

**Popkultúrna skúsenosť, skúsenosť v popkultúre**

Malíček, Juraj: *Rozkoš zdania a poznania (Popkultúra ako skúsenosť)*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa 2021. 145 s. ISBN 978-80-558-1659

Ivana Tomečková

Inštitút slovakistiky a mediálnych štúdií, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove  
ivana.tomeckova@smail.unipo.sk

V roku 2021 vydala Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre monografiu Juraja Malíčka s názvom *Rozkoš zdania a poznania (Popkultúra ako skúsenosť)*. Malíček sa venuje teórii populárnej kultúry s dôrazom na širší kontext filozofie a estetiky v interpretačnej tradícii pragmatizmu a neopragmatizmu. Pôsobí ako docent na Ústave literárnej a umeleckej komunikácie Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre. Medzi jeho najvýznamnejšie publikácie v oblasti popkultúry patria monografie *Vademecum popkultúry* (2008), *Popkultúra: návod na použitie* (2012) či štúdiá *Popkultúra ako generačná pamäť: recepcie popkultúrneho artefaktu ako mnemotechnika rozpamätávania sa* (2018).

V recenzovanej publikácii autor prináša odbornej i laickej verejnosti pohľad na rôzne chápania popkultúry. Čitateľom predstavuje aktivovanie estetického cítenia v populárnej kultúre, ktorá je pre mnohých presným opakom „krásneho“, pretože hlavný prúd popkultúry vnímame viac ako bežnú súčasť života než ako kultúrny zážitok. Autor nadväzuje na kultúrny zážitok zamyslením sa nad marketingovou perspektívou popkultúry. Je naozaj populárna kultúra o nákupe zberateľských predmetov? Záleží na tom, pre koho sú dôležité. Malíček čitateľov donúti spomínať na prvé stretnutia s popkultúrnym obsahom. Sú to napríklad filmy, seriály alebo hry, ktoré v priebehu života modelujú osobnosť fanúšika populárnej kultúry.

Autor v úvode predstavuje jeden zo spôsobov, ktorým verejnosť poznáva súčasnú populárnu kultúru. Na príklade výkladu kníhkupectva, kde je vystavená komiksová tvorba, ukazuje, ako sa kedysi produkt okrajovej sféry záujmu presunul do súčasného prúdu popkultúrnej produkcie, tzv. mainstreamu.

Prvá kapitola *Popkultúra ako skúsenosť* predstavuje problematiku estetiky a krásneho. Autor uvažuje nad populárnou kultúrou ako estetickou praxou prijímateľov. Malíček využíva televízne programy známe aj v slovenskom mediálnom prostredí ako príklad estetického vnímania. Centrom pozornosti sú reality show *Súdna sieň* a *Dom snov*. Programy sú obsahom a charakterom protikladné, ale spoločnosť ich vníma rovnako pozitívne. Obidva produkty pracujú s obsahom vo vysokej miere uveriteľnosti s rovnakou formou (45-minútový program). Reality show *Dom snov* je konštruovaná s výraznejším inventárom dokumentárne formalizovaných prvkov, *Súdna sieň* je inscenačne (a naratívne) pestrejšia, má väčšie dramaturgické zásahy a je viac viazaná scenárom. V *Súdnej sieni* sú aktérmi ľudia, ktorí riešia spory súdnym konaním. Pri pojednávaní nechýbajú emócie. Tie sú hrané, dopredu vyberané a skôr dodatkové. V protipóle je šou *Dom snov*, ktorej dominantnou vlastnosťou je emócia – preexponovaná náklonnosť a súcit s rodinou, ktorá potrebuje rekonštrukciu domu na začiatok nového života. Autor považuje obidva programy za skúsenosť s umením. Pri hľadaní hraníc medzi popkultúrou a umením kladie autor otázku Nelsona Goodmana: *Kedy je umenie?* Umenie je vtedy, keď ho dokážeme vysvetliť cez symbolickú funkciu. V uvedených príkladoch je to teda emócia, ktorá z programov robí umelecký zážitok.

Otázkou je nazvaná aj druhá kapitola *Aká skúsenosť?* (*Popkultúra ako tvorba*), v ktorej autor opisuje autorstvo popkultúry. V kapitole je pripísané autorstvo obom stranám – autorovi

aj prijímateľovi. Príklad prepojenia produkcie a recepcie ukazuje na reklamnom spote *To Michael*. Obsahy boli určené prijímateľom, ktorí našli referenčnú realitu popkultúry, čo z reklamného spotu vytvorilo plnohodnotný estetický zážitok. Malíček poukazuje na dôležitosť tvorcu populárnej kultúry, ktorým nie je priamy autor, ale prijímatelia. Práve publikum zložené z tvorcov reflektujúcich produkt vytvára z produktu popkultúrny obsah.

Malíček v tretej kapitole *Skúsenosť s čím? (Popkultúra ako komodita)* analyzuje prepojenie medzi predajom a popkultúrou. Opisuje predmety, ktoré sú nositeľmi istej normy popkultúrneho atribútu. Predstavuje viaceré modely významnenia. Jeden z uvedených modelov interpretuje prostredníctvom analýzy filmu *Borat*. Dielo bolo objektom pirátskej produkcie. Vizualne spracovanie nosiča napodobňuje nezákonné domáce kopírovanie a napalovanie DVD nosičov, na ktorých je popisovačom napísaný názov filmu. Autori sa snažili vizuálnym spracovaním posilniť emocionálny zážitok zo spoločenskej situácie v Kazachstane. V ďalšom príklade významňovania popkultúry predstavuje prepojenie herného sveta s realitou. Prepojením medzi online a offline svetom sa stala fyzická kópia videohry. Posledným modelom je priame prepojenie na realitu cez obálku knihy. Pre deskripciu a recepciu popkultúry je dôležitá aj posledná časť vypovedajúca o popkultúrnych artefaktoch ako predajnej komodite a objektoch existujúcich v reálnom svete. Hmotné produkty ako figúrky a fyzické kópie hier symbolizujú prítomnosť mentálneho objektu v realite využívaného ako dekorácia na policiach zberateľov a fanúšikov. Autor uvažuje o rozdieloch medzi pojmami „mať“ a „byť“ v prepájaní pojmov napríklad vo vzťahu k zberateľstvu popkultúrnych artefaktov. Všetky modely významnenia spája hmotná predajná komodita, ktorá je ukážkou presahu reálneho a online sveta.

V nasledujúcej kapitole *Čia skúsenosť? (Popkultúra ako recepcia)* sa autor venuje dvom kategóriám spotrebiteľov – tzv. nerd<sup>1</sup> a geek<sup>2</sup>. Ide o rozdielne pojmy, ktoré však vytvárajú istý druh stereotypu prijímateľa popkultúry. Odkazuje na nich pomocou spoznávania reality, ktorá sa stáva vlastnou identitou spotrebiteľov popkultúry a odkazom na ich budúcnosť. Tu Malíček pracuje aj s teóriou simulácie Ch. Baudrillarda, keď uvažuje o nerdovskej/geekovskej realite ako ontologicky presvedčivejšej, než je samotná skutočnosť. Autor ukazuje zmenu vnímania profilu dominantných osobností v ich vzťahu k popkultúre v minulých časoch. Minulosť patrila športovcom, ktorých v súčasnosti (najmä v americkej tvorbe) filmoví tvorcovia konštruujú ako ľudí tyranizujúcich okolie a v negatívnom postavení voči ostatným postavám. V súčasnosti sú v popredí vyššie spomínané kategórie (nerd a geek), bez ktorých už popkultúra nedokáže fungovať a existovať. Sú nimi ľudia vyhľadávajúci podobné zážitky, ktoré zažívali v detstve, len v inej forme. Zo sledovania rozprávok prešli na fantasy tvorbu a sci-fi alebo z detských na superhrdinské komiksy. Zážitok z prežívania stále ostáva, dokonca môžeme hovoriť, že je posilnený.

Piata kapitola *Čoho skúsenosť? (Popkultúra ako ontológia)* čiastočne súvisí s treťou kapitolou a odkazuje na rozpínavosť popkultúrnych artefaktov zdanlivo existujúcich v iných interpretovaných významoch. Prvotným zámerom ich fyzickej podstaty môže byť (a najčastejšie aj je) zisk. Autor však uvažuje nad tým, prečo popkultúrne „veci“ nie sú tým, čím sa môžu javiť. Za dôležité považuje trvanie v čase a na trhu – nespotrebovať, ale potrebovať znova použiť. Znovu použitie alebo remake je fenoménom súčasnej populárnej kultúry, ktorá nepotrebuje nové obsahy. Práve naopak. Rada sa vracia k starším príbehom a dáva im novú podobu. Simulovanie takýchto potrieb sa prejavuje aj na zberateľských artefaktoch. Autor sa v závere kapitoly zamýšľa aj nad druhmi prežívania artefaktov v prevažne osobnom

<sup>1</sup> V preklade: bifľoš; osoba, ktorá sa vzdeláva najmä mechanicky, vo svojom živote preferuje viac vzdelávanie než trávenie voľného času vlastnými aktivitami

<sup>2</sup> V minulosti boli „geekmi“ označovaní ľudia venujúci sa technológiám a informačným systémom. Po príchode seriálu *Big Bang Theory* sa pojem ustálil na ľuďoch fascinovaných popkultúrou s presahom do viacerých životných sfér.

zainteresovaní osobnosti – nákup oficiálneho merchandise produktu<sup>3</sup> ako protipól osobnostného užívania sa do súčasť vybraných artefaktov vo forme prezliekania sa a hrania inej postavy, tzv. cosplay.

Posledná kapitola *Chrám pamäti (Popkultúra ako skúsenosť)* sa zameriava na pamäť ako databázu estetizujúcich zážitkov spojených s popkultúrou (prvé návštevy kina, sledovanie seriálu alebo čítanie knihy). Chrámom je človek, ktorý uvažuje a pamätá si prvé prieniky do popkultúry. V kapitole sa kladie obzvlášť veľký význam na osobnosť „ja“ ako autora. „Ja“, ktoré nevieme nahradiť, pretože je to naša osobnosť, buduje chrám pamäti na základe vlastných skúseností a poznania. Slovom J. Malíčka je to najúprimnejšie „ja“, ktoré by sme mali mať. Je našou intimitou. Chrám pamäti funguje u každého inak, ako autor ukazuje na príklade Dr. Hannibala Lectera, známeho vďaka rovnomennému filmovému spracovaniu trilera *Mlčanie jahniat* od Thomasa Harrisa. Hannibal je dlhoročným forenzným psychiatrom, vrahom a kanibalom, pre ktorého je chrám pamäti myšlienkovým azylom. Mysel' je jeho vnútorným pokojom odolným voči mimoriadne krutým fyzickým trestom a bolestiam, ktoré bežný človek nedokáže vysadiť zo svojho chrámu pamäti. V tejto súvislosti možno oceniť, ako je Juraj Malíček osobnejší a predstavuje svoje prvé stretnutia s popkultúrou aj do detailov. Spomína na detstvo a mladosť spojenú s premietaním a uštalovaním filmov zahraničnej produkcie v československom prostredí. Otvára chrám pamäti na vtedy zakázané filmy, ktoré musel každý poznať alebo sa aspoň tváriť, že ich pozná. Chrám pre autora predstavuje poznanie a interpretáciu ako prirodzenú súčasť osobnosti. Autor tiež poukazuje na (ne)pamäť kultúry, ktorá si síce pamätá určité veci dávnej minulosti, no je ťažké ich obnovovať. Produkty popkultúry, ako hry, knihy a seriály, sú v súčasnosti ukotvené, prerábané, obnovované a prepisované vďaka úspechu v minulosti. Na rozdiel od masovej kultúry sa populárna kultúra revitalizuje, berie si z pamäti príklad, inovuje sa a zlepšuje.

Monografia, ktorú vnímame ako vstupnú bránu do sveta filozofie populárnej kultúry, predstavuje sociologické, estetické a filozofické chápanie kultúry. V istom slova zmysle slúži na „obranu“ populárnej kultúry v živote bežného človeka a fanúšika, ktorý vďaka skúsenosti a poznaniu dokáže selektovať a vytvárať nové obsahy. Predstavuje prepojenie terminologických a interpretačných pohľadov na populárnu kultúru, pričom teóriu objasňujú a zjednodušujú výborné príklady z Malíčkovho života a popkultúrnej praxe, čo je pre fanúšika popkultúry prínosné.

## Literatúra:

- MALÍČEK, J. (2012): *Popkultúra: návod na použitie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.  
 MALÍČEK, J. (2018): Popkultúra ako generačná pamäť: recepcie popkultúrneho artefaktu ako mnemotechnika rozpomätávania sa. In: *Art Communication & Popculture*, 4/1, s. 19–29.  
 MALÍČEK, J. (2008): *Vademecum popkultúry: estetika popkultúry s dôrazom na jej okraj, perifériu, subžánre*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.

<sup>3</sup> Akákoľvek forma tovaru (najčastejšie tričká, mikiny, odznaky) označeného príslušným produktom (film, seriál, hra) populárnej kultúry.