



MASMÉDIA

- Masmédia - súčasnosť a budúcnosť
- Evropská hlavné města kultury

EVROPSKÁ HLAVNÍ MĚSTA KULTURY

- ◉ Myšlenku iniciovala v roce 1983 tehdejší řecká ministryně kultury Melina Mercouri s cílem:
- ◉ zvýšení kulturního povědomí a aktivní účasti na kulturní výměně členských států EU. (10)
- ◉ Vznik - Radou ministrů dne 13. června 1985; (Atény prohlášeny za prvního nositele titulu Evropské město kultury).
- ◉ Nejdříve etablovaná města (Madrid, Paříž) nebo s kulturním dědictvím (Firence)
- ◉ Později jsou vybírána města s cílem podnítit nastartování kulturního rozvoje (Glasgow).

NETWORK OF EUROPEAN CULTURAL CAPITALS AND MONTHS (ECCM)

- ◉ Od roku 1991 jako asociace bývalých EHMK
- ◉ Hlavní přínosy - vypracovávání hodnotících studií:
 - John Myerscough, (1994): *European Cities of Culture and Cultural Month*, London, The European Commission and the Network of Cultural Cities of Europe (přináší výsledky projektu pro období 1985 až 1994),
 - Robert Palmer/Rae Associates (2004): *European Cities and Capitals of Culture. Study Prepared for the European Commission, Part I*, Brussels (hodnotí EHMK pro období 1995-2004)

PALMEROVA ZPRÁVA

- pojednává akci z různých perspektiv (např. kulturní, ekonomické, sociální, evropské) a prezentuje pozitivní vliv kultury na rozvoj a transformaci měst.
- poukazuje i na značně nevyužitý potenciál celé akce a odhaluje mnohé slabiny koncepce projektu:
 - Nedostatečná soutěž - státy vybíraly pro nominaci města podle vlastních, často blíže nespecifikovaných kritérií.
 - Chybějící následné pozorování příprav a realizace po úspěšném jmenování.
 - Selhání ve snaze srozumitelně prezentovat evropskou hodnotu celé akce.

BYLA HODNOCENA I PRAHA 2000

- dominance politických zájmů, malá reprezentace zájmů kulturních
- problémy ve vztazích s Radou
 - neschopnost vždy operovat strategicky
 - nepřiměřené osobní kompetence a nezkušenost
 - silné osobní zájmy, množství zájmových skupin
 - mnoho personálních změn
- nedostatečné plánování
- neadekvátní konzultace
- velké množství projektů
- velmi široký záběr programu
- příliš velké zdůrazňování hvězdných jmen a populárních akcí
- problémy ve vztazích s místními uměleckými organizacemi
- problémy v managementu, finanční problémy
- nedostatečné sponzorství, špatná strategie
- výběr programu, který byl ovlivněn politicko-ekonomickými zájmy
- různorodá kvalita projektů
- projekty, které nebyly dlouhodobě udržitelné
- nejasně vymezená a nekonzistentní evaluační kritéria
- příliš konzervativní program, podpora především stávajících akcí

PŘ. POČTU MĚST UCHÁZEJÍCÍCH SE O TITUL EHMK

Rok titulu	Stát EU	Počet kandidátů (předběžný výběr)	Počet kandidátů (konečný výběr)	Jmenované město
2013	Slovensko	9	4	Košice
	Francie	8	4	Marseille
2014	Švédsko	4	2	Umea
	Lotyšsko	4	3	Riga
2015	Česká republika	3	2	Plzeň
	Belgie	1	1	Mons
2016	Španělsko	16	6	Donostia-San Sebastián
	Polsko	11	5	Wroclaw

ZMĚNY V KONCEPTU EHMK

- ◉ 1990 - i nečlenské státy EU
- ◉ 2003 - původní členský stát + nově přistoupivší stát EU
- ◉ díky Palmerově zprávě nově uplatnění kritérií
 - Evropský rozměr
 - Město a občané

HODNOCENÍ EHMK Z POHLEDU EU

◉ 3 hlediska:

- Relevantnost - korespondují cíle s potřebami a problémy?
- Účinnost - do jaké míry bylo dosaženo stanovených cílů?
- Hospodárnost/efektivnost nákladů - byly náklady vynaložené pro dosažení výsledku přiměřené?

HODNOCENÍ DOPADŮ EHMK DLE DVOU KATEGORIÍ:

- ⊙ „tvrdý“ odkaz (hmatatelný, měřitelný a viditelný)
 - zahrnuje stavby a infrastrukturu, pracovní místa, turisty, nově vzniklé události a organizace
- ⊙ „měkký“ odkaz (nehmatatelný, obtížně měřitelný a hůře postihnutelný) - zlepšení image, zvýšení sebevědomí, vytvoření slavnostní atmosféry, získaný zážitek a zkušenost, vyšší kvalifikace kulturních subjektů

OTÁZKY PRO MĚSTA UCHÁZEJÍCÍ SE O TITUL EHKM

- ◉ Důvody a cíle kandidatury
- ◉ Program - koncepce, inovativnost, hlavní události v průběhu roku, prvek spolupráce s druhým EHKM daného roku
- ◉ Existující zázemí - v podobě politické i občanské podpory, infrastruktury, zapojení do kulturní strategie města, existujících kontaktů s kulturními subjekty na mezinárodní, národní i místní úrovni
- ◉ Předpokládané dopady akce - krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé
- ◉ Organizační struktura
- ◉ Financování - plánovaný rozpočet, zdroje financování, rozdělení výdajů
- ◉ Komunikační strategie
- ◉ Hodnocení akce

**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
- dělíme na subsystemy televize, rozhlasu, tisku, internetu (sociálních sítí)

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 „médium“.

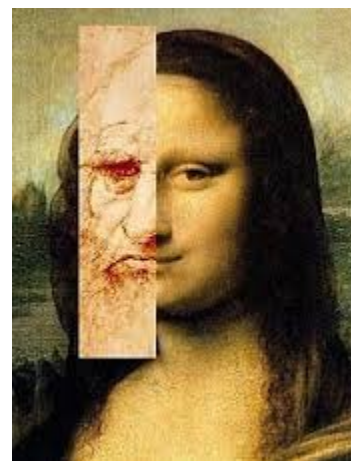
(Marshall McLuhan, 1973)

FUNKCE MASMÉDIÍ

- Osvětová
- Vzdělávací
- Výchovná
- Regulační
- Kulturní
- Zábavní
- Informační
 - Nastolují témata
 - Analyzují témata
 - *Viz čl. Krize médií a jejich nový model*

SUBSYSTÉMY MASMÉDIÍ

- Televize
- Rozhlas
- Tisk
- Internet



KDE JE SKUTEČNÝ SVĚT?

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

(Marshall Mc Luhan, 1978)

ÚČINKY NOVÝCH MÉDIÍ

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

(Marshall McLuhan, 1969)

ZNEUŽITÍ MÉDIÍ PROPAGANDOU (např. prezentace izraelsko- palestinského konfliktu)

- ◉ http://zpravy.idnes.cz/propaganda-v-izraelsko-palestinskem-konfliktu-fre-zahranicni.aspx?c=A140730_161912_zahranicni_zt
- ◉ "Na útěk před raketami jen okamžik, ukazuje Izrael"
- ◉ https://www.youtube.com/watch?v=waSPsl9-ge8&feature=player_embedded



! IS 7 a Z R . h t t

DALŠÍ PŘ. „FAKE KAMPANÍ“

- ◉ Fame Daddy -
Celebrity Sperm
Donor Service
- ◉ <http://famedaddy.com>
- ◉ <https://www.youtube.com/watch?v=upkt6dahvJA>
- ◉ Prezentace Info
Baden TV:
- ◉ www.infobaden.cz
- ◉ Nový záměr -
prostřednictvím
crowfundingu sehnat
zdroje pro natáčení zpráv:
- ◉ <https://www.startovac.cz/projekty/infobaden-tv/>

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.

PODLE ZPŮSOBŮ CHOVÁNÍ JEDNOTLIVÝCH INSTITUCÍ

○ rozlišujeme:

- masmédia na komerční bázi
- masmédia na nekomerční bázi
 - média veřejné služby,
 - tj. veřejnoprávní média
 - *public broadcast media*

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
 - <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=51457&nr=231~2F2001&rpp=15#local-content>

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

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).

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

- 6 kanálů šířených digitálně:
 - (ČT1, ČT1, ČT24, ČT4 Sport, ČT Junior a ČT Art)
- Programovou skladbou
- Pokrytím (v HD rozlišení)
- 24 hodinovým vysíláním

ČRo PLNÍ SVÉ POSLÁNÍ

- ⊙ 8 celoplošných stanic (digitálně šířených)
 - Radiožurnál Praha,
 - Vltava, Radio Plus,
 - Radion D-dur, Radio Wawe,
 - Radio Jazz +
- ⊙ + 13 regionálních stanic
- ⊙ + zahraniční vysílání ČRo
- ⊙ + Radio Retro (Znovu 89),

VEŘEJNÁ KONTROLA MÉDIÍ V ČR

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

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

(Norbert Bolz, 2002)

MASOVÁ MÉDIA DNES

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

V TÉTO SOUVISLOSTI HOVOŘÍME O:

- ◉ **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.

HLUBOKÁ EXISTENCIONÁLNÍ KRIZE MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY

- **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?
- **Situace v ČR - hodnocení prof. Jiráka (*viz článek k samostudiu*)**

OBJEVUJE SE I KRIZE SOUKROMÝCH (KABELOVÝCH TV) - DŮVODY:

- Růst zájmu o seriál (oproti klasické kinematografii)
- Nezájem o klasické vysílací schéma
- Možnost sledovat oblíbené pořady na médiu, které je právě po ruce
 - Počítač
 - Tablet
 - Telefon

DŮSLEDKY

- ◉ Internetové videotéky, které umožňují přehrát daný pořad na jakémkoli počítači s webovým prohlížečem
- ◉ USA - Netflix
- ◉ ČR - iVysílání ČT + Voyo (Nova)
- ◉ Ve světě se - zvláště u mladých lidí - projevuje ochota platit za filmy a seriály, nikoli však klasickým televizím

DŮSLEDKY

- ◉ Oslabení vlivu kabelových televizí - HBO vlivem výše uvedeného má vlastní filmotéku GO (funguje i v ČR)
- ◉ Kabelové TV jsou tak často na půl cesty: divák si může určit pořad i čas vysílání, ale k tomu musí na prvním místě platit za tradiční kabelový program (ale z toho vlastní tvorba, často seriály 😊)
- ◉ Internetové videotéky (Netflix) začínají vytvářet vlastní díla (House of Cards)

PŘESTO VŠE

- ◉ Televizní stanice mají stále převahu
- ◉ Využívají jí tak, že prodávají „internetové konkurenci“ práva k vlastním dílům s výrazným zpožděním
- ◉ Tím podporují pirátského stahování (z úložišť)
- ◉ Jak televizní stanice, tak internetové videotéky sledují pirátské žebříčky - sondují s jejich pomocí, jaká díla se vyplatí koupit

JAK TO DOPADNE?

- ◉ Netflix je přesvědčen, že jeho služba pomáhá nelegální stahování omezit - od doby, kdy vstoupil na kanadský trh, poklesl zájem o hlavní zdroj pirátského obsahu o polovinu
- ◉ Bude ochota platit za internetové videotéky???
- Průzkum mezi uživateli serveru Edna.cz existuje určitá ochota platit za obsah (místo pirátského stahování) i v ČR - např. seriály by si mohla kupovat necelá polovina lidí, kteří se na ně chtějí dívat.

BUDOUCÍ VÝVOJ

- ◉ zajímavý vývoj, na jehož konci se nová média etablují, najdou vhodný obchodní model a platformu pro nastolování témat, zatímco tradiční média zaniknou (respektive se transformují).
- ◉ Každopádně nás čeká určitý ústup od masovosti a nástup osobnějšího pojetí médií s větší segmentací.
- ◉ Zdroje
 - crowdfunding??? Viz InfoBaden
 - družstvo??? Viz Kulturní noviny www.kulturni-noviny.cz

OTÁZKY K DISKUSI:

- Jakou vidíte budoucnost médií obecně?
 - Médií veřejné služby?
 - Médií soukromých - kabelových TV?
- Jak na vás působí současná česká média?
- Ubráníme se mediální manipulaci? Jak?