

Masová kultura

Masová kultura je souhrn informací, hodnot a artefaktů zprostředkovaných masovými médii.

Vznik masové kultury je úzce spjatý s nástupem průmyslové revoluce ve 2. polovině 18. století. Ta byla provázána migrací lidí do velkých průmyslových center, technickým a průmyslovým rozvojem a změnou společenských a pracovních vztahů.

Masová kultura je přímým produktem kulturního průmyslu, který je založen na principech tržního hospodářství. Umění v kontextu masové kultury je nazírané přednostně jako zboží. Je zcela zákonitě upravováno a prezentováno tak, aby co nejlépe vyhovovalo požadavkům trhu, tj. bylo co nejlépe prodejné. S ohledem na tento trh přizpůsobuje se tedy osvědčeným vzorům, normě, tj. průměru. Kulturní produkty, která masová kultura nabízí, lze charakterizovat jako standardizované a unifikované. Typickým znakem masové kultury je přizpůsobování se módním trendům resp. tyto trendy vytvářet. Toho je vydatně využíváno reklamou a službami profesionálních reklamních agentur, které v mnohovrstevnaté struktuře kulturního průmyslu hrají klíčovou roli. Tímto principem je zabezpečena stálá průchodnost trhu.

Masová kultura je cílena k co možná nejširšímu množství lidí, jejím příjemcem je masové publikum. Používá prostředky masové komunikace (tisk, rozhlas, film, televize, internet). Rozděluje role příjemců, tvůrců a manažerů. Je standardizována, na trhu je prezentována jako specifický druh zboží nebo služby. Úkolem masové kultury je své publikum pobavit a posloužit k zaplnění jejich volného času.

Publikum masové kultury je homogenní a její uživatelé náleží do všech společenských vrstev. K nejpočetnějším však patří zvláště členové nižších a středních tříd.

Literatura

Eco, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha, Svoboda 1995.

Matzner, Antonín – Poledňák, Ivan – Wasserberger Igor a kol. *Encyklopedie jazzu a moderní populární hudby, Část věcná*. Praha, Editio Supraphon 1980.

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