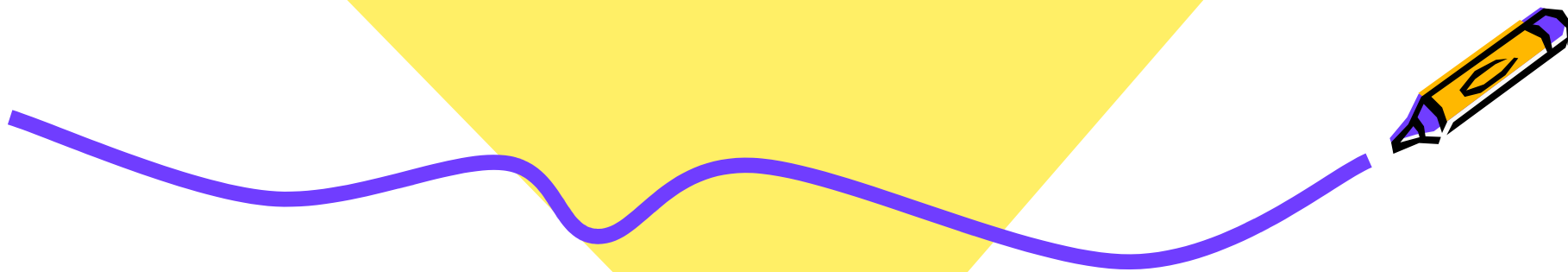




Masmedia
Budoucnost médií veřejné
služby

Přednáška EKMA



Aby byl dnes člověk opravdu
„vzdělaným“, musí být
vzdělán v médiích.

(Marshall McLuhan, 1966)



Masmédia

- masová média
- hromadné sdělovací prostředky
- prostředky komunikace, které jsou schopny oslovit velký počet lidí na velké ploše v jednom okamžiku
- dělí na subsystemy televize, rozhlasu a tisku



Slovo „medium“ znamenalo
v latině „veřejnost“

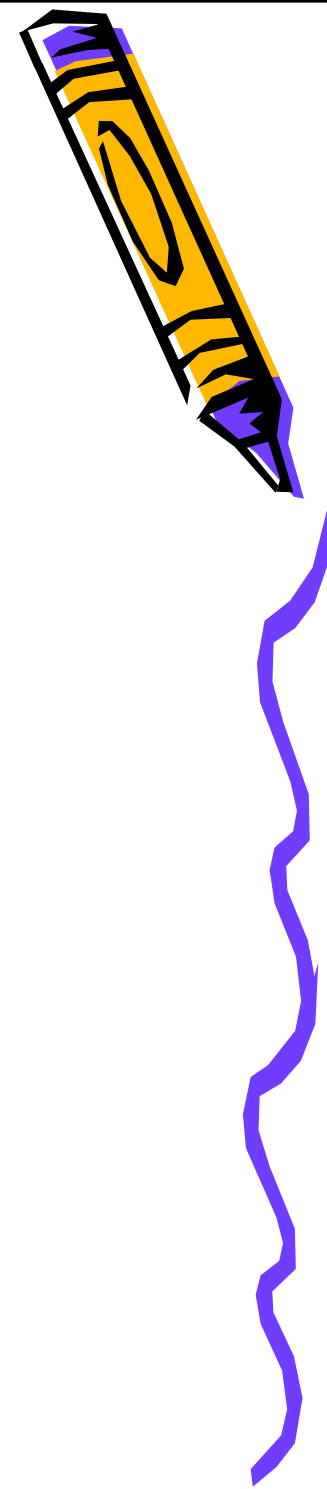
Protože před vynálezem knihtisku
čtenářská veřejnost neexistovala,
lidé zřejmě měli sklon považovat
čtenáře za - v širším slova smyslu
- šířitele „dorozumívacích
prostředků“, tedy za „medium“.

(Marshall McLuhan, 1973)



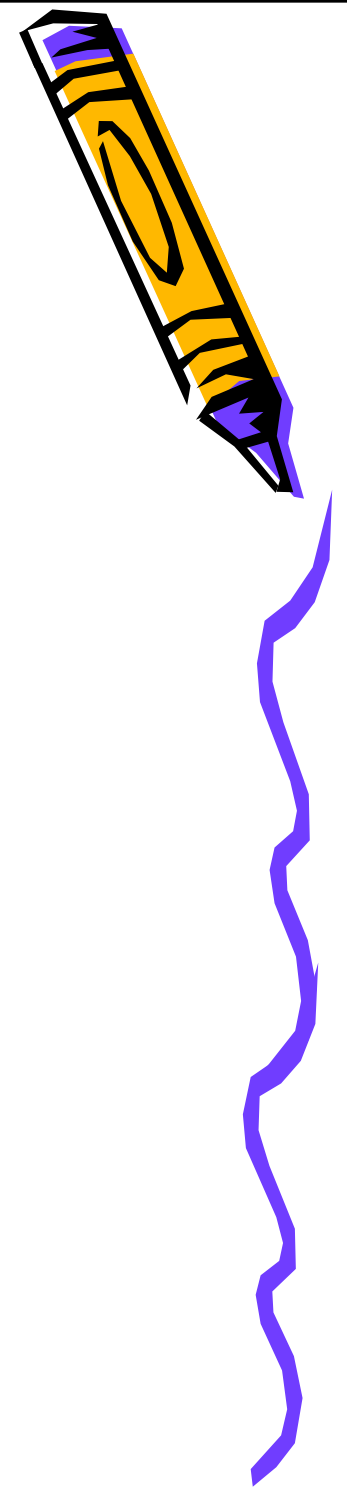
Funkce masmédií

- osvětová
- informační
- vzdělávací
- výchovná
- regulační
- kulturní
- zábavní.



Subsystemy masmédií

- Televize
- Rozhlas
- Tisk
- Kina/audiovize
- Internet



Pro uživatele televize

se zprávy automaticky stávají
skutečným světem, nikoliv
náhražkou za skutečnost, samy jsou
bezprostřední skutečností.

(Marshall McLuhan, 1978)



Podle způsobů chování jednotlivých institucí

- rozlišujeme:
 - masmédia na komerční bázi
 - masmédia na nekomerční bázi = média veřejné služby, tj. veřejnoprávní média



Duální systém

- Koexistence veřejnoprávních a soukromých provozovatelů na základě státem udělených a kontrolovaných vysílacích licencí
- Licence uděluje Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání
 - A to na základě zák. č. 231/2001 Sb. O provozování rozhlasového a televizního vysílání



Veřejná služba v oblasti médií

- média jsou tak mocnou silou v ovlivňování veřejného mínění, že by měla být využita k prospěchu co největšího množství lidí (tzn. k prospěchu, nikoli pro uspokojení nebo pro zvětšení možnosti výběru)
- stát jako majitel frekvenčního a kmitočtového spektra sice jeho část může pronajímat formou licencí soukromým subjektům, neměl by se však vzdávat zodpovědnosti za něj.



Účinky nových médií

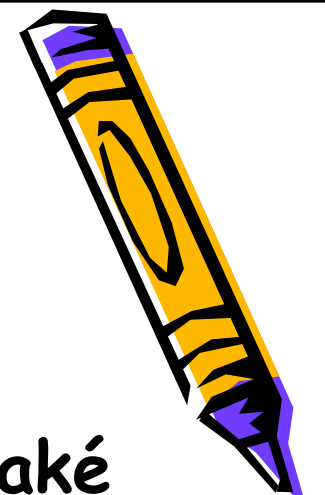
na náš smyslový život se podobají
účinkům nové poezie. Nemění
strukturu našeho myšlení, nýbrž
strukturu našeho světa.

(Marshall McLuhan, 1969)



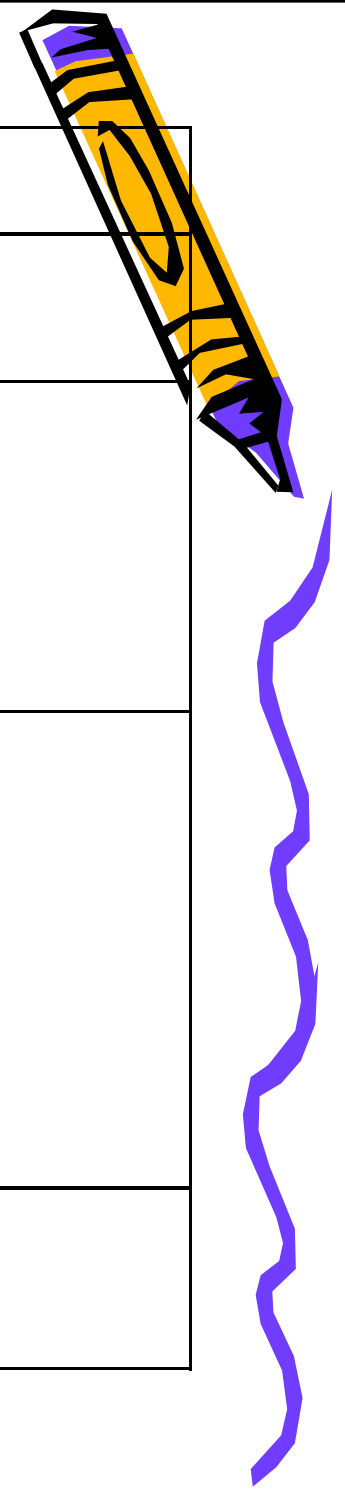
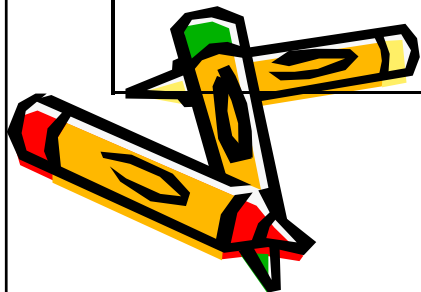
Od médií veřejné služby se dnes očekává

- mají publikum vychovávat, informovat, ale také bavit,
- musí sloužit rozdílnému vkusu, intelektuálnímu i lidovějšímu,
- mají pokrývat svými službami celou zemi a pokud to technologie dovoluje, nabízet přijatelnou kvalitu příjmu,
- jsou povinny vytvářet programy pro menšiny (regionální, etnické, jazykové, náboženské i generační).



Modely financování médií veřejné služby

Metoda financování	Země	Provozovatelé
Koncesionářský poplatek a vládní dotace	Velká Británie Japonsko Kanada Austrálie	BBC NHK CBC ABC
Koncesionářský poplatek a tržní financování	Německo Francie Itálie Holandsko Česká republika Nový Zéland	ARD, ZDF FT RAI NOS ČT TVNZ
Tržní financování	Španělsko Portugalsko	RTVE RTP



Veřejná kontrola médií

- Rada České televize
 - Kodex ČT
 - Etický panel ČT
- Rada Českého rozhlasu
- Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání
- Parlamentní komise pro sdělovací prostředky



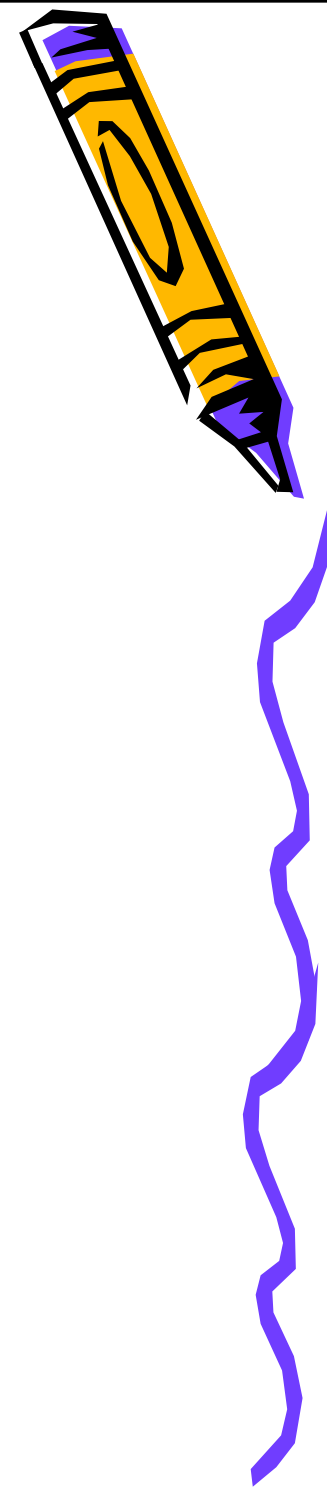
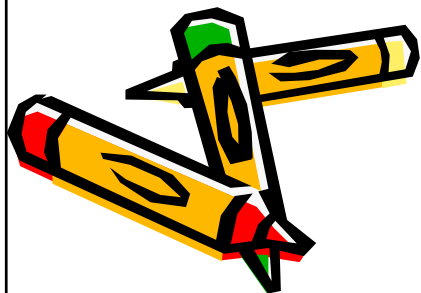
Regulace a kontrola na úrovních nižších než je úroveň vlády: tři modely:

- oddělená regulace veřejnoprávní a soukromé televize (včetně kabelové a satelitní),
- systém s hlavním regulačním orgánem jehož pravomoc se vztahuje na veřejnoprávní i soukromou televizi
- jediný regulační orgán s pravomocemi v oblasti veřejnoprávní televize, soukromé televize a telekomunikací



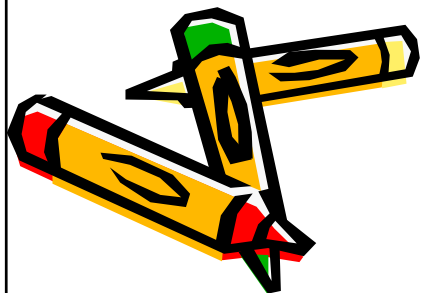
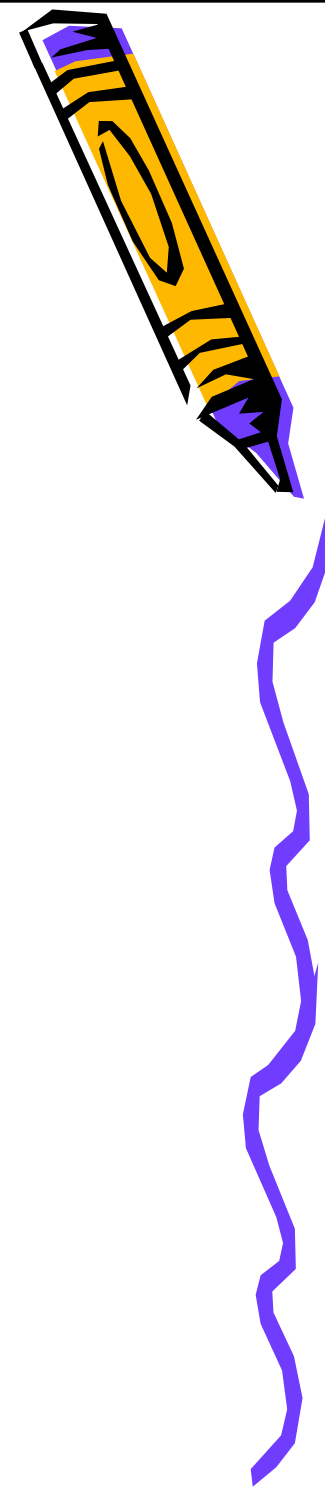
Další typy omezení:

- udělování programové skladby
- regulace programové skladby
- kvóty pro nezávislou tvorbu
- programová náplň
- reklama a sponzorování
- omezení vlastnických podílů



Direktiva EU - vysílání bez hranic:

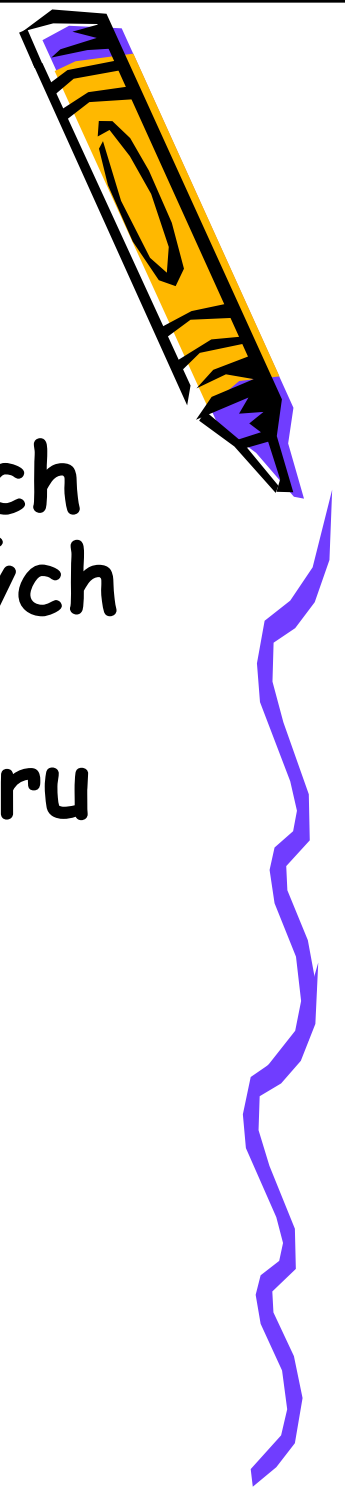
- programové kvóty
- reklama a sponzorování
- ochrana dětí a mladistvých
- právo na odpověď



Chcete-li porozumět povaze televize,

udělejte si kompletní seznam všech
věcí, které se změnily v uplynulých
dvanácti letech v odívání, ve
společenském chování a ve výběru
programů.

(Marshall McLuhan, 1966)



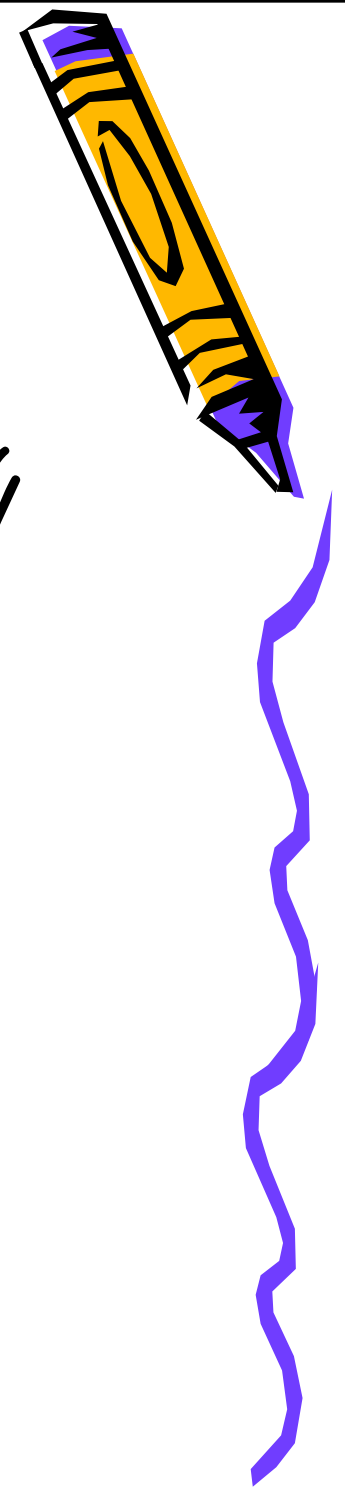
Média veřejné služby v ČR

- Česká televize
 - zák. č. 483/1991 Sb. + novelou č. 39/2001 Sb.
- Český rozhlas
 - zák.č.484/91 + novela č. 192/2002 Sb.
- Česká tisková kancelář
 - zák. č. 517/1992 Sb.
 - (zák. č. 46/2000 Sb. tiskový zákon - i pro soukromý tisk)



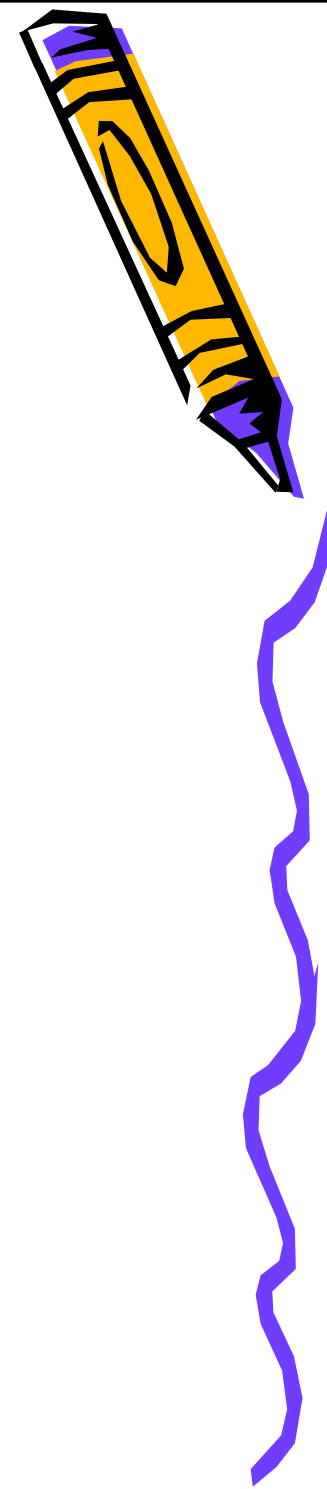
ČT plní své poslání

- 2 celoplošné okruhy + zpravodajský kabelový kanál + digitální vysílání (ČT1, ČT1, ČT24)
- Programovou skladbou
- Pokrytím
- 24 hodinovým vysíláním



ČRo plní své poslání

- 4 celoplošné stanice
- 11 regionálních stanic
- Digitální vysílání
- Vysílání po internetu - 3 stanice:
 - Radion D-dur
 - Radio Leonardo
 - Radio Česko



Rozdíl mezi rozhlasem a televizí

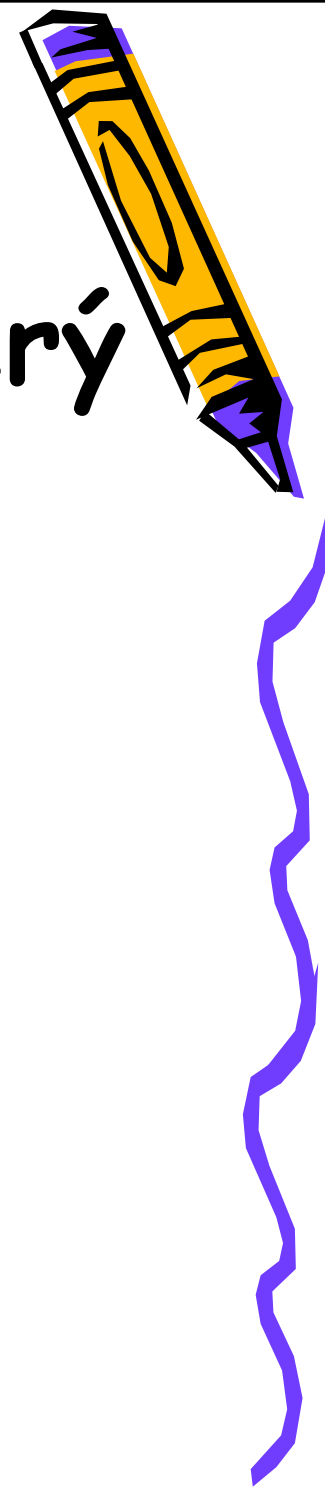
Ize dnes zkoumat různými způsoby.
Abychom pochopili naprostou
rozdílnost těchto médií, stačí si
představit, jaký vliv by měl
videotelefon na telefon.

(Marshall McLuhan, 1971)



Neexistuje žádný svět, který
leží vně tohoto, čeho si
všímají média.

(Norbert Bolz, 2002)

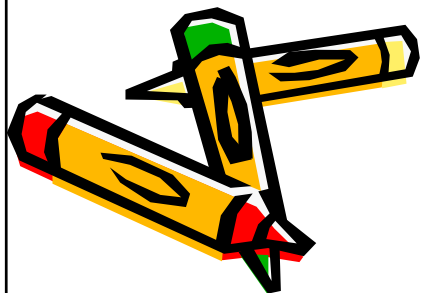


Masová média prožívají etapu vývoje,
pro niž je příznačná vysoká míra
závislosti na jejich tržní úspěšnosti,
tedy na schopnosti generovat zisk.



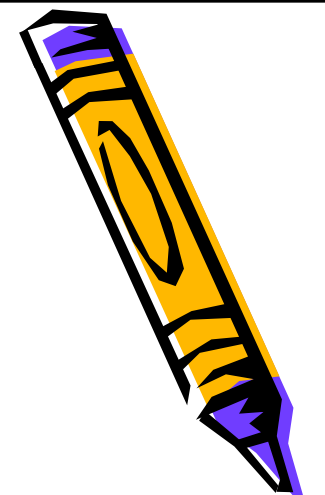
Tento trend bývá nazýván:

- komodifikací médií - média se stále více a více sama stávají zbožím
- komercializací médií - Důsledky této skutečnosti jsou stejné mediální produkty (zpravodajství, publicistika, komentáře či zábava) jsou svým charakterem stále více podřízeny tomu, aby byly tržně úspěšné.
- v ČR jako v jiných evropských zemích:



hluboká existencionální krize médií veřejné služby

- která má tři hlavní rysy:
 - krize identity - k čemu vlastně jsou?
 - krize organizace - proč jsou tak obrovská?
 - krize financování - proč mají mít zaručený příjem z poplatků?



Diskutabilní otázky:

- Jakou vidíte budoucnost médií veřejné služby?
- Jak na vás působí současná česká média?
- Ubráníme se mediální manipulaci?



Státnicová otázka z „kultury“

Jste vedoucím odboru Magistrátu města Brna. Pro jednání zastupitelstva máte připravit koncepci/studii udržitelnosti financování brněnských divadelních a koncertních scén zřizovaných městem Brnem.

Jaké informace budete pro tuto koncepci/studii potřebovat? Uveďte, za jakých okolností byste přistoupili k rušení některé scény, jaké argumenty byste uváděli v diskusi s veřejností?

(využijte poznatky o financování kulturních institucí, marketingu, strategického plánování a komunikace)

