

Tato stať chce seznámit čtenáře s některými výsledky výzkumu pražských vysokoškoláků, který se zaměřil na vztah vysokoškoláků k umění v širším kontextu jejich kulturních zájmů, a pojednat o problémech dotýkajících se oblasti masové kultury, které z tohoto výzkumu vyplynuly. Výzkum byl realizován ve školním roce 1965/66 mezi studenty vybraných oborů na čtyřech nehumanitních fakultách, z toho na dvou fakultách universitních (přírodovědecké a matematicko-fyzikální) a dvou technických (na fakultě technické a jaderné fyziky a na elektrofakultě), a na dvou fakultách humanitních (na fakultě právnické a na fakultě politické ekonomie). Zahrnul celkem 420 posluchačů třetích ročníků.

Výběr posluchačů právě třetího ročníku vycházel z předpokladu, že ve 3. roce studia se může již dostatečně výrazně projevit vliv nového prostředí i vliv studia, přičemž časové možnosti studentů nejsou ještě mimořádně omezeny nároky studia, jako je tomu v závěrečných ročnících.

Ženy tvořily zhruba jednu třetinu souboru a byly uvažovány v jednotlivých částech výzkumu zvlášť. Vycházeli jsme tu ze zkušenosti, plně potvrzených i v tomto výzkumu, že pohlaví je důležitým biopsychickým činitelem, který výrazně ovlivňuje zájmy v oblasti kultury i způsob, jakým jsou tyto zájmy uspokojovány.

Realizace výzkumu v Praze byla motivována jak zvláštním postavením Prahy jako střediska kulturního a uměleckého života, tak snahou respektovat požadavek homogenity souboru z hlediska místních podmínek kulturní konzumpce.

Při realizaci a zpracování výzkumu bylo použito řady doplňujících se metod a procedur: za základ byla vzhledem k charakteru oblasti zkoumání zvolena procedura typologická.

Jako základní technika pozorování byla uplatněna technika řízeného dotazníku, doplněná studiem objektivního materiálu a částečně i přímým pozorováním.

Dotazník obsahoval dva typy otázek: uzavřené, kategorizované otázky, pomocí nichž byla zjišťována fakta o množství, charakteru a druzích kulturní konzumpce, a několik otevřených otázek určených pro obsahovou analýzu, u nichž šlo o zjištění různých kvalitativních údajů, především z oblasti motivace a hodnotové orientace ve zkoumané oblasti.

Cílem výzkumu bylo zjistit kulturní zájmy studujících nehumanitních oborů, a to z hlediska intenzity a struktury těchto zájmů. Posluchači obou oborů humanitních byli uvažováni jako kontrolní skupina — výsledky tu sloužily ke konfrontaci, která měla přispět k zodpovězení základní otázky výzkumu: Jaká je — posuzováno ze zorného úhlu kulturních zájmů, především v oblasti umění — celková kulturní orientace a kulturní úroveň studentů zaměřených svým studiem na techniku a přírodní vědy? Jsou úzce zaměřeni pouze na vlastní obor, nebo projevují tendenci k všestrannosti? Součástí takto široce koncipované problematiky tvořila i otázka, jak intenzivní je zájem zkoumaných vysokoškoláků o umění a jakými prostředky a formami je realizován.

Charakter kulturní konzumpce

V tom smyslu věnoval výzkum odděleně pozornost kulturní konzumpci realizované prostředky masové komunikace a konzumpci pomocí prostředků, které nemají masový charakter (speciálně tu byla věnována pozornost divadlu, koncertům, výstavám výtvarných umění a večerům poezie).

Z tohoto zorného úhlu, vycházejícího z globálních záměrů výzkumu a potřeb jeho operacionalizace, hovoříme o konzumpci masové kultury nebo o konzumpci té části kultury, kterou jsme — to budiž zdůrazněno hned na počátku — označili nikoli z hlediska obsahu této kulturní tvorby, ale z hlediska přístupu konzumenta k ní jako kulturu výběrovou.

Než přikročíme ke koncepci tohoto po-

jeti, připomeňme, že odvozování charakteristiky masové kultury z masovosti prostředků, jimiž se kultura šíří, je dnes již vesměs badatelé v této oblasti odmítáno jako redukcionistické. V tomto smyslu je podrobována kritice i známá práce A. Kłosowské *Masová kultura*. Poukazuje se na to, že charakter kultury je třeba odvozovat z charakteru společnosti. Jde tu buď o známou paralelu některých západních sociologů „masová společnost — masová kultura“, nebo o její překonání adekvátnějšími teoriemi, které vycházejí při hodnocení kulturních jevů ze struktury dané společnosti a respektují dynamiku jejího vývoje. V tom smyslu například Z. Baumann charakterizuje masovou kulturu jako takovou kulturu, v níž hranice šíření jednotlivých subkultur nejsou určovány hranicemi mezi regiony rozvinutými a zanedbanými mezi ekologickými centry a třídami. Z hlediska strukturální koncepce je pak odmítána i otázka superiority či inferiority masové kultury.

Ve výzkumu kulturní konzumpce studentů, při hledání odlišností v této konzumpci byla posuzována otázka „masovosti“ i „výběrovosti“ z poněkud jiných hledisek. Především zde nešlo o problém masové kultury v celé šíři, o uplatnění hodnotících kritérií ve vztahu ke kultuře šířené těmi či oněmi prostředky; vycházeli jsme z předpokladu, že pomocí prostředků hromadného sdělování mohou být šířena i nejnáročnější umělecká díla, o čemž svědčí vývoj filmu dostatečně průkazně. Šlo o uplatnění určitého metodického přístupu, který vycházel ze situace konzumenta ve vztahu k oběma typům komunikačních prostředků.

V úvahách o funkci a významu prostředků masové komunikace bývá věnována pozornost především dvěma složkám komunikačního procesu: tomu, kdo komunikačními prostředky manipuluje, kdo je ovládá, a pak charakteru těchto prostředků samých, případně v těchto souvislostech i obsahu a charakteru komunikovaných informací. Příjemce informací zde bývá uvažován většinou pouze jako objekt vystavený jednostrannému toku informací, jako produkt podmínek a kulturních vlivů, komunikačními prostředky vytvořených a realizovaných. E. Fromm poukazuje na to, že člověk se stává pomocí těchto prostředků předmětem manipulace

i ve sféře spotřeby, že i v této oblasti ztrácí svobodu volby.

Je však nutno zdůraznit funkci a aktivní roli subjektu alespoň ve dvou směrech.

Úvahy o vzniku masové kultury uvádějí dvě základní skupiny předpokladů: celkovou změnu charakteru společnosti ve směru její demokratizace a technický progres, vznik nové technologie, která umožnila vznik prostředků masové komunikace.

Nové společenské podmínky, v nichž člověk žije, však bezpochyby významně ovlivňují i oblast sociopsychologickou a jistě postupně působí i na jednotlivé psychické vrstvy osobnosti člověka. Vytvářejí tedy i z hlediska subjektu předpoklady pro potřebu kultury nového typu, odpovídající novým podmínkám, novému životnímu stylu. Člověk v moderním světě pravděpodobně potřebuje typ kultury determinovaný existencí masových komunikačních prostředků a proto jej stále více preferuje.

Aktivita člověka jako konzumenta kultury se uplatňuje konkrétně i v tom, že z nepřetržitého toku informací, z velké kulturní nabídky, která je denně realizována různými komunikačními prostředky, volí, co přijme, co „spotřebuje“. První volba z celého kulturního bohatství zůstává ovšem vyhrazena jednotlivým komunikačním prostředkům a společenským skupinám, které jimi disponují. Druhou volbu realizuje však její příjemce sám.

A zde se dostáváme ke kritériu, na jehož základě byl ve výzkumu kulturní konzumpce uplatněn aspekt masovosti nebo výběrovosti. Výše uvedený komentář považujeme za nutný k ozřejmění skutečnosti, že jsme si vědomi uplatnění pouze dílčího přístupu k složité problematice. V uvedeném výzkumu jde právě o onen moment aktivity subjektu, který se uplatňuje při kulturní volbě, při zaměření na ten či onen typ kulturní konzumpce.

V tom smyslu je tedy uvažován jako výchozí kritérium pro posouzení charakteru kulturní konzumpce způsob šíření jednotlivých uměleckých děl, jejich dosažitelnost, snadnost přístupu k nim a míra osobní aktivity, kterou příslušný konzum vyžaduje.

Přitom tato „dosažitelnost“, snadnost přístupu či míra aktivity není dána jen technicky, rozšířením určitých kulturních prostředků masovostí nabídky, ale také

tím, že v daleko větší míře tu působí i popularizace děl šířených masovými prostředky. Konzument může prostřednictvím svého okolí a informačních prostředků, s nimiž přichází denně do automatického kontaktu, získávat daleko snadněji informace o dílech konzumovaných masově (jako je tomu např. u filmu) než informace o umělecké výstavě, koncertu vážné hudby apod.

Na tomto základě věnuje výzkum odděleně pozornost třem typům kulturní konzumpce: 1. konzumu realizovaném prostřednictvím masových prostředků, především filmu, který zaujímá v kulturní konzumpci mládeže zvláštní místo, 2. četbě knih jako samostatnému typu, který může mít charakter jak masového, tak výběrového konzumu, a konečně 3. výběrovému konzumu, v jehož rámci byla sledována návštěvnost divadel, výstav, koncertů a večerů poezie. Byla hledána odpověď na otázku, jaký poměr zaujímá v celkové konzumpci umění u vysokoškoláků konzumpce prostřednictvím masových komunikačních prostředků, a zda jsou nějaké významné odlišnosti pokud jde o charakter konzumu v jednotlivých skupinách vysokoškoláků, které by opravňovaly k jejich typologickému odlišení.

Kritérium „masovosti“ či „výběrovosti“ je ovšem jen hrubě odlišujícím kritériem pro posuzování intenzity kulturního zájmu. Při zkoumání kulturní konzumpce je třeba brát v úvahu i některá další hlediska.

Především i uvnitř kultury, šířené stejným typem komunikačních prostředků (v našem případě prostředky masové komunikace), existují vedle obecných, společných rysů specifika jednotlivých kulturních oblastí. Sociokulturní teorie, které aplikují na oblast kultury poznatky z teorie informací, upozorňují tu na odlišnosti podle povahy jednotlivých komunikačních okruhů kultury (kulturních kanálů), tj. podle fyzické povahy sdělení, která jsou vysílána (např. hudba, zvuk na rozdíl od tištěného slova). To jsou faktory, jejichž vliv na aktivitu konzumenta zůstává ještě otevřenou otázkou. Většina poznatků však shodně potvrzuje vliv komunikačních prostředků nejen na to, co je komunikováno, ale i na to, co je konzumenty přijímáno.

Mimoto se u jednotlivých druhů kulturní konzumpce uplatňují i různé jiné

faktory, např. faktory psychické. Je rozdíl mezi kulturní konzumpcí, která probíhá ve skupinách (jako je tomu u filmu) a mezi konzumpcí individuální, která je typická např. pro četbu knih.

Musíme rovněž vzít v úvahu, že kulturní aktivita konzumenta je omezena nejen na aktivitu volby, ale i na aktivitu kulturní konzumpce samé, která je opět mnohonásobně determinována. Je determinována faktory souvisejícími jak se sociálním postavením konzumenta, s charakterem jeho práce, s psychickou stránkou jeho osobnosti a s jeho hodnotovou orientací, tak s konkrétní sociální a osobní situací. Je determinována charakterem díla, které může vyžadovat podle své obsahové i formální náročnosti různý stupeň aktivity konzumenta, bez ohledu na to, jakým typem komunikace je zprostředkováno. J. Volek v *Základech obecné teorie umění*¹ poukazuje na to, že vzhledem k mnohoznačnosti uměleckého díla, které může nabývat stále nových významových vrstev, je proces konzumu, tj. příjem informace vložené do díla, procesem vysoce selektivním, při němž se realizují vždy jen některé stránky díla.

Výsledky výzkumu

Po těchto obecných teoretických úvahách můžeme přikročit k posouzení konkrétních výsledků, které výzkum studentů přinesl. Výzkum zaměřil na prvním místě pozornost na vztah vysokoškolské mládeže k filmu, dále se zabýval participací studentů na uměleckých pořadech vysílaných rozhlasem a televizí, a zvláštní pozornost věnoval četbě beletrie a vlivu kulturních časopisů. V oblasti hudby ověřoval pouze hypotézu o obecné oblibě džezové hudby mezi mládeží, neuvažoval však speciálně vliv gramofonové desky, která je stále častěji zařazována rovněž mezi prostředky masové komunikace. Zde jsme však nepředpokládali — vzhledem k značné finanční náročnosti — obecnou přístupnost a masový vliv.

Než se budeme zabývat jednotlivými oblastmi masové kulturní konzumpce, všimneme si nejprve několika dat, která charakterizují celkovou kulturní konzumpci zkoumaného souboru. Ze souhrnných čísel kulturního konzumu ve třech zá-

¹ SPN, Praha 1968, s. 198n.

kladních sledovaných oblastech je patrné, že studenti navštívili za měsíc, v němž byl konzum sledován, podstatně více filmových představení než všech ostatních kulturních podniků dohromady, a také viděli za tuto dobu více filmů, než přečetli knih. Z celkového počtu 3565 absolvovaných kulturních podniků (případně přečtených knih) připadá na filmová představení 38,8 %, na divadla, koncerty (včetně džezových), výstavy a večery poezie dohromady 31 % a na přečtené knihy 30,2 % z této celkové sumy, která představuje vysokou průměrnou konzumpci 8,5 kulturních podniků za měsíc, nepočítaje v to konzumpci realizovanou prostřednictvím rozhlasu a televize. V celém výběrovém souboru pražských vysokoškoláků se vyskytla pouze necelá 2 % respondentů s nulovým konzumem ve zkoumaném období.

Jak je patrné z výše uvedených čísel, nejvíce studentů navštívilo ve sledovaném měsíci *filmové představení*. V průměru připadají více než tři návštěvy na osobu a dosáhla jej téměř čtvrtina souboru. Maximální počet návštěv kina za měsíc byl deset. Pouze kolem 4 % studentů nebylo v daném období v kině vůbec. Podíl jednotlivých oborů na celkovém počtu návštěv, právě tak jako podíl mužů a žen, odpovídá plně jejich procentuálnímu zastoupení v celém souboru. Celková návštěvnost kina u studentů několikanásobně převyšuje celostátní průměr, což se shoduje s výsledky zjištěnými výzkumem i u jiných skupin mládeže. Studentskou mládež můžeme tedy na základě získaných poznatků charakterizovat jako mládež chodící do kina. Podle těchto poznatků nemají opodstatnění úvahy některých západních sociologů o upadajícím vlivu kina na mládež a o ztrátě masového charakteru filmu. Film zde zůstává stále významným předmětem kulturních zájmů a oblíbenou činností ve volném čase. To má — vedle snadné dostupnosti filmu — jistě i své specifické příčiny, související s psychikou mládeže. Jednak představuje film kulturní činnost realizovanou kolektivně mimo domov s partnerem nebo s kamarády. Tato okolnost může hrát v oblibě filmu u mládeže stejnou roli, jakou hraje v oblibě televize u starších věkových skupin fakt, že přichází za divákem až do jeho domova a že ji lze sledovat v rodinném kruhu.

Významnou roli zde bude hrát jistě i zvláštní charakter filmu. Francouzský sociolog E. Morin jej charakterizuje jako prostředek, který představuje směs imaginace a reality, který zahrnuje celou oblast reálného světa i celou oblast imaginárního světa a který snáší největší počet možných uměleckých forem. J. Mitry upozorňuje na specifickou komunikační působnost filmu, na fascinující a apelující účinek jeho zvukové obrazné řeči. Je nepochybné, že tyto jeho vlastnosti odpovídají velmi dobře psychickým potřebám mládeže.

Při zjišťování, kolik studentů sleduje *umělecké pořady v rozhlasu a televizi*, bylo postupováno poněkud jiným způsobem. Dotaz byl formulován adekvátně charakteru obou sdělovacích prostředků. Výběrová otázka dávala možnost tří odpovědí: *nesleduje* — *sleduje občas* — *sleduje nejméně jedenkrát týdně*. Odpovědi ukázaly, že zhruba jedna čtvrtina posluchačů nehumanitních oborů (23,5 %) a jedna třetina posluchačů humanitních oborů (19,3 %) nikdy nesleduje rozhlasové umělecké pořady. Podobný podíl (27,1 % a 21,1 %) ukazuje procento těch, kteří nesledují tyto pořady v televizi. Studenti humanitních oborů jsou zastoupeni větším procentem mezi pravidelnými posluchači uměleckých pořadů rozhlasu (37,8 %) i televize (50 %) než studenti oborů nehumanitních (24,2 % a 33 %). Ženy sledují tyto pořady pravidelněji a častěji než muži.

I když odlišná formulace dotazu neumožňuje přesné porovnání s výsledky získanými u filmu, lze soudit, že rozhlas a televize jsou sice u zkoumaných studentů prostředky v celkovém kulturním konzumu častěji frekventované, ale co do rozšířenosti zůstávají přesvědčivě za filmem, který si v tomto smyslu zachovává i mezi studující mládeží stále primát.

Pokud se týká frekventovanosti, jistě tu hraje důležitou roli i faktor času, především z hlediska technické možnosti jeho bezprostředního využití.

K nejrozšířenějším uměleckým prostředkům ovlivňujícím významně podstatnou většinu všech respondentů patří vedle filmu, rozhlasu a televize i *kniha*. Různá fakta o četbě krásné literatury za zkoumané období uvedlo zhruba 77 % mužů a 95 % žen. Ženy tedy četly podstatně více než muži; podílejí se na uvedeném počtu

knih 43,7 %, ačkoliv jejich podíl v celém souboru činí 32,6 %. Tento vysoký rozdíl se týká především oborů nehumanitních, u humanitních oborů představuje pouze okolo 3 %. Celkově připadlo na muže 2,13 přečtených knih a na ženu 3,43 knih za měsíc — počítáno z celého souboru, tedy včetně nečtenářů.

Podle počtu přečtených knih i podle počtu čtenářů, kteří se na této četbě podíleli, lze i v tomto případě hovořit o masové konzumpce.

Náš výzkum tak potvrzuje známá fakta jak o technicky i hospodářsky snadné dostupnosti knihy v našich podmínkách (máme zde na mysli nejen hustou síť půjčoven, ale i poměrně vysoké náklady knih a nízké ceny), tak i o tom, že kniha u nás stále významně působí na mládež a zachovává si v tomto smyslu své místo vedle masové rozšířených prostředků audiovizuálních.

Přes uvedená fakta jsme zařazení beletrie do masové nebo výběrové kultury v našem výzkumu nepovažovali za jednoznačné. „Masovost“ nebo „výběrovost“ konzumu se zde může velmi výrazně lišit podle druhu beletrie. Pro posuzování konzumpce knih jako konzumpce masové by v tomto případě svědčil jak počet přečtených knih, který se v našem případě přibližoval více celkové konzumpci filmu než konzumpci jednotlivých podniků výběrové kultury, tak vysoká obliba detektivek, kterou většina studentů uvedla v čele žebříčku oblíbených druhů četby. Kontrola podle přečtených titulů však ukázala, že nebyly četbou převažující.

Důvody obliby četby beletrie, které studenti uvedli, se vázaly vesměs na individuální potřeby osobnosti a svědčily o odlišnosti přístupu k beletrii od přístupu k filmu, u něhož studenti zdůrazňovali jako důvod obliby především jeho zábavnost. Obsahová analýza a vzájemná konfrontace odpovědí na různé otázky také ukázala, že konzumpce beletrie, a to právě takových druhů a titulů, které představují náročnou četbu, doplňuje převažující konzumpci filmu u některých skupin studentů, které často uváděly nedostatek času jako překážku plného uspokojování kulturních zájmů.

Na základě všech těchto poznatků, které v podstatě odpovídají názorům sociologů

masové kultury o příslušnosti knihy k prostředkům masové komunikace, jsme při operacionalizaci výzkumu pro konkrétní odlišení jednotlivých skupin studentů podle intenzity jejich kulturních zájmů uvažovali četbu beletrie jako samostatný ukazatel — vedle konzumpce filmu a těch kulturních prostředků, které jsme zahrnuli pod pojem výběrové kultury.

Pro doplnění charakteristiky vztahu studentů k masové kultuře si krátce všimneme ještě dvou oblastí kulturního zájmu, jichž se výzkum dotkl. První z nich patří do oblasti tisku a týká se *četby kulturních časopisů*. Zajímal nás tu jak celkový počet čtených časopisů, tak jejich druh. Výsledky potvrdily značný vliv kulturních časopisů. Třetina posluchačů a zhruba polovina posluchaček nehumanitních oborů a rovněž polovina všech posluchačů oborů humanitních (mužů i žen) sleduje pravidelně nejméně dva kulturní časopisy. Ženy jsou tedy i v tomto případě častějšími čtenářkami než muži. Výsledky rovněž ukázaly soustředění zájmu na ty časopisy, které nejsou zaměřeny úzce odborně, ale zabývají se i problémy kulturně politickými v nejobecnějším slova smyslu. To se týká na prvním místě Literárních novin, které četly téměř dvě třetiny všech respondentů.

Druhou oblastí, které si výzkum povšiml pro doplnění charakteristiky kulturního zaměření studentů, byla *džezová hudba*. Výzkum chtěl získat celkovou informaci o její popularitě a oblibě mezi studenty. Výsledky plně potvrdily hypotézu o mimořádné oblibě tohoto hudebního žánru mezi mládeží. Maximálně 5 % studentů podle sledovaných oborů odpovědělo na otázku, zda mají rádi džezovou hudbu, negativně. Velká většina zodpověděla tuto otázku pozitivně (64,4 % až 81 %), zbytek odpovědí byl neutrální. Tyto výsledky samy o sobě tedy pouze dokumentovaly známá fakta. Zajímavější jsou po té stránce odpovědi studentů na některé otevřené otázky týkající se vztahu k umění. Pokud se některé z těchto odpovědí dotkly džezové hudby, lze z nich hypoteticky usuzovat, že velká část studentů preferuje klasický džez před novými proudy v džezové hudbě. V tomto směru dávají získané výsledky podnět pro speciální výzkum v této oblasti. Stejně tak by zkoumání diferenciací v oblibě různých džezových žánrů mezi různými věkovými i sociopro-

fesionálními skupinami mládeže pravděpodobně ukázalo zajímavé odlišnosti.

Fakta o frekvenci kulturního konzumu, která jsme výše uvedli, nestačí sama o různé kulturní oblasti. Motivy konzumpce mohou být v jednotlivých případech o různé kulturní oblasti. Motivy konzumpce mohou být v jednotlivých případech různé, mohou představovat nejen vážný kulturní zájem, touhu po poznání nebo silných zážitcích, ale také pouhou snahu nějak strávit volný čas. Sama konzumpce může pak s různým stupněm psychické účasti recipienta nabývat různých forem. Ze skutečnosti, že mládež navštěvuje často kino, přečte značný počet knih a časopisů, sleduje pravidelně umělecké pořady v rozhlasu a televizi, nelze usuzovat ani na sílu vlivu, které na ni tyto prostředky vykonávají, ani na charakter tohoto vlivu.

Na jeden zajímavý problém v této souvislosti upozorňuje J. Volek ve výše citované práci. Přestože je kulturní konzumpce u mládeže mimořádně velká, její znalosti tomu neodpovídají. Výsledky ze středních škol po této stránce bývají přímo zdrcující. J. Volek vidí důvod v jednostranně emocionální, „zážitkové“ formě vnímání uměleckých děl. Tyto zážitky sice svým způsobem člověka citově obohacují a myšlenkově přetvářejí, chybí však přitom jasné intelektuální uchopení, prosvětlení a upevnění zážitku a tím i vědomé posílení oné přetvářecí funkce.

Navozuje se zde tedy celý okruh problémů, jejichž zkoumání zasahuje do různých oblastí, především do oblasti psychologie, a nelze je vyřešit jediným výzkumem. Je však třeba je respektovat při posuzování pouze jedním aspektem zjištěných faktů.

Frekvence a obliba v kulturní konzumpci

Náš výzkum vysokoškolských studentů se zaměřil na jeden z takových problémů. Pokusil se zjistit, zda vztah respondentů k jednotlivým uměleckým oborům je v souladu se zjištěnými fakty o frekvenci, a jaké zde existují rozdíly pokud se týče těchto jednotlivých oborů. Podnět k tomu daly zkušenosti z některých cizích výzkumů činností mládeže ve volném čase, které shodně potvrzují rozdíly mezi frekvencí a oblibou jednotlivých činností (např. polský výzkum).

Tuto zkušenost potvrdil i náš výzkum. Na otázku „Které umění máte nejraději,

a proč?“ konkrétně odpovědělo 78 % všech respondentů, 22 % odpovědělo nerozhodně. Analýzou těchto odpovědí jsme zjistili, že nejvíce mužů studujících nehumanitní obory uvedlo jako nejoblíbenější umění hudbu, pak literaturu a teprve na třetím místě suverénně nejčastěji frekventovaný film. Podobné výsledky daly i odpovědi žen, u nichž se film dostal dokonce až na čtvrté místo na žebříčku obliby — za hudbu, divadlo a literaturu.

U podsouboru studujících humanitních oborů jsme mohli konstatovat u mužů vcelku soulad obliby s frekvencí, film se dostal do čela žebříčku obliby před literaturou a divadlo; u žen však byly výsledky obdobné jako u oborů nehumanitních — film byl v celkových výsledcích zařazen až na čtvrté místo za divadlo, literaturu a hudbu.

Rozdíly v oblibě podle studovaných oborů tu nelze jednoznačně zjistit pro poměrně malou velikost těchto podsouborů, hypoteticky však lze podle výsledků usuzovat, že obliba různých umění souvisí se studovaným oborem.

Ze zjištěných rozdílů mezi frekvencí a oblibou v kulturní konzumpci vyplývá, že návštěvnost kulturních podniků v mnohých případech silněji ovlivňuje řada jiných faktorů, než je obliba nebo zájem. U masových komunikačních prostředků vystupuje jasně do popředí význam jejich technické i finanční dostupnosti a v mnohých případech jistě i menší nároky na množství času potřebné k jejich využívání.

Na výsledcích v oblasti hudby, kde se ukázaly u respondentů největší rozdíly mezi frekvencí a oblibou, budou mít masové komunikační prostředky zřejmě rovněž svůj podíl. Výzkum sledoval — vzhledem k celkovému záměru — pouze návštěvnost koncertů. Konzumpce hudby se však dnes zdaleka neváže jen na koncertní síně. Významnou úlohu tu mají rozhlas, televize a také gramofonová deska.

Zajímavé jsou důvody obliby u jednotlivých typů kulturní konzumpce, které studenti uváděli. Zatímco u divadla, koncertů a uměleckých výstav to byla jejich funkce a hodnoty, které přinášejí, tedy vlastní obsah sdělení, u filmu je to vesměs forma, již je toto sdělení tlumočeno, způsob konzumpce. U četby beletrie se objevily v odpovědích oba aspekty přístupu. Byla zdůrazňována jak funkce krásné

literatury, její význam pro vzdělání, její etické a estetické hodnoty, tak způsob konzumpce, to, že četba není omezena místem, není vázána na kolektivní konzum a nevyžaduje určité množství volného času, který musí být najednou k dispozici. U filmu uváděli studenti jako důvod obliby především jeho přístupnost, pohodlný konzum.

Tyto poznatky potvrzují význam masové přístupnosti kulturních prostředků, současně však naznačují i možné meze jejich vlivu. Konzumenti přistupují v tomto případě k různým prostředkům kulturní komunikace záměrně, s vědomím jejich kvalitativní odlišnosti, s vědomím toho, co jim tyto prostředky mohou nebo chtějí dát a co oni sami od nich v různých situacích požadují.

Důvody vysoké frekvence umění podávaného masovými komunikačními prostředky osvětlil náš výzkum ještě z jiného zorného úhlu.

Ptali jsme se respondentů na *překážky*, které jim brání v plném uspokojování jejich kulturních zájmů. Jako daleko nejvýznamnější se tu ukázal nedostatek finančních prostředků, který uvedlo 64,8 % mužů a 61,4 % žen z celého souboru, na druhém místě pak studium, a tedy nedostatek času. Je jasné, že obě uvedené překážky postihují různé typy konzumpce nestejnou měrou. Omezené finanční možnosti studentů a mnohých kategorií mládeže vůbec podporují frekvenci těch kulturních prostředků, které jsou po této stránce méně náročné. Totéž se týká i faktoru času, který u studentů hraje zvlášť významnou roli ve zkouškových obdobích a v závěrečném ročníku studia.

Vliv skupiny na realizaci kulturních zájmů

Zatím jsme se zabývali determinujícími faktory kulturní konzumpce z hlediska přístupu a situace jednotlivých členů zkoumané skupiny. Důležitým determinujícím činitelem však zde je i zkoumaná skupina sama, její charakter, její funkce.

O skupinovém vlivu v této oblasti svědčí řada teoretických poznatků v oblasti sociální komunikace, ověřených různými výzkumy, především výzkumy sociometrickými. Tyto poznatky se týkají v podstatě dvou skutečností. Především toho, že v každé skupině existují osoby s rozho-

dujícím nebo významným vlivem na ostatní členy skupiny, které působí jak na výběr, tak na interpretaci kulturních sdělení u ostatních členů skupiny (teorie dvoustupňové komunikace). Uplatnění této teorie lze oprávněně předpokládat právě v takových skupinách, jako jsou různé skupiny mládeže. V našem výzkumu uvedlo v jednotlivých podsouborech devadesát i více procent studentů, že diskutují o umění se svými přáteli. Naproti tomu, pokud se týče diskusí s učiteli ve škole, jsou čísla, která jsme obdrželi, podstatně nižší a u nehumanitních oborů prakticky zanedbatelná. Lze předpokládat, že tyto vlivy hrají právě u kulturní konzumpce prostřednictvím masových komunikačních prostředků (právě vzhledem k jejich masovému charakteru) větší roli než u prostředků kultury výběrové, jejichž vliv má vzhledem k podstatně omezenějšímu okruhu příjemců i omezenější možnosti přímého i nepřímého uplatnění.

Z poněkud jiného hlediska lze uvažovat o významu skupiny pro kulturní konzumpci na základě poznatků teorie kulturní dynamiky o funkci sociálního pole. Zde se poukazuje na rozdíl v recepci kulturních obsahů a v reakci na ně mezi izolovaným individuem a člověkem v kolektivu. Reakce individua je vázána na jeho okolí, které determinuje jeho způsob vnímání. Řešení tohoto problému spadá však i mimo oblast sociologie a úvahy o něm v souvislosti s výsledky výzkumu vedou spíše k novým otázkám a podnětům než ke konkrétním závěrům. Především zde vyvstává otázka struktury sociálního pole v jednotlivých konkrétních případech a sama jeho širší společenská podmíněnost.

Existuje však ještě jiný, méně přímý a méně bezprostřední vliv skupiny, který má při realizaci těch či oněch kulturních zájmů a při utváření vztahu ke kulturním hodnotám zvláštní význam. Jde o *vliv skupiny na hodnotovou orientaci* jejich příslušníků. Reakce individua na kulturní podněty, jeho výběr z kulturní nabídky, mnohonásobně přerůstající jeho časové i technické možnosti, může být do značné míry nahodilý; jeho celková kulturní konzumpce, realizace kulturních zájmů se může skládat z různých prvků fragmentární povahy. To, co je spojuje v určitý více či méně jednotný systém, který lze

charakterizovat jako kulturní zaměření jednotlivce, je výsledkem konfrontace hodnot, které tyto kulturní prostředky tlumočí, s hodnotovým systémem individua, a na tomto základě pak jejich přijetí či odmítnutí. Lze vycházet z poznatku, že zvláště mezi mládeží je hodnotový systém jednotlivce skupinou výrazně ovlivněn. Mnozí sociální psychologové tu považují vliv skupiny za tak silný, že může hodnotovou orientaci jejich příslušníků a na jejím základě i jejich kulturní orientaci zcela změnit. Pochopitelně se tu také uplatňuje buď přímo nebo opět prostřednictvím skupiny vliv společenské situace a společenských podmínek, v nichž jednatel žije.

Vliv skupiny tedy nebude ovlivňovat pouze konkrétní kulturní volbu, ale bude se uplatňovat — a to nepochybně významněji — v této obecnější podobě. V tomto smyslu není již vázán na ten či onen druh kulturní konzumpce.

Stejně tak nelze pouze z preference určitého typu konzumu (masového nebo „výběrového“) usuzovat na hodnotovou orientaci jednotlivce, ani na jeho náročnost pokud se týče estetických a uměleckých hodnot. Právě u masově frekventovaného filmu — jehož charakter ostatně prodělává změny, vedoucí k pochybnostem samotných filmových tvůrců o tom, zda je ještě uměním pro masu — jsme u zkoumání studentů zjistili, že velká umělecká díla právě z oblasti filmu byla vedle děl z krásné literatury nejčastěji uvedena mezi těmi, která na studenty během studia zvláště silně zapůsobila.

Závěry

Na počátku této stati jsme uvedli, že výzkum směřoval — z určitého zorného úhlu — k celkové kulturní charakteristice studujících nehumanitních oborů a k jejich typologickému rozdělení podle intenzity kulturních zájmů a vztahu k umění. I když se zde nemůžeme zabývat podrobnými závěry, k nimž v tomto směru výzkum dospěl,² všimněme si v souvislosti s naším tématem alespoň toho, nakolik se preference masové nebo výběrové kultury na výše uvedeném pojetí ukázala být faktorem odlišujícím jednotlivé skupiny

studentů navzájem. Význam tohoto kritéria se ve výsledcích výzkumu plně projevil, i když poněkud v jiné podobě, než jak to projekt výzkumu hypoteticky předpokládal. Zjistili jsme, že v konzumpci masové kultury tvoří zkoumaní studenti — a to bez ohledu na oba základní podsoubory (nehumanitní a humanitní obory) — v podstatě homogenní celek. Odlišují se teprve tam, kde jde o výše uvedené oblasti výběrové kultury, na něž se zaměřil zájem pouze některých skupin studentů; u některých pak jejich konzumpce převyšovala konzumpci kultury prostřednictvím masových komunikací. V tomto smyslu se tedy nosnost a správnost odlišení obou typů konzumpce při hodnocení kulturní aktivity a intenzity kulturních zájmů potvrdila.

Výsledky výzkumu ukázaly na některé zajímavé problémy, které by si zasloužily pozornosti v dalších výzkumech v oblasti masové kultury a kulturních zájmů.

Rozdíly, které výzkum zjistil v kulturních zájmech pražských vysokoškoláků, vedou k závěru, že i uvnitř homogenních věkových skupin je nutno zkoumat kulturní zájmy mládeže strukturovaně, podle různých kritérií. V našem výzkumu se projevil jako nejvýraznější odlišující faktor sociální původ respondentů, posuzovaný však nepřímou, podle vzdělanostní úrovně rodiny.

Z výzkumu rovněž vyplývá, že dichotomické dělení na pracující a studující mládež, uplatňované v mnoha kulturních výzkumech, není dostačující a takto získané výsledky mohou skutečnost zkreslit. Výzkum vedl k hypotéze, že kulturní zájmy a potřeby studentů se liší — v horizontálním slova smyslu — podle studovaného oboru. Pro podobné výzkumy mezi mládeží se tedy ukazuje žádoucí konfrontace vlivu vyplývajícího z charakteru profese (např. technické obory) s těmi vlivy, které vyplývají z charakteru práce bez ohledu na profesi (student — dělník).

Tyto i jiné faktory budou ovšem mít v různých kulturních oblastech různý význam. Lze předpokládat, že ve vztahu ke kulturním důlům šířeným prostředky masových komunikací se budou tyto rozdíly nejvíce stírat, i když vývoj těchto prostředků samých, změny v jejich funkci

² Obsáhlejší práce o výzkumu, která se bude podrobně zabývat i otázkami metodickými, vyjde pod titulem *Vztah vysokoškolské mládeže k umění*

v sociologické edici Ústavu sociálně politických věd University Karlovy v Praze.

nebo i postupná diferenciací způsobů, jakými budou realizovat svou kulturní funkci, nevylučuje i působení jiným směrem než k pouhé „homogenizaci“ konzumentů. Bylo na to už poukázáno v souvislosti s filmem.

Vliv charakteru práce — v různých oborech — na kulturní zájmy se uplatňuje i tím, že umožňuje různé rozdělení práce a volného času a tak do značné míry vymezuje i možnosti pro ten či onen druh kulturní konzumpce. Máme tu na mysli různý pracovní rytmus dne, týdne i roku u různých kategorií. U takových socio-profesionálních skupin, jako jsou studenti, je tento vliv zvláště výrazný a náš výzkum jej plně potvrdil.

Další významný faktor vztahující se k vlivu různých uměleckých druhů a oblíbenosti různých komunikačních prostředků při realizaci kulturních zájmů je faktor generační. Jemu věnovala pozornost již řada výzkumů, u nás především v oblasti hudby (výzkumy J. Kasana a V. Karbusického). Názory na působení tohoto faktoru se však diametrálně liší — od těch, které akcentují jeho význam až po ty, které zastávají stanovisko stírání generačních rozdílů v kulturních zájmech různých věkových vrstev.

Masové komunikační prostředky jsou uváděny jako jeden z činitelů, který tím, že zasahuje mládež i dospělé, působí ve směru stírání generačních rozdílů v kulturní orientaci různých věkových vrstev společnosti. Nabízí se tu opět otázka, zda se generační faktory uplatňují ve všech kulturních oblastech stejně, nebo zda v některých oblastech, např. v hudbě, vystupují rozdíly v kulturním vkusu generací do popředí více než v jiných oblastech, například v literatuře. Domnívám se, že lze takovéto rozdíly v uplatnění generačních faktorů předpokládat a že by si zasloužily zvláštní pozornosti výzkumníků.

Poslední otázka, kterou bych chtěla na základě výsledků výzkumu studentů zvláště zdůraznit, je otázka vazby obecně hodnotové a kulturní orientace a jejího vlivu na diferenciaci kulturních zájmů a utváření vztahu ke kulturním a uměleckým hodnotám u různých skupin společnosti. Preference těchto spisovatelů a filmových tvůrců, společná obliba děl určitého zaměření a podobné poznatky, které vyplývají z výsledků kulturních výzkumů

různých skupin mládeže v různých zemích bez ohledu na jejich společenský systém. Jsou mimořádně významným fenoménem, který by se mohl stát zajímavým předmětem společného výzkumu sociologů mládeže různých evropských zemí.

Резюме

Либуше Малицка: Отношение молодежи университетов к искусству

Статья знакомит нас с результатами исследования среди пражских студентов. Исследование, занимавшееся интересами студентов естественно-научных и технических специальностей, в особенности их отношением к искусству также было направлено и на проблемы массовой культуры.

Исследование было реализовано в 1965—1966 учебном году в пражских высших учебных заведениях между слушателями подобранных профессий четырех негуманных и двух гуманитарных факультетов (студенты гуманитарных профессий были зачислены в исследование как контрольная группа). Всего в исследование входило 420 слушателей третьего года обучения. Женщины представляли приблизительно одну треть группы.

При реализации исследования был применен целый ряд дополнительных методов и процедур. Как основа была избрана типологическая процедура. Как основная техника наблюдения применялась техника управляемого опросного листа, дополненная изучением объективного материала, а частично и прямым наблюдением.

Цель исследования заключалась в установлении общей культурной ориентации студентов, интенсивности и структуры их культурных интересов, средств и форм, которыми эти интересы реализуются. В этом направлении исследованием отдельно уделялось внимание культурной конзумции, реализованной средствами массовой коммуникации и конзумции при помощи средств, не имеющих массовой характер.

Из этого угла зрения в исследовании говорится о конзумции массовой культуры или конзумции той части культуры, которая была обозначена как отборная культура. При оценке «массовости» или «отборности» речь не шла о применении оценивающих критериев по отношению к содержанию культурных сообщений, распространяемых различными средствами, но о применении определенного методического подхода, исходящего из обстановки конзумента по отношению к обоим типам коммуникации. В этом смысле принимается во внимание способ распространения художественных произведений, их доступность, нетрудность подхода к ним, следовательно и мера личной активности, которая должна быть израсходована со стороны конзумента, как исходный критерий для оценки характера культурной конзумции.

На этом основании уделяет исследование отдельно внимание трем типам культурной конзумции. Потреблению, реализованному посредством массовых средств, прежде всего

фильма, чтения книг (как самостоятельному типу, который может иметь характер как массового, так и отборного потребления) и отборному потреблению (в рамках которого наблюдалось посещение театров, выставок, концертов и вечеров поэзии).

Критерий «массовости» или «отборности» является только грубо отличающим критерием для оценки интенсивности культурных интересов. Необходимо брать во внимание и специфику отдельных культурных областей, различные факторы как психические, так и социально-психические и т. д.

Из итоговых результатов культурного потребления в трех основных наблюдаемых областях вытекает, что студенты за один месяц посетили всего 3565 культурных предприятий (или прочитали книг), что и представляет высокую среднюю конзумпцию 8,5 культурных предприятий за месяц, не включая в то конзумпцию, реализованную посредничеством радиопередачи и телевидения. Из указанного количества 38,8% приходится на посещение кино, 30,2% на количество прочитанных книг и 31% на остальные культурные конзумпции (посещение театров, концертов, выставок, вечеров поэзии). Художественная программа посредничеством радиопередачи и телевидения изучалась в отдельности. Хотя эти средства в общем культурном потреблении студентов очень часто посещались, однако что касается распространенности они убедительно остаются за фильмом.

Далее исследование было направлено и на установление, если отношение респондентов к отдельным художественным областям находится в согласии с установленными фактами о посещаемости. Из установленных разниц между посещаемостью и увлечениями в культурной области вытекает, что на посещаемость культурных предприятий во многих случаях влияет более сильное ряд иных факторов нежели увлечение или интерес. У массовых коммуникационных средств занимает ясно первое место значение их технической и финансовой доступности, а во многих случаях и меньше притяжения на количество времени, которое требует их утилизация.

Знаменательно при реализации культурных интересов применяется и влияние соответствующей группы студентов. Влияние группы не влияет только на конкретный выбор, но находит себе применение несомненно более знаменательное — в более общем подобии — воздействию на общую ценностную ориентировку их членов, и на ее основании потом на их культурную ориентировку.

Что касается применения критерия предпочтения массовой или отборной культуры в выше указанном понимании, нами установлено, что в потреблении массовой культуры студенты в основном создают однородное целое. Отличаются только там, где речь идет о выше указанных областях отборной культуры, на которые направился интерес только некоторых групп студентов, а именно в различной мере, согласно отдельным студенческим областям, согласно различным социальным детерминатам и далее в зависимости от пола, из социальных детерминант проявилась как самая знамена-

тельная образовательная уровень семьи. Исследованием был открыт вопрос, если генерационные факторы применяются во всех культурных областях одинаково выразительно, или же в некоторых областях (на пример в музыке) появляются разницы в культурном вкусе генераций больше, нежели в иных (на пример в литературе).

Проблемой, заслуживающей особого внимания, является вопрос связности общечеловеческой и культурной ориентировки. Преференции этих же писателей и творцов фильма, совместное увеличение произведениями определенного направления и аналогичные сечения, вытекающие из результатов культурных исследований между различными группами молодежи в различных странах не принимая во внимание их общественную систему, являются чрезвычайно знаменательным феноменом, который мог бы быть интересным объектом совместного исследования социологов молодежи различных европейских стран.

Summary

Libuše Malická: Relation of University Students to Art

The article acquaints us with the results of a research into the interests of university students in Prague, studying natural and technical branches, and especially into their relation to art. In this connection it also deals with problems of mass culture.

The research was carried out in the school-year 1965/1966 at the Prague universities and technical colleges among students studying the selected disciplines at four non-humanitarian and two humanitarian faculties (in this research the students of humanitarian branches were considered as the control group). On the whole, it included 420 students in their third year of study; women formed roughly one third of the sample.

In carrying out the research, a number of complementary methods and procedures were applied. The typological procedure was selected as the basis. The technique of the directed questionnaire, complemented by the study of objective material and partly also by direct observation, was used as the basic observation technique.

The aim of the research was to ascertain the general cultural orientation of the students, the intensity and structure of their cultural interests, and the means and forms of realizing these interests. In this sense the research paid particular attention to cultural consumption realized by the means of mass communication and to consumption mediated by means of non-mass character.

From this standpoint, the research deals with the consumption of mass culture and with the consumption of the part of culture designated as selective culture. In judging the "mass character" or the "selection character", the question was not of valuation criteria in relation to the content of cultural information diffused by va-

rious means, but of realizing a certain methodological approach based on the consumer's situation in relation to both types of communication. In this sense attention is paid to the way of circulating the works of art and to their availability, to the facility of approaching them and thus also to the degree of personal activity on the part of the consumer as a basic criterion for judging the character of cultural consumption.

On this basis the research devotes particular attention to three types of cultural consumption: to the consumption realized by means of mass media, especially the film, to the reading of books (as an independent type which may possess the character of mass consumption as well as that of selective consumption) and to the selective consumption (within the scope of which the rate of attendance at theatres, exhibitions, concerts and evenings of poetry was examined).

The criterion of the "mass character" or the "selection character" is only a roughly differentiating criterion for judging the intensity of cultural interests; it is necessary to take into consideration also the specific features of the separate cultural areas, various psychical and sociopsychical factors, etc.

From the general results of cultural consumption in the three examined basic areas it followed that during the period of one month the students attended altogether 3565 cultural enterprises (or read books); this represents a high average consumption of 8.5 cultural enterprises per month, exclusive of the consumption realized by means of broadcast and television. Of the mentioned number 38.8% fall to the attendance of film performances, 30.2% to the number of books read and 31% to all other cultural consumption (attendance at theatres, concerts, exhibitions, evenings of poetry). Artistic programs communicated by broadcast and television were subject to special investigation. In the general cultural consumption of students these means are attended very frequently; they, however, markedly remain behind the film as concerns their popularity.

One of the further research aims was to discover whether the relation of the respondents to the separate branches of art is in harmony with the ascertained facts concerning the frequency of attendance. From the

ascertained differences between the frequency of attendance and preferences in the cultural area it follows that the attendance at cultural enterprises is in many cases influenced by a number of other factors than are preference or interest. As regards the mass media, their technical and financial accessibility clearly plays an important role as well as, in many cases, lays smaller claims on the length of time required by their utilization. In the realization of cultural interests, the influence of the respective group of students plays a significant part.

The influence of the group not only affects the concrete choice, but doubtlessly asserts itself more significantly in a more general form by affecting the general value orientation.

As regards the application of the criterion of preference of the mass or the selective culture in the above-mentioned conception, we have found that in the consumption of mass culture the students form a substantially homogeneous whole. Their differentiation takes place only where the above-mentioned areas of selective culture become involved. To these the interests of only some groups of students are focussed — to a different extent, according to the separate branches of study, to various social determinants and to sex. From the social determinants it is the educational level of the family that proved to be of greatest importance.

The research opened the question whether generational factors assert themselves with equal intensiveness in all the cultural areas or whether in some areas (e.g. in music) the intergenerational differences in cultural taste come to the fore more markedly than in others (e.g. in literature).

A problem deserving special attention is that of the connection between the general value orientation and the cultural orientation. The preference of the same writers and film producers, the shared popularity of works of a certain orientation and similar findings based on the results of cultural researches among various groups of youth in various countries, regardless of their social system, represent an extraordinarily significant phenomenon which might become an interesting object of international research conducted by sociologists of youth in various European countries.