

Masová kultura: „Reality Shows“, „Soap-Opery“ a „Popcorn Movies“

Hannah Arendtová se ve své eseji „Krise kultury“ tvrdí, že *„Kultura se stává masovou ve chvíli, kdy se na kulturní předměty vrhne masová společnost. Nebezpečí spočívá v tom, že její životní chod kulturní předmět nadobro spotřebuje, pohltí a zničí“*.¹

Masa tedy v jejím pojetí tedy ničí předměty kulturní hodnoty, a to za účelem jednoduché zábavy.

Koneckonců masová kultura de facto vznikala ve chvíli, kdy se *„z pout fyzicky vyčerpávající práce celá masa populace osvobodila natolik, že má na kulturu dostatek volného času“*.² (tím Arendtová také poukazuje na vzájemnou propojenost masové kultury a masové společnosti).

Nejlepším příkladem fenoménu masové kultury dneška jsou masová media, která onu masovou zábavu poskytují – občas to v dnešních domácnostech i vypadá, že nikoli pes, ale televize je nejlepším přítelem člověka. Masové médium jakým je televize, či filmový průmysl, neustále poskytuje program, který je schopen odvést naši pozornost a zabavit nás jednoduchým formátem, který nebude vyžadovat žádnou nadměrnou mentální aktivitu a ve většině případů nebude vyžadovat ani žádnou reakci.

Existuje hned několik takových formátů: mezi nejznámější patří například „soap-opery“³, „reality shows“ a „popcorn movies“⁴.

Dnešní televize a film diváka přímo zahrnuje těmito pořady.

Vypadá to skoro jako by dnešní zábavní průmysl kompletně propadal do onoho ničení kulturních předmětů. Jak by řekla právě Arendtová: dnešní masmédia se snaží dokázat, že „Hamlet může být stejně zábavný jako My Fair Lady“⁵ – ale to právě nejde bez toho, aby tím Hamlet nebyl značně poškozen.

Všechny ty filmy a pořady jsou už natolik zbavené kulturní hodnoty, že už masám slouží opravdu jen jako čistá zábava a zabírání volného času.

Reality shows, soap-opery a popcorn movies přeci neposkytují žádné vzdělání a ani nerozšiřují obzory prostého člověka.

Reality show kde je v jedné vile zavřeno 20 lidí, kteří na sebe před kamerou donášejí a snaží se cestou-necestou získat milion korun mi neotevře obzory a ani mne v ničem nevzdělá. Nekonečný seriál, který běží každý den v 18 hodin, který dokola opakuje téma mezilidských vztahů a bolestivě natahuje děj každého dílu na 30 minut mi rovněž nepřinese zhola nic.

Všechny tyto formáty jsou ovšem založeny na již existujících kulturních předmětech, které byly tolikrát upravovány, předělávány a zjednodušovány. Kultura a její hodnoty těmito úpravami bohužel upadají.

¹ ARENDT, Hannah. *Krise kultury: čtyři cvičení v politickém myšlení*. Translated by Martin Palouš. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1994. S. 40

² Ibid., s. 37

³ „Soap-opera“ je výraz, který odkazuje na tzv. Nekonečné seriály, či telenovely, zabývající se mezilidskými vztahy, a které tradičně obsahují prvky skryté reklamy - od toho se odvíjí složení slova. V prvních rozhlasových telenovelách se totiž často objevovaly reklamy na mýdlo.

⁴ „Popcorn Movie“ se objevuje ve slangové angličtině jako výraz pro nenáročné zábavné filmy, které od diváka vyžadují minimální koncentraci.

⁵ ARENDT, Hannah. *Krise kultury: čtyři cvičení v politickém myšlení*. s. 40

Skvělým příkladem jsou například talentové televizní soutěže typu *X-Factor* či *Superstar*. Tyto reality shows sledují snahy „obyčejných“ lidí stát se pěveckými hvězdami – televizní obrazovka nabídne „vzestup i pád“ několika soutěžících, nabídne i kritická hodnocení „respektovaných“ soudců, kteří později rozhodnou o osudu každého ze soutěžících zpěváků. Celý formát inspiruje ostatní diváky aby se do soutěže rovněž přihlásili – prý se i oni se mohou stát hvězdou.

Je to samozřejmě nereálný, klamný, obraz hudebního průmyslu. Většina dnes slavných hudebních uskupení a zpěváků má za sebou poněkud jiné zkušenosti než pouhou televizní soutěž.

Celá soutěž pompézně končí vyhlášením vítěze, o kterém v následujících měsících už nejspíš neuslyšíme. Neuslyšíme ani o ostatních soutěžících.

Sledovali jsme tedy půl roku jakýsi pořad, který nemá žádný výsledek, žádnou hodnotu a ani nás nic nového nenaučí.

Jen nám zabral čas a zabavil nás svými emočními ekvilibristikami.

I to je obraz dnešní masové kultury a zábavy. Dostává se nám zábavy na zlatém podnose – na každém rohu a na tisíc způsobů. Málo který z těch způsobů je ale opravdu přínosný, málo který z nich vzdělává a málo který z nich rozšiřuje naše obzory.

Pokládám si otázky, na které neznám odpověď: co činí tyto formáty tak atraktivními? Jaké vlastnosti těchto formátů přitahují masy?

Co je tak atraktivního na reality show – na pořadu, kde sleduji den po dni život lidí, které neznám?

Co je tak atraktivního na „popcorn-movies“ – na filmech, které mne zabaví na dvě hodiny, ale nic ve mne nezanechají?

Co je tak atraktivního na „soap-operách“ – na seriálech, které natahují obyčejné lidské příběhy do nesnesitelného sledu předtočených dílů, ale nakonec nikdy neskončí a nezískají žádný význam?

Upřímně nejsem schopný odpovědět, ale jedno je jisté: masová společnost si to nejspíše žádá. Masová společnost potřebuje rozptýlit, jelikož je právě v tom postavení, kde má na kulturu dostatek času.

Vždy tak budou vznikat nové formy populární kultury⁶, které budou cílit na masovou společnost a které budou mít jen jediný účel: rozptýlení pozornosti a poskytnutí zábavy.

Oliver Bláha
FF MU

⁶ Zatímco pojem „Masová Kultura“ je ve Slovníku Kulturních Studií zaveden jako pejorativní pojem vytvořený konzervativními literárními kritiky 30. let 20. století, je zde uveden i pojem „Populární Kultura“, který kulturní studia přejala jako „sympatičtější koncept“ jehož myšlenky se na rozdíl od „masové kultury“ nezakládá na třídní hierarchii kulturního vkusu. (BARKER, Chris. *The Sage dictionary of cultural studies*. Thousand Oaks, Calif. :: Sage Publications, 2004. xxi, s.116)