

Úvod do uměnovědných studií

MASOVÁ KULTURA

Dominika Kostková, učo 439239

Samotné slovo kultura nám označuje lidskou činnost, kterou lidstvo produkuje už několik tisíc let. Jsou to určité hodnoty, jak duchovní tak hmotné. Kultura vytváří prostředí, které si může osvojit každý člověk na Zemi, ať je to vysoce postavený politik nebo domorodec z Afriky.

Kultura masová se začala rozvíjet v průběhu 18. století. Průmyslová revoluce značně změnila vývoj technologický i společenský, umožnila tak kultuře proniknout i do nižších vrstev společnosti. Lidé se začali více bavit, chodit do kina, muzeí, galerií a svůj volný čas vyplnili zábavou. Technologický rozvoj umožnil levnou výrobu knih, obrazů, hudby a tisku ve velkém množství, hlavním důvodem bylo nasycení trhu.(Macdonald: 1963) Kultura začíná být řízena ekonomickými zákony, princip poptávky a nabídky vytváří situaci, kdy je kultura vědomě vytvářena pro trh.

Masová kultura je v první řadě určená pro masové publikum, setkáváme se s ní každý den. Snaží se vyhovět nárokům publika, pobavit jej a přiblížit se mu co nejvíce. Adorno ve své knize Schéma masové kultury tvrdí, že masová kultura je v zásadě adaptací, avšak je zároveň adaptací konzumentům. (Adorno: 1963) Masová kultura je předávána masovými médii, se kterými je úzce spjata a tím má zaručeno, že se opravdu dostane k velkému množství diváků, čtenářů, posluchačů a dalších jedinců. Umberto Eco rozděluje publikum na dvě skupiny, které nazývá skeptiky a těšitelé. Těšitelé masovou kulturu uznávají, můžeme je označit za obhájce masové kultury, zatímco skeptici ji odsuzují. Dále ve své knize však tvrdí, že se masová kultura nedá buď odmítnout nebo přijmout, jelikož má své negativní i pozitivní stránky.(Eco: 1995)

Řada kritiků odmítá masovou kulturu kvůli její nenáročnosti, jednoduchosti a komercializaci. Nevyžaduje soustředění daného jedince ani zapojení jeho fantazie, preferuje méně náročné žánry, aby se snadno rozšířila mezi obrovské množství lidí – masy. Naopak, těšitelé tuto vlastnost masové kultury vyzdvihují.

V dnešní době jsme obklopeni masovou kulturou, která se šíří prostřednictvím masmédií. Jako masmédiá označujeme hlavně televizi, tisk a rozhlas - rádio.

Jak vnímáme masmédiá? Mají pro nás přínos nebo jsou tu jen pro zábavu? V minulosti byl tisk určen k předávání informací a lidé si kupovali noviny, aby četli pro ně důležité informace. V dnešní době je tisk zahlcen banálními informacemi a přílohami zdarma jen proto, aby zaujal jedince a měl z nich co nejvyšší zisk. Dnešní časopisy se předhánějí, kdo dříve pustí do světa informaci o tom, co měl pan prezident na oběd a jak mu to chutnalo, kolik zhubla známá seriálová hvězda, že se narodilo štěňátko v okolí Ostravy a jaký plat dostává uklízečka v norském Oslu. Je tohle opravdu to, co chceme číst?

Pro mě osobně je důležitá hudba, hudba je přece něco úžasného a magického. Ale co z hudby udělala masová kultura? Jak mohli lidé ustoupit od Mozarta a začít poslouchat Gangnam style? Hudba přestává být umění, lidé odstoupili od koncertních sálů a dali přednost hudbě, která ztrácí uměleckou strukturu. Z rádií se na nás řítí obrovské množství populárních písní jako například výše uvedený song Gangnam style. Nerozumíme ani jedinému slovíčku, stejně jako většina ostatních národů a přece se tato píseň stala celosvětovým hitem. Proč? Stačí chytlavá melodie a stupidní videoklip? Ano, stačí. Producenti, zpěváci, manažeři a ostatní profesionálové z hudebního a hlavně marketingového oboru

dobře ví, co se dneska poslouchá a co „frčí“. Píseň lehká na poslech, opakující se slova pořád dokola, chytlavý rytmus, nádherný zpěvák, fenomenální videoklip a máme nový úspěšný song. Dá se tomu říkat umění?

Hudba je všudypřítomná, v dnešní době zastává funkci spíše kulisy než hlavního aktéra. Rádi si ji pustíme při učení, úklidu, v práci nebo jako „křoví“. Úplně ztrácíme pojem o obsahu hudby a dané písni, stávají se z nás obyčejní hudební konzumenti. Jako příklad uvedu vánoční koledy, které nás provázejí od nepaměti. Kdo z Vás si letos zazpíval koledy? Troufám si říct, že jen hrstka z nás stála u vánočního stromku s celou rodinou a zpívala. Ztrácíme zájem o udržení lidové tradice. Kdo umí zazpívat jednu celou vánoční koledu? Je pro nás daleko jednodušší zajet si do Tesca a koupit si CD nebo DVD s nahranými koledami. Ani jsem netušila, jak obrovský výběr koled existuje. Přejete si koledy nazpívané dětmi, ženou nebo mužem, sólo nebo sborově? Rychlejší tempo koled? Dokonce jsem narazila na koledy zremixované. Proč? Tady se už nejedná o umění, tady jde hlavně o zalíbení se. Do popředí se dostává elektronická hudba, rap, hip-hop a pop-music. Tato hudba slouží spíše k zábavě než ke kulturnímu prožitku. Ztrácí originalitu a je přetvářena tak, aby se zalíbila daným jedincům. Mnoho interpretů mezi sebou svádí boj o slávu, chtějí být první na žebříčku TOP 100 a trhat rekordy v prodaných CD. Kde se ztratil zájem o vytvoření něčeho originálního, snaha o vytvoření umění?

Masová kultura spojená s masovou výrobou a masmédií ovlivnila vývoj nejen hudebního světa. Dovoluji si říct, že masmédiá zásadně ovlivňují vkus mladých lidí. Udělají vše pro to, aby se dostala lidem pod kůži, přesně tohle se masovým médiím daří. Lidé kupují nejnovější kolekci značky Nike, poslouchají nejpoblábnější písničku nebo čtou Padesát odstínů šedi, protože právě tohle je považováno za „boom“, ve skutečnosti se jim to nemusí ani líbit. Jak tvrdí Theodor W. Adorno „*Masová kultura je nenašminkovaná šminka.*“

Literatura:

Adorno, T.W. – Schéma masové kultury

Eco, U. – Skeptikové a těšitelé

Macdonald D. – A Theory of Mass Culture