

ZÁKLADNÍ TEZE KURZU

1/ Televize je neoddělitelnou součástí naší každodennosti. Všudypřítomnost, expanzivita a dostupností televizního vysílání vedla k jeho prolnutí s každodenním životem, respektive s jeho rutinní povahou. Televize tak do značné míry kolonizovala jeho prostorovou a časovou dimenzi, tedy dvě základní souřadnice sociální reality. V rámci tohoto procesu se stále významněji podílí na konstrukci **ontologického bezpečí** svých diváků. **Dialektická televizní artikulace úzkosti/bepečí** de facto posiluje náš pocit bezpečného zakoušení každodenního života. Vysoká míra ritualizace užívání televize, respektive její obsahová stereotypizace, má schopnost vyvažovat křehkost každodenních interakcí často vystavených těžko anticipovatelným situacím či katastrofám, které porušují stav elementární důvěry. V tomto smyslu plní televize **mytickou funkci opory sociálního řádu** a nástroje zachování statu quo.

2/ Televize je významným **produktem a současně i spolutvůrcem kapitalistické verze modernity, respektive její globalizující se podoby**. Není s ní však svázána jen jako forma ekonomické aktivity a hraje též roli vlivné kulturní síly formující a produkující moderní individuální i skupinovou zkušenost. **Nemůžeme ji proto automaticky zahrnout mezi ostatní technologie**, od kterých se odlišuje především svou schopností výrazně ovlivňovat společenské i kulturní děje. Televize je křehkým **socio-technickým systémem**, který sestává z řady vztahů konstruovaných jak na úrovni individuální, tak rodinné i společenské. **Televize v sobě nese dvě sady významů**. Ty, které jsou více méně intencionálně konstruovány jejich producenty, a ty, jež jsou důsledkem její potenciální otevřenosti jak v hardwarové, tak i softwarové oblasti. **Jinými slovy, televizní technologie vede dvojí život**. Na straně jedné naplňuje záměry svých tvůrců, na straně druhé pak v kontaktu se sociálním i technologickým prostředím své původní určení modifikuje. Televizi současně charakterizuje i **dvojitá povaha její závislosti**, a to jak na obsazích, které sama produkuje v rámci daného kulturního kontextu, tak na technickém aparátu, který jí umožňuje vlastní vysílání. Televizní technologie tedy funguje jako **materiální i symbolický objekt**.

3/ Televize se významně podílí na postupném **restrukturování povahy domova** v moderní společnosti, respektive tzv. „situační geografie“ (Meyrowicz, 1985) rodinného života v domácnosti. Televize asi nejvýrazněji ze všech moderních technologií již od svého masového zavedení podporuje **„projekt domácího městského, respektive předměstského štěstí“** lokalizovaného, či přesněji, uzavřeného do činžovních či panelových bytů, nebo do prostoru rodinného domku, kde nepochybně ovlivnila organizaci našeho domácího života a začala plnit roli jakéhosi **věčně plápolajícího domácího krbu**. Z televize — zázračné hračky se postupně stalo projekční plátno našich snů i depresí, centrum rodinného života. „Život s televizí“ tak lze do jisté míry popsat prostřednictvím analýzy rituálů, které individuální členové rodiny (i rodina jako celek) realizují ve svém domácím prostředí. V tomto smyslu pak můžeme interpretovat sledování televize jako proces **„extenze“** každodenního chování individuí i celých rodin a jejich základních hodnot, které jsou konstruovány a zakořeněny v širokém spektru kulturních souvislostí rodinného života. V zásadě můžeme rozlišit **tři úrovně extenze rodinné televizní konzumace**. První, **„kulturní“**, zahrnuje charakteristiky širšího sociálního kontextu, jež přesahují hranice rodiny. Druhá se odehrává na úrovni samotné **„domácnosti“** a odráží „vnitřní“ dimenzi rodinné problematiky. Poslední typ extenze pak můžeme zaznamenat na úrovni **„individuální“**, která odráží nezřídka protichůdné zájmy jednotlivých členů rodiny.

4/ Televize je **nástrojem i objektem** naší každodenní kulturní spotřeby. Proces **domácí konzumace** televize tedy můžeme s jistou mírou zjednodušení rozčlenit na tři základní fáze: „**přijetí**“, „**začlenění**“ a „**transformace**“. V prvním kroku televize jako technologie i sdělení opouští svět zboží či přesněji generalizovaný systém ekvivalence a směny, překračuje práh domova a stává se vlastnictvím. V tomto okamžiku začíná získávat svou **autenticitu domácího objektu, člena domácnosti**. Akt „**přijetí**“ je tedy počátkem cesty televize směřujícím k „začlenění“ televize a k její „proměně.“ V tomto smyslu je celý proces domácí konzumace televize cyklický a v jeho průběhu dochází postupně k **odstranění opozice mezi odcizeným zbožím na straně jedné a jeho autentickou domácí podobou na straně druhé**.

5/ Uvedená „**každodenní perspektiva**“ ve vztahu k analýze televize reflektuje skutečnost, že se v devadesátých letech kyvadlo vědeckého zájmu nachýlilo směrem k modelu favorizujícímu **aktivní roli publika**. Uvedený trend však nese některé základní problémy či otázky. Podle našeho názoru spočívá základní problém v absenci jasné definice „**divácké aktivity/pasivity**“. Proto také nezřídka v dané souvislosti dochází ke směřování některých kategorií, respektive **ztotožňování významové ambivalence s polysémií, textové otevřenosti s absencí sociální determinace a svobody televizní volby s jakoukoliv diváckou aktivitou**. Musí být **aktivní divák** nezbytně vždy ve střehu? Měl by být kreativní? Navíc model tzv. aktivního televizního konzumenta svádí k jeho ztotožnění s divákem, který je schopen kriticky reflektovat mediální sdělení. **Aktivní zpracování televizních významů však vůbec nemusí znamenat popření „preferovaných“ či dominantních významů**. Oslava aktivního publika tak může vést až k legitimizaci morálně i umělecky pokleslých textů, která se opírá o fenomén tzv. „**ratingové demokracie**“ či „**ratingové estetiky**“. Výsledkem uvedeného trendu je narůstající snaha po deregulaci, která by ve svých důsledcích nakonec mohla **destruovat model veřejné mediální služby**.

Výzkum televizního publika se tedy na konci devadesátých let pomalu přesouvá k analýze „**materiální pozice**“ subjektu a přestává vnímat diváky skrze apriorní definice opírající se o prefabrikovaný obraz individuí i sociálních skupin a snaží se vyhnout se redukci jejich chování na „**abstraktní gramatiku**“, v rámci které se vytrácí individuální, sociální a kulturní dimenze každodenní lidské zkušenosti. Tato orientace na analýzu socio-kulturního chování diváků znamená de facto comeback či posílení role sociologie v rámci tzv. mediálních studií.

Uvedená tematizace samozřejmě není definitivní, respektive jde pouze o jeden z možných přístupů. Primárním cílem naznačeného výkladu byla především snaha narušit či lépe řečeno zpochybnit **obal zdánlivé jasnosti, srozumitelnosti a samozřejmosti každodenní role televize, který ji činí téměř neuchopitelnou, a to i přesto, že je neustále s námi**.