



Masmédia Budoucnost médií veřejné služby

Přednáška EKKU

Simona Škarabelová

- * Organizace semináře v ČT Brno
- * Definice, funkce, subsystemy masmédií
- * Vliv masmédií
- * Masmédia veřejné služby
- * Budoucnost masmédií veřejné služby

* Tematické okruhy

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

(Marshall McLuhan, 1966)

- * masová média
- * hromadné sdělovací prostředky
- * prostředky komunikace, které jsou schopny oslovit velký počet lidí na velké ploše v jednom okamžiku
- * dělíme na subsystemy televize, rozhlasu, tisku, internet (sociální sítě)

* Masmédia

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

(Marshall McLuhan, 1973)

* Slovo „medium“
znamenal v latině
„veřejnost“

- * osvětová
- * informační
- * vzdělávací
- * výchovná
- * regulační
- * kulturní
- * zábavní
- * ???

* Funkce masmédií

*Televize

*Rozhlas

*Tisk

*Internet

*Subsystémy masmédií

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

(Marshall Mc Luhan, 1978)

*Kde je skutečný svět?

- * <http://famedaddy.com/>
- * http://revue.idnes.cz/v-britanii-nabizeji-sperma-celebrit-pro-umele-oplodneni-pj8-/zajimavosti.aspx?c=A121017_114404_zajimavosti_nh
- * <http://www.youtube.com/watch?v=gqZXkdvzmkY>



* **Firma Fame Dady**

- * A statement from the TV company, called 2LE Media, said: “Fame Daddy is not a real organisation. In fact it’s entirely made up, and is part of a satirical comedy / entertainment programme that we are producing for Channel 4.”
- * The statement said: “There is a serious side to the programme in that it aims to highlight the sometimes detrimental impact of social media on our news culture.
- * “Fame Daddy, for example, after starting out simply as a press released website with a social media footprint has reached Los Angeles, China and Australia.”

* Reality

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

(Marshall McLuhan, 1969)

* Účinky nových médií

* rozlišujeme:

* masmédia na komerční bázi

* masmédia na nekomerční bázi

* média veřejné služby,

* tj. veřejnoprávní média

* *public broadcast media*

* Podle způsobů
chování jednotlivých
institucí

- * 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

* Duální systém

- * 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.

* Veřejná služba v oblasti médií

- * 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).

* Od médií veřejné služby se dnes očekává

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

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

* Veřejná kontrola médií v ČR

- * 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

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

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

*** Další typy omezení:**

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

* **Direktiva EU -
vysílání bez hranic:**

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)

* Chcete-li porozumět
povaze televize,

* 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)

* **Média veřejné služby**
v ČR

- * 2 celoplošné okruhy + 100% zpravodajský kanál + digitální vysílání (ČT1, ČT1, ČT24, ČT4 Sport)
- * Programovou skladbou
- * Pokrytím (v HD rozlišení)
- * 24 hodinovým vysíláním

*** ČT plní své poslání**

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

*** ČRo plní své poslání**

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

(Norbert Bolz, 2002) *



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

* Masová média dnes

- * **Komodifikací médií** - média se stále více a více sama stávají zbožím
- * **Komeracionalizací 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 této souvislosti
hovoříme o:**

* Má tři hlavní rysy:

1. krize identity - k čemu vlastně jsou?
2. krize organizace - proč jsou tak obrovská?
3. krize financování - proč mají mít zaručený příjem z poplatků?

* **Hluboká existencionální
krize médií veřejné
služby**

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

*** Otázky k diskusi:**

Pro jednání zastupitelstva máte připravit podklady pro rozhodnutí o financování kulturních organizací ve městě Brně (jak zřizovaných městem, tak nezřizovaných městem). Zvažujte i možnost krácení celkového rozpočtu o 10 %. Připravte více variant řešení...

* Státnicová otázka z
„kultury“

- * Veřejná iniciativa za změnu financování kultury v Brně
- * Inicjuje debaty o kulturní politice města Brna
- * Iniciovalo vznik Koordinační skupiny pro kulturní politiku v Brně
 - * 4 z MMB
 - * 1 TIC
 - * 3 zřizovaná sféra
 - * 3 nezřizovaná sféra
 - * 2 akademici

* Brno kulturní