

Hlavním cílem masové kultury je oslovení co nejširšího okruhu lidí. Nelze charakterizovat určitou cílovou skupinu, pro kterou by byla určena. Snaží se zkrátka dostat do podvědomí masy lidí s různorodým vkusem, myšlením, a obecně životním stylem. Její součástí jsou určité atributy jako jednoduchost, srozumitelnost, praktičnost a schopnost zaujmout. Vznik masové kultury bychom mohli najít v 18. Století, kdy byla vedlejším produktem průmyslové revoluce.

Hlavními prostředky masové kultury jsou média a to televize, tisk, rozhlas, internet. Díky nim se rozhodně šíření masové kultury neuvěřitelně usnadnilo. Hlavní náplní těchto sdělovacích zdrojů je samozřejmě reklama. Co je nejhorší, jak je známo, vůbec nezáleží, jestli je reklama dobrá nebo špatná. Důležité je, že funguje (ať už kladně či záporně). Důležitou složkou reklamy je její vizuální vliv, dobrý slogan, hudba a jednoduché sdělení, které vypovídá o věci, které se reklama týká. To co člověka zaujme na první pohled je to nejdůležitější. Myslím, že už si člověk ani neuvědomuje, kolik věcí nás ovlivňuje i při jednoduchých rozhodnutích.

Jedním z významných průkopníků, co se týče společnosti, reklamy i masové kultury byl určitě Edward L. Bernays. Tento americký zakladatel public relations měl ojedinele troufalý a přitom trefný odhad na chování celé společnosti. Přispěl reklamě i masové kultuře něčím úplně novým, něčím, co nakonec oslovilo řadu lidí. Jeho změna vnímání věcí, jakožto produkty, které lidé potřebují, na věci, které lidé chtějí, byla opravdu průkopnická. Mezi jeho první zakázky co se týče reklamy, patřila jedna z oblasti tabákových výrobků. V 1. polovině 20. století, kdy společnost považovala kouření žen za nevhodné až zahanbující, postavil tabákovou kampaň právě na kouřících ženách. Symbolem a sdělením všeho, byla podpora svobodných žen, žen nezávislých. To vše také samozřejmě podporovalo začínající feminismus. Žena se zapálenou cigaretou v ruce, byla také přirovnávána k Soše Svobody. Myslím, že tento tah byl opravdu odvážný a kupodivu působivý. Je to jeden z důkazů, že i když je masová kultura nazývána něčím, co je dost jednotvárné, komfortní a přízemní, stále by také měla být nazývána nevyzpytatelnou.

Masová kultura je všude kolem nás, jen záleží, jak moc jsme její součástí a do jaké míry ji vnímáme. Tento pojem je často také spojován s chováním člověka jako pouhé, nevýznamné ovečky ve stádu. A proto masová kultura naprosto vytlačuje individualismus a variabilitu člověka. Myslím, že to si každý člověk ale vybírá sám. Určitě je pro část populace vyhovující, o některých věcech ani nepřemýšlet, a pouze tyto věci přijímat tak jak je diktuje společnost a jak přicházejí. Nedá se však přesně určit, s jakou skupinou lidí je masová kultura nejvíce spjata. Obecně však do této skupiny bývají zařazováni lidé převážně z nižší a střední vrstvy. Možná také proto, že masová kultura je snadno dostupná.

Označení masová kultura zní v tomto období stále spíše dost negativně. Úspěch masové kultury velmi souvisí s její rozmanitostí. Proto oslovuje veřejnost bez rozdílů na pohlaví, věku, vzdělání a jiných vlastností jedinců. Každý si zkrátka dokáže najít to svoje. Masová kultura má svůj určitý standard a stále dokolečka opakuje a vytváří stále podobné věci, protože člověk je přijímá a bude přijímat. Je založena na zvyklostech a pohodlnosti svého publika. Proč vyhledávat něco nové, když to, co je, lidem vyhovuje a jsou s tím stále spokojeni.

Další skupina lidí, která si uvědomuje tlak masové kultury a její pronikání do všeho kam se jen dá, ji sice vnímá, ale spíše odsuzuje. Jejich negativní postoj k masové kultuře je jejich primárním hodnocením. Tím myslím, že i kdyby někdo z této elitní skupiny zavrhovatelů masové kultury byl zaujat něčím, co je masové, už z principu to nepřijme. Vždy radši, než aby si měl pořídit cokoli masově uznávaného, odmítne to, aby si hlavně zachoval svou individualitu za každou cenu.

Další pojem, který dle mého názoru spadá pod masovou kulturu, je kýč. Jeho definice je ale neznámá. Nikdo přesně nedokáže určit, jak se kýč liší od uznávaného umění. Právě kýč také oslovuje obrovskou masu lidí. Kýč se vyskytuje jak ve výtvarném umění, tak i v literatuře, filmu, reklamě či hudbě. Myslím, že ale nejčastěji je kýč spojován s dekorativními předměty v podobě keramických trpaslíků, roztomilých zvířátek či dalších rádoby milých výjevů. Kýč vždy byl, je a bude nepřekonatelnou součástí masové kultury. Otázka je proč tomu tak je. To nás ale vrací opět k tomu, že stejně jako masová kultura i kýč je tolik rozmanitý a tolik rozšířený, že si stejně ten svůj líbivý kousek každý v něčem najde. Asi proto ten úspěch, pro někoho nepochopitelných až odporných věcí.

Masová kultura určitě nikdy nezmizí a ve výsledku to ani není vlastně možné. Mohla by být maximálně lehce potlačena elitní skupinou, která ji odsuzuje. Tím by však ztratila svou hlavní náplň a to přece nikdo nechce. Přece to co je masové, ještě nemusí být špatné. Masovost je zkrátka součástí společnosti. V davu je přece člověk nejvíce v bezpečí.

Použitá literatura:

HENCKMANN, Wolfhart; LOTTER, Konrad. Katarze. In Estetický slovník. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995. 98-99 s. ISBN 80-205-0478-8.

ADORNO, Theodor W. Schéma masové kultury. 1. vyd. Praha: OIKOYMENH, 2009, 62 s. ISBN 978-80-7298-406-0.

KŁOSKOWSKA, Antonina. Masová kultura: Kritika a obhajoba. Praha, 1967, 271 s. ISBN 25-045-67