

Masová kultura

Masová kultura je odkaz, který po sobě zanechala moderní společnost. Jedná se o souhrn informací, hodnot a artefaktů, které jsou šířeny pomocí masových médií. Je účelně jednoduchá. Jejím úkolem je být snadno zkonsumovatelná pro masy, pobavit své publikum a vyplnit volný čas. Podle Denise McQuaila se dá popsat jako komercializovaná, homogenizovaná, populární, masově produkovaná, neelitní a netradiční. Jak vyplývá z této definice, jeden z jejích hlavních cílů je zisk.

Ačkoliv se může zdát, že masová kultura je jev poslední doby, není tomu tak. Toto odvětví se postupně vytváří už od počátku průmyslové revoluce, což je více než dvě století. Svému vzniku vděčí industrializaci a urbanizaci. Původně vznikla jako druhotný produkt, avšak postupně začala nabývat na síle, k čemuž velkým dílem přispěl vynález knihtisku, což byl v té době první masově sdělovací prostředek.

Na vznik masové kultury existuje několik názorů. Jeden z nejznámějších pochází od Umberta Eca. Tvrdí, že masová kultura je produktem masových médií. Má tím na mysli již výše zmíněný vynález knihtisku, který odstartoval vlnu naprosto nových a doposud nepoznaných možností komunikace s masami. Poprvé v historii bylo možné ovlivnit velký počet osob za pomoci jedince nebo skupiny. Dříve toho byli schopni pouze řečníci nebo vladaři, nyní tuto moc získali i obyčejní lidé, kteří nejsou obohaceni jakýmkoliv vlivem. Tento posun však s sebou nese spolu s klady také velké zápory. Vliv médií a sdělovacích prostředků na veřejnost může být často zavádějící nebo dokonce až škodlivý. Tato škodlivost přichází většinou s vidinou zisku a vlastního prospěchu. Ubíjí kulturní smýšlení populace a tím zabíjí kulturu. Lidé se stávají bytostmi čím dál jednoduššími, nechtějí nad věcmi složitě přemýšlet. Proč myslíte, že má bulvární tisk mnohem větší prodejnost, než seriózní noviny? Lidé nechtějí číst o katastrofách ve světě, o finanční krizi nebo o politice, která se jich týká, ale raději si přečtou o skandálech celebrit, které jsou navíc často lživé. Tuto stránku masové kultury vidím jako velmi zápornou, neboť v ní spatřuji obrovský úpadek společnosti.

Zároveň bych nerad tvrdil, že všechno komerční je špatné. Znam spoustu knižních autorů, režisérů nebo hudebních interpretů, jež oplývali takovou kvalitou, že se časem stali ziskovějšími než sami čekali, tím pádem i komerčními. Avšak pokud se i přes velký úspěch a různé výdělečné nabídky dokážou přenést a zůstanou kvalitními, nevidím důvod proč jimi opovrhovat.

Bohužel ve většině případů to končí tak, že umělec podlehne vidině obrovského profitu, lidově řečeno se zaprodá a začne tvořit pro masy. Domnívám se, že tento jev se v moderní společnosti stává velkým cliché. Místo toho, aby umělec využil té obrovské příležitosti promlouvat k obrovským masám lidí a kulturně je obohatit, stane se pouze reklamní loutkou médií a ziskuchtivých promotérů. Co se týče reklamy, je to další nástroj masové kultury, který má svůj rub i líc. Vybavuji si, že jsem díky reklamě mnohokrát pořídil kvalitní, výhodnou a potřebnou věc. Je to však jen mizivé procento v té obrovské mase nabídek, které se na mě hrnou ze všech stran a jsou z 99% obtěžující a naprosto zbytečné. Většinou se mi účelně snaží vnutit produkt, který bych sám z vlastní iniciativy vůbec nehledal. Jako příklad uvedu

promování nových filmů, přicházejících do kin. Proč jsem ještě nikdy nikde neviděl upoutávku například na psychologický thriller, ale vždy sleduju obrovský poprask, když přichází do kin jakýkoliv vysokorozpočtový blockbuster? Odpověď je jednoduchá: masová komerce. S vysokým kapitálem přichází také vysoký zájem publika. Ze sociologického hlediska má masová kultura dvě úrovně. První úroveň se nazývá koncepce modálního vkusu a spočívá ve zjišťování průměrného vkusu, čímž vyvolává zájem u střední vrstvy populace. Ta druhá a zároveň rozšířenější úroveň se nazývá princip nejnižšího společného jmenovatele, při čemž už z názvu vyplývá, že tato úroveň má za úkol uspokojit naprosto každého, neboť kalkuluje s nejnižší úrovní vkusu.

Samotná masová kultura se sice vyskytuje úplně všude, ale s jejím definováním to není zase až tak jednoznačné. Jejím vymezením se zabývala Polská socioložka Antonina Kłoskowska. Podle ní je součástí masové kultury vše, co je sdělováno a zpřístupňováno velkým masám nepřímého publika. Do toho se počítá i to, co je běžně pokládáno za součást vysoké kultury. Kłoskowska uvádí, že jednoduše neexistuje mezník mezi masovou kulturou a kulturou vyšší, nikdy se tyto dvě formy vzájemně nevyklučují. Hlavní rozdíl mezi uměleckým dílem a masovou kulturou vnímá tak, že u uměleckého díla je potřeba vynaložit osobní úsilí k pochopení díla a schopnosti katarze, zatímco u masové kultury nikoliv. Dále uvádí, že masová kultura funguje na bázi homogenizace, díky tomu nemusí být kultura, která se k lidem dostává skrze masmédiu pouze nižší úrovně, ale může zastupovat různé kulturní úrovně.

Na závěr je nutno podotknout, že v dnešní moderní době je prakticky nemožné se masové kultuře vyhnout, ať už se budeme snažit sebevíc. Je ale na místě na ni rezignovat, nechat se jí pohltnout a tím se stát součástí masy?

Použitá literatura:

KŁOSKOWSKA, Antonina. Masová kultura: kritika a obhajoba. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1967

MARTIN, Rudolf, Radomil HRUŠKA a Ivan TESÁR. Problémy masové kultury : sborník statí k otázkám současné kultury. Díl 3. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1967