
Vysoké versus populární umění

Pavel Zahradka

V moderní západní civilizaci se často setkáváme s vytvářením protikladů mezi literaturou a komiksem, poezií a počítačovými videohrami, mezi symfonickou a rockovou hudbou nebo uměleckou a brakovou literaturou. Tyto protiklady mají svůj původ v obecné představě o rozdílu mezi vysokým a nízkým uměním. Tendence k hierarchickému dělení umění na vysoké a nízké žánry nebo na vysoké a nízké umělecké druhy se vyskytuje v dějinách západní kultury průběžně od dob renesance. Například Leonardo da Vinci ve svých posmrtně vydaných *Úvahách o malířství* (1994) uvádí řadu důvodů, proč je malířství vyšším, tj. lepším uměleckým druhem než sochařství, poezie a hudba. Zde bude pozornost věnována jednomu z projevů této obecné tendence, tj. rozlišení mezi vysokým a populárním uměním (někdy také nazývaným „masové umění“), které vzniklo v druhé polovině devatenáctého století v Evropě a ve Spojených státech amerických.

Pojmové rozlišení mezi vysokým a populárním uměním není pouhou teoretickou konstrukcí bez reálného dopadu na naše individuální životy. Když si v roce 1994 heroinem předávkovaný zpěvák skupiny *Nirvana* Kurt Cobain prostřelil hlavu brokovnicí, zanechal po sobě v dopise na rozloučenou poznámku „Je lepší shořet než vyhasnout“. Někteří autoři se domnívají, že jeho smrt nesouvisela s jeho sebedestruktivními sklony či nezřízeným způsobem života, nýbrž s představou o rozdílu mezi vysokým a populárním uměním, respektive s představou, že pokud chcete dělat dobrou a autentickou hudbu, musíte být nepopulární (Heath – Potter 2004). Cobain se stal obětí této představy. Sám sebe pokládal za punkového rockera, který vytváří alternativní hudbu. Jeho sebe-pojetí bylo ovšem v příkrém rozporu s masovým úspěchem jeho písní. Rozpor mezi příklonem k alternativní hudbě a komerčním úspěchem byl důvodem zpěvákových opakovaných pochybností o smyslu vlastní tvorby a příčinou jeho úzkosti, že zaprodal alternativní hudební scénu a ocitl se na nesprávné straně předělu mezi vysokým a populárním

uměním. Sebevražda byla pro Cobaina východiskem z neřešitelné situace a jediným způsobem, jak si uchovat alespoň zbytek své identity a sebeúcty.

Zařazení uměleckého díla do kategorie populárního nebo vysokého umění může mít nemalé společenské důsledky, a to jak pro jeho tvůrce, tak pro jeho recipienty. Díla vysokého umění jsou všeobecně oceňována jako důležitá součást kulturní a národní tradice. O tvůrcích těchto děl se dočteme ve školních učebnicích a jejich díla jsou vystavována či uváděna v „chrámech kultury“, tj. v knihovnách, muzeích, galeriích, koncertních sálech atd. Recipientům vysokého umění je přitom připisován vytříbený a kultivovaný vkus. Díla populárního umění jsou naopak pokládána za zdroj pokleslé zábavy. Jejich tvůrcům je často upírán status umělců a jejich recipientům je přisuzován nedostatek dobrého vkusu. V průběhu dvacátého století posiloval hierarchický rozdíl mezi vysokým a populárním uměním badatelský zájem představitelů humanitních oborů o díla kulturního kánonu. Pokud se díla populárního umění stala někdy předmětem studia humanitních věd, tak pouze proto, aby sloužila jako negativní didaktický příklad pro objasnění stěžejního předmětu zkoumání, kterým byla kulturní hodnota.

Zde se budeme zabývat důvody pojmového rozlišení mezi vysokým a populárním uměním, přesněji řečeno otázkou, zda lze toto rozlišení přesvědčivě obhájit. Rozlišení jako takové může být zkoumáno ze tří hledisek. Prvním hlediskem je kritérium, jež určuje, na kterou stranu rozlišení určitý objekt náleží. Druhým možným hlediskem zkoumání je původ rozlišení, tj. příčina, která určuje kritérium rozlišení. Rozlišení lze nakonec zkoumat z hlediska jeho předmětu. V takovém případě je kladena otázka, jaké druhy objektů dané rozlišení od sebe odlišuje.

Předmět a kritérium rozlišení

Pojmy populárního a vysokého umění mají svůj původ v teoretických úvahách uměleckých kritiků a teoretiků kultury z přelomu devatenáctého a dvacátého století. Jako nejvhodnější východisko pro vymezení jejich obsahu (významu) se proto zdá být – na rozdíl od analýzy jejich užití v běžném jazyce – rozbor relevantních textů, jejichž autory jsou například Robin Collingwood (1969), Clement Greenberg (2000), Theodor W. Adorno a Max Horkheimer (2009), Dwight Macdonald (1957) a Abraham Kaplan (1966). Co je předmětem rozlišení mezi vysokým a populárním uměním? Bližší představu o rozsahu zkoumaného rozlišení nabízí obsahová analýza estetických a kunsthistorických textů, kterou v devadesátých letech provedla americká socioložka Vera Zolbergová. Ta sestavila na základě rozboru příslušných textů bipolární tabulku, která podle ní zachycuje současnou obecně rozšířenou představu o tom, jaké umělecké žánry či směry jsou pokládány za vysoké a jaké za populární (Zolberg 1990: 144). Zatímco vysoké umění zahrnuje například symfonickou a komorní hudbu, operu, současnou vážnou hudbu, balet, drama, experimentální divadlo, kubismus, psychologický film, grafické novely, poe-

zii a vážnou literaturu, populární umění zahrnuje rockovou hudbu, muzikál, jazz, taneční show, melodrama, komedii, naivní malířství, hororový film, komiks, reklamní slogany a brakovou literaturu.

Pojmy vysokého a populárního umění tvoří v textech kritiků kultury dichotomický pojmový pár, tj. oba pojmy jsou vymezeny vůči sobě navzájem, a to tak, že pojem populárního umění tvoří vzhledem k pojmu vysokého umění negativní referenční bod. Jinými slovy, pojem populárního umění je v textech kritiků kultury vymezován jako kontrastní kategorie k vysokému umění, a to především na základě odlišné umělecké hodnoty. Pojem umělecké hodnoty je zde užíván ve významu, jenž zahrnuje kromě estetické hodnoty veškeré další ohledy, ve kterých může být umělecké dílo pro někoho přínosné, popřípadě hodnotné. Uměleckou hodnotou díla je podle tohoto vymezení celkový souhrn hodnot včetně estetické hodnoty, které jsou danému dílu připisovány (dílo může mít například také historickou, ekonomickou či propagandistickou hodnotu). Zatímco vysokému umění je připisována vysoká umělecká hodnota, populárnímu umění je připisována nízká umělecká hodnota. Nízká umělecká hodnota populárního umění byla také důvodem, proč byl tento typ umění někdy označován pejorativními výrazy jako „pokleslé umění“ či „nízké umění“. Kontrastní pojmové rozlišení mezi vysokým a nízkým uměním čerpá svůj význam z romantické představy intelektuálů o strmých horských vrcholcích, na které mohou po namáhavé cestě vystoupat pouze vyvolení jedinci. Prostorové výrazy „vysoký“ a „nízký“ slouží proto na pozadí poetického obrazu vysokohorské turistiky – mimochodem oblíbené volnočasové aktivity intelektuálů v devatenáctém století – k metaforickému vyjádření hodnotového rozdílu mezi dvěma typy umění (Carey 1992).

Nyní vyvstává otázka, kterou z možných hodnot mají kritici kultury na mysli, když píšou o nedostatečné umělecké hodnotě populárního umění. Ve většině případů se výtky kritiků vůči umělecké nedostatečnosti děl populárního umění týkají jejich estetických vlastností. Dílům populárního umění je vytýkán například nedostatek komplexity, estetické intenzity či sjednocenosti. Kritika populárního umění se ovšem neomezuje pouze na estetické výhrady, nýbrž zahrnuje také kritiku negativního vlivu populárního umění na kulturní a sociální život společnosti (Gans 1974: 19–51). Populárnímu umění je například vytýkán 1. komerční charakter jeho tvorby (je sériově vyráběno za účelem finančního zisku), 2. negativní vliv na vysoké umění (snižuje kreativní potenciál společnosti), 3. negativní vliv na publikum (potlačuje smysl pro realitu ve prospěch nereálných představ a oslabuje naši schopnost oceňovat díla vysokého umění) a 4. negativní vliv na společnost (podněcuje násilnost a zločinnost, uvolňuje sexuální morálku, vede k politické pasivitě). Podrobnější zkoumání uvedených sociálně kulturních výhrad ovšem odhalí jejich logickou závislost na výhradách estetických.

1. Kritici populárnímu umění vytýkají skutečnost, že je vyráběno za účelem co možná nejvyššího finančního zisku (Macdonald 1957: 60). Položme si ovšem otázku, co je špatného na skutečnosti, že nějaký výrobek přináší svému výrobcovi zisk. Pravý důvod stížnosti na komerční povahu populárního umění spočívá v přesvědčení, že požadovaného

finančního zisku z prodeje uměleckého díla může být dosaženo jen za cenu podřízení se diktátu masového a esteticky méněcenného vkusu.

2. Populárnímu umění je vytýkáno, že jeho tvůrci parazitují na vysokém umění, tj. vypůjčují si jeho témata a tvůrčí postupy. Populární umění je také kritizováno za to, že jeho tvorba přitahuje potenciální tvůrce vysokého umění kvůli možnosti vysokého finančního výtěžku, a tudíž snižuje kreativní potenciál pro tvorbu vysokého umění (Van den Haag 1957: 524–525). Proč by ovšem kritikům populárního umění mělo vadit, že se například divadelní hra Williama Shakespeara stala předlohou pro filmovou adaptaci *Mnoho povyku pro nic* (1993) hollywoodského režiséra Kennetha Branagha? Důvodem kritiky filmového zpracování Shakespearova díla je přesvědčení kritiků populárního umění, že jeho zpracování v rámci populární kultury je nutně esteticky méněcenné. Rovněž výtky obviňující populární umění z odlivu potenciálních talentovaných tvůrců vysokého umění se zakládá na přesvědčení, že tvorba populárního umění nedosahuje estetických kvalit vysokého umění.

3. Populárnímu umění je dále vytýkáno, že u svého publika uspokojuje falešné potřeby, oslabuje jeho smysl pro realitu a schopnost vnímat vysoké umění (Macdonald 1957: 66). Také tyto výtky mají estetický základ. Populární umění je pokládáno za zdroj falešného uspokojení, protože nedokáže u svých recipientů vyvolat pravý estetický prožitek. Rovněž neschopnost recipientů populárního umění čelit reálným životním problémům je způsobena tím, že jim populární umění nabízí kýčovitý obsah a černobílé vidění světa. Oslabení schopnosti vnímat díla vysokého umění je podle kritiků populárního umění způsobeno nízkými estetickými nároky, které klade recepce populárního umění na své publikum.

4. Populární umění je nakonec obviňováno z toho, že jeho rozsáhlá distribuce nejen snižuje celkovou kulturní úroveň společnosti, nýbrž také přetváří své konzumenty v pasivní publikum, které pak snadno podlehne přesvědčovací mocenským technikám (Adorno – Horkheimer 2009). I v tomto případě lze snadno nahlédnout, že tvrzení o negativním vlivu populárního umění na kulturní úroveň společnosti se zakládá na přesvědčení o jeho nízké estetické hodnotě. A také výtky, že populární umění posiluje totalitní politické zřízení, protože podporuje nekritické myšlení a pasivní vnímání, spočívá na předpokladu, že populární umění není z estetického hlediska dostatečně komplexní, myšlenkově náročné a podnětné.

Estetický hierarchismus

Dosavadní zkoumání ukázalo, že rozdíl mezi vysokým a populárním uměním je kritiky kultury pokládán, ať už explicitně či implicitně, za rozdíl v estetické hodnotě. Vysokému umění je v protikladu k populárnímu umění připisována pozitivní estetická hodnota. Tento výklad rozlišení mezi vysokým a populárním uměním zde bude proto nazýván

„estetickým hierarchismem“. Argumenty zastánců estetického hierarchismu jsou také esencialistickými argumenty. Dokazuje se v nich totiž, že populární umění se ze své podstaty vyznačuje estetickými nedostatky. Jinak řečeno, společným předpokladem těchto argumentů je přesvědčení o existenci esenciálních vlastností populárního umění, které jsou pro ně konstitutivní a které jsou zároveň příčinou jeho nízké estetické hodnoty. Americký kritik Dwight Macdonald vyjádřil tento negativní esencialistický postoj k populárnímu umění následovně: „Existují teoretické důvody, proč masová kultura není a nemůže být nikdy kvalitní“ (Macdonald 1957: 69). Cílem následujících pododdílů bude představení jednotlivých pokusů o zdůvodnění estetického rozdílu mezi vysokým a populárním uměním a jejich kritické zhodnocení.

Rozdíl mezi individuální a kolektivní tvorbou

Dwight Macdonald se domnívá, že estetický rozdíl mezi vysokým a populárním uměním lze vysvětlit odlišným způsobem jejich tvorby. Zatímco díla vysokého umění jsou podle něj výsledkem činnosti jednotlivce, který je ve své tvorbě nezávislý na požadavcích zájmových skupin, díla populárního umění jsou výsledkem kolektivního pracovního úsilí a jejich tvorba je omezena ideologickými vlivy (Macdonald 1957: 60). Tvůrce vysokého umění je tedy na rozdíl od tvůrce populárního umění plně zodpovědný za svůj výtvar. Pokračující dělba práce a specializace pracovních úkonů v moderní průmyslové společnosti způsobily, že tvůrce populárního umění ztrácí kontrolu a přehled nad celkovým smyslem svého tvůrčího úsilí. Tato skutečnost má podle Macdonalda (1957: 65) na populární umění negativní estetický dopad. Technologicky náročný a ideologicky podmíněný způsob vytváření děl populárního umění podle něj například znemožňuje dodržení jejich formální jednoty.

Jsou předpoklady, z nichž Macdonald vychází, platné? Má kolektivní tvorba nutně negativní estetický dopad na kolektivně vytvořená díla? Z hlediska formální logiky není zřejmé, proč by větší počet jedinců podílejících se na tvorbě uměleckého díla měl negativně působit na jeho estetické vlastnosti, například na jeho formální sjednocenost. Je-li spojení mezi kolektivní tvorbou a negativním estetickým účinkem platné, pak bychom byli nuceni zpochybnit také estetickou legitimnost řeckých chrámů, gotických kostelů nebo ústně tradovaných příběhů. Takový důsledek je ovšem v rozporu s uměleckokritickou praxí, protože mnohá kolektivní díla jsou ve skutečnosti odborníky i laiky esteticky vysoko oceňována. Výše uvedené tvrzení je proto nepřijatelné jak z logického, tak i empirického hlediska.

Kromě toho současní odborníci zabývající se fenoménem kreativity, jako například Janet Wolffová (1981) a Martha Woodmanseeová (1994), upozorňují na to, že spojení individuální tvorby s pozitivními estetickými vlastnostmi vytvářeného díla má svůj původ v mylné představě o umělecké tvorbě, která vznikla v rámci romantické literární tradice osmnáctého století. Umělec byl v rámci této tradice pojímán jako génius, kte-

řý vytváří zcela nové a na umělecké tradici a společnosti nezávislé dílo, a to výhradně na základě vlastních psychických a kognitivních schopností (Kant 1975: § 46). Romantická představa o uměleckém géniovi ovšem přeceňuje úlohu jednotlivce při umělecké tvorbě. Tvorba jako taková není výsledkem činnosti osamělého jednotlivce, nýbrž je možná díky spolupráci většího počtu jednotlivců, a to nejen v synchronním, ale také v diachronním smyslu (například na základě inspirace tvorbou předchůdců). Umělec je ve své tvůrčí činnosti navíc závislý na řadě dalších nadindividuálních faktorů: na technologickém pokroku doby, na dostupném materiálu a na možnostech jeho zpracování, na znalosti předchozích děl a tradičních tvůrčích postupů. V neposlední řadě je každý umělec odkázán na společnost, ve které žije. O tom, zda bude jeho výtvar uznán za umělecké dílo, rozhoduje totiž fakt, zda bude akceptován publikem či lidmi, kteří mají významné postavení v institucionalizovaném světě umění (učitelé umění, kritici, nakladatelé, majitelé galerií, kurátoři muzeí atd.) a jejichž rozhodnutí o tom, které objekty budou veřejně vystaveny, mají nepříznivý vliv na uměleckou tvorbu. V dnešní době je například velmi nepravděpodobné, že by došla uznání umělecká díla s rasistickým obsahem. Stejně tak bylo nemožné, aby v náboženské atmosféře středověké Evropy vzniklo ateistické umění. Výsledná podoba uměleckého díla je tudíž ovlivněna i úvahami umělce nad tím, co bude jako umělecké dílo společností akceptováno. Žádný umělec proto netvoří v sociální izolaci.

Zamysleme se nyní nad platností dalšího tvrzení, podle něhož populární umění na rozdíl od vysokého umění podléhá ideologickým společenským tlakům a v důsledku toho se mu nedostává pozitivních estetických vlastností. Také toto tvrzení lze snadno vyvrátit prostřednictvím protipříkladů. Mnohá díla vysokého umění vznikla z ideologických či politických důvodů, jako například nábožensky zaměřená díla středověkého umění, obrazy Napoleonova dvorního malíře Jacquese Louise Davida nebo formálně oceňované dokumentární filmy Leni Riefenstahlové oslavující osobnost a režim Adolfa Hitlera. Navíc některá díla populárního umění, jako například filmy Alfreda Hitchcocka – navzdory tomu, že jejich tvorba byla vystavena komerčnímu tlaku filmových studií –, nesou osobitý umělecký výraz svého tvůrce. Z výše uvedeného vyplývají dva závěry. Za prvé, je-li umělecká tvorba vystavena tlaku vnějšího sociálního okolí, pak to ještě neznamená, že tvůrce tomuto tlaku také vždy podlehne. Za druhé, pokud tvůrce tomuto tlaku podlehne, pak z toho nelze vyvodit logicky platný závěr, že výsledný výtvar bude také esteticky nekvalitní.

Rozdíl v estetickém působení

Jedním z často uváděných argumentů, který má zdůvodnit estetický rozdíl mezi vysokým a populárním uměním, je tvrzení, že populární umění buď neposkytuje opravdové estetické potěšení, anebo že se vůbec nejedná o skutečné potěšení. Výraz „skutečné estetické potěšení“ může znamenat několik různých věcí. Za prvé jsou jím označovány hlu-

boce pročitěné a opravdové pocity. Populární umění podle některých kritiků této emocionální úrovně nemůže nikdy dosáhnout, protože „poskytuje zástupné zážitky a falešné pocity“ (Greenberg 2000: 71). Toto tvrzení je však v rozporu se skutečností, že například poslech rockové hudby je často provázen vášnivými a silnými emocemi, které v některých případech (punkového hnutí či hnutí hippies) vedly k radikálním společenským a politickým postojům. Kritici populárního umění nedokážou ovšem přesvědčivě odpovědět na otázku, co nás opravňuje k tomu, abychom toto estetické potěšení – v rozporu s prožíváním samotných aktérů – normativně prohlásili za něco předstíraného.

„Skutečné estetické potěšení“ může však také znamenat trvalé potěšení v protikladu k pomíjivosti prožitku při recepci populárního umění (Van den Haag 1957: 534). Uvedený argument je ovšem problematický – jak správně poznamenal současný americký filozof Richard Shusterman – již z logického hlediska. Z pomíjivosti prožitku nelze totiž odvodit jeho nereálnost. I to, co je prchavé, totiž reálně existuje. Argument je založen na nesprávném filozofickém předpokladu, že veškerá hodnota a potěšení jsou úměrně závislé na trvání. Shusterman upozorňuje na to, že také prchavé momenty mají svou hodnotu a jsou zdrojem potěšení, mnohdy právě kvůli své pomíjivosti (Shusterman 2003: 278–279). Navíc ani receptce děl vysokého umění – například poslech operní skladby – neposkytuje pocit trvalého uspokojení. Pokud bychom tedy platnost argumentu uznali, musíme jej vztáhnout i na příklady vysokého umění. Uvedený argument nemůže ovšem sloužit jako prostředek ke zdůvodnění estetického rozdílu mezi vysokým a populárním uměním.

Ve třetí variantě argumentu výraz „skutečné estetické potěšení“ označuje trvalou schopnost díla vyvolat estetické potěšení. Určujícím kritériem estetické hodnoty uměleckého díla je v tomto případě „test času“. Někteří kritici populárního umění tvrdí, že zatímco díla vysokého umění, jako například Homérovy eposy nebo Shakespearova dramata, mají nadčasovou schopnost kdykoli a kdekoli vyvolat estetické potěšení, schopnost děl populárního umění poskytovat estetické potěšení je pouze dobově podmíněná, a tudíž pomíjívá. Stoupenci tohoto argumentu přejímají tvrzení Davida Huma, který byl přesvědčen o existenci kánonu klasických děl, která jsou z historického i geografického hlediska stálým zdrojem estetického potěšení (Hume 2002: 84). Problematickostí tohoto argumentu spočívá ovšem v tom, že je za prvé příliš brzy na to, aby mohl být vyvozen závěr, že žádné z děl populárního umění se nestane trvalým předmětem estetického potěšení také v budoucích dobách. Kromě toho estetická úspěšnost některých děl vysokého umění v odlišných historických etapách je podmíněna jednak institucionalizovanou nabídkou kulturních artefaktů, jednak nabízeným kulturním vzděláním. Oba tyto sociálně kulturní faktory skryté určují předmět naší estetické záliby. Schopnost děl potěšit své recipienty napříč kulturními epochami není tudíž závislá výhradně na jejich estetické hodnotě, nýbrž také na sociálním a kulturním prostředí a kulturní kompetenci samotných recipientů.

Poněkud odlišný argument proti populárnímu umění, který souvisí s jeho emocionálními účinky, uvádí britský estetik Robin George Collingwood, který ve své knize

The Principles of Art (1969) vytýká zábavnému (tj. populárnímu) umění, že slouží jako technický prostředek k navození předem určeného a obecně známého emocionálního stavu, jakým je například strach, lítost, dojetí či sexuální žádost. Právě umění naproti tomu podle Collingwooda spočívá ve vyjádření jedinečného a zpočátku nejasného emocionálního rozpoložení umělce. Collingwood má bezpochyby pravdu v tom, že mnohá díla populárního umění slouží k vyvolání všeobecně známých pocitů. Přesto nelze platnost výše uvedené argumentace zobecnit. Například tvůrce úspěšného televizního seriálu *Městečko Twin Peaks* David Lynch a Mark Frost dokázali míšením rozmanitých filmových žánrů od hororového filmu po komediální parodii mýdlových oper vyvolat v divákovi řadu ojedinělých a nevšedních emocí, jako například pocity tajemství, vnitřní vyrovnanosti a děsu, pro které lze v jazyce jen obrizně nalézt vhodná označení. Na druhé straně platí, že mnohá díla vysokého umění – například náboženské obrazy středověkých a renesančních malířů – sloužila k vyvolání předem určeného a obecně sdíleného pocitu bázně nebo úcty. Přesto tato díla nejsou obecně pokládána za díla populárního umění. Collingwood by se mohl hájit tím, že tato díla stejně jako díla populárního umění nejsou právě z tohoto důvodu pravým uměním. Jeho definice umění jako jedinečného vyjádření umělcem pocítovaného neurčitěho emocionálního rozpoložení by v takovém případě představovala revizionistickou teorii umění. Pak ovšem Collingwood stojí před otázkou, proč bychom měli jeho definici umění přijmout. Proč bychom měli obecně sdílené a každodenní pocity pokládat ve srovnání s jedinečnými a nevšedními pocity za esteticky méněcenné? Obecně známé pocity zamilovanosti, zklamání z lásky, nepřátelství či zarmoucení ze ztráty blízkého člověka hrají v lidském životě důležitou úlohu. Collingwood pro své tvrzení neuvádí žádné důvody. Jeho teorie umění není proto deskriptivní teorií, nýbrž normativní představou o tom, jak by umění mělo vypadat.

Rozdíl v užití tvůrčích postupů

Populárnímu umění jeho kritici často vytýkají užití standardních tvůrčích postupů. Standardní tvůrčí postup je přitom chápán jako osvědčený návod, jak postupovat při tvorbě určitého díla. Výtka obviňující populární umění z užití standardních postupů je ovšem problematická, protože teoretici umění zabývající se psychologii umělecké tvorby zjistili, že se žádná umělecká tvorba neobejde bez aplikace osvědčených tvůrčích postupů. Ernst Gombrich například ve své knize *Umění a iluze* (1985) zdůrazňuje, že ani stoupenci těch nejradikálnějších modernistických malířských směrů, jako například impresionisté, kteří se řídili požadavkem bezpodmínečné originality a jejichž díla jsou pokládána za paradigmatické příklady vysokého umění, se při malbě neobešli bez znalosti a užití tradičních tvůrčích postupů.

Má-li mít výše uvedená námítka nějaký smysl, pak jí musíme rozumět v hodnotícím významu: užití standardních postupů v populárním umění má na rozdíl od uži-

tí standardních postupů při tvorbě vysokého umění škodlivé estetické důsledky. Například americký filozof Abraham Kaplan (1966: 353–356) pokládá užití standardních tvůrčích postupů v populárním umění za schematické a stereotypní. Stereotypním užitím tvůrčích postupů má Kaplan na mysli jejich opakování bez jakékoli nápadité obměny. Schematicností tvůrčích postupů v populárním umění pak Kaplan rozumí nízkou míru estetické intenzity. Nositelem estetické funkce je podle něj v díle populárního umění ve srovnání s díly vysokého umění jen malý počet jeho částí. Rozdíl mezi díly populárního a vysokého umění spočívá podle Kaplana tudíž ve způsobu, jakým jsou užívána pravidla, techniky, popřípadě postupy při jejich tvorbě. Zatímco tvůrčí postupy vysokého umění jsou užívány nápaditě, tvorba populárního umění podléhá mechanickému stereotypu, jehož výsledkem je slabý estetický účinek.

Obhájci estetické hodnoty populárního umění ovšem poukazují na to, že ačkoli existuje mnoho děl populárního umění, která vznikla na základě schematické a stereotypní aplikace osvědčených tvůrčích postupů, existují i taková díla populárního umění, jejichž tvůrce užívají žánrové postupy originálním způsobem. Režisér filmu *Obvyklí podezřelí* Bryan Singer například použil konvenční postup detektivního žánru k tomu, aby v osobě vypravěče filmového příběhu ukryl postavu vraha. Tento originální tvůrčí postup užíla jako jedna z prvních spisovatelka Agatha Christie v jednom ze svých detektivních románů. Porušení etablovaných pravidel detektivního žánru zavedením postavy nespolehlivého vypravěče, který je účastníkem vyprávěného příběhu a ve svém vyprávění ho úmyslně zkresluje, téměř stalo britskou spisovatelku členství ve spolku britských detektivkářů. Na druhé straně existují díla vysokého umění, jejichž tvorba spočívá v úzkostlivém dodržování tradičních tvůrčích postupů. Mezi tato díla patří například mnohá díla středověkého umění, jejichž tvůrce usilovali o vyjádření společné náboženské představy prostřednictvím předem stanovených pravidel pro tvorbu. Dalším příkladem jsou výtvarná díla, která vznikla v období akademického realismu a jejichž krása byla posuzována podle míry jejich podobnosti s klasickými antickými vzory. Z uvedených příkladů vyplývá, že konvenční postupy mohou být užity buď kreativně, anebo stereotypně jak při tvorbě populárního, tak i vysokého umění. Osvědčené tvůrčí postupy nemohou proto samy o sobě sloužit jako spolehlivé kritérium k odlišení populárního a vysokého umění.

Rozdíl v obtížnosti

Jednu z dalších odpovědí na otázku týkající se estetického rozdílu mezi vysokým a populárním uměním předložil ve své esejí „Avantgarda a kýč“ z roku 1939 americký výtvarný kritik Clement Greenberg (2000). Greenberg ve své esejí nepíše výslovně o populárním umění, nýbrž o kýči, který srovnává s avantgardním uměním. Přesto lze pojem kýče a pojem populárního umění v této souvislosti označit za sémanticky ekvivalentní. A to ze dvou důvodů: za prvé, Greenbergův výčet příkladů kýče (braková literatura, komiks, step, šlágr, hollywoodské filmy aj.) odpovídá rozsahu pojmu populární-

ho umění; za druhé, historické okolnosti vzniku kýče (průmyslová revoluce, urbanizace, vzdělávací reformy), které Greenberg přibližuje, jsou totožné s historickými podmínkami vzniku populárního umění.

Greenberg uvádí ve svém esejí kromě již vznesených estetických výhrad vůči populárnímu umění hlavní námitku, která spočívá v tvrzení, že populární umění není v porovnání s pravým uměním složité, a neklade proto na recipienta žádné vysoké nároky. Právě umění, za jehož paradigmatický příklad v současné době Greenberg pokládá avantgardní umění, naopak vyžaduje aktivní účast ze strany recipienta, tj. reflexi a interpretační úsilí, protože je obtížné. Tuto tezi dokládá Greenberg na příkladu srovnání recepce Picassova modernistického obrazu (obr. 1) a Repinova realistického obrazu (obr. 2). Tvrdí, že zatímco abstraktní dílo avantgardního umění vyžaduje po divákovi, aby v něm hledal důležité detaily a ústřední vzor, realistický obraz předkládá divákovi snadno identifikovatelný obsah (Greenberg 2000: 73).

Uvedený argument se ovšem v současnosti stal terčem oprávněné kritiky. Ne všechna avantgardní díla jsou obtížně přístupná. Jako příklad může sloužit Picassova socha *Hlava býka* (obr. 3) složená ze sedadla a řídítek cyklistického kola. Vtip tohoto avantgardního díla, které připomíná hlavu býka, je velmi snadno rozpoznatelný. Kromě toho existuje i mnoho příkladů klasických děl (například portréty slavných osobností), jejichž obsah je pro publikum snadno přístupný. Tato skutečnost je v rozporu s Greenbergovým tvrzením, že obtížnost je nepostradatelnou charakteristikou pravého umění. Další námitka

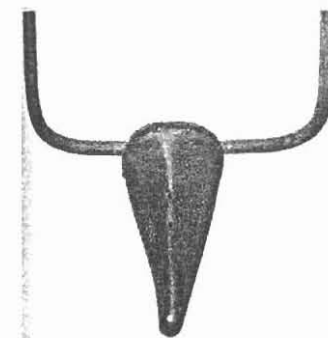


Obr. 1 Pablo Picasso: *Sedící žena (Dora Maar)*, 1941



Obr. 2 Ilja Repin: *Portrét umělkovy ženy*, 1882

Obr. 3 Pablo Picasso: *Hlava býka*, 1942



se týká samotné obtížnosti. Co je na obtížnosti jako takové esteticky hodnotného? Proč by měla být obtížně přístupná díla pokládána za pravé umění, tj. za esteticky hodnotnější než díla jednoduchá? Na tuto otázku Greenberg neodpovídá.

Pojem obtížnosti lze však také chápat v hodnotově neutrálním významu jako formální a výrazové vlastnosti díla, které nejsou v dané historické době a společnosti snadno přístupné většinovému publiku, tj. které předpokládají u publika nějakou speciální znalost či vycvik, protože se nezakládají na obecně sdílených znalostech či zkušenostech (jako například narativní struktury akčních filmů kladoucí důraz na řešení problémů prostřednictvím jednání či obecně známé pocity zamilovanosti tematizované v populární hudbě). V tomto významu rozumí „obtížnosti“ i americký estetik Noël Carroll, který usiluje ve svém článku „Podstata masového umění“ (1992 [zde na straně 247–275]) o rehabilitaci pojmu masového umění a o jeho adekvátní a hodnotově neutrální definici, která by mohla sloužit jako východiště empirického výzkumu současné masmediální kultury. Dílo masového umění musí podle Carrolla splňovat tři podmínky: 1. Musí se jednat o umělecké dílo. 2. Dílo musí být vyrobeno a distribuováno prostřednictvím masové komunikační technologie, čímž má Carroll na mysli skutečnost, že jedno a totéž dílo může být prostřednictvím svých exemplářů vnímáno na různých místech současně. 3. Dílo masového umění musí být vyrobeno záměrně tak, aby svými strukturálními vlastnostmi bylo přístupné co možná nejširšímu okruhu relativně neškolených recipientů s vynaložením co možná nejmenšího interpretačního úsilí.

Tato definice masového umění musí ovšem čelit několika problémům a nejasnostem. Tak například kde začínají a končí hromadné sdělovací prostředky? Lze obyčejnou tužku a papír či psací stroj umožňující recepci jednoho a téhož díla na více různých místech současně pokládat za prostředek masmediální komunikace? A jak máme rozumět podmínce relativně neškoleného obecnstva? Znamená to, že pokud je nějaké dílo vytvořeno v nějakém jazyce, pak je automaticky diskvalifikováno jako dílo masového umění, protože rozumět nějakému jazyku je schopnost získaná na základě procesu učení? Anebo máme třetí podmínku chápat tak, že porozumění dílu nevyžaduje žádné další specifické znalosti a interpretační dovednosti přesahující rámec obecně sdíleného objemu vě-

domostí v dané době a společnosti? Problém ovšem spočívá v tom, že kulturní kapitál je ve společnosti rozdělen nerovnoměrně. U každého jedince je míra znalosti určitých konvencí odlišná, proto může být jedno a totéž dílo pro někoho snadno srozumitelné a přímočaré, zatímco jiná osoba bude nucena vynaložit velké úsilí a podstoupit speciální výuku, aby mohla danému dílu porozumět. Pro milovníka klasické hudby může být metalová hudba zcela nepřístupná. A přestože jsou například komiksy ve většině případů pokládány za díla populárního umění, mnoho (převážně starších) lidí jim jen obtížně rozumí nebo jim rozumět odmítá, protože nedokážou rozluštit jeho dvojnásobný vizuální a jazykový kód, tj. nemají žádnou zkušenost se specifickými výrazovými prostředky komiksu. Lze si tedy jen obtížně představit, že by jednoduchost mohla sloužit jako intersubjektivně spolehlivé definiční kritérium masového (populárního) umění a protiklad jednoduchosti a obtížnosti jako pevné rozlišovací kritérium mezi dvěma druhy objektů. Obtížnost díla není totiž jeho inherentní vlastností, nýbrž vlastností relační, která mu náleží s ohledem na kulturní kompetenci a zkušenosti recipienta, které jsou individuálně, společensky a kulturně proměnlivé.

Teorie masového vkusu

Mnozí kritici kultury, jako například Dwight Macdonald, pokládají populární umění za výrobek, který v komerčním prostředí získává ekonomickou hodnotu, díky níž může být směňován na trhu. Z děl populárního umění se tímto procesem ekonomického zhodnocení stávají tzv. „komodity“, tj. objekty, které lze za určitou cenu prodávat a nakupovat. Finanční zisk z prodeje děl populárního umění je ovšem v konkurenčním tržním prostředí závislý na udržení a rozšíření trhu s populárním uměním. Populární umění je proto výrobkem, který je ze své podstaty určený pro masovou spotřebu. Tento fakt přiměl kritiky populárního umění k tomu, aby namísto označení „populární umění“ začali užívat výrazy „masové umění“ nebo „masová kultura“ (Macdonald 1957: 59). Má-li se populární umění stát předmětem masové spotřeby, pak totiž musí být zaměřeno na něco, co je společné co možná největšímu počtu spotřebitelů. Tímto společným jmenovatelem je masový vkus. Výrobci populárního umění dosahují jeho esenciálního určení tím, že své výrobky přizpůsobují nejnižší společné úrovni vkusu a inteligence recipientů. Snaha o zajištění co možná nejširšího publika pro spotřebu populárního umění má proto negativní dopad na estetickou hodnotu děl populárního umění (Macdonald 1957: 70).

Hypotéza nejnižšího společného jmenovatele jako principu charakterizujícího masový vkus není ovšem empiricky průkazná. Pokud by totiž díla populární kultury skutečně dosahovala nejnižší úrovně vkusu a inteligence, pak by ztratila značnou část svého publika. Televizní pořady určené dětskému publiku nebo násilná pornografie kladou na své publikum ty nejnižší intelektuální a estetické nároky, přesto by většinou část dospělého publika jen stěží zaujala. Tohoto důsledku jsou si výrobci populární kultury

velmi dobře vědomi, proto také tvorba dětských pořadů či sadomasochistické pornografie tvoří pouze okrajovou část produkce populární kultury.

Někteří kritici populární kultury, jako například Ernest van den Haag, si jsou vědomi empirické neadekvátnosti argumentu nejnižšího společného jmenovatele a nahrazují jej argumentem průměrného vkusu (Van den Haag 1957: 510). Tento argument se opírá o poznatek, že nejvyšší prodejnost děl masové kultury lze dosáhnout tehdy, když se jejich výrobci budou řídit vkusem průměrného člověka. Díla populární kultury musí být podle zastánců tohoto argumentu po formální i obsahové stránce nevyhraněná a neosobní, protože jen tak dokážou zaujmout největší počet recipientů. Umělecké dílo, které by vyjadřovalo originální umělecký záměr, by totiž většinu spotřebitelů odradilo. Výsledným výrobkem kulturního průmyslu je proto neosobní a standardizované dílo masového umění. Právě umění se naopak vyznačuje tím, že nepodléhá komerčním požadavkům, a je proto nositelem individuálního uměleckého výrazu.

Klíčovým předpokladem výše uvedeného argumentu je tvrzení, že to, co je určeno širokému publiku, nemůže být zároveň nositelem osobitého uměleckého výrazu. Obhájci populárního umění nicméně poukazují na to, že v rámci populárního umění lze nalézt mnoho příkladů, které toto tvrzení zpochybňují. Například filmy Tima Burtona se staly kasovními trháky, přestože se vyznačují neobvyklým a bizarním stylem svého tvůrce. Mezi populární a komerčně úspěšné umělce patří islandská zpěvačka Björk s nezaměnitelným a extravagantním pěveckým projevem. Ani z formálně logického hlediska není zřejmé, proč by dílo s osobitým a neobvyklým uměleckým výrazem nemohlo být předmětem zájmu a recepce širokého publika. Je-li něco originální či neobvyklé, pak to ještě neznamená, že je to pro většinu lidí také nepochopitelné a nezajímavé. Zdá se, že falešný rozpor mezi snahou zaujmout masové publikum a osobitým uměleckým výrazem je pozůstatkem mylné romantické představy uměleckého génia, který tvoří v sociální izolaci a opovrhuje hodnotami společnosti. Umělečtí tvůrci jsou však naopak součástí publika, pro něž tvoří. Mají s ním společné potřeby a sdílejí s ním společné hodnoty a názory. V takovém případě není osobitý záměr umělce v žádném rozporu se záměrem zaujmout dané publikum.

Další chybou argumentu je zkreslená představa o recipientech populárního umění. Ti jsou v něm prezentováni jako nerozlišený celek, tj. jako jedinci, kteří se neliší svými kulturními preferencemi, hodnotami a zájmy. Kritici populární kultury zvolili pro tento jednolitý útvar označení „masa“ nebo „masové publikum“ (Macdonald 1957: 69). Představa o masovém publiku či představa o publiku s průměrným vkusem je ovšem statistickou konstrukcí, které ve skutečnosti nic neodpovídá. Průměrný vkus je pracovní fikcí výrobců populárního umění. Recipienty populárního umění lze ve skutečnosti rozdělit například z hlediska jejich sociálního a etnického původu nebo z hlediska dosaženého vzdělání do různých skupin, jejichž příslušníci se vyznačují specifickým vkusem. Tyto skupiny se pak často vymykají představě průměrného vkusu a zároveň jsou dostatečně početné na to, aby se mohly stát zárukou hromadné výroby, distribuce a prodeje pří-

slušných uměleckých děl. Richard Shusterman v této souvislosti poukazuje na příklad rapových písní, které se sice protiví obecné představě o tom, co je společensky přijatelné (jsou vytvářeny neobvyklou technikou scratchování, jsou protiamerické, jejich tématem je často sex a násilí a obsahují slangovou afroamerickou angličtinu), ale dosáhly vysokého stupně popularity (nejen) u mladých Afroameričanů (Shusterman 2003: 313–367).

Změna perspektivy zkoumání

Uvedené pokusy o zdůvodnění estetického rozdílu mezi oběma typy umění ztroskotaly. Z této skutečnosti samozřejmě nelze vyvodit logický závěr o neexistenci estetického kritéria zkoumaného rozlišení. Vše ovšem tomuto závěru nasvědčuje. Zásadní problém estetického hierarchismu spočívá v tom, že je v rozporu se zkušeností recipientů populárního umění. Díla populárního umění představují v dnešní době pro mnohé z nás zdroj estetického potěšení. Pozice estetického hierarchismu trpí často také některými metodologickými nedostatky. Příčinou neoprávněné kritiky estetické hodnoty populárního umění je v mnoha případech neinformovanost kritiků o jeho četných formách a žánrech. Dalším častým pochybením kritiků je podceňování schopnosti publika populárního umění kriticky se distancovat od jeho obsahu. Četné sociologické výzkumy ukázaly, že reakce publika při recepci díla populárního umění (ironie, smích, skepse, výsměch atd.) jsou mnohdy v rozporu s reakcemi, které zamýšleli jejich výrobci (Fiske 1989). Úvahy zastánců estetického hierarchismu navíc často podléhají zkreslujícímu stereotypu, podle kterého se o populárním umění uvažuje z hlediska jeho průměrných děl, zatímco o vysokém umění se uvažuje z hlediska kanonických děl, která byla vytvořena slavnými a uznávanými umělci. Přitom zůstává nepovšimnuto, že mezi díly vysokého umění existuje celá řada esteticky nepovedených a průměrných obrazů či hudebních skladeb, a naopak mezi díly populárního umění existují také esteticky hodnotná umělecká díla, jakými jsou například komiksy Franka Millera či hudební skladby Madonny.

Kritika jednotlivých pokusů o zdůvodnění estetického rozdílu mezi vysokým a populárním uměním vedla některé badatele k tomu, aby přehodnotili perspektivu zkoumání. Tuto změnu perspektivy si můžeme názorně ukázat na příkladu, který ve svém eseji uvádí Abraham Kaplan. Ten přirovnává vztah mezi vysokým a populárním uměním ke vztahu mezi šampaňským a pivem: „Svůj čas a místo má dokonce i populární umění. Šampaňské a koňak značky Napoleon jsou nepochybně nejlepšími nápoji; nicméně v neděli odpoledne na baseballovém stadionu si rádi dáme kolu nebo možná sklenici piva“ (Kaplan 1966: 364). Podle Kaplana je vysoké umění z estetického hlediska lepším uměním než umění populární, podobně jako je šampaňské lepším nápojem než pivo. Populární umění má ovšem podle něj podobně jako pivo v lidském životě své nezastupitelné místo. Slouží totiž lidské potřebě odreagovat se po náročném pracovním dni u nenáročné

zábavy. Je však Kaplanovo přirovnání přesvědčivé? Jeho přirovnání implikuje představu, že rozdíl mezi díly vysokého a populárního umění spočívá v odlišných estetických vlastnostech, podobně jako hodnotový rozdíl mezi šampaňským a pivem spočívá v jejich odlišných kvalitách. Oba nápoje se bezpochyby liší svou chutí, složením, vůní, barvou atd. Znamená to však, že šampaňské je skutečně lepším nápojem než pivo? Ve společnosti panuje intuitivní představa, že šampaňské je kvalitnějším nápojem, a proto je také na rozdíl od piva obvykle konzumováno při slavnostních příležitostech. Nyní ovšem vyvstává otázka, zda je šampaňské konzumováno při slavnostních příležitostech, protože je kvalitnějším nápojem, anebo je pokládáno za kvalitnější nápoj, protože je konzumováno při slavnostních příležitostech. Není intuitivní domněnka o lepší kvalitě šampaňského ovlivněna právě sociálním kontextem, ve kterém je daný nápoj konzumován? Historické zkoumání způsobu, jakým byly dané nápoje konzumovány, by možná ukázalo, že hodnotový rozdíl mezi oběma nápoji je odvozen z hodnoty sociálního prostředí, ve kterém jsou konzumovány. Perspektivu zkoumání smyslu vnímatelných vlastností je třeba v takovém případě nahradit perspektivou sociologickou.

Podobným způsobem přistupují k problému vysokého a populárního umění sociologové. Vycházejí přitom z přesvědčení, že nikomu se doposud nepodařilo prokázat, že existují estetické vlastnosti, na jejichž základě by bylo možné zdůvodnit esenciální rozdíl mezi oběma typy umění. Přestože ovšem nelze obhájit rozdíl mezi vysokým a populárním uměním na základě estetických kritérií, musí podle nich existovat nějaké vysvětlení, proč dané rozlišení užíváme. Sociologové se domnívají, že odpověď na tuto otázku je třeba hledat v oblasti relačních vlastností, které náležejí uměleckým dílům na základě jejich vztahu k sociálnímu kontextu, ve kterém se nacházejí.

Historický vznik rozdílu mezi vysokým a populárním uměním

Na tendenci k vytváření a posilování sociálních rozdílů prostřednictvím kulturních rozdílů v americké společnosti upozornil již v roce 1899 americký sociolog norského původu Thorstein Veblen ve své knize *Teorie záhlavní třídy* (1999). Podle Veblena se v ustálených a komplexních společnostech dříve nebo později rozvinou strategie, jejichž prostřednictvím se vyšší společenské třídy chtějí odlišit od těch ostatních. Jednou z těchto diferenciacních strategií je okázalá spotřeba, která poukazuje na ekonomickou nezávislost, a tudíž na vysoké společenské postavení. Veblen uvádí příklad ručně vyrobené stříbrné lžičky, která je ve společnosti pokládána za hodnotnější předmět než mechanicky vyrobená hliníková lžička. Příčinou této skutečnosti není podle něj ovšem to, že by stříbrná lžička byla na pohled krásnější než ta hliníková, nýbrž to, že je vzácnější. Druhým důvodem relativně vysoké hodnoty stříbrné lžičky je skutečnost, že je vzhledem ke svému primárnímu účelu méně užitečná než hliníková lžička. Tento zdánlivý paradox lze vysvětlit prostřednictvím sociální funkce. Svou praktickou neúčinností se totiž stříbrná lžička stává sociálně užitečná. Podle Veblena si vyšší společenské třídy krásné předměty

či umělecká díla nepořizují jen kvůli jejich smyslové kráse, nýbrž především kvůli jejich vzácnosti, originalitě a vysoké společenské prestiži (Veblen 1999: 103).

Tendence k posilování sociálních rozdílů skrze rozdíly kulturní se stala hnacím motorem pro vytvoření rozdílu mezi vysokým a populárním uměním v Americe druhé poloviny devatenáctého století. Historickými a sociálními příčinami vzniku této kulturní hierarchie se zabýval americký historik kultury Lawrence Levine ve své knize *Highbrow/Lowbrow. The Emergence of Cultural Hierarchy in America* (1988). Levine ukazuje, že před druhou polovinou devatenáctého století neexistovala v Americe hierarchická koncepce kultury. Vysoká kultura podle něj vznikla teprve v druhé polovině devatenáctého století vyčleněním vybraných uměleckých děl a žánrů z populární kultury, která byla do té doby společná všem sociálním vrstvám a široce oblíbená. Tuto kulturní transformaci děl populárního umění v díla vysokého umění sleduje Levine na příkladu Shakespeareových her. Zatímco dnes jsou Shakespeareovy divadelní hry v anglicky mluvících zemích součástí povinné školní výuky a jsou obecně pokládány za obtížně pochopitelné a nudné příklady vysokého umění, v Americe první poloviny devatenáctého století byly součástí lidové zábavy, jež měla podobu melodramatických divadelních představení ve stylu vaudevillů, která navštěvovalo heterogenní publikum s odlišným sociálně ekonomickým postavením.

Změna ve vnímání Shakespeareových her v Americe nastala podle Levina v druhé polovině devatenáctého století. Shakespeareovy hry přestaly být postupně vnímány jako součást lidové zábavy určené všem sociálním vrstvám a staly se chráněným vlastnictvím intelektuální a ekonomické elity. Levine upozorňuje na to, že Shakespeareovy hry se v druhé polovině devatenáctého století jednoduše nestaly nepopulárními, nýbrž byly nepopulárními záměrně učiněny. Kulturní transformace Shakespeareových her probíhala podle něj na dvou základních úrovních. Za prvé došlo k transformaci divadla jako veřejné kulturní instituce. Shakespeareovy hry byly odděleny od každodenní lidové zábavy a začaly být hrány samostatně v divadlech, která navštěvovali převážně příslušníci střední nebo vyšší třídy. A za druhé došlo ke změně recepce Shakespeareových her. Vznikly zájmové kroužky Shakespeareových vyznavačů, kteří se domnívali, že nejlepším způsobem recepce jeho děl je tichá četba v osamění a že jejich pochopení vyžaduje kvalifikované vzdělání, které nabízely vzdělávací instituce. Shakespeareova díla přestala proto sloužit zábavě a stala se prostředkem ke vzdělání a kultivaci vkusu. Za správný způsob jejich recepce začal být pokládán disciplinovaný postoj vyznačující se úctou a vážností (Levine 1988: 229).

Změna kulturní hodnoty Shakespeareových her nebyla v Americe druhé poloviny devatenáctého století podle Levina ojedinělým jevem. Podobný proces kulturní transformace postihl také operu, symfonickou hudbu, výtvarné umění a literaturu. Například galerie přestaly v druhé polovině devatenáctého století sloužit k uchovávání eklektických sbírek obsahujících kromě uměleckých děl také historické nálezy či přírodovědecké exponáty a staly se speciálním prostorem určeným výhradně pro vystavení děl vysokého umění. Určujícím faktorem pro výběr přechovávaných knih ve veřejných knihovnách se

stala estetická a vzdělávací funkce, která nahradila funkci zábavy. Pro uvádění operních skladeb vznikly v polovině devatenáctého století speciální budovy, tzv. „operní domy“, ve kterých začaly být uváděny operní skladby v originálním cizím jazyce a podmínkou pro návštěvu operního domu se kromě vhodného oblečení staly rovněž vybrané způsoby chování. Uvedené příklady kulturní transformace uměleckých děl a žánrů jsou podle Levina součástí širšího a obecnějšího procesu vzniku hierarchického pojmu kultury, tj. vzniku rozlišení mezi vysokou a pokleslou kulturou. Zdůraznění kulturní hodnoty vybraných uměleckých děl a žánrů vedlo nejen ke vzniku pojmu vysokého umění, nýbrž také k estetické kritice zbývajících děl, která nebyla zařazena do kánonu vysoké kultury. Důsledkem byl vznik pojmu populárního umění ve významu artefaktů a činností s pochybnou estetickou hodnotou.

Ke vzniku rozlišení mezi populárním a vysokým uměním přispělo také modernistické hnutí „umění pro umění“, které se zformovalo jako důsledek opoziční reakce evropských umělců na radikální sociální a ekonomické změny (úpadek aristokracie, vzestup měšťanstva, technický pokrok, dominance ekonomické hodnoty a rozvoj trhu) v Evropě v průběhu devatenáctého století. Modernističtí umělci odmítli spojovat umělecký úspěch s komerčním úspěchem, který vyžadoval přizpůsobení se požadavkům většího publika, vyznačujícího se „nízkými“ estetickými nároky. Uzavřeli se do vlastního světa umění a za jedinou legitimní motivaci své tvorby pokládali samotné umění. Cílem stoupenců modernismu bylo vytvoření čistého umění, které má účel v sobě samém a rezignuje na plnění jakýchkoli praktických potřeb a společenských zájmů. Tento záměr mohl být dosažen pouze za předpokladu, že byla v prvé řadě potlačena zobrazovací funkce uměleckých děl. Umělci přestali zobrazovat okolní svět a začali se věnovat experimentování s prostorem, povrchem, barvami, tvary a zvuky. Výsledkem koncepce „umění pro umění“ byl vznik formalistického a ezoterického umění, které se stalo pro většinu lidí nesrozumitelné. Umění se tak poprvé ve svých dějinách odcizilo svému publiku. Ortega y Gasset (1994: 20–21) charakterizoval tuto tendenci modernistického umění jako „dehumanizaci“. Potřebám široké populace naopak vyšli vstříc tvůrci nových uměleckých druhů a žánrů. V důsledku těchto změn došlo k rozštěpení uměleckého světa. Na ztrátu výsadního společenského postavení zareagovali umělci devatenáctého století zdůrazněním estetické hodnoty vlastní tvorby. Zatímco svou tvorbu začali označovat výrazem „vysoké umění“, druhý typ umění se pro ně stal „populárním uměním“.

Vývoj ve světě umění nahrál do karet společenské elitě a movité střední třídě. Formalistické umění, které se vyhýbalo politickým, morálním a ekonomickým problémům, neohrožovalo totiž materiální zájmy vyšších společenských vrstev. Společenská elita společně se střední třídou se proto zasadila prostřednictvím vzdělávacích a uměleckých institucí o prosazení apolitického a amorálního umění pro umění jako jediného legitimního umění (DiMaggio 1991). Hierarchická koncepce kultury vznikla tudíž jako důsledek kulturní politiky sociálních elit, jejichž záměrem bylo prostřednictvím kulturního předejdu upevnit své výsadní společenské postavení (Novitz 1989 [zde na straně 229–246]).

Sociální funkce rozdílu mezi vysokým a populárním uměním

Jestliže jedno a totéž dílo, jako například Shakespearova divadelní hra, může být v jedné době vnímáno jako dílo lidové (populární) zábavy a v jiné době jako součást vysoké kultury, pak rozdíl mezi vysokou a populární kulturou musí být sociální konstrukcí, která nemá základ v samotných vlastnostech uměleckých děl, nýbrž ve způsobu, jak je s těmito díly zacházeno. Nepřístupnost a složitost děl vysokého umění není proto jejich inherentní vlastností, nýbrž je závislá na vzorci chování, který reguluje jejich recepci.

Podle francouzského sociologa Pierra Bourdieua kulturní hierarchie slouží jako nástroj k udržení a ospravedlnění sociální hierarchie. Populární a vysoké umění z estetického hlediska neexistuje. Existují pouze objekty, které slouží k posílení sociálních rozdílů a identit v průmyslové západní společnosti. Recipienti „esteticky hodnotnějšího“ vysokého umění jsou pokládáni za nadřazené těm, kdo se ve svém volném čase věnují spotřebě „esteticky pokleslého“ umění. Vysoké umění propůjčuje na základě připsané pozitivní estetické hodnoty svému publiku, které je tvořeno převážně příslušníky vyšších společenských tříd, vlastnosti kultivovanosti a dobrého vkusu. Dobrý vkus a estetické cítění jsou přitom vydávány za vrozené schopnosti, které opravňují jejich nositele k výsadnímu společenskému postavení. Jinými slovy řečeno, odlišná kulturní spotřeba je nejen výrazem sociálních odlišností, ale také prostředkem k jejich reprodukci.

Své teoretické závěry Bourdieu opřel o rozsáhlý empirický výzkum, ve kterém v šedesátých a sedmdesátých letech minulého století zjišťoval kulturní preference a životní styl jednotlivých respondentů ve Francii. Výsledky svého výzkumu předložil v obsáhlé knize *Distinction* (Bourdieu 1984). Podle Bourdieua se životní styl a kulturní preference respondentů liší vzhledem k jejich třídnímu postavení, které je určeno celkovým objemem a podílem jejich ekonomického a kulturního kapitálu. Ekonomickým kapitálem Bourdieu označuje peníze a majetek. Kulturní kapitál pak podle něj zahrnuje symbolickou kompetenci, vkus, kulturní zboží, institucionálně udělené kvalifikace a tituly. Bourdieu kromě ekonomického a kulturního kapitálu rozlišuje také sociální a symbolický kapitál. Sociální kapitál zahrnuje možnosti, které náležejí určitému jedinci na základě členství ve skupině nebo na základě formálních vztahů či známostí s ostatními jedinci. Symbolickým kapitálem označuje pak Bourdieu takový druh kapitálu, který se ve společnosti stal legitimním, a jeho vlastníkově se proto dostává společenského uznání.

Bourdieu na základě empirických výzkumů zjistil, že příslušníci buržoazie s vysokým objemem kulturního a ekonomického kapitálu upřednostňují kulturní objekty, které vyjadřují distanci od praktického života, tj. jsou stylizované, abstraktní, víceznačné a neplní žádnou utilitární či etickou funkci. Distance od materiálních potřeb podle Bourdieua rovněž umožnila u buržoazie rozvoj estetické dispozice, tj. schopnosti vnímat a hodnotit předměty bez ohledu na jejich praktickou či etickou funkci pouze na základě

jejich formálních vlastností. Příslušníci pracující třídy (rolníci a dělníci) dávají naopak přednost přirozeným, funkčním, neformalizovaným, realistickým a jednoznačným objektům kulturní spotřeby. Nedostatek estetické kompetence nahrazují podle Bourdieua (1984: 44) běžnými etickými a praktickými soudy.

Bourdieu ovšem nezajímala pouze odpověď na otázku, kdo upřednostňuje jakou kulturu. Ve svém díle si položil rovněž otázku, jakému účelu kulturní spotřeba slouží. Podle Bourdieua jsou odlišné způsoby spotřeby kulturních artefaktů spojeny s bojem o sociální moc. Bourdieu vychází z předpokladu, že pro všechny společnosti je charakteristický boj mezi třídami či třídními frakcemi o co nejvyšší zisk kapitálu. Sociální boj probíhá podle něj v rozmanitých oblastech, ve kterých se nacházejí specifické zdroje a kapitál. Tyto oblasti nazývá Bourdieu termínem „pole“, kterým označuje celek zahrnující aktéry a instituce s jejich vzájemnými vztahy. Mezi tato pole patří například ekonomické a kulturní pole. Jednání ve vlastním zájmu, tj. úsilí o maximální zisk, není podle Bourdieua charakteristické pouze pro jednání v ekonomickém poli, nýbrž také pro jednání v kulturním poli, tj. pro výrobu a spotřebu kulturních artefaktů. V kulturním poli aktéři soupeří o zisk kulturních statků a činností, které jsou ve společnosti symbolicky oceňovány. Kulturní pole je tudíž hierarchicky uspořádáno, a to podle množství získaného kulturního kapitálu. Vládnoucí třída dokázala podle Bourdieua prosadit v kulturním poli prostřednictvím tzv. „symbolického násilí“ svůj vkus a životní styl jako legitimní měřítko kultivovanosti. Kulturní kapitál vládnoucí třídy se proto stává symbolickým kapitálem, který svým vlastníkům přináší sociální kapitál a propůjčuje jim status nadřazenosti nad ostatními jedinci. Legitimní vkus buržoazie je přitom podle Bourdieua definován ve vztahu ke vkusu pracující třídy, který je vůči němu vymezován negativně, tj. jsou mu přiřazeny pejorativní nálepky jako „vulgární“, „populární“, „nekultivovaný“, „barbarský“ atd. Podle Bourdieua tak dochází k rozpadu kulturního pole na legitimní (tj. vysokou) a populární kulturu. Esenciálním určením rozdílu mezi vysokou a populární kulturou je podle Bourdieua posílení a legitimizace již existujících rozdílů mezi sociálními třídami. Legitimní vkus buržoazie je totiž prezentován jako vrozená schopnost a nadání, které svědčí o výjimečnosti jejich příslušníků, a ospravedlňuje proto jejich výsadní sociální postavení (Bourdieu 1984: 68).

Předěl mezi vysokým a populárním uměním se ve světle Bourdieuových empirických a teoretických poznatků ukazuje jako jeden z projevů třídního boje o společenské postavení vedeného prostřednictvím kultury. Vznik kulturního předělu na základě vytváření kánonu klasických děl a tvorby modernistických uměleckých děl byl způsoben snahou sociální elity o odlišení od ostatních, níže postavených společenských tříd, které nedisponovaly potřebným kulturním kapitálem. Sociální elita se při výběru děl vysokého umění řídila vlastnostmi, které zaručují jejich diferenační funkci, tj. vylučují z recepcce příslušníky níže postavených společenských tříd. Díla vysokého umění se proto vyznačují experimentováním s formálními vlastnostmi, jejichž adekvátní vnímání a hodnocení předpokládá jednak distanci od obsahu a jednak srovnání s formami předchozích umě-

leckých děl, tj. znalost dějin umění. Forma děl populárního umění je naopak podřízena jejich funkci spočívající „v potvrzení souvislosti mezi uměním a životem“, tj. ve snadné kognitivní a emocionální identifikaci recipienta s dílem (Bourdieu 1984: 4).

Kritika platnosti Bourdieuovy teorie: model převrácené pyramidy

Bourdieuova empirická zjištění týkající se kulturní spotřeby pocházejí z výzkumu, který byl proveden ve Francii v šedesátých a sedmdesátých letech. Sám Bourdieu (1984: xi–xii) považuje závěry, které z nich vyvozuje, za platné i mimo rámec francouzské společnosti. To samozřejmě vyvolává otázku týkající se obecné platnosti Bourdieuova tvrzení. Současní američtí sociologové, jako například Richard Peterson (1992) nebo Paul DiMaggio a Michael Useem (1978), dospěli na základě vlastních empirických výzkumů k odlišným závěrům. Rozlišení mezi vysokou a populární kulturou podle nich dnes již neodpovídá rozlišení mezi sociálními třídami. Hierarchie vkusu v současné době již nekoresponduje se sociální hierarchií. Zmínění badatelé dospěli na základě výzkumu vztahu mezi sociálním postavením a kulturními aktivitami jedince ke zjištění, že vykonávaný druh kulturní aktivity není v současné americké společnosti spolehlivým ukazatelem společenského postavení. Lidé s vysokým společenským postavením se totiž již nevěnují výhradně spotřebě vysoké kultury, jejich kulturní aktivity zahrnují i ty, které byly dříve pokládány za součást „masové kultury“. Uvedená statistická zjištění nicméně neznamenají, že kulturní aktivity přestaly fungovat jako ukazatel společenského postavení. Aní z nich nelze vyvodit závěr, že v americké společnosti vymizely společenské rozdíly. Pouze se změnil způsob, jakým jsou prostřednictvím kultury udržovány. Richard Peterson (1992: 254) spatřuje rozdíl mezi příslušníky vyšší a nižší společenské vrstvy v množství vykonávaných kulturních aktivit. Jako model kulturní spotřeby hierarchicky uspořádaných společenských tříd byl proto navržen obraz obrácené pyramidy, jejíž základna představuje široký kulturní zájem vyšších společenských tříd (tzv. „kulturní všežrouti“), zatímco její hrot představuje omezený a zúžený kulturní zájem nižších společenských tříd (tzv. „vyhranění“). Model převrácené pyramidy zachycuje změnu v kulturních preferencích. Zatímco příslušníci vyšších společenských tříd se dříve věnovali výhradně spotřebě vysoké kultury a vyhýbali se spotřebě populární kultury, v dnešní době se na rozdíl od níže postavených společenských tříd věnují většímu počtu kulturních aktivit, které náležejí jak do oblasti vysoké, tak i populární kultury. Závěry sociologických výzkumů o rostoucí oblibě populární kultury mezi skupinami s vysokým sociálním postavením v USA byly později potvrzeny také výzkumy provedenými v Evropě (Van Eick 2001).

Závěrečné poznámky

Hierarchické rozlišení mezi vysokým a populárním uměním se zdá být z estetického hlediska neudržitelné. V sociálních a kulturních vědách je poukazováno na jeho historický původ v druhé polovině devatenáctého století a je zdůrazňována jeho sociální, přesněji řečeno stratifikační funkce. Dnes je hierarchický předěl mezi vysokým a populárním uměním již historickým přežitkem. Současné sociologické průzkumy kulturní spotřeby ve vyspělých průmyslových zemích ukazují, že jak populární, tak vysoká kultura nemohou v dnešní době sloužit jako spolehlivé ukazatele sociálního postavení svých spotřebitelů.

Zkoumání rozlišení mezi vysokým a populárním uměním dále ukázalo, že neexistuje žádný důvod, na jehož základě bychom mohli jedné žánrové kategorii (například opeře či psychologickému románu) přiřadit vyšší estetickou hodnotu než jiné žánrové kategorii (například rockové hudbě či sci-fi literatuře). Neexistuje tudíž ani žádný důvod, proč by odlišné kulturní preference různých sociálních skupin vzhledem k těmto žánrovým kategoriím měly být hierarchicky členěny na esteticky hodnotné a méně hodnotné. Hodnotovou hierarchii mezi kulturními kategoriemi nelze ospravedlnit hierarchií v sociální struktuře.

Znamená odmítnutí hierarchického rozlišení mezi vysokým a populárním uměním odmítnutí veškerých hierarchických dělení v oblasti produkce a recepce uměleckých děl? Tohoto unáhleného závěru se můžeme vyvarovat, pokud si uvědomíme, že naše estetické soudy se vztahují vždy k jednotlivým objektům našeho estetického vnímání a hodnocení. Zatímco tedy v rámci obecných kategorií kulturní produkce, jakými jsou například „opera“ či „rocková hudba“, musí platit princip hodnotové rovnosti, jednotlivá umělecká díla lze esteticky srovnávat a hodnotit v rámci společné kategorie. *Prázdniny pana Beana* lze srovnávat s filmem *Na hromnice o den více* v rámci společné kategorie komediálního filmu. Jinak řečeno, hodnotová rovnost v rámci kulturních kategorií neznamená hodnotovou rovnost mezi jednotlivými objekty, které spadají do těchto kategorií. Při estetickém hodnocení konkrétních děl lze totiž na rozdíl od obecných kulturních kategorií uvést intersubjektivně ověřitelné důvody, proč se domníváme, že jedno dílo je například esteticky lepší než to druhé.

Estetické zkoumání děl „populárního“ umění by se nyní mělo soustředit především na nepředpojatou analýzu žánrů, stylů a druhů populární kultury, tj. na stanovení (ne)standardních a proměnlivých vlastností děl příslušné kulturní kategorie, které mají vliv na výslednou estetickou hodnotu díla, a jejich znalost se může proto stát užitečným nástrojem umělecké kritiky (Walton 2003). Teoretický zájem věnovaný „populární kultuře“ může rovněž vést ke kritické reflexi a přehodnocení základních pojmových nástrojů tradiční (post)kantovské estetiky, jakými jsou například „bezzájmové zalíbení“, „svobodná hra představivosti a rozvažování“, „účelnost bez účelu“ (Immanuel Kant), „estetická kontemplace“ (Arthur Schopenhauer), „psychická distance“ (Edward Bullough) či

„bezdůvodnost“ (Stuart Hampshire). Ani jedna z těchto pojmových kategorií nemůže totiž sloužit jako nástroj k adekvátnímu popisu estetické zkušenosti posluchače autor-ského přednesu slam poetry či návštěvníka koncertu rockové hudby, zahrnující nejen poslech, ale také tělesné reakce, jako například zpěv či tanec.

Použitá literatura

- Adorno, Theodor W. – Horkheimer, Max (2009 [1944]) *Dialektika osvícenství. Filosofické fragmenty*. Praha: Oikoymenth.
- Bourdieu, Pierre (1984 [1979]) *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Carey, John (1992) *The Intellectuals and the Masses. Pride and Prejudice among the Literary Intelligentsia, 1880–1939*. London: Faber & Faber.
- Carroll, Noël (1992) „The Nature of Mass Art“, *Philosophic Exchange* (23): 5–37 [zde pod názvem „Podstata masového umění“, 247–275].
- Collingwood, Robin G. (1969) *The Principles of Art*. Oxford: Oxford University Press.
- Da Vinci, Leonardo (1994 [1651]) *Úvahy o maliřství*. Praha: Gryf.
- DiMaggio, Paul (1991) „Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston: The Creation of an Organizational Base for High Culture in America“, v Chandra Mukerji – Michael Schudson (eds.), *Rethinking Popular Culture. Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. Berkeley, CA: University of California Press.
- DiMaggio, Paul – Useem, Michael (1978) „Social Class and Arts Consumption: The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America“, *Theory and Society* 5 (2): 141–161.
- Fiske, John (1989) *Understanding Popular Culture*. London: Unwin Hyman.
- Gans, Herbert (1974) *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.
- Gombrich, Ernst Hans (1985 [1960]) *Umění a iluze*. Praha: Odeon.
- Greenberg, Clement (2000 [1939]) „Avangarda a kýč“, *Revue Labyrint* (7–8): 69–74.
- Heath, Joseph – Potter, Andrew (2004) *Nation of Rebels. Why Counterculture Became Consumer Culture*. New York: HarperCollins.
- Hume, David (2002 [1757]) „O normě vkusu“, *Aluze* 6 (2): 82–91.
- Kant, Immanuel (1975 [1790]) *Kritika soudnosti*. Praha: Odeon.
- Kaplan, Abraham (1966) „The Aesthetics of the Popular Arts“, *Journal of Aesthetics and Art Criticism* 24 (3): 351–364.
- Levine, Lawrence (1988) *Highbrow/Lowbrow. The Emergence of Cultural Hierarchy in America*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Macdonald, Dwight (1957) „A Theory of Mass Culture“, v Bernard Rosenberg – David Manning White (eds.), *Mass Culture. The Popular Arts in America*. New York: Free Press.
- Novitz, David (1989) „Ways of Artmaking: The High and the Popular in Art“, *British Journal of Aesthetics* 29 (3): 213–229 [zde pod názvem „Způsoby tvorby umění“, 229–246].
- Ortega y Gasset, José (1994 [1925]) „Dehumanizácia umenia“, v *Eseje o umení*. Bratislava: Archa.
- Peterson, Richard (1992) „Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore“, *Poetics* 21 (4): 243–258.
- Shusterman, Richard (2003 [1992]) *Estetika pragmatizmu. Krása a umenie života*. Bratislava: Kalligram.
- Van den Haag, Ernest (1957) „Of Happiness and of Dispair We Have No Measure“, v Bernard Rosenberg – David White (eds.), *Mass Culture. The Popular Arts in America*. New York: Free Press.

- Van Eick, Koen (2001) „Social Differentiation in Musical Taste Patterns“, *Social Forces* 79 (3): 1163–1184.
- Veblen, Thorstein (1999 [1899]) *Teorie záhlčivé třídy*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Walton, Kendall L. (2003 [1970]) „Kategorie umění“, ve Vlastimil Zuska (ed.), *Umění, krása, seredno. Texty z estetiky 20. století*. Praha: Karolinum.
- Wolff, Janet (1981) *The Social Production of Art*. London: Macmillan.
- Woodmansee, Martha (1994) *The Author, Art, and the Market. Rereading the History of Aesthetics*. New York: Columbia University Press.
- Zolberg, Veta (1990) *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge: Cambridge University Press.

Doporučená literatura

- Carroll, Noël (1998) *A Philosophy of Mass Art*. Oxford: Oxford University Press. (Obsáhlá kniha předního analytického estetika věnovaná filozofické rehabilitaci pojmu masového umění a rekonstrukci a kritické reflexi argumentů zpochybňujících nebo hájících estetickou hodnotu masového umění.)
- Harrington, Austin (2004) *Art and Social Theory. Sociological Arguments in Aesthetics*. Cambridge: Polity Press. (Čtivá a přehledná kniha zabývající se sociologií umění a jejím vztahem k estetice. Čtvrtá kapitola „Spotřeba a estetická autonomie“ je věnována otázce autonomie estetické hodnoty a její podmíněnosti sociálním kontextem.)
- Holt, Douglas (1998) „Does Cultural Capital Structure American Consumption?“, *Journal of Consumer Research* 25 (1): 1–25. (Obhajoba Bourdieuovy teorie kulturního rozdílu jako platného a užitečného analytického nástroje pro výzkum současné kulturní spotřeby ve Spojených státech amerických.)
- Janáček, Pavel (2004) *Literární brak. Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Brno: Host. (Původní česká práce literárního historika zabývající se strategiemi vytváření ideologického předělu mezi uměleckou a brakovou literaturou v Československu první poloviny dvacátého století.)
- Šafa, Jiří (2008) *Životní styl a sociální třídy. Vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu a spotřeby*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. (Autor se zabývá vztahem mezi sociálními třídami a kulturní spotřebou v České republice na základě sekundární analýzy dat sebraných při výzkumu životního stylu v roce 2004.)
- Zahrádka, Pavel (2009) *Vysoké versus populární umění*. Olomouc: Periplum. (Přehledová studie shrnující estetické a sociologické názory na podstatu rozlišení mezi vysokým a populárním uměním od druhé poloviny devatenáctého století až po současnost.)