

Populární kultura a státní socialismus

JAKUB MACHEK

Klíčové slova: hegemonia, normalizácia, populárna kultúra, televízne seriály, spoločnosť, konsenzus, dominancia

Pokud se chceme zabývat životem společnosti v období státního socialismu, jedním z vhodných, ač příliš nevyužívaných pramenů je populární kultura. Ta v pojetí původně anglosaských kulturních studií (*cultural studies*) představuje podstatnou oblast, ve které dochází k vyjednávání či ustanovování *hegemonie*, tedy jistého společenského konsenzu mezi vládnoucí skupinou a podřízenými vrstvami obyvatelstva. Koncepty popisující roli populární kultury ve společnosti byly ovšem vytvořeny původně pro západní, pluralitně organizované společnosti, a proto se ve svém příspěvku zabývám otázkou, zda a jakým způsobem je lze využít pro země, jimž dominoval státní socialismus. Jako modelovým příkladem jsem zvolil československou normalizační společnost a tehdejší televizní seriály.

Na začátku představím koncepty, na nichž badatelé hlásící se ke kulturním studiím staví své přesvědčení o zásadní roli populární kultury ve fungování moderní společnosti. Počátek kulturních studií lze hledat v britském dialogu marxistických historiků (Edward Palmer Thompson a další z „*Communist Party Historians Group*“) a kulturních teoretiků s nemarxistickými levicovými intelektuály (jako například Richard Hoggart) ohledně změn, kterými v padesátých letech 20. století procházela ostrovní společnost. Ve snaze porozumět vztahu mezi zesilujícím vlivem masových médií, růstem mládežnické kultury a opoziční politikou se zaměřili na populární kulturu a výzkum její funkce ve společnosti. Budoucí obor se vyprofiloval v birminghamském *Centre for Contemporary Cultural Studies* založeném Richardem Hoggartem a Raymondem Williamsem v šedesátých letech.¹ Další vývoj oboru byl ovlivněn adaptováním Althusserovy verze marxismu, která byla v sedmdesátých letech rozšířena o koncept hegemonie Antonia Gramsciho, který se stal pro kulturní studia centrálním pojmem. Novým paradigmatem přístupu ke kultuře se stal důraz na její produkci a zvláště recepci, rozvedený do konceptu analýzy kulturních produktů a společenských praktik skrze porozumění způsobům jejich tvorby a jejich dobového chápání. Význam různých způsobů čtení textu rozpracoval Stuart Hall ve svém strukturalistickém modelu *Encoding/Decoding* (1973), který podstatně ovlivnil další

¹ ASHPLANT, Timothy G. – SMYTH, Garry (eds.) *Explorations in Cultural History*. London : Pluto Press, 2001, s. 11, 12.

vývoj kulturních studií a který se v osmdesátých letech rozvinul v chápání recipienta jako aktivního spolutvůrce rezistentního využití textu. Rozšířením kulturních studií mimo původní anglofonní akademickou sféru byl potlačen anglocentrismus předchozího bádání ve prospěch postkoloniálních přístupů.

Hegemonie a komunistická nadvláda

Z pohledu kulturních studií není společnost organickým celkem, ale komplexní sítí skupin s odlišnými zájmy – rozdělených podle přehrad sociálně třídních, genderových, etnických, generačních a dalších. Sociální vztahy jsou ve společnosti vytvářeny strukturou dominance a subordinace, která se neustálými konflikty proměňuje. Dominantní skupina se snaží naturalizovat významy, které jsou v jejím zájmu, a podřízené skupiny naopak brání své potřeby a zájmy. Tento střet se projevuje v každodenní kultuře neustálou bitvou o významy, přičemž většinou nejde o vědomou snahu účastníků, ale jedná se spíše o dílo ideologie ovlivňující kulturní a sociální praktiky jednotlivých skupin.²

Podle Louise Althussera je ideologie založena na každodenních prožívaných praktikách – rituálech, zvycích, modelech chování a způsobech přemýšlení reprodukováných pomocí *ideologického státního aparátu*, tedy vzdělávacím systémem, médií, kulturním průmyslem, církvemi, rodinou atd.³ Normativní působení ideologického aparátu je podle potřeby a charakteru vlády doplňováno *represivním státním aparátem*. Ideologie je produktem diskurzu, specifickým způsobem rozumění světu skrze znaky a texty. Produkce textu je procesem vyjednávání (*meditation*), díky němuž instituce ustupují ze svých zájmů ve prospěch předpokládaných konsenzuálních a všeobecně sdílených postojů. Čtenář je textem oslovován tak, aby měl dopředu podvědomě pocit, že s textem může souhlasit bez ohledu na to, zda je jeho aktuální čtení s dominantním kódem v souladu, v opozici či v kompromisním vyjednávání.⁴

V Gramscioho pojetí probíhá v každé kultuře neustálý souboj dominantních významů snažících se dosáhnout převahy. Proces vytváření, udržování a reprodukce autoritativních významů (ideologií i praktik) nazývá Gramsci *hegemonií*. Díky neustálému vyjednávání, vytváření shody mezi množstvím rozdílných přání a zájmů vzniká společná interpretace světa umožňující jistou kulturní a sociální jednotu, která zároveň slouží většinovému uznání vládnoucí skupiny.⁵ Té se tak nejen daří udržovat svoje dominantní postavení, ale svou pozici i ospravedlňovat a získávat aktivní souhlas ovládaných. Dominantní vrstvě se za pomoci ideologického státního aparátu – škol, přímé propagandy a působení hlavních médií – daří definovat takové pojetí reality, které většina občanů dobrovolně akceptuje.

² FISKE, John. British cultural studies and television. In STOREY, John (ed.) *What is a Cultural Studies? A Reader*. London; New York : Arnold, 1996, s. 116.

³ STOREY, John. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Harlow : Pearson, 2001, s. 102.

⁴ THWAITES, Tony – DAVIS, Lloyd – MULES, Warwick. *Introducing Cultural and Media Studies: A Semiotic Approach*. Houndmills : Palgrave, 2002, s. 158-160.

⁵ BARKER, Chris. *Slovník kulturních studií*. Praha : Portál, 2006, s. 65.

Považujú tak danou mocenskou skupinu, její praktiky i ustálené hodnoty za prirodzené, rozumné alebo alespoň za nevyhnutelné.⁶

Vládnoucí ideologie díky tomu působí dojmem, že existuje díky nezpochybňované shodě namísto mocenského vynucení. Teorie hegemonie vysvětluje individuální variace v produkci a recepci mediálních sdělení, ale také objasňuje způsoby, díky nimž zůstávají sociální vzory ovládnuty dominantní ideologií. Hegemonický model se zaměřuje na komplexní schémata odvolávající se na zdravý rozum a ukazuje způsoby, jakými jsou základní témata a používané pojmy konstruovány, a odhaluje, jak mnoho forem komunikace prezentovaných jako přirozené je sociálně motivováno a politicky uskutečňováno, zatímco alternativy jsou vytlačovány z médií. Hegemonie je neustále prosazovanou definicí dané společenské situace, v důsledku čehož se prosazovaná definice skutečnosti stává reálnou.⁷

Sám Gramsci nezamýšlel svůj popis pouze pro pluralitní státy, v jeho pojetí je možné každý stát definovat směsí diktátorství a hegemonie. Vládnoucí vrstva nejen získává a obhajuje svoji dominanci, ale je zároveň úspěšná v získávání aktivního souhlasu ovládaných. Tedy jednotlivé společnosti mohou být analyzovány z pohledu vzájemného poměru mezi těmito dvěma typy sociální kontroly – hegemonie a dominance.⁸ Tím je Althusserovo pojetí ideologického a represivního státního aparátu doplněno o prvek aktivního a neustále vyjednávaného souhlasu, kompromisu, v jehož ustanovování oba aparáty ovšem hrají podstatnou roli. Podobně mohou tedy být analyzovány i společnosti státně socialistických států střední a východní Evropy a proměny jejich režimů.

Režim nastolený v Československu na přelomu čtyřicátých a padesátých let 20. století je některými sociology popisován jako dvouúrovňový oligarchický typ, kde malá část hráčů na vrchní úrovni je mocensky silně nadřazena většině občanů na spodní úrovni. Oba kruhy jsou na sobě ovšem závislé a vládnoucí jedinci přes svou dominanci nemohou plně kontrolovat průběh hry. Během šedesátých a znovu během sedmdesátých let se mocenské rozdíly mezi oběma skupinami snižovaly a nově ustavená normalizační mocenská rovnováha poskytla vládnoucímu kruhu menší mocenské možnosti v porovnání se stalinistickým režimem počátku padesátých let, a tudíž větší nutnost nalézání kompromisu s občany na spodní úrovni.⁹ Skutečná moc byla koncentrována do úzké skupiny

⁶ SCHUDSON, Michael, The New Validation of Popular Culture: Sense and Sentimentality in Academia. In AVERY, Robert K. – EASON, David (eds.) *Critical perspectives on media and society*. New York; London : The Guilford Press, 1991, s. 51.

⁷ NEWCOMB, Horace M. On the Dialogic Aspects of Mass Communication. In AVERY, Robert K. – EASON, David (eds.) *Critical perspectives on media and society*. New York; London : The Guilford Press, 1991, s. 70.

⁸ FEMIA, Joseph V. *Gramsci's political thought: Hegemony, Consciousness and the Revolutionary Process*. Oxford : Clarendon Press, 1981, s. 28-29.

⁹ VAJDOVÁ, Zdenka. Pozdní komunistické vládnutí na okresní úrovni. In HÁJEK, Martin (ed.) *Hierarchie jako přednost i slabina komunistického vládnutí: Dědictví komunistické vlády IV*. Praha : Sociologický ústav

nejmocnějších straníků – pouze 10 % populace se hlásilo k tomu, že má nějaký vliv na rozhodovací procesy (a jen 25 % příslušníků komunistické strany). Výzkum z roku 1967 ukázal, že většina lidí považovala společnost za rozdělenou na elity a masu místo oficiálních tří spolupracujících tříd dělníků, rolníků a pracující inteligence.¹⁰

Ve státně socialistických i pluralitně demokratických systémech je hegemonie dosahována na základě obdobného společenského svolení doplňovaného podle potřeby a nastavení režimu silovým nátlakem. V porovnání s pluralitnějšími západními demokraciemi musela jednostranněji pojatá ideologie státně socialistických systémů více spoléhat na silnější zapojení represivního státního aparátu k zajištění své autority a ideologické dominance. Pluralitněji fungující společnosti jsou naopak schopné absorbovat a do společenského kompromisu zahrnout mnohem širší spektrum postojů, hodnot a praktik bez nutnosti represivního přinucení, které se omezuje jen na radikálnější projevy rezistence vůči dominantní skupině.

V porovnání se stalinistickým počátkem padesátých let byly poinvazní autority nuceny se mnohem více spoléhat na hledání kompromisu mezi svou obnovenou ideologií nadvlády a hodnotami a přesvědčeními většiny obyvatel než pouze na násilnou represi. V reálně socialistickém režimu pozbyl revoluční mýtus očekávané blízké vyústění v komunistickou společnost, státní represe přestala být veřejně předváděna a základem společenského souhlasu se stala výměna soukromých výhod za manifestovanou loajalitu. Každý loajální občan tak mohl získat podíl na pohodlném a zajištěném životě umožněném socialistickou společností, být účastníkem oficiální i neoficiální výměny statků a požitků.¹¹ Náhradou za nemožnost svobodného veřejného angažování byla občanům nabídnuta možnost seberealizace v soukromí. Všeobecný útěk do soukromí spojený s propagací reálně socialistické formy konzumu znamenal konec snah o vybudování proletářské společnosti, která byla nahrazena ideálem středostavovského konzumního života.¹²

Populární kultura a společnost státního socialismu

Populární kultura jakožto nejrozšířenější a nejdostupnější distributor významů ve společnosti zaujímá centrální místo v shora popsaném vyjednávání hegemonie mezi ovládajícími a ovládanými. V rámci její produkce a recepce dochází k vytváření obecných pravd, k směsi začleňování a rezistence vůči dominantní ideologii vedoucí k nastolení kompromisu mezi představami vládnoucí vrstvy a hodnotami a zájmy podřízených skupin.¹³

Akademie věd ČR, 2003, s. 75.

¹⁰ HOLÝ, Ladislav. *Malý český člověk a skvělý český národ: Národní identita a postkomunistická transformace společnosti*. Praha : Sociologické nakladatelství, 2001, s. 27, 28.

¹¹ KABELA, Jiří. Governance in the Constructivist and the Constitutional Arrangements. In HÁJEK, Martin et al. *The World of Hierarchies and Real Socialism: The Legacy of Communist Rule II: A volume of contributions investigating social hierarchies*. Praha : Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2002, s. 67.

¹² BREN, Paulina. Weekend Getaways. The Chata, the Tramp, and the Politics of Private Life in Post-1968 Czechoslovakia. In CROWLEY, David – REID, Susan E. (eds.) *Socialist Spaces: Sites of Everyday Life in Eastern Bloc*. Oxford; New York : Berg Publishers, 2002, s. 126, 127.

¹³ STOREY 2001, s. 105.

A pokud je možné na státně socialistické režimy východní Evropy použít hegemonní popis společnosti, může se populární kultura stát vhodným pramenem pro studium vzniku a fungování této hegemonie, stejně jako pro výzkum každodenní zkušenosti obyčejných lidí v těchto státech. Stejně jako v pluralitních systémech může studium obsahu masových médií, jak je popisuje Leo Lowenthal, analýza jeho uspořádání a jazykové symboliky sloužit jako pramen informující o typických formách chování, postojů, všeobecně rozšířených názorů, předsudků a aspirací velké skupiny lidí. Mediální obsah ale neznázorňuje pouze socializované zvyklosti lidí, ale i proces socializace, stejně jako může ukázat, jaký smysl přisuzují lidé svým zkušenostem.¹⁴

Během socialistické éry se v Československu oficiální postoj k populární kultuře proměňoval, a s tím i její role ve společnosti. Nové komunistické autority na počátku 50. let navázaly na předválečnou kulturní politiku, kterou Pavel Janáček v případě brakové literatury popsal jako „operaci vyloučení“ – snahu potlačit populární kulturu jako škodlivou. Tuto snahu dovedly ovšem ještě dál, k „operaci nahrazení“ úpadkových forem kultury novou, jednotnou socialistickou kulturou pro všechny bez avantgardních či brakových výstřelků – socialistický realismus vznikající jako směs sovětských vzorů s prvky lidové a národní kultury 19. století.¹⁵

Ovšem tento pokus se s uvolněním režimu koncem padesátých let ukázal jako neživotný a v průběhu šedesátých let se vedle elitní kultury omezeně rozvíjel i její populární protějšek.

Nový úkol pro populární kulturu se našel v období normalizace. Po krátkém pokusu na začátku sedmdesátých let o návrat k étosu socialistického realismu (zvláště v literatuře a filmu) se nová mocenská skupina rozhodla inspirována kulturní politikou sousedních socialistických států spolu s obratem k soukromí a konzumu využít jako účinný propagandistický prostředek populární kulturu, s jejíž pomocí byl nový konsensus propagován. Občanům pozdně socialistického Československa se nabízela možnost seberealizace v oblasti konzumu, uspokojení rostoucích materiálních potřeb díky zvolna se zlepšujícímu životnímu standardu a soukromým pololegálním ekonomickým a pracovním aktivitám.¹⁶ Zvolna rostoucí blahobyt a jistoty, které podle režimu byly na Západě nemožné, byly vydávány za hlavní výhody socialismu. S důrazem na středostavovské hodnoty rostl i význam populární kultury. Takto nastavený kompromis umožnil poměrně stabilní fungování režimu, přičemž nastolená hegemonie se začala pozvolna drobit až během osmdesátých let, kdy přestávala být účinná jak pro rozšiřující se skupiny mládeže hlásící se k subkulturám, tak pro stále více opozičně se profilující šedou zónu.

¹⁴ LOWENTHAL, Leo. *Literature, Popular Culture, and Society*. Palo Alto : Pacific Books, 1968, xii, xiii.

¹⁵ JANÁČEK, Pavel. *Literární brak: Operace vyloučení, operace nahrazení: 1938 – 1951*. Brno : Host, 2004, s. 63, 229.

¹⁶ BREN 2002, s. 126, 127.

Za nejvýznamnější produkt populární kultury za normalizace lze považovat televizní seriály, které si dokázaly získat oblibu širší, než jakýkoliv jiný produkt či žánr a jejich sledovanost výrazně překonávala ostatní televizní program. Seriálová produkce se sice rozvíjela již v šedesátých letech, ale jejich popularitu a s ní spojené propagandistické možnosti plně zužitkoval až posrpnový režim cíleně pomáhající rozkvětu této formy (někteří autoři mluví přímo o jejich kultu¹⁷). Většina uváděných seriálů, hlavně ty dietlovské, si inspiraci pro to, jak získat co největší popularitu mezi diváky, braly z žánru tradičních *soap oper* zaměřených na osobní a rodinné vztahy. Témata byla dána ideově-tematickým plánem schvalovaným v konečné verzi vedením KSČ na základě tzv. společenské objednávky zahrnující propagandistické potřeby (významná výročí, sjezdy apod.). To samé platí pro prostředí, ve kterém se seriály měly odehrávat. Jednotlivé komise ÚV KSČ také kontrolovaly, připomínkovaly, měnily a postupně schvalovaly jednotlivé fáze produkce seriálu od scénáře přes výběr herců po jednotlivé natočené díly.¹⁸ Každý seriál tedy vznikl v složitém systému kontrol, předběžné cenzury a autocenzury.

Zároveň ovšem seriály dosahovaly nezvyklé popularity. Zatímco denní sledovanost televize byla okolo 70 %, i seriály považované za velmi propagandistické jako *Okres na severu* (Jaroslav Dietl, 1981) dosahovaly 80 % a ty nejpobulárnější 90 %.¹⁹ K vysvětlení tohoto paradoxu lze opět využít teoretických konceptů kulturních studií.

Recepce produktů populární kultury

John Fiske popisuje typické sledování televize jako proces vyjednávání mezi (televizním) textem a různorodě sociálně orientovanými diváky. „*Popularita je měřítkem toho, jestli příslušná podoba kultury dokáže vyhovět požadavkům svých spotřebitelů. ... Má-li se nějaký kulturní produkt stát populárním, musí být schopen vyjít vstříc současně nejroztodivnějším zájmům lidí, mezi nimiž se stane populární, i zájmům jeho výrobců.*“²⁰

Stuart Hall popisuje kulturní funkci moderních médií. První je poskytování a selektivní konstrukce sociálních vědomí – sociálních představ, s jejichž pomocí chápeme svět, žitou realitu ostatních a pomyslně rekonstruujeme cizí a naše vlastní životy do srozumitelných příběhů. S tím, jak sociální skupiny a třídy žijí ve svých sociálních vztazích stále

¹⁷ REIFOVÁ, Irena. Cult and ideology: Serial narratives in communist television: The case of the Czechoslovak television serial production of 1959 – 1989. In CARPENTIER, Nico et al. *Democracy, journalism and technology: New developments in an enlarged Europe*. Tartu : Tartu University Press, 2008, s. 295–307.

¹⁸ CYSAŘOVÁ, Jarmila. *Televize a totalitní moc 1969 – 1975*. Praha : Ústav pro soudobé dějiny, 1998, s. 86.

¹⁹ Interní elektronický archiv ČT, citováno podle SZABÓ, Daniel. *Od Hamra až po Rodáky. České propagandistické seriály v televizní praxi*. Bakalářská práce, Brno : Ústav filmu a audiovizuální kultury FF MU, 2007, s. 14. Dostupné na: http://is.muni.cz/th/75286/ff_b_a2/propaganda_seriale_final.txt (poslední náhled 28. 6. 2013).

²⁰ FISKE, John. *Television Culture*. London; New York : Routledge, 1987, s. 310. Překlad citován podle McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999, s. 129.

rozdílnější a rozdrobenější životy, jsou masmédiá více a více zodpovědná za poskytování báze, na které skupiny a třídy konstruují obrazy svého života, stejně jako významy, praktiky a hodnoty ostatních skupin a tříd. Následně poskytují obrazy, reprezentace a ideje o sociální totalitě, zkomponované ze všech těchto separovaných a fragmentovaných kusů, aby mohly být uchopeny jako celek.²¹

Způsob, jakým se tak děje, popsal Hall ve slavném eseji *Encoding/Decoding*.²² Analyzoval proces, jakým média dosahují svého ideologického efektu. Média produkují znaky, které skládají do komplexních diskursů. Mediální sdělení je nejdříve zakódováno, což znamená výběr kódu, který události přiřadíme, a umístění události do referenčního kontextu, který jí dodává smysl. Přičemž masová média (i zcela mimovolně) dávají při výběru kódů přednost těm kódům, které poskytují „přirozené“ vysvětlení, které bude většina společnosti akceptovat. Ty ztělesňují „racionalitu“ v dobové společnosti a ukazují problematické události v souhlasu s hegemonní ideologií. Diskursy, v nichž jsou události kódovány, se staly univerzálními a jsou považovány za přirozené. Ukazují se tak jako jediné dostupné a srozumitelné, tváří se jako jediné racionální a univerzálně platné. Předpoklady a podmínky, které podpírají jejich racionalitu, jsou učiněny neviditelnými. Tyto diskursy se jeví i těm, kteří jimi kódují, jako suma našich vědomostí. Obsahují dominantní definice situací a reprezentují existující struktury moci, majetku a dominance.²³

Ovšem příjem mediálního sdělení je aktivní proces, příjemci při dekodování reflektují své vlastní potřeby a sociální podmínky, a tedy nezbytně nedekodují událost stejnými ideologickými strukturami, ve kterých byla zakódována. Hall ukazuje, že „text“ (ať už v jazykové, obrazové či jiné podobě), není jen prostě přijat, ale je „čten“, tedy vykládán a interpretován, přičemž jedna z možných interpretací je samotným textem podporována. Producent se snaží získat souhlas publika k preferovanému čtení, tedy aby příjemci dekodovali jeho sdělení v souhlasu s hegemonním diskursem.²⁴

Divák sice může na nabídnuté preferované čtení přistoupit bez jakýchkoliv otázek a pochyb, pokud má dojem, že je v souhlasu s jeho sociální situací, odpovídá jeho chápání světa. Nebo ho může úplně odmítnout, pokud je se sociálním systémem v neustálém rozporu a rozumí zakódované ideologii zcela opačným způsobem, tedy čte sdělení v opozičním kódu. Obě tyto varianty jsou ovšem okrajové, přístup většiny diváků se bude nacházet někde mezi těmito dvěma extrémy, jak pro normalizační seriály dokládá i Hana Zimmerhaklová, která zpovídala pronásledované undergroundové hudebníky, kteří se nacházeli ve výrazné opozici k režimu, a přesto televizní seriály sledovali společně po hospodách.²⁵

²¹ HALL, Stuart. Culture, the Media and the 'Ideological Effect'. In CURRAN, James – GUREVITCH, Michael – WOOLLACOTT, Janet (eds.) *Mass Communication and Society*. London : Edward Arnold, 1977, s. 340.

²² HALL, Stuart. Encoding/Decoding. In DURHAM, Meenakshi Gigi – KELLNER, Douglas M. (eds.) *Media and Cultural Studies: KeyWorks*. Malden; Oxford; Carlton : Blackwell, 2001, s. 163-174.

²³ HALL 1977, s. 343, 344.

²⁴ Tamtéž, s. 344, 345.

²⁵ Hana Zimmerhaklová v osobním rozhovoru, duben 2009.

Kompromisní čtení nazývá Stuart Hall čtením ve vyjednaném (*negotiated*) kódu, kdy diváci sice rozumí dominantní definici, ale jejich čtení/dekódování obsahuje adaptivní a opoziční elementy. Akceptují tak dominantní ideologii, dominantní pojetí světa vcelku, ale přizpůsobují si i svým potřebám odpovídající jejich specifické situaci. Vyjednávající čtení se shoduje se společnou interpretací světa jako kompromisu mezi ideologií dominantní skupiny a hodnotami každodenního života podřízených vrstev. Část obsahu mediálního sdělení recipienti vnímají sice jako problematický a pochybují o něm, ale základní socioekonomický postoj, na němž je založena dobová společenská shoda, zůstává nezpochybněn. Takto vyjednaný prostor umožňuje, aby podřízené čtení mohlo být obsaženo v širším ideologickém syntagmatu dominantního kódu, což je klíčové k legitimizaci médií a poskytuje to oné legitimizaci populární (tj. širokou veřejností akceptovanou) bázi. Texty takto mají silný efekt na čtenáře, protože výsledná volba rozmanitých možností čtení stejně nakonec převážně tíhne k jednotnému souboru významů utvrzujícím a legitimizujícím zakódovanou ideologii, která se tak zdá být přirozenou.²⁶

Podle Halla je preferované čtení do textu strukturováno v celku a může tak být odmítnuto či překonáno jen v podmínkách celého textu. Výběrové či dílčí čtení je schopno se vyhnout tomuto ideologickému výtvaru a snižuje význam celkové struktury textu odkrýváním méně předurčených možností (ale nikoliv libovolných, jen těch, které tam pasují). Recipient si během sledování pořadu vybírá významy relevantní pro jeho život a na televizní text si flexibilně navěšuje významy v souladu se svou sociální situací.²⁷ Aby text byl podle Johna Fiskeho populární, musí čtenářům nabízet různorodé významy, aby vyhověl jejich sociálním potřebám. Populární produkt je tak kulturní zdroj otevřený široké, ale nikoliv neomezené škále produktivních užití a jeho recipienti jsou producenty kultury, nikoliv pouze jejími konzumenty.²⁸ Hodnotí a interpretují svět pomocí termínů odvozených z klasifikace nabídnuté médií. Vzniká tak kolektivní realita, smysluplná většině v rozsahu, v jakém se podobá očekáváním, získaným z jazykového systému mediálních obsahů.²⁹

Částečně odlišné je pojetí Johna B. Thompsona. Podle něj nejsou symbolická sdělení jako taková ideologická, ale jen za předpokladu, že (za jistých okolností) slouží k tomu, aby ustanovovala a soustavně udržovala trvale asymetrické mocenské poměry. Tedy ideologičnost sdělení podle Thompsona závisí na tom, jak s nimi naloží ti, kdo je přijali a uvážlivě zapracovali do svého života.³⁰ S texty a pořady překypujícími stereotypizujícími výjevy, ujišťujícími sděleními apod. mohou totiž příjemci nakládat nejrůznějšími, dosti nečekanými způsoby. Pokud má člověk rozeznat ideologický charakter mediálních sdělení, musí vzít v úvahu, jak tato sdělení zapadají do života jedinců, jak se stávají součástí jejich

²⁶ HALL 2001, s. 172-175.

²⁷ FISKE, John. *Understanding Popular Culture*. London : Unwin Hyman, 1992, s. 145, 146.

²⁸ Tamtéž.

²⁹ HARTLEY, John. *Understanding news*. London : Methuen & Co. 1982, s. 5.

³⁰ THOMPSON, John B. *Média a modernita: Sociální teorie médií*. Praha : Karolinum, 2004, s. 171, 172.

představ a jak jsou užívána v praktických kontextech jejich každodenních životů. Lidé podle situace přijímají či vytvářejí z textu jak ideologická sdělení, která podřívají a oslabují ustanovené mocenské vztahy, ale i ty, které slouží stabilizaci a posilování zavedených mocenských vztahů. Mediované materiály mohou plnit poměrně silnou ideologickou roli, pokud jsou reflektovaně zahrnovány do představ sebezpojetí, jako je například pojetí genderové či etnické identity (či identity malého českého socialistického občana). Ty se neustálým opakováním hluboce vrývají do osobnosti a neprojevují se ani tak v explicitně vyjadřovaných představách a postojích, jako spíše v tom, jak se jednotlivci chovají, jaký vztah mají k sobě a ostatním. Přinejmenším je pro jedince náročné pokrýt vytrvalé a souvislé mezery v zobrazování světa v oficiálních médiích a obtížně se jim tak může podařit dospět k názorům či postojům, se kterými se nikdy nesetkali, nebo jen velice zřídka, případně s negativní konotací. Stávají se tak náchylnými k přijímání dominantní ideologie.³¹

Komplexita a rafinovanost významů zakódovaných v televizním textu tak může dosahovat silného vlivu na publikum. Dominantní významy si udržují privilegovanou pozici a vyjednávající dekodování jako směs opozičních a adaptivních prvků je náchylné k nesourodosti a rozporuplnosti na rozdíl od dominantního kódu nabízejícího zdánlivě jasnou a přehlednou sadu, která potvrzuje dominující ideologii a ukazuje ji jako přirozenou.³²

Kromě toho, že média uvádějí jedince do světa kolem něj, zároveň ho svým nepřímým, dlouhodobým vlivem formují. Společnost a kultura se neustále proměňuje, což je zároveň důsledkem i příčinou změn v přesvědčení a chování jednotlivých členů společnosti. Na sociální a kulturní úrovni je to spojeno s přizpůsobením starých, případně se zavedením nových pravidel pro sociální interakci. Výsledkem jsou nové návody k chování. V moderních společnostech včetně socialistických soutěží o pozornost jedince různé (často protichůdné) zdroje informací sahající od přátel k zájmovým skupinám. Všechny tyto zdroje se mu snaží poskytnout definice a návody, jaké jednání napodobovat, jaká pravidla jednání jsou důležitá a jaké významy událostem přisoudit. Společnost tak pomocí socializace přivádí své členy k dostatečné konformitě, díky níž dosahuje sociálního řádu, předvídatelnosti a kontinuity. Primární socializace probíhá vlivem osobních zkušeností, sekundární díky zkušenostem zprostředkovaným, ať už rodiči, učiteli či médii. S jejich pomocí se dostává vnější svět do našeho podvědomí. Z médií lidé přebírají hlavně to, s čím nemají vlastní zkušenost. Pokud se mediovaná zkušenost dostane do rozporu s naší vlastní, pokusíme se najít kompromis nebo je v rozporu necháme.³³

³¹ Tamtéž.

³² FISKE 1987, s. 13.

³³ DeFLEUR, Melvin – BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra J. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, s. 211, 216, 217; HARTLEY 1982, s. 139, 140.

Normalizační seriály jako průvodce životem v reálném socialismu

Televizní seriály, stejně jako další produkty populární kultury, jsou nosičem dominantních významů. To platí jak v pluralitních demokraciích, tak obdobným způsobem i v úzce kontrolovaném televizním vysílání socialistických států. Zatímco v zemích bez silné cenzury a bez mediálního monopolu se jedná spíše o nevědomě (automaticky) zakódované ideologie a existují širší možnosti výběru mediálních produktů, v zemích se státně socialistickým zřízením byla možnost výběru výrazně omezena a významy pečlivě kontrolovány mocenskými autoritami. Přesto lze předpokládat, že efekt šířeného proudu dominantních významů byl obdobný – vyjednávání o těchto významech a dosahování hegemonie jako jistého způsobu nevědomého kompromisu, na kterém je založen společenský souhlas.

Normalizační televizní seriály tak mohly být díky své popularitě využity jako důležitý nástroj k vyjednávání normalizační hegemonie, což si patrně posrpnové autority dobře uvědomovaly a rozvoj populárních seriálů podporovaly a zároveň pečlivě kontrolovaly jejich výrobu. Vycházeli z představy, že masová média mají moc normativně konstruovat sociální realitu. Televizní seriál se měl stát v jejich pojetí nejefektivnějším nástrojem socializace občanů-diváků na požadované normy, hodnoty a sankce života v posrpnovém reálném socialismu. Jejich analýzou tedy můžeme nejen zkoumat charakter pozdně socialistické společnosti, způsob života a každodenní praktiky jejich diváků, ale může nám pomoci pochopit i relativní stabilitu posrpnového režimu.³⁴

Výzkum produktů populární kultury by měl zahrnovat analýzu její produkce, analýzu textu samotného produktu i analýzu publika a způsobů jeho recepce.³⁵ Zatímco produkci lze studovat běžnými metodami, analýza recepce zůstává do velké míry problematická. Ideálním způsobem je etnografický výzkum publika – řízené či neřízené rozhovory se skupinou či jednotlivci, dotazníky či sledování průběhu recepce jako nezúčastněný či zúčastněný pozorovatel.³⁶ Domnívám se ovšem, že tato metoda je využitelná pouze pro studium soudobé recepce médií, kdy je možné sledovat momentální projevy názorů a hodnot, okamžité reakce na recipované produkty. Naopak je třeba být velmi opatrný při vzpomínání na starší prožitky, protože ty jsou ovlivněné postupným přepisováním významů a hodnocení novějšími vysvětleními, které vstupují do přetváření kolektivní paměti, a lze tudíž předpokládat, že se s postupujícími lety začnou od dobové recepce odlišovat. Vzpomínky jsou vždy mediovanou záležitostí, jsou strukturovány, reprezentovány a používány v sociálním

³⁴ REIFOVÁ, Irena. Kryty moci a úkryty před mocí. In KONČELÍK, Jakub – KÖPPLOVÁ, Barbara – PRÁZOVÁ, Irena (eds.) *Konsolidace podnikání a vládnutí v České republice a Evropské unii: II, Sociologie, prognostika a správa, média*. Praha : Matfyzpress, 2002, s. 359.

³⁵ STOREY 2001, s. 80.

³⁶ Blíže viz GRAY, Ann. *Research Practice for Cultural Studies: Ethnographic Methods and Lived Cultures*. London; Thousand Oaks; New Delhi : Sage, 2003; PICKERING, Michael (ed.) *Research methods for Cultural Studies*. Edinburgh : Edinburgh University Press, 2009.

prostředí, a mění se tudíž s jeho proměnami.³⁷ Zvláště ošemetné jsou potom v tomto procesu různé společenské převraty a jiné změny, při nichž dochází k výraznému přepisování kolektivních vzpomínek, což je přesně případ vzpomínání na normalizační období, jehož chápání a vysvětlení se ve společnosti proměnilo nejspíše i několikrát. Tyto posuny by se do výzkumu zcela jistě promítly.

Možným řešením je využití poznatků kulturních studií o recepci mediálních sdělení v pluralitních společnostech a jejich opatrné aproximování na státně socialistickou společnost. Především text měl ukázat, že je to možné, protože rozdíly mezi fungováním a rolí populární kultury na obou stranách železné opony nebyly příliš rozdílné. Takovéto vývody potvrzuje jak popularita normalizačních televizních seriálů v polistopadovém období, tak zvláště úspěšnost některých Dietlových seriálů zároveň v socialistickém Československu a v Západním Německu.³⁸ V obou zemích seriály jako *Nemocnice na kraji města* dokázaly zaujmout publikum žijící v odlišných systémech, aniž by je rušila zakódovaná propaganda. Podobným případem je i řada dětských seriálů a filmů natáčených v normalizačním Československu a populárních v západním Německu – ty ale byly produkovány ve spolupráci s německými televizemi a podle toho byl i upraven fikční svět do mnohem neutrálnějšího prostředí.

Pomůckou při této operaci přenesení závěrů z výzkumů populární kultury na Západě či v současné společnosti by se mělo stát studium širšího dobového kontextu, které pomůže k odhalení vynechávek, deformací a rozporů v textu (v předkládaném zobrazení reality – soap opery nabízejí svůj fikční svět divákům jako obraz reálného světa), toho, co bylo autory a cenzurou vynecháno, stejně jako porozumění funkci populární kultury v dobové společnosti.

Pokud přistoupíme na takovouto aproximaci, můžeme, s vědomím všech možných úskalí a omezení, přistoupit k analýze populárního artefaktu. Jeho textová analýza ukáže, jak se text snaží zakódovanou ideologii včlenit do čtenářových (či v případě seriálů divákových) očekávání, tužeb a identit.³⁹ Vyprávěné příběhy vyprávějí morální příběhy o dobru a zlu ve společnosti a ukazují, jak vznikají konflikty a rozpory ve společnosti a jak je lze řešit. Narativy v populární kultuře ukazují způsoby řešení specifickým způsobem – osobami

³⁷ KANSTEINER, Wulf. Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies. In *History and Theory*, 2002, roč. 41, č. 2, s. 190.

³⁸ SMETANA, Miloš. *Televizní seriál a jeho paradoxy*. Praha : ISV, 2000, s.52.

³⁹ Příkladem takových analýz jsou například REIFOVÁ 2008; MACHEK, Jakub. 'The Counter Lady' as a Female Prototype: Prime Time Popular Culture in 1970 s and 1980s Czechoslovakia. In *Media Research/Medijska Istraživanja*, 2010, roč. 16, č. 1, s. 31-54; MACHEK, Jakub. Muži na radnici a ženy za pultem: Konstrukce maskulinních identit v televizních seriálech pozdního socialismu. In ŠVAGŘÍČKOVÁ-SLABÁKOVÁ, Radmila et al. *Konstrukce maskulinní identity v minulosti a současnosti: Koncepty, metody, perspektivy*. Praha : NLN, 2012, s. 286-298.

postav, jejich vzájemnými vztahy a akcemi.⁴⁰ To platí obzvláště pro seriály typu soap opera, jakými byla většina normalizační seriálové produkce. Můžeme v nich tudíž hledat presentované požadované normy, hodnoty a sankce života v reálně socialistické společnosti, jak v nich byl imitován reálný život, představy o mocenských vztazích stejně jako příklady toho, co bylo považováno za přirozené a správné a jaké byly binární opozice strukturující dominantní rozumění světa a společnosti.

Takto tedy můžeme prozkoumat významy a celkovou organizaci dobových televizních seriálů (či obdobně populárních produktů) v podobě zakódované ideologie, která do určité míry korelovala s perspektivami diváků a snažila se jim vycházet vstříc. Díky popularitě poskytovaly seriály pravidelným divákům vedle úniku z všednodenního života v deformované společnosti do utopického světa materiální hojnosti, naplněných mezilidských vztahů i komplexně fungující společnosti i každodenní návod, jak rozumět okolnímu světu. Při diváky pečlivě sledovaných a následně hromadně diskutovaných premiérách a reprízách, seriály na modelových situacích ukazovaly vzory a prototypy jednání vhodného k bezproblémovému životu v reálném socialismu.⁴¹ Tvůrci seriálů tak pomáhali naturalizovat požadované významy a hodnotový systém, i když diváci nemuseli nutně důvěřovat znázorňovanému obsahu ani zakódované ideologii. Stačilo, když jim byly v pravidelných dávkách předváděny příklady žádaného chování a úspěšných strategií, které společnost odměňuje, stejně jako příklady chování, které jsou společností sankcionovány.

Jak upozorňuje Irena Reifová, všemožné společenské a geografické lokace seriálových prostředí od zemědělství po armádu, od základních škol po absolventy technik, od místních výborů po policejní vyšetřovatele byly voleny tak, aby požadované normy konformismu bylo možné názorně aplikovat na co nejvíce sociálních sektorů.⁴²

Závěr

Populární kulturu lze dobře využít jako pramen k výzkumu dobové společnosti, ke studiu hodnot, přesvědčení a postojů obyvatel, jejich postupných proměn i přetrvávajících hlubších základů mentalit studované společnosti, příčiny stability i změn i v případě společností státního socialismu. Nejúspěšnější produkty dobové populární kultury, jako například televizní seriály sedmdesátých a osmdesátých let, se díky své popularitě staly důležitým nástrojem ve vytváření společenského konsenzu. Populární kultura je územím konfliktu a zápasu o významy, a její produkty tak v sobě odrážejí vyjednanou hegemonii jako jistý druh ne zcela vědomého kompromisu, na němž je postaven souhlas většiny společnosti s panujícím režimem. Jejich výzkumem získáme náhled na životní strategie a každodenní

⁴⁰ THWAITES – DAVIS – MULES 2002, s. 172, 175.

⁴¹ Vycházím z vlastních vzpomínek na situaci v osmdesátých letech.

⁴² REIFOVÁ 2008, s. 302.

praktiky života v pozdne socialistické spoločnosti, i kedyž deformované zájmy producentů potažmo mocenského aparátu. Jejich popularita nám ale zaručuje rozumnou relevanci ke skutečné zkušenosti běžných občanů normalizačního Československa. Analýza televizních seriálů a dalších úspěšných produktů dobové populární kultury tak umožňuje zkoumat kompromis, na němž byla založena poměrná stabilita normalizačního režimu i jeho postupné proměny.

Cituj:

Machek, Jakub. Populární kultura a státní socialismus. In *Forum Historiae*, 2013, roč. 7, č. 1. ISSN 1337-6861.

...

Mgr. Jakub Machek, PhD. je absolventom Filozofickej fakulty Karlovej univerzity v Prahe. V súčasnosti pôsobí v Ústave českej literatúry a literárnej vedy FF UK v Prahe a na Metropolitnej univerzite v Prahe. Špecializuje sa predovšetkým na českú populárnu kultúru, od senzačnej tlače, ktorá stála pri jej zrode koncom 19. storočia, cez medzivojnovú utopickú beletriu a normalizačné seriály, až po súčasnú internetovú xenofóbiu. Je členom Centra pro studium populární kultury.

Kontakt: jakub.m@post.cz