

Masová kultura

Úvod do uměnovědných studií US_42

Michaela Dobiášová, UČO: 441848

Masová kultura

Jak už z názvu vyplývá, tato kultura se týká mas, což je označení pro nijak nezorganizovanou skupinu lidí, které vzájemně nepoutají žádné vztahy ani společné zájmy. Přesto je tato kultura určena pro ně všechny.

Je to jakýsi soubor hodnot a informací podaných tak, aby oslovil co nejširší společnost, která jej má následně přijmout a zkonsumovat. Její základní vlastnosti jsou tudíž jednoduchost a snadná dostupnost. Hlavním cílem masové kultury je pobavit publikum a z toho vytěžit zisk. Podléhá proto zákonu nabídky a poptávky.

Masová kultura je často označována za kulturu středních a nižších tříd a to právě díky tomu, že má sloužit pro pouhé pobavení. Nepřináší nic nového, nic originálního, ani nic co by lid dále vzdělávalo. Na úkor zábavy je často kvantita důležitější než kvalita.

Masová média (nástroj masové kultury) jako nástroj manipulace

Prostředky manipulace působící na lidskou mysl fungují už tisíce let. Před existencí médií to byla například církev, která ovlivňovala a upravovala myšlenky veřejnosti tak, aby šly ruku v ruce s písmem svatým. Tyto myšlenky byly postupem času prostřednictvím církevní moci přeměrovány od Bible spíše k blahobytu samotných hodnostářů a podobně tak šlechty. Takovéto a podobné manipulace probíhaly vždy skrytým a natolik přirozeným způsobem, aniž by si toho mohly masy jakožto objekti povšimnout.

Vznik médií poskytl vládnoucí a vysoko postavené společnosti nové příjemně jednoduché schopnosti, jak udržet věci pod kontrolou. Pro socialismus byly (a někde bohužel dodnes jsou) manipulace společně s cenzurou typickými rysy. Skrz média proudily falešné informace o aktuální situaci a nehodící se pravdy byly utajovány, cenzurovány či úplně zakázány. Média jednoduše pracovala s míněním veřejnosti tak, aby jej upravila ve prospěch režimu. Manipulace byla vládním nástrojem sloužícím k naladění kamuflované poklidné atmosféry v komunistických státech.

Se změnou režimu přišla i změna typu manipulace médií. Ve většině případů už nelze mluvit o pozměněných informacích nebo dokonce lžích, ale spíše se ze strany médií jedná o snahu změnit názory, postoje a jednání diváků k vyhovujícímu a někomu/něčemu prospěšnému obrazu. V dnešním konzumním světě je mediální manipulace mas nedílnou součástí tzv. masové kultury a jedním z hlavních nástrojů kapitalismu. Je to kolečko u vozu, bez kterého by kapitalismus a tudíž i celý západní svět tak, jak ho známe, snad ani nemohl fungovat. Lidé zastávající role producentů hojně využívají své moci tahat za provázky a tím hýbat masami směrem ke konzumaci jejich produktů. Díky této nenásilné a nenápadné hře lidé často ani neví, že rozhodnutí, která dělají, nejsou tak úplně z jejich hlavy, avšak z hlav postavených mnohem výše nad nimi. Toto se ovšem netýká pouze výrobců kapitalistů, ale i veškerých dalších osob žijících z faktu, že se masová společnost řídí tím, co vyprodukuje. Nemusí to být pouze výrobky, nýbrž i myšlenky postaviček stojících na příklad v čele státu, či myšlenky umělců, kteří je formulují pomocí svých děl.

Všemožné předpisy chování a jiná doporučení můžeme (nebo nemůžeme?) najít schované v oblíbených filmech, neoblíbených reklamách, v denním, týdenním či více denním tisku, v rádiovém vysílání, ve volebních i jiných kampaních, v poselstvích ukrytých v textech písní a zcela jistě i na další spoustě míst, kde bychom je třeba i vůbec nehledali.

Korunu této problematice nasazuje internet, který má tu schopnost s přehledem obsáhnout veškerá média, čímž se stává hlavním střediskem celé masové kultury. A jelikož žijeme v době a světě internetu, je skrze něj soustředěna většina manipulativních (i nemanipulativních) sdělení. Tento trend ve způsobech sdělování splňuje i dva nejzásadnější body masové kultury – jednoduchost a snadnou dostupnost.

Masová kultura má hlavně bavit, proto jsou i manipulativní sdělení podávána formou, kterou jsme ochotni se zájmem sledovat, a nezbuzuje v nás žádné pocity odporu.

Dnešní demokratický svět nám dává pocit moci se svobodně rozhodnout, avšak i to je vlastně jen určitý druh manipulace. Nebo spíše bylo toto naše právo na manipulaci kapitalismem a konzumní společností zdeformováno. Pravdou je, že možnosti, mezi nimiž můžeme volit, jsou nám velmi často podávány již v předžvýkané a přizpůsobené verzi tak, aby je konzument pochopil „tím správným způsobem“.

Na závěr takové zamyšlení. Jestli opravdu na druhých koncích provázků, které má každý z nás jako loutka připojené k tělu, stojí a tahají velké osobnosti, které mohou samy sebe nazývat ilumináty, pak byl rozvoj masové kultury prostřednictvím masových médií to nejlepší, co veškeré konspirační teorie mohlo potkat.

Zdroje:

- ADORNO, Theodor W. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikoymenh, 2009. Oikúméné: Malá řada. ISBN 978-80-7298-406-0.
- HENCKMANN, Wolfhart a Konrad LOTTER. *Estetický slovník*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. ISBN 8020504788.
- McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, ISBN 80-7178-714-0.
- Artslexikon. Kultura masová [online]. dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Kultura_masov%C3%A1