

Počátky populární kultury v českých zemích na přelomu 19. a 20. století

Cílem tohoto příspěvku je ukázat zásadní proměnu, kterou česká kultura prodělala v epoše fin de siècle v souvislosti s rozvojem masových médií a která nebyla dosud v odborné literatuře v podstatě reflektována. Souběžně s radikálním přerodem elitní kultury došlo k zásadním změnám i v oblasti kultury většinové. Pro představu o změnách, které v evropské a severoamerické kultuře probíhaly, vycházím z odborné literatury, na níž navazuji představou, jak, kdy a s jakými přízpůsobeními se tyto změny projevily v českých zemích. Tuto koncepci opírám o vlastní výzkum raných forem populární kultury v Českých zemích i o publikované práce ostatních badatelů.

Do studie jsou vloženy dvě případové studie, které na konkrétním příkladu určité formy populární kultury ilustrují představovaný kulturní a společenský vývoj. Na příkladu dechové hudby a lidovky ukazují, jak se v městském prostředí rodil nový populární žánr smísením prvků lidové kultury příchozích s inovacemi přicházejícími ze světa i z elitní kultury. Na pražském populárním obrázkovém tisku je zase možné vidět, jak teprve na přelomu století byl tento typický prvek nové městské populární kultury schopen získat potřebné publikum připravené a schopné recepce populárního formátu, zatímco předchozí pokusy o jeho vydání se nesetkaly s úspěchem.

Různí autoři hledají počátky populární kultury v rozličných obdobích, což souvisí hlavně s jejich pojetím 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, které souvisely 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).

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. Moderní populární kultura je charakteristická převážně masovými produkty šířenými masovými médii. Ta postupně ovládla různé formy kulturního projevu, a stala se tak jejím význačným tvůrcem. Mediálně šířená populární kultura je hybridním

produktem, tvořeným na jedné straně nároky obyčejných lidí (common people) na zábavu a potěšení a na druhé straně snahou producentů oslovit co nejširší obecnost a ovládnout trh.

Od tradiční lidové po moderní populární kulturu

Lidová kultura je podle Petera Burkeho charakteristická pro předkapitalistické 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. Reformátoři z obou stran křesťanského spektra ji odmítali jako pohanskou a vyžadovali oddělení posvátného od profánního. Jejich mísení bývá populární kultuře vyčítáno kulturními elitami dodnes. 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 (Burke, 2005, s. 246, 247). „Reformátoři netoužili mít vlastní, oddělenou a očištěnou kulturu, chtěli se co nejvíce přiblížit lidu a vzít všechny sebou,“ ovšem výsledkem byla prohlubující se propast mezi kulturou elitní a většinovou, protože reformy ovlivnily vzdělanou menšinu rychleji a důkladněji než ostatní (Burke, 2005, 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“ (Burke, 2005, s. 279).

Také pojem *lid* se začal více vztahovat jen na prostý lid. Duchovní se díky svému rostoucímu vzdělání vzdělání 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, vzdělání 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 (Burke, 2005, s. 280–288).

Ovšem už od 15. století docházelo k její postupné proměně, kdy spolu s rozvojem tiskařských technologií byla lidová kultura 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 a tištěných balad, která propojovala staré tradice s moderní kapitalistickou kulturou tištěné zábavy a informací (Conboy, 2002, s. 23).

Podle Martina Conboye komerční imperativ tištěné kultury, zevšeobecňovat formát a maximalizovat zisk, vybudoval ve společnosti podmínky k oddělení elity od zbytku obyvatelstva a způsobil erozi původní společné kultury. Spolu s rozvojem tiskařského podnikání se vytvářel vkus, který byl komerčně výhodný a který reflektoval tradice lidových přesvědčení a názorů. Výsledné produkty si oblíbili hlavně lidé z nižších vrstev. Aby byla nová tištěná kultura úspěšná, musela zůstat v úzkém spojení s orální tradicí a reprodukovat její typické charakteristiky. Právě díky schopnosti vmísit 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 (Conboy, 2002, s. 23–25).

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 a sociální péče. Také na kulturním rozvoji se ovšem různé sociální skupiny podílely různým způsobem (Machačová, Matějček, 2002, s. 411).

Všechny tyto změny probíhaly nejdříve a nejrychleji ve městech a jejich nejbližším okolí, kam se za prací, vyššími výdělků a celkově pohodlnějším životem ve velkém počtu stěhovali lidé z chudých venkovských oblastí. V případě urbanizace šlo o 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 i 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 stalo kulturní působení měst mnohem silnější než působení venkova (Horská a kol., 2002, s. 8, 11).

V Německu a Rakousku začala kvalitativně další fáze industrializačního procesu v osmdesátých 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 devadesátých 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 dosáhla rekordního přírůstku obyvatel v letech 1891–1900, a to 25,7 % (Horská a kol., 2002, s. 178, 197). V roce 1900 z lidí žijících v Praze a předměstích se 60 % narodilo mimo tuto oblast, ovšem 95 % jejich obyvatel pocházelo z Čech a pouze 2 % z Moravy a Slezska. Praha tudíž fungovala jako migrační centrum pouze pro své okolí, přičemž německy mluvící obyvatelé českých zemí se stěhovali více do Vídně (Cohen, 1986, s. 469).

Vývoj počtu obyvatel jednotlivých předměstí a Prahy podle dobového územního členění ukazuje, že nejrychleji rostla předměstí, do nichž směřoval hlavní proud nově příchozích (Fialová a kol., 1996, s. 397).

Počet obyvatel největších čtvrtí velké Prahy v tisících obyvatel

	1830	1869	1890	1910
Vinohrady	–	5	34	77
Žižkov	–	0	41	72
Nusle	0	2	12	31
Smíchov	2	15	33	52
Praha	102	158	167	224*

*včetně přiřčeněných Holešovic a Libně

Převahu bytů stavených v druhé polovině 19. století ve vnitřní Praze i na předměstích tvořily menší byty pro nezámožné vrstvy, což svědčí o majetkových poměrech většiny tehdejších Pražanů, kdy tři čtvrtiny pražských domácností v roce 1900 nemělo služebnictvo. V Praze na jedné straně žilo velké procento zemských funkcionářů a zástupců státní správy a na druhé straně velké množství průmyslových dělníků, drobných samostatných řemeslníků, subalterních úředníků a pomocného personálu (Horská a kol., 2002, s. 206–210).

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 (Horská a kol., 2002, s. 201, 202, 220).

První mezihra – dechová hudba a lidovka

Příběh dechovky v českých zemích vhodně ilustruje probíhající kulturní výměnu mezi městem a venkovem, proces, v němž se původní lidová kultura smířila ve městě s moderními vlivy, a takto posílena zakotvila znovu na venkově.

Dechová hudba se vyvinula v městském prostředí v druhé polovině 19. století, když měšťanské sokolské a hasičské kapely zkombinovaly zvuk oblíbených vojenských dechových orchestrů, hrajících měšťanům při různých slavnostech i zábavách, s repertoárem venkovského a městského folklóru. Tato nová fúze našla úrodnou půdu v prostředí nových obyvatel měst, kteří se do nich ve velkém počtu přesouvali z chudých venkovských oblastí. Bývalí venkované koncentrovaní na předměstích si vytvářeli nové kulturní návyky a formovali novou kulturu, která by je sjednocovala a uspokojovala jejich současné potřeby a požadavky. Kapely hrající populární pochody, stejně jako tehdy moderní polky a valčíky, tak získaly důležitou funkci v každodenním životě nových městských obyvatel. Kolem roku 1900 bylo v českých zemích přes 1000 malých, převážně městských orchestrů (Kotek, 1994, s. 129, 130).

Profesionalizující se hudebníci ve své tvorbě, tematicky i hudebně ukotvení v prostředí městských a venkovských širokých vrstev, promísili tradiční venkovský i aktuálně se rozvíjející městský folklór s inspiracemi z dobových populárních žánrů jako německý *Schlager* či českému pojetí sentimentality charakteristicky přizpůsobené tango a adaptovali je na typický rytmus a zvuk dechových orchestrů (Kotek, 1994, s. 97, 98). Nový žánr lidovky vzniklý jako fúze ukotvená jak v českém lidovém prostředí, tak vycházející vstřícnými aktuálními hudebními trendům se ukázal jako velice inspirativní a úspěšný. Ač si to dnes možná nepřipouštíme, jedná se o jediný český hudební žánr, který byl schopen dosáhnout skutečného celosvětového úspěchu (viz *Škoda lásky* alias *Beer barrell polka*).

Lidovka v provedení dechových kapel začala rychle pronikat na český a moravský venkov. K její popularitě a rychlému šíření přispěl i rozvoj masových médií šířících nahrávky a levná vydání not. I v nejnáchodnějších oblastech Moravy dávali lidé v meziválečném období přednost populární kultuře šířené z měst masovými médii, zatímco tradiční folklór byl udržován spíše aktivisty a intelektuály. Regionální zvláštnosti se už během druhé poloviny 19. století vyrovnávaly a původní orchestry založené na kombinaci strunných a dřevěných dechových nástrojů přecházely na průraznější a barevnější zvuk plechových žesťů. Nové, moderně znějící dechové kapely sice zjednodušily tradiční lidové písně po melodické i harmonické stránce, ale jejich produkce pomáhala udržet mnoho z tradičních hudebních forem. Hudebníci venkovských městeček a vesnic si ponechali místní kroje a místní repertoár (předávaný často z paměti bez znalosti not), který si pouze upravili do módních pochodových, polkových či valčíkových rytmů, případně doplnili odposlechnutými městskými imitacemi folklórní hudby. Vliv masových médií nebyl v této době na venkově ještě natolik silný, aby si i nové kapely spíše než spojení se svými městskými vzory nezachovaly pouto s místními společenstvími. Unifikované dechové orchestry

sice přinesly na venkov nový městský fenomén, ale ten jen zaujal místo tradičního folklóru a přebral jeho funkce v životě komunity. Lokální sousedské kapely nabízely lidem doprovod ke každodennímu životu jejich pospolitosti a vytvářely příležitosti k setkávání a zábavě napříč generacemi (Kotek, 1994, s. 15; Pavlicová, 2007, s. 44–53; Tyllner, 1999, s. 43).

Původně urbánní hudební inovace tak získala pevnou bázi na venkově a v malých městech a dokázala odolat i nástupu nových módních globálních trendů, jakými byly jazz a swing, preferovaný městskou mládeží a vzdělanci. *Lidovka* šířená převážně dechovými kapelami dosáhla vrcholu své popularity za první republiky. Stala se pevnou součástí národních slavností a oficiálně si tak posvětila svůj charakter národní hudby.

Nová velkoměstská kultura

Jak už jsme viděli na příkladu dechovky, 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 své 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 postojů obyčejným lidem, kteří měli minimální zkušenost s elitní kulturou. Tištěná kultura tak přestala být majetkem elit a postupně se stala dostupnou nejširším vrstvám.

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, zpochybnily tak dosavadní uniformní perspektivu liberálů. Jejich hierarchie hodnot a morální normy stejně jako představy o vývoji společností 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 (Fritzche, 1996, s. 178, 185).

Podle Waltera Benjamina byla unikátnost umění, jeho aura, ztracena a vystřídána masovou reprodukcí. Docházelo tak k demokratizaci kultury, ač nová kultura mas byla ještě dlouho elitami odmítána (Conboy, 2002, 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).

Nový obyvatel města, jak ho popisuje třeba Walter Benjamin, byl osobou bez stabilní identity a paměti. Městský život pod stálou palbou nových senzací se mu stal sérií improvizací, které ho zbavovaly integrální identity. Benjamin rozlišoval mezi zakořeněnou zkušeností vesničanů nebo řemeslníků a nespojitými zážitky obyvatel metropolí. Velkoměstské fluktuace a kontradikce vyžadovali na jedinci dramatický proces psychologického přizpůsobení – vnitřní urbanizaci, která se projevovala zvýšenou smyslovou obratností a emocionální netečností. Obdobně i Georg Simmel pozoruje u velkoměstského obyvatele nedostatek jistot něčeho centrálního, co ho 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 (Fritzche, 1996, s. 31–33).

Masová kultura sice začala na začátku století vyvíjet na jedince extrémní standardizační a nivelizační tlak, ale jeho odpověď byla extrémně subjektivní. Simmel popisuje dva možné typy reakcí. Odpovědí blazeované osobnosti na tlak městského prostředí plného „intenzívních interakcí a směn a s nimi spojené extrémní dělbě práce, je sociální odtazitost – obrana lhostejností, takže jí nedojímá tragédie ani triumf, ale tváří tvář stále novým smyslovým údajům a informacím si udržuje stálý kurz“. Naopak reakcí neurastenické bytosti „na rapidně se měnící městské podněty je zvýšený stav nervového vzrušení a nervozity.“ Tito lidé jsou závislí na módě, klepech a nových vztazích a jejich život se mění v hon za novými vjemy a podněty (Rojek, 2010, s. 74). Odtud pramení charakter nové městské kultury, která musela vyjít těmto požadavkům vstříc, aby dosáhla úspěchu.

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 (Fritzche, 1996, s. 41, 44).

Nejtypičtějšími představiteli masové populární kultury v 19. stol. byly šestákové romány (dime novel), populární časopisy (popular magazines) a levné deníky (penny press). Ve Spojených státech, kde byl vývoj masových médií a populární kultury nejrychlejší a inspiroval zbytek světa, se časopisy a deníky staly prvním dominantním médiem masové kultury (Schneirov, 1994, s. 75).

Druhá mezihra – senzační masový tisk

Jakým způsobem byl zrod moderní populární kultury provázán s proměnami hospodářskými, technologickými a sociálními je možné ukázat na příkladu masového senzačního tisku. Ve vznikajícím velkoměstském prostředí přestával fungovat tradiční ústní způsob předávání informací a masová média se stávala základním komunikačním prostředkem šířícím společné povědomí o městě, událostech i o jeho obyvatelích. Masový tisk vytvářel nový komunikační prostor velkoměsta, využívaný nejširšími vrstvami obyčejných lidí, které se stávaly jeho hlavními čtenáři.

Pro populární noviny byl na jedné straně důležitý prudký technologický vývoj umožňující rychlé snižování výrobních cen, zvyšování nákladů a s nimi souvisejících vyšších příjmů z inzerce, které umožňovaly vydavatelům radikálně snížit prodejní cenu. Tím se tyto noviny dostávaly k stále širším čtenářským vrstvám, na které se dosavadní vydavatelé neorientovali a které tedy nebyly zvyklé a ani prozatím necítily potřebu pravidelného získávání aktuálních informací každodenním čtením deníků. Ještě v polovině 19. století většina lidí noviny nečetla a mezi čtenáři převažovali lidé ze střední třídy. Až snížená cena a atraktivnější obsah přizpůsobený jejich zájmům dokázaly v chudších vrstvách nové čtenářské návyky vyvolat. Pro rozvoj populárního tisku byla zároveň důležitá existence dostatečně velké, nově se formující vrstvy velkoměstských obyvatel, jimž ekonomický rozvoj poskytl volný čas a zároveň dostatečnou nákupní sílu. Podstatný byl také zvyšující se zájem obyčejných lidí o veřejné záležitosti, související s jejich postupným zapojováním se do politického života. Čím dál více obyčejných lidí začínalo mít zájem o pravidelný přísun aktuálních informací, stávali se důležitým objektem zájmu pro vydavatele a agitátory různých politických směrů. Existence velkoměstského prostředí a ekonomická síla jeho obyvatel byly hlavním faktorem limitujícím vznik a rozvoj populárního tisku.

Populární ilustrovaný tisk svým důrazem na život ve vlastním městě i ostatních velkoměstech hrál významnou roli ve vývoji společné identifikace obyvatel s velkoměstským prostředím. Díky jím vytvářené a šířené unifikované moderní velkoměstské kultuře, společné proletářům i drobné buržoazii, se u městských obyvatel utvářelo vědomí podobnosti a sounáležitosti s obyvateli ostatních velkoměst (Wood, 2006, s. 12). Senzační noviny byly důsledkem přesunu od politického tisku určeného pro specifické publikum k městským novinám pro širokou veřejnost. Stávaly se primárním zdrojem informací a zábavy pro obyvatele metropolí, místo portrétů politiků a jejich diplomatických tahů ukazovaly běžná trápení, neštěstí a zábavy drobných lidí. Zároveň sloužily nově přichozím jako nepostradatelný průvodce po městě a ukazovaly, jak

v novém prostředí přežít a dosáhnout úspěchu. S jejich pomocí se mohli cítit součástí metropolitní veřejnosti. Činily také město konzumovatelným, založily základy konzumní kultury, které tlumily třídní konflikty a ignorovaly etnické rozdíly. Vznikala tak velkoměstská, široce sdílená kultura, která sice nepřekážela jiným identitám založeným na třídě, etnicitě, genderu atd., ale umožňovala příchozím snadněji do prostoru města vstoupit (Fritzche, 1996, s. 9, 59).

První levné masové deníky (penny press), u nás nazývané jako šestákový či krejcarový tisk, které se orientovaly na nové čtenáře z maloburžoazních a lidových vrstev, se objevily ve Spojených státech. Prvním, který dosáhl bezprostředního úspěchu, byl *The New York Sun* vycházející od roku 1833. Na rozdíl od dosavadního solidního politického tisku velké a střední buržoazie, který se obracel na kulturně jednotné, vzdělané a finančně zabezpečené publikum, byl nový typ novin charakteristický masovými náklady, nižší prodejní cenou a nápadnou grafickou úpravou (výrazné titulky, velké obrázky a později fotografie). Za půl roku *Sun* překonal své rivaly dvojnásobným nákladem, hlavním lákadlem byla cena, jeden penny. Místo předplatného, jak bylo dosud zvykem, se tento tisk prodával hlavně na ulici, což umožnilo jeho nákup chudším lidem. Aby je přilákaly, nabídky jim nový typ zpráv. Místo dosavadních informací o důležitých společenských, obchodních či politických událostech se v levném tisku objevovaly zprávy ze soudních síní, příběhy o poklescích, katastrofách a neštěstích, které lidé z ulice považovali za vzrušující, zábavné či hodné pozornosti (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 64–66).

Raný šestákový tisk snižoval standardy, například *Sun* byl ochotný oslavovat pravdu, pokud to přinášelo zisk, ale ve skutečnosti skoro ztrojnásobil počet prodaných výtisků, když přinesl reportáž o životě na Měsíci, zároveň se ale masový tisk stával mluvčím pro rovnostářské ideály v politice, v ekonomice i v životě sociálním. Vzestup obyčejných lidí a objevení se levného tisku v USA za jacksonovské demokracie spolu úzce souvisely. Levné senzační noviny byly odpovědí na nárůst demokracie spojený s tržní ideologií a městskou společností. *The Sun* a množství jeho následovníků ukázaly, že zprávy jsou hodnotná komodita, když jsou podávány živou formou. Dalšími zájemci o masově vydávané noviny byli inzerenti, protože reklama v dosavadních nízkonákladových novinách neměla ideální efekt. Protože se začalo prodávat na ulici, museli vydavatelé kvůli získání pozornosti zatraktivnit titulní stránky a používat čitelnější typy (Emery, Emery, 1992, s. 98–99).

Rychlý úspěch deníku *The Sun* inspiroval další vydavatele, a tak se tento typ novin rychle rozšířil nejdříve v USA a po přelomu století, stejně jako se šířily shora uvedené podmínky pro jeho vydávání, navázali na jeho úspěch vydavatelé ve Velké Británii a Francii a s jistým zpožděním i v ostatních zemích. Ve Vídni se objevuje první ilustrovaný šestákový deník v roce 1873 (*Illustriertes Wiener Extrablatt*), zatímco v Německu nejdříve obsadily trh na inzerci zaměřené *General-Anzeigery* a první obrázkový deník se v Berlíně objevuje až v roce 1883 (*Berliner Lokal-Anzeiger*). Po přelomu století tento typ tisku dorazil i do haličského Krakova (*Kuryerek Krakowski*, 1902). V Praze začíná první úspěšný obrázkový deník vycházet v roce 1893 (*Pražský Illustrovaný Kurýr*), ale předcházelo

mu několik neúspěšných pokusů, na nichž lze ukázat, jak teprve v devadesátých letech 19. století dozrály v pražské aglomeraci podmínky k rozvoji tohoto raného zástupce masové populární kultury.

V letech 1874–79 vydávala Staročeská strana levný deník *Brousek*, který nebyl sice ještě ilustrovaný, ale obracel se na nižší vrstvy a dosáhl rychle dvojnásobného nákladu oproti mladočeským *Národním listům*. Přesto musel být dotován a s odchodem jeho vydavatele Skrejšovského do Vídně skončil (Holeček, 1925, s. 253, 298, 344). Mladočeský pokus o konkurenční titul *Obrana* (1874–76) zůstal neúspěšný.

Další pokus, který se podařilo dohledat, jsou noviny inspirované vídeňským *Illustrirtes Wiener Extrablattem*, které vydával J. B. Brandeis v letech 1879–1882. Pod názvem *Illustrirtes Prager Extrablatt* vycházely německé noviny určené pravděpodobně středním a vyšším pražským německým vrstvám s titulní ilustrací většinou zachycující významného pražského měšťana či člena rakouského dvora. V lednu 1881 začala dvakrát týdně vycházet jeho česká příloha, s mnohem senzačnějším obsahem v porovnání s hlavním listem. Byla patrně určena sociálně a kulturně níže postaveným českým vrstvám. Česká část se ovšem výrazně odlišovala. Je o ní možné uvažovat jako o názorném příkladu přechodu od původní kultury knížek lidového čtení, kalendářů a kramářských písní k moderní populární kultuře reprezentované například zmiňovaným vídeňským *Extrablattem* či budoucím *Kurýrem*. Nejvýraznější jsou titulní ilustrace a s nimi spojené články. Často se jednalo o zvláštní žánr, který nebyl ani

Boj ve vzduchu, *Illustrirtes Prager Extrablatt*'
Originál díla je uložen
v Národní knihovně České republiky



¹ Illustriertes Prager Extrablatt, 10. 7. 1881, titulní strana.

aktuální zprávou, ani beletrií. Titulní texty na témata jako *Srdcelomná jízda vzduchem*, *Lidožrouti*, *Boj ve vzduchu* a další bývaly uvedeny neurčitým místním i časovým zasazením i hlavními hrdiny národnostně neurčitých jmen (Broven, Taner, Taller) – šlo o senzační fantastické a hrůzostrašné příběhy, které se ovšem tvářily jako skutečné události a od beletrie otiskované uvnitř čísla se lišily i tím, že neměly uvedeného autora. Jejich ilustrace, ač vyvedeny perokresbou stejně jako v jakémkoli jiném dobovém obrázkovém tisku, napodobovaly spíše techniku dřevorytu kramářských písní. Také silně archaický jazyk, kterým byla příloha psána, připomínal klasické knížky lidového čtení. Vydavatel nejspíše předpokládal, že v Praze ještě nedozrál trh pro klasický masový tisk – tedy existence dostatečně velké, dostatečně majetné a akulturované masy velkoměstských obyvatel, kteří by měli zájem kupovat si pravidelně zpravodajský list informující o aktuálních událostech, a pokusil se o kompromis vycházející z doznívající tradiční lidové kultury. Pokus to byl ovšem neúspěšný, *Prager Extrablatt* přešel během léta 1881 na týdenní periodicitu a do roka zanikl.

Na počátku devadesátých let se ještě další vydavatel marně pokusil o úspěch s vydáváním senzačního listu. Německé *Il. Deutsche Presse*, také napodobující vídeňský *Extrablatt*, vycházely po několik měsíců roku 1891. Díky své orientaci na pražské německé čtenáře, nebo spíše na ty německy čtoucí (informovaly i o českých divadelních představeních), svým obsahem připomínaly německou část neúspěšného pražského *Extrablattu*. Vzhledem k tomu, že pražští Němci tvořili skupinu sociálně lépe situovanou, ale nepřilíš početnou se *Presse* patrně minuly s čtenářskou obcí zajímající se o tento typ tisku.

Až staročeská Národní tiskárna a nakladatelství dokázalo zpozorovat, že rozrůstající se české obyvatelstvo pražské aglomerace už dosáhlo potřebné ekonomické úrovně, vzdělání i politického uvědomění, aby si obrázkové senzační noviny dokázaly mezi nimi najít dostatek čtenářů. Na pražském novínovém trhu se tedy dokázal prosadit až *Pražský Illustrovaný Kurýr* vycházející v letech 1893–1918.

Stejně jako kdekoli jinde, i *Kurýr* byl deník určený pro širší čtenářskou obec na rozdíl od dosavadních seriózních politických listů. Jeho čtenářská obec odpovídala zahraničním vzorům – typické čtenáře je možné hledat mezi rodinami drobných živnostníků, řemeslníků, státních zaměstnanců a výše kvalifikovaných dělníků. Jim jsou přizpůsobeny jak spolkové zprávy (například ze společenstev mistrů, sládků apod.), informace o změnách na místech úředníků a vysoce kvalifikovaných dělníků i zaměření inzerce. Také v jednom z uveřejňovaných románů na pokračování, zabývajícím se sociální problematikou, je líčen svět nižších vrstev stejně jako svět pražského patriciátu z pohledu typicky středostavovské rodiny, spíše jako vhlad do napůl neznámého světa, existujícího paralelně se světem čtenářů. Obsáhla černá kronika líčila svět zločinců, svět chudých dělníků nemajících na nájem nebo na útratu v hostinci, stejně jako svět služek pokoušejících se o sebevraždu jako zajímavé poučení o jiném světě paralelním s běžným světem čtenářů. Úspěšnost *Kurýra* svědčí o tom, že svým obsahem a zaměřením svým čtenářům vyhovoval. Ti si ho vybrali jako svůj

informační a komunikační prostředek, s jehož pomocí poznávali a mapovali své okolí i široký svět a jehož filtrem procházely informace, které zůstaly hodně zaznamenání a zapamatování.

Po přelomu století se i ve střední Evropě objevuje vývojově modernější a senzačnější typ populárního tisku, přibližující se již klasickým bulvárním novinám meziválečného období. Vysoký náklad si ve Vídni i nadále udržoval *Illustriertes Wiener Extrablatt*, ale na počátku století ho dokázal více než dvojnásobně převýšit *Illustrierte Kronen-Zeitung*, aniž by *Extrablattu* výrazně klesl náklad. Levnější *Kronen-Zeitung* získával čtenáře z ještě nižších, zatím noviny pravidelně nečtoucí vrstev, než již tradičnější *Extrablatt*. Obdobně začal v Berlíně vycházet veleúspěšný *Berliner Morgenpost*. Pražská situace byla odlišná, *Kurýr* se sice stal jedním z nejčtenějších deníků, ovšem nedokázal svým nákladem předejít ostatní tisk. Tím spíše se nikdo nepokusil začít vydávat ještě masovější typ deníku jako v okolních metropolích. Právěho bulvárního tisku se Praha dočkala až v meziválečném období.

Je možné uvažovat o několika důvodech, proč se tento typ tisku nedokázal v Praze výrazně prosadit již před světovou válkou. Jednou možností je to, že Praha i s předměstími nedosahovala velikostí středoevropských metropolí, jakými byly Berlín či Vídeň. Ovšem senzační tisk slavil velký úspěch i v mnohem menším Krakově. Nemusela vadit ani spojitost *Kurýra* se staročeskou stranou, protože ta existovala i u nejprodávanější Národní politiky. Důvodem k menšímu úspěchu *Kurýra* na trhu mohla ale být vypjatá nacionální a politická situace v Praze, jejíž obyvatelé a čtenáři denního tisku považovali pro sebe politickou agendu za mnohem důležitější než na konzum a městské radovánky orientovaní obyvatelé tehdejších světových metropolí. Svědčí o tom i jedna ze specialit *Kurýra*, senzační zpravodajství z politického a parlamentního života, se kterým se v takové intenzitě nejde v jiném populárním tisku doby přelomu století setkat.

Přelom století v českých zemích a objevení se populární kultury

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 těchto tradičních strukturách byli obyčejní lidé nuceni „svůj vlastní svět strukturovat skrze modely dominantní skupiny“ (Burke, 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 nánosů 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, indiferentní k distinkci vysokého

a nízkého, fundamentálního a triviálního a kultivovaného a vulgárního. Podle Simmela je moderní pozorovatel osamocený a nezaujatý poutník, který si sám skládá impresionistickým způsobem neautoritativní obraz světa z prchavých střípků, momentek a medailonků (Fritzche, 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.

Zdroji populární kultury v českých zemích se zabýval i Robert Kulmiński v článku *Źródła kultury masowej w Czechach*. Zde ukazuje proměnu společnosti a její kultury v souvislosti s procesy urbanizace a industrializace, k nimž dodává jako zásadní i byrokratizaci a školské reformy. Podle Kulmińského rozpad tradičního vysvětlení světa spojeného s tradiční lidovou mentalitou způsobila spolu se společenskými změnami, které přinesla industrializace, hlavně povinná školní docházka, která porušila ideový monopol církve na utváření světonázoru. Obyvatelstvo industrializovaných oblastí, zbavené své tradiční venkovské identity, se přiklonilo k identitě národní, kterou pomáhala šířit první masová média, noviny a knížky lidového čtení (Kulmiński, 2009).

Z mého pohledu se populární kultura ve své masové podobě začala šířit později, až po vytvoření národního vědomí, a naopak se stala jedním z činitelů rozpadu původní ideje jednotného národa. Jak jsem ukázal výše, zmíněné procesy industrializace a urbanizace vytvářející velkoměstské prostředí dosáhly nejvyšší intenzity až na konci 19. století, kdy urbanizovanost obyvatelstva českých zemí činila téměř 50 %. Také odklon školství od církevních dogmat byl umožněn hlavně liberálními reformami z druhé poloviny 19. století. Tuto hypotézu podporuje i rozvoj různých forem moderní populární kultury, který vrcholil okolo roku 1900, jak ukážu dále.

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 1880–1910 se počet obyvatel skoro zdvojnásobil (Boháč, 1923, s. 14).

Počet obyvatel ve Velké Praze v letech 1843–1921

Rok	1843	1850	1857	1869	1880	1890	1900	1910	1921
počet obyvatel 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 bohaté populace zájmagící se o nové kulturní formy více vyhovující jejich novým životním podmínkám a s nimi souvisejícímu životnímu stylu pak umožnily úspěšný rozvoj různých forem masové populární kultury. Ta již byla úzce spojena s novými masovými médii. Kromě již popsaných senzačních novin se v průběhu 19. století objevují i další Schneirovem zmiňované typické fenomény dobové populární kultury – šestákové romány (*dime novels*) a populární časopisy.

Šestákové (nebo brakové) romány vycházely po jednotlivých sešitech. Potenciálním odběratelům je nabízeli kolportéři, někdy i s nabídkou prémie za odběr (například zrcadla či šperků). Tyto takzvané *kolportážní* romány se po českém území šířily někdy od šedesátých let 19. století, ovšem tento fenomén se naplno rozvinul až na přelomu století, kdy se objevilo několik podnikatelů specializujících se na jejich výrobu a kolportáž. V Praze se stali úspěšnými vydavateli Alois Hynek, Vincenc Paseka či Zikmund Bensingner. Nejoblíbenějším dílem byl *Berlínský kat* s 250 000 výtisky (Bauer, Pokorný, 1997, s. 74). „Berlínský kat na prvních 240 stránkách popisuje podrobně dvanáct zločinů, mezi nimi nespravedlivou popravu, uloupení dítěte, orgie v krčmě banditů, vraždu otce, cizoložství, pokus o otrávení, uloupení mrtvoly, vzbouření, kousky penězokazů [aj.]“ (Rellenová, 1903).



*Ilustrovaný kurýř*²

Originál díla je uložen
v Národní knihovně České republiky

² Pražský ilustrovaný kurýř, 23. 4. 1893, titulní strana.

Zároveň došlo pod vlivem elitní literatury a nejspíše i výchovných snah k přesunu od příběhů popisujících velké zločince a zločinky a oslavujících jejich činy k příběhům zaměřeným spíše na oslavu těch, kteří proti zločinu bojují – detektivů. V devadesátých letech se do českých zemí dostaly překlady příběhů Nicka Cartera a od roku 1906 se objevila jeho česká obdoba – Leon Clifton (více viz Jareš, 2008).

Českou literaturu v polovině 19. století lze podle Felixe Vodičky popsat jako všeobecně akceptovaný dvojčlenný systém – na jedné straně elitní literaturu s vyššími uměleckými ambicemi a na druhé literaturu pro lid, ať už výchovnou, či tradicionalistické knížky lidového čtení, jejichž odrazem byla písmácká produkce. S rozvojem kolportážní populární četby se tato přehledná dichotomie změnila a rozvinul se i odpor intelektuálních elit proti novému fenoménu. Pavel Janáček nalézá několik etap ostrého odporu. První situuje do počátku osmdesátých let 19. století, kdy rozpad ideje jednotného národa (střet staročechů s mladočechy) spojený 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 oslava zločinců bojujících proti systému). S druhou fází se setkáváme v desátých letech nového století. Tuto kampaň lze vnímat 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. Boj proti senzační sešitové literatuře pak vyvrcholil ve čtyřicátých letech 20. století, kdy spolu s poválečnými změnami došlo k jejímu úplnému potlačení (Janáček, 2004, s. 54–57).

Pokud se jedná o populární časopisy, vycházel v Praze od šedesátých let *Světovzor* a v osmdesátých letech se k němu přidala *Zlatá Praha*. Ty byly určeny ovšem spíše vyšším vrstvám a chudší čtenáři si raději kupovali nedělní přílohy levných novin vydávaných ve vyšším nákladu s literárními a jinými přílohami.

Změny, kterými procházela Praha na přelomu století, se projeví i v prostředí takzvaných lidových divadel. Zatímco v devadesátých letech působilo na území pražské aglomerace pouze Théâtre Variété, po přelomu století divadelní podnikatelé založili několik nových scén – Lidové divadlo (Uranie), Arenu na Smíchově a Intimní divadlo (Švandovo divadlo na Smíchově). V desátých letech přibýlo ještě divadlo Deklarace na Žižkově.

V devadesátých letech byly také starší zpěvácké družiny obcházející hospody s kuplety vystřídány šantány. První z nich byl šantán U zlatého soudku (1892–95) nabízející příchozím řemeslníkům a měšťanům mimo jiné i aktovky ze života pražského podsvětí. Brzy ho následovaly další. S jejich popularitou se objevilo i masové vydávání kupletů tiskem. Poetika kramářské písně, zpívané a prodávané potulnými prodavači na tržištích, se tak transformovala přes oblíbené pražské hospodské zpěvačky do uměleckých podnikatelů typu Františka Leopolda Šmída či Josefa Švába Malostranského. Před první světovou válkou

spolu s generační obměnou doplnily tradici šantánů kabarety zaměřené spíše na intelektuálnější vrstvy (Kotek, 1994, s. 188, 191; Kučera, 2011, s. 240).

Zcela zásadním fenoménem rozvoje populární kultury byla nová média. První představení Edisonova biografu proběhlo v Praze 18. 10. 1896 u Černého koně na Příkopech následované o čtyři dny později konkurenčním představením firmy bratří Lumièrů v hotelu de Saxe. V Praze si udržovalo monopol na promítání divadlo Varieté. Viktoru Ponrepovi se podařilo v Praze založit letní kino v roce 1905 a první stálý biograf roku 1907 (o pár měsíců později než byl založen v Brně). I rozvoj biografu vyvolal kulturní odpor a filmové produkce začaly být záhy omezovány.

Pro šíření nových hudebních forem i do nejzapadlejších vísek hrála podstatnou roli kromě masových nákladů not i pozvolna se rozvíjející možnost jejich reprodukce. Jejich podíl na šíření žánru lidovky jsem již popsals.

O rostoucím vlivu nejširších mas svědčí i rozvoj dalších druhů zábavy, zvláště masového sportu. Fotbal, atletika, cyklistika či automobilismus se od konce století začaly pravidelně dostávat na stránky novin, případně i do samostatných příloh – tyto dva fenomény se navzájem umocňovaly. Lidé si kupovali levné deníky kvůli aktuálním sportovním zprávám a zároveň jejich propagace vytvářela mezi čtenáři další sportovní přívržence. Zároveň se sport stal první rubrikou nezaměřenou přednostně na Prahu a její okolí. Zvláště informace o fotbalových utkáních se neomezovaly na česká mužstva, ale redaktoři pravidelně přinášeli informace z mnoha evropských metropolí.

Také organizátoři velkých národních propagačních výstav začínali myslet na lidové vrstvy a výstavní areály doplnili o zábavné parky. Vznikaly i samostatné pevné lunaparky, jako například pražský Eden.

Po změnách na přelomu století měli Pražané možnost užívat si obdobných lákadel masové konzumní kultury jako obyvatelé středoevropské metropole Berlína. Plné tramvaje, stadiony plné diváků, zábavné parky, kina, šlágry, masové noviny – všechny tyto velkoměstské zábavy propojovaly různé vrstvy, třídní bariéry se stávaly propustnějšími a vytvářela se masa příjemců nové metropolitní kultury (Fritzche, 1996, s. 131). Nová velkoměstská kultura tak propojovala zábavu s masovými médii a s komercí, včetně konzumní kultury charakterizované obchodními domy plnými jednotkových výrobků reprezentujících moderní životní styl. Tyto tendence se ovšem v Praze naplno projeví až v meziválečné době, kdy se Praha plně rozvinula do podoby moderní metropole.

O souvislosti *Kurýra* jako zástupce velkoměstských médií, s představou velkoměstského života a zábav, které nabízí, svědčí i tato soudnička z *Národní politiky*: Potom co v lese u Chuchle postřelil svou milou devatenáctiletý, v Praze rozený, komptoirista (účetní) Zelenka:

„[O]djel večer z Chuchle do Prahy, šel do ‚Varieté‘, do rána se potloukal po kavárnách. Čekal prý, až vyjde — ‚Illustrovaný kurýr‘. Dočetl se tam již sice v lokálních zprávách o své události, ale ilustraci k ní tam marně hledal. Na to se šel sám udati na policii“ (Národní politika, 28. 10. 1896, s. 2).

Závěr

Ve svém příspěvku jsem se zaměřil na situaci přelomu 19. a 20. století v českých zemích, kdy se v jejich centru začal rozvíjet velkoměstský životní styl a s ním spojená moderní populární kultura. V pozadí tohoto procesu stálo několik zásadních, navzájem podmíněných a úzce propojených společenských a ekonomických změn, které v tomto období vyvrcholily. Jedním z jejich důsledků byl nástup masmediální populární kultury. Výsledkem procesů industrializace, urbanizace a demokratizace byl materiální a společenský vzestup nejnižších vrstev spojený s jejich přesunem do velkoměstských center. Noví neelitní obyvatelé městských aglomerací získali větší výdělků, volný čas i lepší vzdělání. Začali si proto hledat nové způsoby zábavy a vytvářet nové kulturní vzorce odpovídající jejich novému způsobu života. Zároveň technologický vývoj vyvolal radikální změnu v možnostech šíření kulturních produktů – od zlepšení tiskové techniky umožňující vznik a prudký rozvoj prvních masových médií až po média zcela nová jako film či reprodukce hudby. Stmelujícím elementem nových městských vrstev se tak stala masová populární kultura. Mediálně šířená kultura přestala být majetkem elit a postupně se stala dostupnou nejširším vrstvám.

Předkládám hypotézu, že se populární kultura ve své masové formě u nás objevila právě na přelomu 19. a 20. století, kdy se díky popsáním socioekonomickým fenoménům zformovala masa neelitních městských obyvatel, pro kterou vznikající kulturní průmysl začal nabízet či vytvářet vhodné produkty. V devadesátých letech 19. století se takto objevily překlady amerických šestákových románů a začal vycházet první úspěšný český senzační obrázkový deník *Pražský Illustrovaný Kurýr*. V tomto desetiletí se rozvinuly také další výrazné elementy kultury nižších vrstev jako šantány a arény, k nimž se po začátku století přidaly kinematografy. Na konci 19. století se rozšířil i původně typicky městský fenomén dechových kapel, později se přidala i hudba reprodukováná.