

Masová kultura a TV

Masová kultura

Masová kultura vznikla spolu s nástupem industrializace, tedy lépe řečeno se vznikem průmyslové revoluce na začátku 18. st, i když její typický rozmach můžeme zaznamenat spíše v století 19. Mezi tuto revoluci jde i zahrnout např. urbanizace, demokratizace, postupná sekularizace společnosti, a také centralizace moci, a hlavně novou formu komunikace. Tato komunikace označuje jako masová, jelikož vzniká spolu s komunikačními prostředky, které jsou poskytované širší společnosti (např. televize, rozhlas, tisk, film). Masovou kulturu můžeme také označit podle D. McQuail jako populární (popular), komercializovanou a homogenizovanou kulturu, která je produkována masově. Je určitou směsicí příběhů, představ, informací, myšlenek, zábavy a podívané. Odkazuje ke vkusu, sklonům, projevům, zvykům, a způsobům masy lidí. Podle H. Arednové je pojem masová kultura odvozen od masové společnosti, která vychází z přesného termínu kultura masové společnosti. Poukazuje také na rozdíl v Americe a Evropě, kde Amerika ovlivňuje Evropu, jelikož v evropské společnosti je přístupné vzdělání a kultura pouze pro „snoby“. Také vysvětluje ve svém díle „Krise kultury“, že podstatě masy vznikají, když vstoupí do společnosti, kde je nejen bohatství, ale i volný čas, jelikož samotná masa je unavená z přepracování. Samozřejmě zde vzniká určitý konflikt mezi „individuem“ a společností, jelikož samotné individuum je vtaženo do masy. Jediným únikem je zakládání revolučních hnutí, mimospoločenské spolky, kde se tito lidé schovají před každodenností (obvykle to bývají umělci, kteří vyjadřují svůj názor uměleckou činností). Nejznámějším z těchto hnutí byla „Frankfurtská škola“ – byl to spolek německých intelektuálů spjatých s Ústavem pro sociální výzkum ve Frankfurtu nad Mohanem. Mezi její představitele patřili Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Walter Benjamin nebo Erich Fromm. Členové Frankfurtské školy považovali masovou kulturu za přímý produkt kulturního průmyslu. Jako hlavní problém viděli především v komerci, která měla za úkol vytěžít největší příjem. Tudíž proto publikum nemělo šanci se „vzepřít“ společenským, hospodářským či politickým uspořádání.

Televize, televizní společnost a vysílání

Televize je široce používaný jednosměrný dálkový telekomunikační systém vysílání a přijímání televizního signálu – obrazu a zvuku do televizoru. Komerčně se začala televize využívat od 30. let 20. století, dostala se i do domácností a stala se důležitým komunikačním zdrojem a zdrojem zábavy, výrazně přispívá k celkové socializaci společnosti takřka po celém světě. To souvisí se vznikem televizních společností, které můžeme rozdělit na soukromé či veřejnoprávní, podle toho kdo je financuje.

Masová kultura a TV – úvaha

Pokud se zaměříme na televizi jako přístroj, můžeme obdivovat její rozlišení, skvělý obraz, zvuk, možnosti různých propojení s jinými zařízeními nebo také možnost interaktivně stahovat různé aplikace, které lze propojit s naším chytrým telefonem. Pokud se však na televizi podíváme z druhé strany, jak působí na naše vnímání, psychiku, ovlivňuje náš čas, náš život, zjistíme, že tento nevinný stroj přenáší obraz a zvuk do našich domovů, není zcela tak nevinný. Už od předškolních let náš život televize ovlivňuje, jako doplňující faktor samozřejmě můžeme uvést i neschopnost našich rodičů nás

zabavit. Bohužel televizní korporace ví jak na malé děti zaútočit a využívají „stupidní“ seriály plné jednoduchých podmětů, barevných postaviček, které používají nanejvýš deset slov a jako bonus je přidaná písnička. Samozřejmě, že klasické české večerníčky s jednoduchou zápletkou nic nenahradí, ale nová generace se spíše zajímá o dětské seriály ze zahraničí, které rozhodně na vývoj dítěte nedbají. Později se snaží o jednoduché „teen sitcomy“ popř. komixy, které doprovází reklama, kde si za „bezkonkurenční“ cenu můžete koupit vaši oblíbenou postavičku, sadu nálepek či jiných hraček. Zde se pak vyhraňuje také určité genderové rozlišení – slečnám se líbí Barbie a kluci milují Spidermana, auta či jiné postavičky od společnosti Marvel. Samozřejmě útočí na děti jako na určitou masu, proto je jasné, že vaše dítě bude chtít tu hračku, kterou mají všichni ze třídy a tím využívají moc televize. V pozdějším věku se věkový rozdíl srovná a televizní a reklamní společnosti útočí na všechny stejně. Pokud jde o televizní společnost, zaměřuje se na nekonečné seriály, kde se promítají životy „obyčejných“ lidí, zde se najde podstatě každý. Jak slečna, co se sebepoškozuje, hledá lásku, tak i dospělý, kteří mají problémy s výchovou dětí, s manželem/manželkou, milencem/milenkou, tak i starší lidé, které trápí nemoc, nebo se pomlouvají za rohem. Kdybychom měli přirovnat tento stav k minulosti, mohli bychom říci, že televizní seriál kopíruje dvůr Versailles v 18. - 19. století. Samozřejmě pokud se zaměříme na nejstarší z nás, nejčastěji si vybavíme svoje prarodiče v křesle, jak diskutují nad „telenovelou“, kdo koho zabil apod., popř. která reklama ukázala, co je ve slevě. Jak si můžeme povšimnout reklamní a televizní průmysl spolu úzce souvisí. Z psychologického hlediska se můžeme podívat na příklad televizních novin. Já osobně jim říkám černá kronika. Pokud se podíváme na tři stejné kanály, zjistíme, že jsme se dozvěděli stejnou informaci s rozdílnými detaily. Např. stala se autonehoda – na kanálu A) zemřelo pět lidí, dva bojují o život. Kanál B) zemřelo 6 lidí, jeden bojuje o život. Kanál C) zemřelo 5 lidí, 3 bojují o život a z jednoho auta byl vytáhnutý roztomilý pes, se kterým se redaktor „mazlí“. Posléze na to vám ukáží za půl roku, jak jeden z nich je na vozíčku a můžete poslat peněžní dar na číslo v dolní liště. Za týden později je z tohoto člověka milionář. Pokud se zaměříme na televizi jako určité masmédiu, můžeme říci, že ovlivňuje přítok informací, které ovládají naši psychiku, nebo snad ne? Myslím, že pokud byla televize vyvinuta pomocí vědy, neměla by být zneužita masou (televizními společnostmi-lidmi), kteří znehodnocují její pravé využití.

Zdroje:

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999, 447 s. ISBN 80-717-8200-9.

ARENDR, Hannah. *Krize kultury: (čtyři cvičení v politickém myšlení)*. 1. vyd. Překlad Martin Palouš. Praha: Mladá fronta, 1994, 157 s. Váhy (Mladá fronta), sv. 11. ISBN 80-204-0424-4.

ADORNO, Theodore W., M. HAUSER a M. VÁŇA. *Schéma masové kultury*. 1. vyd. OIKOYMENH, 2009. ISBN 9788072984063.

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

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Televize>

http://cs.wikipedia.org/wiki/Televizn%C3%AD_spole%C4%8Dnost

http://cs.wikipedia.org/wiki/Televizn%C3%AD_vys%C3%ADl%C3%A1n%C3%AD

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Televizor>