

Semestrální práce – Masová kultura

Masová kultura

Pojmem masová kultura označujeme souhrn kulturních výtvorů, hodnot a artefaktů, které jsou svou formou nejstravitelnější pro co nejširší okruh příjemců, je tedy určena k masové spotřebě. Její rysy se dají charakterizovat jako unifikované, standartizované, přizpůsobivé, přímočaré jednoduché. Řídí se potřebami a vkusem nejširší společnosti, podléhá zákonům nabídky a poptávky. Nelze říci, že konzumenti masové kultury se řadí k určité společenské vrstvě, obecně se ale spojují se střední a nižší třídou. Podle Denisa McQuaila je možné masovou kulturu popsat těmito znaky: netradiční, neelitní, masově produkovanou, populární, komercializovanou, homogenizovanou.

Samotný pojem vznikl v 2. Polovině 18 století jako druhotný produkt průmyslové revoluce, industrializace a urbanizace. Migrování velkého počtu lidí do měst a jejich rutinní směnové zaměstnání s sebou přinesly nový fenomén, který se dříve vyskytoval jen ve vyšších vrstvách společnosti, tzv. volný čas. Lidé hledaly způsoby jak tento čas zaplnit. Většinou byla jejich prioritou odpočinek, zábava, zážitky, to vše podané v jednoduché co možná nejstravitelnější formě. Tím se vytvořil prostor pro kulturní statky, jejímž hlavním znakem byl stimul emocí. Začala se šířit převážně masovými sdělovacími prostředky, což zapříčinilo rychlé rozšiřování a dostupnost pro každého.

Masová kultura byli vždy předmětem kritiky. Podle kritiků byly její produkty v porovnání s vyšší kulturou umělecky méně cenné často hodnotně nesrovnatelné, banální, jednoduché, nezatežující intelekt. Nejznámějšími kritikami masové kultury byly členové, skupiny kritiků kolem ústavu sociálního výzkumu ve Frankfurtu nad Mohanem. Označují se jako Frankfurtská škola a jejími členy byli Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Walter Benjamin a Erich Fromm. Kritizovali kulturní průmysl vyrábějící kulturní artefakty jako zboží, za účelem vyššího zisku. Dále pak nemožnost příjemců zpětně reagovat na společenské a politické uspořádání. V neposlední řadě především Komercializaci standartizaci.

Popsat masovou kulturu se snažila i Hannah Arendtová. Podle ní je masová kultura produktem masové společnosti. Dřívější společnost kulturu chtěla za účelem obohacení se. Masová společnost kulturu chce za účelem zábavy. Podle Dwighta Macdonalda se kultura dříve dělila na lidovou kulturu (folk-culture) a vysokou kulturu (High-Culture). Masovou kulturu pak dělil na lowbrow, midbrow a highbrow. Rozdíl folk-cult oproti low-cult a midcult byl především ten, že folk-cult byla přirozenou součástí každodenního dne obyčejného člověka, naproti tomu low a mid-cult jsou spíše produktem kulturního průmyslu.

Umberto Eco, cituje kritiku Dwighta Macdonalda ve své knize Skeptikové a těšitelé. Považuje je ji za nejvyváženější. Popisuje zde ale především dosavadní nejvýznamnější kritiky a obhajoby masové kultury. Různé kritiky masové kultury zde sestavuje do *jednotlivých článků, obžaloby s nimiž je v každém případě nutno počítat*. Z článku je patrný především vliv mass-medií na masovou kulturu. Některé obhájce považuje za zaprodance masové kultury a říká, že jejich obhajoby je třeba brát s rezervou. Eco sice souhlasí s některými kritikami i obhájci a masovou kulturu považuje spíše za méně hodnotnou, avšak za krizi kultury ji nepovažuje a tento problém zde prezentuje jako špatně postavený. Kritizuje především rozvrstvení do tří úrovní: low, mid, high. A ukazuje zde, že některá díla mid-cultu, jako např. některé komiksy a romány (E. Hemingway-Stařec a moře), jsou sice původně určeny pro mid-cult či low-cult, ale formou a obsahem je můžeme zařadit do high-cultu. Mass-media vidí jako hlavního distributora masové kultury a přizpůsobování zde vidí jako hnací motor celého kulturního průmyslu. V závěru navrhuje, že člověk musí kvalitní kulturu vyhledávat, musí ji chtít, aby

se obohatil. Jinak budou mass-media dále produkovat všemožné, kulturní statky a člověk bude jen jejich konzumentem, který se neustále přizpůsobuje.

Závěry Umberta Eca jsou pochopitelné. Některá masová média nabízejí předplacené prosotry pro reklamu. Cena takovýchto prostorů se například u televizních stanic odvíjí, v závislosti v jakém sledovacím čase, nebo v komerčních přestávkách velmi sledovaných pořadů, je daný spot vypuštěn. V praxi to vypadá tak že Televizní stanice poskytne nenáročný ale diváky velmi žádaný produkt, ten divák jen zkonsumuje a v komerčních přestávkách jsou mu nabízeny jiné produkty z různých odvětví průmyslu. Takže divák si pustí svůj oblíbený film a aniž-by tušil je pouhým konzumentem masové-kultury. Vše je zaobaleno tak líbivě, že si toho člověk ani nevšimne. Většina těchto Mass-medií se prezentují jako svobodné a nezávislé, ale právě ona závislost na komerci je omezuje a jejich obsah se tak stává kulturně bezcenným. Jelikož žijeme v konzumní společnosti, která je založena na cyklické spotřebě, je komerce cítit na každém kroku, vyhnout se jí je takřka nemožné. Obyčejný den vzorového konzumního člověk v západní kultuře se pak smrskne na práci, cestování, nakupování, vyřizování neodkladných záležitostí atd. Když takovému člověku zbyde volný čas jsou mu nabízeny stravitelné a nenáročné kulturní statky, aby uspokojil své potřeby a přitom byl vystaven reklamě. Takhle se opakuje koloběh pořád dokola. Člověk zaměstnán často rutinní prací není tedy nucen tak často racionálně přemýšlet, stává se tak méně náročným a nevědomky se přizpůsobuje masové-kultuře.

Masovou kulturou dnes významně hýbou subkultury. Pojem vznikl v polovině 20.století, kdy vznikali spontánní skupiny zejména mladých lidí za potřebou vzájemného porozumění a úcty, které se jim v masové kultuře nedostávalo. Eco o subkulturách říká, že i když je člověk příznivcem některé subkultury a straní se hlavnímu proudu, je jen objetí jiného typu masové kultury. Přijde mi to poněkud černá představa. Člověk je od přírody kreativní tvor. Některé subkultury umí vytvářet i kulturně cenná díla, která jsou doceňována až postupem času a kreativní lidé z takovéto subkultury jsou pak vzorem pro ostatní. Záleží i na tom za jakých okolností je člověk příznivcem určité subkultury, může být i příznivcem několika subkultur nebo stát na jejich pomezích a vzít si s každé to své a třeba se i spoluúčastnit na tvorbě jedné z nich. Přijde mi, že některé subkultury vyžadují racionální uvažování, aby si z ní mohl člověk vzít to, co hledá. Racionální uvažování je velmi důležité, dělá z nás osobnost. Jak Eco ukazuje, když člověk chce, najde plnohodnotnou kulturu i v masové kultuře, je to dáno jeho vzděláním vkusem, kulturním přehledem a hodnotovými soudy, ty může člověk časem měnit a co se mu líbilo dnes, nemusí se mu líbit zítra.

Aby mohl člověk takhle uvažovat, musí mít přístup k plnohodnotným informacím. Ty může brát z různých zdrojů např. od členů své subkultury, ze školy a studia, z knihovny a v neposlední řadě s internetu. Internet jakožto nejnovější mass-medium, se liší od svých druhů hlavně tím, že člověk může ovlivnit obsah, který mu je nabízen. Jinými slovy najde si to, co potřebuje. Dokáže-li člověk takovým-to způsobem přijímat informace, zvyšovat tím svůj intelekt, měnit své hodnotové soudy, racionálně uvažovat, být kreativní a nezávislý, proč by nemohl vnímat kulturu na té nejvyšší úrovni či ji třeba tvořit. Stačí se jen spoléhat na přirozené instinkty.

Zdroje: Petrušek M., *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum 1996. Hesla Kultura Masová, Subkultura Umberto Eco., Skeptikové a těšitelé Praha: Svoboda 1995

