2006. Dostupné z <http://www.katyd.cz/index.php?cmd=page&type=11&article=4399>. (27. 1. 2008)

12 „Cultural studies...was to study and practise not just the traditional aesthetics and pursuits of the governors, but *include* in and as culture as much as possible, indeed everything – the „whole way of life“ of a people (as Raymond Williams put it).“ (Hartley 2003: 3)

13 Z konkrétních publikačních nebo publicistických činů tohoto názorového okruhu máme na mysli například rozvíjení velmi inkluzivního a integrujícího přístupu nové filmové historie, který odmítá redukovat film jen na formálně-estetickou záležitost a zabývá se dobovým i lokálním kontextem filmové produkce i konzumace. Potom nelze přehlédnout sborníky *Nová filmová historie: antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury* (Szczepanik 2004) nebo *Kinematografie a město: studie z dějin lokální filmové kultury* či *Otázky filmu a audiovizuální kultury* (obojí Skopal 2005). Příspěvky Bendové, Janečka a Šerých na adresu reality show v *Literárních novinách* jsme zmínili již v textu. Poměrně rozsáhlý materiál přímo k tématu seriálových narací přinesl *Živel* č. 26. (Megaira 2005: 66–69) Také diplomové i disertační práce věnující se jevům z oblasti populární kultury už nejsou v České republice výjimkou.

Zelený Raul v Reflexu, empatii ke smyslu popkultury projevují Jiří Lábus a Oldřich Kaiser jako autoři „nekonečného seriálu“ *Tluchořovi* (Rádio Golem, Rádio Limonádový Joe, Frekvence 1, ČRo 2 a nyní internetový audiovizuální prostor Stream.cz) a za pozornost stál také již zaniklý a nepovšimnutý projekt Pražského dopravního podniku a sdružení Literární a kulturní klub 8 *Poezie pro cestující*, rozmístěný v metru. Je však třeba upozornit, že za zdmi akademie a elity vzdělců je smysl pro oprávněnost a významotvornost žánrů populární kultury paradoxně velmi vzácný. Například mezi majoritou jejich konzumentů, k nimž nepočítáme fanouškovská publika kultovních pořadů. (viz poznámka č. 9) Mnozí z těch, kdo se dívají na seriály, nemají rádi, když se někdo dívá, jak se dívají...¹⁴ A když už se někdo dívá, jak se dívají, mnohdy na úvod prohlásí, že je jasné, že to „bude blbost“, ale dívají se dál... Některé názory se snaží vykázat seriálové narace do patřičných mezí banality poukazem na to, že se jedná o „ženský formát“ – což je mistrná tautologie, která shrnuje dvě formy povýšenectví (genderové a kulturní) do jedné věty. Seriálové narace také bývají parodovány, což je i při zdařilosti parodií více či méně surová neúcta ke slasti z originálu. Stejně tak platí, že i kulturní recenze v denících – tedy tištěných médiích s nejvyššími náklady – se o televizních seriálech nezřídka vyjadřují ironicky. V zásadě platí, že čím blíže se dostáváme ke skutečné empirické divácké základně vysílaných seriálů, tím klesá popkulturní sebevědomí a schopnost hájit právo na své vlastní slasti. Došlo ke zvláštnímu paradoxu: pohrdání tzv. masovou kulturou a masovým vkusem se stalo masovým trendem...

3. Populární kultura jako křižovatka manipulace a kreativity

V rámci polemiky a sporu o populární kulturu, který české kulturní scéně chybí, se vymezila dvě stanoviska. Joke Hermesová je srozumitelně popisuje jako důraz na determinaci versus důraz na produktivitu populární kultury. (Hermes 2005: 6)¹⁵ Radikálnější zastánci pak nahrazují jednoznačně pozitivní produktivitu ještě pozitivnější rezistencí. Zdůrazňováním determinace myslíme ten tragický koncept populární kultury, podle něž je konzument těchto obsahů jejich vlastnostmi předem odsouzen (determinován) ke kulturnímu úpadku. S důrazem na determinaci souvisí všechny teorie o manipulativních schopnostech médií, jejich podíl na legitimizaci statu-quo, mediální výrobě souhlasu s dominantními ideologiemi od kapitalistické po patriarchální... Důraz na produktivitu pak odmítá to, že by mediální obsahy jakéhokoli druhu mohly konzumenta předem jasně a jednosměrně určovat. Cokoli, co člověk vnímá, se z tohoto pohledu neustále „přeočítává“ podle jeho kulturní situovanosti. Každý kulturní obsah je v tomto smyslu jen tak kvalitní, jak kvalitně – nebo také k jak kvalitnímu účelu – jej člověk zpracovává. I formálně a esteticky nepřijatelný televizní „brak“ lze sledovat s nezanedbatelným sociálním či kulturním výnosem. Setkání s populárními obsahy proto není jednoznačně otázkou determinace a manipulace, ale také otázkou předem nepředvídatelné tvorby nových významů, identit, slasti a pragmatických užití zhlédnutého – tedy oblastí vlastně nedozírné produktivity. Koncepce produktivního kontaktu s populární kulturou říká, že komplex populárních obsahů a jejich publik nemusí nutně vést ke konformitě publik, ale může naopak ústít v nepředvídatelné

14 To si dovoluujeme tvrdit, přestože neexistuje žádný výzkum diváckých zvyků domácích televizních publik a všem zainteresovaným v oboru nesmírně chybí. Vycházíme přitom ze zahraničních studií i jen z vlastních pozorování. Pokud jde o zahraniční výzkumy, opíráme se o Alasuutariho pojem „morální hierarchie“ a Morleyho pojem „viewing guilt“, tedy pocit viny ze sledování televize. (srv. Alasuutari 1992; Morley 1986)

15 Rozdíl mezi oběma přístupy se v tomto čísle ve studentské stati „Moc, či bezmoc kulturního průmyslu?“ věnuje Michal Pospíšil, komparující Adornův a Horkheimerův koncept kulturního průmyslu s Fiskeho pojetím populární kultury. (pozn. ed.)

dobrodružství při práci s významy. Zastánce determinace by například čekal, že romantické literární nebo televizní příběhy budou čtenářkám vymývat mozek a cepovat je k pasivnímu přijímání patriarchální ideologie. Výzkumy přitom několikrát dokázaly, že tzv. ženské obsahy – byť v nich bývá přítomna patriarchální dominance – neposilují ženskou poddajnost, ale naopak sebevědomí a rezistenci. Svým obsahem totiž dráždí a probouzejí ženskou genderovou identitu. (Radway 1984) Například Tania Modleski v *Loving with a Vengeance* líčí mýdlové opery z hlediska divaček jako emancipační narace (mnohost postav oslovuje v subjektu divačky „ideální matku“, dopřávají jí všem svým dětem rovnou měrou; čekání na další díl odkrývá fenomén čekání jako principiální ženskou životní zkušenost; absence velkého happy-endu a „nekonečnost“ vytvářejí protiváhu k příběhu vítězíciho maskulinního hrdiny atd...). (Modleski 1985)

V knize rozhovorů vedených Karlem Hviždálou (2005) nacházíme obrys popsáního názoru o schopnosti ďábelské determinace ze strany populární kultury dokonce i u Václava Bělohradského. Máme na mysli obrys předpokladu, podle něhož populární kultura v lepším případě jen otupuje a v horším případě je maskou, pod níž se do duše diváka nepozorovaně vkrádají nejrůznější ideologie převlečené za lehkou relaxaci. Bělohradský velmi hořce popisuje rozšířený modus „orientace na identifikaci s hrdinou příběhu“, který staví mnohem níže než přístup typu „orientace na porozumění příběhu“. „Kulturně vyšší je v Evropě vše, co není orientováno na identifikaci publika s hrdinou příběhu-sdělení, ale na porozumění příběhu-sdělení. [...] Lidé se identifikují s hrdinou světa, jemuž nerozumějí.“ (Bělohradský in Hviždála 2005: 14) Bělohradský tedy naléhavě žádá odstup od příběhu a má za to, že jedině takový vztah k příběhu je přínosný, zdravý a bezpečný. Má za to, že identifikace s hrdinou příběhu bere člověku schopnost klást nepříjemné otázky, tzv. neslušné otázky, které ohrožují samotné jádro systému, na jehož principy se ptají. (Bělohradského „neslušné otázky“ jsou tak vlastně lidovou, neexpertní verzí Derridovy dekonstrukce nebo Althusserova symptomatického čtení.) Kdo se identifikuje s hrdinou (což je podle Bělohradského antipod porozumění), je determinován do stavu nekritického vědomí, protože se dívá na svět očima svého hrdiny a tento pohled nezpochybňuje...

Taková je Bělohradského krásná, hladce plynoucí, logická a přímo romanticky neomarxistická verze konfliktu mezi skutečným porozuměním příběhům a jejich povrchní konzumací přes postavy, což se v zásadě rovná konformismu. Má jen jednu drobnou chybu: to, co Bělohradský předkládá, je sám o sobě příběh, s jehož hlavním hrdinou se musíme identifikovat, pokud chceme příběhu rozumět! Je to příběh, kde vystupuje dobrý a zlý svět a hrdina-filozof-vypravěč na straně dobra. Základu tohoto příběhu – a tím je spor mezi hloubkou/esencí/bolestí postavenými v evropské filozofii do protikladu k povrchnosti/zdání/slasti – rozumím proto, že se identifikuji s Václavem Bělohradským. Toto téma Bělohradský ztělesňuje, on jej sem na počátku 90. let přinesl, naučil nás o něm přemýšlet a daroval nám k němu základy přiměřeného slovníku. Identifikuji se s ním natolik, že mě příběh o boji povrchu/hrdiny a hloubky/porozumění dojmá a dožaduje se, abych jej přijala za svůj.¹⁶ Ale i přesto mi zůstává schopnost klást ve vztahu k tomuto Bělohradského argumentu „neslušné otázky“. Je opravdu reálný život s příběhy tak čistě „rozříděný“ na dvě vylučující se kategorie? Ale hlavně a na prvním místě: Skutečně se identifikace

16 Tři věty před indexem poznámky 10 jsou psané v jednotném čísle, protože se jedná o soukromý monolog pouze jedné polovičky autorského týmu, a to autorky. Omlouváme se za stylistickou neobratnost, ale tuto pasáž nebylo možné při kolektivním autorství jinak zpracovat. (Pozn. I. R.)

a porozumění příběhu tak drasticky vylučují? A skutečně tedy platí, že ti, kteří sledují hrdiny, nemohou rozumět podstatě příběhu?

Odejmeme-li z teze o povrchní identifikaci a hloubavém porozumění hodnotové orientace, dojdeme k závěru, že porozumění bez identifikace s hrdinou vůbec není možné. Nemůžeme příběhu rozumět, aniž bychom předtím nenavázali s hrdinou vztah – to bychom příběh vůbec nebyli schopni rozeznat jako příběh. Narace bez hrdiny je nemyslitelná, současně se ale význam hrdiny v mediovaných naracích přeceňuje a demonizuje. Z mnoha a mnoha výzkumů televizních publik dosud vyplynulo, že zdánlivě velmi pohlcená publika (například hrdiny a dějem mýdlových oper) jsou de facto dost cynická, že mohou být ve vztahu k hrdinům promiskuitní a že mají obecně od pravidel vyprávění příběhu značný odstup – jinými slovy mu rozumí... Například při množství postav v mýdlových operách se běžně identifikace téhož diváka/divačky v čase mění, oblíbení hrdinové se střídají. Diváci znají „technologii“ mýdlových oper (například to, že je tvoří převážně dialogy v interiéru); vědí, že se jedná o komerční formáty a výplň mezi reklamními bloky a především – jsou si dokonale vědomi, že sledují obecně nepřilíš ceněný žánr, a dovedou ho přesně zařadit na žebříčku již zmíněných morálních hierarchií vkusu.¹⁷

K exkluzivnímu paradigmatu či přesvědčení o determinaci ze strany populární kultury existují alternativy a jednu z těch méně radikálních popisuje Joke Hermesová (2005) jako „kulturní občanství“.¹⁸ Podle autorky (inspirované Johnem Hartleym) jde o proces vytváření vazeb a budování komunity s významným přispěním „praktik čtení“, tj. dekódování významu, jeho rozebírání, vykládání a kritiky, které jsou často navázané na populární texty. Důležité je, že tak jako ke každému občanskému stavu patří i ke kulturnímu občanství práva a povinnosti. Patří k němu sdružování se kolem textů, získávání slasti a příjemných významů, což jsou výhody z oblasti práv. Stejně tak sem ale patří i povinnosti či odpovědnosti, jako je respekt ke vkusu a významu získanému jiných lidí nebo komunit. (Hermes 2005: 10)

Soužití s populární kulturou v této perspektivě přestává být jen bezmyšlenkovitým a nerefektivním lelkováním, stává se sociálním aktem a plnohodnotnou paralelou jiných sociálních aktivit – nikoli předmětem zapírání a studu.

PhDr. Irena Reifová, Ph.D. (1971) Autorka vyučuje na Katedře mediálních studií UK FSV a na FAMU. V rámci výzkumného záměru se věnuje tématu Československý a český televizní seriál od roku 1959. E-mail: reifova@seznam.cz

PhDr. Petr Bednařík, Ph.D. (1973) Autor vyučuje na Katedře mediálních studií UK FSV a působí v Ústavu pro soudobé dějiny. V rámci výzkumného záměru se věnuje tématu Československý a český televizní seriál od roku 1959. E-mail: BednarikPetr@seznam.cz

17 K aktivitě publik více např. Ang 1985 nebo Alasuutari 1992.

18 Je třeba poznamenat, že radikálnější pojetí populární kultury jako prostoru svépomocné obrany jejich konzumentů cestou přetváření významů a získávání slasti byla v první polovině 90. let 20. století podrobena ostré kritice. Viz např. Curran 1990 nebo McGuigan 1992

Literatura:

- Alasuutari, Pertti. 1992. „I am ashamed to admit it but I have watched Dallas': the moral hierarchy of television.“ Pp. 561–582 in *Media, Culture, Society*, r. 14, č. 4.
- Allen, Robert. 1985. *Speaking of Soap Operas*. Chapel Hill – London: The University of North Carolina Press.
- Ang, Ien. 2005. *Watching Dallas*. London – New York: Routledge.
- Barthes, Roland. 2007. *S/Z*. Praha: Garamond.
- Bendová, Helena. 2005. „Reality-show a kulturní válka.“ P. 12 in *Literární noviny*, č. 52/2005.
- Benjamin, Walter. 1970. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon.
- Bignell, Jonathan. 2003. *Introduction to television studies*. London: Routledge.
- Creeber, Glen. 2004. *Serial Television: Big Drama on the Small Screen*. London: BFI.
- Curran, James. 1990. „The New Revisionism in Mass Communication Research – a Reappraisal.“ Pp. 130–164 in *European Journal of Communication*, č. 5.
- Hagedorn, Roger. 1995. „Doubtless to be continued: A brief history of serial narrative.“ Pp. 27–49 in *To be continued*. Ed. Allen, Robert. London: Routledge.
- Hartley, John. 2003. *Short history of cultural studies*. London: Sage.
- Hermes, Joke. 2005. *Re-reading popular culture*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Hvíždala, Karel. 2005. *Jak myslet média. Postdemokracie je lobbování a bavičství. Rozhovor s česko-italským filozofem Václavem Bělohradským*. Praha: Dokořán.
- Jakobson, Roman. 1995. *Poetická funkce*. Jinočany: H&H.
- Janeček, Vít. 2005. „Reality-show jako nereflektovaná metafora.“ P. 13 in *Literární noviny* 52/2005.
- Kříž, Michal. 2007. „Uvidět v jedné fazoli celou krajinu.“ Pp. 100–104 in *Aluze*, r. 2007, č. 2.
- Langford, Barry. 2005. „Our usual impasse: the episodic situation comedy revisited.“ Pp. 15–33 in *Popular television drama*. Ed. Bignell, J. – Lacey, S. Manchester – New York: Manchester University Press.
- McGuigan, Jim. 1992. *Cultural Populism*. London: Routledge.
- Megaira. 2005. „Protože plakát chci.“ Pp. 66–69 in *Živel* 26/2005.
- Modleski, Tania. 1985. *Loving with a vengeance*. London: Methuen.
- Morley, David. 1986. *Family television: cultural power and domestic leisure*. London: Comedia Publishing Group.
- Oltean, Tudor. 1993. „Series and seriality in media culture.“ Pp. 5–31 in *European Journal of Communication*, vol. 8.
- Radway, Janice. 1984. *Reading the romance*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Reifová, Irena. 2001. Kleine Geschichte der Fernsehrie in der Tschechoslowakaei und in Tschechien. Pp. 161–185 in *Kommerz, Kunst, Unterhaltung: Die neue Popularkultur in Zentral-und Osteuropa*, ed. by Ivo Bock, Wolfgang Schlott, Hartmute Trepper. Bremen: Temmen.
- Reifová, Irena. 2004. (ed.). *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Reifová, Irena. 2007. Synové a dcery Jakuba skláře. Pp. 34 – 67 in *Mediální studia*, vol.2, n.1.
- Skopal, Pavel. (ed.). 2005. *Kinematografie a město: studie z dějin lokální filmové kultury*. Brno: Masarykova univerzita.
- Skopal, Pavel. (ed.). 2005. *Otázky filmu a audiovizuální kultury*. Brno: Masarykova univerzita.
- Szczepanik, Petr. (ed.). 2004. *Nová filmová historie: antologie současného myšlení o dějinách kinematografie*. Praha: Herrmann a synové.
- Šerý, Ladislav. 2005. Dostavte se všichni k obrazovkám. P. 12 in *Literární noviny* 52/2005.
- Vachek, Karel. 2004. *Teorie hmoty: o vnitřním smíchu, rozdvojení mysli a středovém osudu*. Praha: Herrmann & synové.