



Populárna kultúra v globalizovanom svete

Sociologie kultury, jaro 22

Týždeň 10

Alica Synek Rétiová

My Favorite Things / 7 rings

- The Sound of Music:

<https://www.youtube.com/watch?v=33o32C0ogVM>

- Postmodern Jukebox:

<https://www.youtube.com/watch?v=GlwMTQFLHdU>

- Ariana Grande:

<https://www.youtube.com/watch?v=QYh6mYIJG2Y>

Tak ako grécka tragédia alebo alžbetínske divadlo, aj populárna kultúra môže prekročiť konkrétny historický moment a zapojiť sa do nekonečného cyklu znovu-objavovania.

(Grazian 2010: 6)

Populárna kultúra

- Nositeľka významu, ktorý neustále podlieha interpretácii
- Aktívny proces – rozvíjaná súhrou tvorcov a publika
- Rezervoár kultúrnych objektov minulosti → nové projekty



Znaky populárnej kultúry (Grazian 2010)

- To, čo sa páči – komerčný úspech



- Široko rozpoznávané kultúrne ikony, produkty



- Masovo produkované kultúrne objekty



- Kultúra, ktorá “patrí ľuďom”



Rozpory populárnej kultúry

- John Fiske – *Jak rozumět populární kultuře* (1989)
- Populárna kultúra je:
 - Industrializovaná
 - Založená na záujmoch ľudí
- Kultúra nie je komodita, ale aktívny proces vytvárania a cirkulácie významov a pôžitkov v rámci spoločenského systému
- V opozícii ku kritikom masovej kultúry – publikum je aktívny spolutvorca významu + populárna kultúra je hodná akademického skúmania

Produkcia významu

- Kidd (2014): Pop kultúra je najväčší producent zdieľaných významov, tzv. signifikantných symbolov
- **Symbolický interakcionizmus** (G. H. Mead) – mikro-výmeny významov medzi tvorcom a publikom



<https://www.facebook.com/popculturefreaks/>

Dva prístupy v polemike s teóriou masovej kultúry

- R. Barthes – The World of Wrestling (1972)
 - Wrestling ako symbolická forma (utrpenie, porážka, spravodlivosť)
 - “Spektákl” - fúzia s publikom – predstavenie musí byť zrozumiteľné
- Publikum má aktívnu rolu pri tvorbe významu



- R. Peterson – Why 1955? Explaining the Advent of Rock Music (1990)
 - Ako rock and roll nahradil jazz?
 - Symbolické formy a ich inovácie tvorené v organizačných a tržných štruktúrach
- Kultúrny priemysel sám inovácie tvorí



Populárna kultúra v globalizovanom svete

- Význam sa tvorí a premieňa v procese produkcie a percepcie – vznik nových významov globalizovaných kultúrnych objektov
- Nové publikum → nový význam
 - Viktor Krum z Harryho Pottera a bulharské publikum
- Globalizácia sa nelimituje na šírenie americkej kultúry
 - K-Pop, anime, reggaeton, ...
- Pop kultúra podlieha globalizácii & je sama globalizačný činiteľ



Súhra globálneho a lokálneho

- Globálne + lokálne = *glokálne*
- **Glokalizácia**
 - kultúrny objekt produkovaný v určitom kultúrnom kontexte je distribuovaný v rámci globálneho trhu a konzumovaný v špecifických lokálnych prostrediach
 - Pôvodne koncept z japonského businessu, neskôr sociológ R. Robertson
- Príklady: futbal, Bollywood...

