

Politická ekonomie médií

Monika Metykova

m.metykova@sussex.ac.uk; 32153@mail.muni.cz

Termíny

- Odevzdání je možné domluvit dřív nebo později individuálně, prosím kontaktujte mě ohledně této možnosti. Zkouškové období končí 11.7. 2021, prosím proto o odevzdání do konce června.
- Hodnocení za kurz:
 - 1) Vypracování závěrečné seminární práce (70%)
 - 2) Vypracování dílčích rozprav o vybraných klíčových tezích a představitelích politické ekonomie médií (30%)

Stupnice hodnocení

- Celkově můžete získat 100 bodů, 15 za každou rozpravu a 70 za závěrečnou seminární práci (45 za analýzu komodity a 25 za profil korporace).

Stupně ECTS	Počet bodů	Definice
A	90 - 100	vynikající výkon pouze s drobnými chybami
B	80 - 89	nadprůměrný výkon avšak s určitými chybami
C	70 - 79	celkově dobrý výkon s řadou výrazných chyb
D	60 - 69	přijatelný výkon, ale se značnými nedostatky
E	50 - 59	výkon splňuje minimální požadavky
F	0 - 49	je zapotřebí značné množství další práce

Zpětná vazba

- Uvítám konstruktivní kritiku, nápady na vylepšení apod.

Moscova definice politické ekonomie médií

The study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources, including communication resources.

Study of control and survival in social life; control = political process (how a society organizes itself, manages its affairs and adapts to change); survival = economic because it involves the processes of production and reproduction.

Co charakterizuje tento přístup?

- HISTORY - social change as historical transformation
- SOCIAL TOTALITY - a big picture of society, totality of social relations that make up the economic, political, social and cultural areas of life
- MORAL PHILOSOPHY - values that help to create social behaviour and moral principles that ought to guide efforts to change it
- PRAXIS - unity of thinking and doing

Procesy

- Komodifikace (zhodnocování)
- Zprostornění (spatialization)
- Koncentrace
- Strukturace

Politická ekonomie internetu

- Mýtus člověka, který se sám vypracoval (self-made man) na velmi úspěšného podnikatele – Steve Jobs, Mark Zuckerberg atd.
- Nový business model: What makes the capital accumulation process for the Internet different from broadcasting is precisely the way it acquires the audience commodity. Television advertisers buy statistics about potential viewer attention to advertisements, a passive audience model. Internet companies instead may offer and refine information collected from an active audience when users spontaneously provide data about their personal tastes, preferences, desires, and pathways through their browsers.
- What is sold by Google, by the way, is not the users themselves, as Fuchs proposes in the above excerpt, because the advertiser does not buy any individual users or even their singular information. Advertisers buy only an amount of data about a target audience based on categories, as we have outlined.

Politická ekonomie žurnalistiky

- Mocenské vztahy
- Produkce, distribuce a konzumace žurnalistiky

Feministická politická ekonomie médií

- Moje pracovní definice feministického politicko-ekonomického přístupu ke komunikaci je: studium genderované produkce, distribuce a konzumace zboží a zdrojů a zkoumání role ideologie v utvrzování nerovných vztahů. Konečným cílem politické ekonomie je pochopit proč jsou ženy chudé a proč je re-distribuce (přerozdělení) bohatství (zdrojů) zásadní pro postavení žen.

Ekonomické charakteristiky médií

- Ekonomické mechanismy určují co se produkuje, jak, kdy a kde a pro koho. O těchto mechanismech rozhodují tři typy ekonomických aktérů: konzumenti, firmy a vlády. A tyto mechanismy jsou koordinované na trzích. Ekonomie se spoléhá na určité předpoklady o tom jakým způsobem tito aktéři činí svá rozhodnutí.

Koncentrace vlastnictví médií

Proč je koncentrace vlastnictví problémem?

Je nedemokratická, protože omezuje kulturní rozmanitost, protože подрývá schopnost občanů získat a dělit se o informace a myšlenky, které jsou zásadní pro informované rozhodování o věcech veřejných a navíc proto, že přispívá ke komodifikaci kulturního průmyslu/ů, transformuje je z motoru symbolické interakce v motor kapitalistické akumulace.

Občanská žurnalistika, prosumers

- Je možné – a pokud ano kde a za jakých okolností – doplnit expertní znalost žurnalistů informacemi od veřejnosti/obětí/svědků apod.?

Nová forma kapitalismu ve které teď žijeme

- Post-Fordismus
- Finanční kapitalismus
- Neo- nebo techno-feudalismus
- Kapitalismus dohledu/surveillance capitalism

Závěrečný kvíz