

ÚVOD DO UMĚNOVĚDNÝCH STUDIÍ – PÍSEMNÁ PRÁCE

MASOVÁ KULTURA

Slovníkové heslo

D. McQuail ji popisuje jako masově produkovanou, homogenizovanou a netradiční kulturu určenou širokému publiku. Masová kultura je komercializovaná a má univerzální formu, charakteristickým rysem je standardizace při její výrobě. Podle A. Kloskowské se přenáší prostřednictvím masových médií, užívajících prostředky masové komunikace. Přijímání jejího obsahu nevyžaduje speciální intelektové vlastnosti a je spojována s kulturou populární. Masová kultura souvisí s vývojem kultur průmyslové revoluce a procesy industrializace a urbanizace. Kritici z frankfurtské školy považovali masovou kulturu za produkt kulturního průmyslu.

Odstup od masové kultury

Příchod masové kultury souvisí s příchodem změn způsobených průmyslovou revolucí. Tisk, rozhlas, televize a další nově příchozí technologie masových médií se postupně staly součástí našich každodenních životů. Se změnou přístupu k volnému času, přišly i trvalé změny nejen v chování společnosti, ale i v kultuře. Denní příjem unifikovaných obsahů se stal rutinní činností a později i s prokázanou hrozbou manipulace a utlačováním kritického myšlení. Tradiční lidovou kulturu postupně nahradila kultura masová, jejíž zpětný vliv je stálým předmětem výzkumu nejen ze strany sociologů. V současné době se již termín masové kultury příliš nepoužívá a přichází kultura populární.

Dostupnost počítačových technologií a internetu, velký výběr kanálů, veřejných, soukromých i nezávislých médií, různé formy mediálních výstupů na četných místech. To vše teď máme k dispozici a navíc máme poměrně velkou svobodu při volbě obsahů či uměleckého směru, který chceme přijímat. Za předpokladu, že větší část vyspělé společnosti má k těmto možnostem přístup a stává se tak svým vlastním sestavitelem „kulturního programu“, můžeme tvrdit, že dochází k rozpadu masového publika a tudíž i masové kultury. Kultury, která je spojena s nižšími formami umění a nenáročným širokým publikem. Ale spíše také

s nedostatkem či nedostupností jiných možností. Je patrně složité posilovat kritické a estetické myšlení u společnosti, která většinou přijímá to jediné, co v určité době měli k dispozici. Potom můžeme s radostí novou kulturní éru přivítat, publikum si už přece má z čeho vybírat. Umění elit a další předtím méně dostupné formy umění jsou nyní nabídnuty prakticky každému.

Některá média s oblibou odpovídají na dotaz, proč je současná „mainstreamová“ kultura na takové úrovni, v jaké se nachází, tím, že to tak publikum údajně vyžaduje, nebo že je na to zvyklé. Není přece důvod něco měnit, když to pořád nějak funguje. Je otázkou, nakolik se na tomto faktu podílí ekonomický moloch kulturního průmyslu a samotná poptávka ze strany publika. Podle jednoduché ekonomické úvahy by publikum mělo svou poptávkou ovlivňovat nabídku a tím vlastně určovat úroveň požadovaných kulturních hodnot v uměleckých dílech či produktech kulturního průmyslu.

Přesto se mi nechce věřit, že populární kultura je skutečným zrcadlem většinové společnosti. Opět se naskytuje již předtím zmíněná myšlenka - co člověk nezná a nemá k dispozici, to nepostrádá a mnohdy ani nehledá. A samozřejmě nesmíme opomenout faktor lidské lenosti, návyku, ale také nezájmu či neschopnosti vnímat vyšší estetické, umělecké a kulturní hodnoty. Pokud byl základem masové kultury kýč, jakkoli ho můžeme definovat, je patrné, že je stěžejní i v kultuře populární.

Populární kultura je silná a patrně stále bude ve většinové západní společnosti převažovat. Je to byznys řízený rukou trhu, je to hlavní proud společnosti, který se vlastně od masové kultury příliš neliší. Na jedné straně reprodukuje masová kultura lidové, vyšší a další formy umění do obecně populární podoby, která ale nekoresponduje s původním významem, hodnotou děl a prvkem bezprostřednosti, a tím se vyšší umění nemůže ve své specifické podobě v masových médiích vlastně ani objevit. Na straně druhé se vyšší umění, alternativní a další subkultury profilují vymezováním se principům populární kultury a boji proti ní. Zdá se, že jedna potřebuje druhou a tyto odlišné umělecké světy, přestože ve značném nepoměru, spolu kooperují a vzájemně se ovlivňují. Současná možnost volby rozdělila publikum do dalších menších subkultur, které se mnohdy pohybují na pomezí populární kultury. Hranice jsou tenké a mnohdy se prolínají. Umělecká stránka se pře s tou ekonomickou. Je tedy tento model správný?

Možná, že dostupnost nových technologií a svobodná volba publika nedokáže potlačit populární kulturu, ani posouvat estetické hodnoty většinové populace. Dokáže ale sdružovat

podobně esteticky a umělecky smýšlející lidi v subkulturní celky, ke kterým si příznivci mohou nalézt cestu sami a tím se podílet na tvorbě dalších uměleckých hodnot. Byla by škoda, kdy bychom nezůstali otevření k rozmanitosti a možnosti volby a přístupu k různým subkulturním světům. Je potřeba ji držet otevřenou pro každého, protože populární masová kultura je často první kulturní vlnou, se kterou se setkáváme a mnohdy ztotožňujeme, než se případně vydáme hledat cesty další.

Literatura

Masová kultura: Kritika a obhajoba ; Antonina Kloskowská. - 1. vyd. - Praha : Svoboda, 1967

Masová média / Jan Jirák, Barbara Köpplová. - Vyd. 1. - Praha : Portál, 2009

Úvod do teorie masové komunikace / Denis McQuail ; [z angl. orig. přel. Jan Jirák], [Marcel Kabát ; [s čes. předmluvou J. Jiráka]. - Vyd. 3. - Praha : Portál, 2007