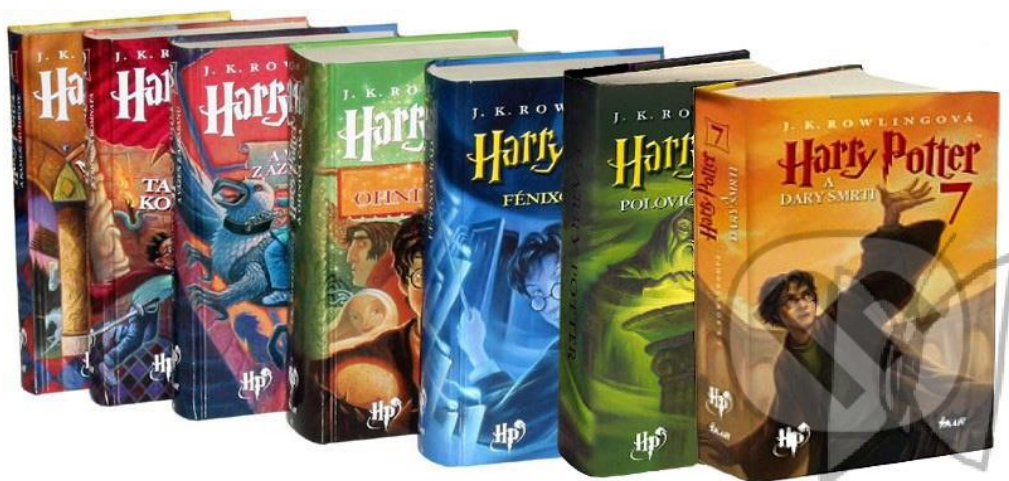


# VLIV, OMEZENÍ A NEBEZPEČÍ MÉDIÍ

Jedinec si vybírá takové mediální obsahy, které odpovídají jeho zájmům, stylu, náladě.



## ÚČINKY MÉDIÍ:

1) zesilující účinek

Čím více se média věnují určitému tématu, tím se dané téma dostává více a více lidem „pod kůži“. (život celebrit)



## 2) potvrzující účinek

Média dokáží potvrdit domněnku a my máme tendence ji následně považovat za pravdivou: „Říkali to i v televizi, tak to je určitě pravda“.

## PRŮZKUM – NÁZOR ČECHŮ NA MENŠINY

## 3) znecitlivující účinek

Je-li jedinec dlouhodobě vystavován stále se opakujícím podnětům, již brzy je považuje za normální stav – zvykne si. (co bylo dříve, není dnes)



## VÝVOJ PLAVEK

DŘÍVE MAX NOHY, POZDĚJI JEDNODÍLNÉ PLAVKY, DNES UŽ SKORO NIC ZAKRYTÉ, CO BUDE ZA PÁR LET.....?

## 4) určování témat

Média vybírají témata, která se budou probírat. Určují to co je důležité a co bude na vedlejší koleji.

# MÉDIA A VLÁDNÍ MOC

Média i vládní moc se někdy mohou vymknout kontrole (dělat si co se jim zachce) a proto se tyto dvě složky navzájem hlídají.

Média kontrolují vládu a politiky, přinášejí informace veřejnosti o tom, jak jejich volení zástupci pracují.

Politici volí do kontrolních orgánů – rada ČT, rada ČRo, rada pro televizní a rozhlasové vysílání své lidi, hlídají financování

Propaganda: negativní, nežádoucí stav propojení médií a vládní moci. Jde o záměrné rozšiřování názorů a informací za účelem vyvolání nebo zesílení určitých postojů ve společnosti. Jedna skupina účelově manipuluje s publikem – dnes prostřednictvím médií, za účelem změny společenského vědomí.





[využívání TV k propagandě - dnešní svět - Severní Korea](#)

[Severokorejské zprávy](#)

## STEREOTYPY A PŘEDSUDEKY V MÉDIÍCH

Člověk si umí vytvořit názor na svět několika způsoby. Jedním z nich je názor na základě vlastní zkušenosti. Jiný je vytvoření názoru na základě zkušenosti druhých. A právě při tomto způsobu se můžeme setkat se stereotypy a předsudky.

**STEREOTYP** – je stálý, navyklý vzorec myšlení nebo chování. Vzniká na základě zjednodušení reality.

Pozitivní stereotyp – vytváří pozitivní obraz. Např.: Všichni muži umí opravit auto.

Negativní stereotyp – vytváří negativní obraz. Např.: Všechny blondýnky jsou hloupé.

**PŘEDSUDEK** – je přisuzování vlastností (většinou negativních) lidem dopředu, aniž bychom je znali. Nejčastěji dotyčného hodnotíme záporně a projevujeme k němu negativní vztah. Je to vlastně negativní stereotyp.

**ÚKOL: najdi a napiš běžné užívání stereotypu ve společnosti a zkus určit, zda jde o stereotyp negativní, nebo pozitivní. Pracuj se skupinami – politici, muži, ženy, Vietnamci, učitelé, policisté atd.. (napiš svůj názor a zkus jej podložit důkazem – odkazem na článek, úryvkem článku, cca 3 příkladů) zpracuj ve wordu**

## **STRUKTURA MEDIÁLNÍ ORGANIZACE**

**Na mediální průmysl můžeme pohlížet jako na určitý druh podnikatelské činnosti, jejímž cílem je dosažení zisku.**



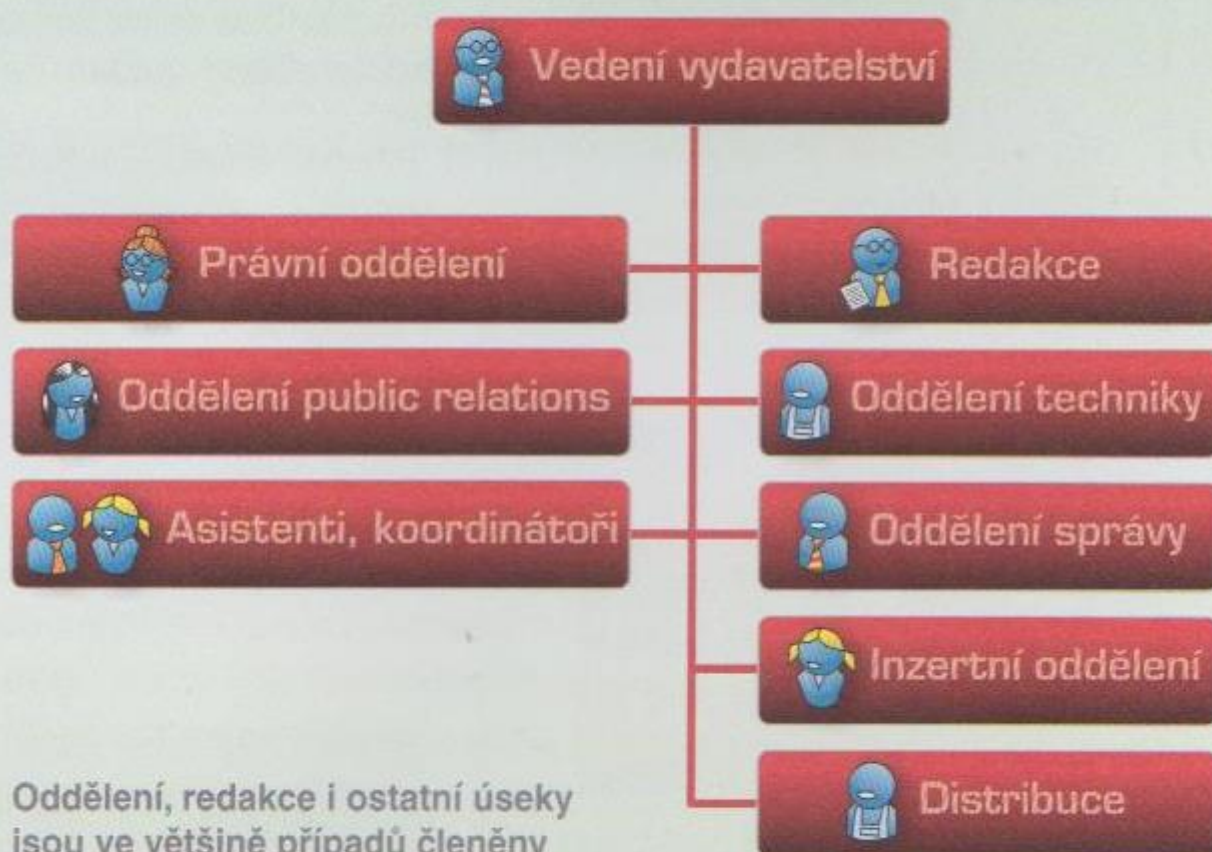
### **Mediální firma se skládá ze tří složek**

1. osobní – zaměstnavatel, zaměstnanci
2. hmotná – majetek, vybavení, budovy atd..
3. nehmotná – postupy, licence, know-how atd..





## Struktura mediální organizace



Oddělení, redakce i ostatní úseky jsou ve většině případů členěny do skupin; tyto skupiny jsou pak řízeny příslušnými vedoucími.

Každá organizace – i ta mediální má svou hierarchii. Na vrcholu stojí šéf (ředitel, vedoucí vydavatelství atd..). Dnes většina mediálních organizací působících u nás patří do nadnárodního koncernu a tedy i šéf bývá někomu podřízen – vlastníkovvi, skupině atd..

## [Babiš rozšiřuje své mediální impérium](#)

### **Schéma:**

**Levý sloupec:** jedná se o lidi, oddělení, kteří se starají o chod samotné mediální organizace

**Pravý sloupec:** jedná se o lidi, oddělení, kteří se přímo podílejí na **vzniku a distribuci samotného mediálního sdělení** a jsou za něj zodpovědní.

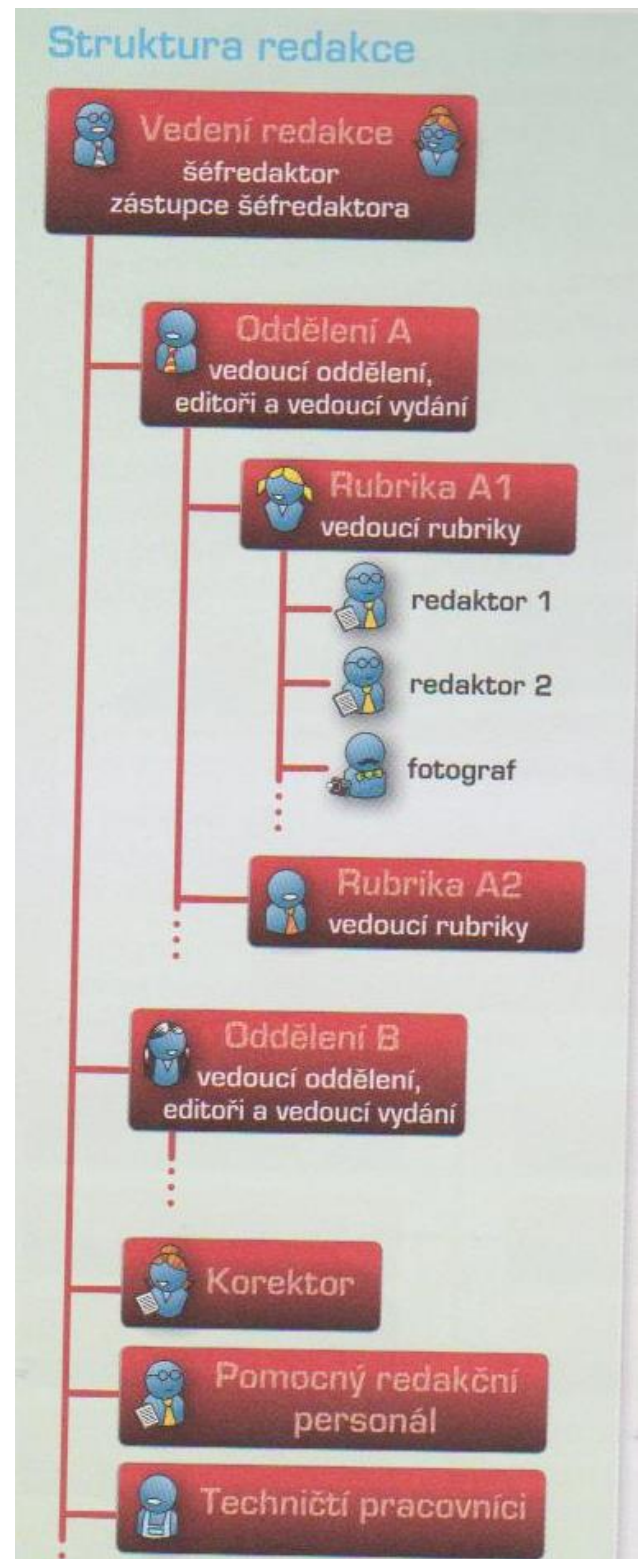
## VEDENÍ REDAKCE

**ŠÉFREDAKTOR** – Stojí na vrcholu pyramidy, ostatní členové redakce jsou mu podřízeni. Řídí, organizuje, dělá vše pro to, aby byly naplněny cíle média. Určuje obsah média, kontroluje. V nepřítomnosti má svého zástupce.

**REDAKČNÍ RADA** – zřízena ve velkých redakcích. Pomáhá šéfredaktorovi při řešení otázek týkajících se přípravy mediálních celků. Má i kontrolní funkci.

**EDITOR** – zodpovídá za celý mediální celek (celé číslo novin, časopisu, ...). Koordinuje práci na příslušném mediálním celku.

**VEDOUcí VYDÁNÍ** – plní funkce podobné jako editor. Dohlíží hlavně na práci spojenou se samotnou výrobou mediálního sdělení – tisk, studio pro večerní zprávy atd..



**VEDOUCÍ RUBRIK** – řídí práci svého oddělení.

**REDAKTOR** – pracovník připravující konkrétní žurnalistické sdělení, v různých žánrech a odvětvích. Je autorem žurnalistických děl.

Toto dělení redakce je orientační, vedení redakce různých mediálních institucí se mohou dělit jinak, záleží na různých faktorech.

## REGULACE MÉDIÍ

Pod pojmem regulace médií si můžeme představit prostředky a postupy, pomocí nichž dochází k ovlivňování působení médií. Dělíme je na **vnitřní** (ty které si mediální firma sama vytváří) a **vnější** (příkazy a opatření z rozhodnutí státu).

Proč regulovat? Média mohou mít nepříznivé vlivy na společnost a je třeba jim předcházet.

[rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání - RRTV](#)



dalsí

- tato instituce je vytvořena ze zákona
- její členové jsou voleni poslanci
- jedná se o hlavní „kontrolní orgán“ toho, co se u nás vysílá

### hlavní náplň práce RRTV:

- dohlíží na dodržování legislativy
- přiděluje a odebírá licenci
- monitoring obsahu vysílání
- stanovuje územní rozsah vysílání

[Rekordní pokuty VYVOLENÍ I. a Big Brother](#)

[Pokuty ČT za neoznačené reklamy](#)





## Věková přístupnost programů v TV