



NOVÁ MÉDIA A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Informace pro rozvoj demokratické společnosti

Ing. Bohdana Jinochová

ČTENÍ MÉDIÍ A V MÉDIÍCH

- podíl informací o veřejném prostoru – o společnosti a kultuře získáváme z médií
- nezbytné médiím:
 - porozumět
 - kriticky zhodnotit
 - prakticky využívat
- dosáhnutí cíle:
 - analýzou samotných informací
 - analýzou zdrojů odkud informace čerpáme

KRITÉRIA PRO ROZDĚLENÍ MÉDIÍ

A. Technologické prostředí

- televize
- rozhlas
- tištěná média
- internetová média
- multimédia

Tato struktura má další
podrobnější členění.

B. Teritoriální zaměření

- globální
- kontinentální
- celostátní
- regionální
- místní

Toto členění prakticky „zrušil“
nástup internetu.

KRITÉRIA PRO ROZDĚLENÍ MÉDIÍ

C. Periodicita

- online
- denní
- týdenní (resp. čtrnáctidenní)
- měsíční (resp. čtvrtletní a pololetní)
- roční
- nepravidelné

Toto členění prakticky „zrušil“ nástup internetu, a každé médium se stalo nepřetržité.

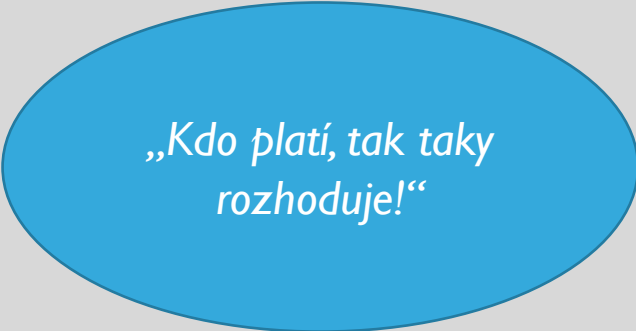
D. Obsah

- vědecké a odborné
- zpravodajské
- společenské
- zájmové

Dále členění na různé skupiny a podskupiny.

Vlastnictví jako základní kritérium pro rozdělení médií

- pro účel sdělování informací není rozhodující, k čemu se médium hlásí
- podstatné je splnění podmínek – kde a jaké jsou limity
 - informace nemusí být lživá, ale nemusí udávat celou skutečnost
 - novinář může objektivu stanovit subjektivně
 - nemusí dojít k přímému ohrožení závislosti při poskytování informace
 - potlačení „nevhodné“ informace.
 - svoboda informace – hodnotové založení
- nutné propojení všech kritérií najednou
- informace, které médium poskytuje mají ve své podstatě povahu zboží, které se nabízí na „mediálním“ trhu společně s dalšími informací za účelem „prodeje“.
- hodnota informace neurčuje hodnotu zpráva, které se nabízí na trhu, ale stanovuje ji nabídka a poptávka
- média = důvěra v kvalitu informace



„Kdo platí, tak taky rozhoduje!“

Vlastnictví jako základní kritérium pro rozdělení médií

- podstata strukturovaných médií vyhází z práva, resp. právních vztahů
- v rámci České republiky rozdělujeme média na dva druhy:
 - média veřejnoprávní
 - média soukromoprávní
- základní rozdíl
 - zakladatelské oprávnění = právní status média
 - rozdílná řídicí a kontrolní struktura
 - rozdílné zdroje financování
 - rozdílné výstupy média



Liší se v různých státech.

Veřejnoprávní média v České republice

- samostatné právní entity – tři média veřejné služby
 - Česká televize
 - Český rozhlas
 - Česká tisková kancelář
- začátky českých médií veřejné služby již v počátku Československé republiky
- lze přiřadit soustavu periodických a neperiodických médií (tištěných i elektronických), které vydávají jednotlivé orgány státní moci
 - státní správa
 - samospráva
 - justice
 - český zákonodárce
- jedná se o stovky periodických publikací a informačních zdrojů – není stanoveno zákonem, ale správním rozhodnutím (výjimka – sbírka zákonů a sbírka mezinárodních smluv – stanovuje zákon)

Veřejnoprávní média - charakterizace

- struktura veřejnoprávních médií má jiná kritéria pro vznik, účel a fungování:
 - vydávána na základě správního rozhodnutí příslušného správního úřadu či orgánu veřejné moci
 - plnění funkce veřejné správy
 - náklady na činnost – veřejné rozpočty
 - obsah informování stanovuje – příslušný orgán veřejné moci, který médium založil
 - působí jako služba veřejnosti

Základní kritérium pro strukturu veřejnoprávních médií

- výjimka (Česká televize, Český rozhlas, České tiskové kanceláře)
- kritérium – ve významu pro veřejnou sféru pro plnění funkcí státu a jeho složek
- rozdělení:
 - úřední periodika
 - periodická zprávy a přehled ústředních správních úřadů
 - periodické zprávy ústavních orgánů moci
 - periodika a pravidelné zprávy bezpečnostních složek státu
 - sbírky rozhodnutí nejvyšších orgánů soudní moci
 - odborná periodika vydávaná z rozhodnutí orgánu veřejné správy
 - informační a propagační periodika vydávaná orgány veřejné správy a soudů
 - periodika komor, kterým byl zákonem svěřen výkon státní správy
 - tištěná a elektronická periodika veřejných institucí



Základní pramen informací
pro činnost státu.

Soukromá média

- soukromoprávní média
- jejich vlastníkem je fyzická nebo právní osoba soukromé práva
- základní právní předpis k založení a distribuci – kodex soukromého práva a veřejnoprávní ústavní rámec
- struktura soukromoprávních médií obdobná struktuře veřejnoprávní s jedním rozdílem
 - základní účelem založení a působení soukromoprávního média je zisk!
- součástí podnikatelského záměru – zisk
- hlavním cílem není veřejný zájem, pravdivost a objektivní informace
- silná osobní angažovanost redaktorů a vyhledávání „kauz“

Nejrozšířenější média soukromoprávní povahy

- televize a distribuční sítě televizního obsahu
- periodická tištěná média a jejich elektronická verze
- síťová infrastruktura
- rozhlasová stanice
- sociální sítě

V České republice se vyskytují tato média s účinným zásahem v řádu několika tisíc čtenářů. Výhody v grafické přitažlivosti a obecně srozumitelném obsahu.

Založení, činnost a kontrola médií

- média veřejné služby
 - založena na základě zákona
 - veřejnoprávní právnická osoba
 - řídicí struktura – obdobná právnickým osobám veřejného práva
 - rozšířena o Radu média a tzv. Velká Rada
 - Rady volí – Poslanecká sněmovna parlamentu ČR
 - Rada
 - kontroluje rozpočet
 - kontroluje plnění úkolů
 - kontroluje vyváženost zpravodajských a publicistických pořadů média
 - nemůže zakazovat vysílání či určovat obsah
 - není orgánem cenzury
 - absolutní svoboda vyjádření tak ve veřejnoprávních médiích nemůže existovat a neexistuje

Stát poskytuje prostor pro svobodné vyjadřování různých politických a ideologických názorů, jejichž omezení je dáno právním řádem a kontrolní činností Rady.

Založení, činnost a kontrola médií

- média soukromoprávní
 - zásada – „co není zákonem zakázáno, je povoleno“
 - může založit jakákoliv fyzická či právnická osoba, kdykoliv se rozhodne
 - většinou bez dodatečných povolení
 - nepodléhají žádné přímé veřejné kontrole
 - obsah se řídí cílem – zisk
 - prezentuje se jako „svobodné“ a „nezávislé“ médium
 - objektivita či vyváženost zpravodajství a publicistika – nehraje roli
 - zisk je měřitelný finančním objemem reklamy – podnikatelská sféra a stát
 - reklama je jediným zdrojem příjmu soukromoprávního média
 - neexistuje přímá úměra mezi příjmy z reklamy a objektivitou zpravodajství

Právo a systém práva v ČR

- pojem „právo“ nemá jednotně uznanou definici
- různé interpretace s ohledem na různé aspekty
- pro význam v médiích můžeme právo charakterizovat:
 - *práva je normativní systém, jehož základním účelem je zajišťovat uspořádání společnosti za účelem ochrany práv osob, právních entit, a také ochrany přírody, kraje a kulturního dědictví lidstva*
- mluvíme o vztazích, které mají právní povahu
- zjednodušení práva – právních vztahů - má za cíl „manipulovat“ člověkem či veřejným míněním

Prameny práva

- základní pramen v ČR – normativní text (= právní norma)
- vyjádřena ve formě právního předpisu
- základní právní norma = zákon
- český řád tvořen řadou předpisů
- největší právní síla
 - Ústava České republiky (včetně Listiny Základních práv a svobod)
 - ústavní zákony
 - ratifikované a vyhlášené mezinárodní smlouvy o lidských právech a základních svobodách
- právní vztahy osob vyjadřují – zákony a podzákonné normy

Česká republika v EU

- přistoupení České republiky k Evropské unii se součástí Českého právního řádu stalo také právo Evropské unie
- ucelený právní systém Evropské unie
 - **primární**
 - smlouvy
 - mezinárodní smlouvy a akty přijaté na jejich základě
 - **sekundární**
 - nařízení
 - směrnice
 - rozhodnutí
 - **doplňující právní předpisy**
 - dohody mezi členskými státy
 - rozhodnutí představitelů vlád členských států
 - další právní akty

Právo EU tvoří ještě judikatura
(= rozhodnutí Soudního dvora a
Tribunálu).

Český právní řád

Dnes není nikdo schopen říci, kolik platných a účinných právních předpisů zahrnuje Český právní řád.

- strukturálně složitým systémem
- rozsahově a množstvím předpisů vnitřně nesourodý a početně robustní systém
- denně se proměňuje a narůstá
- trpíme „*hypertrofií práva*“
- právo a právní řád již nikdo nezdá a nemůže poznat
- hypertrofie a neznalost práva je základním východiskem pro zneužití práva – záměrně i neúmyslně
- ochrana před „*manipulací právem*“ = seznámení se s právem jako normativním systémem na půdorysu právního státu

Právní stát

- nemá univerzálně přijímanou definici
- **základní znaky**
 - zákonnost – každý je povinen dodržovat právo
 - právní jistota – možnost a právo seznámit se s právem
 - přiměřenost práva – nepřijatelnost nadužívání práva za hranice ústavně zakotvených práv a svobod

Právní informace a právní povaha informací

- základním pramenem práva při zpracování mediálních informací je normativní text = právní předpis
- neznalost práva či nesprávná interpretace vede k zavádějící až manipulativní mediální informaci
- neznalost práva příjemce manipulativních informací vede k závadnému myšlenkovému posouzení a jednání v praxi
- základní východisko při přijímání informací:
 - zpravodajské a publicistické informace mají právní souvislosti
 - na první pohled mimoprávní obsah
- právní informace se vztahuje:
 - k legislativě
 - vydávání a judičiální interpretaci práva
- právní povahu mají informace při nichž se neudává právní předpis – ale jsou bezprostředně výsledkem aplikace práva

Př. Informace o termínu a podmínkách podávání daňového přiznání.

Typologie právních informací

- právní informace vztahující se k právu a právnímu řádu jsou jádrem právních rubrik v médiích
- informace, které mají právní povahu, ovšem k právní úpravě, kterou zmiňují, nijak neodkazují
- jsou volně zařazené ve všech rubrikách
- lze rozdělit do dvou základních okruhů:
 1. právní informace
 2. právní vztahy

Typologie právních informací

◦ **Právní informace**

- informace o platných a účinných právních předpisech
- informace o soudních rozhodnutích
- legislativní informace

◦ **Právní vztahy**

- informace o trestních kauzách s právním pozadím
- informace o aplikaci právních předpisů
- ekonomicko-právní informace
- informace ze společnosti

V médiích převažují informace o právních vztazích.
Většinou se neodvolávají na právní předpis – neúplnost pochopení problematiky bez právního povědomí.

Prostředky mediální manipulace

- **manipulace**

- pojem ze sociologie a psychologie
- vliv na osobu či osoby, který má za cíl ovlivnit myšlení a chování ve prospěch „manipulátora“

- **mediální manipulace**

- využívání technických prostředků umožňující ovlivnění větší skupiny osob
- není nutná manipulace ve prospěch vlastníka média
- cílem je opět zisk
- obsah mediální manipulace je většinou ukrytý a je mimo sdělovanou informaci

Struktura odhalování manipulace

- **nejrozšířenějším prostředkem = kritické myšlení**
 - schopnost přemýšlení nad danou problematikou
 - spravedlivé jádro odhalování manipulace
 - myšlenkové procesy s různými prvky:
 1. odhalování logických chyb v uvažování
 2. logické postupy pravdivého uvažování
 3. metody dokazování v rámci společenských věd
 4. filozofické postupy poznávání
 5. analytické metody argumentace

Mediální komunikace a její odhalování

- manipulátorem není fyzická osoba – manipulátorem je médium
- prostředek k dosažení cíle – zisku
- nejvhodnějším východiskem pro odhalování metody manipulace je posouzení zpravodajství
- otázky a odpovědi zpravodajského materiálu
 - Kdo? - kdo je nositelem sdělení
 - Co? - co se stalo či o co jde
 - Kde? - z jaké oblasti pochází informace
 - Kdy? - kdy se událost stala
 - Jak? - jak se událost stala
 - Proč? – důvod a příčiny

Pravdivé a věrohodné odpovědi jsou podmínkou pro objektivní zpravodajství.

Zdroj

Informace pro rozvoj demokratické společnosti – Peter Mišúr