

Masová kultura

Definice:

- Masová kultura je produkována pro masové publikum (pro tzv. masu), není tak určena jen malé skupině.
- Na obsah masové kultury se podílí ti, kterým není určena. Její souhrn informací jsou zprostředkovány masovými médii tak, aby se snadno daly konzumovat v co nejširším okruhu příjemců. Je také vytvořena za účelem, co nejvyššího zisku.
- Náplní masové kultury je většinou jen pobavit a posloužit svému publiku k zaplnění jejich volnému času.
- Snadné pochopení a dostupnost masové kultury má možná za následek nízkou kvalitu a originalitu předkládaného obsahu.
- Název masová kultura vnímáme jako označení pro něco nízkého, co může užívat či vstřebat každý jednotlivec, bez ohledu na jeho znalosti a zařazení ve společnosti.

Majetkový fetišismus

Esej:

Masovou kulturu můžeme už zaznamenat v období, kdy se vesnice začaly rozšiřovat. Vznikaly velkoměsta, kde se náhle objevuje spousta lidí různých vrstev na docela malém prostoru. Tento shluk lidí měl ideální podmínky pro vznik masové kultury, která měla za cíl pobavit, nebo lépe řečeno zaujmout co nejširší publikum. Není zde tudíž prostor pro jedinečnost věci. Vše je podřízeno společným zájmům většiny.

Masovou kulturu lze nejlépe šířit médii, které pohlcují většinu. Noviny, rádia, televize, internet, tzv. masová média, nabídli lidem jedinečné místo v nekonečném obsahu informací. Je zde nabízeno tolik, že už mase nestačí se spokojit jen s jedním objektem, i kdyby byl sebelepším potěšením. Lid jsi už zvykl mít neustálý přísun nových a nových prvků, co vyústilo v nekontrolovatelném majetnictví všeho. Klesla zde hodnota nabízeného zboží. A ještě hůře, absolutně se ztratila hodnota lidské práce, kultura výroby objektu, vkládání do objektů něco víc než pobavení se, něco lidského, to vše se kvůli masovosti obsahu vytratilo.

Nynější požadavky lidí na kulturu se mnohonásobě přeměnili od dob, kdy se kulturou zabývala jen mála skupinka lidí. Kdysi se nad kulturou přemýšlelo, pracovalo se na ní, aby nebyla jednoduchou a dokázala zachytit výjimečnost. Dnes je těžké už odlišit věci krásné od ošklivých a od kýčů. Je zde už jen jediná varianta, kterou lze zaujmout a to je množství/masovost. Touha po kultuře se nenápadně proměnila v pocit majetnictví a zjištění, co možná největšího množství. Vzrůstá tak pocit nenaplněného uspokojení se. Jsme zahlceni takovým obsahem informací, že je velmi těžké udržet se jen u jedné námi zvolené varianty. Potřebuje vědět, vlastnit víc. Tohoto pocitu chytře využívají masová média, která nám udávají, který daný předmět máme chtít, kterou hudbu máme poslouchat, jakou emoci máme zareagovat. Médii jsme podvědomě řízeni výběrem našeho vkusu. Masová kultura má za cíl nastolit přibližně stejnou výši úrovně života lidí. Masová média jsou skvělý prostředek k udávání způsobu života. Zní to sice nehumánně, ale je to ideální prvek, který lze využít k vlastní prosperitě. Na druhou stranu je zde jedno

obrovské mínus a to chybějící jedinečnost lidského přínosu pro svět. Masa, žijící pod taktovkou masových médií, nejsou nijak produktivní, co se týče obohacení kultury. O obohacení jsou zde ti, kteří sami udávají obsah. Ti totiž nepodléhají mase. Ale i přes to, nepodléhají jí taky? Nejsou také poznamenáni vlastním obsahem? Samozřejmě, že jsou. Každý patří pod svou vlastní skupinu masy, ve které se řídí převzatým vkusem a názory. Nikdy bych tedy kulturu nerozdělovala na vrstvy, jako je u kastovního systému, protože obsah masové kultury může být stejně zajímavým a obohacujícím, jak kultura šířená jen pro malou skupinu „masy“. Jediná nevýhoda tkví v přehlcenosti, které už je jen obtížné se zbavit a je pomalým krokem ke ztrátě jedinečnosti.

Majetkový fetišismus, jež se bohužel rozšiřuje, vhadzuje kulturní hodnoty zpět do minulosti a nastupuje na její místo. Svět se utápí v rozkoši nekonečného množství všeho rozličného, po kterém díky masovým médiím, tak touží. Existuje ještě snad někdo v civilizovaném světě, jež nebyl strhnut okolím a podlehnout udávaným trendům? Mizivá šance...

Literatura:

KLOSKOWSKA, A. 1967. *Masová kultura*

SCRUTON, R. 2002. *Průvodce inteligentního člověka po moderní kultuře*

McQUAIL, D. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*

MARX, K. *Kapitál*