

## Subkultura

Pojmem subkultura se označuje kultura minoritních skupin, které se odlišují od majoritní společnosti normami, hodnotami a životním stylem. Subkultura se vždy utváří kolem nějaké klíčové oblasti života (zaměstnání, volnočasové aktivity, sociálně-ekonomické postavení, etnicita, apod.), odvíjejí se od ní svérázné vzorce jednání jako jsou například inklinace nebo naopak odpor k verbální či fyzické agresivitě, zvláštní jazyk, způsob oblékání, koníčky a zájmy a charakter vztahů k okolí a hodnotám například výběr nepřítele, postoj k určitým politickým a sociálním jevům, vztah k přírodě, zaměstnání, práci jako takové, kultuře, právu, penězům, morálce, majetku, spotřebě, fyzické kráse, partnerské věrnosti v sexu nebo ke své vlastní rodině. Pokud se subkultura vymezuje proti majoritní kultuře a společnosti jedná se o tzv. kontrakulturu (např subkultura punk).

Samotný pojem je celkem “mladý“. Vznikl teprve ve čtyřicátých letech 20. století a jeho největšími propagátory byli teoretici Chicagské školy (kupříkladu americký sociolog a odborník na problematiku kulturní asimilace Milton Gordon), kteří se v rámci svého primárního studia města, prostředí a deviací zaměřili od dvacátých let 20. století na různé komunity prostitutek, bohémů, vagabundů, nezaměstnaných, tuláků nebo třeba narkomanů reprezentujících jinou než většinovou kulturu. Pojem subkultura tehdy označoval zejména skupiny, které byly mimo hlavní proud a vůči většinové společnosti byly “divné“.

Subkultury mládeže takové, jaké je známe dnes, se začaly objevovat až po druhé světové válce, kdy si i rodiče z nižších sociálních vrstev mohli dovolit dávat svým dětem kapesné a umožnit jim tak kupovat si jejich vlastní věci, kterými se od nich mohly odlišovat.

### Alternativní subkultury

Velkého zájmu lidí o určité subkultury si všimli obchodníci, kteří v prodeji “subkulturního kapitálu“, neboli předmětů a oblečení spojených s určitou subkulturou, viděli rychlý a snadný výdělek. Mnohé subkultury si ale naopak zakládají na jejich nezávislosti na trhu a systému obecně. Je tedy možné, aby v dnešní době existoval třeba punk, nejtypičtější příklad kontrakultury, jako takový, pokud si jeho příslušníci mohou koupit krásné nové roztrhané kalhoty v nadnárodním řetězci obchodních domů?

Další věc, která odporuje podstatě subkultury a stala se běžnou záležitostí je její “znormálnízování“. V dnešní době není problém vidět na populární televizní stanici například rádobu hardcoreovou kapelu (hardcore je další z typických příkladů kontrakultury), která ovšem se samotnou subkulturou kromě stylu vyjádření nemá nic společného. Obchodníci díky takovýmto praktikám prodávají zboží určené pro subkultury (i když většinou upravené na společensky únosnou míru) a jejich zákazníci ho vesele kupují, aniž by o pravém významu jejich symboliky měli tušení.

Samotné subkultury tuto skutečnost prostě ignorují. Stále jsou uzavřeny samy do sebe a svoji nezávislost na okolním světě si udržují. Přesto, že jejich řady díky jejich komercializaci značně prořídly, stále drží své tradice a rituály, i když i ony se začaly vyvíjet.

Například již zmiňovaný punk vznikl spíše jako vizuální protest bez hlubšího významu. Byl naprosto apolitický a jediným smyslem bylo šokovat většinovou společnost nepříliš přitažlivou a na odiv vystavovanou odlišností. V dnešní době se však příznivci této kontrakultury aktivně zajímají o dění ve světě a pokud se jim něco nelíbí, pořádají protestní akce všeho typu – koncerty, demonstrace či happeningy. Snahu distancovat se od společnosti projevují lidé z punkové subkultury přístupem DIY (do it yourself, neboli udělej si sám). Znamená to, že se akce v drtivé většině případů pořádají bez jakékoliv podpory státu či místních samospráv, členové si pomáhají navzájem a funguje tu poměrně silná soudržnost a solidarita.

Obchody s „pravým“ subkulturním kapitálem, tedy se zbožím, které není masově vyrobeno za účelem co největšího zisku, jsou také zvláštní sortou. Hudbu a oblečení s motivy hudebních skupin prodávají samy kapely, které si také individuálně zajišťují jejich výrobu a další distribuci.

Zboží lze nakoupit nejčastěji přímo na akcích či přes internet a peníze se bez jakéhokoliv zprostředkovatele dostanou okamžitě k prodejci. Ti tak mohou rychle pokrýt výdaje, které s výrobou zboží měli a na výrobcích nevydělává nikdo jiný. Existuje také několik kamenných obchodů, které většinou vlastní lidé k subkultuře se hrdě hlásící. Kromě prodeje zboží tyto obchody často fungují jako styčné body komunikace ostatních lidí ze subkultury a jejich majitelé často sami pořádají akce podporované vydělanými penězi.

Jako nejméně závislá subkultura by se dalo označit freetekno. Kromě hudby k němu patří i specifická grafika, světelné efekty na akcích, žongléři, fireshow či například videoprojekce. Koncerty a akce většinou pořádají takzvané soundsystémy, které většinou tvoří uskupení několika lidí. Ti se vlastní zvukovou aparaturu, prostředky pro její přepravu, obstarávají obcerstvení a podobně. Mezi členy soundsystému obvykle patří DJ, který produkuje hudbu, lidé obstarávající grafickou část koncertů či hlavní pořadatel, který se stará o bezproblémový chod celé akce. Mezi nejčastější akce patří takzvané free parties, které pořádají jednotlivé soundsystémy přímo pod širým nebem nebo v alternativních klubech či opuštěných budovách. Tyto akce se často potýkají s problémy s policií, protože jsou málokdy oficiálně nahlášené a domluvené s majiteli pozemku. Lidé z této subkultury však obvykle své parties pořádají daleko od obydlených míst a před odjezdem po sobě místo konání uklidí.

Subkultury se staly neodmyslitelnou součástí světa a ovlivňují spoustu věcí okolo nás. Jejich existence je ovšem ohrožena jejich kriminalizací, komercializací a často i nevhodnou medializací. Autor sám ovšem věří, že subkultury mohou přežít dalších padesát let.