

Masarykova univerzita

Filozofická fakulta

Ústav hudební vědy

Masová kultura ve filmech

Semestrální práce do předmětu **Úvod do uměnovědných studií**

Vypracoval: **Ondřej Šedý**, UČO: **420970**

Obor: **Sdružená uměnovědná studia**

Bakalářské prezenční studium

Přednášející: **Mgr. David Balarin**

V Brně, dne 23. prosince 2014

Vybrané téma

Masová kultura ve filmech

Slovníková hesla

Masová kultura – Jedná se o kulturu, která není tradiční, a ani není zaměřena na určitou skupinu lidí. Zprostředkovává se skrze masová média a díky nim má obrovský až globální rozsah. Na masovou kulturu je pohlíženo negativně, protože je považována za neautentickou, manipulativní a esteticky podřadnou kulturu. Řídí se zákonem nabídky a poptávky, tady standartními nástroji trhu, snaží se získat a ovlivnit co nejvíce lidí a přitom neprospívá kultuře, protože nijak neobohacuje svět. Masová kultura stojí proti autentické lidové kultuře a vysoké kultuře.

Masa – Pojem, zavedený už v antice, pochází z latinského termínu „*massa*“, jenž po převedení do jiného jazyka znamená hmota, tedy hlavně ve smyslu přírodních věd. Stejný význam slova se uchytil i ve filozofii, ale po zavedení tohoto pojmu v psychologii a sociologii, získal jiný význam.¹ Zde se pod masou vyjadřuje množství lidí, zástupy či dav. V souvislosti s českým jazykem je nutné doplnit, že slovo masa není zrovna pro náš jazyk libozvučné, protože je velmi podobné termínu maso.

Masová společnost – Toto označení zavedl William Kornhauser, jenž tím roku 1960 souhrnně označil současný model společnosti, v níž proběhly modernizační procesy jako urbanizace, industrializace, demokratizace, aj. Jedná se o skupinové bytosti (rodiny, sousedství), které se proměňují v masové bytosti (masy). Paradoxním problémem masové společnosti je to, že člověk je v mase více individualizovaný, čímž se stává více politicky a ideologicky manipulativní. Na masovou společnost je nahlíženo z obou politických směrů (levice, pravice) negativně.²

Masová komunikace – Zprostředkovává se pomocí masových médií, díky čemuž se přesouvá sdělení od komunikátora k adresátovi. Rozdíl mezi komunikátorem a adresátem je

¹ Rudolf, Martin – Hruška, Radomil – Tesár, Ivan: *Problémy masové kultury: sborník statí k otázkám současné kultury*. Praha 1967, s. 4.

² Reifová, Irena: *Slovník mediální komunikace*. Praha 2004, s. 234.

obrovský, jeden komunikátor může totiž směřovat k obrovskému množství mas. Teoreticky nejde masovou komunikaci jednoznačně definovat, protože na komunikační aktivitě se podílejí kina, noviny, knihy, časopisy, rozhlas, televize, atd.

Masové publikum – Jedná se o velmi početné, rozptýlené a heterogenní publikum, které přijímá skrze masová média sdělení komunikátora.³ Nevýhodou masového publika je to, že je neschopné samostatné akce, nemůže zasáhnout do masové komunikace.

Masový tisk – Jedná se o označení tisku, který se obrací na početné čtenářské publikum. Vznikal od třicátých let 19. století, aby mohl lidi rozptýlit a pobavit. Neplést s pojmem bulvární tisk.

³ McQuail, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha 1999, s. 61.

Masová kultura ve filmech

Film se objevuje někdy na konci devatenáctého století a vzniká v době, kdy se na světě objevuje nový fenomén, jímž je volný čas. Tato technická novinka si doslova získává většinu obyvatelstva. Už v době antiky byl zaveden pojem „*chléb a hry*“, který znamená, že lid má dostávat jídlo a zábavu. V devatenáctém století právě film představoval novou formu hry, u které by se lidé bavili. Výhodou u filmu bylo to, že zahrnoval mnoho aspektů dohromady: příběh, komedie, drama, hudba, technické vychytávky, atd. Díky tomu si ihned získal své publikum, které začal bavit.

Film si získal hlavně publikum měšťanské, dělnické a nižší třídy, které svůj volný čas trávilo právě u něj. Nejenom, že se u něj bavilo, ale také získávalo kulturní požitek, který si mohly dovolit jen obyvatelé vyšší třídy. Právě, že v nižších třídách bylo mnohem více obyvatelstva, tak proto měl film takový úspěch, protože se sledoval masově.

Nyní je důležité si vysvětlit, co vlastně film je a jaké charakteristiky splňuje. Jedná se především o audiovizuální technologii, tedy technologii, která se projevuje skrze sled spojených obrázků, které jsou (ale nemusí být) doprovázeny zvukovou stopou. Film stojí na publiku, které jej sleduje, bez publika by film zanikl. Převládá u něj vyprávění nějakého příběhu či fikce, které publikum sleduje. Jedná se o novinku, která má mezinárodní charakter, protože je všeobecně přitažlivá a lidé o ni mají zájem.

Film však nelze brát pouze jako novinku zábavního průmyslu, může totiž posloužit i v jiných směrech. Nejednou se stalo, že se prostřednictvím filmu dělala propaganda (zvláště, když jde o společenské či národní zájmy). To však není nic nového, už pomocí literatury se propagovala zábava a výchovné sdělení, u filmu bylo výhodou, že si ihned získal početné publikum a oslovil spoustu lidí, proto toho bylo využito. Šíření skrytých ideologických myšlenek či propagandistických prvků bylo proto mnohem jednodušší než předtím.

Se vznikem filmu se pojí dva důležité historické okamžiky. Tím prvním je vznik televize a druhým je vznik filmového amerického průmyslu po druhé světové válce. Co se týče televizí, ty vzaly filmům většinu publika, které se místo do kin, přesunulo do svých domovů (právě televize by jinak nemohla existovat, kdyby si nevypůjčovala od ostatních médií jejich obsahy, od filmového průmyslu si půjčují filmy). Filmům tak zbyla jen mnohem menší a mladší divácká obec. Touto radikální změnou si film mohl porušit své pravidlo úctyhodnosti, proto mohlo vznikat více filmů, po kterých byla větší poptávka, tedy filmy plné násilí, hrůzostrašnosti a pornografického obsahu. Co se týče amerického filmového průmyslu,

tak ten způsobil relativní pokles nadějně se rodícího evropského filmového průmyslu, který snad až v dnešních dobách dokazuje, že je stejně kvalitní, ba i více kvalitní, než americký.

Film by však sám o sobě zřejmě nebyl masovým médiem, kdyby neexistovala ostatní média, skrze která by se film masově propagoval. S tím souvisí především vydávání knih, populární hudba a samozřejmě televize. Opět, film tímto ztrácí publikum, ale do jisté míry si tímto získává ústřední pozici. Film tedy slouží jako jakási skříň, z které si bereme oblečení. Z nich poté vznikají seriály, vycházejí knihy, písničky či televizní a filmové hvězdy. Filmy tak i nadále ztrácejí své publikum, ale jsou tvůrci masové kultury, které se ocitá v domácnostech, kde si je lidé přehrají v televizi, či přehrají na svých přehrávačích nebo postahují na internetu.

Prostřednictvím filmů se však v současnosti dá nejvíce propagovat reklama. Dnes už je prakticky nemožné jít do kina, či dívat se na zakoupený film na přehrávači, bez reklam. Toto je všední a současná záležitost, která se už jistojistě pojí s promítáním filmů. Z hlediska propagace u filmů je to nejaktuálnější věc, z které se samozřejmě nejvíce těží. Do reklam se dávají filmové a televizní hvězdy, které reklamy více propagují, protože mají souvislost s filmovým průmyslem.⁴

Filmy jsou v současné době velkým trendem a vzniká jich čím dál více, avšak neznamená, že když je jich velké množství, tak že jsou stále všechny kvalitní. V tomhle ohledu se produkce filmů také ještě více zmasověla. Tvůrci filmů v dnešní době nehledí na kvalitu, ale jenom na to kvantitu, jak zaujmout publikum, aby dobře vydělali. Z toho hlediska vznikají filmy takřka jakékoliv. Dnes se filmy inspiřují, jak literárními díly, tak i historickými událostmi, hudbou, divadelní předlohou, životopisy slavných lidí či aktuálními a všedními událostmi, prostě čímkoliv, coby mohlo zaujmout lidi. Masovost z tohoto hlediska je opravdu obrovská a dokazují to i česká kina (samozřejmě nejenom ta), která nestíhají do svých kin včas zavádět veškeré premiéry nových filmů, proto se často stává, že americký film má u nás premiéru o několik měsíců později nebo se vůbec neodvysílá.

⁴Adorno, Theodor W.: *Schéma masové kultury*. Praha 2009, s. 12.

Seznam použitých pramenů a literatury

- Adorno, Theodor W.: *Schéma masové kultury*. Praha 2009.
- Arendt, Hannah: *Krize kultury: čtyři cvičení v politickém myšlení*. Praha 1994.
- Barker, Chris: *Slovník kulturních studií*. Praha 2006, s 112 – 113, 188 – 189.
- McQuail, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha 1999.
- Rudolf, Martin – Hruška, Radomil – Tesár, Ivan: *Problémy masové kultury: sborník statí k otázkám současné kultury*. Praha 1967.
- Reifová, Irena: *Slovník mediální komunikace*. Praha 2004, s. 67 – 68, 100 – 102, 113 – 115, 233 – 235, 287 – 288.