

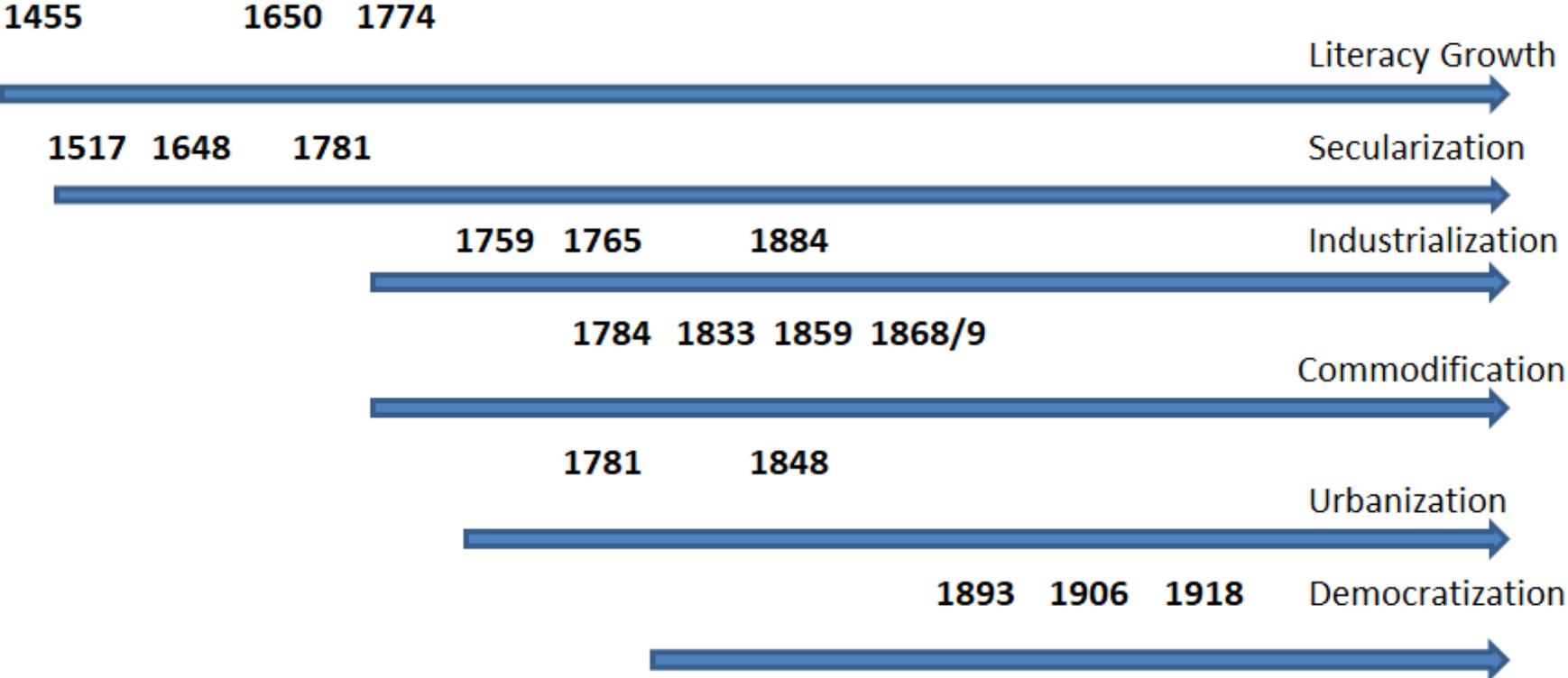
VEŘEJNOST VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ PROMĚNY MEDIÁLNÍ KRAJINY

Mediální sféra v transformaci (1. setkání, KOMBI)

Karel B. Müller, www.karelmuller.eu



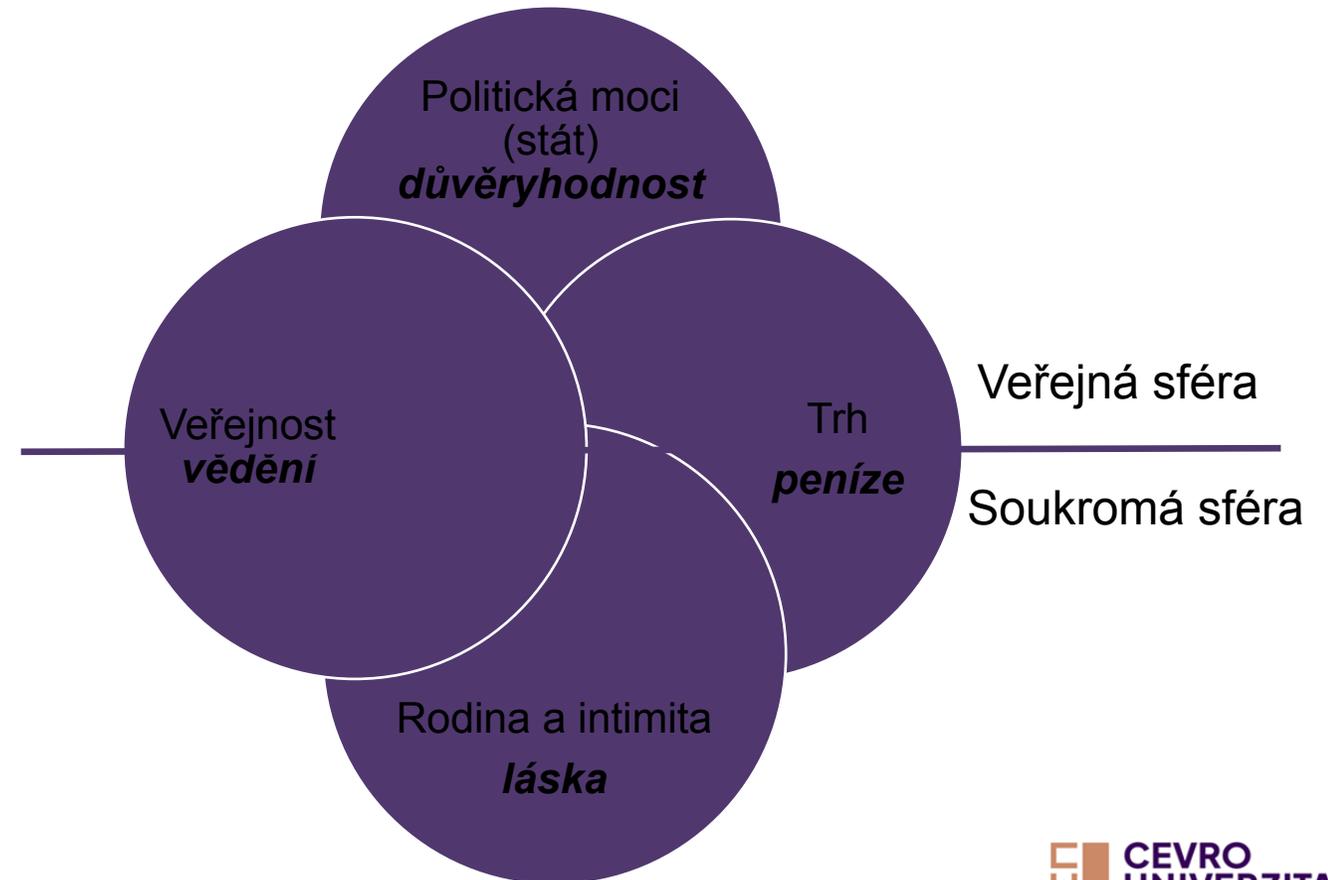
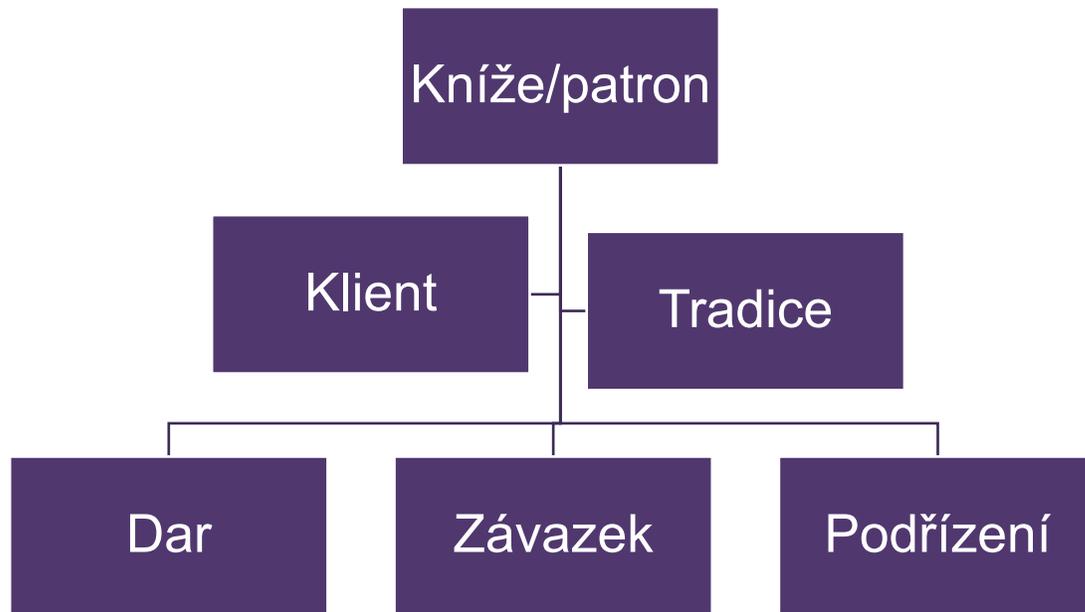
PROCESY MODERNIZACE



PERSPEKTIVA SOCIÁLNÍ DIFERENCIACE

PATRONÁŽ VERSUS INSTITUCE

UNIVERZALIZUJÍCÍ MÉDIA MOCI (NIKLAS LUHMANN)



VEŘEJNÁ SFÉRA

JÜRGEN HABERMAS, CHARLES TAYLOR ...

Mimo-politická (x politická sféra)

Sekularizovaná

Otevřená

Rovnostářská

Kritická

Racionální

Transparentní

Dialogická

Metatopická

Zprostředkovaná

Dvojí pojetí veřejného mínění

Veřejné mínění (produkt reflexe, produkt diskuse, sdílený konsenzus)

Veřejné mínění (agregát soukromých názorů)

Coffee house, salóny, stolní společnosti, měšťanské besedy ...

1962



VEŘEJNOST A ROLE MÉDIÍ

Mimopolitická, sekulární, neuzavřená (tématům, lidem)

Strukturální proměny veřejnosti (J. Habermas, 1962)

Re-feudalizace veřejnosti, PR (?), práce s, konstrukce veřejnosti

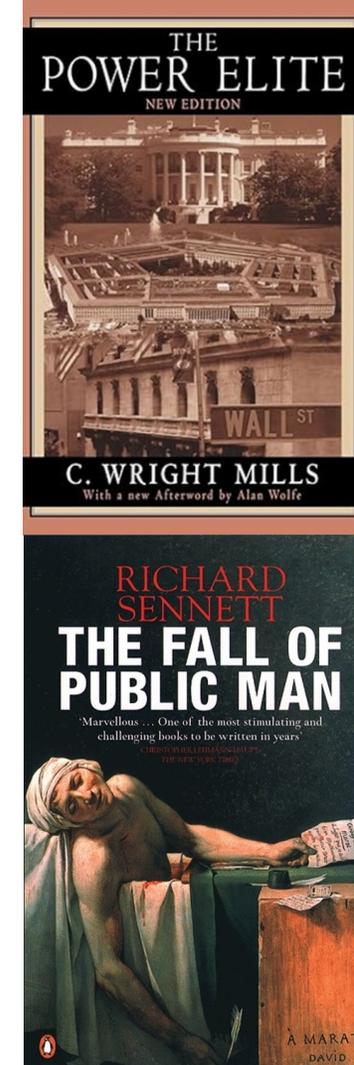
Zmasovění veřejnosti (demokracie)

Kritická x manipulativní, demonstrativní publicita

Politická funkce médií (dnes) – informace a osvěta, watchdog, agenda setting

Sociální funkce médií (integrační, efekt večerních zpráv, fragmentace, polarizace)

Ekonomická/zábavní funkce, média jako podnikání: komercializace, bulvarizace, infotainment, politainment, efekt depolitizace veřejnosti a důsledky (?)



ÚNIK Z REALITY

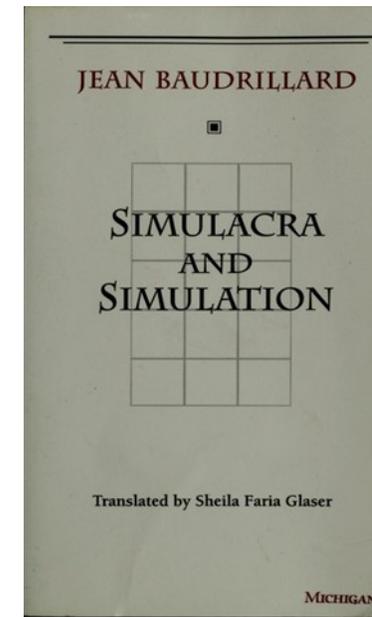
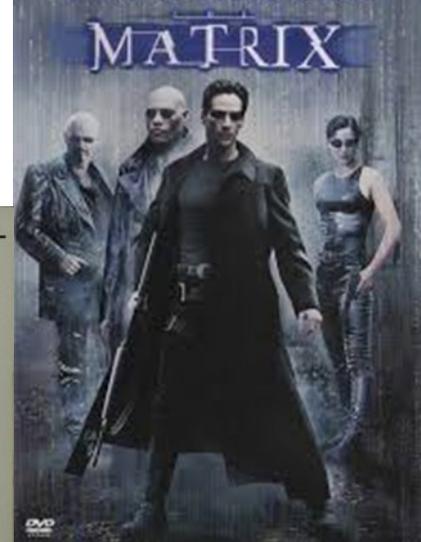
Nástup pseudo-událostí, simulakrum

4 fáze a hyperrealita (Baudrillard, Deleuze)

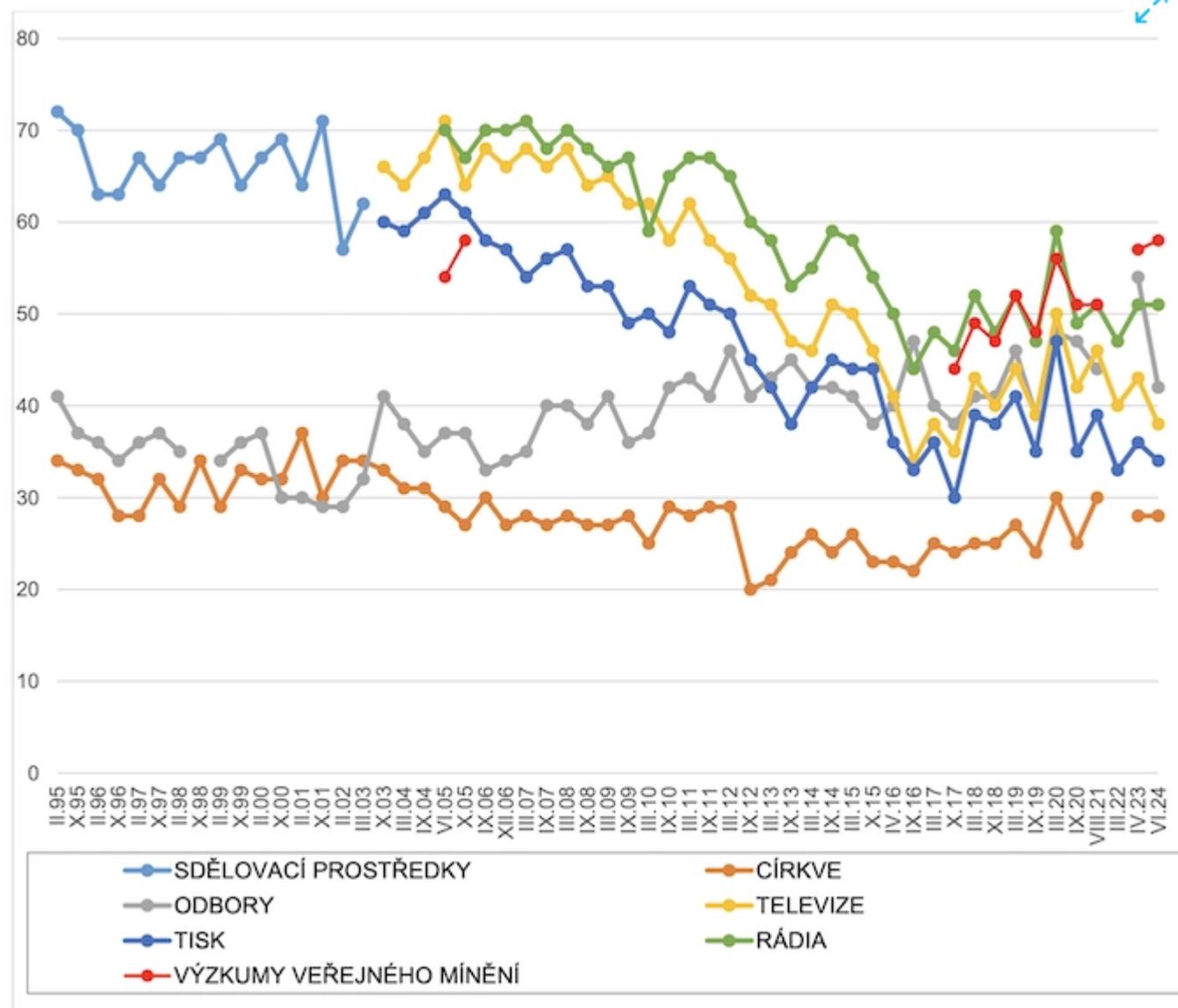
**Ztráta monopolu kontroly informací, evropeizace veřejné sféry –
trajektorie evropeizace: stejné místo, čas, význam**

Mediální gramotnost coby branná povinnost (?)

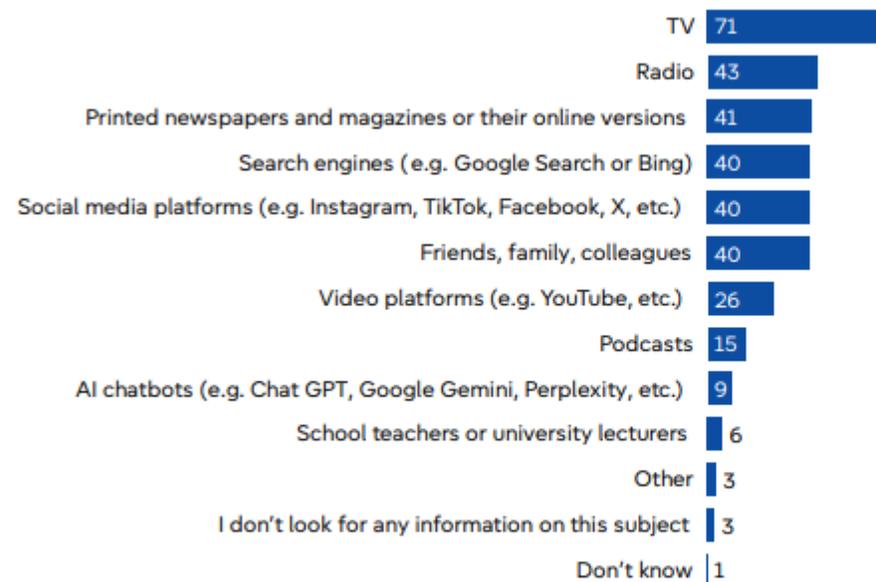
Nezávislost médií a MVS, jak zajistit (?)



Graf 2: Vývoj důvěry médiím, odborům, církvím a výzkumům veřejného mínění (v %)



Q4a Which of the following sources do you use for getting information on social and political current affairs? [Multiple answers]



(%) Base: n= 26 121 – All respondents

Q4a Which of the following sources do you use for getting information on social and political current affairs? [Multiple answers]

	TV	Radio	Printed newspapers and magazines or their online versions	Search engines (e.g. Google Search or Bing)	Social media platforms (e.g. Instagram, TikTok, Facebook, X, etc.)	Friends, family, colleagues	Video platforms (e.g. YouTube, etc.)	Podcasts	AI chatbots (e.g. Chat GPT, Google Gemini, Perplexity, etc.)	School teachers or university lecturers
EU27	71	43	41	40	40	40	26	15	9	6
BE	69	49	42	30	36	31	17	9	8	8
BG	73	32	23	46	55	41	36	20	13	6
CZ	67	28	25	48	43	46	27	20	11	6
DK	66	40	51	42	42	40	18	17	11	7
DE	70	51	48	43	34	46	27	14	9	5
EE	61	45	44	36	49	40	30	12	10	6
IE	62	48	36	41	50	45	25	21	9	6
EL	54	33	34	49	56	39	41	14	14	11
ES	74	43	42	31	38	40	25	16	8	5
FR	73	45	38	32	33	34	17	10	6	5
HR	73	43	27	45	44	49	26	14	8	4
IT	75	36	45	44	39	34	24	13	9	6
CY	62	40	35	57	76	41	41	27	17	5
LV	53	35	21	27	56	40	38	8	11	4
LT	60	35	25	51	48	38	41	19	15	4
LU	64	64	57	49	46	49	24	13	13	5
HU	53	29	21	38	55	34	37	23	11	4
MT	48	27	38	43	74	43	27	21	12	9
NL	66	38	44	33	35	37	15	14	8	5
AT	67	52	54	39	37	38	25	11	10	6
PL	70	46	31	47	52	46	33	18	11	8
PT	80	42	46	43	40	41	22	14	10	7
RO	72	37	34	52	48	45	38	24	16	10
SI	63	44	33	49	40	43	27	9	16	5
SK	67	41	26	37	51	40	24	20	8	6
FI	71	42	55	43	41	43	25	13	7	7
SE	66	40	46	41	44	43	26	14	11	6

Note: The higher the proportion selecting a response, the darker blue the cell. The highest-ranking response for each country is shown in dark blue/white font. Response 'other', 'I don't look for any information on this subject' and 'don't know' is not shown.

(%) Base: n=26 121 – All respondents

THANK YOU FOR
YOUR ATTENTION

www.karelmuller.eu

Jungmannova 17 | 110 00 Praha 1 | Česká republika

