

*Projekty***Na cestě od televizní písničky
k videoklipu jako marketingovému nástroji***Formát videoklipu v Československu v letech 1954–1989*

Jakkoliv byl v zahraničí formát videoklipu již dávno uznán coby hodný akademické pozornosti, specifická umělecká forma i sociokulturní fenomén, v tuzemském prostředí se stále nachází na okraji zájmu odborné i laické reflexe, a to navzdory tomu, že zde jen mezi lety 1990 a 2000 vzniklo okolo sedmnácti set videoklipů.

Chystaná disertační práce se však bude zabývat dobou vymezenou rokem spuštění veřejného televizního vysílání (1954) a rokem 1989, který znamenal zásadní společensko-politický zlom, jenž se promítl i do fungování televizního vysílání, respektive trhu. Příčina ohraničení rokem 1954 je zřejmá: na rozdíl od mnohých anglosaských zemí nelze v československém prostředí hovořit o dřívějším výskytu audiovizuálního formátu úzce spjatého s populární hudební skladbou, k níž by měl blízko i délkou trvání. Například obchodní strategie producentů meziválečných zvukových filmů, marketingově propojující filmové písničky (neboli „šlágry“) s jejich prodejem na hudebních nosičích či notových listech, tak budou hrát roli pouze kontextovou. Na rozdíl od Spojených států amerických, kde byla několikaminutová „filmová písnička“ ve třicátých letech jedinečným formátem, který spoludotvářel podobu filmového představení, na našem území si tento formát spojujeme až s nástupem televizního vysílání. Známa není ani domácí výskyt „video-jukeboxů“, které nejen ve Spojených státech, ale později ve velké míře i ve Francii pomáhaly formovat trh s hudbou a měnily společenské návyky jejich posluchačů.

Primárním cílem práce je představit dějiny videoklipu (a specifických formátů, které mu předcházely) v bývalém Československu, a to zejména prostřednictvím historie institucí, které jeho podobu a vývoj determinovaly. Vycházejí ze znalostí o fungování daných institucí, pojmenujeme, co lze v československém prostředí za videoklip považovat a jak s ním coby formátem bylo nakládáno. Byť budeme k dějinám videoklipu přistupovat chronologicky, nebude takový postup znamenat pouhé vrstvení dat s akcentuací (domnělých) zlomových událostí. Formát videoklipu bude naopak vnímán ve své lokální jedinečnosti a kontextualizován s přihlédnutím k dějinám společensko-kulturním a především již zmíněným dějinám fungování vybraných institucí (zejména Československé televize a hudebního vydavatelství Supraphon, protože spojení televize a hudebního průmyslu je formátu vlastní). Tato oblast rovněž nabídne srovnání se zahraničním prostředím, a to zejména západními zeměmi, v nichž navíc existuje k tématu relevantní literatura (přehledové historické publikace i analytické práce¹⁾). V této souvislosti budeme sledovat paralely

1) Srov. např. Andrew G o o d w i n, *Dancing in the Distraction Factory – Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press 1992; Ann E. K a p l a n, *Rocking around the Clock: Music Television, Postmodernism and Consumer Culture*. New York: Methuen Inc 1987.

mezi vývojem formátu u nás a v zahraničí, hledat důkazy vnějších vlivů a stopy povědomí zdejších tvůrců o podobách vyvíjejícího se formátu.

Základní otázka pak obnáší vymezení toho, jak se široce srozumitelný formát videoklipu formoval v prostředí socialistického zřízení, do jaké míry bylo využíváno jeho komoditního rozměru a jaká další specifika na sebe vzal.

Videoklip mezi televizí a hudebním vydavatelstvím

V souladu s Andrewem Goodwinem se domníváme, že pro videoklipy je zásadní jejich funkce „nástrojů propagace“, ale opomíjet nelze ani „korespondence obrazu a zvuku“, tedy textuální vlastnosti formátu. Goodwinovo vymezení se nicméně dotýká doby, kdy byly videoklipy vyráběny s konkrétním marketingovým úmyslem, a takové pojetí nemůžeme automaticky aplikovat na rané televizní písničky. Jelikož však celkem záhy po vzniku televize i prvních televizních písniček došlo ke spolupráci mezi televizí a hudebním vydavatelstvím, budeme se věnovat tomu, za jakých okolností se tak dělo a jaký vývoj takovýto postup nabral. Právě otázka, kdy se videoklip (který tak v té době ještě nebyl nazýván, ale lze ho díky konkrétním textuálním i extratextuálním vlastnostem skrze toto označení nahlížet) stal marketingovým nástrojem.

Vycházejí z Goodwinova vnímání klipu coby výlučné audiovizuální formy, kterou však nelze „pochopit, aniž bychom jeho vývoj zasadili do dalekosáhlého vývoje médií včetně hudebního průmyslu“, zjistíme, jak k tomuto formátu zpočátku přistupovali jeho producenti, jakým vývojem prošel a od kdy vlastně můžeme hovořit o plnohodnotném naplnění výše uvedené charakteristiky inherentně zahrnující komoditní rozměr. Pro taková zjištění se budeme obracet jak k historii instituce, která ho vyráběla (Československá televize), tak (v některých případech) zadávala k výrobě (Supraphon).

Formát i jeho prezentace v historickém vývoji a ve vztahu k oficiální moci

Zajímat nás bude míra kontinuity v přístupu k formátu i jeho specifika v našem prostředí. Po několik desetiletí byla výhradním mediátorem formátu Československá televize, a tak se zaměříme na formativní impulsy, které vzešly právě odtud. Opomenuta nezůstane otázka, s jakým účelem první samostatné televizní písničky vůbec vznikaly (např. *Dáme si do bytu*, 1958). Bylo to za účelem programové výplně mezi pořady většího rozsahu? Bylo to pro stříhové pořady? Nad těmito dílčími otázkami se pak vznášá úvaha nad tím, zda a od kdy byla televizní písnička samostatnou výrobní kategorií, jak byla označována (kde se vůbec vzal název „televizní písnička“ a kdy se u nás poprvé objevil pojem videoklip, respektive videoclip?) a jakou podobu měla zadání k jejich výrobě. Budeme sledovat, do jaké míry dostával v televizních písničkách prostor narativ a do jaké míry interpreti. Řečeno slovy Goodwina, naši pozornost bude poutat podíl „star textu“ na celku a jeho souvztažnost z výrobním zadáním.

Pro hledisko vývoje formátu jsou stěžejní i kontexty uvádění. Zatímco ve Spojených státech, které byly po dlouhé roky k formátu skeptické, dominovala televiznímu hudebně-zábavnému vysílání tradiční televizní „varieté“ (tedy pořady postavené na živých vystoupeních interpretů ve studiu), v Československu jsme se již v padesátých letech mohli setkat s televizními pásmy raných klipů, které v dalších desetiletích s pořady modelu „varieté“ přinejmenším co do kvantity držely krok. Budeme se tedy tázat, v jakém kontextu byly divákům představovány televizní písničky, či zda bylo možné, aby se záznam písně vystřížený například ze silvestrovského vysílání „stal“ tele-

vizní písničkou a začal být vysílán v jiném kontextu, než v kterém původně vzniknul. Zjistíme, jak moc (a zda vůbec) se vybrané televizní písničky vracely do vysílání, či zda si musely na znovu-vedení počkat až na pořady typu *Trocha šafránu z televizního archivu* (90. léta). V případě Supraphonu nás bude zajímat jeho způsob prezentace „klipových“ skladeb a souvztažnost této prezentace s audiovizuální reprezentací.

V souvislosti se čtením vysílané písničky nelze opomenout ani roli průvodce pořadem. Zajímat nás však bude nejen podoba konkrétních pořadů, ale zejména jejich vývoj. Bylo uvádění televizních písniček spojeno s úvody moderátora? V jakém kontextu byly skladby představovány? Od kdy mohl divák sledovat celé bloky raných klipů, respektive komponované pořady s jejich četným výskytem? Jak odrážely výstupy moderátorů specifika produkčního zázemí?

Na uvozující otázky následně navážeme sledováním vývoje, který rané pokusy nabraly. Stěžejní je téma sblížování Československé televize (ČST) a Supraphonu a forem jejich vzájemné komunikace. Zatímco v padesátých letech byla výhradním zadavatelem i výrobcem televizních písniček právě ČST, v letech šedesátých už byla jejich výroba koordinována s vydavatelstvím Supraphon, které mělo na obrazovkách televize dokonce svůj roční bilanční pořad *Album Supraphonu* (vysílán od roku 1962), který byl vysílán zprvu jako koncertní přenos, ale časem se jeho výroba alespoň zčásti přesunula do studiového prostředí. Vymezení podoby vzájemné komunikace institucí a její důsledky na podobu klipů i jejich roli v televizním vysílání či plánování vydavatele hudebních nosičů představuje stěžejní rovinu práce. Ta úzce souvisí i s otázkou, od kdy byla televizní písnička chápána jako formát s rozměrem komoditní hodnoty a jak se s tímto aspektem cíleně pracovalo.

S přihlédnutím k dobovým sociokulturním souvislostem se budeme zabývat i otázkou, zda a jak byl vývoj formátu vnímán a v případě jeho producentů i regulován a zda byl v té které době chápán jako nevhodný. Nejen v USA byl videoklip odmítán s podobnou vervou jako společensky „nežádoucí“ hudební (rock, rap) či filmové (akční film, horor) žánry a naším cílem je zjistit, jak byl videoklip vnímán u nás a zda toto vnímání obnášelo chápání formátu jako společensky nebezpečného, případně odporujícího navykklým způsobům přijímání hudby. Rovina dobového vnímání videoklipu bude nahlížena jednak z pozice institucí, které k němu zaujímaly konkrétní stanoviska, a rovněž z pozice příjemců, kteří byli postaveni před produkty ona stanoviska zohledňující (viz dále).

Za pomoci archivních materiálů i přímých svědectví se budeme ptát, zda byla směrem k formátu televizní písničky vydávána direktiva jakéhokoli charakteru. Dobové hledisko se promítne do rozboru žánrového zacílení daných pořadů, které odráželo „vhodnost“ zařazování konkrétních žánrů a jejich interpretů do televizního vysílání. Na tyto otázky navážeme i zájmem o skutečnost, zda byl formát v tuzemském prostředí v kterékoliv vývojové fázi ustálen až normalizován. Zásadní je otázka, jaké kontrole výroba krátkého útvaru televizní písničky podléhala. Mohlo dojít třeba k podobné situaci jako v USA třicátých let, kde filmové písničky (které byly součástí filmových projekcí) nespádaly pod jurisdikci Haysova kodexu²⁾ a jako takové mohly zobrazovat odvážnější motivy i témata než celovečerní hrané filmy? Sledovat budeme restriktce vztahující se k formátu i jeho cenzuru. V této souvislosti pro nás bude důležité pojmenování dobových praktik (například

2) Srov. např. Saul A u s t e r l i t z, *Money for Nothing – A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*. New York – London: Continuum 2007.

povinné přezkušování hudebníků v době normalizace), které mohly mít vliv na podobu videoklipů, ale i samotnou skutečnost, že nějaký klip (ne)vzniknul.

Další z odpovědí by měla padnout na otázku, zda a do jaké míry reagovaly oficiální československé instituce na expanzi tohoto „západního formátu“ v osmdesátých letech, zda tento růst formátu nějak ovlivnil prezentaci i estetiku tuzemské tvorby a zda se tyto změny jakkoliv promítly do podoby nově vznikajících klipů i pořadů.

Televizní písnička mezi lidmi

Vedle náhledů do institucionálního zázemí se budeme zajímat rovněž o vnímání a (ne)přijetí formátu prostřednictvím jeho reflexe veřejností. Budeme hledat stopy, které nám prozradí, jak byl formát vnímán, a to jak z hlediska estetického, tak co se týče vlivu na každodenní život. Bude nás zajímat, zda mohl mít podobný přímý vliv na recipienta, jako měl třeba masivní nástup videoklipů v USA osmdesátých let, či zda byl ve svých raných letech vůbec rozpoznán jako něco nového. Zajímat nás bude i subkulturní rozměr videoklipu, který může být do větší či menší míry prostředníkem individuální subkulturní realizace. Toto specifikum se zřetelně projevuje nejen dnes (zejména v adresné komunikaci mezi interpretem a recipientem), jeho stopy lze nacházet i v osmdesátých letech, kdy vznikaly amatérské koncertní záznamy a z nich vycházející amatérské videoklipy. Právě tato otázka, kterou jsem zkoumal již v diplomové práci na téma *Český metalový videoklip po roce 2002* (FF MU 2007), bude předmětem zamýšlené případové studie, která by videoklipy mohla ukotvit do souvislostí trávení volného času a prohlubování subkulturní příslušnosti. V souvislosti se subkulturním rozměrem si položíme otázku, zda a od kdy se dá u videoklipů hovořit o alternativních distribučních kanálech.

Jakkoliv bývá estetika i marketingová strategie konkrétního videoklipu vázána na jeho hudebně-žánrovou příslušnost (zacílení na specifické publikum zohledněné použitou ikonografií, posuny v image apod.), práce nebude z hlediska hudebních žánrů limitována. Jediná kapitola, která by mohla být výjimkou, je právě zmíněná případová studie, v níž bychom se zaměřili na oblast takzvané tvrdé hudby, a to zejména proto, že právě zde můžeme nacházet subkulturní vazby, které jsou nejen ve srovnání se „středním hudebním proudem“ či jinými žánry nebývale silné a podpořené dlouhou tradicí.

Archivní výzkum

Základní výzkum se odehraje či již odehrává v archivech relevantních institucí, zejména České televize (ČT), která, jak již víme, byla od padesátých let výhradním mediálním kanálem distribuujícím televizní písničky, jimž bývá občas mylně připisován primát v celosvětovém kontextu. Nejen tento význam, ale také pozice výhradního výrobce televizních písniček činí z České (respektive Československé) televize klíčovou instituci, která do zásadní míry formovala i to, jak bylo specifické audiovizuální spojení písničky a její obrazové prezentace vnímáno divákem.

Z pražského archivu ČT budeme čerpat většinu primárních zdrojů včetně dobové dokumentace k programování i konkrétním pořadům, z nichž stěžejní jsou ideově-tematické plány a jejich vyhodnocování a výrobní složky s dokumentací k pořadům. V této dokumentaci budeme pátrat po důkazech cenzurních nařízení a jiných zásazích do podoby videoklipů, ale i důkazech přímé spolupráce televize a hudebního vydavatelství. Vedle Supraphonu se budeme zabývat i menšími vydavatelstvími (sub-label Opus, Panton) a pokusíme se pojmenovat šíři jejich vlivu i konkrétní vazby na videoklipovou tvorbu.

Archiv pražské i brněnské ČT také nabízí možnost seznámit se s hudebně-zábavnými pořady ze všech etap vysílání. Zde se však budeme muset potýkat s tím, že v případě pražského archivu není množství pořadů z padesátých let katalogizováno či dokonce dochováno.

Sekundární literatura neskýtá v námi zkoumané oblasti příliš mnohostí. Podle svědectví četných pamětníků zejména z řad hudebních novinářů neexistuje k tématu jediná ucelená publikace a dokonce ani časopisecký materiál, který by se jím zabýval jinak než útržkovitě.

Neexistuje ani souhrnná publikace o dějinách Č(S)T, počínaje šedesátými lety však můžeme pracovat s interními ročenkami. Archiv ČT by měl také sdružovat dobové výstřižky a recenze televizního vysílání, u nichž však nemůžeme počítat s jejich úplností a zatím není jasné ani to, jak rozsáhlé období pokrývají a zejména, od kterých let jsou evidovány. Při profilu vysílacího schématu raných let televize se tak musíme spolehnout na programy, jak byly zveřejněny v časopise *Československý rozhlas*, denním tisku a posléze *Týdeníku ČST*. Tradiční časopis *Týdeník televize* vychází až od roku 1965. Od počátku šedesátých let pak vycházela rovněž *Televizní tvorba*, magazín dostupný v archivu ČT.

Z hlediska hudebního průmyslu nás budou zajímat zejména *Gramorevue* (časopis úzce propojený se Supraphonem), na populární reflexi se zaměříme prostřednictvím *Melodie*, respektive jejího předchůdce *Lidové tvořivosti*. Jelikož v raných letech tuzemského televizního vysílání nevycházel ani odborný, ani populární časopis, který by se věnoval výhradně tomuto médiu, spolehneme se na reflexi této problematiky v časopisech věnujících se filmu (*Kino*).

Data získaná výzkumem v archivech zmíněných institucí následně ověříme a rozšíříme pomocí osobních archivů (korespondence, smlouvy) a svědectví pracovníků televize, konkrétních umělců či novinářů, kteří mají či měli k této oblasti blízko. Mezi respondenty budou patřit zejména pracovníci televize: jmenovitě režisér Ivo Paukert či moderátor zakázaného pořadu *Amatéri uvádějí* František Ringo Čech. Vedle osob, které bychom mohli nazvat „zasloužilými pracovníky“, se obrátíme rovněž na tvůrce novějších pořadů, které se k minulosti televizní zábavy, pod níž formát videoklipu spadá, vracely (*Kam zmizel ten starý song*). Po kontaktu s těmito osobami počítáme s rozšířením seznamu respondentů na základě doporučení.

Výsledkem práce by mělo být přiblížení souhry institucí, která vyústila v (proměnlivou) podobu specifického audiovizuálního formátu ve specifických podmínkách socialistického režimu.

V i k t o r P a l á k

(Vedoucí disertační práce: doc. Petr Szczepanik, PhD.; Ústav filmu a audiovizuální kultury
FF MU; 1. rok řešení; viktor.palak@gmail.com)