

bližšie pozri v práci P. Krbaťu „*Psychológia hudby (nielen) pre hudobníkov* (1984).

## 2.7 K RECEPTÍVNEJ HUDOBNEJ PLURALITE

V dnešnej masmediálnej spoločnosti je použitie pojmu hudobné vedomie náležité vtedy, ak si v ňom uvedomujeme akumulovaný sociálny rozmer. Táto dimenzia sa stáva významným faktorom v takom prostredí, keď k určitej skupine ľudí (*napríklad i v rámci regiónu*), societe, pristupujeme ako k systému, v ktorom našu pozornosť púta kolektívne hudobné vedomie. Závažným ukazovateľom sa tu stávajú atribúty, znaky, ktoré boli získané postupmi analytickými z oblasti sociologickej, kultúrnej, ako i zo spoločenského šírenia hudobných produktov. Pojem kolektívne vedomie,<sup>58</sup> ktoré je zamerané na hudobné vedomie určitej skupiny, nie je podľa J. Lexmanna<sup>59</sup> považované len za súhrn hudobného vedomia subjektov určitej society. Toto stanovisko je možné vysvetliť tým, že do popredia sa tu dostávajú najmä úvahy a postrehy z hudobnej interakcie medzi členmi skupiny, vytypovanie spoločenských hľadísk, čo z pohľadu socio - kultúrnych analýz umožňuje, respektíve podnecuje aj iný prístup k hudobnému vedomiu ako len z pozícií hudobnej psychológie. Ďalšou skutočnosťou je, že medzi členmi

---

<sup>58</sup>V určitom čase sa používal E. Durkheimov pojem kolektívneho vedomia v jeho pôvodnom chápaní, t.j. v zmysle systému (píše o tom J. Lexmann, 2002). Systém tvorilo kolektívne vedomie, ktoré spočiatku Durkheim ponímal ako nezávislé od jednotlivcov. Neskôr pripúšťal závislosť od individuálneho vedomia, ktoré nestotožňoval s kolektívnym vedomím.

<sup>59</sup> Lexmann, J.: *Hudobné vedomie v masmediálnej spoločnosti – poznámky k pojmom a súvislostiam* In: Príspevky k analýze hudobného vedomia na Slovensku. ÚHV SAV Bratislava 2002, s. 7 - 30.

society dominuje receptívna hudobná pluralita, ktorá sa v masmediálnej spoločnosti už nevyvíja len pod tlakom unifikovanej komercializácie, ale aj podľa vlastných záujmov jedincov, skupín. Tento posledný uvedený fakt, viac – menej podnecuje i dynamickosť hudobného prelínania rozmanitých podnetov v rámci záujmových tried, skupín a ich modifikácií. Určitým dôkazom sú aj mnohé udomácnené označenia ako je subkultúra, sieť, toky, kultúrne triedy a podobne,<sup>60</sup> čo taktiež signalizuje „lámanie“ predstavy o uniformovanom masovom hudobnom vkuse. V posledných rokoch sa stretávame aj s označením štruktúrovaná kultúra, do ktorej sa radia jednotlivé skupiny ľudí, podľa spoločných záujmov z oblasti hudby. Sú vyhľadávané ako súčasť svojej existencie v spoločnosti. Sociológovia ich dokonca pokladajú za významnejšie pre sociálnu stratifikáciu, rozvrstvenie spoločnosti, než tradičné sociálne znaky, nakoľko v nich nerozhoduje vzdelanie, rasa, vek, pôvod, profesia atď.<sup>61</sup>

Z uvedeného súčasne vyplýva, že hudba nevyplýva integrujúco len na ľudské zmysly, ale i na sociologické činitele, akými sú vek, vzdelanie, výchova, národnosť a podobne. Hudba je teda predmetom záujmu jednotlivých skupín a pôsobí v nich ako integrujúca sociálna funkcia pri utváraní hudobného vedomia society. Masmédiá svojou

---

<sup>60</sup> Hudba v sieti umožňuje neustály prístup k hudobnej tvorbe cez satelitné a podobné médiá. Mediálny marketing dal podnet vzniku tzv. formátového rozhlasu., tj. prispôbiť sa záujmom cieľových skupín. Pozri tiež: J. Vereš: *Hudba a hudobná výchova- pohľad do ich premien*. In *Hudobno – pedagogické interpretácie* 4. Nitra 1998 s. 9-44, ako i zborník :*Hudba, integrácie, interpretácie* 11. Mediálne a komunikačné aspekty hudby. Nitra, 2008 (edit. J. Vereš).

<sup>61</sup> Francúzsky sociológ Pierre Bourdieu zastáva názor, že spoločenské rozdiely sú evidentnejšie z hľadiska poznania záujmov ľudí vo sfére kultúry. Pozri tiež prácu Heleny Chaloupkovej: *Hudba ve světle principů masové komunikace*. Opus musicum. č. 4, 2005, s. 9 -14.

dramaturgiou, technikami, metódami (*medzi ktoré patrí dramatizovanie emócií, ponuka nových senzácií, ktoré viac – menej podporujú obchod a ekonomické súperenie medzi masmédiami*), napomáhajú rozširovaniu foriem „vnucovania“ hudobných produktov, bez ohľadu na ich kvalitu a výchovný vplyv na poslucháča. Na jednej strane prepojenie hudby s médiami sprístupňuje a rozširuje bázu hudobnej produkcie pre poslucháčov, avšak na druhej strane hudobné vnucovanie produktov, názorov, rozširuje u subjektov hudobnú pasivitu, nesústredenosť, čo často vedie k výmene hudobného zážitku za zvukovú rytmickú kulisu a k podnecovaniu kolektívneho hudobného vedomia (*známeho z dávnych kultúr*).

## 2.8 HUDBA A FILOZOFIA V URČITÝCH ETAPÁCH

Skúmanie vzťahu filozofie a hudby sa objavuje v mnohých dobových výpovediach o svete, o človeku, o spoločnosti, ako súčasť filozoficko – teoretických systémov. Myslitelia v nich pristupovali k hudbe z pozícií filozofických (*viac – menej až do konca 19.storočia*). Zaoberali sa najmä zmyslom hudby pre človeka a spoločnosť. Za základnú otázku považovali pôvod a vývin hudby, čo hudobnú filozofiu spájalo s etnológiou ako i etnomuzikológiou. V hudbe však odkrývali aj tie stránky, ktoré neboli v jej popredí. Napríklad A. Schopenhauer (1788-1860) vnímal hudbu z pozície filozofickej estetiky.<sup>62</sup>

V rámci vývoja vzťahu hudba a filozofia pozorujeme prístup len z určitého dobového poznatkového stanoviska, to znamená, že nie z

---

<sup>62</sup>Pozri: Mistrík, E.: *Estetika a filozofia: Je estetika filozofickou disciplínou?*  
In: *Studia aethetica*. PU, Prešov 2003.