

Pojem: ***Masová kultura***
Téma: ***Vliv masmédií na společnost***

Masová kultura

Současná společnost většinou vyrábí a spotřebovává v masovém měřítku. Existence masové kultury a prostředků masové komunikace je produktem této situace a zároveň je nástrojem, který tuto situaci aktivně utváří. Masová kultura jsou kulturní výtvoři a produkce určené pro širokou veřejnost (můžou být produkovány i jimi samými) – pro masy lidí, vycházející z jejich potřeb a vkusu. Masová kultura začala vynikat jako jakýsi druhotný produkt průmyslové revoluce, industrializace a urbanizace a úzce souvisí s využitím prostředků masové komunikace a moderních technologií, bez kterých by nemohla být zprostředkována široké veřejnosti. Rozvoj masové kultury ovšem značně omezuje individuální kulturní potřeby a projevy a zaměřuje se na méně náročné žánry a obsahy a podporuje nekritický přístup, což bylo hlavním předmětem její kritiky. Tato kritika se dále formuje na tři základní názorové linie: optimistická, pesimistická a melioristická. V současné době máme k dispozici několik rovin výkladu masové kultury:

- masová kultura je historicky vzniklý typ kultury charakteristických pro soudobou společnost
- masová kultura je souhrn kulturních hodnot svým obsahem a formou přizpůsobených možnostem osvojování nejširšími vrstvami
- masová kultura je souhrnem kulturních hodnot šířených prostřednictvím masové komunikace nebo kulturních hodnot osvojených nejširším publikem

S masovou kulturou je úzce spjata masová komunikace – je to zvláštní druh komunikace, při níž dochází k rozšiřování a sdělování informací a symbolických obsahů určených široké veřejnosti (resp. masám) pomocí specifických prostředků, především rozhlasu, televize, tisku, filmu a nejnověji internetu – prostředky masové komunikace (masmédia). (1)

Za funkce masových médií můžeme pokládat poskytování informací, zábavy a vzdělávání. Obecně lze masová média chápat z hlediska tvorby textů (například pořadů), vztahů mezi texty a publikem (výzkum publika), politické ekonomie (organizace/průmysl) a širších vzorců kulturního významu, na jejichž tvorbě se podílejí a jimiž jsou utvářeny. Masová média jsou centrem veřejného života kultury dnešních západních společností. V masové kultuře došlo k mediálnímu nasycení veřejné sféry, vizuální prvek zde dominuje nad verbálním a mediované vztahy převažují nad fyzickým setkáním. V takto mediované sféře vstupuje „veřejné“ televizní cestou do domácí sféry a hranice mezi veřejným a soukromým začínají splývat. Masová média mají podíl na selektivní nabídce sociálního vědění a obrazů, jejich prostřednictvím chápeme svůj svět i svět těch druhých, takže jsou důležitým globálním zdrojem při tvorbě identity. (2)

V dnešní době si málokdo dokáže představit svůj život bez každodenního využívání nejen moderních technologií, ale i prostředků masové komunikace. Skoro každý si zapne televizi, podívá se na zprávy (jakožto donedávna ještě věrohodný zdroj pravdivých informací), v autě si poslechne rádio a denně využívá internet nebo svůj mobilní telefon. Samozřejmě, že nás média ovlivňují na každodenní bázi, ať už reklamami, billboardy či samotným obsahem televizního vysílání. Nejde pouze o rozbíjení tradičních rodinných hodnot, ale i o růst a myšlenkový vývoj dětí, vyrůstajících v této „technologické revoluci“. Dítě posazené od dvou let k televizi, od sedmi let k počítači a hrám a od deseti let k internetu a mobilu nebude mít zdaleka tak vyvinutou fantazii, kreativitu i myšlení jako dítě narozené dvě generace nazpět, kdy mělo pouze možnost hrát si s ostatními dětmi nebo si číst.

Televize a internet se již staly součástí našich životů. Bohužel produktem masmédií jsou často plytké, ale hlavně zaručeně zajímavé informace, kterými jsou nám jen vymývány mozky. Ty důležité informace se k nám buď vůbec nedostanou nebo v upravené často nepravdivé verzi.

Jak se potom celková společnost může kulturně vyvíjet, vzdělávat či esteticky růst, když máme k dispozici převážně lživé bulvární média nebo strategicky upravené zprávy?

Samozřejmě široké veřejnosti nemůžeme poskytnout vysoké umění, avšak každodenní nátlak ze strany prostředků masové komunikace na úrovni, kde se dnes nachází bude pravděpodobně jen snižovat inteligenci celého národa. Otázkou je, kam celý tento technologický pokrok povede a co to bude znamenat pro nás. Dokud budou média ovládána „elitou“ za účelem co nejvyššího zisku (ze sledovanosti, reklam, poptávky, apod..) nikoliv za účelem kulturního obohacení a informace pro veřejnost budou jen vybrané a upravené, nemůžeme očekávat, že nám masmédiá něco dají.

Zdroje:

1) MAŘÍKOVÁ H., PETRUSEK M., VODÁKOVÁ A. aj. *Velký sociologický slovník*. 1.a 2. svazek. 1. vydání. Praha: Karolinum, 1996. 1627s. ISBN 80-7184-311-3.

2) BARKER Ch. *Slovník kulturních studií*. 1. vydání. Portál, 2006. 208s. ISBN 80-7367-099-2.

