

Masová kultura a její kritika

Masová kultura představuje kulturní artefakty, hodnoty a představy masové komunikace, přičemž hlavním cílem nabídky je dosáhnout u publika co nejširšího přijetí. Masová kultura označuje i důsledky tohoto kulturního konzumu (např. módní vlny, konzumní životní styl). Producentem masové kultury je kulturní průmysl (pojem M. Horkheimera a T. W. Adorna), který mísí prvky vysoké a nízké kultury, aby vyhověl přáním publika a zároveň ho ovlivnil.¹ Masová kultura byla také vymezovaná na základě srovnání s ranějšími kulturními formami – s lidovou kulturou, která zjevněji vychází přímo z lidu a obvykle předchází masová média a masovou produkci kultury. Původní lidová kultura byla po celé Evropě objevována v průběhu devatenáctého století, tedy právě v době, kdy tato kultura v důsledku společenských změn rychle mizela. Kritické masové kultury často litují ztráty integrity a jednoduchosti lidového umění. Prvními uživateli masové kultury a prvními, kdo byli odtrženi od kořenů lidové kultury, byli příslušníci nové městské dělnické třídy v západní Evropě a v Severní Americe. Není pochyb o tom, že masová média sama poskytla některé lákavé kulturní proudy všeobecně přitažlivé kultury a současně jiné přizpůsobila podmínkám městského života tak, aby zaplnila kulturní vakuum vytvořené industrializací.²

Kritika masmédií

S příchodem průmyslové éry v devatenáctém století dochází ke koncentraci obrovského počtu obyvatelstva z venkova do velkoměst. Kvůli těmto změnám jedinci ztrácí své sociální vazby a stávají se izolovanými. Důsledkem toho vzniká masa oslabená od tradičních svazků postrádající cíl, který by je sjednocoval. V této době se objevují hromadné sdělovací prostředky, takzvané masmédiá, které reprodukovaly masové názory. Ve dvacátých letech bylo pohlíženo na masovou kulturu spíše optimisticky, avšak v letech třicátých byla kritika o něco střízlivější. Kritickým zkoumáním masové komunikace a kultury se zabývala především frankfurtská škola. Teoretikové T. W. Adorno a M. Horkheimer rozvinuli popis kulturního průmyslu a v Dialektice osvícenství předpovídají příchod televize jako novou formu masové kultury, kde se pojí zrak, sluch a obraz společně s příběhem. Považují televizi jako řádný příklad industrializované kultury. Televize se zaměřuje na syntézu rozhlasu a filmu, která se oddaluje do té doby, dokud se zainteresované skupiny zcela nesjednotí. Neomezené možnosti televize však dávají tušit, že dojde k tak radikálnímu ochuzení estetického obsahu, že povrchně zakrytá identita všech průmyslových kulturních produktů může již zítra otevřeně triumfovat, a tak nastane výsměšné naplnění Wagnerova snu o *Gesamtkunstwerk*.³ Masmediím je vytýkáno a jsou kritizovány za to, že předkládají populaci kulturu, která se neodlišuje od kultury odlišných etnických skupin, tím pádem je kultura těchto skupin ničena. Předkládají publiku, co po nich chce, nebo se je snaží přesvědčit pomocí reklamy o tom, co by chtít měli. Člověk se tak stává otupělým a snadno ovlivnitelným nástrojem k zisku peněz. Masmédia slouží jako zdroj zábavy a vyplnění našeho volného času. Tudíž nenutí diváka k nějaké vyšší pozornosti a zároveň ho odrazují od námahy získávat nové zkušenosti jinak, než právě prostřednictvím masmédií. Podporují nekritický a pasivní pohled na svět. Pokud je konzumentům předkládána vyšší kultura, je to velmi často takovým způsobem, aby se konzument nemusel namáhat přemýšlet. Většina z nás si určitě všimla faktu, jakým způsobem některé televize ukončují přehled večerních zpráv, a to například vysíláním absurdní reportáže o zvířatech a tak podobně, které jsou tím pádem stavěny na stejnou úroveň jako reportáže s mnohem důležitější tematikou. Člověk je poté jakýmsi způsobem uklidněn a nabývá pocitu, že je vše v pořádku a že si právem zaslouží odpočinek po celodenní práci u něčeho tak

nenáročného jako je televize, aniž by si byl ochoten přiznat, jak moc je masmédií každodenně ovlivňován.

Na první pohled se zdají být masmédiá neškodná a hrají ve společnosti jakýsi vzdělávací nástroj. V podstatě jsou ale velmi dobrým prostředkem kontroly a řízení lidského vědomí ve zdánlivě demokratické společnosti. Vše, co je tedy divákovi předkládáno, je ovlivněno zvenčí. Problémem masové kultury je její řízení a manipulace ekonomickými skupinami, přičemž je podrobena zákonu nabídky a poptávky. Do výroby nevstupují skuteční kulturní pracovníci, ale výroba je založena na co nejvyšším zisku. Podle myšlenky Umberta Eca, kterou zmiňuje ve své knize *Skeptikové a těšitelé*, vyplývá nutnost aktivního zásahu kulturních pospolitostí do masových komunikací. Mlčení není protest, ale spoluvina, stejně jako odmítnutí kompromisu.⁴

Závěrem by se dalo říci, že je velmi obtížné se vlivu masové kultury bránit, spíše se to dá považovat za nemožné. Rozhodne-li se člověk bránit manipulaci médií s tou myšlenkou, že má přeci na výběr, jaký kanál bude sledovat, či jaký styl hudby bude poslouchat, octne se v situaci, že se sice stal součástí okrajového hnutí (např. punk), to ale působí okrajově jen zdánlivě a ve skutečnosti je jen prodlouženou rukou mainstreamu. Masová kultura a trh jsou velice pružné a pohotově na tyto změny reagují. Touží-li určitá skupina posluchačů například po poslechu vážné hudby, mají možnost výběru mezi několika televizními kanály, jenž jim tento poslech umožňují. Programy jsou tedy připraveny uspokojit obrovskou škálu svých diváků a snaží se každému nabídnout to, po čem touží. Často však narážíme na fakt, že se tak děje na úkor kvality. Rozhodneme-li se, že budeme navštěvovat pouze menší a nízkorozpočtová kina za účelem zhlednutí kvalitního filmu, můžeme si povšimnout, že i tyto kina zařazují do svého programu snímky, které jsou promítány v multiplexech. Ne vždy je to však kvůli jejich umělecké hodnotě, ale z důvodu silné poptávky.

Citace:

¹JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 137 s. ISBN 978-80-7367-269-0.

²MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002c1999, 62-63 s. ISBN 80-7178-714-0

³ADORNO, Theodor W a Max HORKHEIMER. *Dialektika osvícenství: filosofické fragmenty*. Vyd. 1. Praha: OIKOYMENH, 2009, 126 s. ISBN 978-80-7298-267-7.

⁴ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995, 58 s. ISBN 80-205-0472-9.

Zdroje:

EDWARDS, Tim. *Kulturní teorie: klasické a současné přístupy*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, ISBN 978-80-7367-685-8.

ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1995, ISBN 80-205-0472-9.