

KÝČ A POPULÁRNÍ KULTURA

Mgr. Blanka Činátlová, Ph.D.



Tento projekt je spolufinancován Evropským
sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- KÝČ A POPKULTURA V OSNOVÁCH
- Baroko a lidová kultura
- Mýtus a autorský mýtus
- Renesance a karnevalová kultura
- Modernismus a postmoderna
- Totalitní a ideologické umění

ZÁBAVNÁ A „POKLESLÁ“ ČETBA CO, JAK A PROČ NÁS BAVÍ ?

DETEKTIVKA

- pojetí hrdiny
- pojetí literárního prostoru
- obrazy dobra a zla
- etika, právo a spravedlnost
- příběhy s napětím a tajemstvím

TODOROV, Tzvetan: Poetika prózy. Praha: Triáda, 2000.

CHANDLER, RAYMOND: Prosté umění vraždy: Poslední útočiště. Odeon: Praha, 1976.

CHESTERTON, G.K.: Obrana detektivek

PETRÍČEK, MIROSLAV: Majestát zákona. Raymond Chandler a pozdní dekonstrukce. Praha, Herrmann a synové, 2000.

KOMIKS

- pojetí hrdiny
- vztah obrazu a textu
- vyprávění o „vážných“ věcech
- obrazy dobra a zla
- filmové adaptace
- komiksové adaptace literární děl (Kafka, Shakespeare)
- dospělý x dětský čtenář

Jaroslav Rudiš, Jaromír 99: Alois Nebel

Art Spiegelman: Maus

Marjane Satrapiová: Persepolis

Neil Gaiman: Sandman

Frank Miller: Návrat temného rytíře

Barman / Ticho

Frank Miller: Sin City

Edward Gorey: Kuriozní lenoška a jiné příběhy

ECO, UMBERTO: Skeptikové a těšitelé. Praha, Svoboda 1995.

GROENSTEEN, Thierry: Stavba komiksu. Brno: Host, 2005.

MCLOUD, Scott: Jak rozumět komiksu. BBart, 2008

SCI-FI A FANTASY

- utopické a antiutopické příběhy
- obrazy minulosti a budoucnosti
- vztah k mýtu a pohádce
- filmové adaptace
- proměna dobrodružného vyprávění
- monstra a umělé bytosti
- vztah fikce a skutečnosti (kult, fetiš)

CO JE TO KÝČ? Odborná literatura

Revue Labyrint 7-8/2000

Souvislosti 2/1994 (20) Umění, sakrální a kýč

BENJAMIN, Walter: Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti: *Dílo a jeho zdroj*.
Praha: Odeon, 1979, s. 17-47

ECO, UMBERTO: *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004.

ECO, UMBERTO: *Skeptikové a těšitelé*. Praha, Svoboda 1995.

TODOROV, Tzvetan: *Poetika prózy*. Praha: Triáda, 2000.

KULKA, Tomáš: *Umění kýče*. Praha: Torst, 2000.

ČAPEK, Karel: *Marsyas*

JANÁČEK, Pavel: *Literární brak : operace vyloučení, operace nahrazení, 1938*. Brno: Host, 2004.

SPOTS, Frederic: *Hitler a síla estetiky*. Praha : Epoque, 2007.

REICHEL, Peter: *Svůdný klam Třetí říše : fascinující a násilná tvář fašismu*. Praha : Argo, 2004.

Moc obrazů, obrazy moci : politický plakát a propaganda. [katalog výstavy / autor textu Jakub
Zelníček ; fotografie Jan Třeštík sen.]. Praha : Galerie U Křižovníků, 2005.

VLASTNOSTI KÝČE

- **KLIŠÉ, NEVKUS, KLAM, BRAK**
- masová přitažlivost
- i přes přitažlivost je považován za umělecky **defektní**
- komunikace, která směřuje k vyvolání efektu
- efektní prostředek masové **manipulace**
- estetická **infantilnost**
- rozchod etiky a estetiky
- **nevkusné, stereotypní a prefabrikované** umění
- redundance, kumulace, opakování
- **umělá krása, zevnějšek, okázalost**
- emocionální náboj, infantilní srozumitelnost
- rozpoznání je instinktivní, podrážděná reakce na příliš zjevnou **disproporci**, ztráta míry

HISTORIE KÝČE

1) Kýč jako produkt průmyslové revoluce

- univerzální gramotnost
- nuda a volný čas

2) ROMANTISMUS a biedermeier

- dramatické efekty, patos, sentimentalita
- absence středních hodnot – buď genius, nebo kýč
- kýč ale má střední hodnoty – kýč špatný, dobrý, geniální (*Wagner, Čajkovskij*)

3) AVANTGARDA A MODERNISMUS

- začíná špatný vkus modernismem?
- reakce na vysokou a elitní kulturu

KÝČ A POSTMODERNA

Ironické strategie kýče

- přehnanost a výstřednost jsou přijatelné, jsou-li vtipné; přiměřená provokace
- ironie musí být rozpoznatelná, stejně jako hranice vkusu a nevckusu
- sjednotit etiku a eleganci – barokní strategie

Postmoderní literatura

- Koncept otevřeného díla
- Estetika opakování, eklekticismus, palimpsest
- Autorský mýtus

IDEOLOGICKÝ KÝČ

- kýč a propaganda
- kýč a totalitní umění
- estetizace politiky (nacismus) x politizace umění (komunismus)

Milan Kundera: Nesnesitelná lehkost bytí

- *Slavnost prvního máje se napájela z hluboké studny **kategorického souhlasu s bytím**.*
- *Ve společnosti, kde existují vedle sebe různé politické směry a jejich vliv se tudíž vzájemně ruší či omezuje, můžeme ještě jakž takž uniknout inkvizici kýče; jednotlivec si může uchovat svou osobitost a umělec vytvořit neočekávaná díla. Tam však, kde jedno jediné politické hnutí má všechnu moc, octneme se rázem v říši **totalitního** kýče.*

Popkultura a normalizace

ČESKOSLOVENSKÁ TELEVIZE

- *Ústřední výbor KSČ konstatuje, že se televize v Československu stala prostředkem politické a kulturní výchovy pracujících. Působí současně a názorně na milióny diváků, zasahuje do jejich života. Spojuje v sobě přednosti filmu a rozhlasu, dovede účinně mobilizovat milióny pracujících. Televize v rozvoji kulturní revoluce je prostředkem k odstraňování rozdílů mezi městem a venkovem.*
- *Program Československé televize je jediným nedílným celkem, který ve všech studiích a v jejich programotvorných složkách sleduje stejné politické a kulturněvýchovné cíle strany.*
- *Posláním Československé televize je vychovávat pracující v idejích komunismu, v duchu proletářského internacionalismu a socialistického vlastenectví, nové společenské morálky a pokrokového estetického vkusu, zobrazovat rozmanitost života společnosti a vyzvedávat nové jevy a procesy, které se v ní uskutečňují. Úkolem televize je šířit učení marxismu-leninismu a poznatky materialistické vědy, organizovat masy pracujícího lidu k plnění úkolů socialistické výstavby, k účasti na prohlubování principů socialistické demokracie, k vědomí socialistické státnosti, provádět ateistickou propagandu a vést občany k rozvíjení nového, pokrokového, k překonání přežitků a vlivů buržoazní ideologie.*

(24.5.1960)

(z usnesení ÚV KSČ o stavu a nových úkolech Československé televize)

ČST – ÚKOLY REDAKCE ZÁBAVY

- *"Hlavním úkolem redakcí je pokračovat v uplatňování nové koncepce lidové zábavy na televizní obrazovce. Soustavně zvyšovat ideovou a uměleckou úroveň zábavných pořadů a usilovat o to, aby odrážely socialistický způsob života, přispívaly k vytváření správného vkusu diváků, rozvíjely jejich životní optimismus a bojovaly proti maloměšťáctví.*
- *V dramaturgii zábavné tvorby uplatňovat náročnější ideově politická, estetická a etická hlediska.*
- *Věnovat soustavnou pozornost přípravě velkých zábavných pořadů určených pro sobotní večery.*
- *V hudební dramaturgii rozšiřovat žánrovou pestrost, vyhledávat nové zpěváky, mladé hudebníky, orchestry a skupiny a vytvářet tak pořady pro mladé diváky."*
- *„V seriálech a dalších pořadech se zaměřit na palčivé problémy jako je vysoká rozvodovost, alkoholismus apod."*

PROCES IDEOLOGIZACE

- *Televize je bezpochyby politický instrument, a právě proto je nutné využít všechny prostředky, které nám umožní k televizi dostat co největší množství diváků a vyvolají v nich pocit, že televize patří jim... Zároveň si však musíme dávat pozor, jestli jim zábavné pořady nepředstavují nějakou buržoazní pozici nebo dokonce antisocialistickou... Ale taky si musíme všimnout toho, jestli v těchto zábavných pořadech nepůsobí celá politika – doufám, že mi odpustíte tenhle výraz – jako pěst na oko... Na druhou stranu je nám ale jasné, že nesmíme dopustit, aby v divácích naše kritika vzbudila jakoukoli nervozitu. Naopak musíme diváky naplnit jistotou, že strana je pánem situace, že vládne a ví, co přijde.”*

Zápis ze schůze ideologické komise ÚV KSČ 6. 10. 1980

- *Společnost bude poznávána skrze svá díla. Její díla dodávají reprezentace, jimiž společnost svědčí o své vlastní existenci. Reprezentace poskytují ideologii látku k zavedení imaginárního vztahu k reálným podmínkám existence. Avšak tyto reprezentace jsou samy produktem reálných podmínek existence.*
- *Ideologie funguje po způsobu Lévi-Straussova kutila: vystačí si s tím, co je při ruce – se systémem symbolů vytvořeným a používaným v jakémkoliv daném historickém okamžiku – a to proto, aby zamaskovala rozpory, které se vynoří právě, když se tyto symboly vytvářejí.*

Nichols, B.: Ideology and the Image

INTELEKTUÁLNÍ KÝČ

- **stravitelnost požadovaná středním publikem**
- falešná obecnost (biblický styl, filosofická eseje)
- vypůjčuje si prostředky avantgardy, které jsou ale opotřebené
- prodává se jako umění
- konzumenta přesvědčuje, že se setkal s kulturou
- citové efekty – **čtenář má mít pocit, že těší-li se jimi, zdokonaluje si svou estetickou zkušenost**

Děkuji za pozornost.

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a rozpočtem České republiky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ