

**Jakub Machek**

---

---

POČÁTKY  
**POPULÁRNÍ KULTURY**  
V ČESKÝCH ZEMÍCH

---

---

Tištěná média a velkoměstská kultura kolem roku 1900

---

---

Pistorius & Olšanská  
2017

Tato publikace byla vydána s finanční podporou grantu poskytnutého GA ČR, č. 13-39799P, s názvem Počátky populární kultury v českých zemích, řešeného na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze.

Lektorovali: prof. PhDr. Dagmar Mocná, CSc., Doc. PhDr. Stanislav Holubec, Ph.D.

## **Obsah**

**Úvod / 9**

**Pojmy a metody / 12**

**Populární kultura a její publikum / 16**

**Struktura knihy / 19**

**I. Česká společnost a populární kultura na přelomu 19. a 20. století / 21**

Od tradiční lidové po moderní populární kulturu / **21**

Urbanizace a proměna společnosti / **25**

Česká společnost přelomu století / **29**

Počátky populární kultury v českých zemích / **32**

Populární četba / **35**

Živá kultura mezi lidovými divadly a zábavními parky / **39**

Hudební produkce / **44**

Kinematograf / **48**

**II. Od Brousku ke Kurýru – cesta k populárnímu ilustrovanému deníku / 52**

Vznik a vývoj masového populárního tisku / **53**

Populární tisk ve střední Evropě / **56**

Brousek a Obrana / **62**

Illustriertes Prager Extrablatt / **66**

Pražský ilustrovaný kurýr – senzační deník pro přelom století / **74**

Komparace pražských pokusů o levný masový tisk / **78**

Pozice senzačního tisku na pražském novinovém trhu přelomu století / **82**

**III. Senzačnost a emocionalita Pražského ilustrovaného kurýra / 88**

Role senzacionalismu / **88**

Senzačnost v Kurýru jako součást konzervativní orientace listu / **91**

Ilustrace / **99**

Emocionalita / **104**

**IV. Proměny zábavného čtení a rozvoj populárních časopisů / 111**

Měšťánské rodinné časopisy / **115**

Lidové časopisy / **120**

Idyličnost rodinných časopisů / **124**

Situace na časopiseckém trhu v devadesátých letech / **125**

Proměna časopisecké produkce na počátku 20. století

– zpravodajské časopisy / **128**

Zábavně poučné časopisy / **142**

## **V. Velkoměstská sportovní, pikantní a senzační periodika / 145**

Sportovní žurnalistika / **145**

Senzační a pikantní život velkoměsta / **151**

Pikantnost, morální pohoršení a tiskové kampaně / **169**

## **VI. Nedostatečná metropole – Pražané mezi nacionální a velkoměstskou identitou / 177**

Meziměstská identita čtenářů populárního tisku / **177**

Senzační periodika jako činitel kolektivní paměti / **179**

Čepičky, balkánské typy, kostky cukru a Konzul Peter aneb Praha podzimu roku 1908 pohledem Pražského ilustrovaného kurýra / **184**

Neřestná Praha senzačně-pikantních týdeníků / **192**

## **VII. Populární kultura o ženách a pro ženy / 200**

Časopisy pro ženy / **200**

Ženy v českých denících / **204**

Rodinné časopisy a ženská otázka / **209**

Rozporuplná ženská identita v módních časopisech / **216**

## **VIII. Emancipace a populární kultura – od ženského hnutí po mládenecké / 223**

Ve jménu emancipace – Lada, Ženský svět a další / **223**

Šťastný domov / **230**

Mládenec – orgán protizenského hnutí / **238**

Žena v pikantních a senzačních časopisech a erotických novelách / **242**

Ženy v kramářských písních / **251**

Svět pikantních příběhů / **252**

**Závěr / 260**

**Seznam literatury / 263**

I. Prameny / **263**

II. Literatura / **269**

**Rejstřík / 277**

**Summary / 282**

## Poděkování

*Rád bych zde poděkoval svému školiteli Jiřímu Štaifovi, který mě přivedl k tomuto tématu, za dlouholetou podporu a cenné rady a Petru A. Bílkovi za podporu během řešení postdoku a přípravy této knihy. Poděkování patří také všem odborníkům, jejichž rady, doporučení a postřehy mi vydatně pomohly, jmenovitě Janě Dorčákové, Anně Gray, Blance Hemelíkové, Filipu Herzovi, Markétě Holanové, Standovi Holubcovi, Tomáši Kavkovi, Veronice Knotkové, Barbaře Köpplové, Dagmar Mocné, Michalu Pullmannovi, Jiřině Šmejkalové, Luboši Velkovi, Nathanielu Woodovi, Hance Zimmerhaklové a mnoha dalším.*

*Děkuji také knihovnám, které mi umožnily připravit obrazovou část publikace, Knihovně Národního muzea a Národní knihovně a institucím, jež podpořily můj výzkum, v první řadě je to Grantová agentura České republiky. Disertační výzkum byl podpořen těmito organizacemi: Univerzita Karlova, Anglo-Czech Educational Fund, Aktion/OeAd a Barton-Dobenin International Exchange Scholarship.*

*Největší dík náleží Zuzce, za podporu, pomoc a především trpělivost, stejně jako mým dvěma synům, kteří se během výzkumu objevili a trávili se mnou mnoho hodin u počítače.*

## Úvod

Mnohý pamatuje snad ještě doby slávy té pražské papírové „Morgue“, kdy v pražských ulicích za okny kupců, trafik i hokynářů mezi tučnými názvy deníků různých stran vítězilo poslední číslo „Praž. ilustr. kurýra“ velkým obrazem posledního neštěstí či mordu. „Správný“ Pražák ranní cestou za povoláním neopominul u kupce či trafikanta ve své čtvrti mrknouti: „Co je dnes v Kurýru?“ A před obrázkem Kurýra tály i ledy cizoty a lidé zcela neznámí se pohledy či slovy sblížovali. Zastavil se tu dělník, „šlukující“ s gustem svoji ranní dramku, a přidružil-li se druhý s krátkou dýmku, shodli se v úsudku o obrázku „Kurýra“ se vzácnou jednomyslností: „Sakra, to je psina!“ (Někdy ovšem i méně salonně – dle temperamentu!) Mladé paničky s nákupy v síťových taškách postály tu chvíli rozpačitě, nerozhodnuty, sluší-li vážnou tvář projeviti účast s obětí zobrazeného mordu, či veselým úsměvem kvitovati malířovu bujnou fantazii. Jen babky s dřevými kabelami z voskovaného plátna plny zájmu a lačny senzace prohlédly bedlivě obrázek, přeslabikovaly i řádek vysvětlujícího textu a vážně zahájily o zobrazeném obšírnou debatu. (Chlad, 1924, s. 135)

Pro mnoho badatelů se v posledních desetiletích populární kultura a zvláště populární tisk staly vhodným pramenem k pochopení a vysvětlení změn probíhajících v modernizující se společnosti. Do aktivní role se postupně dostávaly prozatím spíše neviditelné vrstvy neprivilegovaných obyvatel, mezi nimiž se zvolna šířila funkční gramotnost, stejně jako jistá míra bohatství umožňující jim zajímat se o více než jen pohodlné přežití. Masová populární kultura, kterou si tyto vrstvy nejdříve v rychle se rozvíjejících velkoměstech osvojily, se utvářela spojením tradičních lidových kultur, které v novém prostředí ztrácely svoji funkčnost, s novou metropolitní zkušeností a s elitní kulturou, přetransformovanou producenty do podoby přijatelné pro recipienty bez předchozího styku s její tradicí. Tento proces je obtížně sledovatelný na tradičních, přímých pramenech, vázaných na zkušenost elitních vrstev. Naopak populární kultura se ukazuje jako sice nepřímý, ale mnohem více vypovídající pramen pro výzkum vznikající masové společnosti. Tištěná populární produkce, noviny a časopisy, byla prvním masovým médiem seznamujícím své nové čtenáře nejen se světem mimo jejich nejbližší okolí, ale i pomáhajícím jim rozumět jejich každodenním zkušenostem v nově se utvářejícím prostředí. Výzkumníci dobové

populární kultury vycházejí z teze, že masový tisk zároveň čtenářskou zkušenost reflektoval i formoval. Mimo jiné i tím, že ji pomáhal pochopit, usadit do existujícího rámce sdílených významů a hodnot.

Vznikající populární kultura přelomu 19. a 20. století je považována za zásadního činitele v modernizační proměně české společnosti. A s její pomocí lze zachytit zkušenost obyčejných či malých lidí, nepřivilegovaných společenských vrstev v tomto období přechodu, jak se projevovala v populární kultuře. Využívám k tomu jako pramen primárně dvě hlavní média, která touto proměnou společnost provázala, populární noviny a časopisy. Ty doplňují dalšími zdroji zábavy oblíbenými nejen mezi nižšími vrstvami, brakovou a erotickou literaturou a rozvíjejícím se masovým sportem.

Během výzkumu jsem sledoval, jak se vydavatelé a další producenti utvářející se populární kultury snažili adaptovat jinde za hranicemi osvědčený formát pro české prostředí, jak hledali zábavné obsahy zajímavé pro novou masovou společnost, která se nejdříve vyvíjela v Praze a poté se zvolna šířila dál. Zajímalo mě, v čem česká společnost odpovídala středoevropskému či západoevropskému vývoji a v čem byla odlišná. Produkty české populární kultury jsem proto nestudoval jako izolovaný jev, ale jako projev transferu a adaptace, přebírání osvědčených modelů, které byly přizpůsobovány místním podmínkám a někdy se ukázaly nepřenositelnými či příliš uspěchanými. Vznikaly tak specifické projevy dobové populární městské kultury jako *Illustrirtes Prager Extrablatt* nebo senzačně-pikantní časopisy. Důležité rovněž je, které formy populární zábavy se ve studovaném období do českého prostředí nedostávaly.

V knize je představen pohled na Prahu a pražskou společnost nikoliv z obvyklé perspektivy elit a jejich kultury, ale z pohledu širokých vrstev Pražanů, jejich nároků na zábavu a v souvislosti s jejich každodenním životem v proměňujícím se prostoru velkoměsta, který v mnohém předznamenal život a životní styly ve 20. století. Populární kulturu vnímám jako vhodný pramen k poznání společenských vrstev, které často zůstávají za okrajem historického vyprávění, protože se po nich nezachovalo dostatek stop, jako po elitních vrstvách či po marginalizovaných, pronásledovaných skupinách. Jak vysvětluje Jiří Štaif, ke studiu dominantních hodnot, myšlení, postojů a jednání jistých společenských skupin jsou vhodné nepřímé prameny, které mohou zprostředkovaně odrážet dobovou mentalitu skupiny. Na jejich základě může historik místo indukčního zobecnění poznatků opatrně konstruovat svoji představu. (2003, s. 73)

Kvůli zmiňovanému nedostatku přímých pramenů jsem ke zvolené problematice přistupoval s jistou oklikou a rozhodl se zkombinovat analýzu dobových populárních periodik s dnešními poznatky o vztahu mezi populárním produktem a jeho adresáty. Regresivní metodu, tedy zahájit zkoumání z bodu, který je historikovi dobře známý, a promítnout tuto znalost do minulosti, doporučuje jako jednu z vhodných metod k výzkumu lidové/populární kultury i Peter Burke. (2005, s. 100) Navazuji na výzkum, který jsem uskutečnil ve své disertaci (Machek, 2012), v níž jsem mimo jiné ukázal, že jádro publika tehdejší vznikající populární kultury tvořili lidé z nižších vrstev společnosti.

Východiskem mé studie jsou textové a obsahové analýzy uvedených pramenů. Z psaného a vizuálního obsahu dobových populárních novin a časopisů je možné zjistit, co jeho vydavatelé předkládali svým čtenářům, aby uspokojili jejich nároky na zábavu a potěšení, a z čeho si čtenáři vybírali a vytvářeli svou žitou kulturu. Díky silné orientaci populárních periodik na zájmy a potřeby čtenářů jsem schopen vysledovat, o co se jeho čtenáři zajímali, co jim přišlo zábavné, jaké informace o světě i svém okolí vyhledávali a jakou prezentovanou hodnotovou orientaci byli ochotní akceptovat. Vlastní analýzy jsem kombinoval s existujícími výzkumy.

Analýzu obsahu populárních periodik by se hodilo doplnit výzkumem fungování redakcí. Jací lidé připravovali pravidelný obsah pro čtenáře, jaké měli vzdělání, věk, jak byli placeni? A jak vypadala redakční každodennost, provoz redakce, pracovní hodiny, způsob editace textů, jaký byl vliv majitele, šéfredaktora? Tyto důležité aspekty vytváření dobové populární kultury musím ale ze svých úvah vynechat, protože k nim až na výjimky neexistují zdroje. Většina redakcí ani vydavatelství nemá zachovaný archív, existuje jen několik novinářských vzpomínek, navíc hlavně ze serióznější části vydavatelského spektra. U mnoha titulů nelze kromě vydavatele a odpovědného redaktora zjistit ostatní členy redakce či pravidelné přispěvatele.<sup>1</sup> Musím tedy zůstat u analýzy obsahu, kterou občas doplňuji detaily o redakční části, pokud jsem se k nim dostal a přišly mi podstatné či zajímavé v rámci výkladu, který jinak redakční svět vynechává.

<sup>1</sup> Žurnalistům v 19. století se asi nejlépe věnuje článek Martina Sekery *Šmoci, žurnalisti nebo spisovatelé?* (1998).



## Pojmy a metody

Vycházím z několika základních pojmů. Pro nemožnost přesnějšího určení čtenářských obcí zkoumaných tiskovin jsem se rozhodl používat pro popis sociálního původu jejich čtenářů pojem obvyklý v novější české historiografii, **sociální vrstva**. Ten se vztahuje k sociálnímu statusu, jehož součástí jako prestiž jednotlivce, povolání, vzdělání případně i životní styl jsem schopen u čtenářů v omezené míře identifikovat.<sup>2</sup> Zároveň vycházím z terminologie užívané (nejen kulturními studií) k analýze role populární kultury ve společnosti, v níž se projevuje mocenský střet mezi dominantní, elitní skupinou a podřízenými, neelitními, nepriviligovanými skupinami obyčejných lidí, kteří byli dobově označováni a také sami sebe občas nazývali malými lidmi. Takové pojmenování zdůrazňuje onen prvek uvědomované neelitnosti či nepriviligovanosti.

Dalším používaným termínem je **velkoměsto**. Pro jeho popis v různých jazycích používají nesynonymní označení. Pojem velkoměsto vychází z německého *Großstadt*, které dobově znamenalo město nad 100 000 obyvatel. Pro odlišení center, kde se populární kultura rozvíjela nejrychleji a inspirovala okolní oblasti, rozlišuji metropole, jakými byla celostátní centra typu Vídně, Berlína či Budapešti (s plně se rozvíjející masovou společností a s ní související populární masovou kulturou) a do jaké se Praha vyvíjela, ovšem stala se jí až po první světové válce, a velkoměsta, do nichž patří kromě metropolí i centra menších celků jako Praha, Krakov, Lvov a do jisté míry i Brno a Ostrava (která na přelomu století přesáhla v dnešních hranicích oněch 100 000 obyvatel). Důležité je pro mě jejich odlišení od maloměst a venkova s celkově odlišným prostředím.<sup>3</sup>

Podobná terminologická nevyjasněnost zkomplikovaná i rozdílným užíváním v různých jazycích platí i pro **populární kulturu**. Vycházím z širšího pojetí definice uvedené níže, která do populární kultury zahrnuje jak původní lidovou kulturu (dodnes v různých formách existující), tak moderní masově šířenou kulturu, které se v této knize věnuji. Vzhledem k tomu, že jde o ideální konstrukty založené na značně abstraktně pojatém způsobu

<sup>2</sup> Podrobně se otázce terminologie věnuje Holubec (2009, s. 14).

<sup>3</sup> Blíže k dobovým rozdílům mezi městy (Horská; Maur a Musil, 2002; Cohen, 1986).

jejich šíření (ústně versus masovými médii), lze mezi nimi stanovit jen velmi přibližné hranice. Zůstávám tedy u obecného označení populární kultura, jakožto celkového označení přesvědčení a praktik široce sdílených mezi lidmi. Pokud se mi jedná o populární kulturu v užším pojetí, odlišnou od tradiční lidové kultury, volím její označení podle charakteristiky, která ji úžeji vymezuje, a označuji ji upřesňujícími adjektivy jako moderní, masovou či velkoměstskou (která nelze považovat za úplná synonyma).

Konečně ve své práci vycházím z pojetí **mentalit**, které nabídl Jiří Štaif ve studii *Česká národní mentalita 19. století v kontextu sociálních dějin*. Mentalitu definuje jako:

ty projevy hromadné sociální psychologie, které se dají převést na fenomén společných hodnot, jež jsou v daném sociálním, resp. sociálně kulturním celku do té míry dominantní, že podstatně ovlivňují myšlení, postoje, rozhodování a jednání rozhodující části jeho příslušníků. (Štaif, 2003, s. 72)

Síla určitého společenství umožňuje určovat hodnotové parametry platné pro toto společenské prostředí. A společenské prostředí zase určuje parametry pro lidi, kteří se v něm pohybují. Díky tomu, že vědomí těchto parametrů získávají lidé pomocí sociálních interakcí v rámci svého společenství, mají tendenci vnímat svou mentalitu nikoliv jako sociálně a kulturně konstruovanou, nýbrž jako něco přirozeného. (Štaif, 2003, s. 72)

Vhodné prameny pro výzkum mentalit jsou nepřímé a badatel musí místo indukčního zobecnění poznatků svou představu o mentalitě opatrně konstruovat a neustále ji vyvažovat na základě konkrétních poznatků z historických pramenů. Jedná se o otázku reprezentace, „*jak se určitý psychologický symptom v historickém pramenu váže k dobové mentalitě, již nějakým způsobem, a to nezřídka zprostředkovaným, odráží*“. Nelze je ovšem studovat jako nějaké přesně vymezené struktury, ale pouze jako „*horizont a reservoár koncentrované kolektivní zkušenosti*“, který je v určité historické situaci aktivován. Historik se tak může pokusit porozumět horizontu vnímání a hodnocení zkoumaného společenství. Ke studiu mentalit je nutno přistupovat s „*minimální teoretickou konstrukcí pohnutek, jež mohly zásadně určovat skupinové jednání nebo postoje v dané době [...] Tuto konstrukci pak dále vyprofiluje srovnáním s jiným sociálním prostředím, jež zkoumá stejnou metodou.*“ (Štaif, 2003, s. 69–74)

V této práci konstruuji fragmenty možné mentality neelitních recipientů dobové populární kultury, tak jak jsou reprezentovány v analyzovaných tištěných médiích, které svým čtenářům nabízely sjednocující zkušenost v roztržité a nepřehledné proměňující se moderní společnosti. Čtenářskou obec jednotlivých studovaných zástupců jsem schopen vymezit spíše jako způsob jednání (společný zájem o jistý typ zábavy a informací a způsobu jejich získání) než jako společenskou strukturu.

V případě české společnosti konce 19. století je takto možné pozorovat erozi původního měšťanského konceptu jednotného českého národa vedeného úzkou skupinou politicky aktivních obyvatel reprezentovaných konzervativními liberály. (Urban, 2003, s. 39) V devadesátých letech plně nastává drobení na menší sociální a zájmové celky, které se různé skupiny snaží mobilizovat a zvláště skrze tisk jim nabízejí nová, změněným poměrům lépe odpovídající vyjádření společných zájmů a postojů. Jak ukazují dále v textu, české prostředí bylo oproti vývoji západních společností zpomaleno. Na tehdejší české populární kultuře, která se úzce inspirovala děním v tehdejších metropolích, zvláště středoevropských jako Berlín a Vídeň, je možné studovat tehdejší střet „*mezi modernizací a různými typy mentalit jako střet trendu civilizačně vzestupného historického vývoje a regionálních a kulturních limitů pro jeho uplatnění*“. (Štaif, 2003, s. 71) Zkoumáním mentality recipientů české populární produkce, či spíše jejich prvků, které v ní lze nalézt, v porovnání s jejími západními vzory i s tradičnějšími kulturními produkty směřovanými na výše postavené vrstvy, lze sledovat pokusy o skupinové vymezení zástupců těchto specifických čtenářských obcí vůči ostatním sociálním skupinám i vůči probíhajícím modernizačním procesům, protože „*mentality lze chápat jako jeden z klíčů k těm typům sociálních ohraničení, která mají svůj základ v kulturní identifikaci*“. (Štaif, 2003, s. 71)

Základem práce je propojení analýzy obsahu dobových novin s interpretací takto získaných výsledků zaměřenou na to, co jejich obsah vypovídá o čtenářích a vydavatelích, potažmo o dobové společnosti. Protože historik přelomu devatenáctého a dvacátého století nemá možnost provést výzkum přímo mezi čtenáři a ani neexistují jiné prameny, které by přímo odpovídaly na otázku, jak čtenáři tyto noviny četli a co si z nich vybírali, je nutné

postupovat nepřímo. Ve své disertační práci jsem pomocí kvantitativních obsahových analýz textové i obrazové části porovnal nabídku *Pražského ilustrovaného kurýra*, jeho předchůdců, pražských konkurentů i zahraničních souputníků. Analýzu jsem prováděl pomocí sond provedených po 5 letech od prvního ročníku 1893 do roku 1913, analýzu ostatních titulů pro roky 1898 a 1908, starší tituly podle doby jejich existence. Tuto analýzu jsem nyní doplnil o podobně provedenou analýzu časopisecké produkce. Také jsem se soustředil primárně na roky 1898 a 1908, abych mohl provést potřebné srovnání vývoje dvou důležitých typů periodik. Přidal jsem i rok 1913, který se ukázal jako zásadní v proměně pražského časopiseckého trhu. Pro starší periodika a ta, která se do uvedených let nevešla, jsem zvolil jiné vhodné roky. U titulů, které se rychle proměňovaly, jsem zkoumal i další ročníky, často první rok, který ukazoval vydavatelovy ambice před střetem s realitou. Výběr ročníků někdy ovlivnila také jejich nedostupnost v knihovnách. Soustředil jsem se na textovou, obrazovou a inzertní část.

Kvantitativní obsahová analýza byla propojena s kvalitativní analýzou textu i obrazové složky. Zde jsem podle potřeby a materiálu kombinoval diskurzivní, sémantický a narativní přístup k těmto složkám. Analýza byla zacílena především na rozbor kontextu a sémantiky textu, k odhalení způsobu, jak byl vytvářen a udržován vyjednaný diskurz, na jehož základě probíhala komunikace mezi redaktory novin a čtenářskou obcí a který vedl ke kompromisní představě imaginárních modelových čtenářů. Stuart Hall zdůrazňuje, že samotné noviny jsou diskurzem, který činí události a osoby uvedené ve zprávách pro čtenáře důležitými. Už členění zpráv do rubrik dává zprávám nějaký smysl. Rubrika i použité navyklé rétorické prostředky mají za úkol probudit ve čtenáři pozornost k tomu kterému referenčnímu rámci. (Hall 1975, s. 18–20)

Studoval jsem tedy strategie, jakými text pomáhá čtenáři, aby ho četl preferovaným způsobem. Inspirován autory studie o anglickém bulvárním tisku poloviny 20. století *Paper Voices* (Hall 1975, s. 16) jsem se nezměřil jen na přímé politické a sociální apely, ale na mnohem badatelsky zajímavější strukturu významů a konfiguraci pocitů, na kterých byla jejich rétorika založena, a s jejichž pomocí se snažili získat jistou čtenářskou obec složenou z jedinců, kteří byli ochotní na rétoricky vytvořený obraz modelového čtenáře přistoupit. (Thwaites, Davis a Mules, 2002, s. 172, 175)

Základní pramennou základnu, deníky a časopisy, jsem doplnil o další důležité zástupce dobové populární kultury. V první řadě to byly populární knižní či sešitové edice, označované za brakovou a pikantní produkci. Sledoval jsem v nich obdobná témata jako v periodickém tisku. Snažil jsem se zaměřit i na živou kulturní produkci, jejíž analýza je ovšem mnohem složitější, protože není přímo zachována a nezbyvá než vycházet z její textové formy, která je ovšem jen částečným zachycením jejího fungování. Z této pramenné nouze jsem si pomohl jejím pokrytím v studovaných periodikách, kde je zachyceno alespoň sekundárně její působení na dobové publikum, jeho předpokládané porozumění těmto produkcím i polemiky s ním spojené. Dostal jsem se takto k působení produkce lidových divadel, zábavních místností a dalších atrakcí, nočnímu životu a počátkům masového sportu i kinematografu, hůře už k hudebním produkcím. Kvůli omezenějším možnostem přístupu i kvůli rozsahu předkládané knihy tyto podstatné elementy dobové populární kultury bohužel zůstaly spíše na okraji zájmu této práce. Rozhodnutí to bylo ovšem vědomé, na rozdíl od periodického tisku se většina z vyjmenovaných populárních forem v současné době věnují jiní badatelé, jejichž výzkum přináší a bude přinášet podrobné studie k tématům, jímž jsem neměl ambici se v této knize důkladněji věnovat. Z jejich dosavadního bádání vycházím částečně v první kapitole.

## **Populární kultura a její publikum**

Populární kultura může být široce chápána jako přesvědčení a praktiky, které jsou široce sdílené mezi lidmi. Zahrnuje lokální lidovou kulturu i masovou kulturu vytvářenou politickými a komerčními centry. (Schudson, 1991, s. 49) Moderní populární kultura je charakteristická převážně produkty šířenými masovými médii. Ta postupně ovládla různé formy kulturního projevu a stala se tak jejím význačným tvůrcem. Populární kultura je hybridním produktem, tvořeným na jedné straně nároky obyčejných lidí na zábavu a potěšení a na druhé straně snahou producentů oslovit co nejširší obecnost a ovládnout trh. Producenti pojmají kulturu jako tržní komoditu vytvořenou pro masový trh, vybírají si vhodné prvky lidové či populární kultury, ty přetvářejí a v nové podobě je znovu šíří mezi masové publikum. (Miller – McHoul, 1998, s. 14)

Studiem obsahu, uspořádání a jazykových symbolů masových médií se dozvídáme o typických formách chování, postojů, všeobecně rozšířených názorů, předsudků a aspirací velké skupiny lidí. Mediované texty nám neukazují pouze socializované zvyklosti lidí, ale i proces socializace, nesvědčí jen o individuálních zkušenostech, ale také o jejich smyslu. (Lowenthal, 1968, s. xii, xiii) A podle Thomase Ingeho není lepší možností, jak odhalit celkový charakter a přirozenost společnosti než výzkum populárního umění a způsobu trávení volného času. (1994, s. 55, 56)

Kategorie elitního (vysokého) umění je odlišována od populární kultury jejím užíváním ve společnosti a nespočívá v samotných produktech. Pierre Bourdieu v *Distinction* argumentuje, že takzvané vysoké umění je využíváno elitami k legitimizaci a upevnění jejich moci. Kultura je tak užívána k rozlišování mezi třídami a částmi tříd a k zakrytí sociální podstaty těchto rozdílů jejich přemístěním do světa estetiky či vkusu, protože schopnost dešifrovat kód vysokého umění, tedy v rodinách předávané vlastnictví kulturního kapitálu, je představována jako vrozená kvalita, umožňující, a tudíž ospravedlňující společenský postup. Estetická distinkce je využita k ospravedlnění rozdílů mezi lidmi na základě jejich přirozenosti, tedy k legitimizaci třídních rozdílů. (Anderson, 1991, s. 7, 8; Fiske, 1992, s. 121, 122; Storey, 2001, s. 176, 177)

Aby se periodikum mohlo stát skutečně populárním, potřebuje podle Martina Conboye dokázat čtenáře přesvědčit, že jím konstruovaný *Lid*, tedy příslušná čtenářská obec, na kterou se obrací, a jemu přisouzené hodnoty a aspirace odpovídají zkušenostem většiny obyčejných lidí, a ty se s ním tedy mohou ztotožnit. Tohoto ztotožnění dosahují vydavatelé pomocí rétoriky, kterou tento *Lid* představují čtenářům jako odpovídající jejich životům, potřebám a zájmům. Právě tištěná populární kultura dokázala artikulovat aspekty zkušeností a aspirací obyčejných lidí, kteří se sice nacházeli mimo instituce produkující populární tisk, ale byli obsaženi v rétorice jeho textového apelu. (2002, s. 16)

Populární noviny a časopisy tedy obyčejným lidem z neelitních vrstev nabízejí vysvětlení světa kolem nich, které si jejich čtenáři mohou rozhodnout adaptovat a identifikací s předkládanými vlastnostmi a hodnotami se stát členem jimi formované imaginární komunity, jak se s tím v mnoha případech setkáme. Úspěšný populární produkt tedy obsahuje určitou představu

o čtenářích, do které se jejich čtenáři do jisté míry dokážou vejít či se jí přizpůsobit a považovat ji za normativní popis vlastní společenské skupiny. V tomto procesu redaktori a vydavatelé periodik získávají převahu, protože nabízejí artikulaci společnosti a jejich zájmů v mnohem koherentnější podobě, než jak ji dokáže zformulovat většina čtenářů. Samozřejmě dochází k souboji různých verzí *Lidu*, o jejichž úspěchu rozhodují čtenáři, kteří si také mohou, a velmi pravděpodobně to ve většině případů dělají, vlastní představu o své komunitě zformovat jako kombinaci těch předkládaných soupeřícími vydavateli i těmi šířenými osobně mezi členy komunity.

Stuart Hall v předmluvě knihy kolektivu autorů z Birminghamské CCCS, kteří zkoumali strategie britského bulvárního tisku 30. až 60. let 20. století využívané ke komunikaci se čtenáři a k agitaci mezi nimi, vysvětluje, že hlavně v dobách prudkých sociálních změn hraje tisk významnou roli jako společenský vychovatel. (1975, s. 11, 16) Autoři vlastní studie, A. C. H. Smith, Elizabeth Immirzi a Trevor Blackwell, na základě svého výzkumu shrnují vztah novin ke čtenáři. Novináři vyvolávají dojem, že řečník promlouvající skrze jejich médium má oporu vyšší autority. Nabízejí skutečné lidské hodnoty, rádi se odvolávají na staré dobré časy a svým jazykem zakrývají kontradikce ve společnosti. Zprávy jsou produkovány jako koherentní entity a čtenáři díky tomu získávají ze svých novin způsob strukturování událostí, který je vede k tomu, aby viděli věci určitým způsobem. Noviny takto přímo i nevědomky zkouší ovlivnit čtenáře, ale ti si zároveň vybírají, která témata jsou pro ně bezprostředně zajímavá. Denní obsah novin je rámován široce přístupnou deduktivní strukturou vědomých i nevědomých domněnek o čtenářích. Ty jsou ovšem vytvářeny recipročně, aby noviny byly úspěšné, jejich představa o čtenářích musí odpovídat jejich předcházejícím zkušenostem s reakcí skutečných čtenářů na nabízený obsah, stejně jako zohledňovat probíhající změny ve společnosti. Populární noviny musí průběžně odkazovat ke zkušenostem čtenářů a šířeji ke zkušenostem společnosti. Musí sledovat, jak se věci mění, názory proměňují, objevují se nové zájmy a společnost se rozvíjí novými směry. Svému čtenáři musí dokázat z nespojitého proudu událostí nabídnout zdánlivě erudovanou, koherentní perspektivu. (Smith, Immirzi a Blackwell 1975, s. 240–247)

Také Patricie Anderson při svém výzkumu britských ilustrovaných magazínů druhé poloviny 19. století dospěla k závěru, že čtením těchto magazínů se lidé podíleli na nové masové zkušenosti s tištěnými obrazy a akceptovali

civilizační hodnoty vtělené do zobrazovaných uměleckých artefaktů. Kromě osobní potřeby zábavy a informací tím zároveň získávali repertoár sociálních a kulturních hodnot, které měly obohacovat a rozvíjet jejich skupinovou identitu. (1991, s. 177)

## **Struktura knihy**

Předkládaná práce se v podstatě skládá ze dvou částí. První část je věnována zachycení vývoje a proměn české populární kultury na přelomu 19. a 20. století od jejího objevení se až po plné rozvinutí před tím, než slibný rozvoj utnula první světová válka. Vzhledem k tomu, že neexistuje nejen přehled jejího vývoje, ale ani podrobnější studie jejích hlavních forem, především populárních periodik, bylo potřeba nejdříve tuto oblast zmapovat a uspořádat, aby bylo možné v druhé části přejít k samotné analýze charakteru české populární kultury a pražské neelitní společnosti a jejích představ o životě, zábavě i o světě na přelomu století.

Pro pochopení dynamiky procesu prudkých sociálních, ekonomických i kulturních proměn probíhajících ve společnosti, jejímž důsledkem bylo i objevení se populární kultury, ukazují v první kapitole ***Česká společnost a populární kultura na přelomu 19. a 20. století***, jakým způsobem se populární kultura utvářela, na jakých společenských a ekonomických podmínkách závisel její rozvoj a jak vypadala situace v českých zemích po tažmo v Praze okolo přelomu 19. a 20. století. Součástí výkladu je i rozbor hypotézy, že sledované období bylo dobou zrodu moderní formy české populární kultury, a představení jejích základní forem.

V druhé kapitole ***Od Brousku ke Kurýru – cesta k populárnímu ilustrovanému deníku*** představují vývoj levného ilustrovaného tisku v zahraničí a pokusy o jeho vydávání v českém prostředí včetně předvedení dvou jeho hlavních zástupců, specifického *Illustrirtes Prager Extrablattu* (1879–1882) a jediného skutečně úspěšného zástupce, *Pražského ilustrovaného kurýra* (1893–1918).

Následuje třetí kapitola ***Senzačnost a emocionalita Pražského ilustrovaného kurýra***, která popisuje působení a strategie, které redaktori využívali, aby nalákali čtenáře a stali se jeho průvodci v novém prostředí, a které často vycházely z dávných tradic lidové kultury.



Čtvrtá a pátá kapitola obrací pozornost k objemné časopisecké produkci. V *Proměnách zábavného čtení a rozvoji populárních časopisů* je popsán vývoj od rodinných časopisů třetí třetiny 19. století po jejich transformaci do zpravodajských časopisů počátku 20. století, ve kterém hrál zásadní roli nástup fotografie. *Velkoměstská sportovní, pikantní a senzační periodika* pak představují vznik velkoměstského formátu časopisů, které do velké míry suplovaly neexistenci modernějšího formátu senzačních deníků.

Druhá část knihy je věnována konkrétním charakteristikám pražské společnosti a pro ni určené produkce. Nejdříve je v kapitole šesté *Nedosta- tečná metropole – Pražané mezi nacionální a velkoměstskou identitou* ukázáno samotné velkoměsto, jak bylo formováno v představách recipien- tů jednotlivých forem populární kultury a jak v jejich myslích mohla sou- těžit nacionální identita s kosmopolitní velkoměstskou.

Pomalá proměna hodnot a postojů většinové společnosti je vidět i v zá- věrečné dvojici propojených kapitol. V sedmé *Populární kultura o ženách a pro ženy* jsem se věnoval specifickému přístupu producentů k většině svého publika, ženám, a v osmé *Emancipace a populární kultura – od ženského hnutí po mládeňské* potom převážně odmítavým postojům k důležité společenské proměně.

Psáno postupně ve Všenorech, Lincolnu, Vyžlovce a Holubicích.

## **I. Česká společnost a populární kultura na přelomu 19. a 20. století**

Na přelomu 19. a 20. století dozrály v českých zemích podmínky pro rozvoj moderní populární kultury. Česká společnost a kultura v epoše *fin-de-siècle* prodělala v návaznosti na změny technické, ekonomické, demografické a politické proměnu. V důsledku procesů industrializace a urbanizace se zformovala masa neelitních městských obyvatel, pro kterou vznikající kulturní průmysl začal vytvářet vhodné produkty. Došlo tak k zásadním změnám v oblasti kultury širokých vrstev. Objevující se masová populární kultura je analyzována jako indikátor společenských změn, šířících se postupně z centra do periferie.

### **Od tradiční lidové po moderní populární kulturu**

Různí autoři hledají počátky populární kultury v odlišných obdobích podle jejich pojetí zkoumaného fenoménu. Zatímco jistá společná kultura existovala už od dávnověku, prvky něčeho, co bývá nazýváno populární kulturou, je možné najít v antickém Řecku i alžbětinské Anglii. Ovšem až během 19. století prošla kultura pronikavou přeměnou spojenou se vznikem masových médií a kulturního průmyslu, která souvisela s probíhajícími procesy industrializace a urbanizace radikálně proměňujícími celou společnost. Díky tehdejšímu technickému a společenskému vývoji se populární kultura změnila do podoby, ve které vydržela dodnes. (Storey, 2001, s. 13)

Lidová kultura byla podle Petera Burkeho charakteristickou kulturou předkapitalistického období. Popisuje ji jako organickou, spojenou s určitým způsobem života a závisící na přetrvávající tradici sdílených způsobů chování v ekonomické sféře i ve způsobech zábavy. Ovšem už od 16. století probíhaly v Evropě pokusy ji reformovat. Náboženští reformátoři z obou stran náboženského spektra ji odmítali jako pohanskou a vyžadovali oddělení posvátného od profánního. Druhou fází snah o nápravu kulturních zvyklostí lidu nachází Burke mezi lety 1650 a 1800, kdy se i díky většímu přispění laiků přidává k tradiční kritice z náboženských důvodů odpor z důvodů estetických, směřovaný hlavně proti lidovému divadlu. (2005, s. 246, 7) „Reformátoři netoužili mít vlastní, oddělenou a očištěnou kulturu, chtěli se co nejvíce přiblížit lidu a vzít všechny s sebou,“ ovšem výsledkem byla

prohlubující se propast mezi kulturou elitní a většinovou, protože reformy ovlivnily vzdělanou menšinu rychleji a důkladněji než ostatní. (Tamtéž, s. 253)

V roce 1500 byla lidová kultura kulturou všech; druhou kulturou vzdělanců a jedinou kulturou všech ostatních. V roce 1800 ale ve velké části Evropy duchovenstvo, šlechta, obchodníci a intelektuálové – a jejich ženy – přenechali lidovou kulturu nižším třídám, od nichž byli odděleni jako nikdy předtím hlubokými světonázorovými rozdíly. (Tamtéž, s. 279)

Duchovní se díky svému rostoucímu vzdělání vzdělali svým farníkům. Šlechtici stejně jako vzdělanci cítili potřebu dát najevo svou kulturou, svým chováním a také svým jazykem, svou odlišnost od podřízené většiny. S tím souviselo i odlišení názorů, příklon k vědě a odmítání pověr a šarlatánů. Zatímco Shakespeare ještě hrál pro učně i šlechtice, již na počátku 17. století to nebylo možné a vyšší vrstvy si zakládaly soukromá divadla samy pro sebe. Také rytířské romány byly odsunuty do sféry lidových kramářských tisků. Ve východní Evropě se ovšem oddělení kultur zdrželo a šlechticům i nadále vydržela jak obliba rytířských románů, tak upalování čarodějnic. Vzdělanecká kultura se v této době začala vyvíjet mnohem rychleji a vzdálila se lidové kultuře, ač se i nadále udržel jejich kontakt a vzájemné ovlivňování se. Například obsah kramářských tisků se mezi lety 1500 a 1800 skoro neměnil, lidé četli stále ty samé příběhy, jen výjimečně doplněné o nové. Schopnost přebírat změny rychlejším tempem získala lidová/populární kultura až se změnami v 19. století. (Tamtéž, s. 280–288)

Lidová kultura předindustriálního období byla převážně orální. Pověsti, žerty, písně a různá představení byla propojena s rytmem každodenního a pracovního života i se základním cyklem životních událostí, jako jsou křtíny, dětství, dospělost, svatba a smrt. Různá vystoupení a oslavy byly spojeny s náboženskými svátky. Zábavou byly jak samotné církevní oslavy, tak vystoupení tlup herců, vypravěči příběhů, trénovaná zvířata, monstrosity, zázrační léčitelé, podomní prodavači, lidoví zpěváci, kouzelníci a komedianti. Podobnou slavností ale mohly být i veřejné popravy. (Maderthaner a Musner, 2008, s. 78, 79)

Už od 15. století docházelo k postupné proměně lidové kultury, kdy spolu s rozvojem tiskařských technologií byla postupně využívána v raných novinách. Populární tisk zpočátku vycházel z orálních tradic a reprodukoval

mluvenou kulturu. Vznikl tak kanál, který umožňoval expanzi populární kultury poté, co se oddělila od raných forem kultury lidové. Populární kultura se v tištěné formě vyvinula do rozsahu, který do ní umožňoval zahrnout prvky předchozí lidové kultury i takzvané velké tradice elitní kultury, komerčně upravené pro široké čtenářstvo. Před vzestupem novin to byla kultura knížek lidového čtení, tištěných balad a různých letáků s náboženským, moralizujícím, morbidním a apokalyptickým obsahem, která propojovala staré tradice s moderní kapitalistickou kulturou tištěné zábavy a informací. Aby byla nová tištěná kultura úspěšná, musela zůstat v úzkém spojení s orální tradicí a reprodukovat její typické charakteristiky. Právě díky schopnosti vmístit prvky starých tradic do nového kulturního prostředí se populární kultura stávala reprezentantem lidových vrstev. Prvky původní lidové kultury tak byly stále více lidem prodávány zpět v procesu komerčního podnikání. Výsledné produkty si oblíbili hlavně lidé z nižších vrstev. (Conboy, 2002, s. 23–25; Maderthaner a Musner, 2008, s. 78) Jedním z důležitých prvků, které přebrala městská populární kultura od lidové, byla tendence k ironickému vymezování se a subverzitě vůči mocným, jejich normám a kultuře. (Maderthaner a Musner, 2008, s. 88, 89)

Obrazový charakter se stal hlavním charakteristickým znakem nové, transformované a expandující populární kultury. Hlavním obsahem prvních masových časopisů jako britské *The Illustrated London News* nebo francouzské *L'Illustration* byly ilustrace a senzační příběhy. Ke vnímání obrázků nebylo třeba umět moc číst, což představovalo hlavní zlom, protože se tištěná kultura stala dostupnou méně vzdělaným lidem a tištěné obrázky tak byly prvním médiem pravidelné masové komunikace. Je třeba si uvědomit, že až do 19. století lidé z nižších, méně vzdělaných vrstev nechodili ani do muzeí, ani neměli doma pověšené žádné obrazy či reprodukce, takže obrazy vůbec nevidali s výjimkou kostelů a občasných vystoupení interpretů a prodejců kramářských tisků. Situace se začala zvolna měnit až na přelomu 18. a 19. století s nástupem levných dřevorytů. Ale i v mnohem bohatší Anglii z těchto technologických novinek profitovala až do třicátých let hlavně střední třída, pro chudší obyvatele byly tyto reprodukce stále finančně nedostupné, mohli si maximálně dovolit koupit od potulných prodejců levnou knížku s primitivním dřevořezem na titulu. Ve městě alespoň mohli obdivovat reprodukce za výlohou obchodů s tisky, ale na venkově obyvatelům zůstávaly jen zmíněné kramářské tisky, často vyvěšované

po hospodách. Jejich hlavními náměty byly vraždy, exekuce a milostná tematika. (Anderson, 1994, s. 2–25) Tyto jednoduché obrázky vycházely z obrazové tradice vysoké kultury, ikonografií, konvencí v zobrazování atd., ale v nesofistikované, neopracované podobě jednoduché nápodoby. Obyčejným lidem vyobrazení chyběla a venkovany fascinovaly i typicky anglické malované vývěsní štíty hostinců. (Tamtéž, s. 43, 44)

V šedesátých letech zasáhla rozvíjející se produkce populární kultury v Anglii plně i dělnické vrstvy, které tak poprvé získaly zkušenost s obrazovou kulturou a připojily se tím ke kulturní formaci – neomezené věkem, pohlavím ani třídou – k mase. Podle Patricie Anderson tak dělníci spolu s participací na nové masové zkušenosti populární kultury souhlasili s civilizujícími hodnotami obsaženými v mnoha kulturních artefaktech. Kromě osobního uspokojení potřeby zábavy a informací s tím zároveň získávali repertoár sociálních a kulturních hodnot, které se v produktech populární kultury vyskytovaly a které obohacovaly jejich vyvíjející se třídní identitu. (Tamtéž, s. 158–177)

V českém prostředí se v druhé polovině 19. století začala komercionalizovat nejdříve měšťanská kultura. Rozvoj dopravy a komunikací, médií i národní kultury v této době ukončil izolaci jednotlivých měst a měšťané začali využívat možnost konzumovat díla vytvořená jinde. Nejdříve se ustanovil nakladatelský trh umožňující šířit knihy a časopisy, později se přidaly divadelní soubory a na konci století si bylo možné pozvat na představení i houslového virtuóza či dechovou kapelu. Součástí zmasovění a mechanizace kultury byla i možnost zakoupení si grafiky či továrně vyráběného litinového kříže místo náhrobku od místního kameníka. Tento vývoj vedl ke zlevnění, tedy větší dostupnosti těchto artefaktů a do kulturního provozu se zapojovaly stále větší skupiny obyvatel. Jeho důsledkem však bylo i odumírání tradičních průvodů s maskami, karnevalů stejně jako sousedských divadelních produkcí, místo kterých se rozvíjelo ochotnické divadlo. To představovalo ušlechtilou měšťanskou zábavu, osvícenou, výchovnou, ale mělo mnohem méně diváků než sousedské hry v plenéru, docházelo tedy k elitizaci těchto představení. (Černý, 1983, s. 53, 55, 56)

První profesionální představení vozili po městech loutkáři, po roce 1848 se objevily první české kočovné společnosti, do té doby do českých zemí občas zajížděly společnosti německé. Po uvolnění v šedesátých letech začaly hromadně vznikat ochotnické a pěvecké spolky, po městech se stavěly

či upravovaly divadelní sály, letní arény a občas i celé divadelní budovy. Na konci 19. století městské kulturní prostory doplnily sokolovny a muzejní budovy. Návštěvníky představení byli drobní a zámožní měšťané, studenti, příslušníci inteligence i někteří zaměstnanci řemesel a obchodů, občas i zřízenci a dělníci. Návštěvnictvo ovšem bývalo regulováno, například služby měly někde vstup zakázán. V sedmdesátých letech se přidalo dělnické divadlo a na počátku nového století se tento fenomén šířil i na venkov, kde ubylo kočovných divadelníků, kteří dávali přednost angažmá v přibývajících kamenných divadlech. Hlavním repertoárem se stala opera. (Tamtéž, s. 59–63)

### **Urbanizace a proměna společnosti**

Industrializace a urbanizace, probíhající intenzivně během 19. století, přinesly velké a trvalé změny ve vývoji společnosti i kultury. Industrializace vyvolaná soustavnou aplikací vědeckých poznatků ve výrobě, se během 19. století šířila postupně vyspělým světem a přinášela změnu ekonomického chování a ekonomických institucí. S extenzivním růstem výroby souvisel nárůst národního důchodu a společenského bohatství. Díky mechanizaci tovární výroby se zvyšovala produktivita práce, což vedlo k pozvolnému, skupinově diferencovanému růstu životní úrovně, z něhož profitovaly i dolní vrstvy. Vymizela tak masová bída a nouze. Zároveň rostoucí bohatství společnosti umožňovalo prostřednictvím daní i skupinových a soukromých iniciativ obecný kulturní vzestup – vědy, školství, umění, civilizačních vymožeností, zdravotnictví, sociální péče. Také na kulturním rozvoji se ovšem různé sociální skupiny podílely různým způsobem. (Machačová a Matějček, 2002, s. 411)

Všechny tyto změny probíhaly nejdříve a nejrychleji ve městech a jejich nejbližším okolí, kam se za prací, vyššími výdělky a celkově pohodlnějším životem ve velkém počtu stěhovali lidé z chudých venkovských oblastí. Urbanizaci lze popsat jako celkovou změnu sociálně-prostorových forem organizace společnosti, kdy se ze společností venkovských stávaly společnosti převážně městské, což se týkalo nejen hmotných a prostorových stránek, nýbrž i institucí, ekonomie, sociální struktury, myšlení, způsobu života, hodnot a celé kultury. Jedná se tedy také o kulturní a sociálně-psychologický proces, v němž si lidé osvojují materiální a nemateriální kulturu, včetně vzorců chování, forem sociální organizace, ale i způsoby

myšlení vznikajícího ve městech či pro město typických. V důsledku těchto změn se stává kulturní působení měst mnohem silnější než venkova. (Horská, Maur a Musil, 2002, s. 8, 11)

V Německu a Rakousku začala kvalitativně další fáze industrializačního procesu v 80. letech 19. století, kdy nové technologické postupy uplatňované v průmyslu i ve veřejných službách vedly k efektivnější koncentraci výroby i odbytu a rychlému nárůstu osob zaměstnaných v průmyslu. Útěk z venkova urychlil i pokles cen zemědělských výrobků během agrární krize. S rozvojem domácí průmyslové výroby souvisela i skutečnost, že od 90. let odcházelo z venkova do blízkých středoevropských velkoměst více lidí, než jich emigrovalo do zámoří. V Čechách probíhala nejintenzivnější urbanizace mezi lety 1869–1930, kdy se počet obyvatel městských obcí zdvojnásobil. Samotná Praha v letech 1891–1900 dosáhla rekordního přírůstku obyvatel 25,7 procenta. Nárůst obyvatel českých zemí byl nerovnoměrný, v letech 1869–1910 v obcích do dvou tisíc obyvatel stoupl jejich počet o půl milionu, zatímco ve městech o miliony dva (a jeden milion se odstěhoval za hranice). Celkově tak v letech 1880–1910 vzrostl podíl městských obyvatel v českých zemích z více jak třetiny téměř na polovinu, zatímco ještě ve čtyřicátých letech 19. století jich žila ve městech pouhá pětina. (Tamtéž, s. 178–220) V roce 1900 se mezi lidmi žijícími v Praze a předměstích narodilo 60 % mimo tuto oblast, ovšem 95 % přistěhovaných pocházelo z Čech a pouhá 2 % z Moravy a Slezska. Praha tudíž fungovala jako migrační centrum pouze pro své okolí, přičemž německy mluvící obyvatelé českých zemí se stěhovali spíše do Vídně. (Cohen, 1986, s. 469)

Ve vnitřní Praze i na předměstích tvořily převahu bytů stavěných v druhé polovině 19. století menší byty pro nezámožné vrstvy, což svědčí o majetkových poměrech většiny tehdejších Pražanů, kdy  $\frac{3}{4}$  pražských domácností v roce 1900 neměly služebnictvo. V Praze se vyskytovala jednak nadměrná koncentrace funkcionářů zemských úřadů a zástupců státní správy a na druhé straně značná koncentrace průmyslových dělníků, drobných samostatných řemeslníků, subalterních úředníků i pomocného personálu. Na přelomu 19. a 20. století žilo v samotné Praze bez předměstí kolem 34 % dělníků z aktivně činného obyvatelstva, ovšem většina v Holešovicích. Podobně v největších předměstích bylo dělníků přes 40 % pracujícího obyvatelstva. (Horská, Maur a Musil, 2002, s. 185, 206–210)

Vznikající masa nových obyvatel měst, vzdálených svému původnímu prostředí a vytržených ze svých tradičních kulturních vazeb, se ekonomicky i kulturně homogenizovala. Bývalí venkované koncentrovaní na předměstích si místo ztraceného přístupu k původní lidové kultuře hledali a vytvářeli novou stmelující kulturu uspokojující jejich potřeby a nároky. Tou se stala právě populární kultura, šířená tehdejšími masovými médii mezi novým velkoměstským obyvatelstvem, kterým se dosavadní komerční kulturní produkce spíše vyhýbala. Těmto lidem ekonomický rozvoj poskytl dostatečnou kupní sílu a díky pevné pracovní době jim zbýval i volný čas. Důležitým faktorem byl také rozvoj vzdělání a možnost aktivního působení v demokratizujícím se politickém systému, což zvyšovalo zájem obyčejných lidí o veřejné záležitosti. (Conboy, 2002, s. 160) Díky postupnému rozšíření volebního práva se na ně nově zaměřovala agitace stávajících i nových politických stran, pro něž se stala nová masová média ideální platformou. Boj elit o udržení či získání symbolického kapitálu mezi novými voliči tak probíhal i skrze kulturu.

Dosavadní kulturní dominance vyšších vrstev byla prolomena za pomoci komerční výroby a komerčního šíření knih, novin a časopisů. Finanční úspěch byl podmíněn co největším nákladem, vydavatelé proto přizpůsobovali svou produkci obsahem, formou i názorovým laděním postojům obyčejných lidí, kteří měli minimální zkušenost s elitní kulturou. Kultura tak přestala být majetkem elit a postupně se stala dostupnou nejširším vrstvám.

Podle Waltera Benjamina byla unikátnost umění, jeho aura, ztracena, vystřídána masovou reprodukcí. Docházelo k demokratizaci kultury, ač nová kultura mas byla ještě dlouho elitami odmítána. (Tamtéž, s. 56, 62) Demokratizační dopad měl již samotný záznam událostí pomocí fotografie či novinářské zprávy, protože činil události dostupné více lidem a vybízel čtenáře k tvoření vlastních úsudků nad tím, co čtou. Od té doby, co svět začal promlouvat domněle přímo ke čtenáři, žádné speciální dovednosti či vědomosti již zdánlivě nebyly čtenářům potřeba k porozumění a reagování na fotografie či novinové zprávy. (Schneirov, 1994, s. 71)

Rozvoj populární kultury vyvolal výrazný odpor elit. Díky vzrůstajícímu vlivu nižších vrstev došlo v epoše *fin-de-siècle* ke krizi kulturní autority. Na jedné straně se rozvíjel zájem o primitivní a orientální kultury, na druhé se nižší vrstvy odcizovaly středostavovským hodnotám a zpochybnily tak dosavadní uniformní perspektivu liberálů. Nová kultura ohrožovala kulturní



autoritu vzdělanců. Odpor byl zvláště silný ve střední Evropě kvůli úzkému propojení kultury a nacionalismu, kdy národní kultura a jazyk hrály centrální roli v národním programu formovaném vzdělanými elitami. Právě ve společnosti nejváženější profese, umělci, právníci, profesori a lékaři, si takto bránily svoje postavení vůči nositelům ekonomického kapitálu. Tento vývoj byl úzce propojený také s pozvolnou demokratizací společnosti. Nižší vrstvy postupně získávaly volební právo a stávaly se cílem agitace nových politických hnutí, kritizujících a odmítajících představu reprezentantů liberálních stran o správném vývoji společnosti. Společenský konsenzus založený na osvícenských a liberálních idejích, které vedly k dosavadní demokratizaci společnosti a jejímu vzdělanostnímu rozvoji, byl opuštěn a nové masové strany se ucházely o přízeň nových voličských vrstev s odlišným programem. (Fritzsche, 1996, 185, 186; Ross, 2008, s. 53)

Měšťanská hierarchie hodnot a morální normy stejně jako představy o vývoji společnosti už nadále nebyly schopné získat společenský konsenzus. Na ztrátu shody na ideálu kultury reagovaly dosavadní kulturní autority prudkým odmítnutím rozvíjející se masové kultury. Ta svým neautorizovaným proudem informací, idejí a významů stejně jako důrazem na senzačnost převracela hierarchii hodnot, zatímco podle představy tradičních elit měla kultura své recipienty vychovávat a vést k správným rozhodnutím. (Fritzsche, 1996, s. 178–180) Je ale na místě připomenout, že zastánci konzervativního pojetí kultury mluvili o ideálu, který se nikdy nenaplnil, zábavnost byla vždy důležitou součástí kultury a umění a ani senzačnost nebyla ničím novým.

Boj proti různým produktům populární kultury byl po většinu času veden publicisticky, zásadnější zákonné formy jejího potlačování se objevily až kolem poloviny 20. století. Publicistické kampaně přicházely ve vlnách, které kromě pocitu ohrožení kulturních elit souvisely i s nástupem nových, populárnějších typů médií, která vyvolávala morální paniku mezi konzervativními vzdělanci. Mapováním odporu proti populární literatuře se zabýval Pavel Janáček v knize *Literární brak: Operace vyloučení, operace nahrazení*. První etapu ostrého odporu našel na počátku osmdesátých let devatenáctého století, kdy rozpad ideje jednotného národa (způsobeného střetem staročechů s mladočechy) společně s diferenciací a specializací čtenářské obce vyvolal u znejistělých kulturních činitelů obranný boj proti braku. Stejně jako následující vlna odporu proti senzačnímu tisku byla

publicistická kampaň vedena obavou ze ztráty kulturní autority, kontroly nad čtenáři této neautorizované četby převracející hodnotový žebříček (viz například romány popisující životy zločinců bouřících se proti společnosti a překračujících její zákony jako vysoce populární *Berlinský kat*). Druhou fází publicistického boje Janáček situuje do desátých let dvacátého století. Tehdejší kampaň proti braku vnímá jako projev snahy o udržení striktně hierarchického řádu literární kultury proti relativizaci související s rozvojem avantgard. Literární brak, jehož označení tehdy vstupuje na českou scénu, byl popisován jako kulturní lihovina, které propadají kulturně a sociálně slabé vrstvy. (2004, s. 55–57) Konkrétní kampaně a argumentaci uvádím u jednotlivých formátů dobové populární kultury.

Walter Benjamin rozlišoval mezi zakořeněnou zkušeností vesničanů nebo řemeslníků a nespojitými zážitky obyvatel metropolí. Typickou velkoměstskou postavou byl povaleč potloukající se bezcílně po bulvárech, sledující okolní rychle se proměňující dění, flâneur. Obdobně i Georg Simmel sledoval u velkoměstských obyvatel nedostatek jistot, něčeho centrálního, co je nutí k hledání momentálního uspokojení v nejnovějších stimulacích, senzacích a vnějších aktivitách. Zároveň život v městské anonymitě měl vést k větší sebedůvěře a intelektualitě, umožňoval kultivaci osobnosti a směřoval k větší svobodě. Z nestálosti a pomíjivosti velkoměstského prostředí mohli zúčastnění pozorovatelé vyvodit i nestálost a pomíjivost sociálního světa a jeho vztahů. (Fritzsche, 1996, s. 31–33)

Na novou, každodenně zažívanou situaci velkoměstského obyvatele skutečně populární kultura dokázala bezprostředněji zareagovat. Ve formátu senzačního tisku, podobně jako v hudební revue se odrážely chaos a nestálost, fragmentárnost velkoměsta, juxtapozice triviálního a seriózního, střídání politiky, satiry a hyperboly. Žánrem nejlépe reflektujícím velkoměsto se stal fejeton, prožívající na přelomu století svůj zlatý věk. Elitní tradice velkého románu nedokázala tuto atmosféru adekvátně zachytit až do poválečného nástupu experimentální prózy. (Tamtéž, s. 41, 44)

## **Česká společnost přelomu století**

Sociální strukturu a mobilitu jednotlivých vrstev v českém prostředí 19. stol. podrobně popisují Jana Macháčová s Jirím Matějčkem. Dolní vrstvy měly poskytovat nekvalifikovanou pracovní sílu, proto trpěly nedostatkem zdrojů i možností získávat informace, tedy vědomosti o světě a okolí. Tak se spolu

s omezenými možnostmi sociálního vzestupu dostávaly do začarovaného kruhu, kdy za dostatečné považovaly přebírání výchovných vzorců od rodičů a případné další vzdělávání měly za zbytečné, protože nemohlo zlepšit jejich situaci. Odtud pramenilo jejich převážně zvykové chování, způsobující i omezenou iniciativu a invenci a již zmiňovaný odpor ke vzdělání. Místo pracující matky a často nepřítomného otce (migrujícího za prací) bylo dítě většinou vychováváno okolím, zvláště vrstevníky. Vštěpovanými vzory a jedinou představitelnou perspektivou byla těžká práce, skromnost a poslušnost. Za jedinou možnost, jak se prosadit v rodině i společnosti, bylo považováno silové chování. (2002, s. 118–120)

Zato střední vrstvy věnovaly výchově značnou pozornost. Projevovaly zájem o budoucnost svou i svých dětí a snažily se na ní pracovat. Matky byly často v domácnosti, i když také pomáhaly v živnosti. Výchově se věnovali i otcové, učili své potomky profesi a vědomostem o okolním světě. Celkový důraz byl sice kladen na praktické vzdělání, to však bylo mnohem širší než u dolních vrstev.

Zatím se – spíš z náznaků v pramenech – zdá, že ve středostavovských rodinách většinou nebyly děti vychovávány k soutěživosti, expanzivnosti a k touze po vyniknutí a úspěchu, ale spíš k solidnosti, pílí, rozvážnosti a konformitě, což byla vlastně reprodukce vzorů typických pro střední vrstvy. (Tamtéž.)

V druhé polovině 19. století ubývalo v středostavovských rodinách dětí. Z prestižních důvodů musely děti v živnostnických rodinách i u svobodných povolání přebírat živnost svých rodičů, šlo o udržení sociálního statusu rodiny. Důsledkem snahy udržet si či zvýšit místní prestiž byly také sňatky ve vlastní vrstvě. Ovšem část příslušníků středních vrstev toužila po vzestupu, kterého se snažila dosáhnout vyšším vzděláním, a pronikala mezi rostoucí vrstvu inteligence a úřednictva. (Tamtéž, s. 120–123)

Otec byl živitelem rodiny, vrchní autoritou a také vzdělavatelem svých synů. Děvčata byla většinou vychovávána k roli manželek, tedy hospodyň, matek, vychovatelek a pomocnic v živnosti. Role středostavovských dětí spočívala pravděpodobně v poslušnosti, v dobrém učení se a v pomoci při práci. Takto rozdělené role v rodině procházely změnami až v poslední čtvrtině 19. století, a to zejména u inteligence, kdy se začaly jednotlivé funkce více prolínat. V druhé polovině 19. století začaly být i dívky ze středních vrstev odborně vzdělávány, což způsobovalo postupnou změnu

rolí a zvyšování autority a samostatnosti žen a tím i posilování jejich pozic v rodinách. (Tamtéž, s. 120–123)

Pro střední vrstvy byla typická výchova k sebeovládání spojená s konceptem mravnosti a pruderie. Ta však souvisela se sociálním statutem – podle autorů *Dějin každodennosti „dlouhého“ 19. století* byla buržoazie velmi prudérní, maloburžoazie již méně, zatímco dělnictvo a nemajetné venkovské vrstvy měly představovat sociální skupiny, které se řídily konvenční morálkou omezeněji. (Lenderová, 2005, s. 62, 63) Ještě na konci století zakončovala část absolventů obecných škol své vzdělání jako pologramotná (měli problémy se čtením a psaním). Dolní vrstvy totiž ke své obživě vzdělání nepotřebovaly a považovaly ho za útok na svou materiální situaci, protože školní docházka zabraňovala dětem vydělávat a zlepšovat tak finanční situaci rodiny. (Machačová – Matějček, 2002, s. 125, 126)

Pavla Vošahlíková popisuje rozdíly v životním stylu – v oblékání i jídle mezi měšťany a drobnými řemeslníky s živnostníky: *„Životní styl drobných řemeslníků a živnostníků se příliš nelišil od dělnických rodin. Hranice mezi nimi nebyla ostrá, ale spíše postupná.“* Ovšem jejich život byl stále dynamičtější a průběžně přijímali modernizační prvky na rozdíl od venkova, kde se tradiční mravy a zvyky stále uchovávaly. (Vošahlíková, 1996, s. 18, 19) Také představa o volném čase sloužícím nejen k prostému odpočinku, ale i k aktivní zábavě a odreagování se k nižším vrstvám dostávala postupně a v celé společnosti se prosadila až po první světové válce. (Lenderová, 2005, s. 67; Holubec, 2009, s. 197–206) Jedním z důvodů byla i výše příjmů. V roce 1912 činila nejnižší týdenní dělnická mzda 17 korun a nejvyšší 30 korun, přičemž výdaje za potraviny činily u nejchudších zhruba 80 % jejich mzdy a u těch nejlépe vydělávajících 46 %. Týdenní nájem se pohyboval kolem 3 korun. (Štaif, 2008, s. 49)

Pokud se jedná o politickou orientaci české společnosti a její národnostní preference, Otto Urban uvádí, že k relativně pevnému vnějšmu uzavření české společnosti jako zvláštní skupiny došlo až v posledních desetiletích 19. století a na počátku 20. století. Národní agitace tedy dosáhla svého cíle v době, kdy se zároveň začíná rozpadat původně nadtřídní a celonárodní politický program, vytvořený už v polovině 19. století. Národní program měl spojit široké vrstvy české společnosti, ale jejím mluvčím a reprezentantem mělo být měšťanstvo a buržoazie, jakýsi nepřilíš početný politický národ, moderní privilegovaný stav nezahrnující dělnictvo a většinu

vesnických a maloměstských malovýrobců. (2003, s. 37, 39) Vynechávají tedy přesně ty skupiny, které se staly prvními příjemci populární kultury. Období, na které jsem se zaměřil v této knize, charakterizuje Urban následovně:

Od počátku devadesátých let do první světové války se v důsledku přerůstání kapitalismu volné soutěže v monopolismus a následkem dalších významných sociálních změn nejen prohloubila základní třídní struktura společnosti, ale současně se plně promítla do politické oblasti. Na jedné straně docházelo k diferenciaci podnikatelských vrstev, k uplatňování specificky stavovsko-třídních zájmů a k aktivizaci maloburžoazních vrstev, na druhé straně se uzavřela první fáze uvědomovacího procesu proletariátu a socialistické hnutí se formovalo jako ideově relativně vyzrálé a dobře organizované masové politické hnutí. Tím bylo odstraněno klíčové postavení české buržoazie v politickém životě. (Tamtéž, s. 255)

Na konci devatenáctého století probíhal i na stránkách tisku včetně toho senzačního boj o politickou orientaci a s ní související širší světónázor dosud politicky neaktivních vrstev. Občanům se nabízela možnost připojit se k národnímu programu buržoazie (či katolických stran), nebo ho odmítnout ve prospěch sociálnědemokratického internacionalismu, či si ho modifikovat pod vlivem národních socialistů. Případně ho mohli i nadále ignorovat. Až v tomto období se vlastně tyto vrstvy dostaly z historického přítími na povrch, když se zhmotňovala nejen jejich kultura (produkovaná díky novým médiím ve větším objemu a v uchovatelné formě), ale začal být i viditelný zápas o jejich politické uvědomění, kdy z původně jednotně pojímaného proudu začínají vystupovat jako samostatné skupiny.

Mladočeský radikalismus ztrácel v těchto vrstvách podporu i přes zvýšenou orientaci na antisemitismus, se kterým uspěli křesťanští sociálové ve Vídni. Hlavními rivaly se stali národní a takzvaní internacionální socialisté, přičemž jádro působení národního socialismu se zaměřovalo mezi městskou maloburžoazii, inteligenci a úředníky. (Soukupová, 2000, s. 105)

### **Počátky populární kultury v českých zemích**

Jak popisuje Peter Burke, tradiční způsoby vnímání a myšlení představují jakési síto, které některé novinky pustí a jiné zadrží. Uvádí příklad švédských venkovských malířů, kteří přijímali barokní detaily, ale struktura

jejich děl zůstala středověká, podobně jako řadoví křesťané přijímali z učení církve jen tolik, kolik mohlo být asimilováno jejich životní zkušeností. V této tradiční společnosti byli obyčejní lidé nuceni „svůj vlastní svět strukturovat skrze modely dominantní skupiny“. (2005, s. 81, 189)

Naopak moderní velkoměstské společnosti, které Georg Simmel studoval na příkladu Berlína, jsou charakteristické kapitalistickou cirkulací komodit, konstantním procesem nakupování a prodávání, destrukcí, renovací a rekonstrukcí, které mají za následek likvidaci nánosu tradice. Nejistota a fluktuace velkoměstského prostředí vyvolávala v jeho obyvatelích kulturu indiference, ve které si lidé velkoměsta vybudovali vůči svému okolí nejen obranný postoj, ale také vysoce subjektivní senzibilitu, indferentní k distinkci vysokého a nízkého, fundamentálního a triviálního a kultivovaného a vulgárního. Podle Simmela je moderní pozorovatel osamocený a nezaujatý poutník, flâneur, který si sám skládá neautoritativní obraz světa z prchavých střipků, impresionistickým způsobem zachycených momentek a medailonků. (Fritzsche, 1996, s. 238)

Jak se pokusím dále ukázat, modernizační změny ve společnosti i kultuře provázející vznik velkoměstské společnosti se projeví v Praze na přelomu 19. a 20. století. Jedná se o popisovaný přechod od pomalejší, tradiční kultury nižších vrstev k moderní, masovými médii šířené populární kultuře, vyhovující novému metropolitnímu životnímu stylu. Z Prahy se pak moderní městská masová kultura šířila postupně do zbytku českých zemí. Zvláště na Moravě je ale potřeba počítat se silnějším vlivem Vídně. Populární kultura se tak stala jedním z činitelů rozpadu původní ideje jednotného národa. Jak jsem ukázal výše, zmíněné procesy industrializace a urbanizace, vytvářející velkoměstské prostředí, jehož obyvatelé se stávali příjemci masové populární kultury, dosáhly nejvyšší intenzity až na konci 19. století, kdy urbanizovanost obyvatelstva českých zemí dosáhla téměř 50 %.

Neexistuje samozřejmě určitý okamžik, od něž se začínají jednotlivé formy moderní populární kultury v českých zemích objevovat a úspěšně šířit. Ovšem s charakteristickým zpožděním oproti západním zemím začínají v desetiletích okolo přelomu devatenáctého a dvacátého století do sebe zapadat jednotlivé části velkoměstské modernizační skládanky. Podobně jako jinde ve střední Evropě v této době, hospodářský rozvoj a rychlý nárůst počtu obyvatel pražské aglomerace vytvářejí vhodné podmínky pro formování se velkoměstské společnosti. Jak je vidět v následující tabulce, zachycující vývoj počtu obyvatel Velké Prahy v územním členění z roku

1921, mezi lety 1880 a 1910 se počet obyvatel skoro zdvojnásobil. (Boháč, 1923, s. 14)

Tabulka 1: Počet obyvatel Velké Prahy v letech 1843–1921.

rok	1843	1850	1857	1869	1880	1890	1900	1910	1921
počet v tis.	146	157	201	240	314	397	514	617	677

Zároveň od konce osmdesátých let dochází k různé diferenciaci české společnosti – kulturní i politické –, kdy stále více odlišné zájmy jednotlivých sociálních skupin začínají reprezentovat partikulární politické strany, v čemž důležitou roli hraje i rozšiřující se volební právo a s ním související boj všech možných dobových politických směrů o získání dosud nevolících lidových vrstev.

Vznik dostatečně velké a dostatečně majetné populace zajímající se o nové kulturní formy vyhovující jejich novým životním podmínkám a s nimi souvisejícímu životnímu stylu pak umožnil úspěšný rozvoj různých forem masové populární kultury. Ta již byla úzce spojena s novými masovými médii. Hlavními zástupci, kteří otevírali populární kultuře cestu do masové společnosti, byly podle Schneirova (1994, s. 75) a dalších senzační noviny, ilustrované populární časopisy a šestákové romány. Ty se, podobně jako mnoho dalších zástupců dobové populární kultury, objevily v českém prostředí na přelomu 19. a 20. století, většina z nich se začala prudce rozvíjet v devadesátých a nultých letech. Senzační obrázkový tisk úspěšně zakotvil v Praze v devadesátých letech, zábavné časopisy se kvalitativně proměnily a vydavatelské spektrum se rozšířilo o nové populární formy periodik na počátku 20. století. Přelom století tak byl v Praze i v českých zemích obdobím proměny trhu periodik, skutečného nástupu masového tisku po prvních úspěšných pokusech v 90. letech. Zatímco denní tisk reagoval na postupnou proměnu Prahy ve velkoměstský prostor rozvojem večerníků, doba metropolitních novin, inspirovaných žlutým žurnalismem či jeho střeoevropskou obdobou, zde nevznikla, nahrazovaly ji senzační velkoměstské týdeníky.