Osvobodit mediální kulturu od slovníku pozdního kapitalismu

Total Refusal

esej	8 min

Co lze udělat pro to, aby se mediální utopie staly skutečností? Vize spravedlivější budoucnosti musíme hledat i mimo svět, jak jej známe. Videohry nás můžou navést.

Produkce masmédií je mašinerie řízená marketingovými vzorci. V podstatě jde o průmysl pozornosti, který – v době posedlosti pokračováním doslova – dokola opakuje a stvrzuje společenské hodnoty a nastoluje kulturní a ekonomickou hegemonii. Na západní polokouli konzervativní až liberální kapitalistickou ideologii, která nás do této zjevně slepé uličky dějin přivedla, prosazuje valná část velkorozpočtových produkcí, a ideologická změna se tak pro mnohé stala v pravém slova smyslu nemyslitelnou.

Platí to nejen pro filmy, ale i pro mainstreamové videohry, jež se staly jednou z nejvýznamnějších forem zábavy a jejichž roli média ovlivňující zejména mladé lidi nelze přehlížet. Své hodnotové konstrukty vytvářejí podobně jako valná část filmových trháků, a to na základě hyper-individualistického pohledu na svět, který čeká, až se odevzdá jedinci, který hry hraje – na svět plný klišé, který se řídí spíše manichejskými principy. Za toto nevhodné zjednodušení vidění světa částečně vděčíme skutečnosti, že politika je marketing – politické kategorie se povrchně prezentují podle toho, jaké cílové skupině je lze přisoudit, přičemž se ignoruje politická role médií a strukturální kritice se „pro jistotu“ vyhýbáme: například velkorozpočtové hry sice obhajují genderovou a rasovou rozmanitost, ale zároveň dialekticky podporují konzervativní tropy. Vyžadují toleranci vůči těm, kteří přijali jejich vizi vesmíru, a jsou nekompromisní vůči těm, kdo ji zpochybňují.

Stvrzovat zdání dokonalosti

Dnešní masmédia slouží primárně prodeji, a jsou tak v pasti bubliny neustálého ujišťování, kdy se donekonečna opakují osvědčené vzorce, a tím i hodnoty a světonázory. Společnosti tak začaly žít kapitalistickými představami, jako by to byla jejich druhá přirozenost – přirozená a neměnná biosféra, kterou v její celistvosti zkrátka nezpochybňujeme.

Herní průmysl se se spolu s komercializací zrodil v devadesátých letech, tedy v době blížícího se vrcholu pozdního kapitalismu, a okamžitě nasál všechny jeho prvky: modely osvědčených postupů, neoliberální zaměření na jednotlivce jako na středobod světa, nezpochybnitelnou expanzivní logiku a hratelnost i příběhové smyčky, v nichž dominují muži s patřičným podílem hypermaskulinních tropů. Některých těchto prvků se podle všeho stěží zbavujeme i v progresivních dvacátých letech 21. století: ženské postavy se většinou smrsknou na jednu ze dvou rolí, které buď přehnaně zdůrazňují klasické pojetí ženskosti, nebo ženy zkrátka promění ve stereotypní typy, přitom mužské tropy rozšířené o tradičně ženské atributy vidíme jen vzácně. Mainstreamové hry tak zavánějí devadesátými lety.

Cílem hyperrealismu – tedy v podstatě vizuálního jazyka kapitalismu – není znovu vytvořit fyzickou realitu, spíše se snaží znovu nás utvrdit v našich představách: ve videohře je každý západ slunce dokonalý.

Kritika herního průmyslu a hyperrealistické vizuální stránky masmédií se redukuje na zoufalé volání po mediální kultuře osvobozené od znehodnoceného slovníku pozdního kapitalismu. Cílem hyperrealismu – tedy v podstatě vizuálního jazyka kapitalismu – není znovu vytvořit fyzickou realitu, spíše se snaží znovu nás utvrdit v našich představách: ve videohře je každý západ slunce dokonalý. Postavy, s nimiž se setkáváme, jsou často pouhé archetypy, tedy představy o postavách vhodných pro roli či hodnotu, kterou reprezentují. Ambivalentní postavy a morálně složité otázky mají ve světě zalidněném marketingovými stereotypy jen málo prostoru.

Nepřekvapí, že videohry jsou skrz naskrz hyperkapitalistickým médiem i v dnešní Čínské lidové republice, tedy na přirozeně jednom z největších trhů v tomto odvětví. Existuje nebo existoval však někdy nějaký protipříklad?

Prostor vystoupit mimo logiku kapitalismu

Jaroslav Švelch v knize s názvem *Gaming the Iron Curtain. How Teenagers and Amateurs in Communist Czechoslovakia Claimed the Medium of Computer Games* (Hraní her za železnou oponou. Jak si teenageři a amatéři v komunistickém Československu nárokovali médium počítačových her) z roku 2018 poukazuje na tematickou rozmanitost domácí tvorby videoher v Československu osmdesátých let: „Lidé psali hry o Indiana Jonesovi a o krtkovi/kuřeti, ale psali i o svých kamarádech, o svých oblíbených písničkách a o protestech proti režimu“. Hry byly „protipólem mainstreamové korporátní produkce“, částečně díky jinému kontextu výroby v centralizovaném socialistickém státě, i proto, že zůstávaly „garážovým“ odvětvím. Výsledkem byl mediální žánr s rozmanitými hodnotami, postavami i dějovými linkami – mediální utopie, kterou mohou přijmout všichni. Toto subkulturní odvětví bychom sice mohli srovnávat s dnešní indie scénou, která rovněž produkuje různé hry vybočující z mainstreamových tropů, jenže téměř všechny sociální demokracie v období před popularizací videoher nahradily demokracie tržní, a nám stále chybí příklad mainstreamového herního průmyslu, který by umožňoval kulturní disent. Aby bylo jasno: problém není v existenci masmédií, ale v tom, že motivem konsensu je zisk, nikoli princip obecného blaha. Hry musí být prostorem, který se vymaní z hegemonie nevědomosti a bude zkoumat společenské otázky a různé perspektivy.

Po velmi nevalném pokusu Facebooku vytvořit hybridní sociální a herní médium jde do velké míry stále o neprobádanou oblast. Skrytá nebezpečí kapitalismu jsou v tomto případě zřejmá – v našem současném systému lze jen stěží uvažovat o konceptu sociálních herních center, aniž bychom řešili otázku porušování soukromí a outsourcované kontroly prostřednictvím gamifikované meritokracie. V našem dnešním kontextu produkce se totiž zdá, jako by předem byl naprogramován dystopický hyperkapitalistický výsledek.

Ano, tato média mají rozhodně potenciál uskutečnit utopické vize hravých sociálních prostředí: místa, kde se lidé scházejí na převážně veřejných prostranstvích, společně prožívají dobrodružství, podílí se na demokratické a kritické výměně názorů, a na jejím základě budují silné vazby. To všechno v zásadě existuje. Přesto herní prostory na své cestě k tomu, aby se staly skutečnými sociálními médii, postupují přinejlepším malými krůčky – po kterých někdy následuje skok špatným směrem. Jestli nás dějiny něco naučily, pak to, že vždycky, když kapitalismus spolkne významné technologické inovace – například internet –, vyplivne pak sociální nebo ekologickou dystopii. Nemůžeme totiž doufat, že naše politické hospodářství vyrobí právě ty nástroje a prostory,

které nás od něj osvobodí. Má-li se mediální utopie stát skutečností, musíme prostředky mediální produkce nejprve zbavit logiky akumulace kapitálu. V podstatě si musíme uvědomit, že existuje i svět mimo kapitalismus, a teprve pak můžeme snít o demokratických a sociálních vizích lepší budoucnosti.

Text byl publikován ve festivalové knize MFDF Ji.hlava 2021.