

## Americká populárna kultúra v digitálnej dobe

Ján Válek

### Abstrakt

Príspevok sa zameriava na americkú populárnu kultúru a jej transformáciu v posledných desaťročiach, kedy prebiehala tzv. digitálna revolúcia. Štúdia dokumentuje procesy, ktorými prešli vybrané sektory americkej populárnej kultúry, prípadne popisuje niektoré nové súčasti, ktoré mohli vďaka novej digitálnej dobe vzniknúť. Pozornosť upriamuje na to, do akej miery ovplyvnil technologický postup tvorbu, šírenie a konzumovanie produktov tejto populárnej kultúry a aké nové trendy sa v nich objavujú. Príspevok taktiež deklaruje to, že populárna kultúra Spojených štátov amerických bola schopná udržať si popredné pozície v globálnom meradle a že ani príchod nových technologických výziev nespomalil jej rast, ba priam naopak poskytol jej nové možnosti, ako sa stále úspešnejšie dostávať do nových krajín a priťahovať ďalších konzumentov z radov rôznych kultúr z celého sveta.

### Kľúčové slová

Americká populárna kultúra, digitálna revolúcia, internet, zdieľanie.

### Úvod

Zmena pôsobí na kultúrne systémy disruptívne. Narúša zaužívané vzory správania, spochybňuje sociálne normy a otvára priestor pre príchod nových spôsobov života a nahradenie tých starých. Zatiaľ čo endogénna zmena je pomalšia a vychádza z vnútra danej spoločnosti, exogénna zmena prichádza náhle z vonkajšieho prostredia. V minulosti sa zmeny v kultúrnych systémoch diali postupnejšie a pomalšie najmä kvôli obmedzenému kontaktu s okolitými kultúrami. S takýmito postupnými zmenami sa kultúry dokážu vyrovnáť, nové vzory prijímajú, odmietnu alebo prispôbia vlastnému systému, čím sa postupne obmieňajú a napredujú.<sup>1</sup>

S príchodom novej digitálnej éry sa však zrýchlili aj procesy globálnych kultúrnych zmien, ktoré sa v dnešnej dobe dejú závažnou rýchlosťou a niektoré kultúry na ne jednoducho nedokážu dostatočne promptne reagovať. Toto zrýchľovanie je podporované predovšetkým najmodernejšími výtvarnými digitálnej doby ako počítače, smartfóny či internet. Tieto novinky umožňujú bezprecedentné prepájanie geograficky vzdialených miest s takou jednoduchosťou a rýchlosťou, že zdieľanie a vymieňanie myšlienok, názorov a postojov sa stáva otázkou

---

<sup>1</sup> Kultúrnou zmenou a jej vplyvom na vývoj kultúry spoločností sa zaoberali už evolucionistickí a difuzionistickí antropológovia ako E. B. Tylor, L. H. Morgan, F. Boas a iní.

niekoľkých sekúnd. Tým pádom sa jednoduchšie šíria unifikované univerzálne hodnoty, a teda sa celý svet postupne globalizuje a formuje sa tzv. globálna dedina. Jedným z hlavných aktérov súčasnej globalizácie výrazne podporovanej a urýchľovanej digitalizáciou všetkých oblastí života sú Spojené štáty americké. Spolu s ostatnými oblasťami, ako napríklad informačno-komunikačné technológie, technologická modernizácia a informatizácia alebo nadnárodné korporácie, je dôležitou súčasťou globalizačnej politiky USA aj ich populárna kultúra založená na kapitalistickom princípe.

Americká populárna kultúra sa začala vyvíjať už veľmi dávno predtým, ako vznikli prvé produkty digitálnej éry a už niekoľko decénií pred digitálnou revolúciou zaujímala popredné miesto z celosvetového hľadiska. S príchodom digitalizácie a informatizácie, ktorá zasiahla všetky oblasti života vrátane populárnej kultúry, sa aj ona musela vyrovnat' s celou škálou nových príležitostí, ale aj ohrození. Hlavným záujmom tohto príspevku je zdokumentovať spôsoby, akými sa americká populárna kultúra adaptovala na nové prostredie digitálneho sveta. Zameriava sa na nové oblasti, ktorých vznik umožnila až digitálna revolúcia (ako sociálne siete alebo streaming), ale tiež na vybrané oblasti, ktorých formu a rozsah digitalizácia výrazne ovplyvnila. V úvode sa stručne venujeme definíciám základných pojmov a následne sa venujeme už konkrétnym vybraným oblastiam americkej populárnej kultúry. Americkej kultúre sa venujeme preto, že je do istej miery všadeprítomná a jej prejavy a produkty vieme nájsť takmer v každej krajine sveta, čím sa dostáva na popredné miesta v globálnom meradle. Samozrejme, treba podotknúť, že ani americká kultúra nie je dominantnou v každom ohľade a v každej sfére. Pre potreby tohto výskumu ale zámerné vyberáme tie oblasti, v ktorých je kultúra Spojených štátov dlhodobo etablovaná a silne zastúpená, pretože na takýchto príkladoch je transformácia odvetví a vplyv digitálnej éry najmarkantnejší.

Metodologicky príspevok vychádza predovšetkým zo štúdia sekundárnych zdrojov, akými sú rebríčky popularity produktov či výsledky hospodárenia spoločností. Dôležitou je tiež historická metóda, na základe ktorej koncipujeme stručný historický vývoj jednotlivých oblastí. Štatistickou metódou zhodnocujeme, do akej miery má v danej oblasti populárna kultúra Spojených štátov prevahu. V tomto bode treba podotknúť, že na preukázanie dominantného postavenia nie je potrebné, aby všetky priečky rebríčkov obsadila iba jedna krajina, dokonca nie je potrebná ani nadpolovičné zastúpenie. Za dominantnú danú kultúru považujeme vtedy, ak má vo vybranej oblasti väčšie zastúpenie, ako ktorákoľvek iná kultúra. Na základe komparatívnej metódy porovnávame dopady a dosah jednotlivých krajín vo vybraných oblastiach populárnej kultúry. V závere pristupujeme k výsledkom holisticky, kedy hodnotíme vplyv digitálnej éry na celkovú formu, dosah a vplyv americkej populárnej kultúry v globálnom meradle.

### **Americká populárna kultúra**

Keďže aj samotný pojem kultúra získal za dekády výskumu niekoľko desiatok definícií nazerajúcich na danú problematiku z rôznych uhlov, nie je tomu inak ani pri pojme populárna kultúra. Vo všeobecnosti ju však môžeme charakterizovať ako súhrn praktík, presvedčení a produktov, ktoré stelesňujú najrozšírenejší význam sociálneho systému. Zahŕňa mediálne produkty, oddych, zábavu, módu, športy, stravovanie, trendy, jazykové zvyklosti a mnohé ďalšie atribúty. Často sa asociuje s masovou kultúrou a kladie do protikladu s vysokou kultúrou (reprezentovanou najmä umelcami a vysoko vzdelanými odborníkmi) a rôznymi druhmi inštitucionálnych kultúr (napr. politická kultúra, akademická kultúra...). Asociácia s masovou

kultúrou nás navádza nahliadať na populárnu kultúru cez prizmu kapitalistickej verzie ekonomickej produkcie. Z tohto hľadiska môžeme za populárnu kultúru považovať komodity produkované kapitalistickými procesmi s cieľom generovať zisk a predávať konzumentom. Naopak asociácia s tradičnou kultúrou vedie k nazeraniu z hľadiska subkultúr, či už subkultúr vekových alebo etnických. V tomto prípade sa pod populárnou kultúrou chápe súhrn praktík umelcov a iných tvorcov kultúry, ktoré vedú k tvorbe vystúpení a artefaktov, ktoré sú prijímané a interpretované publikom v rámci danej subkultúry, ale aj za jej hranicami. Holistické prístupy tieto hľadiská kombinujú a definujú jej začiatok ako kolektívny produkt subkultúry, ktorý je následne prispôsobený trhovým systémom.<sup>2</sup>

Na základe tejto definície populárnej kultúry budeme pre účely tohto výskumu považovať za americkú populárnu kultúru také výtvary a produkty, ktoré boli vytvorené na území Spojených štátov alebo boli vytvorené americkými spoločnosťami v domácom alebo zahraničnom prostredí, stelesňujú a propagujú americký spôsob života a jeho spoločenské, morálne či svetonázorové hodnoty (či už zámerne alebo neúmyselne) a boli primárne vytvorené za účelom kapitalistickej konzumácie širokým spektrom obyvateľstva v rôznych krajinách s cieľom produkovať zisk.

### **Digitálna revolúcia**

Po rozpade Sovietskeho zväzu a ukončení studenej vojny nastala príležitosť pre populárne kultúry rôznych krajín, aby zaujali miesto v celosvetovom rebríčku. Americká populárna kultúra bola však vďaka rôznym faktorom už natoľko etablovaná, rozvinutá, skúsená a pripravená rozšíriť mieru svojho vplyvu, že po otvorení globálneho trhu rýchlo zaujala popredné pozície nielen v štátoch Európy, ale aj v bývalom východnom bloku, samotnom Rusku či Číne. Tým potvrdila svoje elitné postavenie a začala pracovať na upevňovaní svojho vplyvu a pozície na globálnej úrovni, čo sa jej v nasledujúcich desaťročiach aj značne úspešne darilo.<sup>3</sup>

Digitálna revolúcia so sebou priniesla ráznu transformáciu spôsobu, akým sú informácie skladované, triedené, sprístupňované a prenášané medzi užívateľmi. Základným predpokladom pre túto revolúciu bol vznik internetu. Ten vznikol prvýkrát ako sieť slúžiaca pre komunikáciu výskumných a obranných inštitúcií v Spojených štátoch. Postupne sa s technologickým pokrokom a novými možnosťami stále viac a viac rozširoval do sveta. Výrazným posunom bol bezdrôtový internet, ktorý odstránil potrebu fyzického pripojenia k sieti, čím sa zjednodušil prístup k internetu. Odstránením potreby budovať rozsiahlu infraštruktúru sa k nemu mohli dostať aj ľudia v odľahlejších či chudobnejších oblastiach. Tým pádom sa aj rapídne zvyšoval počet jeho užívateľov po celom svete.<sup>4</sup>

V súčasnosti je v každej krajine sveta dostupná aspoň limitovaná možnosť pripojiť sa na internet. Niektoré krajiny, napríklad Dánsko, Spojené arabské emiráty, Spojené kráľovstvo,

---

<sup>2</sup> KIDD, D.: *Popular culture*. [online]. 2021. [cit. 2021-12-07]. Dostupné na:

<https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0193.xml>

<sup>3</sup> Bližšie pozri: VÁLEK, J.: Americká populárna kultúra ako globálny fenomén. In: *Kontexty kultúry a turizmu*, 2021, roč. 14, č. 2. [online]. Dostupné na: <https://kmkt.sk/kontexty/> (v tlači)

<sup>4</sup> BRITANNICA a. *Internet*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.britannica.com/technology/Internet>

Južná Kórea, Švédsko, Švajčiarsko, dosahujú takmer 100 % internetové pokrytie pre svojich obyvateľov.<sup>5</sup>

Internet nespája ľudí naprieč kontinentmi len cez počítače. Čím ďalej, tým väčšie množstvo rôznych zariadení je schopné pripojiť sa naň a zdieľať medzi sebou informácie, či už sú to mobily, tablety, notebooky alebo aj chladničky, svetlá, vysávače, zubné kefy a iné. Odhaduje sa, že v roku 2018 na svete fungovalo približne 22 miliárd zariadení schopných pripojiť sa na internet, pričom ich počet by mal do roku 2030 dosiahnuť 50 miliárd.<sup>6</sup> V súčasnosti najpopulárnejšími zariadeniami sú pravdepodobne tzv. smartfóny. V ich prípade je zjavná americká dominancia. Napriek tomu, že americký gigant Apple je momentálne na druhej priečke v predávanosti mobilných telefónov hneď po juhokórejskom Samsungu,<sup>7</sup> všetky ostatné veľké mobilné značky, z rôznych krajín, využívajú vo svojich zariadeniach operačný systém android, ktorý vyvinula a vlastní americká firma Google. Podobne sú na tom aj počítače a americký operačný systém Windows od spoločnosti Microsoft.

Z hľadiska populárnej kultúry digitalizácia priniesla nové formáty, v ktorých sa môžu jednotlivé produkty šíriť. Pri fotkách nemusíme čakať na ich vyvolanie, ale máme formáty JPEG alebo TIFF, piesne už nemusíme prehrávať len pomocou platní alebo CD, pretože máme MP3 či WMV súbory, filmy sú okrem DVD verzií dostupné aj vo formátoch ako AVI, MPEG alebo aj knihy už dnes nie sú len v tlačenej forme, ale čím ďalej tým rozšírenejšími sa stávajú e-knihy alebo audioknihy.<sup>8</sup> Novými nie sú len formáty produktov populárnej kultúry, ale predovšetkým komunikačné kanály, cez ktoré sa dostávajú ku koncovým spotrebiteľom. Dnes už nie je potrebné ísť do kina, čakať na obľúbenú pesničku v rádiu alebo kupovať platne či CD, požičiavať si videokazety a DVD s filmami z videopožičovni ani cestovať za hrami do videoherní. Stačí, ak má človek prístup na internet a môže si v pohodlí domova dopriať svoje obľúbené produkty populárnej kultúry a ešte omnoho viac.

## Sociálne siete

Sociálne siete sú ťažiskovým prvkom digitálnej éry, keďže digitálnu éru môžeme označiť aj za éru zdieľania. Môžeme ich charakterizovať na základe troch základných vlastností. Sú nové – väčšina z moderných sociálnych sietí vznikla okolo roku 2006, teda málokto je na svete už viac ako 15 rokov. S tým je spojené napríklad aj to, že stále nie sú presne definované legislatívne pravidlá, ktorými by sa mali riadiť a ktoré by ich v určitej miere regulovali. Po druhé sú všadeprítomné – v roku 2021 dosiahol počet užívateľov sociálnych sietí hodnotu 4,48 miliardy, čo znamená, že viac ako polovica svetovej populácie už s nimi prišla do styku. Napríklad najpoužívanejšia sieť Facebook má v súčasnosti viac ako 2,8 miliardy používateľov. A po tretie sú dynamické – sociálne siete sa prudko vyvíjajú a zasahujú do viacerých oblastí života, nielen

---

<sup>5</sup> STATISTA a. *Countries with the highest internet penetration rate as of July 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/227082/countries-with-the-highest-internet-penetration-rate/>

<sup>6</sup> STEWARD, J.: *The Ultimate List of Internet of Things Statistics for 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://findstack.com/internet-of-things-statistics/>

<sup>7</sup> TEAM COUNTERPOINT. *Global Smartphone market Share: By Quarter*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.counterpointresearch.com/global-smartphone-share/>

<sup>8</sup> NATIONAL ARCHIVES. *Digital File Types*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.archives.gov/preservation/products/definitions/filetypes.html>

do komunikačnej sféry. V posledných rokoch začali dopĺňať alebo nahrádzať aj služby ako taxi (Bolt), ubytovanie (Airbnb), navigácie (Google Maps), stravovanie (Wolt) a podobne.<sup>9</sup>

Prvá obdoba sociálnej siete vznikla v roku 1978 pri snehovej búrke v Chicagu, kde slúžila ako online nástenka pre lepšiu a promptnejšiu komunikáciu a koordináciu záchranných tímov. Tento koncept sa postupne so šírením počítačov a internetu spopularizoval a rozšíril a v roku 2001 bola predstavená prvá moderná sociálna sieť s názvom Ryze. Len o niečo neskôr bola spustená sieť Friendster, ktorá bola ešte populárnejšia. V tom istom roku vzniklo aj ďalšie sociálne médium – Wikipédia, ktorá v súčasnosti obsahuje viac ako 52 miliónov článkov v 309 rôznych jazykoch a niekedy sa prezýva aj „Alexandrijská knižnica súčasnosti“. V roku 2004 vznikla sociálna sieť MySpace, ktorá sa rapidne stala obľúbenou a v roku 2006 bola najnavštevovanejšou stránkou na internete. V roku 2005 vznikla sociálna sieť zameraná na zdieľanie videí – YouTube. Taktiež zažila výrazný nárast popularity a dnes jej patrí druhá pozícia v rebríčku najnavštevovanejších stránok, hneď po stránke Google. S rozvojom YouTube je spojený napríklad aj vznik novodobého povolania – youtuber, ktorý zarába peniaze vďaka tomu, že iní užívatelia sledujú videá, ktoré on sám tvorí a následne nahráva na túto sieť. Ďalšou významnou sieťou je Twitter, ktorý vznikol v roku 2006 a funguje na princípe pridávania krátkych správ. Momentálne sa odhaduje, že za jeden deň je pridaných približne 500 miliónov „tweetov“. Rozvoj a rozšírenie smartfónov znamenalo aj príchod nových druhov sociálnych sietí. Tým, že sa stalo omnoho jednoduchšie zachytávať a zdieľať fotografie, vznikli aj rôzne siete zamerané práve na fotografický obsah. Najznámejšie a najpoužívanéjšie sú Instagram alebo Snapchat.<sup>10</sup>

Špeciálnu pozornosť treba upriamiť na sociálnu sieť Facebook. Vznikla v roku 2004, avšak vtedy fungovala ešte len na Harwarde a slúžila na hodnotenie atraktívnosti študentiek a študentov. Od roku 2006 bola sprístupnená pre všetkých používateľov a už o dva roky neskôr mala vyše 100 miliónov účtov. Na získanie 1 miliardy používateľov stačilo Facebooku 6 rokov.<sup>11</sup> V súčasnosti ich počet dosahuje už 2,8 miliardy.<sup>12</sup> Má zastúpenie na všetkých kontinentoch, pričom absolútny počet používateľov je najvyšší v Ázii, no percentuálne zastúpenie užívateľov je najvyššie v severnej Amerike. Podporuje 111 jazykových mutácií, za deň si tu používatelia pozrú asi 100 miliónov hodín videí, prejdú ním 4 petabajty dát a prihlási sa naň 1,8 miliardy profilov. Z finančného hľadiska zarobil Facebook v roku 2020 vyše 27 miliárd dolárov z reklám.<sup>13</sup> Jeho signifikantné postavenie potvrdzuje aj to, že najmä v Afrike a v južnej Amerike je stotožňovaný s internetom alebo to, že mnohí mobilní operátori poskytujú zvýhodnené

---

<sup>9</sup> CROTHERS, L.: *Globalization & American Popular Culture*. Lanham: The Rowman & Littlefield, 2021.

<sup>10</sup> BURNS, K. S.: *Social Media: A Reference Handbook*. Santa Barbara : ABC-CLIO, 2017.

<sup>11</sup> BRITANNICA b. *Facebook*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-09]. Dostupné na: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>

<sup>12</sup> Keď pripočítame aj ďalšie sociálne siete, ktoré patria spoločnosti Facebook (Instagram, WhatsApp, Messenger), dostaneme sa na celkový počet užívateľov presahujúci 3,5 miliardy, čo je takmer polovica svetovej populácie.

<sup>13</sup> CARMICHAEL, K.: *63 Facebook Statistics to Know for 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-09]. Dostupné na: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/6128/the-ultimate-list-100-facebook-statistics-infographics.aspx>

mobilné dáta pre túto sieť. Pre používateľov slúži ako naplnenie potrieb identity, komunity, zapojenia a podpory.<sup>14</sup>

Všetky tieto siete vznikli z ľudskej potreby zdieľať informácie a dostávať na ne spätnú väzbu. S príchodom sociálnych sietí sa tieto potreby síce začali napĺňať, ale ľudia zároveň začali pociťovať nové a nové formy tejto potreby, na ktoré musia sociálne siete primerane reagovať, aby ich stále dokázali napĺňať. To však dokáže so sebou prinášať aj viacero nebezpečenstiev, ako napríklad zabezpečenie citlivých informácií.

Spolu so zdieľaním pocitov a myšlienok používateľov napomáhajú tieto stránky aj šíreniu produktov populárnej kultúry. Vzhľadom na popredné postavenie americkej populárnej kultúry vo všeobecnosti a tiež na americké korene takmer všetkých najpoužívanějších sietí nie je prekvapením, že práve americká populárna kultúra sa stala jednou z najpertraktovanejších a najzdieľanejších v celosvetovom meradle, čo napomáha k jej ďalšiemu šíreniu a upevňovaniu si globálnej pozície. Nie je to len vďaka samotným používateľom, ale na digitalizácii a prítomnosti svojich produktov na sociálnych sieťach aktívne participujú aj samotní tvorcovia, ktorí vkladajú nemalé personálne a finančné zdroje na marketing v tomto prostredí.

## Streaming

Pod streamovaním sa rozumie metóda posielania a prijímania dát, väčšinou videa alebo hudby, priamo z internetovej siete bez potreby ich sťahovania.<sup>15</sup> Tento spôsob šírenia je bytostne spojený s existenciou internetu, keďže základnými predpokladmi na jeho existenciu je schopnosť komprimovať súbory a posielat' ich na veľké vzdialenosti, a teda ho môžeme označiť za priamy produkt digitálnej éry.

Napriek nízkym rýchlostiam internetu v minulom storočí pôvod streamovania siaha do roku 1999, kedy vznikla prvá stránka, na ktorej sa zdieľala hudba v MP3 formáte – Napster. Táto stránka zaznamenala veľký úspech a po roku od spustenia mala už 20 miliónov užívateľov a z jej serverov sa za minútu stiahlo až 14000 pesničiek.<sup>16</sup> V roku 2001 vznikli torrenty, ktoré umožňujú sťahovanie akéhokoľvek typu súborov z viacerých serverov súčasne. O dva roky neskôr vznikla svetoznáma stránka The Pirate Bay, zdieľajúca ako video súbory, tak aj hudbu alebo počítačové hry.<sup>17</sup> Z celkového objemu stiahnutých súborov z tejto stránky bolo v roku 2014 44 % filmov a seriálov, hudba s klesajúcim trendom dosahuje len 9 % a až 35 % tvoril pornografický materiál, čo svedčí o tom, že toto odvetvie disponuje na internete pomerne silnou základňou, čo môžeme pripísať aj väčšej anonymite a súkromiu tohto prostredia.<sup>18</sup> Servery domény The Pirate Bay boli

---

<sup>14</sup> CROTHERS, L.: *Globalization & American Popular Culture*. Lanham : The Rowman & Littlefield, 2021.

<sup>15</sup> CAMBRIDGE DICTIONARY. *Streaming*. 2021. [online]. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/streaming>

<sup>16</sup> BIRMAN, K. P.: *Reliable Distributed Systems: Technologies, Web Services, an Applications*. New York: Springer Science & Business Media, 2005.

<sup>17</sup> WIEBE, J.: *Bittorrent: What you Probably Don't Know About Torrents*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://uwaterloo.ca/arts-computing-newsletter/spring-2014/feature/bittorrent-what-you-probably-dont-know-about-torrents>

<sup>18</sup> VAN DER SAR, E.: *35% Of All Pirate Bay Uploads Are Porn*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://torrentfreak.com/35-of-all-pirate-bay-uploads-are-porn-140124/>

počas svojho pôsobenia viackrát zrušené kvôli porušovaniu princípov duševného vlastníctva, ale ani to nezabránilo majiteľom ich vždy opätovne spustiť.

Popularita streamingových platforiem v posledných rokoch výrazne narastá, o čom svedčí aj nárast platených užívateľov najpopulárnejšej platformy streamujúcej filmy a seriály Netflix. Zatiaľ čo na začiatku roku 2013 ich mal vyše 34 miliónov, v roku 2016 to bolo už 89 miliónov, v roku 2019 167 miliónov a v súčasnosti ich počet dosahuje 209 miliónov.<sup>19</sup> Nárast predplatiteľov všetkých platforiem v posledných dvoch rokoch je spojený aj s protipandemickými opatreniami a s nimi spojeným výrazným zvýšením podielu času stráveným v domácom prostredí. Okrem Netflixu sú populárnymi aj stránky Amazon Prime, Hulu či Apple TV, ktoré tvoria výraznú časť z celosvetového predaja streamingových služieb. O dominantnom postavení spoločnosti Disney vo filmovom priemysle svedčí aj ich streamingová služba Disney+. Od jej spustenia v novembri 2019 do januára 2020 sa na nej zaregistrovalo až 25 miliónov používateľov. Všetky tieto platformy majú základne v Spojených štátoch, a teda sa z veľkej časti zameriavajú na kultúrnu produkciu spojenú s touto krajinou.<sup>20</sup>

V hudobnej sfére je najvýznamnejším poskytovateľom streamingových služieb Spotify, ktorého počet užívateľov sa od roku 2015, kedy ich bolo iba 18 miliónov, vyšplhal v prvom kvartáli roku 2021 na 165 miliónov platených a 365 miliónov celkových užívateľov. Spotify dosahuje na celosvetovom hudobnom streamingovom trhu podiel 32 %, za ním nasleduje Apple Music s podielom 16 %, Amazon Music s 13 % a významnými sú aj Google Music či Pandora. Opäť platí, že všetky zo spomenutých spoločností sídlia v USA, a teda aj zásobujú celkových 487 miliónov predplatiteľov značnou dávkou americkej populárnej kultúry.<sup>21</sup>

Streamovanie ako nový spôsob prenosu dát ovplyvnil všetky oblasti zdieľania informácií. Pravdepodobne najvýznamnejšiu časť streamovaných súborov tvoria práve produkty populárnej kultúry, či už ide o filmy, seriály, hudbu, hry, knihy alebo iné. Americké spoločnosti si včas uvedomili potenciál takéhoto šírenia svojich predajných artiklov a, opomenúc nelegálne streamovanie a sťahovanie, vďaka tomu sa aj v tejto oblasti umiestnili na popredných priečkach. Streamovanie sa tak stalo ďalším z nástrojov, ktorými sa americká populárna kultúra šíri ďalej do celého sveta a hľadá si stále nových a nových konzumentov.

## Video hry

Hranie sa patrí ku kultúre človeka už od nepamäti. Rôzne hry majú rôzne funkcie, či už ide o vzdelávanie, vychovávanie, socializáciu, rozvoj motorických zručností alebo fyzických schopností, podnecovanie kritického a strategického zmysľania alebo sú jednoducho prostriedkom oddychu a relaxácie. V priebehu ľudského vývoja sa vyvíjali aj nové formy hier určených nielen pre deti, ale aj pre dospelých. Spočiatku to boli jednoduchšie hry s kameňkami alebo kockami, no neskôr sa rozvinuli do prepracovaných stolových hier až napokon sa z nich

---

<sup>19</sup> STATISTA b. *Number of Netflix paid subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 2nd quarter 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>

<sup>20</sup> KATS, R.: *Netflix statistics: How many subscribers does Netflix have? Worldwide, US member count and growth*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://www.insiderintelligence.com/insights/netflix-subscribers/>

<sup>21</sup> MULLIGAN, M.: *Global music subscriber market shares Q1 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://www.midiaresearch.com/blog/global-music-subscriber-market-shares-q1-2021>

vyvinuli hyperrealistické hry vo virtuálnej realite. Po vstupe na globálny trh sa Spojeným štátom úspešne podarilo obsadiť popredné priečky aj v oblasti hier a hračiek. Ako príklad môžeme spomenúť napríklad bábiky Barbie, autíčka Hot Wheels, hračkárske zbrane Nerf, stolovú hru Monopoly alebo počítačové hry Call of Duty, World of Warcraft, The Sims, Fortnite a ďalšie, ktoré sa po dlhé roky tešia celosvetovej popularite.

S elektronizáciou a rozvojom digitálnych zariadení sa menil aj spôsob hrania sa. Na začiatku 19. storočia sa prvýkrát objavujú hry, pri ktorých je možné hrať proti vzdialenému alebo elektronickému protivníkovi. Prvými takýmito hrami boli automaty na mince, v ktorých si hráči mohli zmerať sily v pretláčaní s mechanickým ramenom. Na konci 19. storočia boli už hracie automaty bežnou súčasťou trávenia voľného času Američanov. Vznikali videoherne, kde sa pri hracích automatoch združovali predovšetkým mladí ľudia, ktorí ich vnímali ako nový, moderný spôsob trávenia času a socializácie. V radoch staršieho obyvateľstva nenašli tieto hry pochopenie a stretli sa s vlnou odporu a kritiky, ktorá tvrdila, že stoja za dekadenciou a morálnym úpadkom americkej spoločnosti.<sup>22</sup>

V 70. rokoch 20. storočia prešlo hranie ďalšou výraznou transformáciou. V tomto čase sa objavujú prvé domáce konzoly, ktoré umožnili preniesť hracie automaty z videoherní do pohodlia domova. Postupne sa popri nich rozvinuli nové kvalitné herné systémy a s príchodom internetu aj online hry proti vzdialeným, často neznámym, protivníkom. Prvú výrazne úspešnú konzolu predstavila spoločnosť Atari v roku 1975, ktorá priniesla revolučnú hru pong. Tejto spoločnosti sa podarilo zarobiť 40 miliónov dolárov za rok. Od 80. rokov sa v domácnostiach objavujú konzoly, ktoré už sú schopné prinášať rovnakú kvalitu hier ako zariadenia vo videoherniach. V roku 1985 priniesla japonská spoločnosť Nintendo ďalšiu revolučnú hru Super Mario Brothers, ktorá sa, spolu s inými hrami ako Donkey Kong, Pacman alebo Space Invaders, stala symbolom populárnej kultúry a zapísala sa do povedomia širokého spektra ľudí po celom svete. O štyri roky neskôr vyvinula táto spoločnosť prvú konzolu do ruky – Game Boy, čo opäť zjednodušilo, spopularizovalo a sprístupnilo hranie väčšej časti spoločnosti. Technologický rozvoj v 90. rokoch priniesol do oblasti videohier trojdimenzionálnosť a nové konzoly, ktoré sa rýchlo usadili na trhu a rozšírili sa do miliónov domácností. Z tohto dôvodu sa hranie prakticky takmer úplne presunulo z videoherní do domáceho prostredia.<sup>23</sup>

S rozširovaním internetu sa začali vyvíjať aj rôzne formy online hier. Spočiatku to boli hry určené iba pre domáce počítače, no neskôr sa rozšírili aj na hry pre stále populárnejšie herné konzoly. Medzi najpopulárnejšie kategórie videohier patria aj v súčasnosti tzv. MMORPG (massively multiplayer online role playing games), v ktorých hráč na seba prevezme alternatívnu podobu a charakter a vo fiktívnom svete sa stretáva s množstvom ďalších hráčov z celého sveta. Okrem toho sú populárnymi aj strategické hry, simulácie, pretekárske hry, vojnové a bojové hry a ďalšie.<sup>24</sup>

Relatívne novodobým fenoménom je aj ešport. Ide o profesionálne hranie počítačových hier, ktoré sa v súčasnosti považuje za určitý druh športu. V poslednej dobe sa stáva čím ďalej tým

---

<sup>22</sup> CROTHERS, L.: *Globalization & American Popular Culture*. Lanham : The Rowman & Littlefield, 2021.

<sup>23</sup> HISTORY.COM EDITORS. *Video Game History*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-12]. Dostupné na: <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>

<sup>24</sup> CROTHERS, L.: *Globalization & American Popular Culture*. Lanham : The Rowman & Littlefield, 2021.



populárnejším, na čo reagujú napríklad aj niektoré univerzity, ktoré začali poskytovať ešportové štipendiá na podporu tohto odvetvia. Doteraz najsledovanejšou ešportovou udalosťou bol Free Fire World Series 2021 v Singapure, ktorý sledovalo 5,41 milióna fanúšikov, pričom počet fanúšikov tohto druhu športu sa každoročne zvyšuje.<sup>25</sup> O popularite môžu svedčiť aj finančné odmeny pre víťazov týchto šampionátov, ktoré sa taktiež každoročne zvyšujú. Najväčší celkový objem vyplatených odmien v medzinárodnej súťaži dosiahol v roku 2019 34,33 milióna dolárov.<sup>26</sup>

Z hľadiska veľkosti trhu sa videohry v posledných rokoch prepracovali na popredné priečky v oblasti oddechových a zábavných aktivít. V súčasnosti sa počet hráčov po celom svete odhaduje na 2,6 miliardy. Keď to premietneme na celkové tržby, herný sektor vygeneroval v roku 2020 tržby v hodnote viac ako 162 miliárd dolárov a v ďalších rokoch sa odhaduje ich ďalší rast. Zvyšovanie podielu odhadujú odborníci predovšetkým v oblasti mobilných hier a tzv. „in-game purchases“ a tiež v oblasti imerzných hier vo virtuálnej realite.<sup>27</sup> Pre porovnanie napríklad hudobný priemysel vygeneroval v roku 2020 tržby v hodnote „iba“ 23,1 miliardy (z čoho 56 % tvorili tržby streamovanej hudby)<sup>28</sup> a filmový priemysel výrazne zasiahnutý pandemickými obmedzeniami klesol z vyše 40 miliárd v roku 2019 na 12 miliárd v roku 2020.<sup>29</sup>

Geografické rozloženie fanúšikov počítačových hier tiež svedčí o globálnom rozšírení tohto fenoménu. Najväčší absolútny počet dosahuje región Ázie, v ktorom sa nachádza 1,5 miliardy hráčov, na Blízkom východe a v Afrike je to 377 miliónov, v Latinskej Amerike 266 miliónov, v Severnej Amerike 210 miliónov a v Európe 386 miliónov.<sup>30</sup>

Na základe mesačného počtu aktívnych hráčov sú v súčasnosti najpopulárnejšími hrami Minecraft, League of Legends, Counter-Strike: Global Offensive, Grand Theft Auto V, Valorant, Call of Duty: Modern Warfare, ROBLOX, Apex Legends, Fortnite a Rocket League.<sup>31</sup> Z týchto sú všetky okrem Minecraftu vytvorené americkými spoločnosťami. Oproti tomu v rebríčku desiatich najväčších spoločností venujúcich sa vytváraniu počítačových hier sa americké spoločnosti nachádzajú päťkrát – Microsoft, Activision Blizzard, Electronic Arts, Epic Games

---

<sup>25</sup> STATISTA c. *Most watched eSports tournaments worldwide as of May 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/507491/esports-tournaments-by-number-viewers-global/>

<sup>26</sup> STATISTA d. *Leading eSports tournaments worldwide as of September 2021, ranked by overall prize pool*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/517940/leading-esports-tournaments-worldwide-by-prize-pool/>

<sup>27</sup> DOBRILOVA, T.: *How Much Is the Gaming Industry Worth in 2021?* [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://techjury.net/blog/gaming-industry-worth/#gref>

<sup>28</sup> STATISTA e. *Global recorded music revenue from 1999 to 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/272305/global-revenue-of-the-music-industry/>

<sup>29</sup> STATISTA f. *Global box Office revenue from 2005 to 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/271856/global-box-office-revenue/>

<sup>30</sup> GILBERT, N.: *Number of Gamers Worldwide 2021/2022: Demographics, Statistics, and Predictions*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://financesonline.com/number-of-gamers-worldwide/>

<sup>31</sup> NEWZOO. *Most Popular PC Games / Global*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-pc-games/>

a Take-Two Interactive, čo je však stále viac, ako ktorákoľvek iná krajina. Rebríčok dotváraajú spoločnosti z Japonska – Sony, Nintendo, Sega Sammy a Bandai Namco, a z Číny – Tencent.<sup>32</sup>

Príklady prepájania jednotlivých oblastí populárnej kultúry vieme nájsť aj v oblasti videohier. Napríklad na základe počítačových hier vznikli desiatky populárnych filmov. Sú to filmy ako *Angry Birds* vo filme, *Detektív Pikachu*, *Max Payne*, *Street Fighter*, *Final Fantasy*, *Tomb Raider*, *Mortal Kombat*, *Warcraft*, *Princ z Perzie*, *Assassin's Creed*, *Resident Evil*, *Ježko Sonic*, *Silent Hill* a mnohé ďalšie.<sup>33</sup> Tiež môžeme spomenúť napríklad vyrábanie hračkárskych postavičiek zobrazujúcich hrdinov z populárnych filmov a rozprávok alebo aj vytváranie počítačových hier na námety úspešných filmov a kníh.

## Záver

V posledných 30 rokoch svet vstúpil do novej éry vo vytváraní, rozširovaní a integrovaní populárnej kultúry. Technologický postup podporil digitálnu komunikáciu a čoskoro na to začali prekvitať sociálne siete, ktoré poskytujú viac ako polovici ľudí na svete možnosť prístupu k informáciám, zábave, nápadom a postojom z rôznych kútov sveta. Tieto nové systémy vytvorili aj dopyt po kultúrnych produktoch americkej populárnej kultúry a zároveň vytvorili aj možnosti ich uspokojenia.

Napriek tomu, že americkú populárnu kultúru nemožno stotožňovať so svetovou populárnou kultúrou, má k tomu spomedzi ostatných pravdepodobne najbližšie. V mnohých odvetviach, či už kinematografia, televízna tvorba, módnny priemysel, sociálne siete, videohry, rýchle stravovanie alebo hudba, má také silné zastúpenie, že sa môže javiť globálnou alebo pri najmenšom dominantnou, keďže často zaberá najväčší diel, často nadpolovičný, z objemu tvorby daného odvetvia. Napriek tomu však ostávajú niektoré oblasti populárnej kultúry takmer výhradne v rukách domácich, alebo iných zahraničných kultúr. Zmenu v tejto sfére ale môže priniesť práve využívanie moderných digitálnych výdobytkov a s ním spojená postupujúca globalizácia a interkonektivita.

Vzhľadom na globálnosť americkej populárnej kultúry a poprednosť amerických technologických spoločností veľkú časť zdieľania na internete zaberajú práve americké produkty, formy, hodnoty a idey, ktoré rôznymi spôsobmi ovplyvňujú kultúry naprieč kontinentmi. Tento jav je však často neúmyselný. Ak niekto nahrá na internet americký film, nemôže tušiť, aký ohlas vyvolá v inej kultúre s odlišným hodnotovým systémom. To, čo je pre niekoho neškodné a povrchné, môže pre iného znamenať niečo ofenzívne a urážlivé. Tým pádom môže byť americká populárna kultúra vnímaná na jednej strane ako zdroj radosti a oddychu, ale na druhej strane aj ako znepokojujúca a negatívna záležitosť. A teda v cudzích kultúrach môže vyvolať dvojaký účinok. Buď je vnímaná ako pozitívne obohatenie a spríjemnenie, alebo sa vníma ako ohrozenie domácich hodnôt a narušenie sociálnej stability. S postupujúcim rozmachom americkej kultúry sa po svete objavujú aj rôzne druhy odporu voči nej. Napríklad Čína sa snaží o vytvorenie „vlastného internetu“, aby eliminovala vplyv Spojených štátov. Tak sa americká populárna kultúra aj s podporou digitálnych vymožeností stáva nielen jedným

<sup>32</sup> ALL TOP EVERYTHING. *Top 10 Biggest Video Games Companies in the World 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.alltopeverything.com/top-10-biggest-video-game-companies/>

<sup>33</sup> OWEN, P. – HORNAHOW, P.: *All 46 Video Game Movies Ranked, Including 'Sonic the Hedgehog'*. [online]. 2020. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.thewrap.com/video-game-movies-ranked-worst-best-resident-evil-pokemon-sonic-the-hedgehog/>

z hlavných motorov globalizácie, ale aj jedným zo základných kameňov globálnej fragmentácie. Kam sa rovnováha týchto protipólov presunie v najbližších rokoch určiť nevieme, no vieme povedať, že tvorcovia americkej populárnej kultúry budú využívať všetky dostupné najmodernejšie výdobytky vo svoj prospech, aby si zaručili na svete popredné miesta z hľadiska nielen kultúrneho, ale predovšetkým ekonomického tak, ako to, zatiaľ veľmi úspešne, robili doteraz.

*Výskum a štúdia boli realizované vďaka finančnej podpore Univerzitetnej grantovej agentúry na základe projektu číslo UGA I/11/2021.*

## Literatúra a zdroje

- ALL TOP EVERYTHING. *Top 10 Biggest Video Games Companies in the World 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.alltopeverything.com/top-10-biggest-video-game-companies/>
- BIRMAN, K. P.: *Reliable Distributed Systems: Technologies, Web Services, and Applications*. New York: Springer Science & Business Media. 2005. 668 s. ISBN 978-0-387-21509-9.
- BRITANNICA a. *Internet*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.britannica.com/technology/Internet>
- BRITANNICA b. *Facebook*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-09]. Dostupné na: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>
- BURNS, K. S.: *Social Media: A Reference Handbook*. Santa Barbara : ABC-CLIO. 2017. 398 s. ISBN 978-1-4408-4355-6.
- CAMBRIDGE DICTIONARY. *Streaming*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/streaming>
- CARMICHAEL, K.: 63 Facebook Statistics to Know for 2021. [online]. 2021. [cit. 2021-10-09]. Dostupné na: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/6128/the-ultimate-list-100-facebook-statistics-infographics.aspx>
- CROTHERS, L.: *Globalization & American Popular Culture*. Lanham : The Rowman & Littlefield. 2021. 311 s. ISBN 978-1-5381-4268-4.
- DOBRILOVA, T.: *How Much Is the Gaming Industry Worth in 2021?* [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://techjury.net/blog/gaming-industry-worth/#gref>
- GILBERT, N.: *Number of Gamers Worldwide 2021/2022: Demographics, Statistics, and Predictions*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://financesonline.com/number-of-gamers-worldwide/>
- HISTORY.COM EDITORS. *Video Game History*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-12]. Dostupné na: <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>
- KATS, R.: *Netflix statistics: How many subscribers does Netflix have? Worldwide, US member count and growth*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://www.insiderintelligence.com/insights/netflix-subscribers/>
- KIDD, D.: *Popular culture*. [online]. 2021. [cit. 2021-12-07] Dostupné na: <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0193.xml>

- MULLIGAN, M.: *Global music subscriber market shares Q1 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://www.midiaresearch.com/blog/global-music-subscriber-market-shares-q1-2021>
- NATIONAL ARCHIVES. *Digital File Types*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.archives.gov/preservation/products/definitions/filetypes.html>
- NEWZOO. *Most Popular PC Games / Global*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-20-pc-games/>
- OWEN, P. – HORNAHOW, P.: All 46 Video Game Movies Ranked, Including ‘Sonic the Hedgehog’. [online]. 2020. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.thewrap.com/video-game-movies-ranked-worst-best-resident-evil-pokemon-sonic-the-hedgehog/>
- STATISTA a. *Countries with the highest internet penetration rate as of July 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/227082/countries-with-the-highest-internet-penetration-rate/>
- STATISTA b. *Number of Netflix paid subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 2nd quarter 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>
- STATISTA c. *Most watched eSports tournaments worldwide as of May 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/507491/esports-tournaments-by-number-viewers-global/>
- STATISTA d. *Leading eSporsts tournaments worldwide as of September 2021, ranked by overall prize pool*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/517940/leading-esports-tournamets-worldwide-by-prize-pool/>
- STATISTA e. *Global recorded musich revenue from 1999 to 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/272305/global-revenue-of-the-music-industry/>
- STATISTA f. *Global box Office revenue from 2005 to 2020*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-14]. Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/271856/global-box-office-revenue/>
- STEWART, J.: *The Ultimate List of Internet of Things Statistics for 2021*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://findstack.com/internet-of-things-statistics/>
- TEAM COUNTERPOINT. *Global Smartphone market Share: By Quarter*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-07]. Dostupné na: <https://www.counterpointresearch.com/global-smartphone-share/>
- VAN DER SAR, E.: *35% Of All Pirate Bay Uploads Are Porn*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://torrentfreak.com/35-of-all-pirate-bay-uploads-are-porn-140124/>
- VÁLEK, J.: Americká populárna kultúra ako globálny fenomén. In: *Kontexty kultúry a turizmu*, 2021, roč. 14, č. 2. [online]. Dostupné na: <https://kmkt.sk/kontexty/> (v tlačí)
- WIEBE, J.: *Bittorrent: What you Probably Don't Know About Torrents*. [online]. 2021. [cit. 2021-10-11]. Dostupné na: <https://uwaterloo.ca/arts-computing-newsletter/spring-2014/feature/bittorrent-what-you-probably-dont-know-about-torrents>

## **American popular culture in digital era**

The American popular culture has come a long way since its beginnings. It had to overcome technological difficulties, social and moral opposition, cultural differences of heterogeneous American society, financial crises, world wars, political and religious restrictions and much more. Even though it managed, thanks to ideal set of default conditions of US, to thrive and become successful not only in United States, but after the fall of bipolar world of Cold war era even in global market. Now we consider it to be one of most significant and strongest pillars of modern globalization. But nevertheless its strong foundations built throughout 19. century, with the digital revolution it had to surpass new threats and seize new opportunities. The aim of this article is to assess, how the American popular culture managed to adapt to new ways of digital communication. We also try to point out new ways of how it influences people all over the globe and attracts new and new consumers every day.

**Mgr. Ján Válek**

Katedra manažmentu kultúry a turizmu, FF UKF v Nitre  
Štefánikova 67  
949 74 Nitra  
jan.valek@ukf.sk