

Masová kultura

Jedná se o sdělování stejných obsahů, které vychází z malého počtu zdrojů, avšak tyto obsahy míří k velkým masám příjemců. Tyto masy nemají pevný řád a pevné vazby – ztráta osobnosti – jednotlivce. Masová kultura má sklon k univerzálnosti a je snadno dosažitelná (svým univerzálním prostředím distribuce). Je zároveň homogenní a centralizovaná. Tento charakter je dán i povahou jejího šíření. Masová kultura je produkována pro trh, který se řídí výhradně ekonomickými zákony a je úzce propojena s masovou společností. Masová kultura má své kořeny již v dobách formování střední třídy, přesněji na konci 17. a začátkem 18. století především v Anglii. R. Williams považuje jako důležitý mezník ve vývoji kultur průmyslovou revoluci a následnou industrializaci (vztahy mezi zaměstnanci a zaměstnavateli). Stejně tak uvádí dva základní faktory, které měly vliv na rozšíření publika – nárůst vzdělanosti a technický pokrok. Podle Hanah Arendtové má masová kultura za úkol hlavně bavit publikum a vyplnit jeho volný čas.

Masová kultura a televizní „nuda“

Ať chceme nebo ne, masová kultura nás provází v dnešní době na každém kroku. Zprostředkovatelem této kultury jsou tzv. masová média – především je to televize, tisk, rozhlas a internet. V posledních letech je to však televize, která zůstala ústředním „médiem“ v domácnostech. Model uspořádání obývacího pokoje se od dob vynálezu televize nijak zvláště nezměnil. Centrálně umístěná televizní obrazovka nahradila rádiový přijímač, u kterého se dříve scházeli všichni členové rodiny. V dobách dřívějších měl onen poslech rádia – především reprodukovávané hudby, poslech zpravodajství či příběhů (pohádek) – hlubší smysl. Posлуhač byl do jisté míry daleko více aktivní a rádio vyžadovalo jeho pozornost (možná to bylo dáno i tím, že se jedná právě jen o poslech, nikoliv o vizuální recepci či prožitky). Posлуhač byl „nucen“ si určitou část příběhu ve své fantazii představit, či dokonce vytvořit obraz své vlastní reality o daném tématu. Dalo by se říci, že v porovnání s dnešním konzumentem televizních pořadů byl posлуhač daleko více aktivní a kreativní – na rozdíl od dnešní doby nepřeborného množství „komerčního odpadu“.

Televizní pořady, celovečerní filmy a nikdy nekončící seriály všeho druhu jsou dnes v drtivé většině natolik podprůměrné, že nemají se vzdělávací hodnotou vůbec nic společného. Jedná se především o televizní seriály komerčních a soukromých televizních společností, reality-show, „talentové mánie“, ale i pohádkovou tvorbu posledních deseti let.

Kam zmizela poetika „starých“ pohádek? Proč se setkávám s příběhy a obrazy již tolikrát viděnými? Produkce nám v této době nabízí bezpochyby kvalitní materiál z hlediska techniky – pohádky v HD kvalitě promítané na širokoúhlých plátnech, kvalitní zvuková stopa... – naproti tomu herecké

„přehrávání“, uměle vytvořená prostředí, nenáročná scénáře a texty písní, které často postrádají jakoukoliv spojitost s příběhem – to vše si dnešní divák žádá (alespoň tedy soudě dle jejich rostoucímu počtu). Avšak postrádám daleko hlubší význam, či lépe řečeno určitou přirozenost a pravost těchto příběhů. Možná je tento fakt o to horší, že tento druh pořadů je určen právě pro naše budoucí generace.

Stěžejní produkcí, jak bylo již řečeno, jsou především „nikdy nekončící seriály“. Tyto příběhy jsou ve většině případů nereálné. Konzument je pohlcen sledováním těchto pořadů za účelem „vyplnění volného času“ či odpočinku. Divák se odpoutá od svých každodenních starostí a chce sledovat smyšlené příběhy „jiných lidí“, ve kterých se často shledává. Tento typ pořadu mnohdy ovlivňuje i chování samotného publika v běžném životě – seriály nám popisují situace, se kterými se můžeme v běžném životě setkat, ale na druhou stranu nám ukazují i možnosti, které danou situaci mohou řešit. Ne vždy se však tato řešení v reálném životě ukazují jako správná. Americké televizní seriály (od počátku 90. let) nám, mimo jiné, zase vymezují prostor k „smíchu“ – přesněji řečeno v pozadí zvukové stopy se objeví v dané situaci smích, naznačující moment, kdy by se i posluchač měl začít smát, bez ohledu na to, zda mu konkrétní situace přijde směšná či nikoliv. Jedná se o tzv. sitkomy (situační komedie). Myslím si, a jsem o tom zcela přesvědčen, že pokud divák nedokáže posoudit situaci jako zábavnou či směšnou, těžko u něj bude docházet k rozvoji osobnosti (byť sebemenšímu), či k posouvání hranic jeho fantazie nebo kreativity – myslím tím i to, že právě tento čas, který divák stráví sledováním pořadu, se dá využít i daleko „lepší“ způsobem, a to daleko tvořivějším – nehledě na fakt, že se většinou nejedná o jeden díl oblíbeného seriálu, ale setkávám se i s lidmi, kteří seriálům zcela podléhají a jsou schopni jej sledovat i několik hodin. Na druhou stranu tyto pořady slouží především k relaxaci a uvolnění mysli publika a tvrdit, že by měli vymizet, by bylo více než arogantní a pokrytecké. Má jít totiž především o zábavu.

Ale není této zábavy až příliš mnoho? Každý den, téměř na každé televizní stanici, v kteroukoliv denní dobu. Co se týče technického zpracování, tak můžeme opět říci, že výstupní „filmový“ materiál je takřka v pořádku (pomineme-li např. hudební znělky českých seriálů). Avšak po obsahové stránce jsou mnohdy prázdné (nic neříkající a nevypovídající dialogy, špatné herecké výkony – často až příliš emotivní...). Kvantita převažuje nad kvalitou, ať již chceme, nebo ne.

V poslední době se rozmohl fenomén kriminálních seriálů. Už snad nejsme schopni vymyslet jinou zápletku než vraždu? Musíme být i v této oblasti obklopeni násilím či neštěstím v hlavním vysílacím čase téměř pět hodin denně? V jaké oblasti lidského myšlení je to pro nás přínosné nebo motivující?

Masová média nám tyto pořady přináší a záleží jen na nás, jestli je budeme sledovat. Neměli bychom však zapomenout na fakt, že primárním prostředkem naší komunikace je řeč, a ta se dle mého názoru transformuje opačným směrem, než kterým by měla. Je to následek nadměrného konzumování televizních seriálů? Nebo je to důkaz vstřebávání informací z nevěrohodných internetových či tištěných

zdrojů? Jedno je však jasné – masová společnost vždy bude vyžadovat tuto masovou kulturu, kterou „potřebuje“ ke svému odpočinku, zábavě a k vyplnění svého volného času.

Zdroje:

Arendtova, Hanah - Krize kultury

Magda Juránková: Role masové kultury

Neil Postman – Ubavit se k smrti

Denis McQuail – Úvod o teorie masové komunikace