

Ukážka z knihy *Deväťdesiate roky*

Autor: Chuck Klosterman

Preložila: Erika Mazuchová

Pravidlá televízie v tomto období stále diktovali časové obmedzenia a hranice dostupného priestoru. Jej hlavným prínosom bolo, že bola jednoducho nablízku. Prijímala sa pasívne, bez výhrad. Najkritickejším faktorom v rámci uvedenia akéhokoľvek televízneho pilotu bol seriál, ktorý mu vo vysielaní bezprostredne predchádzal, a to na základe zásady, že ľudia budú príliš leniví prepnúť kanál. Mimoriadne populárny seriál ako *Seinfeld*, vysielaný v ten istý večer ako rovnako populárni *Priatelja*, stál v tejto pozícii neustále. Seriál Kirstie Alleyovej *Veronika*, zaradený do štvrtkového večerného programu NBC, si dokázal udržať týždennú sledovanosť 24 miliónov divákov. Keď ho presunuli na pondelok, jeho sledovanosť klesla na 8 miliónov. *Holá pravda*, komédia o bulvárnych novinách s Téou Leoniovou v hlavnej úlohe, mala na ABC priemerný úspech, až sa v roku 1997 presunula na NBC a dostala sa do vysielania hneď po seriáli *Seinfeld*. Okamžite sa stala štvrtým najobľúbenejším programom v krajine, no nasledujúci rok ju zrušili. Nezáležalo na tom, prečo ju zrušili, pretože prakticky čokoľvek, čo bolo zaradené do tohto konkrétneho časového úseku, malo približne rovnaký úspech. Keby NBC skutočne vytvorila reláciu, ktorá by bola len o tom, ako ľudia pokojne čítajú časopisy, a zaradila ju po seriáli *Seinfeld*, určite by ju sledovalo 20 miliónov ľudí (aspoň jednu epizódu).

Vo svete, ktorý poznačili *Sopranovci*, sa televízia stala priestorom pre kreatívnu jednotnosť. Cieľom tvorivého manažmentu bolo vytvoriť niečo, čo v televízii ešte nebolo. V sedemdesiatych a osemdesiatych rokoch bolo televízne vysielanie štruktúrované podľa typov relácií („Toto je náš western, toto je naša nemocničná dráma, toto je náš rodinný sitkom, toto je náš zábavný sitkom, ktorý sa bude vysieľať hodinu po rodinnom sitkome,“ atď.) Začiatok deväťdesiatych rokov bol rozvinutým pokračovaním osemdesiatych rokov. Okrem typu seriálu išlo aj o jeho *atmosféru*. Trochu to pripomínalo rádio FM z konca sedemdesiatych rokov, kde bolo cieľom programovať hudbu, ktorá bola povrchne odlišná, ale nahraná a produkovaná s rovnakým vkusom a zložením, čo vytváralo pocit jednej nekonečnej skladby (v nádeji, že poslucháč nikdy nezmení stanicu). Hnacou silou tohto trendu bolo novoobjavené uznanie medzi zadávateľmi reklamy – nie všetci televízni diváci sú si rovní. Na veľkosti publika záležalo, ale nie až tak ako na jeho zložení. Jeden dvadsaťpäťročný človek žijúci v meste mal hodnotu dvoch šesťdesiatpäťročných ľudí z vidieka. V roku 1995 stála tridsaťsekundová reklama počas mysteriózneho seriálu *To je vražda, napísala* s Angelou Lansburyovou 115 000 dolárov. Seriál *To je vražda, napísala* aj v jedenástej sérii stále patril medzi desať najobľúbenejších programov v Amerike. Ale odvysielanie rovnakej tridsaťsekundovej reklamy v seriáli *The Single Guy*, sympatickej napodobenine *Seinfelda*, ktorý sa vysielal iba dve sezóny, stálo 310 000 dolárov. *The Single Guy* bol drahší, keďže sa vysielal bezprostredne po *Seinfeldovi*, a NBC ho tam zaradila, lebo mal správnu atmosféru na štvrtkový večer. Hoci je to trochu mátuce, neznamená to, že mal atmosféru ako *Seinfeld*. Znamená to, že mal atmosféru ako *Priatelja*.

Hoci sa o to pokúšali mnohokrát, pokusy o zopakovanie „atmosféry“ *Seinfelda* sa vždy ukázali ako nefunkčné. Jeho komediálny aspekt bol príliš excentrický a príliš osobný na to, aby sa dal zámerne reprodukovať. *Seinfeldovi* sa podarilo zlúčiť nezlúčiteľné – postavy boli mizantropické bez toho, aby boli nesympatické. Seriály, ktoré dúfali, že budú odrazom tohto prístupu (ako napríklad seriál televízie ABC *Však ty vieš*), sa neúprosne až príliš vychýlili oboma smermi. Ako *Seinfeld* postupoval, zvyšoval sa aj dôraz na absurdné scenáre, ktoré mali úspech len vtedy, ak už divák prijal fakt, že tieto falošné postavy sú skutoční ľudia.

Ktokoľvek mimo tejto bubliny by humor nepochopil. Britská skečová šou *Mash and Peas* z polovice deväťdesiatych rokov raz vytvorila paródiu na *Seinfelda*, ktorú premenovali na *I'm Bland... Yet All My Friends Are Crazy* (Som nevýrazný... A predsa sú všetci moji priatelja

šialenci). Skeč bol postavený na tom, že „Jerry“ opakoval nudné frázy o strate kľúčov, zatiaľ čo zvyšok ansámbľu vykrikoval nezmyselné hlášky zo seriálu a správal sa psychoticky. Vôbec sa nepodobal na to, ako vyzeral skutočný program, ale dokonale vystihol, ako nudne a zmätočne môže vyzeráť jeho komediálna rafinovanosť pre každého, kto ešte nevie, čo má sledovať. Tón *Seinfelda* fungoval len v *Seinfeldovi*. Kópie sa na originál nepodobali.

Ale v prípade *Priateľov* bola napodobenina tónu vierohodná.

Keďže *Seinfeld* aj *Priatelia* boli mimoriadne populárne seriály, ktoré sa vysielali na tej istej stanici v ten istý večer, navždy budú spojené. Pri zbežnom pohľade sa zdá, že podobnosti prevažujú nad rozdielmi: oba seriály boli o bielych ľuďoch, ktorí riešia randenie, a oba sa odohrávali v New Yorku, ale natáčali sa v Los Angeles. *Priatelia* by nikdy nevznikli, keby neexistoval *Seinfeld*. „Pocit“ bol však iný. *Priatelia* sa stali vzorom pre to, čo chceli zadávatelia reklám. Splňali všetky potrebné kritériá a niektoré z nich boli neuveriteľne špecifické.

Seriál *Priatelia* bol o šiestich priateľoch, troch mužoch a troch ženách, ktorí žili vo West Village. Vysielal sa desať rokov. Keď v roku 1994 debutoval, všetci hrdinovia mali údajne medzi dvadsiatimi štyrmi a dvadsiatimi siedmimi rokmi, hoci pôsobili o niečo starší. Keď sa seriál skončil, všetci boli údajne vo veku tridsaťštyri až tridsaťsedem rokov, ale správali sa ako ľudia o niečo mladší. Duchom boli všetci večne dvadsaťdeväťroční. Étosom seriálu bola spleť rannej dospelosti, keď sú vaši priatelia dôležitejší ako rodina a vy si ešte len musíte založiť vlastnú rodinu. Bol to v istom zmysle zjavný prejav spoločenských trendov – Američania sa brali neskôr a odmietali nástup tradičných dospelých povinností. Nebolo to však také jednoduché ako prilákať dvadsaťročných divákov tým, že natočíme seriál o dvadsaťročných ľuďoch. *Priatelia* sa stali vzorom spôsobu, ako poukázať na generčné problémy bez toho, aby sme priamo uznali, že generácie existujú. *Priatelia* boli zobrazením prítomného okamihu, filtrovaného cez prizmu nadčasovej reality.

Rok pred vznikom *Priateľov* debutoval na stanici Fox sitkom s názvom *Living Single*. Bol o šiestich mladých dospelých, dvoch mužoch a štyroch ženách (všetci boli černosi) žijúcich v Brooklyne. V nasledujúcich rokoch sa často tvrdilo, že *Priatelia* boli len beloškou zbohatlíckou napodobeninou *Living Single*, určenou pre žiadanejšie reklamné demo (v roku 1996, keď boli *Priatelia* celkovo tretím najobľúbenejším seriálom v krajine, sa v rámci černošských domácností umiestnili až na deväťdesiatom deviatom mieste). Niektoré paralely je ťažké prehliadnuť. Jednou z tých menej zjavných bol spôsob, akým oba programy agresívne prijímali modernosť, ale len ako abstrakciu. Kľúčový verš z úvodnej piesne *Living Single* znel: „In a nineties kind of world / I'm glad I got my girls.“ (Vo svete deväťdesiatych rokov som rád, že mám svoje dievčatá). Čo sa myslí „svetom deväťdesiatych rokov“, nie je nikdy vysvetlené ani v piesni, ani v programe. Vyplýva z toho, že postavy majú zážitky, ktoré sa môžu odohrávať *len teraz*, napriek tomu, že tieto zážitky neboli nevyhnutne spojené s niečím, čo sa odohrávalo v skutočnom svete.

*Priatelia* fungovali rovnako. Okrem opakovaných narážok na seriál *Baywatch*, jednej pamätnej epizódy z roku 1995 o koncerte Hootie and the Blowfish a zvláštnej dejovej línie z roku 1998 odkazujúcej na film Angely Bassettovej *Nevinný výlet* sa *Priatelia* pohybovali v generickom vesmíre, ktorý sa neprelínal s kultúrnym momentom. Postava Joeyho bola hercom telenoviel, ktorého idolom bola Susan Lucci, herečka v seriáli *All My Children*, ktorá bola slávna už dvadsať rokov. Herci sa zámerne neobliekali spôsobom, ktorý by ich viazal k danému obdobiu, hoci niekedy sa to stalo náhodou (nadrozmerné košele boli normou). Kultúru viac formovali, než z nej čerpali (keď si Jennifer Aniston ostrihala vlasy do vrstveného bobu, tento účes dostal prezývku „Rachel“ podľa mena jej postavy a stal sa najpopulárnejším účesom v krajine). Málokedy sa stáva, že by niektorá epizóda *Priateľov* informovala diváka o tom, kedy sa udalosti údajne odohrávajú. Takmer v každej epizóde sedia priatelia uprostred dňa v kaviarni. Iba jedna postava (Chandler, ktorého hrá Matthew Perry) má konvenčnú prácu v kancelárii, a tá je vyobrazená ako robotické väzenie. Ich obavy

nezodpovedajú stavu ich životov – každý z nich neustále zápasí s problémami, a to napriek svojej fyzickej príťažlivosti a možnosti bývať v luxusných manhattanských bytoch, ktoré by si žiaden človek, čo sa snaží preraziť, nemohol dovoliť. Najdôležitejšie je, že *Priatelía* boli o neustálej túžbe: o túžbe po láske, túžbe po úspechu a o túžbe po zmysluplných vzťahoch, ktoré nie sú založené na predchádzajúcich definíciách zmyslu. Priatelía prekypovali presvedčením z deväťdesiatych rokov, že jediným rozdielom medzi priateľstvom a romancou je fyzická prekážka a najvhodnejšia osoba, s ktorou sa dá vyspať, je pravdepodobne váš najlepší priateľ (do finále seriálu štyria zo šiestich slobodných priateľov vytvorili dva páry).

Tento rozpor bol esenciou „pocitu“ z *Priateľov*, ktorý ostatné seriály zúfalo chceli kopírovať: schopnosť ponoriť sa do vznikajúcich generačných dilem v podaní postáv, ktoré sa s príslušníkmi tejto generácie priamo neidentifikovali. Výrazná popularita seriálu *Priatelía* je určite výsledkom chémie medzi hercami a hĺbkou, s akou tieto osobnosti rezonovali (v roku 2002 sa šiesti podarilo vyrokovať zmluvu, podľa ktorej každý z nich dostával 1 milión dolárov za epizódu. NBC tím priznala, že seriál by bez každej jednotlivéj zložky ako celok nefungoval). Na oddelení reálneho času od kultúrnej aktuálnosti však záležalo. Boli to moderní ľudia, ale nakupovali v Pottery Barn. Žiadna z postáv nemala byť dokonalá, takže diváci nemuseli byť dokonalí, aby pochopili, prečo sú protagonisti príťažliví. Neboli produktmi svojich čias, ale produktmi v rámci čias. *Priatelía* sa priamo zaoberali neistými ideológiami deväťdesiatych rokov bez toho, aby priznali, že deväťdesiate roky mali význam alebo dokonca že „deväťdesiate roky“ boli niečím, čo sa odohrávalo. Bola to príležitostná modernosť.

*Priatelía*, *Seinfeld* a ďalšie štruktúrne podobné sitkomy sa vysielali vo štvrtok, v hlavný večer zábavy, ktorý NBC označila ako Must See TV (Televízia, ktorú musíte vidieť). Štvrtok bol pre zadávateľov reklám považovaný za mimoriadne atraktívny večer na základe predpokladu, že mladí ľudia zostanú vo štvrtok doma, ale cez víkend pôjdu von. Išlo o najhodnotnejšie programy, ktoré zaberali najhodnotnejší priestor. Vo vrcholnom období sledovalo 75 miliónov ľudí takmer každý týždeň nejakú časť štvrtkového programu NBC.

Hlavným hitom v rebríčku Must See bola *Pohotovosť*, intenzívna lekárska dráma podľa dvadsať rokov starého scenára Michaela Crichtona (napísal ho ešte v čase, keď bol študentom medicíny), za ktorou stál Steven Spielberg. Bola populárna a formálne netradičná – jedna epizóda sa vysielala naživo, ďalšia bola uvedená spätne a predposlednú epizódu prvej sezóny režíroval Quentin Tarantino. Štvrtkový večer bol takisto pôvodnou štartovacou plochou pre *Frasiera*, spin-off seriálu *Na zdravie*. Seriál *Frasier* s Kelseym Grammerom v hlavnej úlohe, ktorý sa odvíjal od života psychiatra a moderátora rozhlasovej relácie v Seattli, je (technicky) najviac oceňovaný sitkom konca dvadsiateho storočia, ktorý v piatich po sebe nasledujúcich rokoch získal cenu Emmy za vynikajúci komediálny seriál. Ak by sa v dvadsiatom prvom storočí objavil moderný televízny seriál s takou sledovanosťou a uznaním ako *Pohotovosť* alebo *Frasier*, automaticky by sa zaradil do „prestížnej“ televíznej kategórie. Ale najdôležitejšie spomienky na tieto dva seriály dokazujú, ako ľahostajne diváci prijímali televíziu v deväťdesiatych rokoch, a to dokonca aj tí, ktorých bavila najviac.

Obsadenie seriálu *Pohotovosť* je pozoruhodným súborom hereckých talentov. Napriek tomu je to väčšinou zoznam ľudí, ktorí využili *Pohotovosť* na to, aby sa stali filmovými hviezdami (najzjavnejším príkladom je George Clooney), začínajúcich filmových hercov, ktorí by mohli byť hlavnými predstaviteľmi iba v televízii (najvýraznejšie Anthony Edwards), a množstva jednotlivcov, ktorí sa snažili zviditeľniť v nádeji, že sa stanú charakterovými hercami v divadelných filmoch strednej úrovne. Napriek dosahu a rešpektu bola *Pohotovosť* buď miestom, odkiaľ herci odchádzali, alebo miestom, kde skončili. Keď Tarantino súhlasil s režírovaním jednej epizódy, zavládol zmätok nad jeho ochotou pracovať v druhoradom médiu (len dva mesiace predtým získal Oscara za *Pulp Fiction*). Odkaz *Frasiera* je ešte záhadnejší. V porovnaní s takmer každým iným produktom ultramasových médií bol jednoznačne nadradený. Nemal veľa spoločného so seriálom *Na zdravie* pre manuálne pracujúcich, ktorý bol

latentne posadnutý komediálnou erudíciou. *Frasier* bol seriálom pre ľudí pracujúcich v košeliach, ktorý bol otvorene posadnutý intelektuálnou sofistikovanosťou. Postavy ležérne vtipkovali o jungovskej filozofii, Sergejovi Rachmaninovi a Alfredovi, lordovi Tennysonovi. Hlavnou myšlienkou bola takmer komédia mravov, v ktorej sa upätá snobskosť stretávala s hrubosťou života strednej triedy. Bol šikovne napísaný a šikovne obsadený. Jeho dynastické uchopenie kritikmi a hlasujúcimi na Emmy však vyvolalo paradox. *Frasier* bol považovaný za brilantný televízny seriál, pretože sa sústredil na postavy, ktoré by nikdy nezapli televíziu. Jeho sebanenávistné elitárstvo bolo dôkazom jeho inteligencie.

V roku 1997 mala altrocková skupina Harvey Danger menší hit s názvom *Flagpole Sitta*. Jeden z veršov piesne znel: „A to ani nevlastným televízor“, čo bola veta, ktorú istý typ ľudí v tomto období hovoril často. Bol to znak namyslenosti, ale aj kód pre mozgovú kapacitu a vyspelosť – človek bez televízora nebol otrokom pasivity, pretože pasivita bola jediným možným výsledkom interakcie s médiom, ktorého úlohou bolo vyplňať čas. Hoci to ako pravdu bez debaty prijímal prakticky každý vtedajší intelektuál, je čoraz ťažšie pochopiť, prečo sa televízia považovala za takú podradnú nielen voči filmu, ale aj voči takmer všetkým ostatným druhom zábavy z tejto éry. Rozšírenosť tohto odmietavého názoru zjavne nesúvisela s jej popularitou – štatisticky vzaté, televízia bola populárnejšia ako všetko ostatné. Ale aj v tomto prípade platí, že v deväťdesiatych rokoch to bol svojím spôsobom problém. Ak sa niečo páčilo každému, aké dobré to asi bolo?