

ESKAPISMUS – (z angl. escape - únik, útěk)

mentální proces, jehož podstatu tvoří fantazijní únik před reálnými životními problémy do imaginárních světů, které mají často podobu mediálních simulací. Masová média nabízejí široké spektrum obsahů, žánrů a idejí, které plní v dané souvislosti iluzivně kompenzační funkci a umožňují tak jedincům snadný odstup od tlaku každodenní reality, respektive její bezpečné popření. V širším slova smyslu souvisí uvedená funkce se schopností médií redukovat úzkost (Mendelsohn, 1963), respektive podílet se na konstrukci tzv. ontologického bezpečí (Giddens, 1990). E. bývá většinou spojován s konzumací tzv. zábavních obsahů, která vede podle řady autorů ke ztrátě zájmu o relevantní sociální otázky a otevírá tak prostor totalitární propagandě (Adorno, Horkheimer, 1947).

Projevy eskapistického chování mediálního publika se již v první polovině 20. století zabývali teoretici masové komunikace (Lazarsfeld, 1940, Herzog, 1940). Jako samostatná kategorie se e. objevuje v prvních výzkumech spojovaných s tzv. teorií „užití a gratifikace“, která se od čtyřicátých let minulého století pokouší zachytit klíčové příčiny proč jedinci užívají média (Pearlin, 1959). Uvedená koncepce vychází z předpokladu, že povaha užívání médií úzce souvisí s tím jak jsou schopna uspokojovat potřeby, přání či motivy publika. Uvedené téma úzce souvisí s teorií selektivní percepce (Klapper, 1960), která objasňuje víceméně nevědomý sklon jedinců unikat před psychicky nepřijatelnými obsahy, respektive jejich sklon měnit tyto obsahy k „obrazu svému“. Do jisté míry tak můžeme chápat e. jako obranný mechanismus, který má své opodstatnění zvláště v situacích souvisejících se stavy konfrontace, s nesnesitelnými, frustrujícími událostmi či jednáním. Tlak takových situací vede nečistě k jejich fantazijnímu přepracování nebo k naprostému popření, které ovšem není nikdy bez následků ve vztahu k dalšímu fungování lidské psyché. Konzumace masových médií významně posiluje sklon jedinců unikat před tlakem každodenních problémů do simulovaného světa médií. Klíčovou rolí zde hraje v dané souvislosti zvláště mechanismus identifikace s mediálními celebritami, zpěváky, sportovci či herci, respektive s postavami, které představují. Do jisté míry patří e. k tzv. nesociálním potřebám, jelikož saturuje individuální potřebu být současně sám i s druhými a otevírá tak prostor pro tzv. parasociální interakci.

Podle Janice Radway (1987) je e. typický pro čtenářky tzv. románů, „červené knihovny“, která jim nabízí za prvé privátní časoprostor chráněný před tlakem rodinných povinností. Za druhé pak poskytuje imaginární verzi ideálních vztahů. E. tak v dané souvislosti znamená jak odmítnutí aktuální odpovědnosti matky či manželky, tak i možnost úniku prostřednictvím identifikace s literárními hrdiny, jejichž životy se v žádném podstatném rysu nepodobají osudům jejich čtenářů. Jinými slovy, podle Radwayové spočívá eskapistická funkce tzv. červené knihovny v tom, že dává ženám k dispozici širší prostor pro jejich každodenní existenci. Uvedený přístup odráží posun

v odborné reflexi uvedené kategorie charakteristický zvláště pro tzv. kulturní studia. E. zde již není chápán jako označení regresivní zkušenosti konzumentů tzv. nízké kultury, ale je užíván spíše jako neutrální kategorie snažící se přiblížit specifickou životního stylu různých subkultur.

[JV]

Literatura:

- Adorno, T.W., Horkheimer, M.: *Dialectic of Enlightenment*. London, Allen Lane 1973 (1947).
Giddens, A. (1990): *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
Herzog, H. (1940): *Professor quiz: a gratification study*. In: Lazarsfeld, P.F. (ed): *Radio and the printed page*. New York, Duell, Sloan&Pearce.
Klapper, J. (1960): *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
Pearlin, L.I. (1959): *Social and personal stress and escape television viewing*. *Public Opinion Quarterly*, 23, 255-259.
Lazarsfeld, P.,F. (1940): *Radio and the printed page*. New York, Duell, Sloan&Pearce.
Mendelsohn, H. (1963): *Socio-psychological perspectives on the mass media and the public anxiety*. *Journalism Quarterly*, 40, pp. 511-516.
Radway, J. (1984): *Reading Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. London: Verso.