

Masová kultura

Pojem masy, ze kterého vychází pojem masové kultury, vzniká v 18. století. Jde o nediferencovaný soubor lidí, v němž se ztrácí význam osobnosti jednotlivce. Chybí také pevný řád a prvky jednotící společnost. Obecně takový soubor lidí podléhá oficiálně sdělovaným názorům v médiích.

Pojem masové kultury vzniká někdy ve 2. polovině 18. století. Úzce souvisí s příchodem průmyslové revoluce. Lidé se začínají stěhovat do velkých měst. Nastává období technického rozvoje, industrializace, modernizace. Díky tomu vzniká velká masa pracujících s volným časem, který již není výdobytkem elit. To celé vede až ke vzniku společnosti se stejnými názory, která pasivně a zcela nekriticky přijímá mediální praktiky, které nám nezištně, v podobě vlastních ideologií podsouvá dominantní vládnoucí vrstva.

Dalším pojmem, který úzce souvisí s masovou kulturou, jsou hromadně sdělovací prostředky tzv. masmédiá. Jedná o prostředky sloužící k masovému šíření informací v rámci velkých skupin. Největší rozkvět zažila v období po 2. světové válce, hlavně díky spuštění nepřetržitého televizního vysílání, kdy masy začaly hromadně vnímat a přijímat informace z tohoto jednosměrného informačního kanálu bez zpětné vazby. Zahrnují všechna masově reprodukovatelná média. Jde o knihy, noviny, časopisy, počítačové sítě, rozhlas, televize, filmy, umělecké reprodukce a mnoho dalších. Úkolem masmédií je oslovit co největší dav diváků a předat jim informace, které zpravidla bývají vytvářeny na jednom daném místě, z jednoho centrálního zdroje. Masmédia tak vznikají jako nástroj elit pro vnucení informací, myšlenek, názorů a vlastních ideologií neinformovanému obyvatelstvu, které tak nevědomky tyto názory přijímá za své.

Na tento problém upozorňuje například francouzský filosof Jean Baudrillard ve svém poselství „kybernetický nálet“. Podle něj dochází k předávkování společnosti množstvím informací a vizuálních projevů, které dostávají diváky do otupení a transu. Jako další příklad dokonalého využívání masmédií k ovládnutí masové kultury můžeme uvést vytváření ikon. Od amerických presidentů, přes bolševické vůdce, po dnešní diktátory nebo celebrity. Tito všichni využívali či využívají určité propagandy, hesel či gest k uskutečnění vlastních plánů nebo ke zmírnění daného problému pomocí masmédií. Média už ve své podstatě jsou nosičem informací, ve kterých subjektivita, jako taková, byla vždy ve velké míře. Tyto informace mají vždy nějaký podtext, který má působit na recipienta za pomoci intonací, gest, vizuálního zpracování, střihu, hudby a dalších. Avšak, jak se nejednou ukázalo, média mohou být i dobrým nosičem strachu a nejistoty. Ať už jde o strach opodstatněný či nikoliv. Jedním velkým příkladem šíření strachu v masmédiích za všechny můžeme uvést incident z 11. září 2001, kdy lidé u svých televizorů přihlíželi a nepřímo prožívali události s lidmi co byli přímo v místě neštěstí.

Bohužel masmédiá se osvědčila a stále ještě osvědčují také, jako výborný nástroj propagandy. Jako příklad z historie si můžeme uvést propagandu nacistického Německa a vznik filmu, o nadřazenosti árijské rasy, Triumf vůle od režisérky Leni Riefenstahlové, nebo již dříve zmíněného bolševického režimu. Jako příklad z dnešní doby si uvedeme to na co ve svých písemnostech upozorňoval americký mediální kritik a sociolog Herbert Schiller a to: „Pokud soukromé mediální zájmy ovládnou masovou kulturu je nástup vojenskoprůmyslové společnosti založené na imperialismu nevyhnutelný" Tuhle společnost vytvořila politika USA, speciálně pak za vlády George W. Bushe ve Spojených státech amerických.

Masová kultura spjatá s medializací vzniká ve 20. století a pokračuje až do současnosti. V celém průběhu její historie se neustále opakují stejné formáty v podobě příběhů, scénářů a zápletek, které bývají zpravidla zakončené, masově oblíbeným, dobrým koncem. S příchodem nových médií se i nadále využívá starých formátů, vznikají různé remake na staré filmy, nové covery na staré desky a podobně. Díky tomuhle všemu se umění stává pouhým zbožím, u kterého už nezáleží na originalitě a vkusu, nýbrž na počtu reprodukcí a s tím spojeným výdělkem. Začíná prodávat především kýč a všelijaké senzace. Jsou vytvářeny falešné hodnoty za co nejnižší náklady, u kterých je kladen důraz na lehkou stravitelnost pro nenáročného diváka. Umělecká díla se pomalu ztrácejí v čase a nebude trvat dlouho a zapomene se na ně úplně. Naopak umělci masové kultury se neustále přizpůsobují době a trhu a proto dnes již není výjimkou, že umělcova tvorba provází diváka celý život a nejen to, ale neustále oslovuje nové diváky.

Díky neustálému zdokonalování technologií a nových médií, které postupně překrývají ta stará, masová kultura postupně slábne a zůstává oblíbená spíše u starších diváků. To vše probíhá za velkého přispění fungování internetu, který zatím není centrálně řízený a díky tomu se tak můžeme alespoň částečně oprostít od manipulace. Oproti masovému mainstreamu se na internetu dostávají do popředí menšinová média, která jsou šířena hlavně divákům vyšší kultury.

Použitá literatura:

Člověk, média a elektronická kultura / McLuhan, Marshall / Brno : Jota, 2000 / 8072171283

Studia vizuální kultury / Marita Sturken, Lisa Cartwright / Praha : Portál, 2009 / 9788073675561

https://is.bivs.cz/th/11374/bivs_b/masmedia_a_masova_komunikace.pdf

http://cs.wikipedia.org/wiki/Masov%C3%A1_kultura