

# Proměnlivost pojmu populární kultura v prostředí britských kulturních studií i mimo ně<sup>1</sup>

// The Fluidity of the Term of Popular Culture in the Context of British Cultural Studies and outside of them

Iveta Jansová

FF, Univerzita Palackého v Olomouci

## ABSTRACT

*The term popular culture has many connotations nowadays. This instability of the meaning dates back to the beginning of theorizing about the existence of more layers of a culture, such as high culture, low culture, mass culture or middle culture. Evolution, (re)interpretation or amplification of the meaning of the term of popular culture is the main theme of this paper. It begins with an introduction of confusion of the term with mass culture, then points out the meaning introduced by John Fiske and others and finishes with an idea of an amplified type of popular culture.*

## KEYWORDS

*Culture – popular culture – recipient – cultural studies*

## 1. Úvodem

O populární kultuře se v oblasti britských kulturních studií hovoří od počátku jejich formování v šedesátých letech dvacátého století. Podobně jako se stává u mnoha termínů, které se kvůli přílišnému užívání významově proměňují a někdy vyprazdňují,<sup>2</sup> i pojem populární kultura se vyznačuje významovou nestálostí. Neukotvenost tohoto slovního spojení má kořeny již v počátcích svého odborného tematizování, došlo totiž, jak popíši v pozdějších pasážích, k několikeré změně chápání toho, co lze za populární kulturu považovat. V současnosti se pojem objevuje jak v laické, tak odborné slovní zásobě, jeho význam však není jednotný ani v jedné ze sfér.

V následující teoreticko-kompilační stati reflektuji, jak se chápání termínu měnilo zejména (ale ne výlučně) v rámci britských kulturních studií, kde měl koncept výsadní postavení. Cílem textu je alespoň přehledově shrnout dosavadní diskuzi týkající se konceptu populární kultury. Mou ambicí však není vyčerpávající představení všech existujících uchopení této kultury, ale spíše poukázání na stěžejní body vývoje, na něž bych ráda navázala představením možných originálních uchopení v součas-

<sup>1</sup> Zpracování a vydání publikace bylo umožněno díky účelové podpoře na specifický vysokoškolský výzkum udělené roku 2015 Univerzitě Palackého v Olomouci Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR.

<sup>2</sup> Např. diskurs (viz Lapčík 2009).

ném kontextu. V textu se tak postupně zaměřím na prvopočáteční synonymizaci s konceptem masové kultury, posléze na období ustalování významu v pojetí teoretika Johna Fiska, opětovné rozostřování vymezených hranic pojmu a nakonec na současné tendence, které mohou znamenat násobený „popkulturalizační“ efekt a vytváření kultury „nadpopulární“.

## 2. Kulturní studia a jejich (negativní) inspirační zdroje

Spíše než rigidně ustaveným oborem jsou kulturní studia<sup>3</sup> volněji formulovaným odborným či akademickým plynutím určitých termínů, konceptů a osobností, jejichž odborný zájem je/byl této oblasti myšlenkového směřování blízký. Někteří teoretici označují kulturní studia za diskursivní formaci (Hall 1997: 6), případně jazykovou hru (Barker 2006: 10) rozehranou v konkrétním sociokulturním akademickém kontextu. Na rozdíl od příbuzných vědních oborů zabývajících se kulturou (kulturologie, sociologie kultury, kulturní antropologie apod.) se primárně zaměřují na postindustriální společnosti, jejich hlavními tématy jsou identita a mocenské vztahy, protože jsou terminologickými pilíři oboru pojmy hegemonie, ideologie, heteronormativita, subkultury, kmeny, dělnická třída a další (srov. Edwards 2010 či Gray 2007 a další). K nemožnosti (sebe)identifikace kulturních studií s koherentně a stabilně definovanou vědeckou disciplínou přispívá i jejich interdisciplinarita, transdisciplinarita či dokonce kontradisciplinarita (Grossberg a spol. 1992: 4). Neexistuje daný metodologický set, který by kulturní studia užívala, naopak je běžné, že dochází k rozkladu stávajících technik výzkumů nejrůznějších oborů (lingvistika, literární věda, sociologie, politologie, ekonomie a další) a vytváření specifických výzkumných aparátů sloužících ke konkrétním specializovaným výzkumům.

Takto charakterizovaná kulturní studia odpovídají především britské tradici.<sup>4</sup> Konstituce samotného oboru ve Velké Británii byla determinována založením Centra pro současná kulturní studia (Center for Contemporary Cultural Studies / CCCS) při Birminghamské univerzitě v roce 1964, o něž se zasloužil především Richard Hoggart. Nelze však opomenout přispění dalších dvou osobností – Raymonda Williamse a Edwarda Palmera Thompсона. Trojice mužů<sup>5</sup> se podílela na změně nahlížení na pojem kultura, a to zejména pozvednutím kultury pracující třídy na předmět akade-

<sup>3</sup> Obor je v českém prostředí označován jako studium kultur (Bílek 2003) nebo se jeho název nepřekládá, jak činí např. Šmejkalová (2004). Spojení kulturní studia je však dominantní, zavedl je Miloslav Petrušek (2004): „Zavádím neologismus ‚kulturní‘ proto, že překlad ‚kulturní studia‘ navozuje nespécifickou představu jakéhokoliv studia kulturních fenoménů [...]. Neologismus má svou lingvistickou oporu ve dvojici – v tomto případě ovšem významových synonym – ‚strukturní – strukturální‘.“

<sup>4</sup> Existují i další regionální tradice, a to v USA, kde se jedná převážně o pedagogický projekt, a v Německu s tzv. Kulturwissenschaften. Německá odnož má se zde představenými kulturními studii společnou pouze snahu o transdisciplinaritu, hlavní důraz je kladen na dějiny a dějinnou paměť, celá Kulturwissenschaften jsou tak založena na estetice, filosofii a historii (viz např. <https://www.culture.hu-berlin.de/de>).

<sup>5</sup> Jejich přístup byl později označen za kulturalismus. Pojem má významově odrážet zkoumání kultury jako žité každodennosti běžných lidí v celé její šíři. Termín kulturalismus byl užít zpětně Stuartem Hallem (1980).

mického zkoumání (Rojek 2010: 104) a zohledněním její antropologické dimenze (viz dále), kterou kladli do opozice k estetickému chápání kultury, v té době typickému.

Ještě před založením Centra a vznikem alternativního prostředí pro zkoumání kultury existovaly dvě podstatné myšlenkové linie, jež měly na tento obrat v pojetí kultury nepopíratelný vliv. První z nich, britská elitistická kulturní kritika (BEKK), sdílela s Centrem determinující geografické umístění. Británie jako silně industrializovaná země skýtala zázemí pro nevyhnutelný střet vysoké kultury (chápané estetiky) a kultury dělnické třídy (vnímané jako protipól estetického vrcholu kultury vysoké). První generaci BEKK (šedesátých let devatenáctého století) reprezentovala osobnost Matthewa Arnolda, který považoval kulturu za něco vznešeného a čistě morálního. Definoval proto kulturu jako „to nejlepší, co bylo ve světě myšleno a řečeno“ („the best which has been thought and said in the world“) (Arnold 1869). Studium kultury mělo být studiem perfektnosti a jejího sociálně i morálně prospěšného charakteru. Ve svém striktním rozlišení kultury na vysokou (určené elitám) a nízkou (symbolu nové demokracie) představil Arnold mimoděk i pojem populární kultura. Přestože termín nikdy explicitně nedefinoval, z jeho prací je patrné, že tento druh kultury považoval za synonymum anarchie a spatřoval v ní rozvracející podstatu dělnické třídy<sup>6</sup> zpodobněnou v její žité každodennosti (srov. Arnold 1869). Podobně pak odlišoval vysokou a nízkou kulturu Arnoldův následovník Frank Raymond Leavis a jeho kolegové (tzv. leavisté), kteří vnímali dvacáté století se stigmatem značného kulturního úpadku. Leavisté vyzývali občany k exkluzi (doslova diskriminaci) nízké kultury a příklonu ke kultuře vysoké zhmotněné v literárním kánonu. Klíčovými pilíři úpadkové kultury podle nich byly populární fikce, populární filmy a knihy, populární tisk a reklamy. Konzumaci reklam považovali za zásadní symptom kulturní dekadence, která nejenže znehodnocovala jazyk, ale i emocionální život celé jazykové komunity (srov. Leavis 1930). Ideální kulturu pak leavisté spatřovali v éře alžbětinské, jejímž symbolem bylo shakespearovské divadlo.

Přestože je tradice britské elitistické kulturní kritiky považována za negativní inspirační zdroj kulturních studií, nelze opomenout její zřejmý přínos tkvící v užití metod literární vědy ke zkoumání populárních forem kultury, a to navzdory faktu, že byly do té doby užívány výhradně k analýze tzv. vážných prací. Hodna pozornosti je zejména skutečnost, že užitý pojem populární kultura sloužil v daném kontextu k označení kultury masové<sup>7</sup> a s pozdější definicí opírající se především o práci Johna Fiska (viz dále) se významově zásadně rozcházel.

Druhé myšlenkově inspirativní prostředí patřilo teoretikům shromážděným okolo Ústavu pro sociální výzkum (Institut für Sozialforschung) ve Frankfurtu nad Mohanem, obvykle označovaném jako frankfurtská škola. Pro můj text je přínosný

<sup>6</sup> O dělnické třídě se vyjadřuje jako o divokých, anarchistických a nekultivovaných masách (Arnold 1869).

<sup>7</sup> Masová kultura vznikla jako druhotný produkt průmyslové revoluce, industrializace a urbanizace a souvisí s užíváním masových médií (srov. Kloskowská 1967). Obecně lze masovou kulturu definovat jako homogenizovanou, neautentickou, povrchní, komercializovanou a manipulativní vůči svým příjemcům (Macdonald 1953; Eco 1995 a další).

zvláště koncept kulturního průmyslu, jež představili (poprvé v roce 1944) Theodor W. Adorno a Max Horkheimer v knize *Dialektika osvícenství* (2009). Tento koncept mající názvoslovnou i významovou podobu oxymóra je metaforickou kritikou deauratizované<sup>8</sup> kultury moderních společností, která dle autorů prostřednictvím své industriální a masové výroby ztratila původní autentičnost, ojedinělost<sup>9</sup> a především výsadní postavení elitní dostupnosti. Kapitalistická kultura má být neodmyslitelnou součástí ekonomiky stejně jako jakékoli jiné zboží, jelikož je podobně jako zboží produkována. Adorno s Horkheimerem se domnívali, že kulturní průmysl je současně pornografický a prudérní, nabízí vyprázdněný spektakl, v němž jsou lidé odsunuti do role pouhých diváků, jsou prostými konzumenty jídelního lístku, přičemž k samotnému jedení se nikdy nemohou dopracovat, této deprivace si však nejsou vědomi. Autoři, podobně jako předchozí britská tradice, popisovali ve svých studiích kulturního průmyslu kulturu masovou. Pojem kulturní průmysl jim sloužil jako náhradní termín pro kulturu masovou, neboť takové pojmenování by mohlo naznačovat, že je produktem samotných mas, což odmítali.

Je zřejmé, že britská elitistická kulturní kritika i frankfurtská škola pohlížely na kulturu elitářsky a esteticky. Proto měla být vysoká kultura (vrchol kulturního kánonu) dostupná pouze vybraným vrstvám obyvatel. Kulturní průmysl pak představoval spojení nespojitelného. Aspekty vysoké kultury byly míseny s nižšími kulturními prvky a masově distribuovány nezměrnému počtu příjemců, dle britské tradice nekultivovaným masám. V konečném pohledu termín populární kultura, který ovšem frankfurtská škola takto explicitně neužívá, sloužil jako synonymum ke kultuře masové, již obě tradice kritizovaly.

Než se přesunu do období vzniku a existence Centra pro současná kulturní studia a k dalším významovým proměnám pojmu populární kultura, pozastavím se u amerického teoretika Dwighta Macdonalda. Ten se podílel na teoretické polarizaci vysoké a nízké kultury a na škále mezi těmito dvěma póly představil další kulturní vrstvy. Macdonald ve své knize *A Theory of Mass Culture* (1953) rozlišil kulturu vysokou (highcult), střední (midcult)<sup>10</sup> a nízkou (masscult)<sup>11</sup>. Nejnižší ze tří forem – masscult – za kulturu nepovažoval, což je paradoxní, jelikož v jejím názvu i nadále pojem kultura figuruje. Macdonald také upozornil na zaměňování pojmů populární a masová kultura, sám považoval pojem masová kultura za patřičnější, jelikož se domníval, že „masová kultura je přesnější pojem, a to s ohledem na to, že jejím poznávacím znakem

<sup>8</sup> Tzv. zbavení aury. Aura je konceptem dalšího z teoretiků frankfurtské školy Waltera Benjamina kritizujícího významové a estetické vyprázdnění umění kvůli možnosti nekonečné reprodukce kulturních artefaktů. Více viz Benjamin 1979.

<sup>9</sup> „Autonomie uměleckého díla [...] je kulturním průmyslem tendenčně eliminována, s vědomou vůlí těch u moci nebo bez ní.“ Adorno 1991: 99.

<sup>10</sup> Z anglického middle culture, doslova střední kultura.

<sup>11</sup> Hovořil rovněž o tzv. folk art, tedy kultuře lidové, která se na rozdíl od masové kultury vyznačovala svou autenticitou, jednoduchostí a nezáměrným vznikem. Lidová kultura odrážela každodennost lidí a vycházela z nich (Macdonald 1953). Podobně pak Raymond Williams v knize *Culture is Ordinary* (1997) tematizuje běžnou kulturu, která je celistvým balením každodenních praktik, což odráží klasický kulturalistický přístup ke kultuře jako ke každodenním praktikám běžných lidí (v tomto případě dělníků).

je její výlučná a přímá předurčenost pro masovou konzumaci...“ (Macdonald 1953).

Macdonald kritizoval zejména kulturu nazvanou midcult, která měla mísit prvky vysoké i masové kultury, a vydávat se tak za něco, čím není, a tím klamat své příjemce. Vyznačovala se tedy nízkostí stejně jako kultura masová, ovšem snažila se uspět jako kultura vysoká. V tom Macdonald spatřoval její faleš a odsouzeníhodnost. Příkladem ze současnosti může být „přetvářka“ multiplexových kin. Přestože je pro tento druh instituce typické promítat především komerční a mainstreamové snímky, dresscode zaměstnanců (například Cinema City) sestávající ze společenské obuvi, společenských sukní a šátku (v případě žen) a kalhot s košilí a kravatou (v případě mužů) odpovídá spíše účasti na společenské události řazené typově ke kultuře vysoké. V duchu Macdonaldovy terminologie je tento střet prvků řazených obvykle do kultury vysoké a znaků kultury masové pro vznik midcultu typický.

### 3. Zlatý věk CCCS – otcové zakladatelé a Stuart Hall

Dělení kultury na vysokou a nízkou, případně na vysokou, lidovou, střední a nízkou/masovou, představené v předchozích odstavcích odpovídá hodnotícímu (tzv. axiologickému<sup>12</sup>) pohledu na kulturu, jež využívá k jejímu definování hlediska estetická. Odlišný způsob teoretického uchopení kultury je pak antropologický, který byl v rámci CCCS preferovaný.

Jak už jsem zmínila, zakladatelem Centra pro současná kulturní studia byl Richard Hoggart, jenž z počátku navazoval na východiska leavistické větve BEKK, posléze se s ní však rozešel.<sup>13</sup> Spolu s Raymondem Williamsem se začali zajímat o žitou kulturu dělnické třídy, a to jednak kvůli vlastnímu dělnickému původu, jednak kvůli kulturní propasti, kterou vyzorovali během výuky tzv. extramural studies, na níž se podíleli. Kurzy byly určeny pro dozdělování dospělých<sup>14</sup> a teoretici se v jejich rámci setkávali s příslušníky dělnické třídy. V roce 1964 Hoggart založil CCCS jako středisko postgraduálního vzdělávání a stal se jeho prvním ředitelem. Do centra přizval významnou osobnost pozdější existence CCCS – Stuarda Halla, aby se podílel na vytváření sylabů a samotné výuce. Hall pak Hoggarta v roce 1968 nahradil na vedoucí pozici. V době Hoggartova vedení se Centrum zabývalo tematikou žité kultury s důrazem kladeným na život tříd. Došlo tak k legitimizaci podrobného zkoumání kultury dělnické třídy a významů i praktik užívaných běžnými lidmi (srov. Turner 1990), tedy přístupu později označovanému jako kulturalismus.

<sup>12</sup> O možném trojím chápání kultury z hlediska axiologického, antropologického a redukcionistického píše např. Soukup (2000: 9-23).

<sup>13</sup> Mezi společné teoretické znaky leavistů a Hoggarta patří práce s pojmem úpadek či diskriminace vnímaná jako způsob odolání vlivům masové kultury. Rozdílem byl pak zejména odlišný pohled na dělnickou třídu, k níž Hoggart pocítoval jistý závazek. Byl proto i kritizován, jelikož nesvedl potlačit nostalgii a emocionálně podbarvil vykreslení kultury a doby svého mládí v díle *The Uses of Literacy* (1958), zatímco soudobou mládež tvrdě kritizoval a její členy označil za bezvizionářské a podřízené otroky strojů, o něž pečují.

<sup>14</sup> Tento koncept je v českém prostředí znám především prostřednictvím tzv. večerních škol, ve filmovém zpracování např. ve snímku *Marečku, podejte mi pero!* V Británii byly školy určené pro osoby, které kvůli válce přišly o možnost vyššího (nebo obecně jakéhokoli) vzdělání.

Patrné antropologické zaměření na žitou kulturu však pochází zejména z práce Raymonda Williamse (1961), jenž navázal na postuláty funkcionalistické (funkcionalisticko-strukturální) antropologie B. K. Malinowského a A. R. R. Browna (viz Soukup 2000: 99–111). Williams nabádal k tomu, aby byly zkoumány praktiky a významy obyčejných žen a mužů, kteří jejich prostřednictvím vytváří kulturu. Kultura pro něj znamenala žitou zkušenost zrcadlící se v textech, aktivitách a významech produkováných v běhu každodenního života. Williamsův popis a chápání kultury jako „the whole way of life“<sup>15</sup> tedy odkazuje k celistvému, materiálnímu i spirituálnímu způsobu života. Williamsovo teoretické rozpracování každodenních praktik jako kultury hodné akademické pozornosti se brzy stalo pro CCCS axiomatické.

Již díky pracím „otců zakladatelů“ Centra pro současná kulturní studia došlo v jeho středu k prvnímu kroku odvracejícímu se od axiologického chápání kultury, zejména pozdější řízení Centra Stuartem Hallem však znamenalo reálnou manifestaci tohoto myšlenkového posunu. Stuart Hall ve funkci ředitele CCCS setrval do roku 1979, pod jeho vedením se Centrum začalo zabývat dalšími teoretickými otázkami a širšími vrstvami společnosti.<sup>16</sup> S nástupem Halla se původní Hoggartův projekt založený na výuce a historicko-filosofickém, literárněkritickém a sociologickém výzkumu zteoretizoval a významně zpolitizoval. Ať už ve svých zkoumáních identit, rituálů odporu či kritice masových médií, Hall zásadně odmítal esencialismus všech sociálních kategorií (srov. Hall 1990).

Antiesencialistický přístup Stuarta Halla je přímým důsledkem širokého teoretického inspiračního rámce prací a osobností CCCS, naznačeného již v úvodních pasážích textu. Původní kulturalistický přístup byl ovlivněn strukturalismem Rolanda Barthesa, který poukázal na netransparentnost významů textů i na možnost sémiotického analyzování různých druhů kulturních produktů, jako je například móda (Barthes 1990). Samotný Hall se snažil o syntézu nejlepších složek kulturalismu a strukturalismu (Rojek 2010: 104). Zásadním inspiračním zdrojem mu byl rovněž francouzský poststrukturalismus, ať už jeho uchopení v pozdějších pracích Rolanda Barthesa, nebo u dalších teoretiků a teoretiček. V návaznosti na koncept dekonstrukce<sup>17</sup> Jacquesa Derridy (1993) a související rozpracování teorie intertextuality Julie Kristevy (1980) a podobně jako v pojetí diskursu<sup>18</sup> Michela Foucaulta (1972) chápe Stuart Hall identitu jako diskursivně podmíněnou konstrukci (srov. Hall 1996). Fran-

<sup>15</sup> Kulturní analýza by dle něj měla být studiem vztahů mezi jednotlivinami v celém způsobu života, zároveň by se měla snažit o objevení podstaty organizace, která je souborem těchto vztahů (Williams 1961).

<sup>16</sup> Útlakem utiskovaných (tedy rituály odporu k obraně proti tlaku dominantní ideologie), tematikou kultur mladistvých nebo subkultur, identitou (kritika čisté a ohraničené identity), kritickou reflexí masových médií apod. Viz Davis 2004 či McRobbie 2006.

<sup>17</sup> Podle Stanislava Hubíka (1994: 113) je dekonstrukce: „způsob, metoda, technika čtení, jistá práce s textem, intenzivně směřující do textu (...). Dekonstruktivní čtení textu vychází z teze, podle níž jsou pozice znaku a významu daného textu dány nejen tímto textem samým, tedy hrou diferencí uvnitř daného, čteného textu, ale současně diferencemi vůči znakům a významům textů, které dekonstruktivnímu čtení sice zrovna podrobovány nejsou, ale existují.“

<sup>18</sup> Foucault chápe diskursy nejen jako systémy znaků, ale spíše jako praktiky, které systematicky formují objekty, o nichž hovoří. Foucault 1972: 49.

couzský poststrukturalismus (ale i feministické a další inspirace) byl podstatným základem pro sociálně konstruktivistické uchopování sociálních kategorií a důraz kladený na konstitutivní povahu/postavení jazyka v rámci CCCS. Znamenal rovněž přípravu vhodného prostředí pro rozvinutí teoretického rámce zkoumání populární kultury se základem v představě aktivních recipientů kulturně-mediálních sdělení a zpochybnění existence předem daného a jednoznačného významu.

Pro pozdější formulování konceptu populární kultury Johnem Fiskem byl podstatný pozvolný odklon od textuální k auditoriální analýze a přesun mocenské potenciality ze samotného textu k jeho příjemcům, demonstrováný např. v díle Stuarta Halla *Encoding and Decoding* (1973). Hall v textu popírá absolutní moc médií a opatrně rozbíjí představu o publiku jako pasivní a manipulovatelné mase. Autor v práci představuje trojí možné čtení/dekódování mediálního textu: dominantní (preferované), dohodnuté (vyjednávané) a opoziční. Dominantní čtení dle Halla zachovává významy tak, jak měl v úmyslu autor mediálního sdělení, dohodnuté čtení pak ponechává vědomost původního významu, nicméně vyjednává o jistých detailech, případně zpodobňuje kritičtější odstup. Poslední způsob dekódování je typický pro situace, v nichž příjemci rozumějí preferovanému kódu, ale odmítají na něj přistoupit a dekódují opačně/odlišně, případně situace, v nichž skutečně dochází k nepochopení původnímu záměru. I přes fakt, že tato práce patří k průlomovým z hlediska názírání na mocenské rozložení v rovnici výdej-příjem mediálních sdělení, Hall nikdy nehovoří o bezbřehé polysémii, naopak zdůrazňuje, že každý jedinec je silně zakořeněn v určitém sociokulturním kontextu, který jej imperativně vyzývá ke čtení dominantnímu.

Práce *Encoding and Decoding* nejenže zahájila tradici nových výzkumů publika (a obecně médií) nazývaných etnografické,<sup>19</sup> ale patřila k prvním mezinárodně zaznamenaným výsledkům CCCS. Koncept nebyl pouze příspěvkem k výzkumu masových médií, ve svém jádru byl zpodobněním všech Hallových zájmů, a snažil se proto odpovědět na otázku, jak ideologie<sup>20</sup> nesená jazykem ovlivňuje utváření jednotlivců a jejich subjektivity. Bylo by však krátkozraké vnímat tzv. zlatý věk Centra (tedy dobu Hallova pobytu v něm) jako idylický a harmonický čas věnovaný každodennosti dělníků (posléze otázce ženské a rasové), mnohovýznamovosti textů, kulturám mládeže apod. Samotnému textu *Encoding and Decoding* byla vytýkána přílišná fluidita hraničící s nemožností uchopení (McGuigan 1992: 131). Obecnější kritika mířící na ne-

<sup>19</sup> Explicitně na možnost trojího čtení navázal pouze David Morley v díle *Nationwide* (1980). Mezi další práce označované (z metodologického hlediska problematicky) jako etnografické patří *Watching Dallas* Ien Angové (1985) či *Reading the Romance* Janice Radwayové (1991). Za skutečně etnografické bylo však považováno jediné dílo tohoto období, a to *The Social Uses of Television* (1980) Jamese Lulla. On a jeho výzkumný tým pobývali ve více než dvou set rodinách po dobu několika let, to se ale nakonec stalo předmětem kritiky, která se ptala po možné objektivitě takto „zdomácnělých“ výzkumníků.

<sup>20</sup> Pojem ideologie je značně komplikovaný, jak píše Šaradín: „...nedisponujeme žádnou jednoznačnou či všeobecně uznávanou definicí pojmu ideologie [...], všichni ti, kdo pojem ideologie užívají, pracují s jeho neutrálním, pozitivním nebo negativním významem.“ Šaradín 2001: 49. V kulturních studiích je často užíváno chápání Antonia Gramsciho, který ideologii připisuje vládnoucím společenským třídám a ve výsledku ji chápe jako soubor idejí, významů a praktik předstírajících univerzální pravdy a podporujících moc daných (vládnoucích) společenských tříd. Gramsci 1957.

jednotnost pojmů a významů se netýkala pouze Halla, ale i celého Centra (viz např. Wood 1998). Negativně se k CCCS vyjádřily také feministické teoretičky, které odsuzovaly dlouhodobou mužskou nadvládu v Centru, a to jak z hlediska fyzického vedení, tak i myšlenkového směřování. V tomto ohledu se postavila Angela McRobbie (1980) proti známé práci Dicka Hebdige<sup>21</sup> *Subculture: The Meaning of Style* z roku 1979, protože dle autorky postrádala reflexi ženských subkultur a soustředila se pouze na ty mužské, které Hebdige prezentoval jako obecně platné. Nesouhlasné a odlišné názory se objevovaly i u dalších teoretiků a teoretiček birminghamské školy, například Paul Willis ve svých textech o mládežnících dělnické třídy implicitně podřýval Hallův zájem v ideologii a interpelaci (Rojek 2010: 118).

#### 4. Populární kultura, John Fiske a další

Navzdory kritikám navázal na *Encoding and Decoding* jeden z předních představitelů britských kulturních studií John Fiske. Díky vnímání oslabené moci textu,<sup>22</sup> a tedy zpochybnění existence prefabrikovaného recipienta, jenž přijímá významy textů tak, jak měl v úmyslu jejich autor, se otázka, co dělá text se čtenářem, mění na otázku, co dělá čtenář s textem.

John Fiske rozvinul myšlenku aktivního příjemce konceptem sémiotické demokracie. Tím vložil moc do rukou publika a zdůraznil jeho možnost (a schopnost) využívat polysémii textu, kterou Hall neviděl natolik potenčně, podle vlastních potřeb a tužeb. Fiske na rozdíl od Halla vnímá sociokulturní zakořeněnost jedinců jako mocnou zbraň vyjednávaného a opozičního čtení a ne jako vězení prefabrikátů masové kultury. Významy textů dle Fiska nejsou jejich imanentním atributem, naopak jsou zcela odvislé od individuálního uchopení textu různými recipienty (Fiske 1992: 32–46). Fiskův přístup není plně polární k předešle zmíněnému kulturnímu průmyslu, pouze nastoluje myšlenku, že kultura nikdy nepůsobí jedním směrem, ale spíše oboustranně. Na základě myšlenek sémiotické demokracie popírá Fiske možnost existence homogenizované a komercializované masové kultury, která by musela být ze své podstaty nekulturní. „Nevěřím, že ‚lidé‘ jsou ‚kulturní idioti‘; nejsou pasivní, bezmocnou masou neschopnou rozlišení a tím pádem vydanou na milost baronům průmyslu.“ (Fiske 1987: 309) Jako kontrast k masové kultuře představuje pak kulturu populární,<sup>23</sup> z anglického originálu popular culture, kde popular znamená lidové neboli to, co je mezi lidmi oblíbené. V češtině existuje rovněž překlad běžná kultura (McQuail, 2007) Jana Jiráka a Marcela Kabáta, častěji a příznačněji (zmíněná oblíbenost) se však užívá překladu kultura populární.

Fiske ve své teorii populární kultury zastává stanovisko, že kulturu nelze mechanicky prodávat a vnucovat lidem tzv. shora, nýbrž že musí vycházet z nich samot-

<sup>21</sup> Dick Hebdige a Paul Willis se pod záštitou CCCS zabývali tematikou subkultur.

<sup>22</sup> Britská tradice kulturních studií chápe text v širokém slova smyslu. Za text tak může být považováno vše, co vytváří význam při procesu (praktikami) označování (srov. Barker 2006).

<sup>23</sup> V českém prostředí se také často užívá pojmu popkultura/pop-kultura, který sice může sloužit jako zkrácený pojem pro zde vymežovanou populární kulturu, ale častěji je mylně užíván pro označení kultury masové. Proto jej nadále neužívám.



ných. Jediné, co může vycházet z kulturního průmyslu (tedy shora), je impuls/podnět pro recipienty v podobě kulturního materiálu, jehož konečná podoba je posléze do-  
tvářena samotnými příjemci (Fiske 1992: 24). Transformativní charakter populární  
kultury je vázán na myšlenku slasti či požitku recipientů, díky čemuž získává popu-  
lární kultura na dynamičnosti, a zároveň poukazuje na přivlastňování produktu jeho  
příjemci, který má onu slast působit. Současný příklad moci recipientů se opakuje  
každou televizní sezónu. Televizní stanice v zahraničí i České republice představují  
na začátku nové sezóny (podzimní či jarní) početnou původní seriálovou produkci.  
Až sledovanost diváky je však rozhodujícím aspektem další existence či neexistence  
seriálů. Nízká sledovanost (tedy předpokládaná neoblíbenost) většinou znamená zru-  
šení pořadu. Naopak vysoká sledovanost prodloužení pořadu o další díly/řady.

Vlastní Fiskův příklad<sup>24</sup> s obnošenými džínami je zajímavou metaforou fungování  
neúnavného kulturního průmyslu na straně jedné a subversivních snah příjemců na  
straně druhé. Mohli bychom se však oprávněně pozastavit nad úvahou, co mají džínami  
společného s kulturou? V tradici kulturálních studií s širokým pojetím textu je užití  
této metafory pochopitelné a patřičné, a to např. díky již zmíněné inspiraci Rolandem  
Barthesem a zejména pak Dickem Hebdigem (1979), rozpoznávším styl oblékání ja-  
ko praktiku možné rezistence vůči dominantnímu sociokulturnímu uspořádání. Me-  
tafora je v zásadě platná i v současnosti, přestože už nemusí využívat džínami. Novodo-  
bým a velice podobným příkladem jsou oděvy s potisky vyjadřujícími vtipné odkazy,  
politické smýšlení či lásku k mediálním produktům<sup>25</sup> (seriálům, knihám, filmům  
apod.). Tzv. oděvní názorové hlásiče jsou výrobky primárně drobných obchodníků,  
jejichž hlavním cílem je odlišení se od stejnorodých módních výrobků prodávaných  
ve velkých obchodních řetězcích. Není je tak zcela snadné získat,<sup>26</sup> přesto (nebo snad  
proto) se začaly masově objevovat jejich napodobeniny. Ty je možné zakoupit v růz-  
ných obchodních pasážích či obchodních domech, a staly se tak běžně dostupné, byť  
jsou kvalitativně i vzhledově o poznání horší. Příkladem takto již zobecněného oděvu  
je tričko či mikina s postavou Homera Simpsona z animovaného seriálu *Simpsonovi*  
(*The Simpsons*), případně podobný oděv zobrazující animované postavičky mimoně  
z filmu *Já, padouch* (*Despicable me*).

Příklady shodně poukazují na fakt, že produkty populární kultury nejsou věčné  
a nemusí být dlouhodobě udržitelné. Džínami byly původně produktem masové kultury

<sup>24</sup> Fiske hovoří o trendu nošení roztrhaných a pomalovaných džínů. Tyto byly původně masově vyráběny  
jeden kus jako druhý, uživatelé je obnosili a například dozdobili fixami apod., aby je nadále (i přes je-  
jich potrhání) mohli nosit, kulturní průmysl zastihl trend a sám začal džínami s dírami a malůvkami  
masově vyrábět (Fiske 1992).

<sup>25</sup> V zásadě promotérské produkty hlásající oblibu určitého mediálního obsahu mohou být jednak do-  
plňkovým komerčním dílem mediálních tvůrců, jednak také jednotlivých nadšenců, v takovém případě  
lze hovořit o tzv. sémiotickém převisu. Tento společný koncept Johna Fiska a Johna Hartleyho (2003)  
je založen na myšlence, že kulturní produkty mohou být natolik významově přesyceny, že určité vý-  
znamy původním tvůrcům unikají, případně v jejich očích nenesou hodnotu, tu v ní rozpoznají až pří-  
jemci (viz dále).

<sup>26</sup> Lze zakoupit na vybraných portálech přes internet, případně v komiksových či jinak specializovaných  
kamenných obchodech.

(pásová výroba totožných kusů), skrze osobnostní investici a kreativitu se proměnily v entity populární kultury (potrhané a pomalované kalhoty). Ve chvíli, kdy původní tvůrci začali natržené a ozdobené džíny vyrábět sami (opět masově), se ovšem populární kultura znovu, respektive nazpět, proměnila v kulturu masovou. Podobně originální a inovativní televizní seriál, jenž má z počátku sice malé, ale z finančního hlediska lukrativní publikum, se postupem času velice snadno zařadí do kulturního mainstreamu. Úspěšné seriály totiž běžně slouží jako návod k další TV produkci, jelikož producenti se často snaží napodobit předchozí úspěchy.<sup>27</sup> Nejen díky napodobením se i populární seriál lehce zařadí do středoproudu masové kultury. Je tak ve výsledku problematické s určitostí hovořit o entitách populární kultury, neboť tyto mohou (a ve většině případů se tak děje) rychle pozbývat svého statusu. Populární kultura je termín vrtkavý, fluidní, s velice nejistou životností, což se projevuje i rozsáhlou diskuzí koncentrovanou okolo pojmu.

John Fiske disponuje bezesporu jednou z neoptimističtějších teorií populární kultury, jeho konceptualizace ale neznamenala konečné ustálení významu (nejen) v rámci CCCS. Tonny Bennett, rovněž člen Centra věnující se populární kultuře a televiznímu médiu, vnímal na rozdíl od Fiska populární kulturu jako inherentně neuchopitelnou. „Koncept populární kultury je prakticky zbytečný, tavící kotelná zmatečných a odporujících si významů schopný svěst výzkum mnohými teoretickými slepými uličkami“ (Bennett 1980: 18). Bennett tak poněkud negativisticky shrnuje zásadní problémy s nestálostí pojmu. Shaun Moores pak (1993: 119–132) kritizuje konkrétně Fiskův přístup, který pokládá za příliš romantizovaný a v pohledu na možnou moc a svobodu příjemců mediálních obsahů až nekriticky optimistický. Výtku vůči romantizaci konceptu populární kultury Johna Fiska sdílí rovněž Robert McChesney vycházející z pozic politickoekonomických. „Pravidla hry jsou pořád pravidla tržní, a to, že publikum má určitý vliv, neznamená, že má vliv celkový, nebo dokonce dominantní. Ve skutečnosti je možné dostat se na kloub stupni a významu vlivu publika pouze tím, že si publikum zasadíme do politickoekonomického rámce“ (McChesney 1996: 544). McChesney tedy popírá, že by moc náležela příjemcům, naopak se domnívá, že výsadní postavení mají stále autoři a producenti kulturně-mediálních obsahů.<sup>28</sup> Kritika mířící obecně na studium populární kultury v rámci celého Centra přišla pak ze strany teoretika Jima McGuigana (1992), který hodnotil přístup CCCS, jež uznávalo populární kulturu za hodnotnou a zároveň hodnou solidního výzkumu, značně negativně. McGuigan se domníval, že úcta k populární kultuře je přehnaná a vymkla se z patřičných mezí. Moc publika byla dle něj v rámci konceptu populární kultury přeceněna samotnými teoretiky této kultury, kteří do publika pouze promítali kreativitu interpretace.

Představené kritiky poskytují v různé míře oprávněné připomínky, které by měli i současní teoretici a teoretičky populární kultury brát v potaz. Například McGui-

<sup>27</sup> Příkladem je seriál *Jak jsem poznal vaši matku* (*How I Met Your Mother*), jež konceptuálně napodoboval dodnes oblíbený seriál z devadesátých let *Přátelé* (*Friends*).

<sup>28</sup> Sporů těchto dvou přístupů se pak věnoval např. Henry Jenkins, jenž podpořil zejména Fiskův postoj (viz Jenkins 2005), což není vzhledem k jeho spřízněnosti s oborem fanouškovských studií překvapivé. Opačnou (McChesneyho) pozici pak zastávala např. Aniko Bodroghozy (2005).

ganova snaha o rozbití domnělého kultu populární kultury je ve své elementární podobě správnou výzvou k větší kritičnosti při hodnocení a zkoumání výdobytků této kultury. V současnosti se naopak jeho domněnka o přeceňování publika, a to nejen z hlediska existence např. fanouškovských studií, jeví krátkozrace. Na druhou stranu výzva k přihlížení k politickoekonomickým aspektům produkce kulturních statků, které mohou vypovídat o mocenské převaze producentů či naopak příjemců, je zcela oprávněná, o čemž svědčí i příklad „zmasovělých“ oděvních názorových hlásičů uvedený dříve v textu.

Předchozí možné náhledy a uchopení stejně jako kritiky pojmu populární kultura pak více méně shrnuje John Storey (2008: 6–12), jenž představuje šest definic populární kultury zrcadlících doposud představené teoretizování. V prvním případě Storey hovoří o jednoduché definici kultury, takové, která je velmi oblíbená mnoha lidmi. Storey zdůrazňuje především kvantitativní povahu této definice, zajímá jej, kolik lidí má rádo určitý produkt (Storey 2008: 6). Populární kultura může být také zbytkovou kategorií, tedy to, co není kulturou vysokou. Populární kulturou jsou tudíž entity, jež svou kvalitou nedostačovaly na pozici vysoké kultury, případně se vyznačovaly atributy masové produkce, komercializace, a to na úkor estetických a morálních hledisek. Zde je možné opět se vrátit k otázce životnosti kulturních statků, neboť např. William Shakespeare patřil ve své době k průměrnému druhu zábavy a v současnosti je řazen mezi literární kánon (Storey 2008: 6). John Storey rovněž uvádí záměnu termínů populární a masová kultura (Storey 2008: 8), podobně jako tomu bylo u britské elitistické kulturní kritiky a dalších. Dále odkazuje k významu populární kultury jako autentické lidové kultury, navazující na myšlenku nemožnosti podsouvat lidem kulturní prvky shora (Storey 2008: 9–10). Pátým významovým uchopením populární kultury je pak kultura navázaná na hegemonii,<sup>29</sup> prostor boje mezi dominantními a dominovanými skupinami (Storey 2008: 10). Koncept kulturního prostoru jakožto prostoru pro vyjednávání o významech je z velké míry politizovaný a pro CCCS typický. Poslední významovou proměnou, kterou Storey uvádí, je splynutí populární a vysoké kultury běžné pro postmodernismus, v němž se hranice objektů i konceptů stírají (Storey 2008: 12).

Šest různých definic Johna Storeyho však, dle mého názoru, ve výsledku poukazuje k jednomu a tomu samému konceptu. Přestože v minulosti to mohly být oddělené náhledy, v současnosti se nejedná o šest přístupů, nýbrž o několik fází „života“ populární kultury. Zacyklenost konceptu je nyní zcela evidentní. Nejprve kulturní průmysl vyprodukuje entitu masové kultury, produkt si oblíbí určité množství lidí. Někteří z nich se rozhodnou o jeho významech vyjednávat na poli hegemonických bojů, čímž nakonec může vzniknout kultura populární. Snaha producentů finančně vytěžit produkt populární kultury vede k opětovnému návratu produktu do main-

<sup>29</sup> Gramsci (1998) chápe hegemonii jako typ nadvlády ve společnosti, který funguje zejména na bázi kulturní, ne tolik politické. Krucialním atributem hegemonie je konsensus, v moderních společnostech klasičtější forma udržování moci podobná směnnému obchodu mezi vládnoucími a ovládanými. Moc hegemonů je tedy založena na kombinaci síly a souhlasu, jež by měly být ve vzájemné rovnováze, aniž by jedna zásadněji převažovala. Hegemonická nadvláda je pak neustále reprodukována skrze kulturní hodnoty, úzy, přesvědčení a tradice.

streamu, případně k jeho pobytu na hranici mezi jednotlivými druhy kultur s velice nejasnou patřičností typickou pro postmodernistické stírání hranic.

## 5. Individualizace populární kultury – fanouškovství a nadpopulární kultura?

K nestálosti a obtížné uchopitelnosti pojmu, stejně jako k otázkám o mocenských pozicích producentů a příjemců, přispívá v současnosti zejména technologická dostupnost příjemců kulturně-mediálních obsahů. V následujících řádcích upozorním na další možné proměny populární kultury díky specifickému chápání jejími příjemci.

Vrátím-li se k příkladu televizních seriálů, jeden z těch, které lze dlouhodobě (vysílání od r. 2007 do současnosti) považovat za součást populární kultury, je *Teorie velkého třesku* (*The Big Bang Theory*), a to navzdory již zmíněné nestabilní životnosti objektů populární kultury. Na ojedinělosti seriálu dodává tematické prostředí skupiny vědců a vědkyň a jejich přátel či životních partnerů/partnerek. Čtyři hlavní mužští hrdinové nenaplňují stereotypní genderové představy mužství a nejsou představiteli tzv. hegemonické maskulinity,<sup>30</sup> kterážto je z hlediska zobrazení v televizních a filmových obsazích nadále dominantní. Seriáloví muži jsou oproti klasickému maskulinnímu stereotypu neatletičtí s nestálým zdravím a v určitých ohledech asociální. Výjimečnost seriálu dokládá uvedená délka vysílání a stabilita oblíbenosti,<sup>31</sup> existovaly totiž i podobné projekty (např. *Ajtáci/IT Crowd*), které však nezískaly dlouhodobě takovou podporu diváků, aby byly prodlužovány. Seriál lze zároveň využít jako příklad fenoménu sémiotického převisu Johna Fiska a Johna Hartleyho (2003), uvedeného dříve v textu. V případě *Teorie velkého třesku* se sémiotický převis projevuje skrze postavu Sheldona Coopera a jeho oblibu v oblékání triček se seriálově relevantním potiskem.<sup>32</sup> Ačkoli to pravděpodobně nebylo původním zájmem tvůrců, tato trička se brzy stala mezi diváky žádanou komoditou,<sup>33</sup> druhotný význam tím nabyly nových rozměrů v důsledku specifického uchopení sdělení diváky. Trička (hrnky, tašky apod.) odkazující na původní seriálovou produkci, ať už na události v ní,<sup>34</sup> původní repliky<sup>35</sup> nebo obličej/nástroje typické pro daný seriál apod., je možné považovat

<sup>30</sup> Hegemonická maskulinita je zjednodušeně označení ideálního typu muže v konkrétním sociokulturním upořádání a historickém období (Connell – Messerschmidt 2005: 832).

<sup>31</sup> O oblíbenosti lze hovořit zejména z hlediska bezproblémového obnovování každou novou TV sezónou. Seriál je pro domovskou stanicí CBS jednou z divácky úspěšných jistot, která má stabilně vzrůstající několikamilionovou diváckou základnu. Viz např. <http://www.nydailynews.com/entertainment/tv-movies/cbs-moves-big-bang-theory-thursday-nights-fall-challenge-shows-article-1.463680> nebo <http://tvbythenumbers.zap2it.com/2013/01/11/thursday-final-ratings-the-big-bang-theory-30-rock-no-adjustment-for-scandal/164977/>.

<sup>32</sup> Viz např. <http://theseliars.livejournal.com/10530.html>. Seriálově relevantní potisk znamená, že na jeho tričku se často objevují znaky superhrdinů, které má rád, případně fyzikální formule (je fyzikem) apod.

<sup>33</sup> V současnosti existuje i v České republice několik obchodů (např. <http://www.geekshirts.cz/>), kde lze takové oblečení (spojené s filmy či seriály, ale i knihami apod.) zakoupit.

<sup>34</sup> Například pravidla hry kámen, nůžky, papír, Spock, ještěr ze seriálu *Teorie velkého třesku*.

<sup>35</sup> Oblíbený výraz Sheldona Coopera „Bazinga“.

za manifestování divákových preferencí a zároveň za jakýsi sémiotický přívěsek populární kultury.

Přestože se druhotné kulturní produkty mohou vázat na entity populární kultury, jsou dnes již součástí ekonomických strategií tvůrců seriálů, filmů, knih apod. a navyšují zisky z těchto obsahů. Zde je opět patrná nejasná hranice mezi populární kulturou a komercializovanou kulturou masovou. K rozmělnění hranice přispívá i fakt, že seriál *Teorie velkého třesku* se svými originálními postavami přispěl k dnes poměrně rozšířené image tzv. nerdů a geeků. Původní termíny vyjadřující v laickém jazyce společenské outsidersy, v odborném jazyce experty na určitou oblast (většinou IT), jsou dnes užívány pro specifický styl oblékání a vystupování. Mnozí jedinci se do takové image uměle stylizují (např. nošením velkých brýlí, přestože nemají dioptrie apod.), na což opět reaguje masový průmysl a začíná vyrábět produkty takový vzhled podporující.<sup>36</sup> Původní oděvněstylová identita odpovídající spíše fanouškům<sup>37</sup> komiksů, knih a později filmů a televizních seriálů se tedy postupně vyprazdňuje a stává se pozvolna součástí středoproudého vkusu, případně pózy jednotlivců.

Navrátím-li se k myšlence, že populární kultura vzniká primárně jako produkt kulturního průmyslu a posléze je dotvářena aktivitou příjemců, zůstane zřejmé, že ke zrodu populární kultury není třeba masového počtu příjemců, nýbrž větší skupiny adekvátně oslovených (specificky zasažených) recipientů. Ovšem pravděpodobnost, že by se populární kulturou stalo něco marginálního, je nevelká. Seriál *Teorie velkého třesku* sice jistým způsobem nabourává genderové stereotypy spojené s maskulinitou, přesto nelze předpokládat, že by totožný seriálový koncept v čele s ženským či homosexuálním obsazením získal obdobný status populárněkulturní stálice, a to právě z důvodů přetrvávající stereotypizace obou identit (ženské i homosexuální). Na základě přijatelné normality<sup>38</sup> a normativity<sup>39</sup> populární kultury lze předpokládat, že odlišné skupiny obyvatel budou cítit potřebu nadále individualizovat i produkty populární kultury. Taková individualizace je typická například pro fanouškovskou tvorbu, v níž vznikají videa, básně, písně, povídky, romány apod., které čerpají z původních postav i časoprostorů populárních knih, seriálů a filmů (srov. Kustritz 2003). Motivy vedoucí k této tvorbě jsou spíše hypotetické a individuální, velice často se však uvádí důvod odpovědi oficiální kultuře (Kustritz 2003), v níž se nutně zrcadlí souběh hegemonie (např. preferenční rasa, gender a sexualita).

Individualizace a přivlastňování kulturních výtvarů fanoušky mě přivádí k myšlence dosud nepojmenovanému konceptu odpovídajícímu nadstavbovému po-

<sup>36</sup> Například obchod s oblečením Reserved specializující se spíše na společenské oblečení měl ve svém sortimentu tričko s nápisem geek.

<sup>37</sup> Veterán fanouškovských studií Henry Jenkins (1992) definuje fanouška jako někoho, kdo nejen pravidelně sleduje konkrétní program, ale zejména své sledování transformuje (skrže komunitní sdílení, mnohovrstevnaté interpretace a především vlastní originální tvorbu) do unikátní kulturní aktivity.

<sup>38</sup> Termín odvozený od slova normální je zde užit zejména ilustračně, a to ve významu běžný či průměrný.

<sup>39</sup> Seriálová tvorba v současnosti představuje mnohem pestřejší paletu postav, ať už z hlediska rasového, genderového, věkového apod., než tomu bylo v předchozích dekádách televizního vysílání. Normativní ovšem zůstává většinou heterosexuální, bělošské a středostavovské vykreslení postav. Proto mezi populární kulturu nepatří například cele gay a lesbické seriály (*Queer as Folk* či *The L Word*), ačkoli jsou v homosexuálních komunitách považovány za kulturní kánon.

pulárněkulturnímu zmocňování se nejen produktů kulturního průmyslu, ale především samotné populární kultury. Představená fanouškovská tvorba je jen zdánlivě uzavřeným světem pro sebe. Některé fanouškovské interpretace se totiž díky existenci sociálních sítí typu twitter.com staly součástí mediálních obsahů, na něž navazovaly. Například původně fanouškovské lesbické interpretace, tzv. femslash,<sup>40</sup> vztahu postav Santany a Brittany z populárního seriálu *Glee* byly tvůrci seriálu převzaty a z nejlepších přítelkyň se v příběhu postupně staly životní partnerky a nakonec manželky. Populární kultura se v rámci fanouškovské fikce (veřejně dostupné v různých internetových archivech typu fanfiction.net či archiveofourown.org) stala pomyslnou nadstavbou sebe samé, a tedy kulturou, pro niž navrhuji pracovní pojem nadpopulární. Fanouškovská interpretace byla však záhy využita samotnými tvůrci seriálu a stala se seriálovým kánonem,<sup>41</sup> tedy ztratila svou případnou předložku nad a zůstala opět „pouze“ populární. Nejen populární kultura, ale i její nadstavbové transformace se tudíž jeví být nestabilní.

Touha po originalitě a zpodobnění vlastní identity, případně její symboliky, v oficiální kultuře však nemusí patřit výhradně mezi fanouškovské aktivity. V této chvíli se vrátím k příkladu s oděvními artikly, jež jsou zároveň individuálním názorovým nosičem. Obdobné módní doplňky lze v důsledku považovat za populární kulturu, jelikož jsou ve své původní podobě (ne v komercializovaných kopiích) subversivní snahou malých obchodníků a zainteresovaných jedinců, kteří se primárně touží odlišit od mainstreamu a případně zdůraznit konkrétní nevětšinový<sup>42</sup> názor. Z hlediska naznačené přijatelné normality populární kultury nakonec nemusí existovat komplementární vyjádření individuality určitých jedinců, což může vést k touze upravit již existující produkty dle osobních preferencí, jak činí fanoušci v rámci svých originálních prací. Coby „nefanouškovský“ příklad nastíním situaci, v níž si lesbická žena objedná oděv s potiskem „I don't need Google my girlfriend knows everything / Nepotřebuji Google, má přítelkyně ví všechno“ ze stránky geekshirts.cz. Tím, že žena zvolí dámskou verzi trička, nápis se automaticky<sup>43</sup> změní na „nepotřebuji Google, můj přítel ví všechno“. Tato změna je patrná pouze na drobné doplňující fotografii modelky, na níž není nápis plně viditelný. Pokud si příkladová žena nevěšme záměny nápisu a dokončí objednávku s nepreferovaným potiskem, může situaci řešit buď reklamací produktu, nebo se rozhodnout k následné úpravě oděvu dle osobních potřeb. Jednou z možných úprav je škrtnutí nápisu přítel a dopsání slova přítelkyně, přičemž demonstrativní přeškrtnutí ještě umocňuje hlásané sdělení. Populární kultura se v tomto příkladu opět mění nadstavbovou individualizací v kulturu nadpopulární. Nelze ji však v důsledku považovat za čistě osobní a izolovaný kulturní artefakt, neboť se ne-

<sup>40</sup> Femslash je označení pro fanouškovské párování dvou ženských postav z původních mediálních obsahů. Pro více viz Jansová 2014 či 2016.

<sup>41</sup> Kánon je v prostředí fanouškovských studií označení pro originální text, ze kterého fanoušci při své tvorbě vychází. Jeho opakem, tedy fanouškovské uchopení kánonu, je fánon.

<sup>42</sup> Obecně se nepředpokládá, že by měl bělošský jedinec potřebu svou rasu demonstrovat prostřednictvím explicitního nápisu na oděvu, na druhou stranu jedinec tzv. menšinové rasy může takovou potřebu cítit. Toto tvrzení nelze ovšem zcela generalizovat a slouží zde pouze jako ilustrace.

<sup>43</sup> Tuto skutečnost lze připsat ke stále platné heteronormativní hegemonii současnosti.

jedná o ojedinělou individualizaci, nýbrž o preferenci, která může naplňovat potřeby více jedinců konkrétních sociálních skupin. Z jednotlivých pasáží přechodného textu však vyplývá pravděpodobnost, že se jedná o pouhou otázku času, kdy trend postihne masová výroba a taková individualizace splyne s dalšími unifikáty kulturního průmyslu.

Fakt, že nadpopulární kultura, stejně jako ta populární, se vyznačuje velmi problematickou uchopitelností a ještě problematictější či omezenější životností, vyplývá i z posledního příkladu. Knižní i filmové zpracování trilogie *Twilight (Stmívání)* oslavovalo široké publikum.<sup>44</sup> Námět byl posléze zpracován fanoušky v originální fanouškovské tvorbě. Jeden z fanouškovských příběhů, *Master of the Universe*, původně zpracovávající příběh charakterů vypůjčených ze *Stmívání* se posléze zbavil původních jmen, využil erotického prvku a tematiky BDSM a vznikla tak masově prodávaná kniha *50 Shades of Grey (Padesát odstínů šedi)*. Původní fanouškovská revize *Stmívání*, již lze částečně považovat minimálně za kulturu populární,<sup>45</sup> a následná transformace na nezpochybnitelně masovou záležitost, kterou se stalo knižní i filmové zpracování *Padesáti odstínů šedi*, opakovaně potvrzuje problematičnost jedinečného a jasně vymezeného uchopení kulturních entit, které nazýváme populární.

## 6. Prchlivá (nad)populární kultura

Ani dvojitý úsilí, jež musí být vynaloženo na vznik populární kultury, tedy úsilí producentů industrializovaného a unifikovaného kulturního průmyslu na jedné straně a invence a osobitost kulturní artefakty přetvářejících recipientů na straně druhé, nezaručuje entitám populární kultury dlouhodobou životnost. Díky technologické a mediálněprodukční vyspělosti současnosti je taková kultura stále více ohrožena tím, že brzy splyne s dalšími unifikáty ustavičně pracujícího kulturního průmyslu, případně pozbude obliby svých příjemců. Ve stati jsem uvedla, že významová i realizační nestálost pojmu jej provází od začátku jeho tematizace, proto jej lze postupně vidět jako synonymum kulturně úpadkové jednotvárnosti mas, vyjednávacího nástroje v sémiotickém boji tvůrců a příjemců, nekritického kulturního „všežroutství“ či silně emancipační kulturní aktivity vytvářející populární kulturu umocněnou spíše (v současnosti stále) nenormativními tužbami a preferencemi jistých sociálních skupin.

Flexibilita, konečnost a fluidita pojmu populární kultura jsou pro současnost typické, o to více v aktuálním stavu kontinuálního „boje o (svůj) význam“ v laickém i odborném prostředí. Jak jsem naznačila, dochází k tomu i skrze užívání termínu popkultura, míněného jako zkratka pro dvouslovný název populární kultura, ale častěji jako synonymum pro kulturu masovou. Postupnou hybridizaci a vyprazdňování pojmu koneckonců prezentuje například i tzv. popová zpěvačka Lady Gaga, jež svou písní *Artpop*, v níž kloubí neslučitelné – umění (chápáno jako vysoká kultura) a pop (prolnutá masová a populární kultura) – paradoxně sumarizuje tento text a vyjadřuje stále existující potenciál i vrtkavost tematizovaného pojmu.

<sup>44</sup> Viz např. [http://usatoday30.usatoday.com/life/books/news/2009-01-14-top-sellers-side\\_N.htm](http://usatoday30.usatoday.com/life/books/news/2009-01-14-top-sellers-side_N.htm).

<sup>45</sup> Hovořit o *Stmívání* jako o populární kultuře by bylo obtížné vzhledem k intencionálně masovému nákladu knih a následnému technickému i žánrovému zpracování filmů.

**Iveta Jansová** (1988) vystudovala magisterský obor kulturní studia, kde se zabývala především zobrazováním žen v mediálních obsazích (zejm. v kriminálních seriálech). Nadále rozšiřuje své vzdělání doktorským studiem oboru mediální a kulturní studia. Na Katedře mediálních a kulturních studií a žurnalistiky od roku 2013 vyučuje, a to např. kurzy Kulturní studia 1, 2; Teorie publika; Fanouškovská studia a další. Ve svém akademickém působení setrvává v zájmu o genderovou a queer tematiku v souvislosti s televizními studii, v současnosti se úzce zabývá především studii fanouškovskými.

E-mail: iveta.jansova@upmedia.cz

## Literatura

- Adorno, Theodor W. 1991. *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*. London, New York: Routledge.
- Adorno, Theodor. W. – Horkheimer, Max. 2009. *Dialektika osvícenství*. Praha: Oikoymenh.
- Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London, New York: Routledge.
- Arnold, Matthew. 1869. *Culture and Anarchy: an Essay in Political and Social Criticism*. London: Smith, Elder & co. <https://www.gutenberg.org/cache/epub/4212/pg4212-images.html> (14. 7. 2015)
- Barker, Chris. 2006. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál.
- Barthes, Roland. 1990. *The Fashion System*. Oakland: University of California Press.
- Benjamin, Walter. 1979. „Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti.“ Pp. 17–47 in *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon.
- Bennett, Tony. 1980. „Popular Culture: A Teaching Object“. Pp. 18–29 in *Screen Education*, 34.
- Bílek, Petr. A. 2003. *Hledání jazyka interpretace*. Brno: Host
- Bodroghozy, Aniko. 2005. „Media Studies for the Hell of It?: Second Thoughts on McChesney and Fiske (8. 5. 2016) <http://flowtv.org/2005/05/media-studies-for-the-hell-of-it-second-thoughts-on-mcchesney-and-fiske/>. In *Flow*.
- Connell, Raewyn – Msserschmidt, James W. 2005. Hegemonic masculinity: Rethinking the Concept. Pp. 829–859 in *Gender And Society*, 25(6).
- Davis, Helen. 2004. *Understanding Stuart Hall*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage.
- Derrida, Jacques. 1993. *Texty k dekonstrukci – Práce z let 1967–72*. Bratislava: Archa.
- Eco, Umberto. 1995. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda.
- Edwards, Tim. 2010. *Kulturní teorie. Klasické a současné přístupy*. Praha: Portál.
- Fiske, John. 1987. *Television Culture: Popular pleasures and politics*. London, New York: Routledge.
- Fiske, John. 1992. *Understanding Popular Culture*. London, New York: Routledge.
- Foucault, Michel. 1972. *The Archeology of Knowledge*. London, New York: Routledge.
- Gramsci, Antonio. 1998. „Hegemony, Intellectuals and the State.“ Pp. 210–216 in *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*. Ed. Storey, John. London: Prentice Hall.
- Gramsci, Antonio. 1957. *Sešity z vězení*. Praha: Československý spisovatel.
- Gray, Ann. 2007. „Formations of Cultural Studies.“ Pp. 1–13 in *CCCS Selected Working Papers: Volume 1*. Ed. Gray, Ann – Campbell, Jan. London, New York: Routledge.



- Grossberg, Lawrence – Cary, Nelson – Treichler, Paula. 1992. *Cultural Studies*. London, New York: Routledge.
- Hall, Stuart. 1996. „Cultural Identity and Diaspora.“ Pp. 110–121 in *Contemporary Postcolonial Theory: A Reader*. Ed. Mongia, Padmini. London: Arnold.
- Hall, Stuart. 1980. „Cultural Studies: Two Paradigms.“ Pp. 57–72 in *Media, Culture and Society*, 2(1).
- Hall, Stuart. 1973. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham, England: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hall, Stuart. 1997. „The Work of Representation.“ Pp. 13–74 in *Representations*. Ed. Hall, Stuart. London, Thousand Oaks: Sage.
- Hartley, John – Fiske, John. 2003. *Reading Television*. London, New York: Routledge.
- Hebdige, Dick. 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London, New York: Routledge.
- Hoggart, Richard. 1957. *The Uses of Literacy*. London: Chatto and Windus.
- Hubík, Stanislav. 1994. *K postmodernismu obratem k jazyku*. Boskovice: Albert.
- Jansová, Iveta. 2014. Rizzles – fenomén femslash ve svém několikerém podobnosti. Pp. 433–440 in *Minority v subsystému kultúry. Zborník z mezinárodnej vedeckej konferencie*. Ed. Balay, Miroslav a spol. Košice: Equilibria s. r. o.
- Jansová, Iveta. 2016. Zpochybňování heteronormativní ideologie ve femslash fanouškovských pracích a jeho dopad na původní mediální obsahy. Pp. 14–24 in *Sexuality IX. Sborník příspěvků z vědecké mezinárodní konference*. Ed. Marková, Dagmar – Lechová, Jana. Brno: Institut mezioborových studií.
- Leavis, F. Raymond. 1930. *Mass Civilisation and Minority Culture*. Cambridge: Minority Press.
- Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Studies in culture and communication. London, New York: Routledge.
- Jenkins, Henry. 2005. „Why Fiske Stil Matters?“ (8. 5. 2016) <http://jot.communication.utexas.edu/flow/?jot=view&id=801>. In *Flow*.
- Kloskowská, Antonina. 1967. *Masová kultura*. Praha: Nakladatelství svoboda.
- Kustritz, Anne. 2003. „Slashing the Romance Narrative.“ Pp. 371–384 in *The Journal of American Culture*, 26(3).
- Kristeva, Julia. 1980. „The Bounded Text“. In *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York: Columbia University Press.
- Lapčík, Marek. 2009. „Diskurs jako téma diskursu: O diskursu bez Habermase i bez Foucaulta? Poznámky ke konceptualizaci pojmu.“ Pp. 93–116 in *Kultura–Média–Komunikace. Spektákl, mizející realita a (ne)bezpečí informací, diskurs(y) o diskursu*. Ed. Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Lull, James. 1980. „The Social Uses of Television.“ Pp. 197–209 in *Human Communication Research.*, 6(3).
- Macdonald, Dwight. 1953. „A Theory of Mass Culture.“ Pp. in 1–17 *Diogenes*, 1(3).
- McGuigan, Jim. 1992. *Cultural Populism*. New York, London: Routledge.
- McChesney, Robert W. 1996. „Communication for the hell o fit: The trivality of U.S. broadcasting history.“ Pp. 540–552 in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(4).
- McRobbie, Angela. 2006. *Aktuální témata kulturních studií*. Praha: Portál.
- McRobbie, Angela. 1980. Settling Accounts with Subculture: A Feminist Critique. Pp. 111–123 in *Screen Education*, 34.
- McQuail, Denis. 2007. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.

- Morley, David. 1980. *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Petrusek, Miroslav. 2004. „Století extrémů a kýče. K vývoji a proměnám sociologie umění ve 20. století.“ Pp. 11–35 in *Sociologický časopis*, 1.
- Radway, Janice. 1991. *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. The University of North Carolina Press.
- Rojek, Chris. 2010. Stuart Hall a birminghamská škola. Pp. 104–121 in Edwards, Tim. *Kulturní teorie. Klasické a současné přístupy*. Praha: Portál.
- Soukup, Václav. 2002. *Přehled antropologických teorií kultury*. Praha: Portál.
- Šaradín, Pavel. 2001. *Historické proměny pojmu ideologie*. Brno: CSDK.
- Šmejkalová, Jiřina. 2004. „Cultural Studies, sociologie kultury a „my“: úvaha mírně metodologická.“ Pp. 77–94 in *Sociologický časopis*, 1.
- Storey, John. 2008. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London: Routledge.
- Turner, Graeme. 1990. *British Cultural studies: An introduction*. Boston: Unwin Hyman.
- Williams, Raymond. 1961. „The Analysis of Culture“. Pp. 57–70 in *The Long Revolution*. London: Chatto & Windus.
- Williams, Raymond. 1958. „Culture is Ordinary.“ Pp. 5–14 in Gray, Ann – McGuigan, Jim. *Studies in Culture: A Introductory Reader*. London: Arnold, 1997.
- Wood, Brennon. 1998. „Stuart Hall’s cultural studies and the problem of hegemony“. Pp. 399–412 in *British Journal of Sociology*, 49(3).