

UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FAKULTA STREDOEURÓPSKYCH ŠTÚDIÍ

**FORMOVANIE A PERSPEKTÍVY KULTRÚRY
V GLOBALIZOVANEJ SPOLOČNOSTI**

DIPLOMOVÁ PRÁCA

Študijný program:	Stredoeurópska areálová kultúra
Pracovisko:	Katedra areálových kultúr
Vedúci diplomovej práce:	prof. PhDr. Miloš Zelenka, DrSc.

Nitra 2010

Bc. Miroslav KRČ

Abstrakt

KRČ, Miroslav: Formovanie a perspektívy kultúry v globalizovanej spoločnosti. [Diplomová práca] / Miroslav Krč. - Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Fakulta stredoeurópskych štúdií. - Školiteľ: prof. PhDr. Miloš Zelenka, DrSc.- Stupeň odbornej kvalifikácie: Magister. - Nitra: FSS UKF, 2010. 70s.

Cieľom diplomovej práce je poukázať na formovanie a perspektívy kultúry v prostredí globalizovanej a multikultúrnej spoločnosti. Na vznik masovej kultúry ako svojbytného typu kultúry produkovanej masovokomunikačnými prostriedkami. V jednotlivých kapitolách sa v práci venujeme postmodernej kultúre, determinantom jej formovania, kultúrnym hodnotám, kultúrnej tradícií a súčasným trendom vo vývoji a formovaní kultúrnej identity. Podstatou práce je poukázať a objasniť problematiku kultúrneho vývoja a na negatívne i pozitívne aspekty v kultúrneho vývoja.

Kľúčové slová: Kultúra. Globalizácia. Multikulturalizmus. Postmoderná kultúra. Masmédiá. Kultúrne trendy.

Abstract

KRČ, Miroslav: Forming and perspectives of culture in the global society. [Diploma thesis] / Miroslav Krč. – Constantine the Philosopher University in Nitra. Faculty of Central European Studies; Department of Areal Cultures. – Supervisor: *Prof. PhDr. Miloš Zelenka, DrSc.* – *Qualification level: Master.* – Nitra: FSS UKF, 2010.- 70p.

The general purpose of the diploma thesis is mention a forming the perspectives of culture in the context of global and multicultural society. Mention the forming a mass culture as an original type of culture produced by the media. We are attending to a postmodern culture, determinants of its forming, to culture value, culture tradition and actual trends and the progres of forming the cultural identity

in the separated issues. The subject of the diploma work is to point at the cultural progress and at the pros and cons of it.

Keywords: Culture. Globalization. Multiculturalism. Postmodern culture. Media. Cultural trends.

OBSAH

ÚVOD	8
1 KULTÚRA AKO SPOLOČENSKÝ FENOMÉN	10
1.1 KULTÚRA A CIVILIZÁCIA.....	10
1.2 SOCIÁLNA EVOLÚCIA A SPOLOČNOSŤ 21. STOROČIA.....	11
1.3 GLOBALIZÁCIA.....	12
1.3.1 GLOBALIZÁCIA EKONOMIKY.....	14
1.3.2 GLOBALIZÁCIA POLITIKY.....	15
1.3.3 GLOBALIZÁCIA KULTÚR.....	17
1.4 POSTMODERNÁ KULTÚRA.....	19
1.4.1 POSTODERNIZMUS – TEORETICKÉ REFLEXIE.....	19
1.5 POSTMODERNÁ KULTÚRA NA SLOVENSKU.....	23
1.6 DETERMINANTY FORMOVANIA SÚČASNEJ KULTÚRY.....	24
1.6.1 VYMEDZENIE POJMOV.....	25
1.6.1.1 INFORMAČNÁ SPOLOČNOSŤ.....	25
1.6.1.2 MASA.....	25
1.6.1.3 DAV.....	26
1.6.1.4 MASA ALEBO DAV?.....	27
1.6.2 MÉDIA - NÁSTROJ FORMOVANIA KULTÚRY.....	28
1.7 MASOVÁ KULTÚRA AKO MEDIÁLNY PRODUKT.....	29
1.7.1 KRITIKA MASOVEJ KULTÚRY.....	29
1.7.1.1 FRANKFURTSKÁ ŠKOLA.....	30
1.7.1.2 BIRMINGHAMSKÁ ŠKOLA.....	30
1.8 MASMÉDIA AKO PROSTRIEDOK TVORBY A ŠÍRENIA KULTÚRY.....	32
1.8.1 VÝVOJ MASMÉDIÍ AKO PROSTRIEDKOV MASOVEJ KOMUNIKÁCIE.....	32

1.8.1.1 TLAČ AKO HISTORICKY PRVÝ PROSTRIEDOK ŠÍRENIA MASOVEJ KULTÚRY.....	33
1.8.1.2 FILM.....	34
1.8.1.3 ROZHLAS.....	35
1.8.1.4 TELEVÍZIA	36
1.8.1.5 INTERNET.....	37
1.9 PUBLIKUM V MASOVEJ KULTÚRE.....	39
1.9.1 VÝVOJ MEDIÁLNEHO PUBLIKA.....	39
1.9.2 MÉDIA AKO NÁSTROJ OVPLYVNŔOVANIA PUBLIKA A TVORBY VEREJNEJ MIENKY.....	42

2 HODNOTY A KULTÚRNA TRADÍCIA V KONTEXTE SÚČASNÉHO KULTÚRNEHO ROZVOJA..... 44

2.1 KULTÚRNA TRADÍCIA, ZNAKY KULTÚRNEJ TRADÍCIE.....	44
2.2 KRITÉRIA VÝBERU KULTÚRNEJ TRADÍCIE.....	45
2.3 TVORBA KULTÚRNEJ TRADÍCIE	46
2.4 TRENDY V SÚČASNOM ROZVOJI –TECHNICKÉ TRENDY: DIGITALIZÁCIA KULTÚRNEHO DEDIČSTVA.....	48
2.4.1 NÁRODNÝ KATALÓG KULTÚRNEHO DEDIČSTVA.....	49
2.4.2 KULTÚRNE TRENDY: AMERIKANIZÁCIA.....	49
2.4.3 KULTÚRNE TRENDY: GÝČ.....	52
2.4.3.1 PÔVOD SLOVA GÝČ	52

3 NÁRODNÉ A NÁRODNOSTNÉ KULTÚRY NA SLOVENSKU..... 54

3.1 SÚČASNÝ STAV ÚROVNE KULTÚRNEHO ROZVOJA SLOVENSKA.....	54
--	----

3.2 PESIMISTICKÉ A OPTIMISTICKÉ VÍZIE - REFORMY ALEBO KULTÚRNY REGRES.....	57
3.2.1 MULTIKULTURALIZMUS.....	58
3.2.2 KULTÚRNE HODNOTY MLADÝCH ĽUDÍ.....	59
3.2.3 DYNAMICKÝ NÁSTUP VIRTUÁLNYCH SOCIÁLNYCH SIETÍ.....	60
3.2.4 KULTÚRA A LEGISLATÍVA.....	61
ZÁVER	64
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	65

Úvod

Formovanie kultúry je aktuálnou otázkou pre väčšinu krajín dnešnej Európy, vzhľadom na čoraz väčší vonkajší vplyv iných kultúr. Európa sa etablovala ako multikultúrne prostredie. Multikulturalizmus zasahuje všetky oblasti našej spoločnosti. Popritom môže výrazne kontrastovať s našou pôvodnou - národnou kultúrou.

V práci sa budeme venovať len vybraným aspektom formovania kultúry tak vo všeobecnosti ako aj konkrétne v našom kultúrnom kontexte. Jedným z takýchto aspektov, a to najmä v prostredí globalizovanej spoločnosti, sú snád najvýznamnejší tvorcovia kultúry resp. masovej kultúry ako takej – masmédiá. Podmieňujú vznik a existenciu unifikovanej kultúry vzhľadom na to, že ako jediné prostriedky komunikácie dokážu v reálnom čase osloviť veľké masy ľudí, priamo alebo nepriamo ovplyvňujú vývoj, existenciu a vplyv kultúry a najmä masovej na spoločnosť.

V prvej kapitole diplomovej práce sa zameriame na charakterizovanie kultúry samotnej. Snažíme sa načrtnúť sociálnu a kultúrnu evolúciu v 21. storočí. Zameriame sa aj na náboženstvo a sociálnu krízu náboženstva. Považujeme za potrebné vysvetliť pojem a proces globalizácie, pretože na pozadí tohto procesu sa snažíme poukázať na kultúry vývoj. Súčasná postmoderná kultúra, proces a determinanty jej formovania sú nosnou témou diplomovej práce a tak považujeme za potrebné tieto determinanty opísať. Samozrejme nie je možné hodnotiť všetky aspekty a preto sme sa museli zamerať iba na určitú časť – na masovo-komunikačné prostriedky – médiá a s nimi súvisiacu masovú kultúru. Vzhľadom na snahu objektívne poukázať na problematiku, pokúsime sa popísať aj negatívne, respektíve kritické postoje. Médiá a ich existencia by nemali význam bez publika. Preto považujeme za potrebné venovať sa aj tejto téme.

Druhá kapitola je zameraná na hodnoty a kultúru tradíciu v kontextoch súčasného kultúrneho rozvoja. Nepokúšame sa nijako idealizovať tento stav. Poukazujeme na tie aspekty, ktoré sú pre 21. storočie veľmi výrazné a charakteristické.

Tretia kapitola sa pokúša popísať súčasný stav kultúrneho rozvoja na Slovensku, s ohľadom na multikultúrne prostredie. Pokúsili sme poukázať na

kultúrne hodnoty mladých ľudí v dnešnej spoločnosti a na zmenu v očakávaniach. Venujeme sa aj jednému z najaktuálnejších trendov, alebo inými slovami aj problémov dnešnej spoločnosti – vzniku a rozmachu virtuálnych sociálnych sietí. Snažíme sa upozorniť na nebezpečenstvo hroziace ich používateľom. Tretia kapitola sa venuje aj legislatívnym podmienkam rozvoja kultúry na Slovensku.

Hlavným cieľom práce je vymedzenie determinantov formovania kultúry, popis fungovania médií ako tvorcov kultúry nevyhnutnej pre existenciu spoločnosti, popis a charakterizácia publika ako prijímateľa kultúry. Poukázanie na súčasné kultúrne hodnoty a kultúrnu tradíciu a na trendy vývoja kultúry v kontexte strednej Európy a Slovenska.

1 Kultúra ako spoločenský fenomén

Kultúra ako univerzálny pojem rôznych a najmä sociologických disciplín, je v 21. storočí náročne definovateľná. Vznik slova kultúra siaha do staroveku - culturae, pôvodne obrábanie pôdy. Neskôr obrábanie, respektíve pretváranie, skultúrňovanie duše. Vznik a vývoj pojmu kultúra dôkladne spracovala poľská sociologička Antonina Kloskowska v knihe Masová kultúra.

Cicero v Tuskúlskych rozhovoroch rozšíril požitie pojmu kultúra na intelektuálne javy, keď nazval filozofiu kultúrou ducha. Veľmi všeobecne by sme o kultúre mohli hovoriť ako o pojme, ktorým označujeme všetko, čo vytvoril človek.¹

1.1 Kultúra a civilizácia

Pod pojmom civilizácia môžeme vnímať určitý konkrétny historický stupeň ovládnutia prírody a súhrn hmotných i duchovných prostriedkov ľudskej činnosti. Za kultúrou hľadáme humanizáciu celého prostredia, v ktorom človek žije. Civilizáciu chápeme ako súhrn javov, hodnôt a vecí, ktoré vznikali v rámci aktivít istého ľudského spoločenstva, všeobecne sa prijímajú ako súčasť životného spôsobu väčšiny ľudí v danej spoločnosti a majú sklon k štandardizácii a stereotypizácii. Sú relatívne konštantné a môžu v sebe zahŕňať i retardačné a antihumánne prvky. Tie mohli vzniknúť zdokonaľovaním a kultiváciou niektorých prostriedkov ľudskej činnosti v najširšom zmysle.²

Kultúra v sebe obsahuje najmä prvky zabezpečujúce aktívne pretváranie tohto relatívne konštantného civilizačného prostredia predovšetkým v smere vylúčenia alebo aspoň obmedzenia retardačných vplyvov a v smere ustavičného prekonávania adaptačných procesov. Tie pôsobia v každej civilizácii, na prospech ich progresívneho vývoja bez ohľadu na to, či sa proces odohráva v sfére

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. s.13.

² HAJKO, D. 2005. Globalizácia a kultúrna identita. s. 50-53.

duchovnej alebo materiálnej kultúry, či ide o idey, predmety, inštitúcie. Kultúra vychádza z civilizácie aby ju pretvárala a posúvala dopredu.²

Súčasťou tak kultúry ako aj civilizácie sú hodnoty, normy, inštitúcie a spôsoby myslenia, ktorým jednotlivé generácie prisudzovali primárnu dôležitosť. Civilizáciu môžeme chápať ako produkt špecifického procesu kultúrnej tvorivosti. Civilizácia ako pojem môže byť chápaná v oveľa širšom zmysle ako kultúra.²

Kultúrou, definovaním pojmu a aspektmi kultúry by sme sa mohli zaoberať omnoho podrobnejšie. Myslíme si však, že pre potreby našej práce je ozrejmienie pojmu kultúra dostatočné.

1.2 Sociálna evolúcia a spoločnosť 21. storočia

Možno očakávať, že 21. storočie bude storočím veľkých technických úspechov ľudstva. Zároveň však vieme, že to isté storočie môže byť dlho očakávaným zlomovým obdobím existenčnej krízy ľudstva.

Proti sebe stoja dva rozdielne pohľady. Pohľad na svet materiálny a pohľad na svet duchovný. Minulé storočie zreteľne poukázalo na stav ľudstva. Na začiatku 20. storočia v priebehu krátkeho obdobia sa podarilo myšlienkovým pokrokom zmeniť a pretvoriť hodnotovú stupnicu vtedajšieho života. Následkom toho sa zrodili nové formy spoločenskej organizácie. Máme na mysli materializmus sociálnej, nacionálnej a demokratickej sféry. Idea stavajúca viac na rozmere hmotnej existencie pred duchovnou. Z môžeme vo všeobecnosti odvodiť dva závery. Spoločnosť sa stáva unifikovanou na základe „veľkých“ a „univerzálnych“ myšlienok, ideí. Náboženstvo ako kultúrny jav prežíva pravdepodobne svoju najväčšiu krízu.³

V prvom prípade je zrejmé, že sa budeme venovať globalizácií ako jednej z najvýznamnejších zmien za posledných 30. rokov. Zasahuje jednotlivcov ale aj celé národy vo svetovom meradle.⁴

² HAJKO, D. 2005. Globalizácia a kultúrna identita. s. 50-53.

² HAJKO, D. 2005. Globalizácia a kultúrna identita. s. 50-53.

³ FREEMANN, 2006. 21. storočie – úspech alebo kríza? [online].

⁴ ZAŠEPA, T. 2003. O mediálnej realite a jej vplyve na ľudí. s. 114.

Kríza náboženstva, ktorej vo veľkej miere dopomohol záujem médií, je druhým veľkým problémom v posledných desaťročiach nie len na Slovensku ale napríklad aj v susediacom Poľsku a vo všeobecnosti v celej Európe. Výzvou pre cirkev by však mohla byť hodnota, ktorou disponuje virtuálne spoločenstvo a to je schopnosť seba organizácie. Internet vo veľkej miere zmenil ostatné médiá a umožnil vznik kybernetických – virtuálnych spoločenstiev. Virtuálne spoločenstvá potrebujú výchovu. Ak má byť virtuálne spoločenstvo úspešné, musí si dať odpoveď na otázku: Čo nás spája? Cirkev má v tomto zmysle obrovskú šancu. Avšak aj cirkev môže prekračovať hranicu toho, čo je etické. Môže sa tak stať napríklad v prípade šírenia neaktuálneho náboženského obsahu, ktorý je skôr prejavom záujmov autora a je vzdialený náboženskému očakávaniu príjemcov. Médiá, internet a ich potenciál by teda cirkev mohla využiť výrazne vo svoj prospech.⁴

1.3 Globalizácia

Globalizácia je proces narastania medzinárodného prepojenia vo všetkých oblastiach (ekonomika, politika, kultúra, komunikácia, životné prostredie atď.) Extrémna interpretácia tohto procesu často označuje globalizáciu ako pokročilý kapitalizmus, ktorý stiera lokálne tradície a regionálne rozdiely a vytvára homogenizovanú svetovú kultúru. Znakom globalizácie je aj „zrútenie“ času a priestoru. Tento jav je najlepšie opísaný v teórii „veľkej dediny“ od Marshalla McLuhana v diele Gutenberg Galaxy (1962). Podľa McLuhana možnosť okamžitej komunikácie zničí geografickú rovnováhu a vytvorí „veľkú dedinu“. Termín "globalizácia" bol spopularizovaný Theodorom Levittom profesorom Harvardskej univerzity. Levitt tento termín použil ako prvý v spojení s ekonomikou. Stalo sa tak v roku 1983.⁵

Globalizácia zasahuje jednotlivcov ale aj celé národy. Samotný fakt globalizácie pozorovatelia nespochybňujú. Diskutujú však o jej dôsledkoch.

⁴ ZAŠEPA, T. 2003. O mediálnej realite a jej vplyve na ľudí. s. 114-121.

⁵ Globalizácia. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Globaliz%C3%A1cia>>

Optimisti vidia mnoho dobrých stránok. Vznik globálnych trhov, nárast významu technickej informácie v procese produkcie, konzumpcie a trávenia voľného času, zvyšujúce sa politické vedomie. Pesimisti hovoria o nadmernej amerikanizácii a imperializácii kultúry.⁴

Technologické základy vzniku globalizácie bolo možné pozorovať od druhej polovice 19. storočia. Sú spojené s takými inováciami ako parný stroj, telegraf a železnice. Remeselné dielne a ručné manufaktúry sa zmenili na továrne, ako na úplné nové jednotky výrobného procesu. Výroba sa špecializovala a vznikla potreba vzájomného prepájania národných trhov. Postupne sa sformoval jednotný svetový trh, ktorého základom bola medzinárodná deľba práce.⁶

„Globalizácia je svojou povahou nezvratný dynamický proces, ktorý na jednej strane predstavuje kvalitatívne novú, ešte nezavršenu etapu vo vývoji svetovej ekonomiky, a na druhej strane je podstatnou súčasťou prechodu k novej, vyššej etape ľudskej civilizácie; v tomto procese objektívne vedľa seba existuje nové a staré – jeho zásadne progresívne smerovanie a prežívajúce ekonomické, sociálne a ekologické mechanizmy a stereotypy industriálnej etapy. V dôsledku toho je doterajší priebeh procesu globalizácie sprevádzaný aj globálnym vyostrením viacerých rozporov najmä v ekonomickej, sociálnej a ekologickej oblasti, čo sa odzrkadľuje v širokom spektre názorov – od tých, ktoré kritizujú doterajšiu podobu globalizácie, resp. jej niektoré dôsledky, až po tie, ktoré ju zásadne odmietajú. Totálne odmietanie globalizácie, ako aj jednostranná absolutizácia jej pozitívnych účinkov sú v zjavnom rozpore s realitou prebiehajúcich globalizačných procesov.“⁷

Podľa Zašepu sa globalizácia týka najmä troch základných oblastí spoločnosti. Prvou je ekonomika. V nej vidíme obrovskú intenzifikáciu hospodárskej konkurencie. Trhy sa menia na globálne a ekonómovia čoraz častejšie hovoria o jednom globalizovanom trhu. Ďalej, má proces globalizácie vplyv na oblasť politiky. V neposlednom rade sa globalizácia týka kultúry, predovšetkým miestnych kultúr, ktoré odlišujú jednotlivé spoločnosti a vplyvu,

⁴ ZAŠEPA, T. 2003. O mediálnej realite a jej vplyve na ľudí. s. 114-121.

⁶ ŠIKULA, M. 1999. Globalizácia – rázcestie civilizácie s. 31-32.

⁷ ŠIKULA, M. 2006. Účasť spoločenských vied na rozvoji spoločnosti. s.27 [online].

aký v tejto oblasti majú globálne masmédiá. Máme na zreteli najmä celosvetové publikum nadnárodných masmédií a koncentráciu vlastníctva masmédií.⁴

1.3.1 Globalizácia ekonomiky

Globalizácia má svojich stúpenčov ako aj ostrých kritikov. K prvej skupine patria napríklad profesori J. Sachs a H. Shatz, ktorí jednostranne akcentujú blahodarné účinky globálnej konkurencie, vďaka ktorej pružné, prispôsobivé ekonomiky budú mať z globálneho trhu prospech. Idealizujú pôsobenie trhu a voľného obchodu pri utváraní nového modelu globálnej deľby práce a bagatelizujú jej sociálne vplyvy najmä v podobe nebývalého rozsahu a charakteru štruktúrnej nezamestnanosti a bezprecedentnej polarizácie bohatstva a biedy v globálnom i národnom meradle. Na argumenty vyzývajúce k zodpovednosti aktérov globalizácie a k sociálnemu partnerstvu pri riešení jej dôsledkov reagujú odmietavo s tým, že to sú údajne len populistické reči, ktoré sú v príkrom rozpore s podstatou a zmyslom trhovej ekonomiky.⁶

Globalizácia priniesla veľké výhody napríklad v rozšírení moderných prírodných vied, medicíny a techniky, ktoré obohacujú a chránia život. Ako globálna inštitúcia existuje Organizácia Spojených národov a hustá sieť medzištátnych a nadštátnych organizácií a zmlúv o obmedzení násilia a vojen, ktoré OSN dopĺňajú alebo jej konkurujú. Etablovala sa svetová verejná mienka. Tyranské režimy nevyhnutne cítia, že sú pozorované a sú vystavované tlaku, aby sa demokraticky legitimovali. Porušovanie ľudských práv, aj keď sa netrestá pravidelne, neostáva nepovšimnuté a vyvoláva protesty. Svoju pozíciu upevňuje Medzinárodný súdny dvor. Rastie hnutie kritikov globalizácie, ktorí paradoxne využívajú jej informačné a mobilizačné technológie obopínajúce celý svet.⁸

Najostrejšia kritika globalizácie pochádza od autorov, ktorí posudzujú jej celo planetárne sociálne dôsledky z hľadiska zväčšujúcej sa priepasti medzi bohatstvom a biedou. Na rozdiel od transnacionálnych korporácií, ktoré chápu

⁴ ZAŠEPA, T. 2003. O mediálnej realite a jej vplyve na ľudí. s. 114-121.

⁶ ŠIKULA, M. 1999. Globalizácia – rázcestie civilizácie. s. 32-33.

⁸ SAFRANSKI, R. 2006. Koľko globalizácie unesie človek? s. 15-19.

globalizáciu ako príležitosť bez hraníc jej najväčší kritici v nej vidia najmä „strašidlo“ obchádzajúce svet. Takýmto kritikom bol bezpochyby spisovateľ a zahraničný dopisovateľ Ryszard Kapuscinsky. Od konca 50. rokov 20. storočia pôsobil v Afrike, Ázii a Latinskej Amerike. Vychádzal z toho, že dekolonizácia a obrovský rozmach globalizácie rodí nový typ spoločnosti – planetárnu spoločnosť, ktorú na jednej strane tvorí tretina obyvateľov žijúca v dostatku a na druhej strane dve tretiny obyvateľov planéty žijúce v biede. Poukazuje na mediálnu manipuláciu, ktorou bohaté krajiny zjednodušujú a bagatelizujú problém biedy. Mnohorozmernosť biedy ako komplexu negatívnych aspektov ľudskej existencie splošťujú len na technicko-rozpočtovú otázku.⁶

Kritici globalizácie spravidla neodmietajú nevyhnutnosť globalizácie a jej civilizačný progres, no poukazujú aj na jej problematické aspekty a ohrozenia najmä v sociálno-ekonomickej oblasti. Zdôrazňujú naliehavosť ich programového riešenia, ktorého rozličné varianty obyčajne aj navrhujú.⁶

1.3.2 Globalizácia politiky

Na národné povedomie ľudí má globalizácia dvojaký vplyv. Z jednej strany globálny kapitál oslabuje význam národných hraníc, z druhej strany sa národné povedomie posilňuje. Nacionalizmus sa môže chápať ako návrat úcty k miestnym koreňom a stať sa formou obrany proti vplyvom globalizácie a modernizácie.⁴

Politicky sa globalizácia prejavuje najmä zmenou rôznych zákonov a právnych noriem, ich reforiem podľa svetovo uznávaného štandardu. Tento právny štandard je pre rozvoj demokracie nepopierateľne prínosný, nakoľko vo všetkých štátoch vytvára rovnaké podmienky a prostredie pre život.⁹

Medzinárodný finančný kapitál má rozhodujúcu úlohu v osudoch jednotlivých krajín. Preto môžeme pracovať s pojmom globálny politický systém. Finančný kapitál vie veľmi rýchlo vycytiť všetky vhodné možnosti

⁶ ŠIKULA, M. 1999. Globalizácia – rázcestie civilizácie. s. 27-63.

⁶ ŠIKULA, M. 1999. Globalizácia – rázcestie civilizácie. s. 27-63.

⁴ ZAŠEPA, T. 2003. O mediálnej realite a jej vplyve na ľudí. s. 114-121.

⁹ Globalizácia a jej vplyv na politickú a ekonomickú štruktúru sveta. [online]. [cit.2010-04-26].

Dostupné na internete: <http://global-info.szm.com/Globalizace_II.html>

svojho uplatnenia. Tak vznikajú globálne finančné trhy. Finančné inštitúcie v najbohatších centrách sústreďujú kapitál, ktorý potom posúvajú do periférnych oblastí formou úverov alebo prostredníctvom nadnárodných spoločností. Politika štátov a vlád ako aj medzinárodných organizácií je čoraz viac podriadená záujmom obchodných spoločností. Všeobecne sa ujala téza, že ekonomický rast, meraný veľkosťou hrubého domáceho produktu, je cestou k ľudskému pokroku. Voľný trh sa dostáva mimo vplyvu štátu a vedie k najefektívnejšiemu a optimálnemu alokovaniu zdrojov.¹⁰

Európska komisia odhaduje, že približne jednu pätinu nárastu životnej úrovne v Európskej únii za posledných 50 rokov možno pripísať globalizácii. To je dôvod, prečo sa Európska únia silno zasadzovala v prospech väčšej hospodárskej otvorenosti. Jej obchodná politika je dôležitým nástrojom pre naštartovanie svetovej obchodnej liberalizácie. Verejnosť však často spája globalizáciu so stratou pracovných miest, tlakom na znižovanie miezd a zhoršovaním pracovných podmienok. Tieto obavy sa zakladajú na strachu zo zvyšujúcej sa konkurencie nízkonákladových krajín, ktorá vyvíja tlak na miestnych výrobcov. Toto znepokojenie nie je novinkou, zdá sa však, že vzrástlo po vstupe Číny a Indie na scénu svetového obchodu. Hľadanie primeranej reakcie na globalizáciu môže byť vnímané ako súčasť širšej výzvy pre politiku dynamických hospodárstiev. Na to, aby bolo možné zožať úrodu globalizácie, je nevyhnutné podstúpiť proces prispôsobenia. Globalizácia sa nespája so znižovaním zamestnanosti vo všetkých odvetviach, za prispôsobenie hospodárskych štruktúr však treba zaplatiť cenu, ktorá vyplýva z presunu zdrojov medzi firmami a aktivitami. Čím sú pracovná sila, kapitál a výrobky menej flexibilné, tým vyššia je cena štrukturálneho prispôsobenia a môže sa aspoň v krátkodobom časovom horizonte intenzívne pociťovať v určitých odvetviach a v regiónoch, v ktorých sú tieto odvetvia sústredené.¹¹

¹⁰ HOFFMANOVÁ, V. 2003. Úvod do problematiky globalizácie. s. 15-18.

¹¹ Globalizácia. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/economy_finance/international/globalisation/index_sk.htm>

1.3.3 Globalizácia kultúr

Čo rozumieme pod pojmom globalizácia kultúry? Ide o úsilie o jednotný svetový jazyk, kultúrne a ideologické zblížovanie. O multikulturálne vzdelávanie, globálny ekumenizmus. O identifikáciu s určitými nadnárodnými vzormi, o svetový systém znakov a pojmov.¹⁰

Proces kultúrnej transnacionalizácie, ktorý sa odohráva, odkazuje k množstvu významov, nielen k pozorovateľnej tendencii vzájomného prepájania infraštruktúr určených pre príjem ak národným formám vlastníctva a riadenia. odkazuje tiež k šíreniu istého druhu mediovaného kultúrneho obsahu, a k niektorým potenciálnym účinkom pri prijímaní kultúry. V dôsledku vplyvu Spojených štátov amerických v oblasti audiovizuálnej a hudobnej produkcie sa rozšírila predstava, že národné mediálne obsahy sú svojou povahou severoamerické. Všeobecne tento trend vedie k vytlačaniu pôvodných kultúr cieľových zemí, ktoré sú nahradzované snahou o napodobňovanie nadnárodného modelu.¹²

V kontexte politického a ekonomického zjednocovania Európy sa objavili úvahy o európskej kultúrnej identite. Európska kultúra a rôzne národné kultúry v rámci Európy môže byť ohrozená nadnárodným importom kultúry. Avšak objavili sa aj predstavy, že nadnárodný rozmer a povaha kultúry v rámci hraníc Európy môžu podporiť proces zjednocovania a pomôcť tak vzniku svojbytnejšej a jednotnejšej kultúry – kultúry Európskej. No vzťahy, ktoré existujú medzi jednotlivými národmi v rámci Európy môžeme nazvať aj vzťahy kultúrnej nerovnosti. Kultúra je cenné kolektívne vlastníctvo národa a územia, ale súčasne je to jav neobyčajne náchylný k cudzorodým vplyvom. Hodnota prisudzovaná národnej kultúre vychádza z ideí, ktoré sa rozvinuli počas 19. storočia, kedy boli hnutia za národnú samostatnosť často úzko spájané so znovuoobjavením národných kultúrnych tradícií. Z toho vznikali prirodzené kultúrne rozdiely medzi jednotlivými národmi.¹²

C. J. Hamelink, J. Tomlinson, T. Levitt a i., pozorujú, že globalizácia

¹⁰ HOFFMANOVÁ, V. 2003. Úvod do problematiky globalizácie. s. 15-18.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teorie masové komunikace. s. 119-114.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teorie masové komunikace. s. 119-114.

spôsobuje homogenizáciu kultúr, teda prináša jednotnú svetovú kultúru založenú na konzumnom spôsobe života, vplyve USA, masmédiách a anglickom jazyku. Takáto homogenizácia býva následne vnímaná buď pozitívne, v zmysle progresívneho kozmopolitizmu, alebo negatívne, ako utláčateľský imperializmus. Druhá skupina autorov, A. Appadurai, R. Robertson, R. Cox, M. H. Halperin a D. J. Scheffer, A. D. Smith, B. R. Barber, S. P. Huntington a i., naopak vníma vplyv globalizácie na kultúru ako heterogenizujúci. Vo svojich prácach globalizáciu dávajú do súvislosti s kultúrnou diverzitou. Globalizácia dokonca spôsobuje premiešavanie prvkov rôznych kultúr. V tomto ponímaní teda vedie k intenzifikácii interkultúrnych vzťahov, pričom podnecuje nespočetné množstvo nových prepojení a stiera rozdiely medzi národmi a medzi civilizáciami.¹³

¹³ MATTOVÁ, I. 2006. Rôznorodosť ponímania globalizácie. [online].

1.4 Postmoderná kultúra

„Postmoderná kultúra je nový spôsob artikulácie pohybu a prebývania prinajmenšom euroamerického človeka vo svete, identifikovaný zvláštnym vzťahom voči modernej kultúre. Postmoderná kultúra prichádza s novým spôsobom zvýznamňovania sveta, ktorý sa prejavil zreteľne najprv v umení, neskôr aj vo vedení a náboženstve. Je to kultúra geneticky spojená s pozíciami kontrakultúry a subkultúr 50. a 60. rokov 20. stor., ktoré sa časom zmenili na dominantné orientačné body. Postmoderná kultúra je určená silným pritakávaním komunikatívneho pluralizmu kultúr a dištanciou voči moderne, bez toho, že by modernu celkom vylučovala z hry. Snáď najnápadnejšou črtou postmoderného spôsobu zvýznamňovania sveta je zmysel a cit pre rozdiely, najmä v porovnaní so zmyslom modernizmu pre jednotné a identické.“¹⁴

1.4.1 Postmodernizmus – teoretické reflexie

Filozofická reflexia postmoderny alebo filozofický smer, ktorý sa koncentruje na rozbor postmoderny, v ktorom ako kľúčové významové útvary intervenujú pojmy rozpadu veľkých diskurzov a funkcie malých diskurzov. Hlavným predstaviteľom filozofického postmodernizmu je J. F. Lyotard. Postmodernizmus sa obracia predovšetkým proti optimizmu, pokroku a utopickým črtám ideológií. Vychádzajúc z postulátu konca dejín, filozofický postmodernizmus chce otvoriť možnosť slobodne kombinovať prvky minulých teoretických významových útvarov. Zdôrazňuje nevyhnutnosť a ľubovoľnosť fragmentácie a verí v možnosti spájania fragmentov.¹⁵

Kultúrnokontextuálne chápanie znakovosti, najlepšie zrejme vystihnuté koncepciami jazykových hier a diskurzov, Poskytlo tie najvýznamnejšie argumenty pre kritiku logocentizmu a umožnilo novú štrukturáciu základných

¹⁴ Postmoderná kultúra. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<http://sk.wikipedia.org/wiki/Postmodern%C3%A1_kult%C3%BAr>

¹⁵ Postmodernizmus filozofický. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvp/postmodernizmus_filozoficky.html>

kategórií poznania. S touto revíziou semiotického myslenia súvisí aj objavovanie moderných predpokladov vedenia, ktorými sú predovšetkým telo, hlas a písmo. Jedným zo sociálnych a myšlienkových hnutí spojených s postmodernizmom je napríklad aj feminizmus.¹⁵

Teoretickú reflexiu postmodernizmu veľmi výstižne spracoval P. Ondrejko. Hovorí, že „Postmodernizmus ako súčasný myšlienkový smer možno vymedziť predovšetkým protichodným vzťahom k modernej dobe, ktorej počiatky možno datovať Descartom a francúzskym osvietenstvom. Postmodernistické myslenie ich odmieta, pričom akcentuje základný zlom a diskontinuitu vývoja. Táto deštrukcia smeruje predovšetkým proti metafyzickému mysleniu. Vyjadruje skepsu proti všetkým obecným koncepciám, odmietajúc ich zjednocujúcu, totalizujúcu celistvosť, ktorá potlačuje diferenciáciu, či už ide o hegelianstvo, liberalizmus alebo marxizmus. Naproti tomu postmodernizmus zdôrazňuje veľmi radikálne pluralitu, diferencovanosť životných sfér, diskontinuitu, mnohosť javov, neistotu ako trvalý stav a prechodné okamihy.“¹⁶

Ďalej, podľa Ondrejka postmodernizmus „odmieta i racionalistickú a scientistickú koncepciu vedy. Spochybňuje osvietenský spôsob myslenia, dospievajúci ku krízovým javom, ktoré nám prináša postindustriálna spoločnosť v podobe technických katastrof, hraničiacich s ohrozením existencie ľudstva na tejto planéte. Mnohí mladí ľudia skutočne reagujú odmietavo na jednostranne technický pokrok. Hľadajú súlad medzi sebou, prírodou a vesmírom. Usilujú sa o prekonanie utilitaristického a inštrumentálne racionalistického myslenia. Často sa používa v tejto súvislosti termín „vedotechnika“, a to v negatívnom zmysle. Príznačný je napr. negatívny názor na dôsledky nových informačných technológií, spotrebnej elektroniky a reprodukčnej techniky. Postmodernizmus dospieva k názoru, že v prúdoch symbolov a znakov sa vlastne „rozpúšťa“ realita, ktorá je nahradzovaná jej ukazovateľmi. Stručne by bolo možné charakterizovať toto myslenie ako antiuniverzalistické, ale aj antiracionalistické.“¹⁶

¹⁵ Postmodernizmus filozofický. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvp/postmodernizmus_filozoficky.html>

¹⁶ ONDREJKOVIČ, P. 2002. Globalizácia a individualizácia mládeže. s. 46

¹⁶ ONDREJKOVIČ, P. 2002. Globalizácia a individualizácia mládeže. s. 46

„Postmodernistické myslenie je mimoriadne kritické. Snaží sa dokázať, že súčasné koncepcie filozofie života, techniky a vedy nedokážu odpovedať na základné otázky, ktoré nastolili vývoj ľudskej spoločnosti. Postmodernisti pritom sami rezignujú na túto úlohu, nemajú ambície vytvárať nové koncepcie, v dôsledku čoho ich názory vyznievajú značne pesimisticky, ba niekedy až nihilisticky. Často úmyselne vyhrocujú problémy, prezentujú apokalyptické videnie problémov, šokujú svojich čitateľov, používajú silné slová a termíny, ako kríza, katastrofa, koniec dejín a pod., aby vyburcovali ostatných k aktivite a rozbili tradičné a naučené pohľady a prístupy k realite a súčasne vyprovokovali k novému mysleniu.

Postmodernizmus odmieta víziu neobmedzeného sociálneho pokroku, ktorý by bol založený na podrobovaní si prírody človekom a exploatacii jej bohatstva. V tomto smere je postmodernizmus spojený s vedomím ekologických dôsledkov sociálnych hraníc rastu a s celkovou globalizáciou problémov, ba i krízy ľudskej spoločnosti. V tomto smere odmieta vedu, upozorňuje na jej deficity najmä v jednostrannosti racionalistickej projekcie problémov, ktoré označuje za logocentrizmus. Osobitne v sociológii predstavuje postmodernizmus zriekanie sa teoretických ambícií, najmä v odhaľovaní zákonitostí vývoja spoločnosti. Postmodernizmus naopak zdôrazňuje mnohoznačnosť, neurčitosť, ba až náhodnosť spoločnosti a tým aj jej absurditu, ktoré neumožňujú žiadnu racionalizáciu. Akákoľvek racionalizácia by bola iba fragmentárna, a tým iba skresľujúca skutočnosť. Namiesto dobývania prírody ako základu vývoja spoločnosti je potrebné preto uprednostňovať ekologické a ekumenické zretele. Vznik environmentálnej a interpretatívnej sociológie sú iba prirodzeným výsledkom postmodernizmu.

Postmodernistické myslenie našlo svoj odraz i v metódach a technikách výskumu, v novej metodológii, založenej predovšetkým na tzv. kvalitatívnom myslení.

S postmodernizmom súvisí i vývoj v oblasti metodológie vied najmä v spoločenských a humánných vedách. Dospel ku konštatovaniu, podľa ktorého sa čisté kvantitatívne myslenie stalo neúnosným. Máme na mysli postupy, ktoré si kladú za cieľ priblížiť sa k ľuďom, javom a veciam tým, že sa pokúšajú ich testovať, experimentovať s nimi, preverovať ich štatistickú reprezentatívnosť a signifikantnosť, bez toho, aby sa usilovali predtým im porozumieť a uvedomiť

si ich existenciu ako kvalitu. I keď kvantita od samotného začiatku v spoločenských vedách neznamená iba tvrdenie o merateľnosti (vecí, javov, procesov a pod.) ale spôsob usporiadateľnosti, predsa sa zreteľne ukázala zásadná hranica kvantifikujúceho prístupu. Povaha každého spoločenského javu, procesu, vzťahu, útvaru a pod., ktorá je osobitá, vždy iná a neopakovateľná, znamená viac, než sa dá o nej vypovedať prostriedkami poznania orientujúceho sa iba na jej pochopenie ako matematicky zistiteľnej veličiny. Kvality jednotlivých spoločenských javov, procesov, vzťahov útvarov a pod. nemožno totiž redukovať iba na ich jedinú – materiálnosť. Často sa stáva, že v dôsledku kvantifikácie vznikajú vedecké konštrukty, kde jestvujú technologicko – inštrumentálne, teda umelo vytvorené obrazy skutočnosti, ktoré so skutočným sociálnym svetom už majú iba málo spoločného. Práve tu sa napĺňa výhrada postmodernizmu o „rozpúšťaní“ reality, ktorá je vo vede nahradzovaná jej ukazovateľmi. Filozofickým základom, umožňujúcim riešenie týchto problémov je orientácia spoločenskovedných výskumov /osobitne v sociológii a v jej hraničných vedách) na metódy, ktorý majú svoj pôvod v symbolickom interakcionalizme a taktiež vo fenomenológii a hermeneutike. „¹⁶

Stretávame sa aj s kritikou postmodernizmu, ktorá má viacero podôb. Ide buď o jej odmietanie ako teoretického konceptu a úsilie vidieť súčasnú situáciu v spoločnosti i jej perspektívy ako pokračovanie modernity. Postmodernizmus sa však považuje aj priamo za nebezpečný až škodlivý, predovšetkým z pohľadu teológie, najmä katolíckej. Vzniká priestor na uplatnenie meritórneho záveru postmodernizmu, že neexistuje jedna absolútna či univerzálna pravda. Tento záver sa vzťahuje k širším spoločenským javom a procesom a neznamená, že v ich parciálnych alebo detailných prvkoch nemôže existovať. Existencia univerzálnej pravdy a možnosti uplatnenia sú však determinované širším prostredím.¹⁷

¹⁶ ONDREJKOVIČ, P. 2002. Globalizácia a individualizácia mládeže. s. 46 - 49

¹⁷ SKVRNDA, F. 2008. Sociálno-kritický pohľad na súčasné problémy medzinárodných vzťahov koniec bipolarity agónia hegemonizmu. [online]. s. 4.

1.5 Postmoderná kultúra na Slovensku

Slovenská kultúra bola v posledných desaťročiach vystavená mnohým tlakom zvonku, zo zahraničia, ale aj z iných sektorov života spoločnosti vnútri Slovenska. Od osemdesiatych rokov 20. storočia, slovenská kultúra cítila a reflektovala vplyvy postmodernej kultúry. Po roku 1989 vtrhli do duchovného priestoru Slovenska všetky prúdy rozvíjajúce sa vo svetovej kultúre. Slovenská kultúra sa naplno otvorila postmoderne. Socialistická masová kultúra sa prudko premenila na vtedajšiu a súčasnú masovú kultúru produkovanú vo svete. Súčasne rástli snahy o sebadefinovanie slovenskej kultúry.¹⁸

Vývin smerujúci k vzniku samostatnej Slovenskej republiky i roky po r. 1993 prudko podporili opätovné uvedomovanie národnej kultúrnej identity a cieľavedomé, systematické snahy o uchovanie zvláštností slovenskej kultúry. Snahy o vstup do medzinárodných organizácií vytvárali tlak na slovenské riadiace orgány, aby vnímali kultúrne procesy v iných krajinách a snažili sa prispôbovať politické i právne opatrenia v kultúre tým opatreniam, ktoré platili v medzinárodných organizáciách. Slovenská kultúra sa aj vo svojom vnútri diferencovala a diferencuje. Po stuhnutej socialistickej kultúrnej politike sa vytvoril priestor aj pre slobodnú tvorbu. Na Slovensku sme zistili, že naša kultúra nie je homogénnou národnou kultúrou, ale že táto naša národná kultúra má mnoho regionálnych, skupinových, individuálnych a inonárodných podôb.¹⁸

Kultúra má kumulatívny charakter, pre jej prenos a rozvoj je dôležité učenie. V užšom zmysle slova sa z kultúry vyčleňuje masmediálna kultúra, čiže kultúra z masmédií. Podľa P. Rankova by sme masmediálnu kultúru mohli označiť aj za nízku v bipolárnom vzťahu s elitnou. Teda masová kultúra nahrádza absenciu kultúry ako takej.¹⁹

V súčasnej kultúrnej sfére sa umelo oddeľuje kultúra od elektronických médií. Lepšie povedané, médiá kultúru vôbec neberú do úvahy. S médiami sa spája iba publicistika, spravodajstvo a zábava v najužšom zmysle slova. Umenie celkom vypadlo zo zorného uhla autorov aj príjemcov. Vzťah spoločnosti ku

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 4-5.

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 4-5.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 39-43.

kultúre je skutočne neprajný. Hodnotné umenie nemá ani finančné, ani spoločenské ocenenie. Vhodným príkladom je umelecká tvorba v rozhlase. Verejnosť jej nevenuje žiadnu pozornosť. Pritom Slovenský rozhlas poskytuje priestor pôvodnej i odbornej literatúre, hudbe a mnohým ďalším žánrom. Spoločnosť však na tento fakt reaguje ľahostajne a s nezájmom. Hodnotná kultúra i umenie existujú, majú však obmedzené teritórium pôsobenia a nedokážu sa presadzovať. Dôležité je aby sa okruh záujemcov o umenia nezúžil na minimum. Avšak intelektuálna umelecká obec na Slovensku zrejme nepociťuje potrebu protestovať, vnútiť spoločnosti svoju autoritu, mravné a iné normy, čosi ako kultúrne minimum.²⁰

Moderná estetika a teória umenia často stotožňuje umeleckú hodnotu s novátorstvom a novou informáciou a produkty masových médií pokladajú za produkt továrenskej výroby, ktorá sa zhotovuje sériovo. Uvedený negatívny názor sa narúša vďaka umeleckým program, kam patrí dramatická a filmová tvorba. Hodnotné umenie, nielen dramatické, sa v médiách dostáva na okraj záujmu, podobne ako v spoločenskom živote. Spoločnosť marginalizuje umenie, školstvo nepomáha vytvárať návyky na kultúra a spoločenská potreba umenia a kultúry je mizivá.²⁰

1.6 Determinanty formovania súčasnej kultúry

Keď budeme hovoriť o kultúre ako o zložitom celku, ktorý zahŕňa vedu, vieru, umenie, morálku, právo, obyčaje a iné schopnosti a návyky ľudí, ktoré si človek osvojil ako člen spoločnosti, mohli by sme hovoriť o mnohých nástrojoch jej formovania.

Proces socializácie dieťaťa, znamená odovzdávanie kultúry, t.j. jazyka, názorov, poznatkov, hodnôt, noriem a vzorov správania.²¹

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 11-15.

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 11-15.

²¹ KOŠTA, J. 2004. Sociológia. s.32.

Neodmysliteľnou časťou formovania kultúry je edukačná činnosť, proces spoločenskej integrácie a vytváranie kultúrneho vedomia. Dôležitú funkciu a podiel na vytváraní kultúry, v značnej miere plnia médiá. Nesnažíme sa o komparáciu miery významov jednotlivých nástrojov formovania kultúry. Vzhľadom na rozsah a charakter diplomovej práce nie je možné detailne popísať všetky tieto aspekty. Rozhodli sme sa preto bližšie venovať iba masovokomunikačným prostriedkom ako hlavným determinantom, zastúpenými najmä televíziou, rozhlasom, tlačou a internetom.

1.6.1 Vymedzenie pojmov

Na začiatku v krátkosti vymedzíme pojmy, s ktorými budeme ďalej pracovať. Máme na mysli pojmy informačná spoločnosť, masa, dav, publikum.

1.6.1.1 Informačná spoločnosť

Vymedzovanie informačnej spoločnosti vyplýva predovšetkým z postavenia informačných a komunikačných technológií v spoločnosti. Dominancia médií a informačných technológií sa prejavuje aj zmenou sociálnych, ekonomických a kultúrnych vzťahov.¹⁹

Informačná spoločnosť by nemohla existovať bez prostriedkov šírenia informácií. Tie sú základným predpokladom pre jej vznik a fungovanie. Máme na mysli najmä masmédiá. Tomuto pojmu budeme venovať dostatočný priestor.

1.6.1.2 Masa

Prvé používanie tohto pojmu sa začalo už na sklonku 20. storočia. Plne sa však vyvinulo až po druhej svetovej vojne. Rané použitie obvykle vyvolávalo

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 60.

negatívne asociácie. Pôvodne odkazovalo k predstave davu, či „prostému ľudu“, ktorý bol vnímaný ako nevzdelaný, obmedzený a potenciálne iracionálny. Výraz však bolo možné použiť aj v pozitívnom zmysle. Prejavilo sa to najmä v socialistickej tradícii, kde masa vyvoláva predstavu sily a solidarity obyčajných pracujúcich ľudí, ktorý sa organizovali, aby sa postavili za spoločné záujmy alebo aby čelili útlaku. V súčasnosti slovo masa implikuje predstavu amorfného súboru jednotlivcov, ktorý neprejavujú výraznejšie osobnostné rysy. Štandardná slovníková definícia vymedzuje slovo masa ako zoskupenie, v ktorom sa stráca osobnosť.¹²

Pre masu nie je podstatná jej početnosť, ale jej vlastnosti. Početnosť je svojim spôsobom len jedna z týchto vlastností. Kvantita totiž neprerastá do zložitej štruktúry vnútorných vzťahov, práve naopak – podporuje ich absenciu. Masa je typickým útvarom modernej spoločnosti.¹⁹

Negatívnymi prvkami a dôsledkami masy môže byť degradácia individuality na amorfnú kolektivitú, silné podliehanie manipuláciám zo strany náhodných vodcov a idolov. Stagnácia kultúry a malé podnety pre individuálny kultúrny rozvoj v tom zmysle, že je náročné presadiť a vyzdvihnúť kultúrnu osobitosť jednotlivca prípadne malej skupiny v rámci masy, s čím súvisí aj anonymizácia jedinca a nízka úroveň uvedomenia si vlastnej „jedinečnosti“. Masu však netreba vnímať len negatívne. Ponúka napríklad pocit istoty, symbolického spojenia. Nivelizované a vysoko homogénne osobité a sociálne potreby a hodnoty sú dosiahnuteľné omnoho ľahšie než pred existenciou masy. Masa vytvára priestor materiálneho rozvoja bez ohľadu na sociálny status jednotlivca, respektíve stiera sociálne rozdiely medzi jednotlivcami.²²

1.6.1.3 Dav

Dav môžeme charakterizovať ako zoskupenie určitého počtu osôb, bez vopred danej rolovej špecifikácie, v určitom spoločenskom priestore a čase. Pod

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teorie masové komunikace. s. 57

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 13-15.

²² VALDNER, M. Psychológia a sociológia masovej komunikácie. [online]. s. 12-15.

vplyvom určitých vonkajších podnetov, signálov, výziev tu dochádza k psychickému regresu smerom k pudovým prejavom a emocionalite. Dôsledkom sú sociálne, individuálne a kultúrne neadekvátne formy správania, zníženie racionálnej kontroly, napodobňovanie, afekty, padajú zábrany a osobná zodpovednosť.²²

Dav spája spoločný záujem, postoj k určitému problému, osobe či skupine, alebo presvedčenie a členovia davu konajú v jeho mene. Dav nie je sociálnou skupinou v sociologickom zmysle slova, teda nie je to sociálny útvar, tvorený určitým počtom osôb, ktoré sú voči sebe vo viac alebo menej vymedzených pozíciách a roliach. Nemá vlastný systém hodnôt a noriem, ktoré upravujú správanie sa členov aspoň v záležitostiach pre skupinu významných. Obraz sociálnej skupiny závisí od kategórií intervenujúcich v ich reflexii. Dav je skôr sociálnym agregátom – skupinou v zmysle priestorovo spojených ľudí.²³

1.6.1.4 Masa alebo dav?

Podľa Rankova sa v istých špecifických situáciách môže masa vyznačovať určitými sociálno – psychologickými vlastnosťami, ktoré nie sú vlastné jej jednotlivým členom. Staršie pramene upozorňujú, že masa sa vyznačuje psychologickou jednotou svojich členov, pričom sama príslušnosť k mase tlačí človeka „na civilizačnom rebríčku o niekoľko stupňov dole“. V tomto prípade ide však o terminologickú nejasnosť, pretože obávaný zákon psychickej jednoty masy sa najčastejšie prejavuje v situáciách zjednotenia členov v priestore. To však nie je typické pre masu, ale pre dav. Hranica medzi masou a davom nie je ostrá. Keď masové publikum sleduje víťazný zápas svojho družstva, tak vyjde do ulíc a mení sa na dav podliehajúci davovej psychóze.¹⁹

²² VALDNER, M. Psychológia a sociológia masovej komunikácie. [online]. s. 12-15.

²³ Dav. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Dav>>

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť.

1.6.2 Média - nástroj formovania kultúry

Keď chceme hovoriť o formovaní kultúry v globalizovanej spoločnosti, musíme našu pozornosť upriamiť na masmédiá ako realizátorov masovej komunikácie, ktoré vytvárajú informácie a rozširujú ich k masovému publiku.¹⁹

Považujeme za vhodné uviesť, že pod pojmom masmédiá máme na mysli súhrn médií používaných v procese masovej komunikácie, multiplikujúce správy verejného charakteru. Tento pojem štandardne zahŕňa televíziu, rozhlas, film, periodickú tlač a internet. Väčšinu kritérií pre médium masovej komunikácie však spĺňajú aj zvukové nosiče, video, elektronické materiály, počítačové hry, reklamné prostriedky, a do určitej miery aj populárna knižná produkcia.¹⁹

Väčšina mediálnych teórií sa týka spoločnosti a kultúry a preto musia byť posudzované vo vzťahu k obom. Spoločnosť a kultúra sú vzájomne neoddeliteľné a nemôžu fungovať samostatne. Aj keď nie je správne nazerať na kultúru ako na druhoradý pojem závislý na spoločnosti, obvykle je spoločnosť základom a kultúra nadstavbou. O spoločnosti ale môžeme objektívne uvažovať iba prostredníctvom ideí, ktoré sa vyskytujú v oblasti kultúry. Masovú komunikáciu môžeme považovať za kultúrny ale aj za spoločenský fenomén. Masmédiá ako inštitúcie sú súčasťou štruktúry spoločnosti. Idey, obrazy a informácie šírené masmédiami sú aspektom našej kultúry.¹²

V obsahu médií a v mediálnej produkcii sa nepochybné odrážajú najrôznejšie stránky kultúrneho prostredia, v ktorom média pôsobia. Média sú súčasťou kultúry, ovplyvňujú ju a sú ňou ovplyvňované. Významným spôsobom sa podieľajú na formovaní kultúry, pretože dokážu ponúknuť jednu informáciu veľkému počtu príjemcov. Sú schopné ovplyvňovať intelektuálne, estetické a voľnočasové prejavy publika. Média sa teda podieľajú na konštituovaní svojbytného typu kultúry – kultúry masovej²⁴

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teórie masovej komunikácie. s. 132-133.

²⁴ JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.. 2003. Média a spoločnosť. s. 15-21.

1.7 Masová kultúra ako mediálny produkt

Masovú kultúru môžeme považovať za druhotný produkt priemyselnej revolúcie spolu s industrializáciou a urbanizáciou. Býva zvykom masovú kultúru často stotožňovať s kultúrou nižšej úrovne. Masová kultúra sa vzťahuje na odovzdávanie identických alebo podobných obsahov veľkým masám príjemcov z malého počtu zdrojov. Masová kultúra predpokladá jednotnosť a štandardizovanosť.¹

Masová kultúra je najmä následok a požiadavka, súvisiaca s nárastom voľného. Pojem masová kultúra však priam vyžaduje bipolárny vzťah k vyššej, elitnej kultúre, kde masová kultúra je tá nízka. Jednotlivé diela masovej kultúry sú zastupiteľné a nahraditeľné. Pri vyšších kultúrnych hodnotách je to však nemožné. No masová kultúra nezabrala miesto vyššej kultúre. Iba nahradila absenciu kultúry u ľudí, ktorý objektívne nemajú intelektuálne a emocionálne predpoklady prijímať hodnoty vyššej kultúrnej úrovne. Masy nikdy lepšiu kultúru nemali, takže masovú kultúru nemožno v žiadnom prípade považovať za úpadok voči minulosti.¹⁹

1.7.1 Kritika masovej kultúry

Vývoj sociálne orientovaného kritického záujmu o nástup a rozvoj masovej kultúry sa datuje už do polovice 19. storočia. V polovici 20. storočia ho v Anglicku reprezentuje najmä dielo F. R. Leavise a jeho nasledovníkov na poli sociálneho literárneho kriticizmu. Tento smer sa neúnavne pokúšal napadnúť komerčné korene skazenosti kultúry, brániť konzumentov masovej kultúry z radov robotníckej triedy ako obeť a nechápať ich v celej veci ako spoluvinníkov. Pôvodným zámerom tohto prístupu bolo vykúpiť ľud, na jeho predpokladaný poklesnutý vkus.¹²

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. 68-69.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teórie masovej komunikácie. s. 119-121

1.7.1.1 Frankfurtská škola

Medzi hlavných kritikov masovej kultúry patrila skupina nemeckých intelektuálov označovaných ako Frankfurtská škola. Názov vznikol od napojenia na Ústav pre sociálny výskum, založený v roku 1923 vo Frankfurte nad Mohanom.²⁴

Škola vznikla pôvodne za účelom skúmania neoddiskutovateľného zlyhania revolučnej zmeny, ktorú predpovedal Marx. Komeracionalizovaná masová kultúra bola jedným z najvýznamnejších prostriedkov tejto zmeny.¹²

Členov skupiny spájal kritický prístup k vtedajšej spoločnosti a k fungovaniu jej inštitúcií. Zakladateľmi frankfurtskej školy boli Max Horkheimer a Theodor W. Adorno. Vznik a vývoj masovej kultúry spájali predstavitelia tejto školy s fenoménom kultúrneho priemyslu (masovej priemyselnej produkcií tovarov určených na spotrebu vo voľnom čase) využívajúcim k presadeniu sa na trhu a kumulácií zisku aj prejavy pôvodne pochádzajúce z umeleckej sféry. Kritizovali najmä hudobnú produkciu a film za to, že sa ich diela stále viac štandardizujú.²⁴

Masovú kultúru kritizovali pre jej uniformitu, monotónnosť, tvorbu falošných potrieb, pre redukovanie jedinca na spotrebiteľa. Dôraz kladený kritickou sociálnou teóriou na kultúru masových médií ako na vplyvný nástroj, s pomocou ktorého možno predchádzať akejkolvek základnej zmene, prežíva v niekoľkých smeroch nadväzujúcich na túto teóriu.¹²

1.7.1.2 Birminghamská škola

V roku 1964 bolo na univerzite v Birminghame založené Centrum pre súčasné kultúrne štúdiá. Z pôvodného záujmu o kultúru rôznych spoločenských

²⁴ JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.. 2003. Médiá a spoločnosť. s. 55-57.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teórie masovej komunikácie. s.121-123.

²⁴ JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.. 2003. Médiá a spoločnosť. s. 55-57.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teórie masovej komunikácie. s. 121-123

skupín a tried sa záujem tohto centra z veľkej časti sústredil na masmédiá a na oblasti, ktoré sú s činnosťou masmédií spojené. Členovia tohto centra ako napríklad Sturat Hall sa sústreďovali najmä na správanie mladých ľudí, vznik subkultúr, vzdelanie, na rasové a etnické otázky a na vplyv masmédií na ich formovanie.²⁴

Birminghamská škola venuje pozornosť pôvodcom kultúry aj publiku. Pokúša sa pozorne a kriticky pochopiť skutočnú spoločenskú skúsenosť podskupín existujúcich v spoločnosti a sústrediť sa na hľadanie vzorcov výberu a reakcií vo vzťahu k médiám. Kritický prístup spájaný s Birminghamskou školou je tiež zodpovedný za významný posun od otázky ideológie vtelenej do mediovaného textu k otázke, ako môže publikum túto ideológiu rozpoznať.¹²

²⁴ JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.. 2003. Médiá a spoločnosť. s. 55-57.

¹² McQUAIL, D. 2002. Úvod do teórie masovej komunikácie. s. 121-123

1.8 Masmédiá ako prostriedok tvorby a šírenia kultúry

Masmédiá značne konštitujú spoločenskú realitu, hlavné rysy normality verejného, spoločenského života. Slúžia aj ako určujúci zdroj štandardov, modelov a noriem. Masmédiá poskytujú priebežný kontakt s hlavnými inštitúciami spoločnosti, v ktorej žijeme.¹⁹

1.8.1 Vývoj masmédií ako prostriedkov masovej komunikácie

Proces vývoja masmédií je závislý na technických a technologických možnostiach každého obdobia. Pavol Rankov (2002) popisuje vývojový cyklus médií v ktorom rozlišuje 3 zlomové obdobia, ktoré nazýva prahmi zmasovenia. Prvý prah zmasovenia súvisí s rozšírením rozhlasu a filmu. Druhý je prah zmasovenia televízie a tretím je rozšírenie elektronickej komunikácie. Každá mediálna technológia prechádza cyklom elitné – populárne – špecializované (EPS). Najskôr technológiu využíva elita spoločnosti, pretože je nedostupná pre širokú verejnosť. Neskôr sa stáva technológia dostupná pre masu a tým sa popularizuje. V poslednej fáze je technológia rozvinutá do takej miery, že sa jej jednotliví tvorcovia špecializujú na uspokojenie potrieb špecifických skupín populácie.¹⁹

Podrobnejšie sa budeme venovať len vybraným prostriedkom masovej komunikácie ako sú tlač, film, rozhlas, televízia a internet. Povahu prostriedku šírenia masovej kultúry spĺňa aj architektúra, výtvarná tvorba alebo školstvo, avšak pre potreby opisu vytvárania masovej kultúry nie je potrebné v takej rozsiahlej miere zasahovať do tejto problematiky.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 27-31.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s.27-31.

1.8.1.1 Tlač ako historicky prvý prostriedok šírenia masovej kultúry

Najvzdialenejší predchodcovia tlače sú razidlá a pečatidlá, ktoré prechádzali postupným vývinom od kameňorytu cez písmolejárstvo až po vynájdenie tlače. V roku 1447 Johann Guttenberg zostavil postup multiplikovanej výroby tlačeného materiálu - kníhtlač. Išlo o logické prepojenie písmárskych, písmoryteckých, kovolejárskych a písmolejárskych operácií tak, aby vlastnosti vyhovovali opakovanému použitiu.

Kníhtlač v období 15. a 16. storočia zaznamenávala významný rozvoj. Po prvýkrát sa začala sériová výroba knihy. Kniha sa tak stala bežným tovarom, ktorý bol dostupný pre široké masy obyvateľstva. Z nárastom produkcie knihy vzrástla aj gramotnosť obyvateľstva. Funkcia tlače ako nástroja masovej komunikácie nie je spojená s knihou ale s novinami a časopismi.

Považovali sme za nevyhnutné ozrejmiť proces vývinu kníhtlače vzhľadom na to, že základný technologický postup pri vydávaní novín a časopisov ako prostriedkov šírenia masovej kultúry je odvodený od technologického postupu vydávania kníh.

Začiatkom 17. storočia nemecký tlačiar Johann Carolus začal vydávať prvé noviny Strassburger Relation. Tým položil základy modernej žurnalistiky. Viacero novín vzniklo aj v Holandsku a Anglicku. V 30. rokoch 19. storočia rýchla tlač pomocou parného stroja v kombinácii s lacným papierom umožnili vydávanie cenovo prístupných novín.¹⁹

Tlač sa neorientuje na príjemcov známych z osobných kontaktov ale na konkrétne neurčeného odberateľa. Ako prvá vytvorila kolektív nepriameho publika, rozptýleného v priestore a súčasne reagujúceho na rovnaké podnety. Takéto publikum má charakter masového publika. Pravidelné vydávanie novín ponúka priestor na postupné budovanie vplyvu a vytváranie názorov. Tlač v priebehu vývoja upúšťala od výhradne informatívnej funkcie a stala sa aj zdrojom zábavy. Informatívna funkcia tlače bola do značnej miery redukovaná.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35

Príčinou je objavenie sa nových, rýchlejších a efektívnejších spôsobov šírenia správ ako je rádio, televízia alebo internet. Ďalšou z príčin redukcie informatívnej funkcie novín a najmä časopisov je reklama, ktorá zvyčajne tvorí finančný základ tlače. Písaný text je obmedzovaný v prospech kresleného a fotografického obsahu. Noviny a časopisy graficky obohacujú svoj obsah a zvýrazňujú neinformatívne funkcie. Úloha tlače nie je vo všetkých krajinách rovnaká. Z kvantitatívneho hľadiska spôsobila tlač revolúciu v šírení masovej kultúry. Zo všetkých zemí sveta najviac preferuje tlač Anglicko nasledované Spojenými štátmi americkými, Francúzskom, Švédskom, Nórskom, Belgickom.¹

1.8.1.2 Film

Verejnému premietaniu filmu predchádzal celý rad vynálezov. Zásadným bolo v roku 1839 objavenie zariadenia na zachytenie obrazu – daguerrotypu. To sa stalo základom fotografie. Thomas Alva Edison v roku 1894 predviedol kinetoscope – zariadenie zachytávajúce pohyblivé obrazy. Za zrod filmu sa považuje začiatok pravidelného premietania krátkych filmov bratov Louisa a Augusta Lumierovcov v roku 1895. So zvukovým filmom začal experimentovať Lee De Forest v roku 1923. Nástup farebného filmu sa datuje do päťdesiatych rokov dvadsiateho storočia. Širokouhlý ani stereoskopický obraz vo využívaní tohto média významné zmeny nepriniesli.¹⁹

Film ako prostriedok masovej komunikácie ponúka obsahy rôznej úrovne a povahy. Vytvára nový spôsob trávenia voľného času, ktorým je návšteva kín. Nenáročnosť filmového diela, nízka cena vstupeniek do kín, sugestívny charakter obrazu ako špecifického prostriedku poskytovania obsahu sú aspektmi príťažlivosti pre tisícky divákov vo všetkých krajinách civilizovaného sveta. Vytvára sa tak veľké publikum návštevníkov, ktoré je z historického hľadiska

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. s. 117-142.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35

jedinečné. Vo vrcholnom období úspechu filmu tvorilo toto publikum len v USA 5 miliárd ľudí ročne.¹

1.8.1.3 Rozhlas

Z hľadiska obsahu boli predchodcami rozhlasového vysielania zábavné programy, ktoré v rámci svojich sietí šírili telefonické spoločnosti v Budapešti a Buenos Aires. Vysielanie rozhlasu bolo možné vďaka niekoľkým po sebe idúcim vynálezom: telegraf (1843), bezdrôtový telegraf (1882), bezdrôtový prenos hlasu (1892), rádio (1893), generátor rádiových vln (1895). Pre možnosti rozhlasového vysielania mal veľký význam fonograf – zariadenie na zaznamenávanie zvuku a jeho zdokonalená podoba – gramofón. Prvé vysielanie hlasu a hudby uskutočnil v roku 1906 Reginald Fessen. Pravidelné vysielanie prvej rozhlasovej stanice San Jose Calling začal Charles David Herrods v roku 1909.¹⁹

Rozhlas sa stal súčasťou masovej kultúry v dvadsiatych rokoch dvadsiateho storočia. Vnikol priamo do domov príjemcov, na základe čoho vzniklo rozptýlené publikum. Posilnil sa jav vytvorený v predošlom období tlačou, pričom modifikoval jeho ráz. Hlavnou prednosťou rozhlasu ako komunikačného prostriedku je okamžité prekonávanie vzdialeností s možnosťou šírenia bez obmedzenia priestoru. Jeho špecifickým znakom je obzvlášť jednoduchý príjem. Kontakt s rozhlasovým vysielaním sa nadväzuje spravidla jednoducho. Rozhlas ako zdroj informácií zrovnoprávnil veľkomestá predstavujúce centrá kultúrneho a spoločenského života s odľahlými vidieckymi sídlami, kam neprenikol film a tlač prichádzala s oneskorením.¹

Rozhlas nevyžaduje znalosť čítania a v mnohých rozvojových krajinách vstupuje do oblastí analfabetizmu, čo podstatne zvyšuje jeho vplyv. Pri počúvaní

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. s. 117-142.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. s. 117-142.

rozhlasu je možné venovať sa iným činnostiam. Počúvanie vyžaduje len minimálne úsilie a tým poskytuje pocit bezprostrednosti a spontánnosti.¹

1.8.1.4 Televízia

Pre sprostredkovanie pohybujúcich sa obrazov je dôležitý vynález Paula Gottlieba Nipkova z roku 1884, ktorý nazval Elektrisches teleskop. Niekoľko patentov súvisiacich s televíziou podal John Logie Baird a neskôr Philo T. Farnsworth. Princíp vysielania založený na katódovom žiarení prezentoval Vladimir Kosma Zvorkyn v roku 1929. Experimentálne vysielanie uskutočnila americká spoločnosť NBC v roku 1930. Riadne vysielanie sa začalo v Nemecku v roku 1935. Televízny obraz sa začal farebne vysielat' v roku 1953 v USA.¹⁹

Televízne vysielanie je šírené audiovizuálne, čo umocnilo pocity publika zo sledovania programov a zatriktívnilo televíziu pre masy. Tým bola vytvorená vážna konkurencia pre ostatné nástroje masovej komunikácie.

Televízia je najvýznamnejší prostriedok masovej spoločnosti, ktorý je prístupný širokej verejnosti. Rozlišujeme dva základné typy televízie. Verejnoprávna a komerčná. Verejnoprávna televízia v súčasnej dobe vytvára základ demokratického štátu. Jej najdôležitejším aspektom a základom fungovania je objektivita.

Z hľadiska spracovania informácií je televízne zariadenie mimoriadne náročné na vonkajšie technické a organizačné podmienky. Nahraný materiál sa musí zložito spracúvať a obrazovo i zvukovo synchronizovať. Preto sa televízia vyznačuje menšou pohotovosťou zachytenia, spracovania a vysielania informácie a z psychologického hľadiska väčším odstupom od zdroja informácie. Vďaka audiovizuálnemu záznamu má vysokú mieru pravdivosti, maximálne odráža reálnu skutočnosť, čo dáva možnosť odhaľovať popri povrchu predmetu aj jeho špecifickejšie stránky. Z hľadiska vysielania signálu sa televízia opiera o mimoriadne zložité technické vybavenie. Pri pokrytí územia televíznym signálom

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. s. 117-142.

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 32-35

existuje veľa prekážok, ktorých prekonávanie si vyžaduje vysoké investície. Do znižovania kvality vysielania zasahujú okrem konfigurácie terénu aj elektromagnetické polia cudzieho pôvodu pochádzajúce z priemyselných centier a v mikroregiónoch aj z blízko umiestnených rušiacich prístrojov.²⁵

Televízne prijímače sú prístroje vyžadujúce si zvláštnu starostlivosť, špeciálne umiestnenie a majú väčší príkon ako prijímače rozhlasové. Ich miniaturizácia má svoje prirodzené hranice, kvalitný vnem totiž vyžaduje dostatočne veľkú obrazovku. Prenosné televízne prijímače, ako aj tie, čo sú umiestnené v dopravných prostriedkoch, sú málo rozšírené a ich využitie je obmedzené. Aj možnosť prijímu veľkého množstva televíznych staníc je menšia v porovnaní s rozhlasovým vysielaním.²⁵

1.8.1.5 Internet

Internet vznikol v sedemdesiatych rokoch 20. storočia ako informačná sieť americkej armády. Postupom času sa začlenil do spoločnosti a pristúpilo sa k jeho komerčnému využívaniu. Pojomom internet rozumieme globálny systém vzájomne prepojených počítačových sietí.²⁶

Na konci roku 1969 vznikla v USA prvá sieť nazývaná Arpanet spájajúca štyri americké univerzity. Internet bol pôvodne využívaný najmä vedcami a plnil funkciu prostriedku diskusií. V roku 1973 bola sieť Arpanet rozšírená na územie Veľkej Británie a Nórska. Postupne sa k nej pripájali podobné európske siete s názvami Eunet a Earn, japonská sieť Junet a britská Janet. Projekt stratil pôvodný zámer, a jeho pôvodná časť Arpanet technicky zanikla.²⁶

Najväčší rozmach Internetu sa začal, keď anglický počítačový expert Timothy Berners-Lee vytvoril internetovú službu WWW. Táto služba vznikla z potreby zlepšenia komunikácie medzi vedeckými pracovníkmi v rôznych častiach

²⁵ MISTRÍK, M. 2008. Masmédiá: Elektronické masmédiá. [online].

²⁵ MISTRÍK, M. 2008. Masmédiá: Elektronické masmédiá. [online].

²⁶ História internetu. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.pripojasa.sk/historia-internetu>>

²⁶ História internetu. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.pripojasa.sk/historia-internetu>>

sveta, ktorí pracovali na podobných projektoch. Protokol www umožnil rýchlejšiu výmenu poznatkov, promptnejšiu komunikáciu. Vďaka atraktívnym možnostiam v prenášaní dát, sa internet stal veľkým lákadlom pre bežných ľudí a položil základ masového celosvetového rozšírenia internetu. Rozmach internetu nastal pri zavedení počítačov na pracoviská a do domácností približne v rokoch 1989 až 1998.²⁶

Internet umožňuje prístup k informáciám takmer všetkého druhu z akejkolvek krajiny sveta v reálnom čase. Spôsobil revolúciu v komunikácií v treťom tisícročí. Stal sa rýchlo sa rozširujúcim prostriedkom masovej komunikácie.

²⁶ História internetu. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.pripojasa.sk/historia-internetu>>

1.9 Publikum v masovej kultúre

V súčasných definíciách (Jiráček, Kłoskowská, Köpplová, McQuail, Rankov) býva publikum vymedzované ako voľné zoskupenie ľudí, charakterizované určitou pospolitosťou záujmov, znalostí potrieb a hodnôt. Čím viac masa publika narastá, tým viac sa stáva heterogénnou a diferencovanou. Publikum masovej kultúry je najčastejšie charakterizované priestorovou atomizáciou; je to publikum nepriame, ktoré sa vytvára pôsobením zhodných podnetov širokého dosahu, ako je tlač, rozhlas a televízia a nie v dôsledku fyzického zblíženia, čo bolo znakom publika priameho, zhromaždeného v určitom čase na jednom mieste, prijímajúceho nielen hromadné, ale aj spoločné obsahy ovplyvnené vzájomným stykom. Masová kultúra je teda vymedzená nielen početnosťou príjemcov, ale aj zvláštnosťami, ktoré umožňujú vznik druhotného publika. Početné zhromaždenia priameho publika vznikali už pred dobou éry masovej kultúry. Združovalo ich divadlo, verejné hry, náboženské slávnosti antických a stredovekých kultúr. Vznik nepriameho publika je však podmienený technickými prostriedkami, ktoré prináša novšia doba.¹

V prvom rade je to tlač nasledovaná rozhlasom a televíziou a v neposlednom rade internetom.

1.9.1 Vývoj mediálneho publika

Predstavy o tom, aké publikum média oslovujú sa vyvíjali spolu s médiami a s poznávaním spoločnosti. V úvahách o vývoji publika sa objavujú 4 základné zreteľne odlišné etapy.²⁷

V období elitného publika bolo mediálne publikum početne pomerne malé a predstavovalo vzdelanejšiu časť spoločnosti. Toto publikum nie je možné

¹ KŁOSKOWSKA, A. 1968. Masová kultúra: Kritika a obhajoba. s. 117-142.

²⁷ Publikum, obecnost, veřejnost a spotřebitelé. [online]. [cit. 2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

symbolizovať predstavou priemerného či obyčajného človeka, ale skôr predstavou univerzálneho vzdelanca, polyhistora.²⁷

Počas obdobia masového publika sa potenciálnym publikom sa stáva celá populácia. To znamená že môže byť zastúpené všetkými súčasťami a vrstvami spoločnosti. Média obracajúce sa na masové publikum produkujú obsah, ktorý je zameraný na najnižšieho spoločného menovateľa. Masové publikum sa začína utvárať v prvej štvrtine 19. storočia z čitateľskej obce masovej tlače a rozvíja sa ďalej až po divákov súčasných televízií s vysokým podielom zábavných obsahov.²⁷

Hlavným znakom obdobia špecializovaného publika je zostavenie malých publik s vyhranenými, špecializovanými záujmami. Mediálna produkcia, ktorá je pre túto fázu príznačná, je usporiadaná tak, aby oslovovala zreteľne vymedzené časti publika. Vznik špecializovaného publika umožnil predovšetkým rozvoj špecializovaných (záujmových, vedeckých a iných) časopisov a neskôr nástup špecializovaných rozhlasových a televíznych staníc. Publikum týchto médií je svojimi socio-demografickými charakteristikami výrazne homogénne.²⁷

Obdobie interaktívneho publika je charakteristické tým, že jednotlivec má možnosť vybrať si konečnú podobu toho, čo bude čítať, počúvať alebo pozerať. Člen publika na seba berie niektoré funkcie editora. Potenciálni používatelia ponúknutých obsahov prestávajú predstavovať homogenizované publikum. Menia sa na fragmentizované publikum. Táto etapa je spojená najmä s nástupom digitalizovaných médií ako sú niektoré televízne kanály, ktoré umožňujú vlastné zostavenie televízneho programu. Ďalším príznačným zdrojom fragmentizovaného publika je internet.²⁷

²⁷ Publikum, obecnstvo, veřejnost a spotřebitelé. [online].[cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

²⁷ Publikum, obecnstvo, veřejnost a spotřebitelé. [online].[cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

²⁷ Publikum, obecnstvo, veřejnost a spotřebitelé. [online].[cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

²⁷ Publikum, obecnstvo, veřejnost a spotřebitelé. [online].[cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

Uvedené etapy vo vývoji publika nepredstavujú na sebe nadväzujúce fázy, kde by jedna etapa striedala druhú. Jednotlivé typy publika existujú súčasne. Súčasťou komunikačného chovania spoločnosti sa stali v rôznych obdobiach.²⁷

²⁷ Publikum, obecnstvo, veřejnost a spotřebitelé. [online].[cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

1.9.2 Média ako nástroj ovplyvňovania publika a tvorby verejnej mienky

Verejná mienka je súbor verejne vyjadrovaných mienok členov rozličných spoločenských skupín o verejných záležitostiach. Výskum verejnej mienky je zameraný na zisťovanie postojov a názorov verejnosti k rozmanitým otázkam života spoločnosti. Pri tvorbe mienky majú určujúcu úlohu postoje. Mienka je závislá od vzdelania človeka, charakteru jeho práce a jeho záujmov. Nedostatok informácií a znalostí o predmete podstatne obmedzuje racionálne jadro mienky, ktorá potom môže len povrchne a nepresne hodnotiť určitý jav alebo udalosť. Mienka poskytuje informatívny materiál, je menlivejšia a podlieha rôznym tlakom.²⁸

Využívaním masmédií na vytváraním vedomia ľudí a ich správania sa zdôrazňuje význam istých javov. Selekcia, voľba informácií a tém v masmédiách je prirodzená, lebo nejestvuje ani fyzická možnosť, ani potreba všetko všetkým odovzdať. Selekcia a určenie poradia odovzdávania jednotlivých informácií a tém je preto dôležitá. Výskumy dokazujú (Jiráková, Kloskowská, Köpplová, McQuail, Rankov), že o informácie, veci, ideí a udalosti, ktorým masmédiá venujú najväčšiu pozornosť prejavuje spoločnosť najväčší záujem. Výber, miesto a čas informácií v masmédiách majú veľký vplyv na to, čo spoločnosť začne považovať za dôležité. Médiá veľmi často pristupujú k vytváraniu informácií s cieľom zvýšenia záujmu o ne. Takáto skutočnosť sa dotýka predovšetkým televízie. Televízia má zo všetkých masmédií najväčší dosah, najviac možností a najväčší spoločenský význam. Diváka priťahuje vo vysielaní všetko, čo je senzáčné, katastrofálne, násilné, týkajúce sa zábavy, života súčasných idolov a vytváraných médiami, osobností verejného života. Masmédia ponúkajú najpríťažlivejšie informácie spôsobom, ktorý zabezpečuje najvyššiu sledovanosť. Televízia a nové mediálne systémy sú najlepším z doteraz vymyslených systémov usmerňovania pozornosti širokej verejnosti. Média publiku nevnučujú to, čo si má myslieť, ale poukazujú na to, nad čím by sa malo zamýšľať. Masové publikum je charakterizované aj tým, že je ochotné sa stotožniť s mienkou, ktorá je všeobecne uznávaná. Keď je vlastný

²⁸ ILOVIECKI, M. 2003. Dve zrkadlá. s. 55-59.

názor jednotlivcov v rozpore s domnelým alebo skutočným názorom väčšiny, radšej ho neprezentujú. Narastá pocit izolovanosti čo vedie k zriekaniu sa vlastného názoru a stotožnenia sa s názorom väčšiny. Jednotlivci, ktorý prejavujú záujem o dominantnú atmosféru názorov sledujú spravodajstvo masmédií.²⁸

Zaujímavým javom ktorý vzniká pri ovplyvňovaní publika masmédiami je takzvaný Efekt tretej osoby. Ľudia zveličujú vplyv masmédií na iných a podceňujú ho vo vzťahu k sebe. Masmédia tento stav využívajú, keďže je ľahšie pôsobiť na tých, ktorí tento vplyv nečakajú. Výsledkom je vzrast vplyvu masmédií na názory jednotlivcov, ktorí si myslia, že sa takémuto vplyvu ubránili.²⁸

²⁸ ILOVIECKI, M.2003. Dve zrkadlá. s. 55-59.

²⁸ ILOVIECKI, M.2003. Dve zrkadlá. s. 55-59.

2 Hodnoty a kultúrna tradícia v kontexte súčasného kultúrneho rozvoja

„Ak sa zameriame na kultúrny priestor Európy, vidíme, že v ňom možno v súčasnosti spozorovať tri základné tendencie, ktoré vymedzujú limity kultúrneho života: individualizáciu, pluralizáciu a polarizáciu. Nimi sú určované i determinanty kultúrnej komunikácie na rôznych úrovniach. Koexistencia svojbytných kultúry, ktoré napriek všetkým individuálnym špecifikám zhodne nachádzajú svoj základ v dedičstve a antiky a v židovsko – kresťanskej tradícii, vykazuje v historickom priereze vrcholy i pády. Čo sa týka geografického priestoru, Európa má najväčšiu koncentráciu rôznych kultúry. Hoci sa odvolávajú na spoločné korene, manifestujú príchynosť k tým istým hodnotám, ich rozmanitosť je zrejmá. Žiť a pracovať v Európe znamená byť si vedomí nevyhnutného stretávania sa s odlišnosťou. Európa je kultúrnym priestorom mnohosti a pestrosti. Do toho vstupuje celý rad procesov komplikujúcich už i tak dosť zložitý obraz

Európy a sveta:

- obrovské migračné pohyby a s tým súvisiace etnokultúrne zmeny, rozsiahla pluralizácia kultúrnych foriem meniaci kultúrny topos tak v regionálnom, ako i kontinentálnom rozmere,
- hoci to znie paradoxne, dochádza k výraznej redukcii lokálnych kultúrnych špecifik, čo samozrejme súvisí s trendmi homogenizácie a synchronizácie kultúrneho života,
- masívne pôsobenie transnacionálnej mediálnej kultúry,
- rozvoj konzumnej spoločnosti vyznačujúcej sa často povrchnou pestrosťou a vnútornou chudobou a jednorozmernosťou, s čím súvisí i syndróm, ktorý dnes kulturológovia pomenúvajú ako spoločnosť zábavy.⁴²

2.1 Kultúrna tradícia, znaky kultúrnej tradície

⁴² GAŽOVÁ, V. 1997. Aktuálnosť problematiky identity v súčasnej kulturológickej reflexii. [online]. s. 1.

Každá sociálna skupina odovzdáva novým generáciám jestvujúce kultúrne hodnoty, ktoré ona a predošlé generácie vytvorili či akceptovali. Takým spôsobom sa kumulujú kultúrne hodnoty, rastie ich množstvo a súčasne vznikajú nové vzťahy medzi nimi. Hodnoty, ktoré akceptovali predchádzajúce generácie, sa dostávajú do nových kontextov a môžu byť niekedy vnímane aj diametrálne odlišne od času svojho vzniku. Takýto výber prezentuje odchádzajúca generácia nastupujúcej ako ich spoločnú kultúrnu tradíciu.²⁹

Kultúrna tradícia sa formuje z všetkých hodnôt predošlých generácií výberom, ktorý urobí práve žijúca generácia, opierajúca sa pochopiteľne aj o výbery svojich predkov a o moc.²⁹

Ak je kultúra súhrnom hodnôt, znakov, produktov, vzorcov správania vlastných určitej skupine, veľmi úzko potom súvisí so životným štýlom skupiny. Každá sociálna skupina si vyberá z týchto súčastí kultúry tie, ktoré adekvátne vyjadrujú jej duchovný svet a môžu sa stať efektívnym prostriedkom pre dosahovanie životných cieľov spoločnosti.²⁹

Preto sa pri odovzdávaní svojej kultúry sociálna skupina snaží odovzdať práve to, čo vyhovuje jej duchovnému svetu, jej životnému štýlu, jej komunikačným zvyklostiam, jej sebareflexii, čo pomáha kultúrne a sociálne integrovať spoločnosť. Tento výber buduje ako systematicky usporiadanú kultúrnu tradíciu. Nastupujúca generácia si urobí svoj vlastný výber, ktorý môže byť úplne iný alebo len trochu iný ako výber predošlej generácie. Vo všetkých prípadoch však v kultúrnej tradícii spoločnosť reflektuje a rešpektuje len určité hodnoty a kultúrne produkty.²⁹

2.2 Kritéria výberu kultúrnej tradície

Kultúrna tradícia je vždy výberovým súborom kultúrnych hodnôt a produktov. Kritériá pre výber tých produktov, ktoré sa stanú súčasťou kultúrnej

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

tradície, môžu byť veľmi rôznorodé. Veľmi jasne si sociálne skupiny uvedomujú politické kritériá. Ekonomické kritériá podporujú takú kultúrnu tradíciu, ktorá je ekonomicky dostupná. Národné kritériá podporujú budovanie kultúrnej tradície z diel, ktoré buď vznikali na určitom území alebo sú výsledkom tvorby určitého etnika. Kritériá sociálnej kohézie vyberajú tie hodnoty, ktoré túto súdržnosť podporujú. Podľa psychologických kritérií si spoločnosť vyberá diela jej emocionálne blízke. Historické kritériá si všimajú tie kultúrne produkty, ktoré zohrali veľkú úlohu v historickom vývoji spoločnosti.²⁹

Na základe týchto a aj iných kritérií si spoločnosť formuje svoju kultúrnu tradíciu. Nevyužíva iba jedno kritérium, ale vždy kombinuje viaceré. Niektoré z nich však môžu prevládnúť a môžu sa stať hlavnými kritériami pri selekcii. Často sa to stáva práve s politickými kritériami. Politická elita dokáže mocenskými nástrojmi presadiť svoje kritériá ako najhodnotnejšie. V 20. storočí aj s veľkou pomocou masmédií. V takom prípade síce fungujú aj iné kritériá, ale len do tej miery, pokiaľ neprotirečia týmto hlavným.²⁹

Práve cez presadenie niektorej skupiny kritérií ako hlavnej získava kultúrna tradícia viac-menej systematickú podobu. Cez kritériá výberu sa môžu hoci aj iným spôsobom preskupiť tie isté kultúrne hodnoty, ktoré vyznáva iné spoločenstvo. Dve kultúrne tradície môžu tak byť vybudované z podobných (tých istých) kultúrnych produktov. Líšia sa však svojím usporiadaním, svojím miestom v tradícii, uprednostňovaním iných hodnôt, prípadne ich odlišnou interpretáciou.²⁹

2.3 Tvorba kultúrnej tradície

„V tvorbe kultúrnej tradície zohrávajú stále väčšiu úlohu masmédiá a kultúrny priemysel. Masmédiá, ktoré pôsobia na spoločnosť selekciou a masovým šírením kultúrnych hodnôt, podnecujú tvorbu a nasledovanie vzorov. Vzory poskytované masmédiami sa stali závažnou súčasťou socializácie a enkulturácie. Enkulturáciou si jedinec osvojuje kultúrne dedičstvo svojej spoločnosti. Osvojuje si nie celé dedičstvo, ale tú jeho časť, ktorú sociálna skupina považuje za svoju kultúrnu tradíciu a odovzdáva ju ďalším generáciám. Vzory prezentované v masmédiách sú

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s.78-86.

vzormi, ktoré je možné napodobovať, identifikovať sa s nimi alebo ich odmietat' a podobne. Sú prezentované neustále, masovo a opakovane, takže ich vplyv na novú generáciu je spravidla veľmi silný. Pôsobia ako autorita, lebo verejne vystavujú svoje hodnoty idey, poznatky a informácie. Už len obyčajný fakt výberu určitého kultúrneho produktu do masmédiá môže znamenať, že sa vo vedomí spoločnosti chápe ako závažný prvok kultúrnej tradície.

Masmédiá úzko spolupracujú s kultúrnym priemyslom, ktorý je ďalším závažným mechanizmom tvorby kultúrnej tradície. Hodnoty a kultúrne produkty, ktoré spoločnosť alebo jej mocenské špičky akceptovali ako súčasť tradície, sa stávajú predmetom záujmu priemyslu. Ten začína vyrábať ich napodobeniny v masovom meradle. Trh s kultúrnymi produktmi potom pomáha šíriť takúto tradíciu. Masové šírenie kultúrnej tradície zohralo veľkú úlohu aj pri rozvoji turistiky ako ďalšieho odvetvia kultúrneho priemyslu. Turistika pomáha ešte viac pri budovaní vzorov štandardných schém kultúrnej tradície. Robí to tým, že prezentuje jednoznačne overené hodnoty, že neponúka prienik do ich myšlienkovvej hĺbky (krátkosť času pri návšteve pamiatky), ani ich zväčša neukazuje v kultúrnom, historickom a myšlienkovom kontexte hodnoty a kultúrne predmety sú v turistike vytrhnuté z kontextu.

Enkultúracia prostredníctvom kultúrnej tradície sa takto môže stať oveľa rýchlejšou. Je aj efektívnejšia, ak za kritérium efektívnosti považujeme rýchlosť a hĺbku interiorizácie štandardných noriem a hodnôt spoločnosti vo vedomí novej generácie.

Retardačná úloha kultúrnej tradície: snaží sa konzervovať doterajší vývoj a nepripúšťa zmeny. Je to dôsledok funkcie stabilizovania tradície, ktorej pozitívny význam je v tom, že bez určitej stability by nebolo možné uchovať tradíciu ako určitú pamäť sociálnej skupiny. Táto funkcia slúži pre zachovanie kontinuity, hoci niekedy brzdí ďalší vývoj.

Revolučná úloha kultúrnej tradície: Stáva sa podnetom pre vlastnú premenu. Sociálna skupina sa snaží svoju tradíciu prispôbiť novým podmienkam života, a preto ju mení. Všetko nové však môže vzniknúť len na základe jestvujúcej tradície, ktorá poskytuje dostatok podnetov pre kritický a analytický vzťah k nej.

Kultúrna tradícia neustále osciluje medzi svojím zachovaním a zmenou. Len pri radikálnych stanoviskách sa stáva retardačným činiteľom, alebo býva radikálne odvrhnutá.“²⁹

2.4 Trendy v súčasnom rozvoji –Technické trendy: digitalizácia kultúrneho dedičstva

V súčasnosti po celom svete prebieha proces digitalizácie kultúrneho dedičstva. Použitie slova digitalizácia môže byť trochu zavádzajúce, pretože proces okrem vlastného analógovo - digitálneho prevodu zahŕňa celý rad ďalších aktivít, napríklad identifikáciu, dokumentáciu a katalogizáciu predmetov kultúrneho dedičstva, on-line sprístupnenie výsledkov digitalizácie, plošný zber pôvodných digitálnych diel a podobne. Cieľov je niekoľko. V prvom rade je snaha o zachovanie (v digitálnej podobe) tej časti kultúrneho dedičstva, ktorá sa pôsobením času, technologických a iných zmien stráca, teda stáva sa nedostupnou alebo sa znehodnocuje. Ďalej ide o snahu sprístupniť digitálne prezentácie kultúrneho dedičstva širokej verejnosti a zabezpečiť dlhodobé uchovanie digitálnych diel. V rámci Európskej únie už bolo prijatých viacero zásadných dokumentov, ktorých uplatnenie v praxi by malo vyústiť do vytvorenia Európskej digitálnej knižnice, obsahujúcej kultúrne dedičstvo všetkých členských štátov.³⁰

²⁹ MISTRÍK, E. 1999. Kultúrna tradícia. s. 78 - 84

³⁰ KONVIT, M. 2007. Trendy v sprístupňovaní kultúrneho dedičstva. [online].

2.4.1 Národný katalóg kultúrneho dedičstva

Kultúrne dedičstvo je sústredené v pamäťových inštitúciách (knihnice, múzeá, archívy) a vo vlastníctve fyzických a právnických osôb. Tým sa úloha vytvoriť jeden národný katalóg výrazne komplikuje. Ďalšou komplikovanou úlohou je vymedzenie kritérií, ktoré jednoznačne popisujú všetky typy kultúrneho dedičstva. Z pohľadu digitalizácie by bolo vhodné viesť v katalógu aj záznamy o aktuálnych vlastníckych právach. Jednotný katalóg je nutnou podmienkou efektívnej digitalizácie. Bez neho sa nebude dať vyhnúť duplicitným prácam a čo je ešte dôležitejšie, objektívne stanoviť poradie digitalizácie predmetov kultúrneho dedičstva. Katalóg má umožniť efektívne vyhľadávanie informácií o konkrétnych predmetoch kultúrneho dedičstva a môže plniť nenahraditeľnú informačnú funkciu pre domácich i zahraničných záujemcov.³⁰

2.4.2 Kultúrne trendy: Amerikanizácia

Pojmom amerikanizácia myslíme „poameričťovanie; preberanie a podriaďovanie sa politickému, kultúrnemu a ekonomickému vplyvu USA“³¹

Keď budeme hovoriť o amerikanizácii, nebudeme sa zaoberať nadnárodnými korporáciami a franchisingovými spoločnosťami (Anglické slovo Franchising označuje marketingový odbytový systém, v rámci ktorého jedna strana poskytuje druhej za priamu alebo nepriamu odplatu, právo využívať súbor práv priemyselného a duševného vlastníctva s cieľom výroby alebo marketingu určitého druhu tovaru, služieb a technológií. Poskytovateľ a prijímateľ franchisingu spravidla úzko a trvalo spolupracujú.³²) ale najmä trendom „nízkej“ mediálnej kultúry v zmysle, akým ju popisuje P. Rankov.¹⁹

³⁰ KONVIT, M. 2007. Trendy v sprístupňovaní kultúrneho dedičstva. [online].

³¹ Amerikanizmus. In. Otvorený slovník cudzích slov. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.cudzieslova.sk/hladanie/amerikaniz%C3%A1cia>>

³² Franchising [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Franchising>>

¹⁹ RANKOV, P. 2002. Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť. s. 39 - 42

Amerikanizácia sa vo veľkej miere objavila najmä v obsahu televízneho vysielania a to v komerčných ale aj verejnoprávných médiách. Vývojové trendy do značnej miery podliehajú globalizačným vplyvom. V súperení o čo najvyšší zisk z vysielania podliehajú mediálne obsahy západným trendom ako sú reality show a iné formy televíznej zábavy. Je však zaujímavé, že trend, ktorý je v dnešnom mediálnom svete veľmi populárny sa k nám dostal s 15 až dvadsať ročným oneskorením v porovnaní s USA a krajinami Západnej Európy.²⁰

„Od začiatku roku 2005 sa prudko zvyšuje tzv. ústretovosť médií voči požiadavkám príjemcu. Ústretovosť či skôr vnucovanie sa príjemcovi často súvisí s hľadaním nových foriem vzбудenia jeho pozornosti a záujmu, prispôbovaním sa jeho požiadavkám, čo sa deje i za cenu znižovania úrovne programu tak v línií tematickej ako aj technickej.“²⁰

Preto televízia nepredstavuje rozšírenie či posilnenie kultúrnej vzdelanosti, ale na ňu naopak útočí. V prostredí USA našla televízia živnú pôdu, kde môžu byť všetky jej schopnosti v zmysle technológie obrazu naplno využité. Jedným z dôsledkov tejto situácie je celosvetový dopyt po televíznych programoch o ktoré sa rovnomerne delí Latinská Amerika, Ázia a Európa. Americká televízia je krásnym vizuálnym predstavením. Televízia ponúka divákovi širokú paletu tém a má minimálne nároky na porozumenie. Zväčša je zameraná iba na emocionálne uspokojenie. Keď povieme, že televízia má zábavný charakter, ide o banálnu myšlienku. Podstatné je však to, že televízia vytvorila zo zábavy prirodzenú formu zobrazenia akejkoľvek skutočnosti. Zábava je zastrešujúcou ideológiou celkovej televíznej komunikácie. Nezáleží na tom, čo je predmetom zobrazenia a aký je uhol pohľadu. Dôležitý je predpoklad, že nás má mediálny obsah zabaviť.³³

Filozofia tvorby televízneho programu a jeho časová kompozícia je už dávno premyslená a postavená tak, aby sa zdalo, že sa riadi iba záujmom diváka. Je to však iba zdanie. V skutočnosti ide o dobre premyslenú manipuláciu s divákovi, ktorému sa zdanlivo prispôsobuje nielen obsah, ale dokonca aj vysielací čas. Vymedzený čas majú telenovely, vysielanie pre deti, rodinné seriály, klipy, filmy a podobne. Spolu tvoria zábavnú sféru, ktorou si jednotlivé

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 14-22.

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 18

³³ POSTMAN, N. 1999. Ubavit se k smrti. s. 91-97.

televízie získavajú priazeň diváka. Zábavné programy už dávno stratili ambície byť zároveň aj vzdelávacími, možno s výnimkou niektorých vedomostných súťaží. Dnešný model voľného času vyzerá tak, že účastník sa nechá zabávať bez vlastného príspevku, ak za samostatnú činnosť nepovažujeme posielanie textových správ alebo telefonovanie. Média nám vnucujú svoj obsah, nanútiť vlastný názor. Často dochádza nielen k zmene názoru, ale aj k strate kultúrnej identity.²⁰

Tento proces sa netýka všetkých divákov. Reality show ako Big Brother rozdelili slovenských divákov do niekoľkých skupín, nie však podľa umeleckých či estetických kritérií, ale podľa morálnych a etických zásad, na obdivovateľov, odporcov, náhodných divákov a pokrytcov. Odborná reflexia mediálny obsah tohto typu buď odmieta, alebo čaká, že jeho popularita časom upadne. Zabúda sa však na najviac ohrozenú kategóriu, na deti v čase dospievania. Sledovaním týchto programov sa u detí znižuje hranica citlivosti na necudnosť, hrubosť a zvyšuje sa tolerancia na tieto javy v bežnom živote.²⁰

Televízne spravodajstvo nám denne ponúka útržkovité informácie o tragédiách a o barbarstvách. Svojim spôsobom nás však tieto tragédie majú za úlohu pobaviť. Nekontextuálne zobrazovanie má zvyšovať mieru atraktivity jednotlivých správ pre diváka. Príjemný vzhľad moderátorov, ich vtipkovanie, dramatická hudba, dynamický obrazový materiál – toto všetko naznačuje, že žiadna z tragédií, ktoré sme videli nie je dôvodom na plač. Dokonca vnímanie pravdivosti samotnej správy výrazne záleží na prijateľnosti podávateľa. Negatívne prijatie správy znamená pre divákov televízneho spravodajstva to iste, čo pri iných reláciách – ľudia sa na účinkujúceho nepozerajú radi. Znamená to tiež, že mu neveria, že si nezískal ich dôveru. Správy sú podľa vzoru USA iba žánrom slúžiacim zábave, nie vzdelaniu, reflexii alebo obohacovaniu všeobecného povedomia.³³

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 18

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 18

³³ POSTMAN, N. 1999. Ubavit se k smrti. s. 91-97.

2.4.3 Kultúrne trendy: Gýč

Gýč sa zväčša prejavuje nízkym nárokom na umelecký ako abstraktno-logický úsudok jeho potenciálneho prijímateľa. Slovo gýč sa často spája aj so slovami lacné, falošné, neoriginálne.³⁴

Patrí gýč do umeleckej sféry alebo reprezentuje len lacnú napodobeninu umenia? Gýč je nevlastnou dcérou umenia, z čoho vyplýva, že je to niečo falošné, nepravé. Gýč sa netýka ani tak umenia, ale životného postoja a chovania ľudí, pretože gýč by nemohol prosperovať, keby neexistoval človek, ktorý takúto formu ľži potrebuje aby sa v nej on sám mohol nájsť. Gýč nám dopredu odhaľuje reakcie, ktoré má vyvolať, a za cieľ svojho počínania si volí emotívnu reakciu užívateľa diela. Priemysel vyrábajúci konzumnú kultúru zameranú na vyvolávanie efektov vznikol ešte pred objavením kníhtlače. Ak má termín gýč vôbec nejaký zmysel, tak je to nie preto, že by označoval umenie, ktoré sa snaží vyvolávať efekty a zapôsobiť, pretože v mnohých prípadoch si tento cieľ kladie aj umenie. Gýč je dielo, ktoré sa, aby zdôvodnilo svoju funkciu, spočívajúcu vo vyvolaní efektu, pýši cudzím perím, cudzími skúsenosťami, a ponúka sa bezvýhradne ako umenie.³⁵

2.4.3.1 Pôvod slova gýč

Pojem gýč pochádza z nemeckého slova Kitsch z druhej polovice 19. storočia, keď si americkí turisti chceli v Mníchove kúpiť obrazy lacno a preto žiadali skicu (anglicky sketch). Skomolením tohto slova na nemecké Kitsch mal vzniknúť názov pre hrubý umelecký brak, určený kupcom dychtiacim po jednoduchých a lacných estetických zážitkoch. Ale je potom gýč umenie? Cieľom umenia je poskytnúť vnímateľovi estetický zážitok, určitý druh poznania, duševné obohatenie. Gýč nemá za cieľ strhnúť vnímateľa do hĺbky poznania, ale násilím ho prinútiť aby sa podrobil efektu. A toto všetko chce predniesť tak, aby bol recipient

³⁴ Gýč. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<<http://sk.wikipedia.org/wiki/G%C3%BD%C4%8D>>

³⁵ Gýč náš každodenný. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<http://www.esteti.samuso.sk/skolske/UvEs_Hena.doc>

presvedčený, že to, čo je mu práve ponúkané je vrchol estetická (vrchol umeleckého).³⁵

Na strane druhej, bez kvapky gýča nemôže existovať umenie. Falošné zobrazenie, ktoré gýč ponúka, je naozaj a jedine lož? Neuspokojuje tiež neuhasiteľnú potrebu ilúzie, ktorú v sebe človek chová? V gýči ide o efekt. O to zaujať, ohúriť, očariť konzumenta. Ale znamená to, že ak ide nejakej forme umenia v prvom rade o efekt, že je nutné ho vyradiť z umenia? Gýč má ponúknuť jednoduché riešenie potrieb bez nutnosti zamyslenia. Gýč je tu preto, aby sa kúpil v čo najväčšom počte, nie preto aby sa o ňom diskutovalo. Prijímateľa gýč berie ako povrchného konzumenta, ktorý nemá klásť žiadne otázky.. No v umení ide práve o kladenie si otázok, o hľadanie rôznych interpretácií diela. V gýči je všetko dané a jasné od začiatku, je tu možnosť len jedinej správnej hranice gýča sa nedajú jednoznačne vymedziť, ale jedno je isté. Gýč je v každom prípade produktom masovej kultúry, slúži masám.³⁵

³⁵ Gýč náš každodenný. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.esteti.samuso.sk/skolske/UvEs_Hena.doc>

³⁵ Gýč náš každodenný. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.esteti.samuso.sk/skolske/UvEs_Hena.doc>

3 Národné a národnostné kultúry na Slovensku

Geograficky je štruktúra obyvateľstva Slovenska prirodzene rozdelená. Najmä v tých častiach, ktoré susedia s okolitými štátmi. Štruktúra obyvateľstva podľa národností a geografického rozloženia národnostných menšín je výsledkom prirodzeného historicko-sociálneho procesu formovania obyvateľstva. Práva príslušníkov národnostných menšín sú garantované ústavou Slovenskej republiky. Nikto nemôže byť diskriminovaný za príslušnosť k národnostnej menšine alebo etnickej skupine. Podľa Ústavy SR, príslušníci národnostných menšín alebo etnických skupín majú záruky pre ich rozvoj, najmä právo spoločne s ďalšími členmi menšiny alebo skupiny rozšíriť svoju kultúru, právo na vysielanie a prijímanie informácií v ich rodnom jazyku, k zjednocovaniu sa v národných združeniach a právo udržiavať svoje kultúrne a vzdelávacie tradície.⁴³

Národnostné menšiny tiež majú svoje pravidelné programy vo verejnoprávnych médiách. V roku 2006 bol podiel programov v jazykoch národnostných menšín vo verejnoprávnej Slovenskej televízii asi 1,3%. V Slovenskom rozhlase bol podiel takýchto programov asi 7,6% z celkového vysielacieho času. Podiel programov v jazykoch národnostných menšín, v celkovom objeme televízneho vysielania všetkých prevádzkovateľov televízneho vysielania na Slovensku v roku 2006 bol 3,7%. Od roku 2006 má Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky samostatný grantový program na podporu kultúrnych aktivít a projektov pre národnostné menšiny. V celkovom objeme bolo v roku 2007 pre tento program vyčlenených približne 2,56 milióna euro, čo predstavuje 17,9% rozpočtu celého Ministerstva kultúry v roku 2007.⁴³

3.1 Súčasný stav úrovne kultúrneho rozvoja Slovenska

V období socializmu jednotlivci nemali vyvíjať mimoriadnu aktivitu, pretože všetko za neho vykonal širší celok alebo vyšší článok v spoločenskej hierarchii. Ideologická konfrontácia s mimo-komunistickými smermi myslenia

⁴³ ŠMATLÁK, M. 2008. 4.2.1 Kultúrne menšiny, skupiny a komunity. [online].

⁴³ ŠMATLÁK, M. 2008. 4.2.1 Kultúrne menšiny, skupiny a komunity. [online].

prinášala prudký odpor voči kresťanstvu. Pre kultúru to znamenalo potláčanie monoteistickej viery (ktorú však dlho nahrádzala viera v komunistického vodcu), ako aj kresťanskej ikonografie. Dnes žijeme v strednej Európe v situácii, keď sa k nám európska kultúra vrátila späť. Medzitým sa však zásadne posunul civilizačný proces v Európe a vidíme, že situácia sa opäť mení.¹⁸

Individualizmus a aktivizmus získavajú takú pevnú bázu, akú mali v strednej Európe len zriedka, naplno sa vrátila aj kresťanská ikonografia. Opäť sa posilňuje viera v jednu transcendentnú bytosť. Prichádzajú však aj iné, mimokresťanské viery, dokonca aj rôzne polyteistické podoby viery a prednáboženské predstavy. Výrazne sa oslabuje kresťanská morálka, teda prísne, normatívne pôsobenie Desatora a ďalších morálnych princípov biblie. Slovensko sa tak ako všetky stredoeurópske krajiny nachádza na ceste odniekiaľ. Staré vnímanie sveta sme odvrhli, avšak to neznamená, že je definitívne preč. Tvoríme však nové. Tvoríme ho v kontexte globalizácie, v ktorej sa slovenská kultúra globalizuje - prijíma aj tie európske hodnoty, ktoré pred časom neprijímala, súčasne sa aj diferencuje a identifikuje ako svojbytná kultúra v tomto regióne a na tomto kontinente. Súčasne sa diferencuje aj vo svojom vnútri.¹⁸

Slovenská kultúra je v posledných desaťročiach vystavená mnohým tlakom zvonku, zo zahraničia, ale aj z iných sektorov života spoločnosti vnútri Slovenska. Od osemdesiatych rokov 20. storočia slovenská kultúra reflektovala vplyv postmodernej kultúry. Hoci sa riadiace orgány snažili zabrániť podobným tendenciám, predsa aj v slovenskej kultúre vznikali rýdzo postmoderné činy. Po roku 1989 prenikli do duchovného priestoru Slovenska všetky prúdy rozvíjajúce sa vo svetovej kultúre. Slovenská kultúra sa naplno otvorila postmoderne. Socialistická masová kultúra sa prudko premenila na vtedajšiu masovú kultúru produkovanú vo svete. Súčasne rástli snahy o sebadefinovanie slovenskej kultúry. Vývin smerujúci k vzniku samostatnej Slovenskej republiky i roky po r. 1993 prudko podporili opätovné uvedomovanie národnej kultúrnej identity - a cieľavedomé, systematické snahy o uchovanie zvláštností slovenskej kultúry.¹⁸

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

V prvej polovici deväťdesiatych rokov sa prudko posilnilo povedomie národnej identity. Túto, v danej etape legitímnu, silnú fixáciu na hodnoty národa, ktorú sprevádzala fixácia na hodnoty demokracie a slobody, sa dnes na Slovensku šíri hodnotová vyprázdnenosť spolu s veľkou orientáciou na konzum a s ľahostajnosťou voči kultúrnym hodnotám. Môžeme však pozorovať aj opačný proces - pozvoľné stieranie animozít z počiatku deväťdesiatych rokov, čo so sebou prináša kvalitatívne posilňovanie slovenskej kultúrnej elity. Na Slovensku narastá multikultúrne videnie sveta a povedomie, že slovenská kultúra nebude monolitom, ale bude vnútorne členitá, ako aj povedomie, že popri nej budú v Slovenskej republike existovať aj iné kultúry. Tento proces postupuje pomaly, ale v najbližších rokoch pravdepodobne môžeme očakávať prudký rozvoj multikulturalizmu na Slovensku.¹⁸

V kontexte európskej a stredoeurópskej kultúry sa naša kultúra už od 18. storočia identifikuje ako slovenská. Svoju slovenskosť si vymedzuje ako charakteristiky vlastné slovenskému etniku. Tento prístup síce možno ľahko napadnúť pri zohľadňovaní kultúrnych procesov minulosti. Príkladom môže byť účasť nemeckého etnika na formovaní kultúry Spiša. Zásadným spôsobom sa však spochybňuje aj v posledných desaťročiach.¹⁸

Slovenská republika, ktorá v deväťdesiatych rokoch splnila národný program viacerých generácií intelektuálov a politikov Slovenska a zdanlivo vyriešila národný problém, sa v posledných 15 rokoch zároveň dostáva do nových problémov vo vzťahu ku svojim národným hodnotám. Globalizácia, regionalizácia a diferenciacia stavajú Slovensko pred otázky, o ktorých sme si mysleli, že sú už vyriešené. Slovenská národná kultúra sa diferencuje vnútorne, diferencuje sa kultúra Slovenskej republiky a súčasne sa dostávame do celosvetových procesov stále väčšieho a rýchlejšieho prieniku kultúr. Kategória národný ziskava v multikultúrnych a globalizačných kontextoch iné významy ako v minulosti. Aj jednotlivé fenomény národnej kultúry získavajú v modernom svete inú podobu. Stojí pred nami nevyhnutnosť opätovne premyslieť termín národný v konfrontácii klasických predstáv o ňom so súčasnými produktmi slovenskej kultúry. Stojí pred nami nevyhnutnosť konfrontovať situáciu národnej kultúry s kontextom

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

multikultúrneho sveta. Môžeme tak urobiť na troch úrovniach: cez teoretické vymedzenia kategórie národný v kontexte výrazových kategórií; cez skúmanie kultúrnych procesov v súčasnej Európe a súčasnej Slovenskej republike; cez skúmanie konkrétnych kultúrnych artefaktov slovenskej kultúry.¹⁸

Súčasný stav slovenskej kultúry je na križovatke. Vstúpili sme do procesov globalizácie, ale procesy globalizácie a diferenciacie sa v našej kultúre ešte stále iba vyvíjajú.¹⁸

3.2 Pesimistické a optimistické vízie - reformy alebo kultúrny regres

„Hodnotenie súčasnej kultúrnej situácie a jej vývoju je veľmi zložitú. Na rozdiel od prírodných a technických vied možno v humanistických odboroch len veľmi ťažko hovoriť o pokroku, lebo preň nemáme stanovené jednoznačné kritériá. Podľa mnohých teoretikov, vedcov i pedagógov sú tieto odbory bližšie k umeniu než ku skutočnej vede v exaktnom chápaní. Ale ak odhliadneme od konkrétneho praktického úžitku, ktorý prinášajú napríklad psychológia alebo sociológia, prípadne iné spoločenské vedy, dospejeme k názoru, že nie je ani tak dôležité, či prichádzame do styku s vedami o umení alebo umením samotným, s „čistou“ teóriou kultúry, s tzv. umeleckou kultúrou alebo azda s konkrétnymi prvkami a momentmi kultúrneho života, za akýchkoľvek okolností zostáva najvýznamnejšou a podstatnou najmä jedna spoločná úloha všetkých týchto oblastí ľudskej činnosti, a tou je predovšetkým ich úloha mravná. Ak sa máme zachrániť pred skazou, musíme sa sami zdokonaľovať duchovne. A tomu práve slúži – alebo by mala slúžiť – literatúra, hudba, tanec, divadlo, film, výtvarné umenie, a samozrejme aj vedecké odbory, ktoré sa umením zapodievať, a v neposlednom rade aj humanistické – a v užšom zmysle kulturologické – aktivity vo všeobecnosti.“²

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

² HAJKO, D. 2005. Globalizácia a kultúrna identita. s. 67 - 68

3.2.1 Multikulturalizmus

Prístup, ktorý veľmi optimisticky reflektoval diferencované a diferencujúce sa spoločnosti v USA, Kanade, Holandsku a inde, sa zakladal na vzájomnom rešpekte a pomoci. V kultúre to nepochybne fungovalo a zdá sa, že funguje dodnes. Možno preto sa idey multikulturalizmu šíria takou obrovskou rýchlosťou. Avšak sociálno-politické vzťahy sa v multikultúrnom svete začínajú komplikovať. Výrazným ukazovateľom obmedzení multikulturalizmu bol vzťah Nemcov k prisťahovalcom z Ázie: S rastom generácie detí pôvodných prisťahovalcov zrazu títo prestali byť iba pracovnou silou, ktorá vykonávala nepopulárne a slabo platené práce a začali si uplatňovať plné občianske práva. Je známe, čo to v Nemecku v deväťdesiatych rokoch minulého storočia spôsobilo. Nakoniec, aj súčasná Európska únia nahlas hovorí o prisťahovalcoch a utečencoch aj ako o pracovnej sile pre starnúcu európsku spoločnosť - a nie len ako o ľuďoch, ktorým treba pomôcť.¹⁸

Multikulturalizmus sa stáva aj objektom vehementného odmietania a ostrej kritiky: „Multikulturalizmus je hybnou silou kultúrnej vojny proti európskej kultúre a civilizácii arogantne považujúci sám seba za hodnotu, ktorej oficiálnym princípom je rovnosť kultúr, ich vzájomné obohacovanie sa a tolerancia. Je to však princíp, ktorý v praxi popiera sám seba. Multikulturalizmus postupne degraduje všetky morálne a ostatné hodnotové kritériá európskej civilizácie na anachronizmus a regres, ich deformáciu a opak vydáva za progres. Amorfná pluralita hodnôt spôsobuje rozklad všetkých kultúrno-spoločenských hodnotových štruktúr európskej kultúry a civilizácie a jej nestabilitu. Imigrantské kultúry sú však zväčša založené na pevných hodnotových kritériách, štruktúre a stabilite, ich príslušníkom je úplne ľahostajné, čo Európania považujú za regres, či progres a odmietajú európsku kultúru a civilizáciu an blok ako úpadkovú. Aby multikulturalisti dosiahli aspoň zdanie fungovania svojej utopickej spoločnosti a proklamovanú rovnosť všetkých kultúr, použili excelentný trik. Dehonestovali na anachronizmy a regresy všetky hodnoty, ktoré robili európsku kultúru a civilizáciu. Veľkou, silnou, rešpektovanou, obdivovanou, napodobenia hodnou, obávanou, vzbudzujúcu závisť, často aj nenávisť príslušníkov ostatných kultúr a

¹⁸ MISTRÍK, E. 2006. Slovenská kultúra v multikulturalizme. s. 5-11.

civilizácií, ktoré také úspechy nedosiahli. Týmto trikom sa však nedosiahlo rovné postavenie imigrantských kultúr s európskou. Európska kultúra, civilizácia a samotní Európania sa naopak stali zákonite an blok anachronizmom a regresom, čiže podradní k všetkým imigrantským kultúram a ich príslušníkom. Títo sa stali pre ňu zákonite an blok progresom a obohatením, hoci podľa vzoru multikulturalistov pociťujú voči nej a Európanom len nenávisť a pohŕdajú ňou a Európanmi ako menejcennými. Do európskej spoločnosti sa tak reálne neintegrujú imigranti ale naopak, Európania sú nútení integrovať sa do spoločnosti, ktorú postupne formujú imigranti a menšiny.³⁶

3.2.2 Kultúrne hodnoty mladých ľudí

Veľmi zreteľne môžeme sledovať izolovanosť a uzavretosť mladej generácie. Následkom je citové otupenie, egoizmus, pragmatizmus a spotrebiteľský životný štýl. Ide o vážny problém. Často počúvame sťažnosti, že súčasná mládež je nekomunikatívna a bezcitná, čo v žiadnom prípade nemožno zovšeobecňovať, ale zároveň nemôžeme nepočúvať odborníkov z oblasti psychológie, sociológie a z oblasti mediálnej tvorby. Tí upozorňujú, že citové formovanie je najintenzívnejšie v detstve a fixuje sa počas dospievania. A aká je realita? Za posledných päť rokov sa čoraz častejšie spomína šikanovanie, množiace sa trestné činy mladistvých. Citová vyprahnutosť sa neprejavuje iba v osobných vzťahoch, ale aj v nezaujme o hodnotné umenie, o kultúru. Dôkazom toho je napríklad sledovanosť reality show. Postavenie umenia a estetiky je podradené. Problémom by sme mohli nazvať aj stav verejnoprávných vysielacích médií na Slovensku, ktoré vo veľkej miere ponúkajú iba komerčný obsah a jedinou pôvodnou tvorbou sú zábavné relácie. Na druhej strane vysoká sledovanosť takýchto programov vypovedá o kultúrnej zameranosti mládeže. Dnes je však isté, že ak si pred definitívnymi globalizačnými vplyvmi našu kultúru zachrániť chceme, nie je možné sa v tomto ohľade spoliehať iba na kultúrnu „samovýchovu“

³⁶ FENDEK, P. 2009. Zánik európskej civilizácie – zákonité zavŕšenie budovania multikultúrnej spoločnosti. [online].

mladej generácie, pretože tá bez kvalitnej ponuky hodnotného umenia veľmi skoro zakotví v osídľach amerikanizovanej kultúry.²⁰

3.2.3 Dynamický nástup virtuálnych sociálnych sietí

Európske inštitúcie v začiatkom roka 2010 začali kampaň na zvýšenie povedomia o hrozbách, ktoré pre mladistvých pod 18 rokov predstavujú stránky sociálnych sietí ako Facebook, MySpace, Twitter, LinkedIn a podobne. V rovnakom čase vyšla aj správa, ktorá zdôrazňuje nové riziká spojené s prístupom na sociálne siete pomocou mobilných telefónov.³⁷

Podľa nedávneho prieskumu Eurobarometer (séria prieskumov verejnej mienky, ktoré zadáva sekcia Analýz verejnej mienky Európskej komisie od roku 1973) je väčšina mladistvých Európanov, ktorí používajú internet pravidelnými návštevníkmi stránok sociálnych sietí. Európski tínedžeri však často nemajú dostatočné povedomie o otázkach ochrany súkromia na týchto stránkach a podľa zistení až 50 percent z nich neváha zverejňovať na internete svoje osobné údaje, ktoré môžu byť na internete zverejnené pre kohokoľvek.³⁷

Týmto spôsobom sa vytvára veľmi rozsiahla databáza potenciálnych príjemcov akejkoľvek informácie. To ponúka priestor prakticky pre kohokoľvek formovať názory na aktuálne témy a priestor pre ovplyvnenie veľkého množstva príjemcov v reálnom čase. Dokonca sa oveľa viac zjednodušil výber percipientov do cieľovej skupiny, pretože takmer každý používateľ o sebe zverejní základné informácie ako vek, pohlavie, náboženskú orientáciu, sociálny status a podobne.

Môžeme povedať, že sociálne siete nám veľmi ľahko môžu vnútiť to, čo je dôležité, o čo by sme sa mali zaujímať. Už dávnejšie sa totižto stalo známym, že ľudia sú ochotní brať na vedomie mienku, ktorá je uznaná za mienku väčšiny, aj

²⁰ ŽILKOVÁ, M. 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. s. 123-127.

³⁷ EÚ varuje: Sociálne siete ohrozujú mladistvých. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.euractiv.sk/informacna-spolocnost/clanok/eu-varuje-socialne-siete-ohrozuju-mladistvych-014498>>

³⁷ EÚ varuje: Sociálne siete ohrozujú mladistvých. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.euractiv.sk/informacna-spolocnost/clanok/eu-varuje-socialne-siete-ohrozuju-mladistvych-014498>>

keď vlastný názor na čokoľvek je v rozpore s väčšinovým názorom. Prehlbujúci sa pocit minority vedie k tomu, že ľudia sa zriekajú vlastného názoru a stotožňujú sa s názorom väčšiny. Toto platí vo všeobecnosti vo všetkých aspektoch, teda aj v kultúre.²⁸

Technologicky je viacero možností, ktorými možno oslovenie širokého spektra používateľov realizovať.

3.2.4 Kultúra a Legislatíva

Legislatívne na Slovensku kultúru zastrešuje Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky.

„Ministerstvo kultúry je ústredným orgánom štátnej správy Slovenskej republiky pre štátny jazyk, ochranu pamiatkového fondu, kultúrne dedičstvo a knihovníctvo, umenie, autorské právo a práva súvisiace s autorským právom, osvetovú činnosť a ľudovú umeleckú výrobu, podporu kultúry národnostných menšín, prezentáciu slovenskej kultúry v zahraničí, vzťahy s cirkvami a náboženskými spoločnosťami, médiá a audiovizíu. Ministerstvo tiež metodicky riadi činnosť slovenských inštitútov v zahraničí v oblasti ich kultúrneho pôsobenia.“³⁸

V programovom vyhlásení vlády v pôsobnosti Ministerstva kultúry na rok 2006 až 2010 sa hovorí aj to, že „vláda SR utvorí podmienky na oživenie domácej audiovizuálnej kultúry podporou pôvodnej tvorby a európskej koprodukcii v oblasti rozhlasu, televízie a filmu (zákon o audiovizuálnom fonde) a rozšírením podielu vysielania audiovizuálnych diel s dabingom v slovenskom jazyku (audiovizuálny zákon)“,³⁹ že vláda bude „vytvárať trvalé podmienky na zachovanie pamiatkových hodnôt, ochranu pamiatkových území a národných

²⁸ ILOVIECKI, M.2003. Dve zrkadlá.

³⁸ Ministerstvo. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.culture.gov.sk/ministerstvo>>

³⁹ Rozpracovanie programového vyhlásenia vlády SR (PVV SR) v pôsobnosti Ministerstva kultúry SR na roky 2006 – 2010. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.culture.gov.sk/uploads/Wb/v0/Wbv0bS5_VzRgYHhV_rPYjw/Rozpracovanie-programovho-vyhlsenia-vldy-SR.pdf>

kultúrnych pamiatok.“³⁹ a to, že vláda SR považuje ochranu a využívanie kultúrneho dedičstva, spolu s podporou novej a pôvodnej tvorby a jej prezentácie, za jeden z rozhodujúcich pilierov uchovania a posilnenia identity Slovenska v prostredí globalizácie a komercializácie kultúry.

„Premiér Róbert Fico hodnotí prácu Ministerstva kultúry veľmi pozitívne: „Po štyroch rokoch pôsobenia je ministerstvo kultúry vnímané ako akcieschopné ministerstvo, ktoré sa rozhodlo pustiť do veľmi citlivých tém. Ministerstvo kultúry urobilo to, na čo nemali ministerstvá v minulosti odvahu.“⁴⁰

„Fico ocenil reformy týkajúce sa audiovizuálneho fondu. Zároveň vyzdvihol vytvorenie rovnováhy vzťahov s cirkvami a náboženskými spoločnosťami registrovanými na Slovensku. Minister kultúry Marek Maďarič vyhlásil, že všetky kroky, vrátane otvorenia spomínaných citlivých tém by rezort nemohol urobiť, keby nemal politickú podporu.“⁴⁰

Vláda Slovenskej republiky sa prisľúbila zväčšiť objem finančných prostriedkov určených pre kultúru. Aký je na to názor odborníkov? Prípadné splnenie sľubu hodnotia neutrálne. Názory sa rôznia. Jedni tvrdia, že štát by mal podporovať najužitočnejšie projekty prostredníctvom transparentnej súťaže. Druhí hovoria, že kultúra by mala s výnimkou vybraných oblastí (napr. ochrana pamiatok) fungovať bez podpory štátu.⁴⁰

Realitou ostáva to, že po roku 2006 objem výdavkov na kultúru v pomere k hrubému domácomu produktu klesal. V rokoch 2009 prekročil a v roku 2010 prekročí objem zdrojov na kultúru úroveň z roku 2006. Toto však môže byť

³⁹ Rozpracovanie programového vyhlásenia vlády SR (PVV SR) v pôsobnosti Ministerstva kultúry SR na roky 2006 – [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.culture.gov.sk/uploads/Wb/v0/Wbv0bS5_VzRgYHhV_rPYjw/Rozpracovanie-programovho-vyhlsenia-vldy-SR.pdf>

⁴⁰ Fico: Nový minister kultúry bude mať prioritu cestovný ruch. In. SME [online]. 22/2 2010 [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.sme.sk/c/5254088/fico-novy-minister-kultury-bude-mat-prioritu-cestovny-ruch.html>>

⁴⁰ Fico: Nový minister kultúry bude mať prioritu cestovný ruch. In. SME [online]. 22/2 2010 [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.sme.sk/c/5254088/fico-novy-minister-kultury-bude-mat-prioritu-cestovny-ruch.html>>

⁴⁰ Fico: Nový minister kultúry bude mať prioritu cestovný ruch. In. SME [online]. 22/2 2010 [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.sme.sk/c/5254088/fico-novy-minister-kultury-bude-mat-prioritu-cestovny-ruch.html>>

zavádzajúca informácia, pretože k tomuto stavu výrazne prispel prepad hrubého domáceho produktu krajiny v dôsledku finančnej krízy.⁴¹

Vláda môže výrazne ovplyvňovať vývoj a šírenie kultúry na Slovensku prostredníctvom. Je však potrebné vzbudiť záujem spoločnosti o vyššie kultúrne hodnoty, čiže zatriktívniť kultúru pre masy bez toho, aby stratila svoju pôvodnú hodnotu.

⁴¹ GOLIÁŠ, P. 2009. Hodnotenie plnenia sľubov vlády 2006 – [online].

Záver

V predloženej diplomovej práci sme sa snažili poukázať na základné východiská a princípy formovania kultúry v globalizovanej spoločnosti. Pozornosť sme sústredili najmä na rozhodujúce a determinujúce činitele pri jej formovaní. Globalizovaná a masová kultúra ako fenomén 20. storočia napredovala a rozvíjala sa v rámci ľudských spoločností na celom svete nerovnomerne v závislosti na existujúcich kultúrnych, spoločensko-politických a technických podmienkach. Tie vo veľkej miere určovali jej smerovanie. Odborná verejnosť sa zhoduje, že v multikultúrnom európskom prostredí sa globalizovaná kultúra prijíma s otvorenou náručou. S týmto fenoménom súvisí aj vytváranie všeobecného povedomia a verejnej mienky. Prostriedky masovej komunikácie spolu s publikom masovej kultúry sú zásadným a efektívnym činiteľom na vytváranie verejnej mienky a všeobecného názoru v spoločnosti.

Podnetom pre proces globalizácie masovej kultúry bolo už v 15. storočí vynájdenie kníhtlače, ktoré začalo prakticky vytvárať podmienky na bezhraničné šírenie informácií. S rozvojom kníhtlače, novín, rozhlasu a televízie sa objavil nezastaviteľný proces šírenia jednej kultúry vytvorenej tak, aby bola schopná ovplyvniť, zasiahnuť a uspokojiť najširšie vrstvy verejnosti.

Nestrácali sme zo zreteľa skutočnosť, že vývoj a formovanie kultúry v prostredí globalizovanej spoločnosti nemusí vnímať celá spoločnosť pozitívne. Pokúsili sme sa ponúknuť aj kritický pohľad na danú problematiku. Napriek tomu, že médiá ako hlavný spolutvorcovia masovej kultúry sú vo väčšine svetových krajín považované za hodnoverný, rýchly a miestami aj jediný dostupný zdroj informácií, nemusia sa všetci stotožňovať ponúkaným obsahom. Problematiku sme sa snažili spracovať s využitím súčasnej odbornej literatúry a názorov renomovaných odborníkov v danej oblasti.

V diplomovej práci sme sa pokúsili o komplexný pohľad na formovanie a perspektívy kultúry a na jej jednotlivé aspekty, ktoré sme rozpracovali v nadväznosti na tvorbu účinkov v súčasnej spoločnosti. Myslíme si, že médiá spolu s legislatívou sú hlavnými zložkami v procese formovania a ovplyvňovania kultúrneho vývoja najmä u mladšej generácie. Preto by sa práve tieto dve zložky mali snažiť o tvorbu a zachovávanie určitej kultúrnej úrovne.

Zoznam použitej literatúry

- [1] KŁOSKOWSKA, Antonina. 1967. *Masová kultúra: Kritika a obhajoba*. 1.vyd. Praha: Svoboda, 1967. 271s.
- [2] HAJKO, Dalimír. 2005. *Globalizácia a kultúrna identita*. Nitra: UKF, 2005. 128 s. ISBN 80-8050-913-1
- [3] FREEMANN. 2006. *21. storočie – úspech alebo kríza..* [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:
<<http://ao-institut.sk/dopisov/21-storocie.html>>
- [4] ZAŞEPA, Tadeusz. O mediálnej realite a jej vplyve na ľudí. In IŁOVIECKI, Maciej – ZAŞEPA, Tadeusz. 2003. *Moc a nemoc médií*. 1.vyd. . Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, vydavateľstvo Trnavskej univerzity, 2003. ISBN 80-224-0740-2. 184 s.
- [5] *Globalizácia*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:
<<http://sk.wikipedia.org/wiki/Globaliz%C3%A1cia>>
- [6] ŠIKULA, Milan. 1999. *Globalizácia – rózcestie civilizácie*. Bratislava: SPRINT, 1999. 124 s. ISBN 80-88848-46-6
- [7] ŠIKULA, Milan. 2006. *Účasť spoločenských vied na rozvoji spoločnosti*. [online]. Bratislava. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:
<[http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:JJTQfmjcd2oJ:www.ekonom.sav.sk/uploads/projects/ZSSPVV.pdf+\(http://www.ekonom.sav.sk/uploads/projects/ZSSPVV.pdf&hl=sk&pid=bl&srcid=ADGEESi7yEoJ41xpjL9b5f69ZhhRRwLF5zdfdaUngl_XfATrjJBf_0xzXMeau6O7JMLf31M3FhrXAEMnLhKqjaKTddfiuq-4V1HRQNU8NwGmiXXpSci639niTZz4u4M6InXyJJiZLylB&sig=AHIEtbS7aEAsCHU2oxScZXdPFJoPR0Zydg](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:JJTQfmjcd2oJ:www.ekonom.sav.sk/uploads/projects/ZSSPVV.pdf+(http://www.ekonom.sav.sk/uploads/projects/ZSSPVV.pdf&hl=sk&pid=bl&srcid=ADGEESi7yEoJ41xpjL9b5f69ZhhRRwLF5zdfdaUngl_XfATrjJBf_0xzXMeau6O7JMLf31M3FhrXAEMnLhKqjaKTddfiuq-4V1HRQNU8NwGmiXXpSci639niTZz4u4M6InXyJJiZLylB&sig=AHIEtbS7aEAsCHU2oxScZXdPFJoPR0Zydg)>

- [8] SAFRANSKI, Rüdiger. 2006. *Koľko globalizácie unesie človek?*. Bratislava: Kaligram, 2006. 94 s. ISBN 80-7149-858-8
- [9] *Globalizácia a jej vplyv na politickú a ekonomickú štruktúru sveta*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://global-info.szm.com/Globalizace_II.html>
- [10] HOFFMANOVÁ, V. 2003. *Úvod do problematiky globalizácie*. [online]. Prešov: Kušnir 2003. 32 s. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://74.125.77.132/search?q=cache:VO-z5x1PJl8J:www.mcpo.sk/modules/wmpdownloads/visit.php%3Fcid%3D17%26lid%3D31+globaliz%C3%A1cia+politiky&cd=10&hl=sk&ct=clnk&gl=sk>>
- [11] *Globalizácia*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/economy_finance/international/globalisation/index_sk.htm>
- [12] McQUAIL, Denis. 2002. *Úvod do teórie masovej komunikácie*. 2.vyd. Praha: Portál, 2002. 448s. ISBN 80-7178-714-0
- [13] MATTOVÁ, Irina. 2006. *Rôznorodosť ponímania globalizácie*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Slancova1/sekcia%20historie%20a%20politologie/2svk06_mattova.pdf>
- [14] *Postmoderná kultúra*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://sk.wikipedia.org/wiki/Postmodern%C3%A1_kult%C3%BAra>
- [15] *Postmodernizmus filozofický*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvp/postmodernizmus_filozoficky.html>
- [16] ONDREJKOVIČ, Peter. 2002. *Globalizácia a individualizácia mládeže Negatívne stránky*. Bratislava: Veda, 2002. 134 s. ISBN 80-224-0689-9

- [17] SKVRNDA, František. 2008. *Sociálno-kritický pohľad na súčasné problémy medzinárodných vzťahov koniec bipolarity agónia hegemonizmu*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.google.sk/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=1&ved=0CAYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.inst-asa.sk%2Findex_files%2Fdokument%2Fseminar25_09_08%2FOkrst_sept08.doc&rct=j&q=Vznik%3%A1+priestor+na+uplatnenie+merit%3%B3rneho+z%3%A1veru+postmodernizmu%2C+%C5%BEe+neexistuje&ei=Zs_VS-OoLtXGOPXG9eMN&usg=AFQjCNHMYHfdTS4pCEVmn8PXV2slfestTA>
- [18] MISTRÍK, Erich. 2006. *Slovenská kultúra v multikulturalizme*. [online]. Nitra: FF UKF, 2006. 128 s. ISBN 80-8050-909-3 [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.erichmistrík.sk/knihy/multi.rtf>>
- [19] RANKOV, Pavol. 2002. *Masová komunikácia: masmédiá a informačná spoločnosť*. Levice: Koloman Kertész Bagala, L.C.A., 2002. ISBN 80-88897-89-0
- [20] ŽILKOVÁ, Marta. 2006. *Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe*. Nitra: FF UKF, 2006. 134 s. ISBN 80-8050-941-7
- [21] KOŠTA, Jozef. 2004. *Sociológia*. 3.vyd. Bratislava: Ekonóm, 2004. 167s. ISBN 80-225-1819-0
- [22] VALDNER. Martin. *Psychológia a sociológia masovej komunikácie*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://74.125.77.132/search?q=cache:IS7Wk4F2wMgJ:www.valdner.com/school_public/FMK%2520UCM%2520TT/1roc%2520-%2520Psychologia%2520a%2520sociologia%2520masovej%2520komunikacie/Pre+dnasky.doc+D%3%B4sledkom+s%3%BA+soci%3%A1lne,+individu%3%A1lne+a+kult%3%BARne+neadekv%3%A1lne+formy+spr%3%A1vania&cd=1&hl=sk&ct=clnk&gl=sk>

[23] Dav. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Dav>>

[24] JIRÁK, Ján – KÖPPLOVÁ, Barbara. 2003. *Médiá a spoločnosť*. 1.vyd. Praha: Portál, 2003. 207s. ISBN 80-7178-697-7>

[25] MISTRÍK, Miloš. 2008. *Masmédiá: Elektronické masmédiá*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://66.102.9.104/search?q=cache:MLXOgCHn3H0J:www.kadf.sav.sk/dokumenty/Masmedia.Elektronicke.masmedia.pdf+Pri+pokryt%C3%AD+%C3%BAzemia+telev%C3%ADzonym+sign%C3%A1lom+existuje+ve%C4%BEa+prek%C3%A1%C5%BEok,+ktor%C3%BDch+prekon%C3%A1vanie+si+vy%C5%BEaduje+vysok%C3%A9+invest%C3%ADcie&cd=1&hl=sk&ct=clnk&gl=sk>>

[26] *História internetu*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.pripojsa.sk/historia-internetu>>

[27] Publikum, obecnosť, verejnosť a spotrebiteľ. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=2081>>

[28] IŁOVIECKI, Maciej. Dve zrkadlá. In IŁOVIECKI, Maciej – ZAŞEPA, Tadeusz. 2003. *Moc a nemoc médií*. 1.vyd. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, vydavateľstvo Trnavskej univerzity, 2003. ISBN 80-224-0740-2. 184 s.

[29] MISTRÍK, Erich. Kultúrna tradícia. In. MISTRÍK, Erich, HAAPANEN Satu, HEIKKINEN Hannu, JAZUDEK Roman, ONDRUŠKOVÁ Nataša, RÄSÄNEN Rauni. 1999. *Kultúra a multikultúrna výchova*. Bratislava: IRIS, 1999. ISBN 80-88778-81-6. 348 s.

- [30] KONVIT, Milan. 2007. Trendy v sprístupňovaní kultúrneho dedičstva. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.infolib.sk/index/open_file.php?file=INFOS2007/Konvit_Milan_1_novy.htm>
- [31] *Amerikanizmus*. In. Otvorený slovník cudzích slov. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.cudzieslova.sk/hladanie/amerikaniz%C3%A1cia>>
- [32] *Franchising* [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/Franchising>>
- [33] POSTMAN, Neil. 1999. *Ubavit se k smrti*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1999. 190 s. ISBN 80-204-0747-2
- [34] *Gýč*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://sk.wikipedia.org/wiki/G%C3%BD%C4%8D>>
- [35] *Gýč náš každodenný*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <http://www.esteti.samuso.sk/skolske/UvEs_Hena.doc>
- [36] FENDEK, Pavel. 2009. *Zánik európskej civilizácie – zákonité završenie budovania multikultúrnej spoločnosti*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.voltaire.netkosice.sk/archive/eu/Zanik%20europskej%20civilizacie.doc>>
- [37] *EÚ varuje: Sociálne siete ohrozujú mladistvých*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.euractiv.sk/informacna-spolocnost/clanok/eu-varuje-socialne-siete-ohrozuju-mladistvych-014498>>
- [38] *Ministerstvo*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.culture.gov.sk/ministerstvo>>

[39] *Rozpracovanie programového vyhlásenia vlády SR (PVV SR) v pôsobnosti Ministerstva kultúry SR na roky 2006* – [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<http://www.culture.gov.sk/uploads/Wb/v0/Wbv0bS5_VzRgYHhV_rPYjw/Rozpracovanie-programovho-vyhlsenia-vldy-SR.pdf>

[40] *Fico: Nový minister kultúry bude mať prioritu cestovný ruch*. In. *SME* [online]. 22/2 2010 [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<<http://www.sme.sk/c/5254088/fico-novy-minister-kultury-bude-mat-prioritu-cestovny-ruch.html>>

[41] GOLIÁŠ, Peter. 2009. *Hodnotenie plnenia sľubov vlády 2006* – [online]. Bratislava. 2009. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<<http://www.scribd.com/doc/22100272/Hodnotenie-Plnenia-Slubov-Vlady-2006-2010c/22100272/Hodnotenie-Plnenia-Slubov-Vlady-2006-2010>>

[42] GAŽOVÁ, Viera. 1997. *Aktuálnosť problematiky identity v súčasnej kulturologickej reflexii*. [online]. Bratislava. 1997. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete: <<http://www.sav.sk/journals/zurnal/full/oz0197c.pdf>>

[43] ŠMATLÁK, Martin. 2008. *4.2.1 Kultúrne menšiny, skupiny a komunity*. [online]. [cit.2010-04-26]. Dostupné na internete:

<<http://www.culturalpolicies.net/web/slovakia.php?aid=421>>