

Doktorand: PhDr. Jindřich Urban
Oponent: Ing. Jiří Mikeš, Prof.

Posudek disertační práce

Doktorand se ve své práci nazvané Média, kultura a společnost zabývá problematikou médií, což je téma v dnešní době velmi aktuální. Vychází z toho, že hodnota informací v současném světě roste a správně uvádí, že média jsou jednak kulturní a společenskou institucí, ovšem zároveň jsou to průmyslové podniky fungující v rámci tržního hospodářství, které respektují ekonomické principy. Dochází zde tedy k tomu, že mediální organizace, jejímž hlavním motivem je maximalizace ekonomických zisků, je zároveň svébytným fenoménem a sociokulturním tvůrcem.

Doktorand svoji práci začíná u dnes již klasiků sociologie, Comta, Tönniese a Durkheima. Pro pochopení současné společnosti včetně médií jsou studie těchto vědců přínosné, neboť se zabývají „velkými“ tématy současného světa, jako je odcizení, proměna mezilidských vztahů v souvislosti s tvorbou životního stylu, specializace práce a problematika segmentace společnosti spojená s profesními a zájmovými diferenciacemi. Takový sociální prostor bezesporu vytváří médiím zcela jiné podmínky pro dosahování svých záměrů, jako je např. změna životních postojů, hodnot a norem recipientů, než jak by tomu bylo ve společnostech, které předcházely moderní době.

V další části práce již autor sleduje reakci vybraných osobností společenských věd na postupující závislost společnosti na médiích a s ní související nebezpečí vzniku ideologií, při jejichž podpoře sehraávají právě masová média podstatnou roli. Setkáváme se tu s myšlenkami LeBona, Canettiho, Gramsciho a přes Frankfurtskou školu, která jako první masová média označila pojmem průmysl vědomí, se dostáváme k představiteli tzv. angažované sociologie, Pierru Bourdiemu.

Je vhodné, že autor pohlíží na média také optikou významných sociokulturních směrů. Nejen problematika médií, ale také ideové zakotvení jednotlivých „škol“ je zjevné na poli dané problematiky. Marxistická teorie médií vidí všeobecně za výrobními prostředky zdroj vykořisťování člověka člověkem a i mediální organizace považuje za prostředek, jehož

úkolem je manipulace lidmi prostřednictvím kulturního průmyslu. Funkcionalismus a strukturální funkcionalismus zase média považuje za organizace, které lidem nabízejí to, co oni sami chtějí. Symbolický interakcionismus potom připisuje hlavní roli příjemci a tomu, jaký význam na základě své životní zkušenosti obsahu přisoudí.

V další kapitole disertační práce jsou rozvedeny některé základní pojmy týkající se kultury, médií a společnosti. Je jisté, že s pojmy jako populární kultura je mnohdy zacházeno velmi vágně a jejich objasnění je pro pochopení médií stěžejní. Vhodné je také zařazení pojmu „spirála mlčení“, jelikož společně s jinými pojmy vysvětluje podstatu vzniku nejrůznějších myšlenkových nákaz tím, že lidé si dělají obrázek o světě kolem sebe skrze postoje a chování jiných lidí. A tak to, co by člověk o samotě označil za absurdní, může v přítomnosti ostatních lidí, kteří se k dané problematice nevyjadřují kriticky, označit za normální.

V následující části je uvedena problematika působení médií v mezinárodním kontextu. Toto téma je mimořádně aktuální v současném globalizovaném světě, kdy exportu myšlenek z technického hlediska „nestojí nic v cestě“. Otázkou je, kdo a za jakým účelem informace selektuje a přiřazuje jim význam. Doktorand se zde zabývá tím, co mohou způsobovat například mediální obsahy vyprodukované v nejvyspělejších zemích světa prezentované v zemích s podstatně jiným historickým a sociokulturním zázemím.

V kapitole týkající se účinnosti komunikace a přesvědčovacích strategií je uvedeno několik příkladů z empirických výzkumů, které utvářejí jistou mozaiku toho, co všechno může mít vliv na přesvědčivost masové komunikace.

Doktorand správně uvádí, že problematika masmediálních informací není problémem jenom médií samotných, ale je to především problém společnosti, v níž média fungují. To, že kritiku dané společnosti lze vést jako kritiku médií a obráceně, je pravda. Média a jejich produkce skutečně jsou výpovědí o mnohem podstatnějších rozměrech lidského jednání a lidských preferencí a obecněji řečeno o celkové strukturaci dané společnosti.

Na závěr bych měl k doktorandovi několik doplňujících otázek:

1. zda by mohl rozvést problematiku reklamy a jejího determinačního vlivu na chování člověka

2. zda by mohl uvést, jakým stereotypům při zobrazování člověka současná reklama podléhá (sociální zařazení, věk, životní styl vystupujících).
3. na několika příkladech uvést integrační a dezintegrační funkci masové komunikace v mezinárodním kontextu.

Disertační práci PhDr. Jindřicha Urbana považuji i přes uvedené připomínky a náměty za zdařilou a doporučuji ji k úspěšné obhajobě.

23.1.2007


Jiří Mikeš