

Barbora PETROVÁ

PRIENIKY MASOVEJ A POPULÁRNEJ KULTÚRY

The Intersections of Mass and Popular Culture

Keywords: *culture, popculture, massmedia, literature, film*

Contact: *Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach; basapetrova@gmail.com*

Pokiaľ definujeme kultúru ako civilizačný model, ide o prinesenie poriadku tam, kde poriadok nie je potrebný, čo narúša vnímanie kultúry medzi bežnými percipientmi. Každú spoločnosť charakterizujú hmotné aj duchovné hodnoty, ktoré považujeme za spoločného menovateľa kultúry. Rôzne etymologické výklady slova kultúra (*cultura* – obrábanie pôdy, *cult* – uctievanie niekoho a pod.) poukazujú na množstvo interpretácií daného pojmu v čase a priestore. Týka sa to aj množstva ďalších javov a faktov, ktoré v príspevku popisujeme.

Vysoká a nízka kultúra

V súčasnosti stále rozlišujeme členenie literatúry alebo všeobecne kultúry na „vysokú“ (elitnú, hodnotovú) alebo „nízku“ (populárnu, väčšinovú, úpadkovú). Petr A. Bílek (Bílek 2017: 7–9) hovorí, že diela z oblasti „vysokej“ kultúry vnímame ako autonómne, samostatné jednotky. Všetko relevantné, čo sa odohráva mimo imaginárny stred, ktorým je samotné dielo, sa preukazuje ako relevantné až vtedy, keď je nejakým spôsobom do toho stredu vtiahnuté. Centrálna pozícia diela (textu) v jeho komplexnom vnútornom usporiadaní nás vedie k tomu, že všetko dianie odohrávajúce sa v kontextovom okolí diela, si konceptualizujeme ako vzťah medzi dielom (textom) a ďalšími prvkami. Vzniká tak sieť vzťahov medzi jednotlivými autonómnymi objektmi. Tie majú pevne stanovené hranice. Dôvodom, prečo si v prípade „elitnej“ kultúry konceptuálne fixujeme takéto nastavenie usporiadania, môže byť enormné rozkolísanie významu samotného diela, ktoré sa navyše ešte transformuje do podoby zmyslu diela. Takáto potreba sa pri „vysokej“ kultúre prejavuje tendenciou k fixovaniu podoby diela (textu) prostredníctvom presného popisu a koncipovaním vzťahov. Využívame na to vyjadrovaciu predponu *inter-*: vzťahy dvoch činiteľov, kde jeden prvok pôsobí na druhý a druhý čerpá z prvého, prípadne sa významovo posúvajú alebo

vzďaľujú. Konceptualizácia diania v „populárnej“ kultúre sa produktívnejšie podáva predponou trans-. Vzťah medzi dielom a textom je výrazne uvoľnenejší. Základný rozdiel spočíva v tom, že žiadne inštitucionálne tlaky nevyžadujú, aby mentálny obraz, ktorým je dielo, rešpektoval celok textu v jeho ohraničenosti a usporiadanosti. Text je zdrojom, dostupným a zdieľaným východiskom. Diela samé o sebe nevyžadujú celkom autonómne postavenie, ochotne sa poddávajú transformáciám, ktoré diktuje čitateľ. Ten nemusí rešpektovať jeho komplexnosť. Recepčia diela, ktorý overuje prijateľnosť či mieru pochopenia diela, na recipienta netlačí, aby sa vyrovnal s jeho všetkými zložkami a aby rešpektoval mieru ich relevancie. Recipient sa môže zamerať na zložky a prvky, ktoré sú mnohokrát z hľadiska celkového významu nepodstatné. Rovnako ich môže voľne kombinovať s akýmkoľvek prednastaveným kontextom; autorským, žánrovým, mediálnym, kultúrnym alebo spoločenským.

Diela „populárnej“ kultúry sa ľahšie poddávajú transmediácii, vďaka ktorej svet vytvorený v jednom médiu tak môže byť súbežne či postupne rozvíjaný aj v iných médiách. Pri „elitnej“ kultúre je adaptácia predvoleného zdroja do inej mediálnej podoby (najtypickejšia je filmová adaptácia románu) chápaná ako vzťah prototextu, ktorý je remedializovaný (adaptovaný s ohľadom na možnosti a potreby iného média).

Adaptácie sa zakladajú práve na snahe preložiť rôzne jazyky rozličných produktov do jazyka recipientov, ktorí patri k danému kultúrnemu okruhu. Okrem literárnych, filmových alebo komiksových adaptácií sa s nimi stretávame napríklad aj v reklamnej a marketingovej komunikácii alebo práve v populárnej kultúre. Povahu adaptácií najlepšie pochopíme, ak pozornosť a sústredenie preniesieme tak na obsah, ako aj na formu. Linda Hutcheonová pripomína rozšírený fenomén adaptácie už z devätnásteho storočia: „Vo viktoriánskej dobe mali vo zvyku adaptovať takmer všetko – a takmer v každom smere; príbehy básní, románov, hier, opier, obrazov, piesní a tancov sa neustále adaptovali z jedného média do druhého a znovu späť. Dnes máme k dispozícii ešte viac nových materiálov – nielen film, televíziu, rádio a rozličné elektronické médiá, ale aj tematické komplexy, historické rekonštrukcie a experimenty s virtuálnou realitou“ (Hutcheonová 2012: 9).

Pri „populárnej“ kultúre hovoríme o transmediácii, teda o akejsi špirále, ktorá sa z predvoleného (úvodného) bodu, odvíja celý rad mediálnych presunov, ktoré nie sú založené na rešpekte k celku originálneho diela. Často ide o prvky, ktoré diela rozvíjajú, posúvajú inam, modifikujú, ale aj redukujú či eliminujú. Nemusí ísť totiž nutne o proces postupného rozvíjania a budovania, ako ilustruje napríklad koncept rozšíreného vesmíru (expanded universe), ktorý je už niekoľko desiatok rokov rozvíjaný pod hlavičkou Star Wars. Naopak môže ísť o vyčlenenie a osamostatnenie jednej zložky, k čomu dochádza, keď sa napríklad z celku hudobného albumu vyčlení iba jedna textová zložka, ktorá je

sprostredkovaná knižným médiom (Bílek 2017: 9–10). Pri transmediálnom vyrozprávaní príbehu každé médium robí to, čo mu ide najlepšie. Príbeh, ktorý vznikne vo filme, môže byť potom rozvíjaný v televíznom seriáli, v románe, komikse, v počítačovej hre a pod. Každá z týchto foriem musí fungovať sama o sebe, musí slúžiť ako vstupná brána do každého zo spomínaných prvkov. Recipient by nemal vidieť film preto, aby rozumel seriálu alebo komiksu a naopak.

Masová a populárna kultúra

Hoci popkultúrne diskurzy sú v súčasnosti na vzostupe a disponujú vlastným terminologickým slovníkom, svoje miesto v akademickom prostredí si našli približne v 30. rokoch 20. storočia, inšpirované slovníkom frankfurtskej školy. Skúmanie popkultúrnej tematiky závisí od poňatia daného termínu, resp. fenoménu. Počiatky populárnej kultúry hľadajú rôzni autori v rozličných obdobiach. Jakub Machek (Machek 2013: 88) uvádza, že zatiaľ čo istá spoločenská kultúra existovala už od dávnoveku, prvky populárnej kultúry možno nájsť už aj v antickom Grécku alebo v alžbetínskej Británii. Avšak až behom 19. storočia prešla kultúra prenikavou premenou, ktorá súvisela so vznikom masových médií a kultúrneho priemyslu. Tie súviseli s prebiehajúcimi procesmi industrializácie a urbanizácie, ktoré radikálnym spôsobom menili celú spoločnosť. Práve kvôli spoločenskému a technickému vývoju začala populárna kultúra nadobúdať podoby, aké má dodnes.

Populárna kultúra môže byť zo širšieho hľadiska chápaná ako presvedčenia alebo praktiky šírené a zdieľané medzi ľuďmi. Zahŕňa lokálnu ľudovú, ale aj masovú kultúru vytváranú politickými a komerčnými inštitúciami. Moderná populárna kultúra je charakteristická prevažne masovými produktmi šírenými masovými médiami. Tá postupne ovládla rôzne formy kultúrneho prejavu a stala sa tak jej význačným tvorcom. Takáto mediálne šírená kultúra je hybridným produktom tvoreným na jednej strane nárokmi obyčajných ľudí na zábavu a potešenie, na druhej strane snahou producentov osloviť čo najširšie obecnstvo s cieľom ovládnuť trh (Machek 2013: 88–89).

Podľa Petra Burkeho (Burke 2003: 89–90) je ľudová kultúra charakteristická pre predkapitalistickú spoločnosť. Popisuje ju ako organickú a závisiacu na pretrvávajúcích tradíciách zdieľaných spôsobov správania sa či už v ekonomickej sfére, alebo v spôsoboch zábavy. Je dôležité podotknúť, že už od 16. storočia prebiehali v Európe pokusy ju reformovať. Reformátori z oboch strán kresťanského spektra ju odmietali ako pohanskú a vyžadovali oddelenie posvätného od profánneho. Miešanie svetských a sakrálnych prvkov je populárnej kultúre vyčítané dodnes. Druhou fázou snáh o nápravu kultúrnych zvyklostí bolo medzi rokmi 1650 a 1800, kde sa vďaka

väčšiemu vplyvu laikov pridáva k tradičnej kritike z náboženských dôvodov aj odpor z estetických dôvodov, smerovaný podľa Burkeho hlavne proti ľudovému divadlu. Reformátori netúžili mať vlastnú oddelenú a očistenú kultúru, chceli sa čo najviac priblížiť k obyčajnému ľudu a osloviť ho. Výsledkom toho bola prehlbujúca sa priepasť medzi elitnou a väčšinovou kultúrou, pretože reformy ovplyvnili vzdelanú menšinu rýchlejšie a dôkladnejšie ako ostatných.

Okolo roku 1500 bola ľudová kultúra kultúrou všetkých; druhou kultúrou vzdelancov a jedinou kultúrou všetkých ostatných. Spolu s objavením kníhtlače a s následným rozvojom tlačiarenských technológií bola ľudová kultúra postupne využívaná v raných novinách. Populárna tlač spočiatku vychádzala z orálnej tradície. Tým vznikol kanál, ktorý umožňoval expanziu populárnej kultúry potom, čo sa začala oddaľovať od raných foriem kultúry ľudovej. Populárna kultúra sa v tlačenej forme rozvinula do rozsahu, ktorý do nej umožňoval zahrnúť prvky predchádzajúcej ľudovej kultúry, aj tzv. veľkej tradície elitnej kultúry, komerčne upravenej pre recipientov. Pred vzostupom novín to bola kultúra kníh ľudového čítania a tlačených balád, ktorá prepájala staré tradície s modernou kapitalistickou kultúrou tlačenej zábavy a informáciami.

V roku 1800 veľká časť duchovenstva, šľachta, obchodníci a intelektuáli prenechali ľudovú kultúru nižším triedam, od ktorých sa výrazne líšili svetonázorovými rozdielmi. Duchovní sa vďaka rastúcemu vzdelaniu začali vzdať svojim farníkom. Šľachtici, rovnako ako vzdelanci, cítili potrebu dať najavo svoju kultúru nielen svojim správaním, ale aj svojim jazykom, teda odlišnosťou od podriadenej väčšiny. S tým súviselo aj odlišenie názorov, dôležitý sa stal príklon k vede a odmietanie povier a šarlatánov. Zatiaľ čo Shakespeare ešte hral pre učňov, ale aj šľachticov, na počiatku 17. storočia sa situácia zmenila, keďže vyššie vrstvy si začali zakladať svoje vlastné súkromné divadlá. Kultúrna zmena sa dotkla aj literárnych žánrov; také rytierske romány boli presunuté do sféry ľudovej, tzv. kramiarskej tlače. Vzdelanecká kultúra sa v tomto období začala vyvíjať omnoho rýchlejšie a vzdialila sa ľudovej kultúre. Napriek tomu sa však naďalej vzájomne ovplyvňovali. Schopnosť preberať zmeny rýchlejším tempom získala ľudová/populárna kultúra až so zmenami v 19. storočí.

Martina Conboy (Conboy 2002: 23–25) uvádza, že zovšeobecňovanie formátu a snaha maximalizovať zisk vybudovali v spoločnosti podmienky k oddeleniu elity od zvyšku obyvateľstva a spôsobili eróziu pôvodnej spoločenskej kultúry. Spolu s rozvojom tlačiarenského podnikania sa vytváral vkus, ktorý bol komerčne výhodný a ktorý reflektoval tradície ľudových presvedčení a názorov. Výsledné produkty si obľubovali hlavne ľudia z nižších spoločenských vrstiev. Aby bola nová tlačiarenská kultúra úspešná, musela zostať v úzkom spojení s orálnou tradíciou a reprodukovať jej

typické charakteristiky. Práve vďaka schopnosti miešať prvky starých tradícií do nového kultúrnych prostredí sa populárna kultúra stávala reprezentantom ľudových vrstiev. Prvky pôvodnej ľudovej kultúry preto boli ľuďom predávané späť v procese komerčného podnikania stále viac.

Rozdielom medzi masovou a populárnou kultúrou sa venuje aj Juraj Rusnák (Rusnák 2013: 13), ktorý tvrdí, že masová kultúra je produktom priemyselnej revolúcie a že ide o kultúru tvorenú zhora. Je určená pre pasívnu spotrebu a jej efektom je štandardizácia a homogenizácia. Zatiaľ čo populárna kultúra vychádza z ľudovej kultúry a je kultúrou tvorenou zdola. Je tvorená širokými vrstvami používateľov a jej efektom je vznik subkultúr a kultových produktov. Juraj Malíček (Malíček 2008: 13–17) dodáva, že masová kultúra je ambivalentný pojem, pretože sa vzťahuje na kvantitu, zatiaľ čo pojem popkultúra vypovedá o kvalite. Populárnu kultúru pokladá za relatívne autonómny estetický obraz prítomnosti, ale aj za jeden zo spôsobov, ako prítomnosť reflektovať.

Uvádza dva uhly pohľadu:

1. Outside – pohľad zvonka

Zahrňa také estetické udalosti, javy, objekty alebo štruktúry, ktoré sú predmetom sústredeného vnímania, recepcie. Popkultúrny artefakt na rozdiel od umeleckého diela, musí v sebe obsahovať potenciál vnímania alebo možnosť. Musí verifikovať svoju existenciu. Či už ide o film, literatúru alebo komiks, umelec nemusí brať ohľad na diváka, nie je pre neho dôležitá prítomnosť recepčného materiálu. Pri popkultúrnom artefakte však jeho autor komunikuje s potenciálnym divákom už na úrovni tvorby diela. Populárna kultúra prináša zisk výmenou za zážitok.

2. Inside – pohľad zvnútra

Popkultúra predstavuje stretnutie v estetickej reflexii prítomnosti. Ide o situácie, tzv. ikonické výrezy z reality všedného dňa, ktoré je potrebné identifikovať ako popkultúrne, keď v interpretácii pomenujeme ich jednotlivé zložky. Ide o zložky popkultúrneho artefaktu, ktoré ho spredmetňujú (módne doplnky, logá, plagáty, figúrky, zvonenia v telefóne a pod.)

Záver

Masová kultúra je súhrn produktov a foriem zábavy, ktoré sa vyrábajú a rozširujú prostredníctvom prostriedkov masovej komunikácie a produkcie. Sú predávané ako tovar a sú určené na spotrebu masovým publikom. Zatiaľ čo populárna kultúra je súhrnom konania, prežívania a významov, ktoré vznikajú na strane publika v okamihu

spotreby produktov alebo foriem zábavy, ktoré sú vytvorené inštitúciami kultúrneho priemyslu a masovej komunikácie. Súčasná literárna aj filmová estetika je poznamenaná vplyvom masovej, ale aj populárnej kultúry. Smerovanie zábavného priemyslu formuje nezastaviteľný technický a digitálny pokrok, do ktorého sa zaradil práve film. Pramení z tendencie človeka nechávať sa okúzľovať rôznymi, či už skutočnými, alebo vymyslenými obrazmi, má možnosti vytvárať falošnú realitu.

Summary

We have described the basic differences between mass and popular culture in this article. To do so, we used the literature by Petr A. Bílek, Jakub Machek, Juraj Rusnák and Juraj Malíček. The differences between film and literature arise in the context between perception and reception. Film is a medium of visuality and direct presentation, while literature is a language and discursive medium. Simply put, filmmakers present us the images in motion, while verbal art leads us to create mental concepts.

Literatúra

- Bílek, A. P. a kol.** *Česká populární kultura: transfery, transponování a další tranzitní procesy.* Univerzita Karlova: Filozofická fakulta, 2017.
- Burke, P.** *Lidová kultura v raně novověké Evropě.* Praha: Argo, 2003.
- Conboy, M.** *The Press and Popular Culture.* London: Sage, 2004.
- Hutcheonová, L.** *Teória adaptácie.* Brno: Janáčkova akademie múzických umění v Brně, 2012.
- Machek, J.** Počátky populární kultury v českých zemích na přelomu 19. a 20. století. In: *Populární kultura v českém prostoru.* Praha: Univerzita Karlova v Prahe, 2013.
- Malíček, J.** Hřa, popkultúrny hrdina (Typológia popkultúrneho hrdinu). In: Malíček, J. (ed.) *Zborník o populárnej kultúre.* Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2008, s. 16.
- McLuhan, M.** *Jak rozumět médiim.* Praha: Odeon, 1991.
- Rusnák, J.** *Homo popularis: homo medialis? Popkultúra v elektronických médiách.* Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, 2013.



The article is accessible in open access mode under licence CC BY-NC-ND Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0