

Mediální kultura – kulturní průmysl – kyberprostor

Mgr. Katrin Vodrážková

22.3.2011 Trnava

Úvod – pojmy

- Kultura:

hmotné/duchovní produkty, dynamika reprezentací
člověk se adaptuje na dané společenské prostředí
člověk se integruje a orientuje ve světě

- Mediální kultura – médium, medialita, aparát
- Masová kultura – masa, mas. člověk, masmédia
- Kulturní průmysl – trh, prodej, produkce, zisk
- Kyberprostor – celosvětové propojení počítačů

Mediální kultura

produkce a recepce, interakce socio-kulturních a mediálních vlivů

- Médium – kulturní technika (myšlení v pojmech, tvorba významů, vědění, systémů)
- Medialita – zprostředkování (jak média spoluvytvářejí to, co zdánlivě pouze přenášejí)
- Změna myšlení – od písma k číslu; překódování
- Aparát – přístroj s tlačítky
- Technické obrazy – fiktivní bodové prvky

Masová kultura

standardizace, homogenizace, sériová produkce

- společenské a ekonomické faktory
- masová produkce, orientace na zábavu
- kyberprostor (telefon, televize, noviny, knihy...)
- člověk:

osamocený atom (atomizovaný), „zrnko v mase“

ovlivněn ideálem konzumního života

snadno ovlivnitelný masovými médii

Kulturní průmysl

- úzce spojen s masovou kulturou
- masová produkce mediálních obsahů
- fenomén volného času a mediální produkce zábavy
- zákl. ekonomické cíle, struktura, systém
- všechny jevy ukázány nově, dynamicky
- výroba produktů podle plánu
- člověk jako jedinec se stává nahraditelný

Masmédia

- duch promítající se v kulturním průmyslu (v první řadě nejde ani o masu, ani o techniky komunikace)
- dodává kulturnímu průmyslu zesilující, upevňující a zdvojené působení
- rozvinutý systém masové produkce a distribuce
- masové šíření informačních technologií – produkce nových technologií a nové komunikace
- elektronická masmédia – prudký vývoj informačních technologií a komunikačních sítí (telefony, počítače, satelity) v globálním měřítku

Kyberprostor

- „vesmír digitálních sítí“ (Gibson, 1984)
- Celosvětové propojení počítačů
- Rychlý rytmus
- Digitální technologie, technický vývoj, společenské a kulturní proměny
- Nové prostředí pro komunikaci, jednání, organizaci, společenskou tvorbu, nový trh informací a znalostí
- Zaktivování a propojení zařízení pro tvorbu a záznam informací, komunikace, simulace

Současná společnost

- informační neboli síťová
- spojena s rozvojem masových médií a digitalizací komunikačních systémů
- technologie přenosu – další reprodukce a recepce masových produktů informačního a zábavného průmyslu
- Virtualizace informací (digitalizace)
- Virtualizace komunikace (kyberprostor)

Alternativní světy

● Alternativní světy:

pouze komputované bodové prvky
(tělesa, syntetické obrazy, hologramy, tóny)
fakta (nejsou to data, nejsou dány)
uměle vytvořeny (člověk je sám navrhl)
začínají vznikat z počítačů (vývoj techniky)
mohou být vybaveny umělými inteligencemi

Umělé intelligence

- První technické důkazy nepřítomnosti pozadí (neexistuje žádné pozadí, existuje pouze popředí)
- Prakticky poukazují na to, že za subjektem nelze nic hledat
- Totéž umožňují hologramy (svazky paprsků) ve spojení s objekty
- Post-moderní obraz světa

Děkuji za pozornost.

vodrazkova.katrin@gmail.com