

Co je v kultuře hodnotné?

Nad knihou Pravidla vkusu



„Po kalíšku dáme, pak si zazpíváme.“ Autorům se bohužel nedaří tematizovat roli kultury v kontextu kulturních válek. Foto Ondřej Daniel

Publikace autorského kolektivu Ondřeje Špačka, Marie Heřmanové, Michala Lehečky a Ludmily Władyniak přináší popularizační pohled na mechanismy utváření vkusu a na roli, již různé kulturní fenomény sehrávají při tvorbě rozmanitých společenských hranic.

ONDŘEJ DANIEL

Autorstvo knihy *Pravidla vkusu* se opírá o kulturní sociologii a konkrétně o dlouhodobý výzkum, který ve francouzské společnosti šedesátých let provedl Pierre Bourdieu se svým týmem. Jeho klíčová práce *La Distinction. Critique sociale du jugement* (Rozdílnost. Sociální kritika vkusu, 1979), shrnující výsledky výzkumu do teorie o jemných distinkcích, je stále inspirativní pro ty, kdo tvrdí, že rozdíly ve společnosti pozdního kapitalismu jsou daleko více určovány spotřebou než vlastní pozicionalitou v systému produkce, chtěli, třídní příslušností. Konzumace je zde chápána jako určující pro společnost poznamenanou rapidním nárůstem spotřebitelských vzorců a marketingu sloužícího komodifikaci v podstatě jakéhokoli produktu, pro nějž je možné vytvořit poptávku, a tím pádem i spotřebitele či celou cílovou skupinu. K ohraničení těchto skupin konzumentů slouží právě vkus, který napomáhá tvorbě hodnoty, respektive ceny, a je vymezen i negativně, tedy nechutí ke kulturním artefaktům a praxím skupin, které chápeme jako nekompatibilní s tou naší.

Když dva dělají totéž

Publikace *Pravidla vkusu* je přesvědčivá v tom, že se jí daří vztahovat výsledky výzkumů autorského týmu nejen k poznatkům teoretiků jako Bourdieu, Tony Bennett nebo Mike Savage, ale také k domácím výzkumům o roli školství v sociální reprodukci, teorii kreativní třídy, gentifikaci a řadě dalších konceptů, v nichž se kultura v nejširším slova smyslu dostává do přímých vztahů ke společnosti.

Autorskému kolektivu se navíc na množství příkladů daří srozumitelně vysvětlit i odtažitě teorie. Některé až karikaturní příklady (nechybí zpěv Pepy Vojtky nebo produkce Zdeňka Trošky) vyznívají úsměvně, jiné se zdají trochu přitažené za vlasy, podstatné ovšem je, že i laik pravděpodobně pochopí, co se mu kniha snaží sdělit. Řada z nich nám navíc umožňuje nahlédnout do vlastního kulturního registru i na pozicionalitu autorského kolektivu.

Knihy je silná v parafrázích zahraničních výzkumů. Zmiňuje tak například horolezectví ve Skotsku na počátku 20. století jako specifickou třídní praxi aristokracie a buržoazie. Jejich příslušníci mohli díky své zajištěnosti trávit volný čas výšlapem po romantické krajině a zdoláváním nehostinných štítů a současně pak díky svému vzdělání stanovit význam tohoto sportu pro širší veřejnost. Když se horolezectví rozšířilo mezi další třídy, horolezci dělnického původu do něj vnesli nové významy, jako soutěživost nebo technickou zdatnost.

Braník na náplavce

Snaha aplikovat metodologii výzkumu Pierra Bourdieua mimo kontext relativně stabilní Francie šedesátých let si vysloužila kritiku nejen ve specifickém kontextu českého post-socialismu. Význam řady kulturních artefaktů se totiž vyvíjí v čase. Produkty typu kostkovaných šál Burberry nebo sněhobílých tenisových úpletů Lacoste, původně vyhrazených pro příslušníky vyšších vrstev, si například přisvojila kultura ulice. Naopak ironické fotografie s plechovkou braníku na pražské náplavce, které zdobí nejen jeden instagram, by si marketingové oddělení smíchovského pivovaru, cílící na pověst nejlacinější pивní značky, představilo asi jen v divokých snech.

Prezentaci vlastního výzkumu situování různých artefaktů do kulturního pole bohužel lehce nabourávají nejednoznačnosti v jejich kvalitativní klasifikaci. Není například zřejmé, co mají tazatelé na mysli, když mluví o „hospodě“. Z dalších kapitol knihy totiž víme, že i zaplivané nádražky mohou být místem zábavy nejširších vrstev populace. Obdobně nákupní centra navštěvuje (možná

s výjimkou nejstarších obyvatel těch nejizolovanějších oblastí) snad už každý a vztahovat se k nim jednoznačně pozitivně nebo naopak negativně nemůže snad nikdo.

A kulturní války?

Důležitá část *Pravidel vkusu* je věnována školství a jeho úloze v reprodukci specifických kulturně založených referencí. Autorský kolektiv zde poukazuje na hojně medializovanou snahu televize Prima vykoupat prezidentského kandidáta v neznalosti základních literárních referencí a upozorňuje, že naše představa o literárním kánonu je silně historizující a nacionalisticky podmíněná. Objevené je usouvztažnění konzumace výtvarného umění a masového turismu. Nad starými mistry ve Schwarzenberském paláci čas tráví jen málokdo, kdežto u vyobrazení koloniálních lodí v amsterdamském Rijksmuseum se po cestě z jednoho coffee shopu do druhého rádi zasníme všichni.

Potenciálu vstoupit do veřejné debaty bohužel autoři využili jen částečně – mimo jiné proto, že se jim nedaří tematizovat společenskou roli kultury v kontextu kulturních válek, jež v posledních letech rozdělují nejen českou společnost. Tyto konflikty totiž zdaleka nejsou založeny jen na registru kulturních praktik a na znameních plus či minus, ale na významu a váze, jichž ve společenské praxi tyčí ony praktiky, artefakty nebo symboly nabývají. Výzkum kulturních praxí a jejich situování ve veřejném prostoru jistě mnohé konflikty napomůže rozklíčovat, ale jedná se jen o první krok. Co ve skutečnosti tyto praxe znamenají pro jednotlivé části polarizované společnosti, není z *Pravidel vkusu* vůbec zřejmé.

Autor je kulturní historik a spoluzakladatel Centra pro studium populární kultury.

Marie Heřmanová, Michal Lehečka, Ondřej Špaček, Ludmila Władyniak: Pravidla vkusu. Jak se společnost rozhoduje, co je v kultuře hodnotné. Host, Brno 2024, 260 stran.

Článek vznikl v rámci projektu „Contemporary Histories of Populist Success in Central and Eastern Europe: Discourse, Culture and Democratic Decline“, řešeného na Univerzitě Karlově a Univerzitě v St. Andrews.