

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav etnologie

Diplomová práce

Štěpánka Podlešáková

*SUBKULTURY JAKO RÁMEC SOCIALIZACE A  
KONSTRUKCE IDENTITY:*

*Individuální a kolektivní identifikace v postmoderní  
společnosti na příkladu metalové a otaku subkultury*

*SUBCULTURES AS A FRAME OF SOCIALIZATION AND  
CONSTRUCTION OF IDENTITY:*

*Individual and Collective Identification in the Postmodern  
Society Using the Examples of the Metal and Otaku  
Subcultures*

Praha 2010

vedoucí práce: PhDr. Jaroslav Skupnik, PhD.

Ráda bych tímto poděkovala všem, kteří mě inspirovali nebo přispěli pomocí při realizaci této práce, jmenovitě vedoucímu diplomové práce PhDr. Jaroslavu Skupnikovi, PhD. za odborné konzultace, konstruktivní připomínky a metodické vedení a svému bratrovi za inspiraci ve výběru a zpracování tématu.

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze dne 5.7.2010

## Anotace a klíčové pojmy

### Anotace

Ústřední myšlenka práce je věnována subkulturám jako specifické formě postmoderní kolektivity a jako jednomu z významných rámců pro identifikační a socializační procesy v postmoderní společnosti. Propojení těchto tří stěžejních témat – postmodernity, subkultur a identity – je nahlíženo prostřednictvím symbolického interakcionismu, post-subkulturní teorie a kybernetologie.

Východisko představuje teze, že specifické (sociální) podmínky vytvořené postmodernitou mají kromě jiných oblastí dopad na vytváření a charakter novodobých forem sociality (subkultury, *neo-tribes*, *youth cultures*) a na identitu jedince i jmenovaných sociálních skupin. Individuální postmoderní identita má procesuální povahu a zakládá se na neustálé volbě, hledání, skládání a reprezentaci. Jedinec musí svoji identitu neustále zodpovědně aktualizovat v závislosti na měnících se vnějších podmínkách a na svých vlastních záměrech. Dovoluje mu to mimo jiné prostupnost postmoderní společnosti, jejíž uspořádání je založené spíše na získaných než vrozených nebo připsaných stavech.

Kolektivní identita subkultur vzniká z velké části ve snaze vymezit se proti komerčnímu pasivnímu mainstreamu prostřednictvím symbolických reprezentací a aktivního jednání v oblasti módy, hudby, jazyka, médií atp. Hranice mezi subkulturami a dominantní kulturou ovšem není pevně stanovená, vlivem postmoderních procesů mezi nimi neodmyslitelně dochází k určitému prolínání. Identifikace subkultur a v rámci subkultur a jejich další role jsou průběžně demonstrovány na výzkumu z oblasti metalové a *otaku* subkultury.

## Klíčové pojmy

*aktivní jednání a tvorba, anime, brikoláž (bricolage), club cultures, cosplay, časoprostorová komprese, dominantní kultura, globalizace, glocalizace, identifikace, individualizace, individuální identita, informatizace, komunita, kontrakultury, kolektivita, kolektivní identita, komercializace, konzum(erismus), kult mládeží a zdraví, kyberetnologie, kyberprostor, lokalizace, mainstream, majoritní kultura, manga, medializace, metal(heads), neo-tribalismus, otaku, postmodernita, post-subkulturní teorie, socialita, socializace, sociální identita, street cultures, strukturalismus, subkulturní kapitál, (sub)kulturní průmysl, subkulturní teorie, subkultury, symbolický interakcionismus, symbolické reprezentace, tekutá identita, virtuální identita, volená identita, vnější identita, vnitřní identita, youth cultures, životní styl*

# Abstract and keywords

## Abstract

The thesis is focused on subcultures as a specific form of postmodern collectivity as well as one of the important frames for identification and socialization processes in the postmodern society. The relations between these three fundamental themes – postmodernity, subcultures and identity – are examined from the perspective of symbolic interactionism, post-subcultures theory and cyberethnology.

The basic argument is that specific (social) conditions of postmodernity influence (amongst others) the creation and the nature of new forms of sociality (e.g. subcultures, neo-tribes, youth cultures), as well as the identity of these social groups and of individuals. Postmodern identity must be searched for, chosen, built-up and represented by the individual in a continual process. Due to the transparency of postmodern society, this actualisation of the self-identity depends on outside conditions, personal life politics and achieved status rather than on the ascribed one.

Largely, the origin of the subcultural collective identity is based on a tendency remain in opposition to the commercial and passive mainstream. The borderline between subcultures and the dominant culture is not fixed but influenced by postmodern processes and consequently blurred. Rather, the difference between them is constructed and expressed through symbolic representations and enactment in fields like fashion, music, language, media etc. Within theoretical practice, the identification of subcultures and within subcultures is demonstrated by research on the areas of metal and *otaku* subcultures in this thesis.

## Keywords

*anime, bricolage, club cultures, chosen identity, collective identity, collectivity, commercialization, community, consumerism, consumption, cosplay, countercultures, cult of youth and health, cyberethnology, cyberspace, dominant culture, enactment, fluid identity, globalization, glocalization, identification, individual identity, individualization, inner identity, informatization, localization, life style, neo-tribalism, mainstream, major culture, manga, medialization, metal(heads), otaku, outer identity, postmodernity, post-subcultural theory, social identity, socialization, sociality, street cultures, structuralism, subcultural capital, (sub)cultural industry, subcultural theory, subcultures, symbolic interactionism, symbolic representations, time-space compression, virtual identity, youth cultures*

# Obsah

<b>1. ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
1.1 Vymezení tématu, stanovení cílů, základní teze a teoretická východiska .....	10
1.2 Struktura práce.....	11
1.3 Terénní výzkum: užití metody a techniky, vymezení a omezení, sledované subkultury .....	13
<b>2. SOCIOKULTURNÍ CHARAKTERISTIKY POSTMODERNÍ SPOLEČNOSTI</b> .....	<b>20</b>
2.1 Specifické vnímání času .....	23
2.2 Specifické vnímání prostoru .....	25
2.3 Dvojitá tvář postmodernity .....	27
2.4 (Post)moderní individualismus, nebo nové formy sociality? .....	29
<b>3. POSTMODERNÍ INDIVIDUÁLNÍ IDENTITA</b> .....	<b>31</b>
3.1 Postmoderní identita jako volba a proces.....	35
3.2 Sociální identifikace: identita a socializace v rámci subkultur(y).....	40
3.3 Manifestace příslušnosti k subkultuře na příkladu vzhledu .....	45
<b>4. NOVÉ FORMY SOCIALITY A POSTMODERNÍ KOLEKTIVNÍ KONCEPTY</b> .....	<b>48</b>
4.1 Chicagská škola, CCCS a subkulturní teorie .....	50
4.2 Post-subkulturní teorie a související kolektivní koncepty .....	53
4.3 Funkce subkultur v postmoderní společnosti.....	63
<b>5. KOLEKTIVNÍ IDENTITA SUBKULTUR</b> .....	<b>66</b>
5.1 Identifikace subkultur ve vztahu s mainstreamem .....	68
5.2 Prostředky identifikace: Symboly a jednání .....	74
5.3 Konkrétní oblasti identifikace a příklady postmoderních subkultur .....	77



<b>6. ZÁVĚR.....</b>	<b>96</b>
<b>CITOVANÉ ZDROJE.....</b>	<b>98</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>103</b>

# 1. Úvod

## 1.1 Vymezení tématu, stanovení cílů, základní teze a teoretická východiska

Klíčovou snahou této práce je přispět k pochopení toho, proč a jakým způsobem se postmoderní lidé začleňují k subkulturám (ve srovnání s jinými sociálními skupinami) a jaké má tato skutečnost širší souvislosti. Souvisí tento jev snad přímo s povahou současné společnosti? Celou prací opravdu prolíná myšlenka, že subkultury jsou jedním ze signifikantních socio-kulturních jevů současnosti a vytváří v globálním měřítku základní rámec pro sebeidentifikaci a socializaci nemalého počtu jedinců. Tato teze se opírá jak o teoretické pasáže, tak o příklady vybraných subkultur – otaku a metalistů. Jinými slovy jde vlastně o spojení tří „módních“ antropologických témat a současně i prizmat: postmodernity, identity a subkultur, kdy z pozice jednoho se vždy dá pohlížet na zbylá dvě. Jedním z cílů práce je využít všech tří pohledů a nahlédnout tyto tři oblasti pokud možno komplexně a ve vzájemných souvislostech.

Základní otázka, od níž se odvíjí další postupy pátrání a zkoumání, zní: Jak vypadají subkultury v postmoderní společnosti a jakou úlohu hrají pro jedince a pro společnost? Odpověď se budeme snažit najít prostřednictvím symbolického interakcionismu, tedy zaměřením na subkulturní projevy, aktivity a symbolické reprezentace (oproti strukturalistickému přístupu). Z projevů (nejen) subkultur totiž vyplývá také, čím jsou; jinými slovy se v nich odráží jejich povaha.

## 1.2 Struktura práce

První kapitola práce je věnována úvodu a vhledu do problematiky, přičemž je zde prezentována základní výzkumná otázka a popsány použité postupy a materiály. Druhá kapitola stručně charakterizuje postmodernitu ze socio-kulturního hlediska, což je důležité pro pochopení úlohy subkultur v širší perspektivě. Jako klíčové je zde použito hledisko zaměřující se na teoremy, které se týkají jevů a procesů spojených se specifickým vnímáním prostoru a času v postmoderní společnosti. Tyto jevy a procesy mají často janusovský charakter a jsou zdánlivě protichůdné (jako například globalizace a lokalizace), což se týká i otázky individualismu a nových forem kolektivity v sociologickém myšlení.

Individualismu a postmoderní individuální identitě se věnuje třetí kapitola, a to hlavně teoreticky z hlediska sociologie a sociální antropologie. Identita zde vystupuje jako antropologická konstanta, jako prizma, jako kulturní konstrukt a zejména jako volba a proces, který se týká i sociální identity v rámci subkultur. Ve čtvrté kapitole se zaměříme na charakteristiku postmoderních kolektivních konceptů: komunit, *neo-tribes*, *youth cultures* a zejména subkultur a v souvislosti s tím provedeme terminologickou polemiku. Projdeme tradicí studia subkultur až k post-subkulturní teorii a vymežíme si roli a funkce subkultur v postmodernitě.

Po vzoru post-subkulturní teorie obrátíme v páté kapitole svoji pozornost na to, jakým způsobem působí na subkultury postmoderní procesy jako globalizace (glocalizace), medializace, informatizace, komercializace či popularizace a jaký vztah je mezi subkulturami a mainstreamem. Zároveň spojíme téma postmoderní individualizace a socializace v rámci subkulturní kolektivní identity. Projevy identifikace subkultur a se subkulturami demonstrujeme na znacích a projevech, které plní jak distinktivní, tak integrační funkci, tedy odlišují subkultury zejména od mainstreamu a také od sebe navzájem a zároveň jsou spojujícím tématem a životní náplní pro členy těchto subkultur.

Konkrétně se jedná o módu a vzhled, tedy stylizaci těla, ale také o hudbu, jazyk, lokalitu, gender, náboženství atp. Teoretické teze dokreslíme konkrétními příklady, a to zejména z oblasti metalové a otaku subkultury.

Poslední kapitola přináší shrnutí a závěry. Na konci práce následují přílohy s obrazovou a textovou dokumentací.

### 1.3 Terénní výzkum: užití metody a techniky, vymezení a omezení, sledované subkultury

Popisy projevů identifikace a socializace v aplikovaných částech se opírají o přibližně dvouletý terénní výzkum *otaku* a metalové subkultury, které stály v centru zájmu a pozornosti. Mým primárním cílem, kromě hledání podkladů pro teze, bylo zachování autenticity, a proto jsem zvolila jako hlavní zdroj informací metodu zúčastněného pozorování, přičemž toto pozorování probíhalo na třech úrovních: 1) se stálými informátory, 2) na kolektivních akcích a při neplánovaných příležitostech a 3) na internetu.

Nejdůležitějším informátorem a také inspirací v případě obou subkultur byl můj bratr. V roce 2008, kdy započal můj výzkum, mu bylo šestnáct let. Zhruba v té době se začal profilovat jako metalista, o něco později jako *otaku*. Dalšími důležitými informátory z řad metalistů se stali další dva mladíci, přibližně stejně staří jako můj bratr, přičemž s prvním z nich s bratrem společně hrají a produkuje hudbu, s druhým se nikdy nesetkali. V případě *otaku* fanoušků byla mým nejcennějším informátorem dvaadvacetiletá studentka vysoké školy. Se zmíněnými informátory jsem udržovala pravidelný kontakt po celou dobu výzkumu a kromě zúčastněného pozorování proběhlo nespočet neřízených rozhovorů. Komunikaci usnadňoval můj vlastní zájem a částečná angažovanost ve jmenovaných subkulturách (ale ani v jedné se kvůli této „částečnosti“ nepovažuji za plnohodnotného člena). Otázkou je, do jaké míry tento můj zájem zkresluje objektivitu výzkumu. Probíhaly i další neřízené, mnohdy náhodné rozhovory o *otaku* a metalistech s „nečleny“ nebo jen částečnými vyznavači těchto subkultur, jejichž vnější pohled, jak doufám, přispěl k objektivnějšímu a komplexnějšímu pojetí celé věci.

Dalším zdrojem informací spíše o vnějších projevech identity (vzhled, symboly, jazyk atp.) byly veřejné kolektivní akce jako koncerty a *conventions*, ale také náhodná setkání. Metalisté jsou většinou velmi

dobře identifikovatelní běžně na ulici a i během několikavteřinového kontaktu lze ledasco vyčíst. K prezentaci, identifikaci a socializaci dnes výrazně přispívá elektronická komunikace, proto jsem také využila metod kyberetnologie a analyzovala různé subkulturní projevy na internetu: fotografie, e-shopy, webziny, diskusní fóra, fanart, fansub atd. Jasně převažuje výzkum aktivit, projevů a reprezentací nad výzkumem struktury a zároveň vnějších projevů identity nad vnitřními a hodnotovými orientacemi, jež jsou spíše předmětem psychologie. Celkový přístup koresponduje především s kombinací symbolického interakcionismu, post-subkulturní teorie a kyberetnologie.

Výzkum je výrazně kvalitativní povahy a omezený na malý výzkumný vzorek mladých lidí z urbánního prostředí „západního“ světa. Geograficky se vztahuje především k České republice, ale měla jsem možnost srovnávat i s Německem, kde jsem půl roku pobývala, a prostřednictvím dalších zdrojů i se zbytkem Evropy, s USA a s Japonskem. Nechci tvrdit, že závěry z tohoto výzkumu jsou univerzální, ale domnívám se, že odpovídají evropskému kontextu. Mojí ambicí bylo, aby měly i širší platnost, proto využívám i srovnávací metody, a to i na jiné úrovni: v případě komparace dvou subkultur – *otaku* a metalistů, což má také přispět k větší objektivitě a komplexnosti. Zároveň si uvědomuji omezení geografická, kvantitativní, etnografická i osobní.

Další upřesnění se týká historické perspektivy, která je v podstatě eliminována na nejmenší možnou. Výzkum metalistů a *otaku* se dotýká téměř výhradně současnosti, čímž mám na mysli postmodernitu a ještě úžeji zhruba posledních deset let. Jde mi totiž hlavně o aktuálnost a také o reflexi postmoderních podmínek promítajících se do přístupu k subkulturám, na rozdíl od diachronického hlediska popisujícího vývoj (jednotlivých) subkultur.

Na tomto místě bych ráda krátce informovala o předmětu zájmu jmenovaných subkultur, aby si čtenář udělal základní představu o tom, co se skrývá za některými souvisejícími pojmy.

*Heavy metalová* hudební scéna vznikla v 70. letech 20. století na základě *hard rocku*. Od poloviny 70. let a 80. let se od ní diferencovaly další subžánry metalu specifické odlišnou rytmikou, „tvrdostí“, stylem zpěvu či tematikou textů. Všechny subžánry bez rozdílu se ovšem odkazují k *heavy metalu* jako k základu či ke „klasice“, se kterou je obeznámen každý metalista. Ostatně i širší veřejnosti jsou známy kapely jako Led Zeppelin, Black Sabbath, Deep Purple, Judas Priest, Kiss, AC/DC, Alice Cooper, Motörhead či Iron Maiden. Metalová scéna je tedy velmi pestrá, pohybuje se od okrajových specifických žánrů ke stylům středního proudu a je krásným příkladem postmoderního prolínání stylů. I jednotlivé kapely mohou tvořit v různých subžánrech, hranice není pevně stanovená.

V širokém spektru nalezneme extrémní subžánry undergroundového charakteru jako *speed*, *trash*, *death*, *dark* či *black metal* inspirované punkem, satanismem, novopohanstvím (Laibach, Sepultura, Rammstein, Metallica či Slayer) či v případě *black metalu* obsahující i prvky neonacismu, což je u jinak apolitického metalu nezvyklé a zajímavé [Ferchhoff 2007: 198 – 199; Lauenburg 2008: 85 – 102]. Styl *grunge* kombinující metal, punk a hardcore proslavila skupina Nirvana. I když se metalové kapely nikdy explicitně neproklamují jako mainstream, přeci jen některé subžánry metalu k němu mají blíže, nejvýrazněji *glam metal*, který spojuje metal s popem a rockem (např. Bon Jovi). Blízko mainstreamu se ocitají i *power*, *melodic* či *gothic metal*, chytlavé díky melodické lince, u gothicu zastoupené často výrazným ženským operním zpěvem, či díky fantazijním textovým námětům (Nightwish, Within Temptation, Evanescence). Také pomalejší *doom metal* a metalové balady spolu s ostatními „lehčími verzemi“ metalu přibližují metal mainstreamovému a ženskému publiku. Co se týče dalších hudebních stylů, čerpá metal také z klasické hudby (*symphonic metal*), folku (*folk metal*) a dokonce také z rapu, funku a hip-hopu (*nu metal* v čele s kapelami Limp Bizkit, KoЯn, Linkin Park). Metaloví fanoušci jsou, co se týče jejich objektu zájmu, velmi erudovaní, obvykle mají několik svých oblíbených kapel, třeba i různých subžánrů, o kterých mají přehled, ale

rozhodně se každý metalista nevěnuje celému žánrovému spektru. Každý má také svůj názor na to, co ještě lze považovat za metal a co už ne, například k *nu metalu* se mnoho metalistů staví odmítavě. Kolem každého z jmenovaných žánrů se pohybuje poněkud „jiná skupina“ metalistů, přesto však můžeme vysledovat obecné charakteristické metalové znaky a projevy, například v oblasti vzhledu, médií, kolektivních setkání atp., jak uvidíme dále.

Pojem *otaku* původně znamená v japonštině „váš dům“, „vaše rodina“ nebo přeneseně „vy“, tedy výraz pro zdvořilé jednání s neznámou osobou, a používá se zejména pro označení fanoušků *anime* a *mangy* (viz níže). V průběhu doby ovšem získal tento termín různé (většinou negativní) konotace i další významy (ujal se například také jako označení pro extrémní až chorobný druh fanouškovství). Záleží na kontextu, ve kterém se tento pojem používá [Schodt 2007: 43 – 48; Eng 2002: 8 – 28; Kinsella 2000: 548 – 550]. Pro účely této práce budeme používat pojem *otaku* výhradě jako neutrální označení členů subkultury, v centru jejíhož zájmu stojí *manga* a *anime* jako specifická média.

*Manga* je, velice jednoduše řečeno, japonský druh komiksu vyznačující se specifickou uměleckou, obsahovou, distribuční i spotřební formou. Vychází z tradičního japonského výtvarného umění a její základy vidí někteří už ve 12. století. Novodobá *manga*, ovlivněná výrazně také americkým komiksem, vznikla a začala se šířit v 50. letech 20. století, a to také díky poválečnému růstu japonské ekonomiky a díky moderním technologiím. V 80. letech se dostala do USA a do Evropy, kde také začala získávat na oblibě. Postupně převzal styl *mangy* kulturní průmysl a transformoval ji i do jiných médií. Tak se vedle její papírové podoby objevila i podoba filmová – *anime*. V současnosti je čtení *mangy* v Japonsku opravdovým fenoménem a každodenní běžnou záležitostí množství lidí. V USA a v Evropě je naproti tomu čtení *mangy* jednoznačně okrajovým jevem, i když počet lidí věnujících se této zálibě stále roste. Přesto v západním světě vstoupily ve známost spíše *anime* filmy a seriály, a to nejenom v *otaku* subkultuře, ale i mezi mainstreamovým publikem.



Nalezneme nespočet žánrů *mangy* a *anime* zaměřených na různá témata a skupiny lidí [viz Napier 2007: 138 – 142; Ingulsrud, Allen 2009: 7 – 18]. Nejde zdaleka jen o dětský žánr (*kodomo manga*), jak bývá (i jiné) kreslené produkci přisuzováno. Naopak, *manga* i *anime* jsou vlastně média, která různé žánry zprostředkovávají. Nejvíce rozšířeným žánrem je *shonen manga*, určený primárně adolescentním chlapcům, tématicky zaměřený na bojová umění, akci, dobrodružství, přátelství a vítězství. *Shojo manga* pro dívky se zabývá romantickými náměty a mezilidskými vztahy. Obdobou pro dospělé ženy jsou *redizu manga*, explicitněji sexuální, či *fujin manga* zaměřené na rodinu a výchovu dětí. Obdobu *shonen mangy* pro dospělé muže zase představují tzv. *yangu* nebo *seinenshi* manga s výraznějším podílem sexu a násilí. Označení *seijinshi* nebo spíše *hentai* se používá pro pornografické komiksy, filmy či videohry; velmi rozšířený je subžánr *yaoi* věnující se homosexuálním mužským vztahům. *Shakaijinshi manga* se zaměřuje na odborná témata, například v oblasti sportu, historie, politiky, ekonomie, zdraví a mezilidských vztahů. U *anime* a jimi inspirovaných videoher je žánrová pestrost poněkud užší, ale v podstatě kopíruje *mangu*. Ačkoliv základní rozdělení žánrů se zakládá na věku a genderu, preference žánru záleží samozřejmě na vkusu. Například děvčata často čtou jak *shojo*, tak *shonen mangy*. Ne všechny žánry jsou také stejně oblíbené v Evropě jako v Japonsku. Odborná témata nalezneme jen stěží, ale na *yaoi* narazíme velmi rychle. Což také souvisí s menšími náklady a spotřebou klasické *mangy*. V Čechách velmi oblíbené a známé jsou Miyazakiho filmy Princezna Mononoke, Zámek v oblacích či Cesta do fantazie nadabované dokonce do češtiny. Podobně jsou na tom *shounen anime* seriály Pokémon, Naruto, Fullmetal Alchemist či Death Note, které ovšem skalní příznivci raději sledují v originálním japonském znění s titulky, ať už anglickými nebo českými. Opravdoví nadšenci se neomezují jen na dobře dostupnou „klasiku“, ale zejména na internetu vyhledávají dle svého zaměření stále nové *anime* a *manga* příběhy.

## 1.4 Rámcová charakteristika dosavadního stavu poznání, zhodnocení zdrojů a výchozí literatury, terminologie

Zdroje, které byly využity jako teoretické a srovnávací podklady k výzkumu, můžeme rozdělit na tři oblasti:

- 1) odborná literatura
- 2) populární literatura a jiná média
- 3) subkulturní produkce

Ani v jedné oblasti není o zdroje nouze, právě naopak – spíše je obtížné se v jejich množství těžké zorientovat.

Co se týče odborných zdrojů, aplikovala jsem při výběru dvě základní kritéria: tématickou přesnost a aktuálnost nebo alespoň širší platnost. Protože se moje práce dotýká více základních témat, tedy identity, postmodernity a subkultur, zaměřila jsem se na zdroje, které pokud možno tato hlediska také spojují. Došlo tak zejména na klasická sociologická díla Giddense, Goffmana, Baumana a Meyrowitze nebo na antropologickou tvorbu Eriksenovu. Dále jsem zařadila literaturu specializovanou na subkultury a související kultury mládeže, například sborníky editované Gelderem, Muggletonem a Steinbergem. Novodobá monotématická literatura věnující se otaku je celkem dostupná (Napier, Schodt, Kinsella), což neplatí o metalu, takže v tom případě jsem čerpala ze zmíněných sborníků.

Populární literaturou a dalšími mediálními zdroji (kromě internetu) jsem se nezabývala nijak systematicky, ani to nepovažuji pro svoji práci za důležité, jen bych ráda tyto zdroje zmínila jako činitele ve výzkumném procesu. Jedná se například o *mangu*, *anime*, různé hudební klipy, dokumentární filmy, které souvisí s konzumní kulturou nebo se subkulturami, které zde blíže nepopisuji. Naopak subkulturní produkcí v oblasti otaku a metalu jsem se zabývala detailněji. Šlo především o

internetové zdroje jako webzines, e-shopy, diskuzní fóra, blogy, fotografie, rozhlasové stanice atp.

Pokud jde o terminologii, mnohé použité výrazy uvádím také nebo jenom a pouze v původním znění, tedy nejčastěji v angličtině nebo v transkribované japonštině, buď protože jsou vžité, pevně zakotvené a nepřekládají se, nebo je považuji za vhodné či výstižnější než český překlad (např. *youth cultures*, *neo-tribes*, *otaku*, *manga*, *anime*, *cosplay*, *dojinshi*).

## 2. Sociokulturní charakteristiky postmoderní společnosti

Současná společnost je zkoumána a popisována mnohými sociálními teoretiky. Ti ji také označují různými názvy: *globalizovaná, postmoderní, postindustriální, riziková, komunikační, informační, multimediální, konzumní* či *zážitková*. Současná doba potom získala například přívlastky *postmoderní, postmaterialistická, postindustriální, postliberalní, postfordistická, postkeynesiánská, posthumanistická, postkonvenční, postmarxistická, postfreudiánská, poststrukturalistická, postscientistická, postmetafyzická* atp. Další termíny odkazují svým názvem přímo na návaznost na (klasickou, ranou, pevnou, jednoduchou atd.) modernitu: *postmodernita, pozdní, druhá, tekutá, reflexivní* či *radikalizovaná modernita*. Nadále budu k popisu současnosti užívat zejména termínů *postmoderní* a *postmodernita*, poněvadž jsou nejužívanější a podle mého názoru i nejsrozumitelnější a nejužitečnější.

*Postmodernita (postmodernity)* je, velmi stručně a obecně řečeno, historicko-kulturní období, éra, která nastupuje v druhé polovině 20. století, vykazující se určitými specifickými rysy, komplexem charakteristických jevů a procesů v různých oblastech. Odlišuje se od *postmodernismu (postmodernism)* či *postmoderny*, kteréžto pojmy označují myšlenkový nebo umělecký směr, respektive myšlenkové a umělecké směry tohoto období. Někdy bývají tyto termíny (nesprávně) zaměňovány. [Muggleton 2000: 33 – 34]

V této práci se nadále budeme zabývat hledáním identity, socializací a subkulturami, tedy tématy, která úzce souvisí se sociokulturní stránkou postmodernity. Proto se zaměříme především na charakteristiku sociokulturní složky postmodernity. Složky ekonomická, politická či technologická zůstanou v tomto případě v pozadí, což ovšem neznamená, že v procesu utváření (postmoderní) kultury měly také tento status. Jedna každá část kultury ovlivňuje ty další, tudíž se změnou jedné složky

se mění i ty ostatní, a tedy celá kultura. Protože všechny části mají v tomto procesu stejný význam a každá souvisí s každou, nelze ani přesně určit, co je příčinou a co důsledkem takové proměny. Mimoto kultura se proměňuje neustále, v každém okamžiku a všechny důsledky se opět stávají příčinami. Jednotlivé části této kauzality jsme schopni nahlédnout jen částečně a s určitým odstupem či nadhledem. Stejně tak lze popsat pouze určité prvky postmodernity. Ani tato práce si nečiní nárok na to být všeobsažným popisem rysů postmoderní kultury a jejich dalekosáhlých souvislostí, ale je spíše náčrtem výrazných společenských jevů.

Jako úvodní orientační přehled některých specifík postmoderní doby ve srovnání s dobou moderní nechť slouží tabulka č.1, kde jsou sepsány často používané nebo významné pojmy, které rozvedeme dále. Všechna hesla uvedená u modernity jsou víceméně platná zároveň i pro postmodernitu.

**Tabulka 1. Hesla a termíny užívané ve spojitosti s modernitou a postmodernitou**

- **Modernita:** lineární pojetí času, racionalizace, pozitivismus, víra v lineární pokrok, industrializace, technologizace, externalizace (času, jazyka, ekonomiky, paměti, morálky), centralizace, synchronizace, standardizace (vědomostí a produkce), objektivizace, nacionalismus, mobilita, urbanizace, racionalizace, sekularizace, institucionalizace, detradicionalizace, komplexivita, demokratizace, kapitalismus, odkouzlení světa, globalizace, specializace
- **Postmodernita:** zrychlený čas, globalizace, lokalizace, mobilita, flexibilita, instantnost, pomíjivost, riziko, nejistota, individualizace, identifikace, informatizace, elektronizace, medializace, multikulturalismus, kosmopolitismus, různorodost, rozmanitost, fragmentárnost, mozaika, patchwork, koláž, brikoláž, diskontinuita, multiperspektivita, pluralismus, relativismus, destrukturalizace, (inter)textualita, konzumerismus, komercializace

Velká část procesů a jevů charakteristických pro postmodernitu souvisí s vnímáním času a prostoru, které se proměňuje v závislosti na jedinci, situaci, ale i kultuře jako takové, což z nich činí individuálně, kulturně a situačně relativní kategorie. Z toho vyplývá, že kategorie čas a prostor (a jejich kulturní význam) jsou proměnlivé v závislosti *právě* na čase a prostoru. Tedy: vnímání a pojetí *entit* čas a prostor se mění se změnou *bytí* v určitém časoprostoru.

I (post)moderní jednotlivec zakouší čas a prostor jako relativní kategorie (podle momentálního stavu a situace), i přestože je zvyklý na jejich externalizovanou podobu, jejich kvantitativní, objektivizované a standardizované měření pomocí vynálezů jako jsou hodinky, kalendář, mapy či knihtisk. Každopádně prostor ani čas v postmodernitě zcela nemizí, jak se někdy dramaticky uvádí, ale mění se jejich vnímání. Postmoderní kultura celkově má své specifické vnímání času a prostoru, které souvisí s dalšími kulturními aspekty. V této souvislosti se obecně hovoří (možná až nadsazeně) o zrychlování času a zmenšování světa. Díky novým technologiím (především v oblasti dopravy a komunikace) se zrychlil pohyb osob, věcí, životního stylu a informací, jejichž předávání přestalo do velké míry záviset na prostoru. Čas a prostor jsou na sobě nezávislé. [Bauman 2002; Eriksen 2005]

## 2.1 Specifické vnímání času

V tzv. tradičních či premoderních kulturách se lidé řídili cyklickým časem. Víra v nepřerušované cyklické uspořádání času vysvětlovala veškeré události. Panovalo přesvědčení, že všechny jevy se již někdy udály v minulosti a stejně tak se budou opakovat v budoucnosti. Toto vnímání času souviselo s vnímáním koloběhu přírodních dějů, ať už u lovecko-sběračských, pasteveckých či zemědělských společností. Veškeré činnosti, každodenní i sváteční, se analogicky pravidelně opakovaly. Rituály dávaly životu smysl a řád. Významnou úlohu v tomto procesu hrála tradice, díky níž se udržovalo a předávalo veškeré vědění daného společenství.

Moderní společnost se naproti tomu vyznačuje orientací na budoucnost a lineárním pojetím času. Toto pojetí souvisí s ideou pokroku, vírou ve vývoj, který má svůj začátek i konec. V postmoderní společnosti se ovšem vytrácí jak víra v pokrok, tak lineární vnímání času. S neustálým zrychlováním technologického vývoje, demografickým růstem, globalizací a nárůstem získatelných informací přibývá množství možností. Ale čas, i když měřený, zůstává týž a člověku nezbyvá, než ho „kouskovat“ na čím dál menší části, aby se do nich vešlo čím dál více zážitků. Historie naší doby je příběhem zrychlování, čas se blíží nule nebo dokonce přestává existovat a společnosti vládne tyranie okamžiku. [Eriksen 2005]

Se stále lepšími technologiemi a možnostmi dopravy a telekomunikace jsme si zvykli mít všechno okamžitě, nebo aspoň ve velmi krátkém čase. Dosáhnout z jednoho bodu většinu míst na Zemi trvá doslova pár hodin, dosáhnout člověka pak jen pár vteřin. Abychom se „zbytečně nezdržovali“ a „neztráceli čas“, běháme na tramvaj, pijeme „coffee to go“ a jíme instantní polévky. Důležitý není okamžik, nýbrž okamžitost, instantnost a dobrý rozvrh hodin. Umět zorganizovat a zkoordinovat správně svoje povinnosti a tužby, práci a volný čas je víceméně nutností a v každém případě velkou výhodou. Rozplánovat efektivně a uspokojivě svůj čas a svůj život tak, aby člověk neměl pocit, že

nic nestíhá nebo naopak že nic nedělá, je především otázkou osobního vyrovnání se s podmínkami postmodernity a sociálním tlakem. *Life management a life politics* jsou záležitostí poznání sebe sama i okolního světa, sebeidentifikace a stanovení vlastních priorit. [Eriksen 2005]

Konzumace zážitků i zboží je ústředním prvkem sociálního chování, způsobem bytí i hledání identity v konzumní a zážitkové společnosti. Orientace na spotřebu, okamžitost a vršení jsou ideálem, který má přinášet uspokojení, naplnění a prestiž. Přesto však mnozí pocítují pravý opak – prázdnotu a nejistotu, přičemž další povrchní zážitky a kupení věcí nemohou být řešením této situace. Konzumerismus totiž funguje na principu neustále se obměňující nabídky a chtivých, věčně neuspokojených poptávajících. Neustále tedy přicházejí nová lákadla a člověk nikdy nemusí ukojit svoji touhu. Otázkou je (ne)smysluplnost takového počínání a hledání smyslu života jeho prostřednictvím. Nicméně málokomu se podaří z rozjetého kolotoče konzumerismu vyskočit. [Bauman 2004; Eriksen 2005]

Pokud chce člověk úspěšně vstřebávat stále větší množství zážitků, musí být přizpůsobivý, stále fit [Bauman 2004: 261] a nejlépe i stále mlád. Kult mládí a zdraví, neustálé svěžesti a připravenosti vévodí postmoderní kultuře. Mládí totiž implikuje především flexibilitu, což je žádaná a oceňovaná kvalita (!). Mladí, krásní, usměvaví lidé jsou (konzumním) symbolem zdraví, štěstí, dostatku, úspěchu, spokojenosti a příležitostí. Kdo by tedy nechtěl být (věčně) mladý?



## 2.2 Specifické vnímání prostoru

V souvislosti s prostorem v postmoderní době se nejčastěji hovoří o procesu *globalizace*, o vzájemném propojování jednotlivých míst na planetě, ať už ekonomicky, politicky, technologicky nebo socio-kulturně. Žijeme takřikajíc *všude a nikde* [Meyrowitz: 1990], v *globální vesnici* [McLuhan 1991; 2000] nebo spíše v *globálním velkoměstě* [Virilio 2004].

Jak bylo řečeno již výše, výrazný podíl na této skutečnosti mají technologické inovace. Umožňují mnohem snazší přepravu osob i zboží a téměř okamžitou výměnu informací. Člověk se tak stává na prostoru nezávislejší. Soudobý vrchol nezávislosti jak na prostoru, tak na čase představuje *kyberprostor (cyberspace)*, komunikační prostředí vytvořené celosvětovým propojením počítačů. Součástí kyberprostoru je nejen hmotná infrastruktura digitální komunikace, ale současně také proudící informace a lidé, kteří s těmito informacemi pracují. [Lévy 2000: 15]

*„Kyberprostor podporuje styl spojení víceméně nezávislý na geografickém umístění (telekomunikace, teleprezence) a časové shodě (asynchronní komunikace). (...) ...technické zvláštnosti kyberprostoru dovolují členům skupiny lidí (kterých může být tolik, kolik budeme chtít) se organizovat, spolupracovat, plnit a využívat společnou paměť, a to téměř v reálném čase přes geografické rozmístění a rozptýl časových pásem. Vede nás to přímo k virtualizaci organizací, které se s pomocí nástrojů stávají stále méně závislými na přesných místech, pevných pracovních dobách a dlouhodobém plánování.“* [Lévy 2000: 46 – 47]

Kvůli výše jmenovaným vlastnostem bývá kyberprostor, jehož nejvýznamnější součástí je internet, považován za „nefyzikální“ prostor. Dalo by se v tomto případě zpochybnit používání samotného výrazu „prostor“. Devalvací úlohy prostoru jako takového se dostalo označení *delokalizace, konec geografie* [Virilio 2004] či *deteritorializace* [Lévy 2000: 15].

Nutno ovšem podotknout, že „degradovat“ prostor si mohou dovolit pouze mobilní vrstvy obyvatelstva. Mobilita a s ní spojená svoboda je totiž výsadou elit. (Ne)závislost na prostoru velmi těsně souvisí se socio-ekonomickým a socio-politickým zázemím a stala se tedy v dnešní době symbolem moci a společenského postavení. *„Čas a prostor mají na příčkách globálního mocenského žebříku rozdílné postavení. Kdo si to může dopřát, žije pouze v čase. Ten, kdo nemůže, žije v prostoru. Prvně zmíněným na prostoru nezáleží. A ti druzí se zoufale snaží, aby na něm záleželo.“* [Bauman 2004: 53]

Je pravda, že mnozí lidé si nemohou dovolit cestovat, ale díky medializaci a informatizaci je možné dozvědět se mnohé i bez nutnosti „hnout se z místa“ a překonat fyzickou izolaci. Meyrowitz [1990] hovoří o oddělení fyzického a sociálního místa neboli o oddělení místa a přístupu k informacím zapříčiněném elektronickými médii. Změna statusu už nevyžaduje změnu místa, vytrácí se představa, že existují specifická místa pro specifická životní stádia. To, kde člověk je, má dnes málo do činění s tím, kým je, co ví a jaké má zkušenosti. Spolu s tím, jak jsou na různých místech zpřístupňované stejné informace, začínají se mísit různé sociální definice a dříve oddělené chování a aktivity. Tyto procesy jsou další stránkou globalizace.

Paralelně s globalizací probíhá v postmodernitě ovšem také proces *lokalizace*. Jedná se o úzce specifické aktivity probíhající na (relativně) menším území (oproti globálnímu měřítku). Pokud hovoříme o socio-kulturní stránce věci, jde například o ožívování místní kultury a jazyků, vznik a činnost regionálních sociálních skupin, organizací či hnutí. Tomuto procesu napomáhá ve velké míře také turismus, kvůli němuž se místní iniciativy snaží o originalitu a specifčnost. Na propojenost a součinnost obou procesů, tedy globalizace a lokalizace, poukazuje termín *glokální*, potažmo *glokalizace*.

## 2.3 Dvojí tváře postmodernity

Ačkoliv se společenské vědy snaží uchopit postmodernitu, není to tak jednoduchý úkol. Samozřejmě se jednotliví autoři rozcházejí v různých termínech a pohledech, ale především nikdo z nás není schopen nahlédnout fenomén postmodernity (ani jiného období dějin) v celé jeho komplexitě. Přesto nejsou tyto snahy zbytečné a napomáhají přinejmenším k uvědomění si vlastní (postmoderní) osobní situace, i přestože ji každý zakouší poněkud odlišným způsobem. Postmodernismus totiž není generalizovanou zkušeností. Jinak ho prožívá žena ze Sahelu, která se pět hodin denně snaží sehnat dostatek vody, jinak důchodce v chladném londýnském bytě a jinak mladík zbožňující hudbu a fotbal, žijící v chudobě brazilské *favely*. [Sarup 1996: 102]

Postmodernita je plná rozporů podobných těm, o kterých referuje Sarup. Současně zde probíhá nespočet jevů a procesů s různými důsledky, které mohou působit protichůdně, ale ve skutečnosti jsou neoddělitelné. Postmodernita má „dvojí tvář“. Vlastně několik „dvojích tváří“. I když tento janusovský charakter je výsledkem nejen objektivního dění, ale především také (vědeckého) hodnocení současnosti, kategorizace a připisováním charakteristik.

Zejména současně probíhající procesy globalizace a lokalizace, potažmo individualizace jsou v určitých situacích hodnoceny jako nekorespondující. Vystává rozpor mezi individuem a systémem nebo společenským ideálem, mezi subjektivitou a objektivními vnějšími podmínkami. Proti sobě stojí globální chaos a lokální řády, globální bohatství a lokální bída, snaha jedince o nalezení bezpečí a stability a vnější roztržitost, riziko a nepředvídatelnost. Proměnlivý chaotický svět totiž přináší spoustu *možností*, ale tím také zároveň *nutnost* se rozhodovat, činit volbu. V množství změn je ovšem velmi těžké se orientovat a ještě obtížněji je lze předvídat. Neexistuje jedna univerzální pravda, žádná autorita ani jednotný řád neposvětí naše rozhodnutí, naše

volby. To je daň za svobodu ve smyslu svobodné volby – břímě nutnosti volby. [Bauman 2004; Giddens 1998; 2000]

Postmodernita na jednu stranu nabízí všem stejné možnosti, ale zároveň vytváří rozdíly, exkluzi a marginalizaci, protože ne všichni mohou těchto možností využít. Téměř každý má (zejména díky médiím) povědomí o různých možnostech, ale to neznamená, že na ně může dosáhnout. Je to dáno sociálními, finančními či geografickými podmínkami a zejména jejich kombinací. Omezení jsou především obyvatelé třetího světa, nižší sociální vrstvy, venkované a obyvatelé států s totalitními režimy. Od elity je odlišuje především skutečnost, že si nemohou dovolit se svobodně pohybovat. Imobilita se v dnešním světě rovná nesvobodě. [Bauman 2000]

## 2.4 (Post)moderní individualismus, nebo nové formy sociality?

Jednou z dvojích tváří postmodernity představují i dva výrazné (zdánlivě protichůdné) teoretické proudy, jež hodnotí celospolečenské důsledky (post)moderních kulturních podmínek. Jeden má za to, že se v postmodernitě projevují především individualizační tendence, druhý naopak vidí převahu v socializačních procesech. Sweetman [2004: 86 – 92] uvádí jako charakteristického zástupce prvního tábora Giddense [1991] a jeho koncept reflexivní identity. S ním srovnává významného zástupce kolektivní dimenze Mafessoliho [1996a, 1996b], autora koncepce *neo-tribes*.

Nicméně se Sweetman ve svém článku snaží dokázat, že v souvislosti se subkulturami není mezi individualismem a neo-tribalismem ani tak opoziční vztah, jako spíše vztah vzájemné závislosti a komplementárnosti. Současné subkulturní aktivity a formace jsou manifestací jak reflexivního procesu konstrukce identity, tak senzuality neo-tribální sociality; individuální identita nebo styl stejně jako kolektivní participace mohou přinést jedinci pocit zařazení a identifikace. Neo-tribalismus stejně závisí na vysoce individualizované společnosti, kde jsou lidé osvobozeni od tradice a mohou si vybírat mezi životními styly, a reflexivní proces sebeidentifikace se zase odehrává v kontextu emocionální identifikace s ostatními. [Sweetman 2004: 86 – 92]

Navážeme v podstatě dále na Sweetmanovu myšlenkovou linii a budeme postupovat podobně ve struktuře celé práce. V následující kapitole se budeme věnovat identitě a její postmoderní formě, jak ji vidí Giddens, Bauman aj. Ve čtvrté kapitole se zaměříme na postmoderní kolektivní koncepty a nové formy sociality včetně *neo-tribes*, přičemž největší pozornost bude náležet subkulturám. V páté kapitole si ukážeme, jak se spojují kolektivní a individuální složka, což je dobře patrné

obzvláště v oblasti sociální identifikace, tedy identifikace individua se skupinou, v našem případě se subkulturou.

### 3. Postmoderní individuální identita

Od 70. let 20. století je pojem identita v různých podobách, spojeních a souvislostech intenzivně používán jak na veřejnosti, tak ve společenských vědách, což neodmyslitelně souvisí zejména s reflexí proměny společnosti jako takové (podrobněji popsanou v kapitole o postmoderní společnosti), kdy se identifikace stává zásadní součástí života jednotlivce i skupin [Eriksen 2007: 65]. Hledání identity, sebeidentifikace a různé životní styly jsou tedy jednak produktem postmodernity, jednak reakcí na ni a snahou o (osobní) vyrovnání se s jejími okolnostmi a podmínkami. Navíc se identita stává diskurzem současné společnosti i humanitních věd, prizmatem, skrze který jsou nahlíženy i ostatní aspekty současného života – osobní, filozofické či politické [Bauman 2001: 140; Sarup 1996: 28].

Jako tradičně ve společenských vědách ovšem neexistuje jediný přístup k tématu identita, ale objevuje se nepřehledné množství teorií; každý autor píšící o identitě přináší nový pohled na tuto problematiku. Nechám zcela stranou přístupy filozofické a psychologické a budu se věnovat identitě z hlediska sociologie či sociální antropologie. Ve svých úvahách vycházím z prací A. Giddense [1991; 2000], Z. Baumana [2000; 2001; 2002; 2004], E. Goffmana [1999; 2003], J. Meyrowitze [1990], M. Sarupa [1996] a T. H. Eriksena [2007], jež spojuje především pohled na postmoderní identitu jako na proměnlivou a volenou veličinu a (s výjimkou Eriksena) také jako na záležitost jedince (individuální identita).

Identita (z lat. *identicus* – totožný, stejný) znamená 1) *totožnost* ve smyslu sebeuvědomění člověka, vědomí sebe sama, 2) *ztotožnění se* (s něčím, s někým, se sebou samým), pocit příslušnosti, přináležitosti (k někomu, k něčemu). „*Sebepoznání a hledání vlastní celistvé identity je obsahem základního socializačního procesu a principem integrity osobnosti. (...) Máme přirozenou potřebu někam patřit, zařadit se, definovat se. Toužíme světu okolo sebe rozumět, hledáme orientační body*

*v nepřehledné masové společnosti, hledáme to, co nás odliší, vymezí a učiní rozpoznatelným vůči okolí.*“ [Roubal: I. a II. část]

Identita je subjektivní, vnitřní, do různé míry na volbě založený pocit sebeidentifikace, navenek se projevující jako soubor rolí, které jednotlivce nebo skupina jedinců zastává. Vždy se vytváří ve vztahu k něčemu nebo k někomu a v rámci něčeho – kultury, společnosti, určité sociální skupiny. Vzniká na základě vymezení se ve střetu s Druhými, s Jinakostí, hledáním a nalézáním odlišností a podobností mezi *námi* a *jimi*. Ačkoliv samotná potřeba vidět nebo vytvářet rozdíly a na jejich základě posuzovat vlastní identitu je antropologickou konstantou, konkrétní rozdíly mezi námi a Druhými nejsou univerzální a objektivně dané, ale konstruované – kulturně, sociálně i individuálně. Identita tedy vzniká jako procesuální konstrukt v interakci s druhými a má vždy jak individuální, tak kolektivní složku, závisí na vztahujícím (subjektu) i vztažném (objektu). Identita je relační a situační. [Sarup 1996: 47 – 48; Eriksen 2007: 68]

Jak bylo řečeno, identita není pouze záležitostí jedince, ale i (sociálního) okolí. V rámci identity jsou vždy společně přítomny dva aspekty: individuální a kolektivní. V každodenním životě jdou tyto aspekty ruku v ruce, v teoretickém rámci mohou být nahlíženy odděleně, buď z hlediska jednotlivce, nebo z hlediska skupiny. Identita jednotlivce – *individuální identita* – má v zásadě dvě základní složky: 1) jak se jedinec vztahuje sám k sobě, 2) jak se jedinec vztahuje k druhým. První složka bývá označována jako *osobní identita*, druhá potom jako *identita sociální*, případně *skupinová*. Z hlediska skupiny rozlišujeme *identitu kolektivní (participativní)*, kterou sdílí více jedinců ve vztahu ke skupině. Jinými slovy je to „...*společná shoda členů o podstatných rysech skupiny, o tom, kdo k ní patří a kdo nikoli, a co by skupina měla a co by neměla dělat.*“ [Jandourek 2007: 104]

Goffman [2003] u osobní identity rozlišuje ještě kategorie *self-identity* a *personal identity*. O *self-identity* hovoří jako o subjektivním smyslu vlastní situace, kontinuity a charakteru (i když i ten je ovlivněn sociální zkušeností). *Personal identity* pak charakterizuje jako



jedinečnost individua a jeho odlišnost od ostatních, která vychází z toho, že každý máme jedinečnou životní zkušenost, jedinečný životní příběh poskládaný z různých dat. Kromě Goffmana zdůrazňují i Sarup [1996: 17 – 26] a Giddens [1991: 244], že identitu (re)konstruujeme prostřednictvím narativity a retrospektivního vidění svého životního příběhu (biografie). *Sociální identitu (social identity)* potom rozděljuje Goffman na *virtuální*, která zastupuje připsaný charakter, dojem, jakým člověk působí na druhé, a *skutečnou (reálnou)* jako atributy, které jedinec skutečně má. Zjevná nesrovnalost mezi virtuální a reálnou identitou má pak za následek poškozenou sociální identitu jako takovou.

Sarup [1996: 14] nekategorizuje identitu explicitně, ale zdůrazňuje, že identita je současně jak individuální, tak kolektivní, a přímo říká, že hranice mezi jednotlivcem a skupinou je vágní a proměnlivá. Namísto striktního rozlišení složek identity spíše navrhuje, *jak* se můžeme na identitu dívat, z jakého úhlu pohledu ji můžeme nahlížet. A to *vnitřní perspektivou* („*I am*“ *perspective, first-person position, „private“ identity*, „jak nahlížíme sami sebe“) a *vnější perspektivou* („*it is*“ *perspective, third-person position, „public“ identity*, „jak na nás pohlíží ostatní“). Přičemž obě perspektivy jsou důležité pro celkové porozumění identitě a aplikovatelné jak na kategorii individuální, tak na kategorii kolektivní identity.

Pro snadnější orientaci mezi výše popsanými kategoriemi vztahujícími se k identitě shrňme dosud uvedené informace a klasifikace různých autorů do jediného diagramu (viz diagram č. 1.).

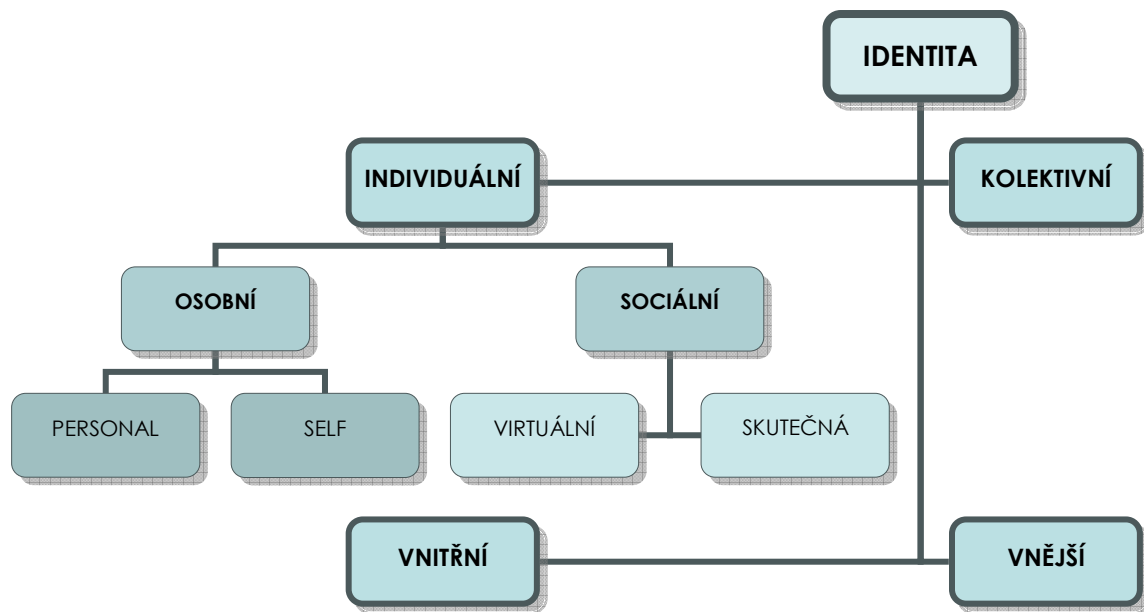


Diagram 1. Systematizace kategorií identity

### 3.1 Postmoderní identita jako volba a proces

Jestliže je identita relační a situační, tedy závislá na kulturních a společenských podmínkách, musíme ji lokalizovat v čase a prostoru. Identita a identifikace v postmoderním světě mají zcela odlišnou podobu od světa pre-moderního a liší se i od světa moderního. Zatímco tradiční společnosti disponují omezeným množstvím sociálních rolí a jasně vymezených statusů, v modernitě ztrácejí role a statusy hranice, rozplývají se a začínají být nepřehledné, což se v postmodernitě ještě znásobuje. Z pre-moderního pohledu je identita daná, harmonická, koherentní, konzistentní, unifikovaná a fixní. Tradiční kultury mají propracovaný, dlouhodobě stabilní a kontrolovatelný systém, v jehož rámci je jedinec zařazen. Myšlenka, že každý člověk je jedinečný a má zvláštní předpoklady, které musí nebo nemusí být naplněny, je těmto kulturám cizí. Víceméně je jasné, na jaké místo ve společnosti se jedinec může zařadit a jaká úloha mu přísluší, spektrum výběru je omezené a přehledné. Vrozené a připsané statusy dominují nad získanými a jsou fixní. Díky tomu jedinec nemusí věnovat úsilí hledání vlastní totožnosti, ve většině případů se prostě identifikuje s patřičnými rolemi. [Ferchhoff 2007: 98 – 110; Roubal]

*„Z mnoha identifikací, které v komplexních společnostech zakládají příslušnost jedince, můžeme stručně vyjmenovat jako některé z možností jazyk, domov, příbuzenství, národnost, etnickou příslušnost, rodinu, věk, vzdělání, politický pohled, sexuální orientaci, sociální vrstvu, náboženství a pohlaví. (...) Všechny tyto způsoby identifikace jsou schopny plnohodnotně vytvářet příslušnost k určité skupině.“* [Eriksen 2007: 65 – 66]

Dnešní, postmoderní pohled ovšem popisuje identitu jinak – jako procesuálně vytvářenou v interakci s ostatními, proměnlivou, procesuální, roztržštěnou, nekompletní či dokonce rozporuplnou, což plně odpovídá celkovému charakteru postmoderní společnosti. Postmoderní kultura (nebo spíše kultury) zakládá totiž svojí pluralitou zcela jinou povahu

identity. S identitou se nerodíme, ale musíme si ji sami najít a sestavit. Nebo alespoň její část. Je otázkou, *do jaké míry* je identita volbou, jak velká část identity je zvolená a jak velká část je „vnucená“. Identita je do určité míry, ale ne kompletně determinovaná. Díky svobodné vůli a selekci jsme schopni omezit nebo přizpůsobit externí determinanty socializačních institucí. V procesu konstrukce a selekce má složka volená, která závisí na naší vůli, výběru a interpretaci skutečnosti, navrch nad složkou nevolenou či neuvědomovanou, která je ovlivněna vnějšími okolnostmi – sociálními strukturami, kulturou, jazykem. Mnohem větší část identity postmoderního člověka (na rozdíl od tradičních společností) volená, než připsaná nebo získaná. [Bauman 2001; Eriksen 2007: 72, 125; Ferchhoff 2007: 98 – 110; Giddens 1991; Sarup 1996]

Protože dochází k atomizaci a privatizaci problémů, Bauman (inspirován Ulrichem Beckem) [2001: 144] označuje celý proces hledání identity v postmoderní době jako *individualizaci*. Můžeme si plánovat vlastní život, zvolit si životní styl, ale zároveň za tyto plány a rozhodnutí neseme zodpovědnost. Balancujeme mezi příležitostmi a riskováním. Jsme sami zodpovědní za svůj osud. Giddens [1991] v tom samém smyslu hovoří o reflexivně organizované osobní identitě (*reflexively organised self-identity*).

Volba identity je ovlivněna kulturním a sociálním rámcem. Postmodernita nám v tomto směru nabízí širokou škálu možností. Můžeme si střídavě volit povolání, náboženství, kulturu či společnost, jejímž chceme být členem, místo, kde chceme žít atd. Dokonce můžeme díky pokročilým technologiím do určité míry měnit statusy obecně považované za připsané, jako pohlaví, barvu kůže a věk. Díky několika plastickým operacím se z čtyřicetiletého afroameričana může stát dvacetiletá běloška. (Což je samozřejmě velmi zjednodušený a nadnesený příklad celé problematiky.)

Nezáleží tedy jen na kultuře, ale i na jedinci, které složky jeho identity jsou volené nebo nevolené, uvědomované nebo neuvědomované. Teoreticky v každém aspektu identity máme volbu, ale záleží na tom, jaké

máme možnosti, nebo spíše jakých možností jsme si vědomi. Postmodernita nás v tomto směru nutí konfrontovat se s mnoha možnostmi. Ale nejenže máme *právo*, ale také *povinnost* výběru. Uvědomění přináší nutnost volby. Dlužno podotknout, že tento (nutný) výběr má své limity a je determinován sociálními, finančními či geografickými podmínkami. Například právo na sebeidentifikaci neplatí pro většinu třetího světa. Teoreticky sice mají jeho obyvatelé stejné možnosti jako členové západní kultury (tyto možnosti objektivně existují), ale většina z nich na ně nemůže dosáhnout a využít je. Ne všechny možnosti jsou přístupné všem.

Jakým způsobem určit vlastní identitu? Většina lidí stále hledá i v proměnlivém světě pevný bod, ke kterému by se mohla vztáhnout. Touha po jistotě a koherentní identitě se ovšem s postmodernitou moc neslučuje. Vzniká tak napětí, mnozí zažívají pocity nejistoty, nestálosti a odcizenosti, nevědí, co od života chtějí. Nezřídka se v takovém případě mluví o *krizi identity* (u jedince i celospolečenskou) nebo o *multiplicitě identit*, tedy o různých *identitách* jedince, které jsou navíc v rozporu.

Osobně ovšem preferuji používání pojmu identita u jedince v jednotném čísle, čímž chci především naznačit kompaktnost a komplexnost stavu u jednotlivce, tedy skutečnost, že jeden člověk má v danou chvíli jednu identitu. Tudíž bych tento pojem ve vztahu k jednotlivci nepoužívala v množném čísle. Tím samozřejmě nevyklučuji, že identita se skládá z různých složek a je proměnlivá v závislosti na různých podmínkách, takže v čase vlastně člověk má několik identit nebo určitý počet lidí má odpovídající počet identit. I když je identita proměnlivá a její konzistentnost je přinejmenším diskutabilní, stále u jedince za normálních okolností existuje určité vědomí sebe sama, vědomí vlastní jedinečnosti, vědomí vlastní kontinuální existence v čase. Pokud tomu tak není, jedná se o patologii, a ne o rozporuplnost identit. Krizi identity může mít člověk v danou chvíli, ale ne nepřetržitě.

Spíše než „multiplicitu rozporuplných identit“ či „celospolečenskou krizi identity“ považuji v tomto směru za odpovídající a výstižný koncept

symbolického interakcionismu, jehož čelními představiteli jsou Goffman [1999] a Meyrowitz [1990]. Základní tezí této koncepce je, že lidé se v různých situacích chovají různě. Což neznámá, že se vždy přetváříme, ale že se vždy přizpůsobujeme dané situaci. Záleží tedy například na tom, s kým člověk interaguje, v jaké sociální roli, jak se při tom cítí, jakým chce působit dojmem atp. Goffman používá pro objasnění těchto východisek teatrologickou terminologii. Všichni podle něj hrajeme divadlo na různých jevištích, tedy v různých sociálních situacích a kontextech. Z toho se dá usuzovat, že máme i různé složky identity, které se v různých situacích projevují různě. Zároveň ale tyto složky nemusí být *nutně* v rozporu a člověk nemusí být *nutně* rozpolcený. Naopak je známkou empatie a sociability, pokud je jedinec schopen zastávat několik různých rolí, číst v odlišných situacích a podle toho se zařídit.

„Pesimistickou“ multiplicitu identit bych tedy v souladu s interakcionistickým konceptem a teorií rolí nahradila multiplicitou sociálních rolí, která je reakcí jednotlivce na multiplicitu postmoderních situací. Tento úhel pohledu totiž neimplikuje, že je něco v nepořádku. Postmodernímu pocitu psychické nekoherence možná nejvíce přispívá právě negativně konotovaná stereotypní (pseudo)vědecká terminologie a nostalgie po jednoduše získané a neměnné identitě. Ale možná ke spokojenosti a vyrovnanosti stačí smířit se s proměnlivostí našich identit a nepohlížet na ni jako na patologii.

Postmoderní identitu je především potřeba nahlížet jako neustálý proces identifikace, jako „...*nikdy nekončící, nekompletní, nedokončenou aktivitu s otevřeným koncem, na níž se všichni, ať už z nutnosti nebo dobrovolně, podílíme.*“ [Bauman 2001: 152] Její proměnlivost, nestálost a obtížná uchopitelnost má i svoje výhody. Skládání, rekontextualizace či brikoláž nám přináší nové významy a možnosti. Postmoderní kultura nám dovoluje a zároveň přikazuje vytvořit si identitu výběrem, musíme selektovat a rozhodnout se, jak jednat a kým být.

Poněkud jiná je situace ve vztahu identity k vnějším podmínkám. Postmodernita nám sice přináší právo na sebeurčení, emancipaci a změnu

přímo s námi souvisejících sociálních procesů, ale zato nám bere možnost ovlivňovat širší společenské dění či procesy ekologické, ekonomické a technologické. Jinými slovy jde o rozpor mezi úrovní subjektivní a objektivní, individuální (potažmo lokální) a globální, mezi osobními záměry na straně jedné a mezi externími podmínkami na straně druhé [Roberts 2004]. Máme sice kontrolu nad svým životem, ale ne nad *všemi* okolnostmi, které ho ovlivňují; vzniká nerovnováha mezi osobní svobodou a jistotou. Bauman v tomto smyslu často na různých místech připomíná výrok Ulricha Becka o neexistujících biografických řešeních systémových rozporů („*no biographical solutions to systemic contradictions*“) a Pierra Bourdieho o každodenní nejistotě („*précarité est aujourd'hui*“). Giddens [1991] v souvislosti s proměnou moderních institucí hovoří o pocitu osobní bezvýznamnosti (*personal meaninglessness*), který vzniká právě jako důsledek kombinace individuální reflexivní identity a globalizačních tlaků a je fundamentálním psychickým problémem pozdní modernity.

### 3.2 Sociální identifikace: identita a socializace v rámci subkultur(y)

„...vytvořit skupinu – jakkoliv dočasná a roztržštěná tato skupina je – může poskytovat jedincům pocit přináležitosti a identifikace stejně jako pocit individuální identity nebo stylu.“ [Sweetman 2004: 79] Na sociální identitu, tedy na to, jak napomáhá skupina jedinci v seberealizaci, se podíváme blíže v souvislosti se subkulturami.

Subkultury podobně jako postmoderní identita nejsou *primárně* založené na připsaných statusech či na místě původu. Členem subkultury se člověk nerodí, ani nestává automaticky. Může a musí se pro členství a s ním spojený životní styl rozhodnout. Také proto jsou subkultury typickým produktem postmodernity, která se vyznačuje převahou volené identity a volených statusů, což je poměrně jasně odlišuje od kolektivních konceptů národního státu, sociální třídy, rodiny, kultury mládeže, etnické příslušnosti či náboženství, tedy od konceptů založených na askriptivních statusech či na místní příslušnosti [Eriksen 2007: 21]. Členové subkultur se vědomě a dobrovolně rozhodují, na jaké konkrétní subkultuře budou participovat, a to na základě tématického rámce subkultury, na její obsahové náplni. Dobrovolné vědomé rozhodnutí členů o participaci je charakteristické pro všechny *neo-tribes* (viz následující kapitolu), k nimž můžeme počítat i subkultury či zájmové skupiny, tedy skupiny s identitou založenou na aktivní účasti členů a sdíleném zájmu o nějaké téma.

Volená identita a sdílený zájem jako centrální pojítka postmoderních skupin jsou tmelícími prvky kolektivu a také mohou představovat významné důvody, proč se jedinci v současnosti čím dál více ztotožňují se subkulturami, jako specifickými formami skupiny [Meyrowitz 1990: 258 – 259]. Samozřejmě se identity netvoří jen prostřednictvím subkultur, ale ty jsou jedním z hlavních socializačních prostředí současnosti. Členy subkultur se stává stále více lidí a subkultury mohou v jejich životě hrát



větší roli než politické strany, národ či dokonce rodina [Eriksen 2007: 29 – 30].

Různé subkultury nabízejí různý „program“. Podle vlastního uvážení a světonázoru se jedinec rozhoduje pro členství v té které subkultuře. Nemusí být členem žádné, nebo také může být součástí několika, podle toho, jak mu vyhovuje obsahová náplň jednotlivých subkultur. Subkultury mohou tvořit jednotlivé dílky v mozaice, patchworku, brikoláži či skládance postmoderní identity. Záleží jenom na tom, jak je k sobě poskládáme. Příkladem budiž můj bratr, který je členem metalové i *otaku* subkultury. Přesně v souladu s postmoderním individualismem má každý sám zodpovědnost za to, k jaké subkultuře a jakou mírou se (ne)připojí. Roli v tomto procesu nehrají jen názorové a volní aspekty, ale samozřejmě také emoce a potřeba zařazení se do kolektivu. Vědomí existence subkultury, ke které jedinec náleží, tedy skupiny podobných, spřízněných jedinců podporuje sociální i psychologickou vyrovnanost.

Do většiny subkultur není problematické se začlenit, protože členství v subkultuře je obvykle podmíněno pouze rozhodnutím a informovaností. Jak říká Meyrowitz [1990: 286 – 295]. Členství v každé skupině je závislé na informovanosti, ale v tradičních kulturách byly některé druhy informací pečlivě chráněny a předávány pouze určeným lidem. Jejich obdržení bylo spojeno s určitým statusem, socializačním stádiem a místem. Díky tomu nebylo těžké zachovat potřebné hranice a rozdíly mezi jednotlivými lidmi nebo skupinami lidí. Původně závislé a omezené získávání informací však v době elektronických médií a informatizace nepředstavuje překážku. Naopak – k potřebným datům je možné se dostat například prostřednictvím internetu i během několika vteřin, a to bez ohledu na to, jaký má člověk status a kde se právě nachází. Technologický pokrok a s ním spojené kulturní a sociální důsledky umožnily snazší získávání a šíření informací i o subkulturách a zařazení do subkultury. Není potřeba konkrétní místo, ani konkrétní člověk, abychom se dobrali požadovaných informací. Stačí mít přístup

k informační síti, což je v době elektronických a virtuálních médií poměrně jednoduché. Mizí tak tradiční pevně strukturované institucionalizované přechodové rituály a socializační stádia se překrývají. Namísto toho člověk „vplyne“ do určité sociální skupiny nebo životního stádia.

I když přístup k subkultuře stále často umožňují kamarádi, sourozenci či rodiče [viz Ingulsrud, Allen 2009: 93 – 105 na příkladu čtení *mangy*], stal se hlavně internet významným socializačním prostředkem. Moji informátoři stejně jako ostatní členové subkultur vstupují do různých diskusních fór, čtou webzines, sledují amatérská videa atp. Díky tomu z velké části postupně „vplouvali“ do subkultur „sami“, bez pomoci bezprostředního okolí (i když samozřejmě zmíněné informace na internet nejprve někdo musel vložit).

U metalové subkultury bývá „spouštěčem“ zájmu seznámení se s první kapelou a její přijetí, díky čemuž jedinec začne vyhledávat další produkci, která vyhovují jeho vkusu. Díky tomuto procesu se dozvídá stále více jak o hudební a textové tvorbě, tak o historii a pozadí žánru, o různých kapelách a jejich členech atd. A podobný socializační postup funguje samozřejmě i u *otaku* fanoušků a jiných subkultur. Samozřejmě vzniká potřeba nejen informace dostávat, ale také je sdílet, ať už pomocí face-to-face kontaktů nebo prostřednictvím internetových diskusních fór. A navíc mají členové subkultur potřebu kreativity, kterou ventilují různými způsoby: v případě metalu vlastním hraním, skládáním či zpíváním, v případě *anime* a *mangy* vlastním kreslením či psaním příběhů a v obou případech stylovým oblékáním a vytvářením image a zapojením se do veřejné diskuse.

Sebeidentifikace se subkulturou jako se skupinou může probíhat nebo být podpořena i díky sebeidentifikaci prostřednictvím idolů. V případě metalistů jde o vzhlížení k nějakému hudebníkovi, ať už basistovi nebo zpěvačce, v případě *mangy* a *anime* se jedná o ztotožnění se s postavou nebo některými jejími vlastnostmi nebo sebeidentifikace s celým příběhem. Jeden z mých informátorů se například velmi

ztotožňuje s Marcem Hietalou, zpěvákem a basistou skupin Nightwish a Tarot. Stejně jako on hraje na podobnou basovou kytaru, vyhledává informace o jeho profesním i osobním životě atp. Fanyanky *otaku*, řekla bych, vyjadřují spíše než ztotožnění s hrdinkou (i když to nevyklučují) obdiv k mužským postavám. Samozřejmě může mít jedinec takových vzorů více. Důležité je, že ho inspirují v nějakém konání nebo životním postoji. Mnohokrát mu také přinesou naplnění a v jistém smyslu ho zachrání, ať už od samoty a pocitu vlastní zbytečnosti, jak mohu prostřednictvím svých informátorů i vlastní zkušenosti potvrdit. Je to i tím, že subkultury přinášejí pocit zapojení do kolektivu, pocit participace na společném zájmu a díle [viz Ingulsrud, Allen 2009: 106 – 116].

Zájem o dané téma zvyšuje angažovanost v rámci subkultury, což samozřejmě ještě může být podpořeno komunikací s ostatními členy. „*Stupeň příslušnosti ke skupině je odvislý od toho, co je skupina schopna nabídnout, což se týká jak zdrojů, tak i nutných sankcí.*“ [Eriksen 2007: 28] Poněvadž je členství v subkulturách jako v neformálních sociálních skupinách založeno na dobrovolnosti a informovanosti, nelze v případě opuštění skupiny mluvit o vyloučení, ale o odchodu. Opuštění skupiny je také relační a situační, jeho podoba a průběh záleží na subkultuře, jedinci atp., ale v obecné rovině neprobíhá nijak dramaticky. Nejedná se obvykle o žádné formálně sankcionované vyloučení, ale spíše o vlastní rozhodnutí založené na postupném ochabnutí potřeby sdílet dané zaměření. I když ztráta zájmu neznamena ztrátu informací, které člověk během svého členství v subkultuře získal. V tomto smyslu asi zůstává člověk spojen s danou subkulturou navždy.

Myslím si, že právě tato volnost a nenucenost v rámci subkultur také přispívá k jejich postmoderní oblibě. Jedinec může beze strachu experimentovat a hledat si identitu napříč různými subkulturami. A stejně tak může zůstat subkultuře věrný tak dlouho, pokud subkultura existuje a pokud v ní stále vidí svoje místo. Zpravidla totiž zařazení do subkultury není jen chvilkovou záležitostí či pouze občasným koníčkem. Subkultury jako komplexní systémy ovlivňují celý styl života jednotlivce i

skupiny. Členové subkultury se nacházejí (alespoň v určitém směru) ve stejné situaci, sdílí určitý soubor znalostí a hodnot a tím i identitu založenou na zvolené orientaci. To všechno podporuje pocity kolektivity a sounáležitosti, ale zároveň také integrity vlastní osobnosti.

### 3.3 Manifestace příslušnosti k subkultuře na příkladu vzhledu

Identita není jen záležitostí hledání a konstrukce, ale také manifestace významů, na jejichž základě se dají interpretovat mnohé skutečnosti. Sarup [1996: 126] si ve své knize o postmoderní identitě klade otázku, zda může image reprezentovat naši identitu. A sám si také odpovídá, že lidé jsou více než to, co si oblékají. S tímto výrokem nelze nesouhlasit. Identitu jedince samozřejmě netvoří pouze vzhled, ale na druhou stranu je právě vzhled její důležitou součástí. Mnoho teoretiků současnosti dokonce tvrdí, že právě (povrchní) koncentrace na vzhled a formu je nejdůležitější aktivitou mládeže, zároveň hlavním (nebo dokonce jediným) pojítkem pro vznik *neo-tribes* obecně a také primárním expresivním prostředkem identity [viz Maffesoli 1996a; 1996b; Meyrowitz 1990; Muggleton 2000]. Každopádně lze prostřednictvím symbolů, životního stylu, určitého chování a jednání vysledovat identifikaci vyjádřenou navenek, tedy to, s jakým životním stylem, hodnotami, normami, způsoby chování a jednáním se daný jedinec ztotožňuje. Móda pak slouží jako „zrcadlo“ a metafora postmoderní identity. Můžeme na ní dobře pozorovat procesy volby a brikoláže – míchání stylů a prvků.

Oděv, účes, šperky a jiné zdobenění těla nemají jen praktickou, ale také symbolickou a distinktivní funkci, slouží k vyjádření sociálního statusu a k sociální orientaci. Rozlišovací kategorie jsou kulturně relativní, ale příslušník dané kultury je podle vzhledu obvykle schopen i na první pohled určit, s kým má tu čest. Symbolika může prozradit, jakého je jedinec pohlaví, věku, povolání či postavení i v jaké se nachází situaci: běžný nebo pracovní oděv se samozřejmě odlišuje oděvů určených pro zvláštní až slavnostní příležitosti, jako jsou přechodové rituály (svatba, pohřeb), výroční obřady (koleda, masopust, Štědrý večer) či návštěva určitého místa (divadlo, kostel, klub).

Oproti jasně rozlišeným sociálním statusům a jim příslušejícím distinkcím, typickým pro premoderní kultury, je v postmoderní situaci poněkud složitější. Díky různým procesům v čele s globalizací statusy splývají a stejně tak se v mnoha směrech unifikuje i vzhled. Jak dospělí, tak děti, jak muži, tak ženy – všichni mohou v podstatě nosit vše, co chtějí: džíny, krátké vlasy či náušnice. Specifická móda už nemusí odkazovat ke kategoriím jako gender, etnicita nebo třída. Což nevede nutně k tomu, že se všichni oblékají a upravují stejně, ale výběr možností z různých stylů je mnohem větší než u tradičních společností. [Meyrowitz 1990: 258 – 259; Sweetman 2004: 82 – 83]

Přičemž různé módní prvky, přicházející ze všech koutů světa i různých historických období, nemusí tvořit jednotné koherentní styly, ale mísí se jak v kontextu celokulturním, tak na úrovni jedince. Postmodernita poskytuje velký prostor pro individuální vyjádření, nabízí svobodu výběru různých prvků a jejich mixování či brikoláži. To, že volíme oděv, účes a doplňky podle různých příležitostí, by ještě nebylo tak zvláštní. Zajímavé je, jak často někteří lidé tuto činnost provozují a jaké mají k dispozici „vybavení“, což samozřejmě souvisí s tím, do jakých se dostávají sociálních situací a jak se v nich chtějí prezentovat. Někomu pak může připadat, že jedinci, kteří často mění svůj vzhled, nemají jednotnou identitu. Například Sarup [1996: 126] mluví o možnosti multiplicitních identit u jednoho individua. Ráda bych na tomto místě zopakovala, že v souladu s interakcionistickým konceptem a s Muggletonem [2000: 103] celou záležitost různého chování na různých místech včetně související změny vzhledu nepovažují za znamení tříštění identity, ale za přirozený jev. Styl je totiž považován za vyjádření vnitřního já, tedy identity. U každého jedince vysledovat určitou stylovou koncepci či určitý módní záměr, ať už z hlediska čistě funkčního nebo z hlediska čistě estetického či na stupnici někde mezi oběma. Módní preference jedince se samozřejmě také mohou měnit podle různých životních období a během dospívání (ale i jindy), kdy lidé experimentují se svým vzhledem. Ale považovat to za celospolečenský projev nekoherence identity a neautenticity jedinců považují za poněkud nadsazené. Zároveň

ale nezpochybňuji, že v postmoderní době narůstá počet sociálních situací i počet módních stylů, se kterými se jedinec vyrovnat způsobem podle svého uvážení. Někomu vyhovuje pohybovat se v různých sociálních skupinách a přizpůsobovat se jim jak chováním, tak vzhledem a vyžívá se v „převlecích“, jiný si dokáže udržet navenek jednotný styl i v různých situacích.

To, že některé projevy image jsou viděny jako nehorence identity, může být způsobeno neschopností číst v různých symbolech a vyznat se v různých stylech. A není divu. Postmodernita v tomto směru velmi zamlžuje, boří stereotypy a znejišťuje. Budeme-li se řídit jen vzhledem, můžeme jedince naprosto nesprávně zařadit. První pohled může klamat. Není tak ojedinělým jevem dneška, že nemůžeme rozpoznat, zda proti nám jde muž či žena, nebo že zámožný a vlivný podnikatel chodí na všechny schůzky v džínech a tričku. Symboly však neztrácejí zcela svoji distinktivní funkci. Naopak jich skupiny a jednotlivci využívají k vymezení sebe sama, označení své příslušnosti a vzájemnému rozpoznávání se. Když jsme například s jedním informátorem potkali dalšího metalistu v metru, oba okamžitě bezpečně poznali, že patří k stejné subkultuře a navázali oční kontakt. Jak mi pak můj informátor řekl, nikdy si není jistý, zda a případně jak má v takové situaci pozdravit.

## 4. Nové formy sociality a postmoderní kolektivní koncepty

Postmoderní kulturní a společenské podmínky vytváří prostor pro nové formy sociality, odlišné od „tradičních“ kolektivních konceptů rodiny, etnika či národa. Podobně jako identita se ani postmoderní sociální skupiny nevytvářejí na základě sdíleného místa nebo statusu, ale na základě sdílených symbolů, zájmů a volby. Objevují se dosud neznámá sociální uskupení, například ekologická hnutí vyznačující se novými formami politického chování či v kyberprostoru vytvořené virtuální (online) komunity. Mezi tyto víceméně nové, pro postmodernitu charakteristické sociální skupiny patří také subkultury.

V souvislosti se snahou pochopit a objasnit postmoderní formy sociality vznikají více či méně propracované konceptualizace. Snoubí se zde především tradice sociologická s antropologickou. Terminologie a teorie spojené s postmoderními formami sociality jsou velmi různorodé. V centru zájmu této kapitoly i celé práce stojí subkultury, proto se od nich bude odvíjet i terminologický aparát a struktura popisu novodobých kolektivních konceptů. I přes rozšířenost tématu subkultur v současných společenských vědách nemůžeme očekávat jednoznačnou, přímou a vševysvětlující definici subkultur. Možná právě ze stejného důvodu spíše nalezneme množství postmoderních teoretizujících přístupů neboli *vyprávění (narratives)*, jak je nazývá Gelder [2007: 2 – 3], ze kterých musíme podstatu subkultur víceméně vytušit sami. Přesto však shledáme, že hlavní teoretické polemice dominují následující proudy: individualismus (postmoderní identita) versus kolektivita, strukturalismus versus interakcionismus a subkulturní teorie versus post-subkulturní teorie.

V rámci dějin subkultur bych ráda vyzdvihla především post-subkulturní teorii spojenou s projevy postmoderních procesů v subkulturách a odkazující se především k symbolickému



interakcionismu, který je východiskem i této práce. V tomto smyslu si charakterizujeme subkultury a jejich místo v rámci subkulturálních studií a porovnáme je s dalšími souvisejícími postmoderními formami socialit. Nakonec prověříme subkultury z hlediska funkčnosti a jmenujeme některé výrazné aspekty, které subkulturám zaručují významné místo v postmoderní kultuře. Kombinace zmíněných pohledů snad přispěje k pochopení úlohy a postavení subkultur v současné společnosti.

## 4.1 Chicagská škola, CCCS a subkulturní teorie

Subkultury jsou jedním z typických (pro)jevů postmoderní společnosti. Avšak jak koncept subkultur, tak subkultury samotné, prošly určitým vývojem. Nejsou záležitostí jen posledních několika desítek let, ve smyslu sociálních kategorií se objevují už mnohem dříve. Například Gelder začíná kulturní historii subkultur v „alžbětinském podsvětí“, tedy kriminalitou Londýna 16. století [2005: 2 – 3; 2007: 5 – 10], jako další příklady můžeme uvést dandysmus 18. a 19. století nebo jazzovou subkulturu počátku století dvacátého [viz např. Gelder 2007: 107 – 129].

Kdy byl poprvé použit termín *subkultura*, je nejasné. Víme ovšem, že subkultury se objevují v sociologických pracích jako koncepční rámec a jedno z hlavních témat od začátku 20. století, kdy započalo systematické studium subkultur v rámci Chicagské školy (*The University of Chicago Department of Sociology*). V rámci sociologických a etnografických výzkumů zaměřených na urbánní společnost se zájem stočil na sociální marginality a tzv. deviace, jako např. na delikventy, imigranty, členy gangů, bezdomovce, homosexuály atp. Pojmy *deviace* a *deviantní* jsou pro Chicagskou školu zásadní. Nemusí nutně označovat abnormalitu nebo nenormálnost, ale spíše ukazují na alternativní soubor hodnot a závislost na určitých sociálních podmínkách. Deviace tedy nejsou považovány za psychologický symptom, ale za determinované kulturními normami čili jsou deviantní jen do té míry, jakou jsou deviaci přisuzovány sociální významy. Ve 40. letech se pak pro výše zmíněné druhy sociální odlišnosti začal používat termín *subkultura*. [Bennett, Kahn-Harris 2004: 2 – 4; Gelder 2005: 19 – 24]

Jedním z představitelů Chicagské školy je Erving Goffman se svou „dramaturgickou“ sociologií neboli odnoží symbolického interakcionismu, o kterém jsme již hovořili v souvislosti s identitou a individualismem (viz str. 38). Tato teorie je ovšem aplikovatelná i na skupinové chování: každá sociální skupina „předvádí jinou hru“, jiným způsobem se vztahuje k okolnímu světu. Symbolický interakcionismus aplikovaný na skupiny

sehrál významnou roli jak v Chicagské škole, tak později v post-subkulturní teorii, jak uvidíme dále. [Goffman 1999; Gelder 2005: 215; 2007: 43 – 44]

V 60. až 80. letech se nejvýznamnějším centrem studia subkultur mládeže stává birminghamské Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), jež zpočátku navazuje teoretickým rámcem na Chicagskou školu – pokračuje ve výzkumu „okrajových“ skupin a zrcadlí silné zaměření na komunitu a lokalitu. Postupně přesunuje svoje zaměření z teritoria ke stylu, tedy k praktikám, jakými subkultury organizují svůj vzhled a vkus. Sémiotika sehraává v premisách CCCS ústřední roli: čtení symbolů je nadřazeno přímým rozhovorům s členy subkultur, neboť právě symboly jsou chápány jako prostředky, jimiž subkultury vyjadřují svoji identitu.

Dále u subkulturní teorie shledáváme výraznou návaznost na strukturalismus sociologů Tönniese a Durkheima<sup>1</sup>, kteří se zabývali moderní společností. Tu hodnotí víceméně jako úpadkovou a staví ji dualisticky do protikladu s idealizovanou společností tradiční. Tönnies označuje tyto formy sociálních uskupení *Gesellschaft* (moderní společnost) a *Gemeinschaft* (společenství, komunita), zatímco Durkheim je autorem paralelních termínů *organická* a *mechanická solidarita*. [Gelder 2005: 6 – 7]

Další těžiště subkulturní teorie leží v makro-perspektivě třídní společnosti, což začíná být zřejmě zejména s vydáním dnes již klasické práce *Resistance Through Rituals* (1976) Stuarta Halla a Tonyho Jeffersona. V marxistické interpretaci CCCS mají poválečné subkultury mládeže jako *Teddy boys*, *punks*, *skinheads* nebo *mods* svůj původ v pracující třídě a staví se proti dominantním hegemonickým institucím britské společnosti. Jak rezistentní subkultury, tak dominantní kultura, reprezentovaná monolitickým mainstreamem, jsou v konceptu CCCS jasně ohraničené, od sebe oddělené kategorie, protikladné homogenní

---

<sup>1</sup> Zatímco koncepce zabývající se identitou a individualismem navazují spíše na Webera a jeho interakcionismus.

skupiny. Subkultury reprezentují sérii kolektivních reakcí na konzumní boom mainstreamové společnosti, se kterým se vyrovnávají pomocí strategie *rezistence* (*resistance*) neboli „řeší“ společenské problémy na symbolické úrovni – kontrolou vlastního vzhledu a hudebního stylu (tzv. „magické“ nebo „imaginární“ řešení sociální subordinace). Těmito stylistickými projevy vyjadřují svoji opozici k rodičovské generaci a k mainstreamovému, tedy komerčnímu, středostavovskému systému, v němž jsou pasivně konzumovány produkty a zábava. Subkulturní rezistence vůči kapitalistické inkorporaci a masovým médiím je tedy povahy sémiotické, nikoliv politické (případně pouze latentně). [Bennett, Kahn-Harris 2004: 1 – 11; Gelder 2005: 81 – 83; Muggleton, Weinzierl 2003: 3 – 4]

V roce 1979 vychází zlomová Hebdigova studie punku *Subculture: The Meaning of Style*. Přestože stále patří k CCCS (třídní konflikt, rezistence, sémiologie), svými tezemi již předznamenává post-subkulturní teorii. Hebdige rozvíjí sémiologický pohled na kultury mládeže, podle něj však nejsou symboly uniformně využívány ve strategiích rezistence, ale prostřednictvím subkultur jsou komodity dominantní kultury a módního průmyslu *aktivně* přebírány a přetvářeny, takže získávají nové radikální významy. Nový stylistický a sémiotický soubor vzniká díky rekontextualizaci. Jak se prolínají a mixují různé styly, včetně mateřské kultury a módního průmyslu, ukazuje Hebdige na příkladu punku. Pro toto překrývání a míšení stylů využívá pojem C. Léviho-Strausse *brikoláž* (*bricolage*). Hebdige už nehovoří o mainstreamu a subkulturách jako striktně oddělených entitách, ale poukazuje na jejich vzájemný vliv. Jako první popsal postmoderní charakter subkultur, který se začal výrazně projevovat v 80. a 90. letech (za vzniku různých revivalů, retro stylů atp.) a jimž se pak zabývá zejména post-subkulturní teorie. [Ferchhoff 2007: 175; Hebdige 1979; Gelder 2005: 84 – 85, 271 – 273; Muggleton 2000: 41 – 44, 47, 131 – 132; Muggleton, Weinzierl 2003: 7]

## 4.2 Post-subkulturní teorie a související kolektivní koncepty

Snahy uplatnit koncept subkultur v podání CCCS univerzálně se záhy ukázaly jako přinejmenším problematické a rozhodně přestávají být dostačující v postmoderních podmínkách. Vystává potřeba přepracování již dále nedostačujících premis CCCS a otázka, jak rekonceptualizovat subkulturální studia s ohledem na proměněný sociální terén nového tisíciletí. V 90. letech 20. století se tak na scéně objevuje post-subkulturní teorie (*post-subcultures theory*), označovaná také příznačně jako „post-CCCS“. V jejím přístupu je totiž jasně přítomný, nezřídka i explicitně vyjádřený odkaz ke „klasickému“ koncepčnímu rámci CCCS, ve smyslu exprese potřeby se s tímto odkazem vyrovnat. Její čelní představitelé jako Redhead, Muggleton, Thornton či Maffesoli hledají odpovědi na (změněné) politické, kulturní a ekonomické skutečnosti 21. století a přichází s novými přístupy a novými poli zkoumání. [Muggleton, Weinzierl 2003: 3] Z konceptuálního hlediska může být rozdíl mezi CCCS a post-CCCS popsán také jako rozdíl mezi marxismem syntetizovaným se strukturalismem a sémiologií a mezi symbolickým interakcionismem [Bennett, Kahn-Harris 2004: 14; Martin 2004] nebo jako mezi moderním a postmoderním přístupem ke světu [Muggleton, Weinzierl 2003: 3 – 19].

Post-subkulturní teorie navazuje na interakcionismus Maxe Webera a odklání se od strukturalistického vnímání subkultur jako distinktivních sociálních skupin směrem k interpretativním praktikám. Pozornost se stáčí na procesy, kterými si jedinci aktivně konstruují svoje sociální světy a na životní styl subkultur. Důležitou roli stále hrají symboly, ale také jejich výklad a vytváření samotnými členy subkultur. Podstatná část kritiky CCCS směřuje také k vidění subkultur jako homogenních skupin – okleštěných od okolních vlivů (dominantní kultura, média, kulturní průmysl), jakoby jejich vývoj probíhal izolovaně, „ve vakuu“, a k jednostranné orientaci na specifickou geografickou, sociokulturní a historickou oblast – na britskou, bělošskou, mužskou část mládeže

pracující třídy v období po druhé světové válce. [Gelder 2005: 12; Martin 2004]

**Tabulka 2. Rozdíly mezi subkulturní a post-subkulturní teorií**

	<b>Subkulturní teorie</b>	<b>Post-subkulturní teorie</b>
počátky vzniku teorie	70. léta 20. st.	90. léta 20. st.
teoretická východiska	neomarxismus, strukturalismus, sémiologie	symbolický interakcionismus
interpretativní hledisko	moderní	postmoderní
cílová skupina, výzkumný objekt	poválečná britská, urbánní, bělošská, mužská část mládeže pracující třídy	skupiny různých kategorií
vymezení subkultur	homogenní skupiny	heterogenní, fragmentární, pluralistické skupiny
vztah subkultur s dominantní kulturou	striktně opoziční, dichotomický	vzájemný vliv
vnější vlivy na subkultury	nereflektovány	vliv dominantní kultury, médií, kulturního průmyslu, vliv jiných subkultur
forma subkulturního protestu	symbolická, resistantní, latentně politická až apolitická	artikulovaná, (makro)politická

Post-subkulturní pole výzkumu se oproti tomu významně rozšířilo, a to ve smyslu 1) teritoriálním – z počáteční výhradní orientace na město a euro-atlantickou kulturu na ostatní „kouty planety“, z lokálních subkultur i na globální, 2) demografickém a sociálním – na různá etnika, třídy či na ženy, 3) kulturně historickém, přičemž definice subkultur se stala aplikovatelnou na různá historická období. Kromě symbolického protestu není subkulturám ubírána ani jejich političnost (např. anti-globalizační hnutí) a také není přehlížen vliv konzumu, mainstreamu, kulturního průmyslu a (masových a elektronických) médií. Subkulturní

skupiny a styly jsou post-subkulturní optikou nahlíženy jako fragmentární a heterogenní, prolínající se, vzájemně se ovlivňující. Celospolečensky dochází k míšení mnoha kategorií, stylů a vzhledů, včetně mainstreamového kulturního průmyslu, tak, jak již nastínil Hebdige. Nalezneme tak různorodé skupiny s odlišným životním stylem a hodnotami a ne vždy jasně vymezenými hranicemi. Na základě výběru členství i v několika různých skupinách si pak každý skládá individuální identitu, vybírá si vlastní styl života. Tím je také překonáno pojetí subkultur zatížené marxistickou teorií. Subkultury nejsou více projevem třídních rozdílů, nýbrž individuálním vyjádřením (proměnlivé) identity. [Bennett, Kahn-Harris: 1 – 18; Martin 2004: 23; Muggleton, Weinzierl 2003: 3 – 19]

Chápání subkultur se v průběhu doby posunulo od jasného vymezení jako opozičního proudu k dominantnímu systému (ať už jako deviantní nebo symbolické kontrakultury) k širšímu pojetí subkultur jako heterogenních sociálních skupin. V subkulturní teorii byly subkultury jasně definované, ohraničené, uzavřené sociální skupiny, které se vymezují proti stejně jasně definované dominantní kultuře. V návaznosti na Tönniese a Durkheima byla zavedena dichotomie subkultury versus společnost [Gelder 2005: 6 – 7]. Proti modernímu černo-bílému řazení do vzájemně na sebe nepůsobících kategorií se staví post-subkulturalisté, kteří nezkoumají subkultury ve vakuu, ale naopak se zajímají o jejich širší kontext a na ně působící vlivy. Na podobu subkultur totiž silně působí postmoderní procesy – medializace, informatizace, globalizace atp. S tím, jak se vyvíjel pohled na subkultury, byly „objevovány“ nové subkultury, nebo lépe řečeno přestaly unikat pozornosti teoretiků, což se týká například metalu [Kahn-Harris 2004].

V souvislosti s nastolením post-subkulturního diskurzu a proměnou obsahu pojmu *subkultura* (a souvisejících pojmů) je někdy zpochybňována použitelnost tohoto termínu, spojovaného s tradiční definicí podle subkulturní teorie. Někteří autoři se záměrem odlišit svůj pohled od pohledu CCCS upřednostňují použití jiných pojmů jako *club cultures*,

*eventcultures, countercultures, life styles, scenes, gangs, fans, youth cultures* atp. Zároveň tento problém neřeší pouze na terminologické úrovni, ale také v konceptuální rovině. Přesto ani jeden z těchto pojmů (s výjimkou *neo-tribes*, jak uvidíme dále) adekvátně nenahrazuje termín *subkultura* a už vůbec ne celý koncept subkultur, který je pevně ukotven v humanitních vědách [Sweetman 2004: 80]. Většinou jsou tyto termíny spojené se specifickým prostředím či se specifickými skupinami, a proto nejsou aplikovatelné na koncept postmoderních subkultur v celé jeho šíři, neboť ten ve své podstatě zahrnuje množství rozličných skupin (viz tabulku č. 3 na str. 77). Zvláště u některých pojmů bych ve stručnosti ráda osvětlila, proč mezi ně a subkultury nelze položit rovnítko. Vysvětluje se tím jednak, proč používám právě pojem *subkultury*, a zároveň to také přispěje k charakteristice subkultur.

Velmi úzce spojen s určitým prostředím, jak teritoriálním, tak zároveň hudebním, je koncept *club cultures* autorky Sarah Thornton [1995]. Členskou základnu *club cultures* tvoří návštěvníci klubů, jimiž jsou myšleni především vyznavači hudebního stylu *rave*. Co se týče prostoru, mají s *club cultures* mnoho společného *street cultures* a *gangy*, které na vztahu s lokalitou ulice vyjadřují opozici vůči domovu, reprezentujícímu mainstream [Gelder 2007: 18]. Podobně pojem *scény* (*scenes*) odkazuje k prostoru, kde se odehrává nějaké „představení“ [Gelder 2007: 43 – 46], primárně se pojí s hudební produkcí a konzumpcí [Bennett, Kahn-Harris: 13 – 14], i když podle Ferchhoffa [2007: 174 – 234] právě tento termín přesně vystihuje postmoderní charakter všech sociálních skupin mládeže.

*Countercultures* neboli kontrakultury představují v subkulturní teorii opozici mládeže střední třídy vůči konzumní kultuře (ve srovnání se subkulturami pracující třídy), v postmoderním podání pak určitou vyhrocenou formu subkultur stojící striktně v opozici k dominantní kultuře. Termín *eventcultures* naznačuje zaměření současných forem socialit na konzumpci zábavy, ale neopírá se o žádný širší koncept. Co se týče *life styles*, oproti Vollbrechtovi [1997] a Ferchhoffovi [2007: 174 –



234] bych subkultury nenahrazovala ani konceptem životního stylu. Myslím si totiž, stejně jako Maffesoli [1996a: 98], že subkultury, případně jiné sociální skupiny a jedinci, *mají* určitý životní styl (tedy že *nejsou* životním stylem). Jinými slovy životní styl v tomto smyslu považuji za projev subkultur. Koncept *fanouškovství* podle mého názoru nemusí odpovídat subkulturní povaze ve dvou rovinách: 1) fanoušci nemusejí být aktivními členy skupiny, tedy mohou být aktivní jako jednotlivci, ale ne nutně v rámci kolektivu, 2) nemusejí sdílet snahu být v opozici k mainstreamu, která je u členů subkultur vždy přítomná. Řekla bych, že členové subkultur jsou vždy fanoušky, ale ne všichni fanoušci musejí být členem nějaké subkultury. *Zájmové skupiny* se liší od subkultur minimálně tím, že také nevyhovují druhé podmínce, tedy nemusí nutně mít opoziční postavení.

Někdy bývá kladeno rovnítko také mezi subkultury a *youth cultures*<sup>2</sup>. Koncept subkultur má – jak historickým vývojem, tak obsahově – ke konceptu *youth cultures* velmi blízko a je s ním od počátku spojován. I když spolu tyto dva koncepty úzce souvisejí a ve většině případů se zcela nebo do značné míry překrývají, přeci jen nejsou úplně totožné. Subkultury jsou sice významným socializačním prostředím mladých a je pravdou, že především dospívající jsou jejich členy. Ale subkultury nejsou výlučně vyhrazeny pro náctileté, identifikují se s nimi i členové jiných věkových skupin, např. motorkáři, *otaku*, *queer* či metalisti, i když výzkumy subkultur se pořád koncentrují na výzkum mládeže (která tvoří většinu) a ostatní věkové skupiny bývají opomíjeny.

Avšak podíváme-li se na celou věc také z druhého konce – *youth cultures* nejsou tvořeny pouze a výlučně subkulturami, ale i dalšími různými sociálními skupinami jako jsou party, gangy či zájmové skupiny. Nejsou jednou jedinou ucelenou skupinou; mládež není jedna mládež [Ferchhoff 2007]. Svědčí o tom mj. používání spojení *youth subcultures*,

---

<sup>2</sup> Použití anglického termínu *youth cultures* (jemuž odpovídá i německý termín *Jugendkulturen*) mi připadá vhodnější než český překlad *mládežnické kultury* nebo *kultury mládeže*, a to ze dvou důvodů: 1) český překlad zavání staromódností, 2) anglický termín odkazuje k celé oblasti zájmu a ke konceptu, které nemají v českém prostředí příliš velkou tradici.

tedy *mládež* v přívlastku a *subkultury* v množném čísle (avšak ne spojení *subcultural youth*).

Pojem „mládež“ (*youth, Jugend*) byl zaveden v 19. století, přičemž použití termínu vůbec ukazuje na existenci tohoto fenoménu. Svůj rozkvět a objevení společenskými vědami zažila mládež na začátku a ve 20. letech 20. století [Ferchhoff 2007: 49, 86], další boom nastal v poválečném období (viz CCCS).

Mládež je označení pro určitou věkovou skupinu, je tedy založená na askriptivním statusu, což ji podstatně odlišuje od subkultur obecně. Být členem mládeže se nezakládá na dobrovolném rozhodnutí. Tato kategorizace přichází spíše zvnějšku a těžko se z ní vymanit. Již několika generacím mládeže jsou přidělovány různé přívlastky: *postmoderní, multimediální* či *cyber-generace, generace X, Y, Z* atp. [Ferchhoff 2007: 114]. Vymezení mládeže se zakládá na předpokladu, že jde o skupinu vrstevníků (*peers*), stejně starých lidí, ve stejné životní fázi. Čím je ale tato životní fáze ohraničena? Některá východiska se opírají o přesný věkový limit. Například CCCS označuje mládež jako věkovou kategorii mezi šestnácti a jedenadvaceti lety [Bennett, Kahn-Harris 2004: 1 – 18], v jiných případech je mládež jednoduše postavena na roveň teenagerům, tedy třinácti- až devatenáctiletým. Za nejvýstižnější a nejúčelnější považují Ferchhoffovo vymezení mládeže od puberty po svatbu nebo zaměstnání<sup>3</sup> [2007: 87 – 88]. Toto ohraničení přechodovým rituálem dovoluje flexibilně posunovat věkovou hranici a reflektuje i současné tendence prodlužování mládežnického období, respektive období osamostatňování se. Není nezvyklé (přinejmenším v západní kultuře), že mladí lidé za podpory rodičů studují co nejdelší možnou dobu do relativně pozdního věku. I když většinou nejsou na rodičích zcela závislí, čerpají od nich (částečnou) podporu, zejména finanční. Toto přechodové období, kdy se mladí lidé osamostatňují, ale stále do určité míry závisejí na svých rodičích, je označováno jako postadolescence.

---

<sup>3</sup> Přičemž odhlédneme od výjimek, kdy někteří z různých důvodů i v pozdním věku nikdy nebyli zaměstnáni nebo v manželství.

Pokud se týká mezigeneračních rozdílů, ty na jednu stranu nivelizují. Splývají rozdíly mezi mladými a dospělými a je nastoleno tzv. postautoritativní prostředí s rovnováhou moci. To souvisí se splýváním různých sociálních prostředí a s uvolněním společenských pravidel [Meyrowitz 1990: 118 – 146]. Na druhou stranu stále existuje potřeba mládeže odlišit se od předchozí generace, snaha o opozici k dominantní kultuře, již sdílí se subkulturami.

Mohlo by se zdát, že mládež v postmoderní době ztrácí svoje postavení. V rámci „stárnoucí“ společnosti totiž tvoří menšinu (oproti počátku století či poválečnému boomu) [Ferchhoff 2007: 276 – 277]. Naproti tomu ovšem stojí zmíněné prodloužení vzdělávacího procesu a s ním prodloužení *youth* období, což svědčí o podpoře mládeže ze strany společnosti. Tato podpora souvisí také s ekonomickými zájmy – mládež je bezesporu jednou z důležitých cílových skupin pro prodejce a v některých ohledech i významnou kupní silou. Mládež je podle potřeby a situace jak „zatracovaná“ (negativní stereotypy o „dnešní mládeži“), tak „vyzdvihovaná“ (kult mládí). V každém případě veškeré diskuze na toto téma ukazují na aktuálnost celého fenoménu a jeho stabilizované postavení ve společnosti i humanitních vědách.

Subkultury, *club cultures*, *youth cultures*, scény, zájmové skupiny, různé komunity aj. se *mohou*, ale *nemusí* překrývat. Tyto a různé další sociální skupiny (konkrétně například mafii, environmentální lobbyisty či sportovní nadšence) dokázal zastřešit a pojmout široce uplatnitelný a zároveň v souladu s postmodernismem výstižný koncept *neo-tribes* [Gelder 2005: 145 – 146], i když ani ten nemůžeme zcela ztotožnit se subkulturami, jež jsou spíše jeho specifickou částí. Komplexní pojetí novodobých socializačních projevů a zároveň nejvlivnější post-subkulturní teorie je dílem Michela Maffesoliho [1996a; 1996b]. Jeho koncept „novodobých kmenů“ překonává na postmoderní dobu těžko aplikovatelné dichotomie *Gemeinschaft* vs. *Gesellschaft* (Tönnies), *mechanická* versus *sociální solidarita* (Durkheim) či urbánní versus rurální společnost,

ačkoliv na tento strukturalistický přístup navazuje. Kombinuje jej však zároveň se symbolickým interakcionismem Webera či Goffmana.

Podle Maffesoliho [1996b: 193 – 198] se v průběhu historie střídají racionální období – vyznačující se individuací a separací, a emocionální období, kdy hraje ve společnosti větší roli kolektivita [srv. Sweetman 2004: 86 – 92]. Mnoho teoretiků charakterizuje (post)modernitu jako období individualismu a masovosti, což ale Maffesoli kritizuje a naopak se staví na stranu kolektivity, kterou pojmenovává jako *neo-tribalismus*.

Termínem *tribus* nebo *neo-tribe* popisuje Maffesoli postmoderní formy sociality vytvořené na základě tekuté a nestálé povahy sociálních vztahů v současné společnosti, odlišné od tradičních dobře známých rigidních forem organizací (jako třída, gender nebo náboženství). *Neo-tribes* podporují tekutou, pluralitní identitu. Jejich hranice jsou pružné a jedinec má v rámci kolektivu velkou svobodu a nezávislost. Může (současně) participovat na aktivitách více takových skupin a „proplouvat“ mezi nimi. Jednotlivci se sdružují jednoduše proto, že se chtějí sdružovat, na základě dobrovolného rozhodnutí a emocionální potřeby sociality a kolektivity. V tomto smyslu hovoří Maffesoli o *de-individualizaci*, *disindividuaci* či *indiferenci*, kdy se já (*self*) ztrácí v kolektivním subjektu. Sociální kohezi a příslušnost pak členové vyjadřují především prostřednictvím životního stylu, který se zaměřuje na vzhled a formu, a také sdílením území, ať už reálného nebo symbolického. [Maffesoli 1996a: 98; 1996b; Bennett, Kahn-Harris: 12; Muggleton, Weinzierl 2003: 11 – 12, 65 – 78, 119 – 132; Sweetman 2004: 85 – 87]

Muggleton a Weinzierl [2003: 12] polemizují s Maffesoliho přístupem, který podle nich nekoresponduje s novými formami politického kulturního aktivismu mládeže v posledních letech a podceňuje jejich politický potenciál. Neo-tribální členové totiž staví své potřeby výše než skupinové hodnoty a politickou utopii. V rámci skupiny realizují vlastní pocity, vkus a životní styl. Můžeme si povšimnout, že ačkoliv Maffesoli sám svůj přístup interpretuje jako kolektivistický [1996b: 193 – 198], je úzce spjat s individualismem. Ten je v jeho konceptu rozhodně

více ceněn, než u „klasických“ subkulturalistů (CCCS) [Muggleton, Weinzierl 2003: 12]. Také proto bych jeho přístup neoznačovala pouze jako post-strukturalistický [srv. Muggleton, Weinzierl 2003: 65 – 78], ale jako kombinovaný se symbolickým interakcionismem.

Návaznosti na Tönniese a Durkheima s jistou dávkou nostalgie po tradičních komunitách si můžeme všimnout například také u Baumana [2004], který však zároveň překračuje tento rámec a naráží na změněnou formu komunit v postmoderní době. „*Prázdná, které zbylo po rezignujícím národním státu, nyní zaplňují novotribální, postulované nebo úplně vysněné pseudokomunity...*“ [Bauman 2004: 116] Bauman hovoří v souvislosti s postmoderní socialitou o *renesanci komunit*. Identita byla „vynalezena“ ve chvíli, kdy zmizeli komunity. V současnosti se toužíme se vrátit ke komunitnímu životu, protože pro nás představuje bezpečí, které v individualizovaném postmoderním světě postrádáme. Neboli od *Gesellschaft* se vracíme ke *Gemeinschaft*. Přičemž tyto novodobé komunity nebo kmeny nejsou anti-individualistické, ale jsou klíčem ke konstrukci individuální identity, napomáhají výběru životního stylu a provázejí množstvím možností, které se nabízejí.

Termín *komunita* je vůbec asi nejčastěji používaným, ale také nejvágnějším pojmem spojovaným s postmoderními formami sociality. Pravděpodobně z toho důvodů, že v základu stále nese něco z Tönniesova pojmu *Gemeinschaft* a poukazuje na společné prvky určité skupiny lidí odlišné od většinové, „normální“ atp. společnosti. Postmoderní socialita je totiž výrazně založená na jistém rozporu „tradičních“ sociálních forem, mainstreamového sociálního a kulturního vzoru a proti němu se do určité míry vymezujících skupin jako jsou například subkultury. Mnohovýznamový termín *komunita* je však bez kontextu nebo přesnějšího vymezení přinejmenším zavádějící a pro popis postmoderních forem sociality, včetně subkulturálních studií, nevhodný. V původním smyslu (jak ho definuje i Tönnies) označuje *komunita* menší společenství lidí, kteří dlouhodobě sdílejí stejné místo a většinu zážitků, jsou si tedy velmi blízcí jak teritoriálně, tak emocionálně, což ale u postmoderních skupin

vůbec nemusí platit: máme komunity nejen lokální, ale i virtuální či zájmové, označení *gay komunita* se dokonce používá pro všechny homosexuály na celém světě atp. [Gelder 2007: 23 – 26]

Jak poukazuje Meyrowitz [1990: 287 – 288], současné *skupiny*<sup>4</sup> se liší od tradičních společností, které se zakládaly na dlouhotrvajících vztazích spojených s jedním místem a na společných zkušenostech. V medializované společnosti ovšem dominantní roli socializačních impulsů plní sdílení „povrchních znaků“ (jako jsou oblečení, účes, povolání, zájmy, styl řeči nebo života) či náhodná setkání, kdežto dlouhodobé společné sdílení místa a zážitků je vedlejší záležitostí.

---

<sup>4</sup> Nové formy sociality označuje Meyrowitz [1990] neumělým, obecným a víceznačným výrazem *skupina, seskupení (group, Gruppe, Gruppierung)*.

### 4.3 Funkce subkultur v postmoderní společnosti

Na tomto místě bych ráda shrnula, proč jsou subkultury v postmoderní době tak rozšířeným sociálním jevem. Mám za to, že především plní soubor určitých funkcí, které vedou k uspokojení celospolečenských i individuálních potřeb spojených s charakterem postmodernity a jejichž potřeba a plnění se odráží v postmoderní kultuře a sociálním chování. Jako nejvýraznější funkce subkultur hodnotím následující:

- *Funkce identifikační*

Subkultury vytváří rámec, jak pro hledání, tak pro vyjádření individuální a kolektivní identity. Subkulturní sociální skupiny nabízí ve srovnání s mainstreamem alternativní životní styly, komplexní mikrosvěty, s nimiž se mohou jedinci identifikovat. Ztotožnění se se subkulturou je primárně založené na vůli, zájmech a emocích jedince, ne na askriptivních stavech. Daná subkultura jej musí oslovit svou náplní. Subkultury aktivně produkují vlastní komplexní kulturu, vlastní symboly a významy, kterými se vymezují, ať už mezi sebou nebo vůči jiným sociálním skupinám a kulturám. Identita je vždy jak individuální, tak kolektivní, konstruovaná a procesuální. Manifestace příslušnosti k subkultuře a identity probíhá prostřednictvím vyznávání určitého životního stylu, vytvářením a používáním symbolů a prostřednictvím stylizace.

- *Funkce socializační<sup>5</sup>*

Subkultury jako sociální skupiny jsou významným socializačním prostředím, díky nim se jedinci zařazují do společnosti. Začlenění do skupiny probíhá na základě získání potřebných informací a sdílení určitého tématu, což v případě subkultur není tak obtížné. Socializace totiž nemusí probíhat face-to-face a prostřednictvím formálních rituálů, ale může se uskutečnit také prostřednictvím médií, v současnosti zejména internetu. Je to hlavně komunikace, která podporuje kolektivitu. Socializační proces může v rámci různých subkultur proběhnout několikrát, pokud člověk využije možnosti výběru ze širokého spektra a dostupnosti subkultur.

- *Funkce zábavní, estetická a kreativní*

Začlenění k subkultuře přináší mimo jiné také zábavu, potěšení a uspokojení. Člověk se v jejím rámci může realizovat vlastní kreativitou v rovině umělecké, estetické i fyzické, v oblasti hudby, designu, sportu atd. Subkultury na rozdíl od pasivního konzumu vyžadují a podporují svým charakterem aktivitu a angažovanost svých členů, protože právě tématická tvorba a sdílení zkušeností jsou pojíci prvky. Produkci a sdílením vlastních kolektivních významů se subkultury často vědomě staví do opozice k dominantní kultuře a vytváří tak alternativní prostor pro seberealizaci. Právě snaha zkusit něco nového, smysluplně projevit svoje zájmy a schopnosti a podělit se o ně s ostatními bývá impulsem k začlenění se do subkultury.

---

<sup>5</sup> Používám pojem *socializační*, a ne *enkulturační*, protože mám primárně na mysli začlenění do subkultury jako do určité sociální skupiny.



- *Funkce terapeutická a kompenzační*

Subkultury přináší určitou jistotu a stabilitu, a to jak na úrovni jedince, tak na úrovni společnosti. V postmoderním prostředí s tříštvými tendencemi a nejasnými hranicemi nabízí subkultury pevný bod – životní směr, konkrétní světonázor a společně s tím i nalezení životního smyslu. V jejich rámci se člověk může „vyventilovat“, jak emočně, tak názorově, tak fyzicky. I přestože se jednotlivé subkultury prolínají a ovlivňují, stále zajišťují určitou životní jistotu či smysl. Jsou totiž vymezené svým zaměřením, cíly a tématy. Díky tomu eliminují společensky rozšířený pocit marnosti, nenaplněnosti či vykořeněnosti a naopak mohou přinášet pocit (alespoň částečné) stability, integrity, koherence a trvalosti.

- *Funkce informativní a naučná*

Začlenění do subkultury vyžaduje určitou znalostní a vědomostní bázi, která se ovšem participací a komunikací v subkultuře stále rozšiřuje. Zdrojem informací jsou jako subkultury jako celek, tak jejich jednotliví členové, kteří tvoří komunikační síť, v jejímž rámci jsou informace předávány. Členové subkultur jsou obvykle v daném tématu velmi zběhlí, moc dobře vědí, co od subkultury mohou očekávat a chtějí se v oboru dále vzdělávat.

Všechny výše jmenované funkce postmoderních subkultur jsou navzájem propojené a oddělit je lze pouze teoreticky. Tudíž, i přestože se dále primárně budeme zabývat subkulturami z hlediska identifikační a socializační funkce, ostatní funkce nezůstanou stranou.

## 5. Kolektivní identita subkultur

Jak jsme viděli v předchozích kapitolách, nalezneme v kruhu humanitních věd dvě základní reakce na postmodernitu: podle jednoho tábora je postmoderní kultura charakterizována individualismem na úkor kolektivity, podle druhého tábora je zase signifikantní potřeba bytí spolu, na rozdíl od projevů jednotlivce. Podobně jako Sweetman [2004] bych na příkladu subkultur ráda prokázala, že tyto dva koncepty nejsou dualistické povahy a nestojí proti sobě, ale naopak jsou dvěma stranami téže mince, janusovskou tváří postmodernity a výkladů postmodernity. V subkulturách – v jednom (nikoliv jediném) z výrazných socializačních a identifikačních rámců postmodernity – dochází ke spojení kolektivních konceptů i ideje individualismu. Stejně tak v rámci identity dochází ke spojení složky kolektivní a individuální. Se subkulturou – jako sociální skupinou – a v jejím rámci se její členové identifikují, mají vědomí sebe sama (vnitřní identita) a stejně tak i nečlenové vnímají a označují toto společenství jako víceméně koherentní skupinu (vnější identita) [Gelder 2005: 1].

Další dvojí tvář postmodernity – součinnost globalizace a lokalizace můžeme pozorovat na vztahu subkultur a mainstreamu. Subkultury se na jednu stranu proti mainstreamu vymezují, na druhou se s ním do určité míry překrývají. Jednotlivé druhy subkultur potom charakterizuje, jaké konkrétní normy, ideje a znaky jsou sdílené s konzumní kulturou nebo v opozici k ní, čímž se odlišují i od sebe navzájem. Jinými slovy každá subkultura demonstruje svoje vymezení vůči mainstreamu a ostatním subkulturám prostřednictvím jiného tématu. V každém případě je dominantní kultura nejdůležitějším vztažným bodem identifikace všech subkultur. Jejím prostřednictvím určují subkultury hranici mezi *námi* a *jimi*, mezi tím, co je *uvnitř* a co je *venku*, ačkoliv je tato hranice pohyblivá a ne vždy jasně zřetelná. Aktivity, jež je odlišují od mainstreamu, se projevují především na dvou

úrovních: a) v oblasti symbolických reprezentací, b) v oblasti jednání  
[Martin 2004: 31].

## 5.1 Identifikace subkultur ve vztahu s mainstreamem

Subkultury, stejně jako každá sociální skupina, mají svoji kolektivní identitu, přičemž ta je závislá jak na vnější, tak na vnitřní perspektivě. „*Identifikace se vytváří jak zevnitř, tak zvenějšku, tedy v setkávání sebe prezentace s pohledy ostatních.*“ [Eriksen 2007: 70] Veškerá identifikace závisí na exkluzi a inkluzi, na odlišení „outsiderů“ a „insiderů“, tedy těch, kteří ještě jsou členy skupiny a kteří už jimi nejsou. Jak podobnosti, tak odlišnosti mohou vést k pocitu blízkosti, jednoty a solidarity [Sarup 1996: 42 – 43, 47].

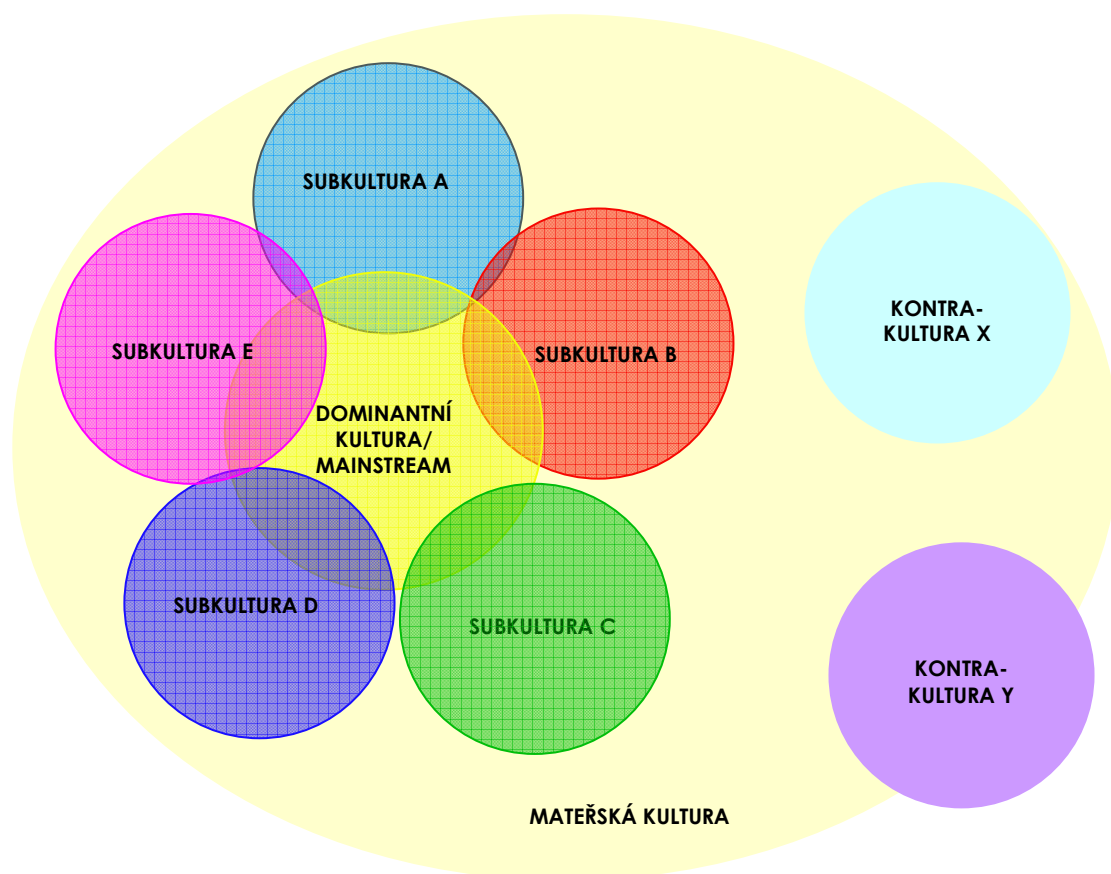
Na předpokladu, že vnitřní soudržnost skupiny je závislá na vnějším tlaku, je založen tzv. Simmelův zákon (Simmelovo pravidlo). Podle něj můžeme posoudit sílu identifikace se skupinou, ale to, jaké typy skupin se vytvářejí. Charakter skupin závisí na tom, odkud přichází zakoušený nátlak. Zároveň však skupiny podporují svoji soudržnost nejen na základě vnějšího tlaku, ale i vnitřního pojícího prvku. [Eriksen 2007: 29, 74 – 75]

Aplikujeme-li Simmelovo pravidlo na subkultury, je oním vnějším tlakem a popudem ke vzniku dominantní (opoziční) kultura, která vyvolá potřebu alternativního řešení situace. A právě tento způsob řešení situace pak hraje roli vnitřního pojítka. V subkulturní teorii měly subkultury mládeže pracující třídy jasně daný opoziční subjekt – buržoazní komerční, konzumní, populární atp. kultur, diktát průmyslu, komerce a spotřeby. V jeho rámci se průmyslově produkováné kulturní komodity stávají globálně rozšířenými symbolickými zdroji pro (pasivní) konsumpci. Jinými slovy na jedné straně stojí komerční produkce materiálních a kulturních komodit a spolu s tím i určitých významů, které jsou na druhé straně konzumovány masou příjemců. Navíc se tento efekt umocňuje tím, že celý proces probíhá na globální úrovni, tedy ve značném rozsahu geografickém i demografickém, čímž zároveň dochází k homogenizaci kulturních symbolů. Významnou úlohu zde sehrávají média a reklama.

V post-subkulturním světě tato tradice do jisté míry pokračuje a konzum(erizace) spolu s globalizací a komercializací jsou nejvýraznějšími součástmi dominantní (západní) postmoderní kultury. Existují však skupiny, které nejsou součástí těchto procesů a stojí mimo ně. První okruh skupin je vyčleněn nedobrovolně. Mám na mysli zejména obyvatele zemí třetího světa a takzvané sociálně slabé obecně, pro něž je „západní“ konzumerismus vzorem komfortu, vysněným, ale málokdy dosažitelným stylem života. Druhý okruh skupin se vyčleňuje (nebo alespoň snaží vyčlenit) záměrně, na základě dobrovolného vědomého rozhodnutí. Pro tyto skupiny jsou konzumerismus, komerčnost, masovost a globalita v podstatě pejorativní povahy, a proto se k těmto jevům staví do opozice. Jde o subkultury a kontrakultury. Ty jsou společně s dominantní kulturou (mainstreamem) podkategorií širšího rámce – mateřské kultury (viz diagram č. 2). I když se subkultury vědomě snaží odlišit od tohoto kulturního rámce a jejího nejvýraznějšího proudu – dominantní kultury, stále s ním sdílejí určité normy, ideje nebo znaky a nikdy se od své mateřské kultury úplně neoprostí. (Sub)kultury, které ostře kontrastují s normami a idejemi oficiální majoritní kultury a vlastně už stojí mimo ni a nezřídka ji i ohrožují, jsou označovány jako kontrakultury (*counter cultures*)<sup>6</sup> [Lauenburg 2008: 13].

---

<sup>6</sup> Markantním příkladem takové kontrakultury jsou neonacisti.



**Diagram 2. Model vztahu mateřské kultury, dominantní kultury, subkultur a kontrakultur.** Prvky v diagramu jsou záměrně nesouměrně rozmístěné, což vyjadřuje i jejich nesouměrné vzájemné vztahy

Zároveň ovšem v post-subkulturní době, kdy se všechny (sub)kultury ovlivňují a amalgamují, nemají postmoderní subkultury až tak jednoznačného „přirozeného nepřítele“, jednotnou dominantní kulturu, vůči níž by se mohly vymezit. Součástí samotného konzumního mainstreamu je dnes mnoho různých proudů a stylů včetně subkultur. Dnešní svět očividně přestává být definován a řízen unifikovanou kulturou, ale je spíše mozaikou stále stoupajícího počtu prolínajících se (sub)kultur. Těžko odlišit hranice mateřské kultury, subkultur, kontrakultur a dominantní kultury, těžko „napasovat“ jednotlivé sociální prvky do těchto kategorických „škatulek“. Tvrdit o některém z (prolínajících se) životních stylů, že je univerzální, dominantní, majoritní nebo dokonce oficiální, je (alespoň v globálním měřítku) přinejmenším odvážné. Všechny uvedené přívlastky jsou poněkud vágní,

obzvláště pak v kontextu postmodernity. Podle jakých kritérií můžeme označit kulturu za většinovou či mainstreamovou? Podle počtu jejích členů? Podle její frekventovanosti v médiích? Taková měřítká jsou velmi relativní a závislá na tom, k čemu je vztahujeme, jaké kulturní významy kategoriím „dominantní kultura“ a „subkultury“ přikládáme. Co může být považováno za mainstream v jedné části světa, může se v části jiné stát subkulturním [Roberts 2004: 578].

Například v Evropě jsou *otaku* rozhodně subkulturou, také protože pro komerční účely neexistuje dostatečně široká fanouškovská základna a obliba japonské výtvarné produkce zatím celospolečensky stále patří k okrajovým záležitostem. Naproti tomu v Japonsku (odkud pochází) zaujímají *otaku* jak subkulturní, tak mainstreamovou pozici. Čtení některých druhů *mangy* a sledování *anime* se jednak stalo zábavou většiny společnosti, jednak začalo být podporováno i veřejnými institucemi, čemuž v minulosti tak úplně nebylo. Nejde tedy jen o prostorové, ale i o časové měřítko.

Můžeme zkusit zajít i tak daleko a označit samotný konzumerismus za subkulturou, protože on sám se vlastně v současnosti také musí vymezovat vůči různým proudům. Nebo naopak definovat postmoderní mainstream jako opak subkultur. I když je čím dál tím těžší striktně odlišit, co ještě je a co už není „alternativní“ nebo „mainstreamové“. Přesto mainstream ani subkultury ještě úplně nevymizely. Ale je důležité uvědomit si skutečnost, že existuje propojení mezi subkulturami a konzumerismem a dokonce jejich vzájemná závislost.

Co se týče vztahu mezi subkulturami a mainstreamem, nejčastěji vedou první myšlenky k inkorporaci subkultur do dominantní kultury. Hebdige hovoří o této inkorporaci na dvou úrovních a prostřednictvím dvou spojených procesů: 1) na úrovni ekonomické (*commodity form*), kdy jsou subkulturní symboly využity jako komodita v tržním (konzumním) systému, 2) na úrovni ideologické (*ideological form*), kdy veřejné instituce dominantní kultury jako policie, média a soudnictví redefinují chování subkultury (z deviantního na „normální“) a tím pádem i svůj vztah k ní;

1) prostřednictvím *defúze* (*defusion*), kdy je subkulturní potenciál úmyslně převzat, komercializován, trivializován a popularizován v oblasti médií a módy, 2) prostřednictvím *difúze* (*diffusion*), kdy se inovátorské myšlenky za podpory médií z centra vzniku geograficky a sociálně rozšíří mezi masové publikum [podle Muggleton 2000: 131 – 132; Muggleton 2006: 13].

Roberts [2004: 578 – 579] používá ve spojení s inkorporací subkultur na ekonomické úrovni termín *subkulturní průmysl* jako referenci k paradoxní komercializaci subkulturní produkce, která sebe sama staví do opozice ke komerčnímu mainstreamu. Subkulturní průmysl je v současnosti esenciálním a lukrativním sektorem širšího kulturního průmyslu, který v marketingové strategii využívá hesla jako „alternativní“ hudba, „nezávislý“ film, „undergroundový“ komiks či „extrémní“ sporty. Subkulturní kapitál, teoreticky založený na exkluzivě znalostí, je dále šířen mezi masové publikum. Díky celosvětové propojenosti médií se totiž mnohem rychleji šíří dříve nedostupné a pouze lokálně sdílené informace. A pokud jsou na různých místech přístupné stejné informace, začínají se mísit sociální informace pro odlišná místa [Meyrowitz 1990: 253 – 286].

Díky médiím je tedy vědění přístupné všem. Z této skutečnosti vyplývají dva zásadní fakty: subkultury se mísí s masovou kulturou i mezi sebou navzájem a (i díky tomu) jsou povědomé a „nešokují“. Opozice subkultur vůči dominantní komerční kultuře (a naopak) obecně se zmenšuje, produkce kulturního průmyslu se prolíná s „alternativními“ přístupy, z lokálních (sub)kultur se stávají globální [Ferchhoff 2007: 59, 331 – 332].

Ale ovlivňování mezi subkulturami a komerční kulturou probíhá vzájemně, oboustranně. Subkultury nejsou v tomto procesu pouhým pasivním článkem či obětmi „mašinérie“ komerce nebo globalizace, nemizejí a nerozpouštějí se zcela v populární kultuře. Naopak – subkultury se díky komercializaci, medializaci a dostupnosti informací v globálním světě stávají viditelnější, oddramatičtější, normalizované a



všední. Ztrácejí sice svoji původní radikalitu a jasné opoziční vymezení, ale zároveň díky tomu její členové získávají větší svobodu jak v rámci subkultury, tak v rámci celé společnosti. Tím, jak se šíří subkultury a zvětšuje jejich členská základna, je celospolečensky tolerována stále širší nabídka alternativních životních stylů. Mimoto dnešní běžné subkultury nechtějí primárně svými insigniemi provokovat, ale zaměřují se spíše na budování prostoru pro vyjádření sebe sama. Navíc inkorporací tříští subkultury mainstream a narušují ho zevnitř. Nebo jinak viděno – mainstream vlastní snahou komercializovat subkultury narušuje sám sebe. Velkou roli v tomto v tomto procesu hrají média.

## 5.2 Prostředky identifikace: Symboly a jednání

Jak jsme viděli výše, Hebdige, Roberts či Meyrowitz hovoří o médiích a informacích jako o prostředcích splývání prostředí a inkorporace subkultur do mainstreamu. Ale ty samé prostředky mohou sloužit a slouží i k vymezení se vůči němu a posilování či dokonce vytvoření kolektivní identity. Média totiž podporují komunikaci a šíření informací mezi členy subkultur a tím přispívají k větší soudržnosti., jak ukazuje například Sarah Thornton na případu *club cultures*. Návštěvníci klubů, jimiž jsou myšleni především vyznavači hudebního stylu *rave*, informace pokud možno nerozšiřují, ale naopak se je snaží chránit před masou, čímž se snaží udržet svoji kulturu „undergroundovou“. Zároveň se však každý člen snaží být co nejvíce informovaný, být „hip“ a „in the know“, jinými slovy disponovat co největším subkulturním kapitálem. *Subkulturní kapitál (subcultural capital)* – termín, kterého je Thornton autorkou, odvozený od Bourdieho pojmu *kulturní kapitál* – je určitý soubor znalostí, vědomostí, postojů a symbolů charakteristický pro danou subkulturu a slouží k vymezení se vůči mainstreamu, jiným subkulturám a dalším sociálním skupinám a zároveň k tmelení kolektivu. [Thornton 1995: 184 – 192; Muggleton 2000: 64, Muggleton, Weinzierl 2003: 9 – 10; 65 – 78; 134 – 136, Gelder 2007: 18, 47, 63; Gelder 2005: 145]

Obecně se každý člen každé subkultury snaží být o dění v subkultuře co nejvíce informovaný, čímž se liší od běžného pasivního konzumenta popové kultury. Subkultury – jako sociální skupiny – produkují a konzumují vlastní kolektivní významy, symbolické systémy, tedy kulturu neboli subkulturní kapitál. Tento proces může probíhat prostřednictvím přetváření a brikoláže původně mainstreamových významů. Jednotlivé prvky nejsou bezvýhradně pasivně přijímány, ale kombinovány či formovány tak, aby odpovídaly zvolenému životnímu stylu. Ovšem nejde jen o prosté hraní si se znamením, tedy o hru pro hru samotnou. Účelem je vymezení se, ať už kolektivní nebo individuální [Sweetman 2004: 85]. Jako výrazný příklad přetvoření mainstreamového významu můžeme

uvést dlouhé vlasy u metalistů. Původně ženský prvek (alespoň v době a v kultuře, kdy a kde metal vzniká) je symbolem příslušnosti k metalové subkultuře i (a zejména) u mužů.<sup>7</sup>

Na rozdíl od pasivního konzumu vyžadují subkultury tedy také aktivitu a přemýšlení. Členové subkultur nejenže jsou informovaní a mají přehled ve významu jednotlivých symbolů, ale sami jsou činní v subkulturní produkci. Praktiky populární kultury se zaměřují v první řadě na ekonomický úspěch a tedy na kvantitu, kdežto subkulturní činnost vyžaduje znalosti a kvalitu. Zatímco „obyčejní“ konzumenti jsou pasivní a vstřebávají kulturní symboly v takové podobě, v jaké jsou jim komerčním průmyslem předkládány, fanoušci a členové subkultur tyto symboly vědomě a poučeně přetvářejí nebo dokonce sami nově utvářejí. Důležité je, že tak činí na amatérské nebo nekomerční úrovni [Kinsella 2000: 541 – 544].

Příspěť k produkci lze různými způsoby, ať už zapojením do (internetové) diskuse, tvorbou sbírek, přetvářením nebo originální tvorbou. V každém případě je důležitá kreativní amatérská činnost, ke které jsou nutné informace, nástroje a prostor pro prezentaci a sdílení. Subkulturní produkci v tomto směru velmi usnadňují a podporují elektronická média, zejména internet. Příkladem takové tvorby, která se výrazně projevuje u *otaku*, je *fan fiction* – literární tvorba vycházející z původního zpracování *anime* nebo *mangy*, jež ale upravuje způsobem, ve kterém používá původní charaktery, ale zasazuje je do prostředí a situací v originálním příběhu pouze naznačených nebo s ním vůbec nesouvisejících. Jde vlastně o domýšlení si života a vztahů postav a vytváření celého příběhu. Specifickými a častými žánry fanfiction jsou *parodie* a tzv. *slash* zaměřený na romantické a sexuální vztahy mezi dvěma muži, produkovaný převážně ženami [Winter 1997: 49 – 51]. Další projev subkulturní (nejen) *otaku* produkce představuje *fan art* (nebo také *fanart*) – fanouškovská tvorba obrázků, ilustrací a videí, případně webových stránek inspirovaných původním námětem, postavou,

---

<sup>7</sup> Dlouhé vlasy u mužů jako znak příslušnosti k subkultuře jsou charakteristické například i pro hippies.

artefaktem nebo atmosférou příběhu, přičemž může jít o „pouhé“ kopírování nebo o originální kreativitu (viz přílohu č. 6).

### 5.3 Konkrétní oblasti identifikace a příklady postmoderních subkultur

Subkultura je skupina lidí, kteří sdílejí a produkují určitou kulturu – sít významů, hodnoty, symboly a způsoby chování a kteří mají společné (některé) zájmy, cíle a životní styl. Pod zastřešující termín subkultury je zahrnováno široké spektrum sociálních skupin s různými projevy a životními styly. Někdy jsou mezi jednotlivými subkulturami rozdíly téměř neznamenné, jindy diametrální. Každá subkultura má charakteristický program či obsah, jímž se odlišuje od mainstreamu a ostatních subkultur a jímž si zároveň vytváří vlastní identitu. Jinými slovy jde o konkrétní náplň v rovině symbolických reprezentací i v rovině jednání. Každá subkultura se odlišuje pomocí specifických kódů v oblastech jako je hudba, média, jazyk, móda a vzhled či gender, jednotlivé subkultury ovšem kladou důraz na různá témata. Přehled nejvýraznějších identifikačních prvků subkultur spolu s příklady těch, které se v dané oblasti výrazně projevují, je uveden v tabulce č. 3.

Tabulka zároveň představuje určitou systematizaci subkultur, bez ambicí na její univerzální aplikovatelnost, ale s cílem ukázat různorodost subkultur a některé jejich společné a rozdílné znaky. Přičemž jednotlivé prvky se v rámci jednotlivých subkultur i napříč subkulturami překrývají a prolínají, jako například gender, hudba, móda a fantasy u metalistů či móda, fantasy a média u *otaku*. Jednotlivé subkultury také mohou v průběhu času pod různými vlivy měnit svoje zaměření, postavení, symboly atd. Mnoho subkultur se například v průběhu své existence oproti svému původnímu charakteru „deradikalizuje“ (příklad punku), potažmo se štěpí (rock a metal) atp. Zde je ovšem zachycena pokud možno aktuální podoba subkultur. Nejde o jejich vyčerpávající seznam, ale o příklady výrazných postmoderních subkultur, jež jsou mapovány v rámci post-subkulturní teorie, mají víceméně globální charakter a o nichž má většinou povědomí i širší veřejnost. Na příkladu těchto „klasických“ subkultur můžeme pozorovat, jaké konkrétní skupiny jsou

v současnosti označovány za subkultury a doplnit si předešlý teoretický výklad a představu o tom, co to vlastně subkultury jsou.

Detailnější popisy jednotlivých uvedených subkultur jsou většinou dobře dohledatelné v různých monografiích nebo sbornících. Následující výběr příkladů a doplňující komentář se opírá o Dalyho [1999], Ferchhoffa [1997; 2007], Geldera [2005; 2007], Lauenburga [2008], Muggletona [2003], SPoKK [1997] a Steinberga [2006]. Podrobně se budeme věnovat zejména metalové a *otaku* subkultuře.

**Tabulka 3. Systematizace subkultur z hlediska ústředního tématu**

Ústřední téma	Příklady konkrétních subkultur
móda a vzhled	tetování, piercování, RPGs, cosplay, metrosexuálové, gothics, metalisté, emos, punks, rockabilies, skinheads, hip-hopěři, skateboardisté, motorkáři, queer
hudba a tanec	EDM, hip-hop, rap, metal, rock, rockabilly, disco, jazz, punk, kellys, reggae, emo, disco, breakdance, ska
sport	skateboardisté, bikeři, breakdancers, surfaři, snowboardisté, hooligans, motorkáři
teritorium	club cultures, street cultures, squateři
jazyk	hip-hop, rap, fantasy fans, sci-fi fans, RPGs
média	internetové/online/kyberkomunity, hackers, MMORPGs, trekkers (trekkies), otaku
aktivismus, společenská kritika (až extrémismus)	neonacisti, shinheads, hip-hop, punks, ekologická hnutí, lidsko-právní hnutí, vegetariáni, hippies, squateři
etnicita a náboženské vyznání	subkultury etnických a náboženských menšin, subkultury inspirované exotičností, hip-hop, jazz, metal
fantasy, sci-fi, mytologie, historie, okultismus	gothics (gruffies), satanisté, fantasy fans, sci-fi, otaku, trekkers (trekkies), metalisté, celtic, RPGs
gender	queer, metrosexuálové, otaku, metalisté
grafický design	sprayeři, fantasy fans, tetování, otaku

- *Móda a vzhled*

Móda a vzhled nereprezentují jen personální identitu, jak jsme viděli ve třetí kapitole, ale také identitu kolektivní – jsou prostředkem k artikulaci příslušnosti k subkultuře. Subkultury v zásadě využívají specifický vzhled buď v každodenním životě, nebo (pouze) při zvláštních příležitostech. K první skupině subkultur můžeme zařadit tetované, piercované, metalisty, punkáče, skejťáky, hopy, metrosexuály, gothics, emaře či skinheady. Tyto subkultury mají svůj charakteristický styl, který nosí běžně, každodenně a podle nějž jsou obvykle rozpoznatelní na první pohled. Zato druhou skupinu subkultur běžně na ulici od ostatních neodlišíme, protože svou „subkulturní image“ odkrývají obvykle pouze při příležitostech jako jsou hry, slavnosti, průvody nebo jiná „nevšední“ organizovaná setkání. V tomto případě fungují oděv, účes, make-up a doplňky výrazněji jako převlek či maska. Sem můžeme zařadit RPGs (*role play gamers*) s podkategorií *cosplayers* (viz níže), kteří se účastní různých fantasy, sci-fi a historizujících aktivit, jako jsou LARPs (*live action role playing games*), rytířské a šermířské turnaje, keltské slavnosti, *conventions (cons)* atp. Někde na pomezí mezi každodenním a příležitostným nošením specifického oděvu stojí *queer* subkultura (*gay parades*) nebo motorkáři (vyjížďky, závody). Kolektivní setkání obecně nabízejí samozřejmě větší prostor pro manifestaci až exhibici sdílené kolektivní identity včetně jejich vnějších projevů a členové subkultur si při nich dávají více záležet na odpovídajícím stylu.

Právě na módě se dá dobře manifestovat postmoderní podoba subkultur a jejich vztah k mainstreamu. Jak bylo řečeno, do jisté míry obě polohy splývají a překrývají se, takže pak vznikají různé brikoláže, pastiche a patchworky (viz přílohu č. 1, obr. 4). Přičemž jde o oboustranný proces, kdy módní průmysl vstřebává subkulturní styly a zároveň jsou subkultury více či méně součástí medializované, komercializované a globalizované společnosti. Některé subkultury jsou k „laicizaci“

náchylnější než ostatní, což je například případ hip-hopové a skatácké módy. Oproti tomu jsou metalová či punková móda celkem stabilní a nepodléhají v takové míře módním trendům a tempu měnícího se průmyslu. Prolínání platí i pro různé styly v rámci (nejednotného) mainstreamu, jakož i v rámci subkultur.

Příkladem komercializace subkulturní módy jsou značky a loga. Kromě jiných funkcí v módním průmyslu, jako reklama a autorská práva, plní módní značky a je zastupující loga distinktivní funkci [Richard 2006]. Jednotlivci a sociální skupiny je využívají k rychlé a jasné identifikaci. Zároveň jsou značky záležitostí prestiže: některou značkou se člověk chlubí, jinou se může snažit zamaskovat, což závisí na situaci. Určité značky jsou tak preferovány určitými skupinami lidí – podle vykonávaného povolání, sportu či majetnosti. Některé subkultury si také potrpí na „globální“ značky, výrazně například hopeři a skatáči, jiné subkultury tyto značky a v podstatě celý módní průmysl záměrně bojkotují – jde o „zelené“ subkultury vyznávající „eko“, „bio“, „vege“ či „fair trade“ přístup. Co se týče metalistů, řekla bych, že na značkách nijak výrazně nelpí, ale jde u nich spíše o celkový styl. Přesto se některé firmy specializují na metalové oblečení a doplňky, ale oblast produkce nezřídka pokrývá i poptávku zájemců z řad jiných subkultur, se kterými sdílí metal některé prvky. Takže jde například o kožené boty vhodné i pro motorkáře či punkery, o *gothic* sukýnky, rockerské bundy a trika, o *fantasy* a *celtic* šperky atp. Stejně tak nalezneme specializované kamenné i online obchody s touto nabídkou. Příkladem nabízených metalových značek v takových obchodech může být jejich seznam uvedený na [www.metalshop.cz](http://www.metalshop.cz) (viz přílohu č. 1, obr. 2). Mezi nimi se ovšem také skrývají obecně streetwearové (Converse) nebo skatácké značky (DC).

Nabídka metalové módy v obchodech je v současnosti dosti široká, takže metalisté své oblečení běžně nakupují a nemusí si ho nijak složitě vyrábět (srv. s cosplayery). Jak jsem zmínila již výše, značky v tomto procesu nehrají zase tak významnou roli, ale jde spíše o celkový styl. Základní jednoduché černé oblečení není problematické sehnat i



v konvenčních obchodech. To potom může být kombinováno se „solistikovanějšími“ prvky. Existují samozřejmě i kamenné a online obchody zaměřené na metalovou módu. V Praze se nacházejí například obchody Nosferatu a Red Raven, které mají i svoji elektronickou podobu: [www.666.cz/nosferatu](http://www.666.cz/nosferatu) a [www.redraven.cz](http://www.redraven.cz). Dalšími významnými českými e-shopy s metalovými oděvy a doplňky jsou [www.metalshop.cz](http://www.metalshop.cz), [www.metalstore.cz](http://www.metalstore.cz) či [metal-4u.cz](http://metal-4u.cz) (viz přílohu č. 1, obr. 1). V Berlíně nalezneme dokonce jeden obchod s *gothic* a metalovou módou (zcela konvenčně a komerčně) v obchodním centru Alexa.

Metalisté, jak bylo řečeno, stylizují své tělo v souladu se subkulturou každodenně. Nejvýraznějším jednotícím prvkem je určitě černá barva – oděvu, bot, vlasů, doplňků, líčení očí i nehtů. Přičemž metalová subkultura není jedinou „černou“ subkulturou. Černá barva je vcelku standardním vyjadřovacím prostředkem a vyjadřuje vzdor proti „barevnému“ konzumnímu (metrosexuálnímu) mainstreamu. Může signalizovat smrt, temnotu, záhrobí či ošklivost jako v případě *dark wave* neboli *gothic* subkultury, *emos*, částečně i u metalu. Převahu černé v případné kombinaci s kovem tak nalezneme například i u emářů, skáčkařů, punkerů, rockerů a motorkářů.

Základním oděvem, alespoň co se týče mužů, jsou černé dlouhé džínové, plátěné nebo kožené kalhoty, černé triko a kožené boty se silnější podrážkou, případně doplněné mikinou, koženou bundou nebo dlouhým kabátem. Oblečení je volnějšího střihu, ale silueta těla zůstává zřetelná. Jednotlivé kusy oblečení mohou být čistě černé nebo zdobené nápisy, obrázky, kovovými doplňky, případně výšivkou. Nejjednodušší a nejčastější jsou názvy nebo fotky metalových kapel na trikách a mikinách, potom také obrázky s tematikou smrti a záhrobí (lebky, kostry, kosti, kříže, hroby, krev), keltské motivy (keltské kříže, ornamenty), motiv ohně (plameny, červeno-oranžová barva), symbol paroháče (viz níže), fantasy postavy (víly, draci, elfové), válečnické motivy (zbraně, helmy), méně často koně a motorky [Lauenburg 2008: 94]. Stejné motivy se používají i u šátků a šperků. Kovové ozdoby, odkazující k válečnictví, jako cvoky a

hroty se objevují hojně na kožených součástech oděvu: na botách, kalhotách, bundách, kabátech, vestách, opascích a náramcích.

Dámy-metalistky jsou sice v metalové kultuře v menšině, zato ovšem rády podtrhují svoji ženskost. Oblečení celkově více zdůrazňuje siluetu, místo kalhot se nosí sukně, případně šaty různých délek a punčocháče. Trička a tílka nezřídka doplňují nebo úplně nahrazují korzety, což ukazuje na vliv *gothicu*, stejně jako někdy až honosné šaty, krajky, šperky, stuhy, čelenky a „oživení“ černé fialovou a červenou barvou. Metalistky také používají docela výrazné, ale nebarevné líčení, což zahrnuje zejména černé oči, někdy doplněné kontrastním bílým make-upem a tmavou rtěnkou (jde opět o vliv *gothicu*) a černým lakem na nehty. Metalisté-muži obvykle make-up ani lak na nehty nepoužívají, výjimečně například pro účely vystoupení jako kapela Kiss, která je tímto proslulá, a jí inspirovaní jedinci.

Co se týče účesu, nejobvyklejší jsou u obou pohlaví dlouhé splývavé vlasy jednotné délky (bez sestřihů nebo ofiny) rozdělené pěšinkou uprostřed. Hlavně ženy nebo dívky si je nezřídka barví na černo. Muži si nechávají stylově narůst i vousy – plnovous nebo bradku, někdy i velmi dlouhou a upravenou do různých copánků. Najdeme i metalisty s krátkými vlasy (což se týká ve velké míře profesionálních hudebníků metalových subžánrů *glam metal* nebo *nu metal*) nebo s pleší. Výjimkou není u metalistů tetování, a to s motivy popsány výše. Piercing není úplně obvyklým jevem, ale také se objevuje.

*Otaku* patří k subkulturám, které nemají zvláštní každodenní oděv, ale někteří z nich se stylizují do postav z *anime* nebo *mangy* – tzv. *cosplay* – zejména u příležitosti různých *cons* (viz níže), ale i menších a neformálnějších setkání. Jednodušší kostýmy se už dnes dají koupit (v českém prostředí například v e-shopech [www.mangashop.cz](http://www.mangashop.cz) nebo [www.cosplayshop.cz](http://www.cosplayshop.cz)), ale cosplayeri si obvykle svůj kostým nebo co možno nejvíce jeho součástí vyrábějí sami, obzvláště pokud chtějí uspět v soutěžích o nejlepší kostým, jež jsou v rámci *cons* pořádány. Dobrý kostým je otázkou demonstrace zájmu, umu i prestiže dotyčného

cosplayera. Nutno podotknout, že *cosplay* se netýká jen *otaku*, ale i fanoušků sci-fi, fantasy nebo videoher a můžeme ho zařadit pod širší rámec *role playing* (hraní rolí). Cosplayeri se vždy určitým způsobem identifikují s postavou, v jejíž roli vystupují, přičemž míra emocionality a profesionality při napodobování je různá.

- *Hudba a tanec*

Stejně jako někteří teoretici tvrdí, že se současná mládež vyjadřuje především prostřednictvím módy, vzhledu a formy, jiní zase tvrdí, že nejvýraznějším prvek identifikace subkultur a *youth cultures* je hudba [SpoKK 1997: 15]. Každopádně stojí hudba v popředí mnoha subkultur, přičemž některé jsou na ní přímo založené. Výrazné subkultury se vytvořili kolem hudebních stylů jako EDM (*Electro Dance Music*), hip-hop, rap, rock, metal, disco, jazz, punk, reggae, emo, či ska nebo kolem subžánrů těchto stylů (např. indie, electro, techno, rave, house, black metal, acid jazz), kolem hudebních skupin (např. *kellys* – fanoušci skupiny Kelly Family) nebo kolem tanečních stylů (breakdance, EDM, disco, ska).

Na „hudebních“ subkulturách je velmi dobře patrné vzájemné vymezování se. Například hopeři, emos či metalheads si velmi zakládají na své specifčnosti a jejich přiřazení k jiné subkultuře, ať už žertem nebo neznalostí, může být neseno nelibě. I když jde ve většině případů spíše o (sebe)ironickou nekonfliktní rivalitu, bývají členové těchto subkultur patřičně hrdí na „svůj“ jedinečný hudební žánr [Lauenburg 2008: 94 – 95]. Metalisté se taky vzájemně vymezují podle jednotlivých subžánrů (viz přílohu č. 3).

Ale i přes veškeré snahy některých fanoušků dochází k prolínání a vzájemnému vlivu různých hudebních stylů. Glokalizační tendence se projevují i v oblasti metalu: na jedné straně existují určité charakteristiky

vymezuující metal, na druhé vznikají kombinace metalu a jiných žánrů, od folku, přes pop a po hip-hop (viz úvod).

Hudba je těžištěm metalové subkultury. Fanoušci metalu (*metalheads*) jsou často sami aktivními (i když ne nutně profesionálními) muzikanty a zakládají vlastní hudební formace. V současnosti nalezneme nespočet amatérských kapel, včetně českých. K 27. květnu 2010 bylo na webových stránkách [bandzone.cz](http://bandzone.cz) zaregistrováno 1254 českých metalových kapel. Otázkou ovšem je, do jaké míry jsou produktivní a profesionální nebo amatérské. Některé z nich skládají a hrají svoji hudbu, jiné reinterpetují světoznámé metalové kapely nebo mají v repertoáru obojí. Na prodej české metalové hudební produkce se zaměřují e-shopy [www.shop.pandamusic.eu](http://www.shop.pandamusic.eu) či [metalgate.cz](http://metalgate.cz). Metalově orientovaný program lze naladit na českém fanouškovském internetovém rádiu Radio Gothic. Jednotlivci se také věnují sbírání metalových nahrávek. Na prodej české metalové hudební produkce se zaměřují e-shopy [metalgate.cz](http://metalgate.cz) či [www.shop.pandamusic.eu](http://www.shop.pandamusic.eu).

Pokud se týká tance na metalovou hudbu, není nijak pojmenovaný, ani nemá žádné formální figury či kroky. Je provozován výhradně na živých produkcích, v kolektivu publika, ale v podstatě jde o individuální tanec. Pohyby těla sestávají hlavně z rytmického zdvihání rukou s dlaní v pěst nebo ve tvaru tzv. paroháče (natažený ukazováček a malíček, skrčený prostředníček a prsteníček). Živější pohyby jsou zastoupeny skákáním a případným „škádlivým“ narážením do druhých (tzv. *moshing*) a zejména v případě vystupujících kapel pohazování a točení dlouhými vlasy (tzv. *headbanging*).

*Otaku* nejsou v hudební oblasti tak výrazně aktivní jako metalisté. Jejich zájem o hudbu je obvykle závislý na oblíbeném *anime*, přičemž hudba představuje důležitou součást jak filmů, tak seriálů. Jednak podkresluje jednotlivé scény, dále uvádí nebo uzavírá epizody (tzv. *openingy* a *endingy*). Používané žánry varíují od klasické hudby (např. *anime* Nodame Cantabile), přes tradiční po současnou japonskou hudbu,

tzv. J-Pop a J-rock (Naruto). *Otaku* potom především sbírají soundtracky a hudební videa z jednotlivých *anime*, případně ji používají ve fanartu.

- *Sport*<sup>8</sup>

Oblast sportu je také výrazným skupinotvorným prvkem. Podobně jako v hudbě se snad všechny sporty dají provozovat jak v poloze subkulturní, tak v poloze čistě konzumní nebo na cestě někde mezi oběma. Přesto mají některé druhy sportů větší tendenci vytvářet subkulturní prostředí. Jde zejména o sporty spojené s určitým nemainstreamovým teritoriem (viz níže), zvýšenou dávkou rizika a exhibičními prvky, které navíc poskytují prostor k inovacím a sdružování. Jmenujme hlavně streetsporty a extrémní sporty: skateboarding, BMX, breakdance, surfing, snowboarding či motosporty. Dalším typem „sportovních“ subkultur mohou být fanouškovské komunity jako v případě *hooligans*.

- *Teritorium*

Subkulturní identitě můžeme rozumět jako něčemu, co je formulované mimo domov a rodinu, které zastupují mainstream [Gelder 2007: 18]. Subkultury teritorializují místa bez toho, aniž by je vlastnily; namísto toho sdílením specifického území, ať už reálného nebo symbolického, vyjadřují svůj smysl pro sociální příslušnost [Gelder 2005: 213]. Sdílený prostor výrazně podporuje kolektivitu a sociabilitu (nejen) subkultur. Umožňuje skupině lidí vytvořit hranici nejen sociální či virtuální, ale i fyzickou a částečně nebo úplně se oddělit či uzavřít.

---

<sup>8</sup> Jelikož sport a s ním spojené subkultury nebyly součástí mého výzkumu a v tomto prostředí se nepohybují, necítím se kompetentní se k tomuto tématu šíře vyjadřovat a odkazuji na další literaturu.

Představuje útočiště, bezpečné místo, kde se mohou scházet lidé stejného socio-kulturního založení bez narušování zvenčí.

Jednu z výrazných subkulturních lokalit představuje ulice [Gelder 2007: 17 – 21], podle níž se dostalo subkulturám, jejichž životní styl a produkce jsou spojeny s tímto prostorem, označení *street cultures*. Patří mezi ně vyznavači streetsportů, hip-hopeři, rapeři, sprayeri, či breakdancers. S městským prostorem, ale v tomto případě s budovami jsou také spojeny *club cultures* a squateři.

Příležitosti a prostor k setkávání metalistů nabízejí klasické koncerty profesionálních i amatérských skupin, hudební festivaly, zkoušky vlastní kapely či metalové hospody – vše se stylovou produkcí hudby a dekorací. Největší metalový festival se koná každoročně v německém Wackenu, na české scéně probíhají například festivaly MetalGate Open Air, Obscene Society, Obscene Extreme, Heidenfest, Metalfest Open Air nebo Metalfest Volyně.

Otaku se setkávají na takzvaných *conventions* neboli *cons*, což jsou obvykle několikadenní akce, kde je možné prodávat a nakoupit amatérsky vyprodukovanou mangu (*dojinshi*), zúčastnit se soutěže v převlecích inspirovaných postavami z mangy a anime (*cosplay*), sledovat anime filmy a seriály, diskutovat s různými odborníky, zahrát si společenské hry, posadit se do čajovny a vůbec nasát atmosféru japonské kultury. Mezi nejznámější a největší české *cons* se řadí od roku 2004 konaný Animefest v Brně, pořádaný skupinou Brněňští otaku, a od roku 2006 pražský Advik (Anime Dance Víkend). Další české *cons* spojují anime, mangu, sci-fi, fantasy, mytologie atp., jako například Pragocon či Festival Fantazie. Kromě toho jsou pořádána nespočetná menší setkání soukromější povahy věnovaná exhibici cosplayerů, iniciovaná a podporovaná místními skupinami. Tato setkání se v České republice konají hlavně v létě ve veřejných městských prostorách jako jsou parky.

Místem setkávání subkultur mohou být i tématicky zaměřené obchody – s oblečením, knihami, CD, DVD, komiksy, hudebními nástroji, sportovním vybavením atp. Za prostor můžeme považovat i internet (nebo

šíře celý kyberprostor), který je důležitou komunikační, socializační i identifikační platformou (nejen) pro subkultury, ať jde o osobní komunikaci přes e-maily či IRC (*Internet Relay Chat*) nebo o veřejnou komunikaci na různých tematicky zaměřených webových stránkách a fórech. Subkulturním aktivitám na internetu se budeme věnovat níže.

- *Jazyk*

Každá subkultura disponuje specifickým jazykem (označovaným různě jako argot, žargon, slang [Gelder 2007: 14 – 17]) s odpovídající slovní zásobou, frázemi nebo dokonce komplexními gramatickými konstrukcemi, komunikačními kódy a diskurzem [Poveda 2006]. Velmi výraznou terminologii, vycházející z černošské „pouliční“ hovorové americké angličtiny, používají hip-hopeři a rapeři (tzv. *gangsta' rap*). V oblasti fantasy a sci-fi byly dokonce uměle vymyšlené úplně nové jazyky, jako například Tolkienova elfština z Pána prstenů od Tolkiena, již pak používají fanoušci této trilogie.

Jak metalisté, tak otaku mají vlastní terminologii, ale běžná lexikální zásoba a gramatika odpovídají mateřskému jazyku. Metalisté čerpají některé výrazy z angličtiny, což je dáno samozřejmě jejím celosvětovým používáním jako dorozumívacího jazyka, ale také tím, že mnoho metalových kapel pochází z USA. Texty písní jsou tedy často skládány v angličtině. Anglických výrazů se užívá například pro označení subžánrů metalu (*trash, gothic, power, speed, doom metal*) a v názvech kapel. Například začínající kapela mých dvou informátorů se jmenuje Riders Of Apocalypse (viz přílohu č. 2). Ostatně termín *metalheads*, internacionálně používaný metalovou komunitou k označení sebe sama, je také anglickým výrazem. Hodně kapel taktéž pochází ze skandinávských zemí, což často inspiruje metalisty k učení se finštiny a norštiny a k zájmu o tyto kultury vůbec, ale méně už k využívání těchto jazyků

k umělecké tvorbě nebo běžné komunikaci. Metalisté, často poučení a zkušení v oblasti muziky, používají samozřejmě také hudební terminologii.

*Otaku* zase ve velké míře čerpají výrazy z japonštiny a „anglicizované“ japonštiny. Důvodů je několik. Pro některé jevy spojené s anime a mangou se ustálily určité termíny v japonštině, které nemají jednoduchý a výstižný překlad (proto ani v této práci nejsou přeloženy), například sám výraz *otaku* nebo *cosplay* či *dojinshi*. Dále jde o používání termínů specifických jen pro některé druhy *anime* či *mangy* nebo dokonce výrazy charakteristické pro jedno jediné *anime* či jednu jedinou *mangu*. Týká se to různých jmen postav, činností, které provozují, míst, artefaktů atd. Navíc tyto pojmy velmi často odkazují k širšímu kulturnímu pozadí – vycházejí z japonské historie, mytologie atp. Kromě praktického účelu je tedy používání těchto termínů také ukazatelem erudovanosti v dané oblasti a zároveň i záležitostí prestiže. Není tak jednoduché se v japonštině zorientovat, byť se to týká jen výrazů, které jsou často mnohovýznamové, se složitou symbolikou, a proto i obtížně přeložitelné.

Snaha o porozumění iniciuje u mnohých *otaku* zájem o japonštinu a japonskou kulturu. Překladem totiž *manga* i *anime* ztrácí část své autentičnosti. Ovládnout mluvenou i psanou japonštinu ale přeci jen není zase tak běžné, takže *manga* bývá čtena v překladu a *anime* sledováno s titulky. Protože klasická japonská *manga* a *anime* jsou profesionálně překládány především za komerčním účelem, mnohé z nich by se překladu především do menších jazyků vůbec nedočkaly, nebýt *fan translation* a *fansubu* – amatérského překládání a titulkování *anime* a *mangy*. Jde vlastně o službu fanoušků jiným fanouškům. Tak například překladatelská skupiny Czech Naruto Team (CNT) neboli Konoha tým se věnují titulkování jednoho z nejoblíbenějších, ne-li nejoblíbenějšího, *anime* v Česku s názvem Naruto a překladu stejnojmenné *mangy* (viz přílohu č. 7). Některé díly Naruta jsou sice už přeložené a dokonce i nadabované, ale CNT dokáže na rozdíl od komerční produkce jednotlivé díly přeložit do češtiny a zprostředkovat je fanouškům mnohem rychleji, a



to do jednoho dne od vydání anglického překladu. Svůj fansub pak zveřejní na internetu (konkrétně stránky [www.konoha.cz](http://www.konoha.cz)), kde je pak volně k dispozici a šíří se dále po internetu. Podobně působí i další překladatelské skupiny nebo jednotlivci. Fanouškovské překlady mangy jsou zpřístupňovány prostřednictvím online čítařen, které jsou v Čechách, ale s největší pravděpodobností ve více evropských zemích, oblíbenější a rozšířenější než klasická papírová podoba jako v Japonsku.

Do češtiny přeložená *anime* – a u *mangy* to platí dvojnásob – jsou ale stále ještě spíše výjimkou. Což ovšem může být výhodou v tom smyslu, že se udržuje subkulturní charakter *otaku*. Pro zapálené fanoušky ovšem není problém sledovat mangu či anime v anglickém překladu, o který na rozdíl od češtiny není nouze, a to z velké části také díky *fansubu*. Navíc mnozí upřednostňují autentičtější sledování v originále s titulky, ať už českými nebo anglickými, i přestože jsou některá díla již nadabována do češtiny jako zmiňovaný seriál *Naruto*, dále *Death Note*, *Pokémon* nebo populární filmy Hayaa Miyazakiho (*Princezna Mononoke*, *Cesta do fantazie*, *Zámek v oblacích*).

- *Média*

Už jsme podotkli výše, že média se nehrají pouze roli mechanismu difúze a defúze, tedy šíření a trivializace subkultur, ale napomáhají subkulturám ke vzniku a utvoření a udržení identity [Muggleton 2006]. Jsou využívána jak v prezentaci, tak v produkci, tak ve vymezení vůči mainstreamu.

Nutno také rozlišovat mezi různými druhy médií s různým vlivem a povahou. Thornton [podle Muggleton 2006: 15] rozlišuje tři typy médií:

- 1) masová média (*mass media*)
- 2) „lokální“ média (*niche media*) – tématicky profilovaná místní média jako hudební tisk a lifestylové časopisy

- 3) mikromédia (*micro media*) – „lokální“ nebo úzce specializovaná média jako fanzines, plakáty, letáky atp.

I přes jejich různorodost, všechna tato média včetně masových produkují a pojmenovávají subkultury, přičemž niková a mikromédia jsou často v rukou samotných členů subkultur.

Technologický vývoj obecně ovlivňuje vývoj subkultur. Například rozšíření mangy pomohl její nástupce – anime. Na komerční úrovni samozřejmě v podobě filmů dostupných v kině a v televizi. Ale od 70. let byly k sehnání i méně známé anime filmy, a to díky videokazetám a později díky DVD [Napier 2007: 134 – 137]. Nové záznamové technologie dovolily rychlé domácí kopírování informací, a tím usnadnily i jejich distribuci. Díky tomu se anime šířilo z Japonska do celého světa a mnozí diváci inspirovaní anime se začali shánět i po jeho výchozím médiu – manze. Podobně svoji rozvojovou roli samozřejmě sehrála záznamová technika a (multi)mediální informační nosiče (kazety, videokazety, CD a DVD) i v oblasti metalové subkultury.

Bavíme-li se ale o postmoderní době, je zřejmé, že výrazný vliv na subkultury (pokud jde o média) má internet – globální médium schopné vstřebat všechna (i předchozí jmenovaná) média a poskytuje tak mj. prostor pro různé druhy prezentace subkultur. Internet zlepšuje dostupnost informací i komodit, a tím významně podporuje šíření subkultur a jejich soudržnost. V jeho rámci jsou k dispozici chaty, diskuzní fóra, tématicky zaměřené webové stránky, blogy, profily na sociálních sítích, e-shopy, rádiové a televizní programy, webzines, fotografie, knihy, komiksy aj. Internet se svojí povahou vymyká systému médií, který vytvořila Thornton. Patří totiž do kategorie médií označovaných různě jako digitální, síťová, elektronická, virtuální, telematická a interpersonální, což jsou přesně přívlastky, které ho charakterizují. Na rozdíl od masových a „tradičních“ médií se liší především decentralizací, vysokou kapacitou přenosu, interaktivitou a flexibilitou formy, obsahu i užití, hypertextovostí, asynchronní komunikací, demokratičností atp. [viz Jiráková, Köpplová 2003].

Velký prostor pro prezentaci a také pro virtuální identitu vytvářejí webové stránky. Příkladem českých, neprofesionálních, fanoušky tvořených a aktualizovaných zpravodajských webových stránek, tzv. *webzines*, které se věnují metalu, jsou [www.metalforever.info](http://www.metalforever.info), [www.metalswamp.com/webzine-cz](http://www.metalswamp.com/webzine-cz), [www.allmetal.cz](http://www.allmetal.cz), [www.metalgate.cz](http://www.metalgate.cz), [www.metalworld.biz](http://www.metalworld.biz), [www.metalmassacre.cz](http://www.metalmassacre.cz), [zine.pandamusic.eu](http://zine.pandamusic.eu) či [www.milan-skoda.cz/metaliste](http://www.milan-skoda.cz/metaliste). *Otaku webzines*, čítárny *mangy*, (otitulkovaná) *anime* ke stažení nebo online, fóra a další mnohý servis pro české *otaku* poskytují například známé stránky [www.manga.cz](http://www.manga.cz), [www.otakuland.cz](http://www.otakuland.cz), [www.konoha.cz](http://www.konoha.cz), [www.hokage.cz](http://www.hokage.cz) či [www.anime-manga.cz](http://www.anime-manga.cz).

V rámci internetu vznikají zvláštní typy subkultur – virtuální neboli kyberkomunity [viz Bennett, Kahn-Harris 2004: 162 – 172; Ferchhoff 2007: 388 – 398; Gelder 2005: 513 – 586; Gelder 2007: 141 – 157; Lévy 2000: 113 – 116; Muggleton, Weinzierl 2003: 13 – 16, 269 – 314]. Týká se to dnes velmi oblíbených sociálních sítí (Facebook, Twitter, MySpace atp.), hromadných online her (MMORPGs, tedy *Massive(ly)-Multiplayer Online Role-Playing Game*), diskusních fór atp. Příkladem zajímavé subkultury, jejíž existence by byla bez internetu nemyslitelná, jsou hackeři (*hackers*). Virtuální společenství se ovšem tvoří i v rámci již stávajících subkultur, včetně metalistů a *otaku*. Jejich členové se mohou a nemusejí znát osobně, ale každopádně znají vzájemně svoje virtuální identity. Člověk na internetu (v kyberprostoru) je zastoupen zpravidla avatarem a/nebo nickem (přezdívkou), na kterých staví svoji virtuální identitu. Může jít i o několik kybernetických těl, tedy i o několik identit. V každém případě si kyberidentity daný jedinec volí sám, vybírá si, jak se bude prezentovat. A zde přicházejí na řadu i subkulturní prvky. Avatar nebo ikona mohou mít podobu postavy z *anime* nebo *mangy*, člena metalové kapely nebo artefaktů a symbolů s nimi souvisejících. Stejně tak nick může odkazovat k oblíbenému anime charakteru nebo členovi metalové kapely atp. (viz přílohu č. 5). Záleží pak na jedinci a situaci, jestli se hlouběji stylizuje do vybrané postavy, nebo se omezí jen na odkaz k ní.

Média nejsou jen prostředkem komunikace, socializace a identifikace, ale také objektem obdivu. Subkultury vznikají například na základě inspirace různými filmy a knihami (Harry Potter, Pán prstenů) nebo seriály (Star Trek – tzv. *trekkers* nebo *trekkies*) nebo na základě média samotného, což je právě případ *mangy* a *anime* jako specifických médií.

- *Aktivismus*

Každá subkultura je do jisté míry „aktivistická“, protože se určitým způsobem snaží vzdorovat proti dominantní kultuře. V postmoderní době se objevují nové formy politické a společenské angažovanosti, kdy různá hnutí a subkultury obecně staví proti globalizačním procesům a upozorňují na odpovědnost a možnost zásahu v oblasti lidskoprávní, ekologické (včetně bio spotřebitelů) atp. [Ferchhoff 2007: 38; Muggleton, Weinzierl 2003: 13 – 16].

Metal je apolitický hudební styl (například ve srovnání se společensko-kritickým punkem). Výjimkou jsou skupiny kolem některých *black metalových* kapel, které tíhnou k neonacismu a fašismu [Ferchhoff 2007: 198 – 199; Lauenburg 2008: 85 – 102]. U *otaku* je aktivismus a protest spojen s výběrem žánru. Společensko-kritickým pohledem se proslavily třeba Miyazakiho filmy Princezna Mononoke nebo Naušika z Větrného údolí.

- *Etnicita a náboženské vyznání*

Etnicita stejně jako náboženství stojí v subkulturní pozici za zcela specifických podmínek, a to když je etnicko-náboženská skupina v menšině oproti „normální“ populaci (např. Vietnamci v Čechách, Turci v Německu), nebo když jsou převzaty v nepůvodním prostředí. Takové

subkultury vznikly například v Evropě na základě obdivu k exotičnu. To se týká různých inspirací asijskými náboženskými a filozofickými směry (buddhismus) nebo africkou hudbou atp. V případě *mangy* a *anime* je vlastně objektem fanouškovství také nezápadní kulturní produkt [Napier 2007].

Některé subkultury vznikly ve specifickém etnickém prostředí, kde stále zůstávají zakotvené. Například hip-hop nebo jazz jsou výrazně černošské styly, metalovou scénu zase tvoří výhradně běloši.

- *Fantasy, sci-fi, mytologie, historie, okultismus*

Zajímavým jevem současnosti je, že mnoho lidí i subkultur identifikuje s „nereálnými“ světy, tedy s fantazijními, sci-fi, historickými, okultistickými nebo mytologickými tématy [Napier 2007: 11 – 12]. Často a rádi se lidé vžívají do fantazijních světů a výjimkou nejsou právě ani metalová a *otaku* subkultura. Obě přejímají některé prvky z fantasy, z mytologie a historie – *anime* a *manga* hlavně z japonského okruhu, metal z keltského, germánského či vikingského kulturního dědictví či z novopohanství. Společně s *dark wave (gothic)* a satanismem čerpá metal inspiraci také z funerální symboliky a různých náboženských symbolů, jež spojuje brikoláží. *Techno* subkultuře slouží například jako inspirační zdroj šamanismus.

- *Gender*

V oblasti genderu se v postmodernitě setkávají dva proudy: jeden, který genderové projevy unifikuje, a druhý, který je zvýrazňuje. Část módních vlivů je unisex (androgyni), část naopak podtrhuje mužskost a ženskost, a to v různých významech podle (sub)kulturní představě o těchto kategoriích. Tyto tendence se výrazně projevují zejména

v subkulturách, které staví na genderové nebo sexuální identitě jako *queer* (kam patří homosexuálové, bisexuálové, transsexuálové a další mimo „heterosexuální mainstream“), a v subkulturách se zaměřením na vzhled – například dandysmem inspirovaní metrosexuálové a rockabillicies.

Výrazně maskulinními subkulturami jsou punks, skinheads nebo metalheads. Metalisté nejsou takto jednostranní programově, ostatně v jejich řadách se objevují i ženy, ale z určitých důvodů není tato subkultura (obzvláště některé subžánry) pro ženské pohlaví tak lákavá. Na jedné straně jde o „drsnější“ hudbu se specifickými tématy, na druhé relativně úzce vymezený módní styl neposkytuje moc prostoru pro změnu (ať už jde o účes nebo barvu oblečení). Proto ženy, které se ztotožňují s touto subkulturou, jsou obvykle fanynkami „lehčích“ nebo „hravějších“ subžánrů jako jsou *melodic*, *power* nebo *gothic metal*.

*Otaku* subkultura je genderově vyrovnaná, na což má určitě vliv široký žánrový rozsah *anime* a *mangy* (viz úvod). V souvislosti s genderem a módou se objevují některé zajímavé styly a projevy, které jsou typické pro současnou japonskou módu. Je otázkou, zda se japonská móda inspirovala *anime* a *mangou* nebo naopak. Odpověď nalezneme asi někde mezi tím. Za prvé jde o androgynní styl teenagerů, kdy je vzhled obou pohlaví silně unifikovaný: jako účes polodlouhé natupírované vlasy; hladká tvář bez vousů a líčení; velmi hubená postava bez prsou a boků; přiléhavé kalhoty a kratší tričko; tenisky. K tomu stojí v protikladu *Lolitas*, kdy se slečny stylizují jako holčičky nebo panenky (viz přílohu č. 4, poslední obrázek vpravo dole). Odívají se do volánových šatů a punčoch, dlouhé vlasy mají natočené do kudrn nebo učesané do culíčků a ozdobené mašlí. Jde o inspiraci rokokovou a viktoriánskou módou. V Evropě se takto dívky obvykle odívají v případě *cosplaye*, zatímco v Japonsku jde o celkem běžnou pouliční módu. U cosplayerů se nezdá objevuje tzv. *gender switching*, kdy si daný cosplayer vezme kostým postavy opačného pohlaví, než je on sám.

- *Grafický design*

Další z výrazných oblastí projevu subkultur představuje grafický design a výtvarná tvorba. Přímo založená na tomto tématu je například sprayerská subkultura, jejíž členové se věnují pouliční tvorbě graffiti. Následuje další subkultura zakládající se na výtvarné produkci, a to na zdobení kůže – tetování.

Ve výtvarných a designérských technikách leží také těžiště produkce *otaku*. Už u samotného čtení mangy nejde jen o čtení textu, ale vlastně i obrazů, kterému je nutno se naučit [Ingulsrud, Allen 2009: 127 – 146]. Jde o specifické médium se specifickým způsobem vnímání. Čte se odzadu, po jednotlivých rámečcích atp. Čtení originální mangy je tak poněkud obtížné, alespoň zpočátku, a to i pro ty, jejichž rodným jazykem je japonština. Subkulturní tvorba ilustrací je pak doménou fanartistů, kterým se více či méně daří napodobit specifický styl *mangy*, nebo amatérských tvůrců *mangy* (tzv. *mangaka*).

U metalistů se váže design hlavně k symbolům a motivům používaných na oděvu, tetování, špercích, plakátech, fontech, screenech, ikonách, při tvorbě webových stránek a log atd.

## 6. Závěr

Celou práci provází otázka, jak vypadají postmoderní subkultury, jak se projevují a jakou úlohu hrají pro jedince i pro společnost. Jak teoreticky, tak na příkladech se ukázalo, že subkultury mají v postmodernitě významné místo, protože tvoří jeden z významných rámců pro identifikační a socializační procesy v postmoderní společnosti, a závěrem bych ráda shrnula, jaké okolnosti se toho dotýkají.

Všechna tři stěžejní témata práce, tedy postmoderní kulturní a společenské podmínky, subkultury a identita jsou komplexně propojena. Když se začneme zabývat jedním ze zmíněných témat, dříve či později narazíme na zbývající dvě. Můžeme je zkoumat z různých úhlů – počet možných pohledů se možná rovná nekonečnu. Můj pohled se zaměřil na perspektivu symbolického interakcionismu, podle kterého konstituují identitu subkulturní významy a praktiky, jež jsou odrazem symbolických reprezentací a aktivit; na post-subkulturní pojetí subkultur, které je hodnotí ve vztahu k okolnímu prostředí; a konečně kybernetologický přístup, který zkoumá kulturní projevy v kyberprostoru, jehož součástí je internet. Celkově jde o antropologickou perspektivu, ačkoliv práce zkoumá současnou společnost a její podklady vycházejí také ze sociologické tradice. Nicméně se zároveň opírá o etnografickou kvalitativní metodu zúčastněného pozorování a zabývá se subkulturami jako specifickými skupinami se specifickou kulturou uvnitř postmoderní společnosti.

Jeden ze závěrů, které vyplývají z tohoto přístupu, zní: jak identita, tak subkultury jsou produktem kolektivních praktik i individuální subjektivity a zároveň vnějších podmínek, tedy postmodernity. Jinými slovy: subkultury se rozvíjejí – jak kvalitativně, tak kvantitativně – díky postmoderním podmínkám a procesům jako jsou medializace, technologizace, urbanizace, informatizace atp. Prostřednictvím mnoha různorodých subkultur se v postmoderní době socializuje a identifikuje velké množství lidí. Začlenění se a podpora kolektivity probíhají díky sdílení tématu. Členové subkultur jsou tedy sjednoceni informacemi, což



je vyjádřeno životním stylem sdíleným skupinou. Jak hledání identity, tak socializace v postmoderní době probíhají jako neustálý proces na základě individuální volby. Jedinec se tak průběžně zařazuje do různých sociálních skupin včetně subkultur. Z tohoto důvodu také hovořím o tomto procesu jako o socializaci, a ne jako o enkulturaci.

Identita subkultur a v subkulturách je ve velké míře založená na nejednoznačném vztahu s mainstreamem (dominantní kulturou), vůči němuž se snaží subkultury vyhranit. Odlišují se informační bází (subkulturním kapitálem; sémiotickým systémem) a aktivní produkcí oproti pasivnímu konzumu. Vymezující hranice vznikají na základě specifických kódů v oblasti módy, jazyka, hudby, genderu, médií atp.

Zmíněná teoretická východiska dokreslují aplikované příklady z výzkumu *otaku* a metalové subkultury a jejich komparace, což považuji za přínosné, protože jsem se v českém prostředí ještě s něčím podobným nesetkala. Dále vidím přínos této práce ve spojení aktuálních společenskovedních témat postmodernity, identity a subkultur, v pokusu o charakteristiku a systematizaci postmoderních subkultur, poodhalení ambivalentního vztahu subkultur a mainstreamu, komerce, konzumu a médií a ve shrnutí funkcí a identifikačních prostředků subkultur.

## Citované zdroje

- Bauman, Z. 2000. *Globalizace: Důsledky pro člověka*. Praha: Mladá fronta.
- Bauman, Z. 2001. *The Individualized Society*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. 2002. *Tekutá modernita*. Praha: Mladá fronta.
- Bauman, Z. 2004. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta.
- Bennett, A., Kahn-Harris, K. (ed.). 2004. *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Daly, S. 1999. *Encyklopedie alternativní kultury = Alt.culture*. Brno: Books.
- Eng, L. 2002. *Otak-who? Technoculture, youth, consumption, and resistance. American representations of a Japanese youth subculture*. [cit. 2010-03-15]. WWW: <<http://www.cjas.org/~leng/otaku.pdf>>
- Eriksen, T. H. 2005. *Tyranie okamžiku – Rychlý a pomalý čas v informačním věku*. Brno: Doplněk.
- Eriksen, T. H. 2007. *Antropologie multikulturních společností: Rozumět identitě*. Triton: Praha/Kroměříž.
- Ferchoff, W. 2007. *Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert: Lebensformen und Lebensstile*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften.
- Gelder, K. (ed.). 2005. *The Subcultures Reader*. London: Routledge.
- Gelder, K. (ed.). 2007. *Subcultures: Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Volume III. Subcultures and Music*. London: Routledge.

- Giddens, A. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press/Stanford, California: Stanford University Press.
- Giddens, A. 2000. *Unikající svět: jak globalizace mění náš život*. Praha: SLON.
- Goffman, E. 1999. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství studia Ypsilon.
- Goffman, E. 2003. *Stigma: poznámky k problému zvládnutí narušené identity*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Grasmuck, V. 1999. Eine Lebensform der Zukunft? Der Otaku.  
In: Matejovski, D. (Hg.). 1999. *Neue, schöne Welt? Lebensformen der Informationsgesellschaft*. Herne: Heitkamp Edition, S. 157 – 177. [cit. 2010-03-15]. WWW: <<http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grasmuck/Texts/otaku99.html>>
- Hebdige, D. 1979. Subculture: The Meaning of Style. In: Gelder, K. (ed.). 2005. *The Subcultures Reader*. London: Routledge, p. 121 – 131.
- Ingulsrud, J. E., Allen, K. 2009. *Reading Japan cool*. Lanham: Lexington Books.
- Jandourek, J. 2007. *Sociologický slovník*. Praha: Portál.
- Jiráček, J., Köpplová, B. 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál.
- Kahn-Harris, K. 2004. Unspectacular Subculture? Transgression and Mundanity in the Global Extreme Metal Scene. In: Bennett, A., Kahn-Harris, K. (ed.). 2004. *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kinsella, S. 2000. Amateur Manga Subculture and the *Otaku* Incident. In: Gelder, K. (ed.). 2005. *The Subcultures Reader*. London: Routledge, p. 541 – 554.

- Lauenburg, F. 2008. *Jugendszenen und Authentizität: Selbstdarstellung von Mitgliedern aus Jugendszenen und szenebedingte Authentizitätskonflikte, sowie ihre Wirkungen auf das (alltägliche) Szene-Leben*. Zürich; Berlin; Münster: Lit.
- Lévy, P. 2000. *Kyberkultura*. Praha: Nakladatelství Karolinum.
- Maffesoli, M. 1996a. *The Time of Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage Publications.
- Maffesoli, M. 1996b. The Emotional Community: Research Arguments. In: Gelder, K. (ed.). 2005. *The Subcultures Reader*. London: Routledge, p. 193 – 210.
- Martin, P. J. 2004. Culture, Subculture and Social Organization. In: Benett, A., Kahn-Harris, K. (ed.). *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, p. 21 – 35.
- McLuhan, M. 1991. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Odeon.
- McLuhan, M. 2000. *Člověk, média a elektronická kultura: výběr z díla*. Brno: Jota.
- Meyrowitz, J. 1990. *Überall und nirgends dabei. Die Fernseh-Gesellschaft I*. Weinheim und Basel: Beltz (Psychologie heute – Taschenbuch). (V českém překladu: Meyrowitz, J. 2006. *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Nakladatelství Karolinum.)
- Muggleton, D. 2000. *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg.
- Muggleton, D. 2006. Youth Subcultures, Postmodernism, and the Media. In: Steinberg, S. (ed.). *Contemporary Youth Culture: an International Encyclopedia*. Westport, London: Greenwood Press, p. 11 – 21.
- Muggleton, D., Weinzierl, R. (ed.). 2003. *The Post-subcultures Reader*. Oxford: Berg.

- Napier, S. J. 2007. *From Impressionism to Anime: Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*. New York: Palgrave Macmillan.
- Poveda, D. 2006. Language and Talk. In: Steinberg, S. (ed.). 2006. *Contemporary Youth Culture: an International Encyclopedia*. Westport, Connecticut; London: Greenwood Press, p. 41 – 46.
- Richard, B. 2006. Fashion, Brands, and Logos. In: Steinberg, S. (ed.). 2006. *Contemporary Youth Culture: an International Encyclopedia*. Westport, Connecticut; London: Greenwood Press, p. 378 – 388.
- Roberts, M. 2004. Notes on the Global Underground. In: Gelder, K. (ed.). 2005. *The Subcultures Reader*. London: Routledge, p. 575 – 586.
- Roubal, O. *Když se řekne identita ... regionální identita (I. část)*. [cit. 2010-02-27]. WWW: <<http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=138&lst=103>>
- Roubal, O. *Když se řekne identita ... regionální identita (II. část)*. [cit. 2010-02-27]. WWW: <<http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=145&lst=103>>
- Roubal, O. *Když se řekne identita ... regionální identita (III. část)*. [cit. 2010-02-27]. WWW: <<http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=149&lst=103>>
- Sarup, M. 1996. *Identity, Culture And the Postmodern World*. Athens: University of Georgia.
- Schodt, F. L. 2007. *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*. Berkeley, Calif.: Stone Bridge Press.
- SpoKK (Hrsg.). 1997. *Kursbuch JugendKultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Mannheim: Bollman Verlag.
- Steinberg, S. (ed.). 2006. *Contemporary Youth Culture: an International Encyclopedia*. Westport, Connecticut; London: Greenwood Press.

- Sweetman, P. 2004. Tourists and Travellers? „Subcultures“, Reflexive Identities and Neo-Tribal Sociality. In: Bennett, A., Kahn-Harris, K. (ed.). *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, p. 79 – 93.
- Thornton, S. 1995. The Social Logic of Subcultural Capital. In: Gelder, K. (ed.). 2005. *The Subcultures Reader*. London: Routledge, p. 184 – 192.
- Virilio, P. 2004. *Informatická bomba*. Červený Kostelec: Pavel Mervart.
- Vollbrecht, R. 1997. Von Subkulturen zu Lebensstillen. In: SpoKK (Hrsg.). 1997. *Kursbuch JugendKultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Mannheim: Bollman Verlag, p. 22 – 29.
- Winter, R. 1997. Medien und Fans. Zur Konstitution von Fan-Kulturen. In: SpoKK (Hrsg.). 1997. *Kursbuch JugendKultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Mannheim: Bollman Verlag, S. 40 – 53.

## Seznam příloh

Příloha č. 1: Metalová móda

Příloha č. 2: Metalová hudební produkce

Příloha č. 3: „Metalová pohádka“

Příloha č. 4: Cosplay

Příloha č. 6: Fan fiction a fanart

Příloha č. 7: Fan translation

## Příloha č. 1: Metalová móda



Obrázek 1. Loga českých e-shopů s metalovou módou

Zdroje (odshora): <http://www.redraven.cz>, <http://www.metalshop.cz>,  
<http://www.666.cz/nosferatu>, <http://metal-4u.cz>, <http://www.metalstore.cz>

<b>A</b>	CYBER GOGGLES	GB posters	LIVING DEAD	OSIRIS	SOMETHING
ADERLASS	<b>D</b>	GLOBE	DOLLS	<b>P</b>	SACRED
ADIO	DARKSIDE	GRENADE	LIVING DEAD	PARADISE IN	SPITFIRE
ALCHEMY GOTHIC	DARKSTAR	GRIP STUDIOS	SOULS	BLOOD	SPLIT
ALPRAUSCH	DC	GUITAR LEGEND	LIVING SPIRIT	PORN DELUXE	STEEL
ANDROID	DEAD THREADS	<b>H</b>	LOST	PRIMAL WEAR	SURPLUS
ART WORX	DEMONIA	HEAVENLY DEVIL	LOWLIFE	PROMOSTARS	SYMPHONY
ATTICUS	DESTROY	HEAVY TOOLS	LUCKY	PROTEST	<b>T</b>
<b>B</b>	YOURSELF	HELL BUNNY	LUIS ROYO	PYRAMID POSTERS	TABU
BETTY BOOP	DIRTY DOG	HORSEFEATHERS	<b>M</b>	<b>Q</b>	TAPOUT
BIOHAZARD	DIVERSE	HURLEY	MACBETH	QUEEN OF	THIRTYSIX
SUNGLASSES	DRAVEN	CHOPPERS	MAMBO	DARKNESS	THRASHER
BIOWORLD	DVS	CHOPPERS	MEATFLY	<b>R</b>	TOXICO
BLACK HEART	<b>E</b>	SUNGLASSES	MÉLANIE DELON	RAZAMATAZ	TRASHMARK
BLIND	ED HARDY	<b>I</b>	MERCY	REHALL	TWILIGHT
BONDAGE LONDON	EMERICA	INDEPENDENT	METAL MULISHA	REPRESENT	<b>U</b>
BOOTS & BRACES	EMILY THE	INSIGHT	METALSHOP.CZ	REPULSE	UNDERGROUND
BRAVADO	STRANGE	IRON FIST	MIRACLE ROCK	ROCK DADDY	ENGLAND
BROKEN BONE	ÉS	<b>J</b>	<b>N</b>	ROEBUCK	UNDERGROUND
<b>C</b>	ETNIES	JAILWEAR	NEW ROCK	ROGUE STATUS	FASHION
CID	<b>F</b>	K	NIGHTMARE	<b>S</b>	<b>V</b>
CIRCA	FALLEN	KING Kerosin	BEFORE	SANTA CRUZ	VANS
CLARABELLA	FAMOUS STARS &	KMM	CHRISTMAS	SESSIONS	VICTORIA FRANCES
CONVERSE	STRAPS	KNUCKLEBONZ	NOIZZ	SHIROI NEKO	VISION
CRIS ORTEGA	FINAL	KREEPSVILLE SIX	NUCLEAR BLAST	SILVER STAR	VOX
CRUSTY DEMONS	FOX	SIX SIX	NUCKET	SINNER SUPPLY	<b>W</b>
	FUNSTORM	<b>L</b>	<b>O</b>	SKELANIMALS	WILD
	<b>G</b>	LA ROCKA	OMEN	SKULLSPORTS	WORLD INDUSTRIES
	GÄMBLE	LEGACY	ORANGE COUNTY	<b>X</b>	<b>X</b>
			CHOPPERS		XS WOOD-ART

Obrázek 2. Seznam převážně metalových módních značek

Zdroj: <http://www.metalshop.cz>





**Obrázek 3. Varianta metalového outfitu**

*Zdroj: archiv autora*



**Obrázek 4. Prolínání stylů: Logo metalové kapely Metallica  
na surfařských kraťasech značky Billabong**

*Zdroj: <http://www.besportier.com/archives/billabong-metallica-boardshort-1.html>*

## Příloha č. 2: Metalová hudební produkce



**Obrázek 5. Riders of Apocalypse: Začínající kapela mých dvou informátorů**

*Zdroj: <http://www.facebook.com/#!/photo.php?pid=2385455&id=57758494630>*

## Příloha č. 3: „Metalová pohádka“

Verze 1

Zdroj: <http://mihaila.bloger.cz/Metalisti-a-princezna>

### II. Metalisti a princezna

Napsal [Mihaila.bloger.cz](http://mihaila.bloger.cz) (») 15. 11. 2007 v kategorii [Metal](#), přečteno: 1848x

#### Situace:

V hradu hlídaném drakem je uvězněna krásná princezna. Tady je příběh, jak to dopadne, když tam dorazí různí metalisti coby rytíři.

#### Power metal:

Metalista přijede na bílém jednorožci, unikne drakovi, zachrání princeznu a pak se s ní miluje v kouzelném lese.

#### Thrash metal:

Metalista přijede, bojuje s drakem, zachrání princeznu a ojede ji.

#### Heavy metal:

Metalista přijede na harleyi, zabije draka, dá si pár piv a ojede princeznu.

#### Folk metal:

Metalista přijede s přáteli, kteří hrají na akordeony, violy, flétny a spoustu dalších podivných nástrojů, drak usne (z všeho toho tancování). Pak všichni odjedou.....bez princezny.

#### Viking metal:

Metalista připluje na lodi, zabije draka svoji velkou sekyrou, stáhne ho z kůže a sní. Znásilní princeznu k smrti, ukradne její věci a před odjezdem zapálí hrad.

#### Death metal:

Metalista přijede, zabije draka, ojede princeznu, zabije ji a odjede.

#### Black metal:

Metalista dorazí o půlnoci, zabije draka a nabodne ho na kůl před hradem. Potom ojede princeznu do zadku, vypije její krev během rituálu před tím, než ji zabije. Pak ji nabodne na kůl vedle draka.

#### Gore metal:

Metalista přijede, zabije draka a rozhází jeho vnitřnosti před hradem, ojede princeznu a zabije ji. Potom ji znova ojede, rozpáře břicho a sní její vnitřnosti. Potom to, co zbyde, ojede ještě jednou, spálí mrtvolu a ještě jednou ojede.

**Doom metal:**

Metalista přijede, spatří jak je drak obrovský, pomyslí si, že ho nemůže nikdy přemoci, potom propadne depresím a spáchá sebevraždu. Drak ho sní a princeznu si dá jako dezert. A to je konec smutného příběhu.

**Progressive metal:**

Metalista přijede s kytarou a zahraje 26 minutové sólo. Drak se z nudy zabije sám. Metalista dorazí do princezniny ložnice, zahraje další sólo s použitím všech technik a melodií, které se naučil v posledním roce na konzervatoři. Princezna uteče a vydá se hledat Heavy metalistu.

**Glam metal:**

Metalista přijede, drak se začne smát, když uvidí jeho zjev a nechá ho projít dovnitř. Poté, co vejde do hradu, ukradne princezně make-up a začne natírat hrad nádhernou růžovou barvou.

**Nu metal:**

Metalista dorazí v Hondě Civic a pokusí se bojovat s drakem. Jenže uhoří, když jeho debilní pytlovité oblečení chytne plamenem.

**Redneck metal (Kabát, Alkehol...):**

Metalisti přijedou, draka vožerou, poblejou a pak jdou pro vidle a kydát hnůj.

**Necro metal:**

Metalista přijede, s drakem si dá panáka správně uleželý krve, pak zabije princeznu, s drakem jí sežerou na půl, jejíma ostatkama vyzdobí sklep hradu, a tam se ubytuje. Na píchání si jde vykopat nějakou řádně odleželou princeznu.

**Speed metal:**

Metalista vběhne do hradu, rychlostí blesku ojede princeznu, která si toho ani nevšimne. Metalista pak uteče tak rychle, že si ho nevšimne ani drak.

**Alternative metal:**

Přijede metalista s dredy, s drakem zahulej a zatripujou a drak se promění v urostlého černocho. Společně ztripujou princeznu a ojedou na gangbang. A jestli neumřeli sjížděj jí tam dodnes.

**Cyber metal:**

Metalista se rafinovaně teleportuje drakovi do zad, načech ho ze zálohy eliminuje několika zkušenými ranami robustním samplerem NN-19 (napřed si to 10x vyzkoušel v simulátoru). Pak se teleportuje k princezně, uškrtí jí H-čkem z jeho sedmistrunky, naskenuje ji a udělá jí to ve virtuální realitě. Nakonec se odloguje z hradu a půjde na colu.

**White ("křesťanský") metal:**

Metalista vejde do hradu, draka soustavným kázáním obrátí na víru a princeznu odvede do kláštera.

**Atmospheric metal:**

Ještě dřív, než se metalisti k drakovi dostanou, chcípnou únavou z neustálého tahání svých mnoha nástrojů.

**Hollywood metal:**

Metalista přijede, pustí se s drakem do křížku, nečekaně vyhraje, a pak o tom natočí telenovelu o 548562-ti dílech.

**Symphonic metal:**

Dorazí celý orchestr a vytvoří z hradu jedno veliké mraveniště. Drak tedy má zásoby na zimu.

**Gothic metal:**

Metalista přijede, draka zkrotí a jde se s princeznou kochat pohledem na půlnoční hřbitov.

**Tranz metal:**

Metalista přijede stopem, zabije princeznu, ojede draka a odevede si ho do kapely.

**Industrial metal:**

Metalista přijede, postaví vedle hradu továrnu a drak i princezna se udusí jejími zplodinami. Hrad se začne rozpadat, a tím je nádherné dílo Glam metalisty nenávratně zničeno.

**Hard core:**

Hardkórista vrazí do hradu a draka seřve tak, že sám popadne princeznu a letí ji vrátit králi.

**Grind core:**

One ... two ... three ... four ... DRAAAAAAK!!!

Zdroj: [http://www.alkoholici.unas.cz/vtipky\\_metalovapohadka.html](http://www.alkoholici.unas.cz/vtipky_metalovapohadka.html)

## Metalová pohádka

### Situace:

V hradu hlídaném drakem je uvězněna krásná princezna. Tady je příběh, jak to dopadne, když tam dorazí různí metalisti coby rytíři.

- **power metal** (dragonforce, blind guardian, rhapsody): metalista přijede na bílém jednorozci, unikne drakovi, zachrání princeznu a pak se s ní miluje v kouzelném lese.
- **thrash metal** (slayer, kreator, sodom): metalista přijede, bojuje s drakem, zachrání princeznu a ošuká ji.
- **heavy metal** (manowar, megadeth, judas priest): metalista přijede na harleyi, zabije draka, dá si pár piv a ošuká princeznu.
- **folk metal** (skyclad, empyrium, elvenking): metalista přijede s přáteli, kteří hrají na akordeony, violy, flétny a spoustu dalších podivných nástrojů. drak z všeho toho zpívání a tancování usne. pak všichni odjedou... bez princezny.
- **viking metal** (bathory, wintersorg, einherjer): metalista připluje na drakkaru, zabije draka svojí velkou sekýrou, stáhne ho z kůže a sní. znásilní princeznu k smrti, ukradne její věci a před odjezdem zapálí hrad.
- **death metal** (death, vader, six feet under, morbid angel): metalista přijede, zabije draka, ošuká princeznu, zabije ji a znovu ji ojede.
- **black metal** (dark funeral, mayhem, dimmu borgir, satyricon): metalista dorazí o půlnoci, zabije draka a nabodne ho na kůl před hradem. potom ošuká princeznu do zadku a vypije její krev během rituálu před tím, než ji zabije. pak ji nabodne na kůl vedle draka.
- **gore metal** (deicide, exhumed, cannibal corpse): metalista přijede, zabije draka, rozhájí jeho vnitřnosti před hradem, ošuká princeznu a zabije ji. potom ji znova ošuká, rozpáře břicho a sní její vnitřnosti. potom to, co zbyde, ošuká ještě jednou, spálí mrtvolu a ještě jednou ošuká.
- **doom metal** (paradise lost, my dying bride, forest of shadows): metalista přijede a spaťří jak je drak obrovský. pomyslí si, že ho nemůže nikdy přemocet, propadne depresím a spáchá sebevraždu. drak ho sní a princeznu si dá jako dezert. a to je konec smutného příběhu...
- **progressive metal** (dream theater, liquid tension, spiral architect): metalista přijede s kytarou a zahraje 26 minut dlouhé sólo. drak se z nudy zabije sám. metalista dorazí do princezniny ložnice a zahraje další sólo s použitím všech technik a melodií, které se naučil v posledním roce na konzervatoři. princezna uteče a vydá se hledat heavy metalistu.

- **glam metal** (cinderella, twisted sister, ratt): metalista přijede, drak se začne smát, když uvidí jeho zjev a nechá ho projít dovnitř. poté, co metalista vejde do hradu, ukradne princezně make up a začne natírat hrad nádhernou růžovou barvou.
- **industrial metal**: Postaví vedle hradu továrnu a všichni se udusí jejími zplodinami. Hrad se začne rozpadat a tím je nádherné dílo Glam metalisty nenávratně zničeno.
- **nu metal** (korn, limp bizkit, linkin park): metalista dorazí v hondě civic a pokusí se bojovat s drakem. jenže uhoří, když jeho debilní pytlovité oblečení chytne plamenem.
- **agro metal** (kabát, argema a všechny zábavový skupiny-): metalista dorazí na fichtlovi, draka ožere, pobije, s princeznou si pořídí deset blbých dětí a pak jde pro vidle a vykydá hnůj v maštali.



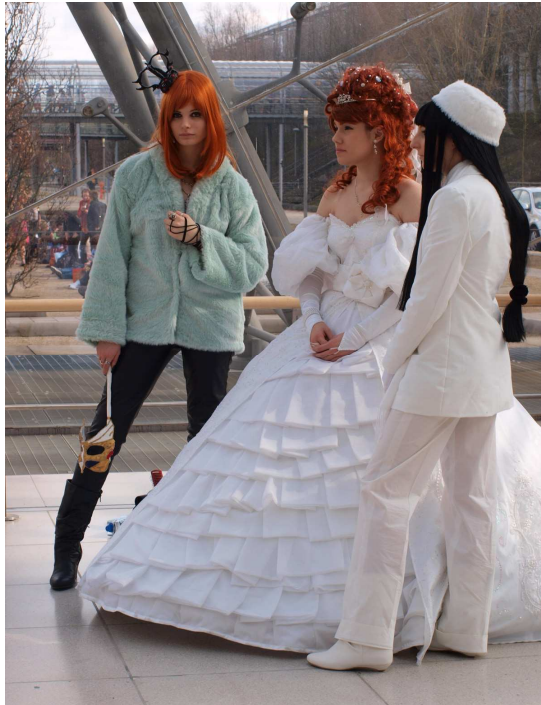
## Příloha č. 4: Cosplay

Fotografie z *convention* konané v rámci knižního veletrhu v Lipsku 2010

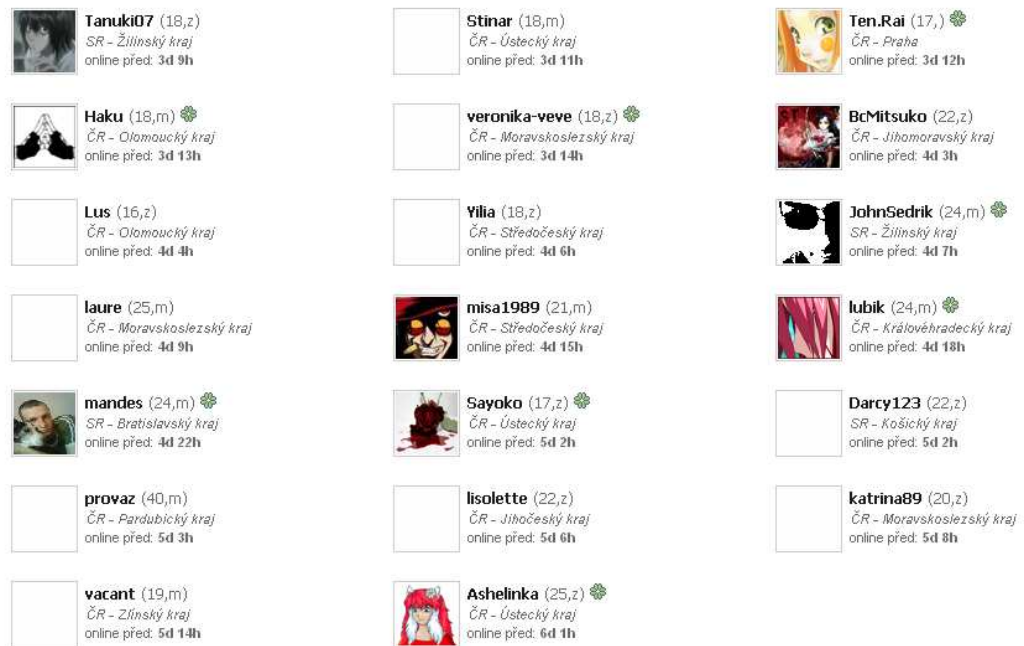
*Zdroj: archiv autora*







## Příloha č. 5: Virtuální identita



Obrázek 6. Členové online *otaku* komunity zastoupení nickem a avatarem

Zdroj: <http://otakuland.cz/>

## Příloha č. 6: Fan fiction a fanart

Parodická pohádka inspirovaná *mangou* (*anime*) doplněná kresbou

Zdroj: <http://147.32.8.168/?q=node/18695> (<http://konoha.cz>)

### III. Červený Sasori

Vložil [Sime Aishitaka](#), Ne, 2008-01-13 01:54 | Ninja už: 986 dní, Příspěvků: 724

V jedné rodině žil jeden zlobivý a drzí chlapec (nebo loutka). Nikoho nezajímal, ale maminka s babičkou Chyio se o něj jakžtakž staraly. Babička mu ušila červený čepeček a podle něj mu začali říkat Červený Sasori.

Babička bydlela na samotě u pouště. Široko daleko nebyla žádná jiná písečná skrýš a babička se tam starala o pouštní havěť. Jednou v létě maminka napekla bábovičky z písku, do košíku přidala láhev saké a řekla Sasorimu: „Babička Chyio má dneska svátek. Vezmi košík a zanes to k babičce do skrýše. Ale jdi rovnou, ať se v kaktusovém lese nezatouláš!“ Sasori pokýval hlavou jak jen mohl, a posmutněle se vydal na cestu. Poskakoval, až mu tělo vrzalo jako po 60 letech. Brzy se dostal do kaktusového lesa, šlapal na samé jedovaté hady, až došel k vyhloubenině, kde byl pohyblivý písek. Bylo mu mrzutě, a tak Sasori neodolal, zul si své nové boty a začal si máchat nožky v písku.

Vtom se před ním rozhrnul kus suchého křoví a proti Sasorimu vyšel blondatý úchyl v černém kabátě s červenými mraky, zřejmě pod ním nic neměl. „Nazdar, Sasori, kampak jdeš?“ zeptal se. Hlas měl ještě dětstější než Sasori, avšak nesnažil se mluvit líp, protože chtěl Sasoriho polekat. Ale Sasori nikdy tohoto úchyláka neviděl a myslel si, že to je ta modelka z TV Sand. Proto se ho nebál a povídal úchylákovi, který se představil jako Deidara: „Jdu k babce Chyio do skrýše na kraji pouště. Má dnes svátek, a tak jí maminka uplácala písečné bábovičky.“

„Chceš ochutnat?“ nabízel Deidarovi. Ten si přičichl, jelikož si myslel že je v tom droga, a pak se ušklíbl se. „Maso nemáš?“ zeptal se znechuceně. „Nemám, jsem ze dřeva,“ odpověděl Sasori. „No, nevadí, na maso si přijdu pak, tak si dám teď ty bábovičky k večeři,“ řekl Deidara.

V duchu už ale přemýšlel, jak by zbalil Sasoriho. „A kdepak bydlí tvoje babka?“ „Ty to nevíš?“ divil se Sasori. V duchu si pomyslel že ten blondák je celkem blbej. „Dyť sem ti to říkal, takže pokud si to nepamatuješ tvoje blbost! Ale když chceš: Půjdeš asi 10 Km podle krvavých kaktusů, potom zahneš doprava a už

jen 3 Km a jsi tam.“ „Tak víš co, Sasori, budeme závodit,“ navrhl Deidara. „Ty půjdeš normálně a já poletím ve vzduchu. Schválně, kdo bude u babky dřív.“ Saori se jen zasmál, jelikož závodně běhal sprint, popadl košík s rozsypanými bábovičkami a sakém a začal sprintovat. Deidara okamžitě stvořil svého ptáka (toho hliněného), ale při naskakování zakopl o kámen a spadl rovnou na kaktus. Chvilí skučel, ale pak znovu naskočil a konečně vzlétl. Za chvíli už přistával před babčinou skrýší, a v duchu si říkal že to celkem dobře stihl. Pak začal jemně tlouct na dveře, aby si nepoškodil lak na nehty, „Kdopak to je?“ ozval se velmi, ale velmi chraplavý hlas ze vnitř. „To jsem já, Sasori,“ zavolal tiše Deidara. Babička Chyio se už nemohla ani pohnout, proto po klíce hodila kámen aby se otevřely dveře. Deidara se na ni ihned vrhl, i když věděl že to bude stát za nic. Ale nejdřív ji zabil a až pak ji ojel. Potom si dal na hlavu její smrdutý čepec, nasadil si na nos brýle a lehl si do postele kde se mu líbilo. Vzal si babčinu knížku a dělal, že čte. Sasori se zatím na poušti honil za ptákem (opět ne za svým), sbíral mlád'ata hadů, až konečně dotrhl k celkem zanedbané skrýši. Zabouchal na dveře a zevnitř se ozval dětský hlásek: „Kdopak to t'uká?“ Sasori se zarazil, jelikož nikdy v životě net'ukal, pouze bušil. Po chvíli řekl: „To jsem já, tvůj milovaný vnuk Červený Sasori.“

„Pojď dál, děvko, teda děvečko, teda vlastně děvenko je otevřeno.“ Sasori vešel dovnitř. Když vešel, spatřil Deidaru, avšak nepoznal ho, a podivil se: „Ahoj, babko, teda babičko. Tady ti nesu láhve Saké a báboviky z písku.“ Deidara se pak napil jedné láhve Saké. „No a nechceš dát babičce pusinku? No tohle sme si z maminkou nedojednaly, babičko. Ale Sasori, já jsem tvá babička, mě můžeš dát pusinku. No dobře.“

Ale poté jak se na ni podíval uviděl zblízka, že je to ten úchyl z pouště. Ovšem nevylekal se: „Deidaro, co vy tady děláte?!“ „No co, sem tady abych dostal od malého chlapečka pusinku.“ „A Deidaro, proč chceš pusinku?!“ „To abych lépe viděl, že jsem ten kdo jsem.“ „Ale Deidaro, to nemá logiku! A kdyžtak nemůžu ti už slézt z toho klína? zeptal se Sasori naposled. To už ho totiž Deidara narval do velké kytky druhu Zetsu, kam před tím strčil ještě babku Chyio. „Tak a máme ho!“ zařval Deidara, vyskočil z postele a s kytkou v rukách nasedal na svého ptáka (hliněného). Jenže ta kytka ho velmi zatěžovala. Proto se rozhodl, že ty kytku pustí na zem. Proto ji pustil, avšak to nevychytal a kousek kabátu se mu do kytky zachytl, a on letěl společně s kytkou. Za malou chvíli šel kolem skrýše písečný jounin Baki, babčin známý. Zevnitř kytky uslyšel podivné vrzání, a tak neváhal jelikož nesnášel rostliny a tu kytku rozřezal. Naštěstí Sasoriho neporanil, cože se nedá říci o babce Chyio. Ta měla pořezaná celá záda.

Pak se podíví co tam dělá blondatý kluk.,,Hej ty kluku,pokud jsi přišel za Sasorim,tak s ním jděte někam jinam,tady být nemůžete.Potom co babce záda zavázal obvazy šli se opít Sakém. Deidara neváhal a Sasoriho si odnesl.

Takže jak to vlastně skončilo?Babička adoptovala Bakiho jako svého syna,Sasoriho matka spáchala v důsledku své písečné chemoterapie sebevraždu,a Deidara se Sasorim si spolu spokojeně žily a kdovíco dělaly ve své jeskyni.



# Příloha č. 7: Fan translation

Zdroj: <http://konoha.cz>

