

Semestrální práce  
**MASOVÁ KULTURA**

Natálie Volková  
(438769)

Ač se pojem masová kultura může zdát jako novodobý výraz spojovaný s moderní společností, jeho počátky sahají až do 18. století, do období průmyslové revoluce, kde se zrodila jako druhotný produkt společně s industrializací a urbanizací, nicméně jako termín byl použit až koncem třicátých let. Nejobecněji lze tento pojem vyložit jako sdělování obsahů ať už různých informací, hodnot, nebo artefaktů vycházejících z malého počtu zdrojů velkým masám příjemců a byla vymezována na základě srovnání s ranějšími kulturami. Masová kultura je jednoduchá na pochopení a nabízí pocit bezpečí a komfortu a přitom odkazuje ke vkusu, sklonu, zvykům a projevům masy lidí, není tedy určena pro elitní skupinu obyvatel. Jejím cílem je poskytnout příjemcům zábavu a zaplnit volný čas a také podléhá zákonu poptávky a nabídky.

Antonina Kloskowska vymezila v roce 1964 ve své knize masovou kulturu na kvantitativní a standardizační. Uvádí tedy, že nejenom je masová kultura vymezena počtem příjemců, ale také zvláštnostmi, které utvářejí druhotné publikum, to ovšem bývá ovlivňováno technikou, kterou přináší nová doba.

Masová kultura je podmíněna masovou komunikací, neboli šířením, kdy je jedna informace, která pochází ze zdroje, poskytována velkému množství příjemců. Jedná se o sociální interakci uskutečňovanou pomocí sdělení, kde podavateli jsou profesionální komunikátoři. Znakem masové komunikace je anonymita a její jednosměrný tok, tím bere příjemci možnosti odpovídat, či diskutovat. Je tedy jasně stanovená a nelze zaměnitelná role komunikátora a příjemce neboli informujícího a informovaného. Masová komunikace bývá přenášena specifickými prostředky a velmi rychle. V dnešní době dokáže informace během pár minut obletět celý svět.

Jak Walter Benjamin ve svém díle Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti uvádí historii, vývoj a následně právě reprodukovatelnost všech uměleckých děl setkáváme se i zde s reprodukovatelností. Odborná skupina přijde s informací a je následně reprodukována do novin, televize, na internet, mezi lidmi, ale zůstává ta informace i nadále identickou? Čím více je informace předávána, tím více ztrácí na své věrohodnosti, právě tak, jako umělecká díla při své reprodukci. Prvním masově komunikačním prostředkem byl tedy tisk, dále se jednalo o rozhlas, televizi, film a dnes internet.

Obsah komunikačního sdělení bychom mohli rozdělit do tří skupin. Těmi jsou technicko-instrumentální obsahy, které poskytují věcné informace, jako jsou například reklamy, nebo předpověď počasí. Další skupinou jsou obecně kognitivní obsahy, které rozšiřují náš obzor a seznamují s novými situacemi. Příkladem jsou všechny zábavné pořady. Poslední skupinou jsou normativní obsahy, které podávají normy a vybízejí k jejich dodržování.

Podíváme-li se blíže na masová média, jedná se o veřejně přístupné instituce a to jak příjemcům, tak i podavatelům, jejichž role jsou dobrovolné. Média jsou brána jako svobodná, nicméně by měly nést určitou profesionalitu a byrokracii. A jejich funkce? Média v dnešní době nabízejí velké využití a to například informativní (rychlý přenos zpráv z domova i ze světa), zábavnou (televizní pořady, přenosy a filmy), vzdělávací, komunikační a mnoho dalších.

Kniha stála na počátku moderních masových médií a to díky vynálezu knihtisku a svobodě publikování dala možnost vzniknout velkému počtu kopií. A jako další tištěné médium zde máme noviny, které jsou považovány za větší inovaci než kniha, neboť vycházely častěji a pravidelně a měly informační funkci. Za první tištěné noviny u nás jsou považovány Pražské poštovské noviny, které vyšly roku 1719. Tisk se ale brzy stal jako nástroj moci a byl ovládán a přizpůsobován vládnoucími politickým stranám. Dnes samozřejmě panuje svoboda tisku a noviny se staly komerční záležitostí.

Film se poprvé na plátnech objevil na konci 19. století a mezi lidmi se stal okamžitě velmi populárním a atraktivním, protože byl veřejný pro všechny společenské vrstvy a byl to úplně nový prostředek pro využití volného času. Velký zlom ve filmu zaznamenal vynález televize.

Vysílání bylo zprostředkováno dvěma médii a to rozhlasem a televizí. Jejich technologie je o dost složitější než u předchozích médií, ale i tak mají obrovský, dokonce i mezinárodní rozsah a jejich obsah je velmi rozmanitý. Za masové médium je také pokládána hudba a v dnešní době internet.

Velkou součástí médií se stala reklama, která se dnes objevuje téměř všude, nalezneme ji jak v televizi, novinách, rozhlase, na internetu. Právě ona dělá média komerčními a média se na ní staly závislé, protože tvoří většinu jejich příjmů. Smutné je, že s reklamou se setkáváme už i během filmů, kdy si můžeme všimnout opakovaných záběrů na nějakou značku, produkt či nějaký claim s ní spojený.

Denis McQuail zdůrazňuje, že si máme dát pozor na rozdíl mezi kulturou běžnou a masovou, protože masová kultura nemá nic společného s tradicemi a kulturními elitami, ale je produkována masově a je také populární, komercializovaná a homogenizovaná.

Zdroje použité v tomto textu:

- Denis McQuail: Úvod do teorie masové komunikace
- J. Buriánek: Sociologie
- M. Foret: Komunikace s veřejností
- A. Kloskowska: Masová kultura
- [http://cs.wikipedia.org/wiki/Masov%C3%A1\\_kultura](http://cs.wikipedia.org/wiki/Masov%C3%A1_kultura)
- [http://artslexikon.cz/index.php/Kultura\\_masov%C3%A1](http://artslexikon.cz/index.php/Kultura_masov%C3%A1)