

Nové globální vzdělávání



Zprávy, šum a neutralita

Zprávy, šum a neutralita

Pracovní list – Radosław Czekan – Fundacja Polska Debatuje

Část I – Schopnost kritického a analytického myšlení – cvičení

Cvičení 1:

Teze: Tato vláda preferuje svět bez státem financovaných zpravodajských organizací (např. SABC, BBC, Al-Džazíra, Deutsche Welle atd.)

Vyjmenujte alespoň 5 různých stakeholderů a seřadte je od nejdůležitějšího po nejméně důležitý.

Otázky:

1. Proč dáváte přednost jednomu před druhým?
2. Hodnotí týmy propozice a opozice stakeholdery stejným způsobem? Proč se liší?
3. Jak byste definovali podskupiny v rámci nejdůležitějšího stakeholdera? Jak odlišně na ně dopadá teze?

Cvičení 2

Teze: Tato vláda by zavedla doktrínu spravedlnosti (fairness doctrines) v hlavních zpravodajských organizacích.

Rozdělte skupiny po 2-3 žácích a vylosujte jim strany (propozici a opozici). Uveďte několik argumentů pro jednu nebo druhou stranu. Uspořádejte je do kategorií*:

1. Argumenty o problému nebo předpoklady

2. Argumenty o hodnotách, právech a povinnostech

3. Argumenty o důsledcích

Otázky:

1. Které argumenty jsou pro danou stranu strategicky důležitější?
 2. Jak byste napadli nejlepší argumenty na obou stranách?
- Jako referenční bod pro kategorie argumentů můžete použít Modely a strategie myšlení.

Část II – Další teze na procvičování

Tato vláda by jmenovala vedení státem financovaných médií prostřednictvím všeobecných voleb.

Kontext: Státem financované správní rady jsou obvykle jmenovány politickými orgány. Například generální ředitel BBC je jmenován Králem v radě na radu státního tajemníka, generální ředitel Deutsche Welle je jmenován Radou pro vysílání, která se skládá z různých zástupců nominovaných např. parlamentem, vládou, církví, odbory, univerzitami.

Tato vláda by přiměla zpravodajská média, aby o všech demonstracích informovala poměrně podle jejich velikosti.

Kontext: Různé zpravodajské stanice o demonstracích informují různě, podle svého uvážení, pokud jde o vysílací čas, rámování, komentáře a dokonce i velikost demonstrace. Zpravodajství významně ovlivňuje vnímání významu protestu a sociální mobilizace ze strany veřejnosti. Ačkoli se většina zpravodajských médií ve svých zásadách odvolává na objektivitu a spravedlivé zpravodajství, v současné době nedochází k jeho účinnému prosazování.

Tato vláda by stíhala výrobu, šíření a sdílení fake news.

Kontext: Několik zemí zavedlo stíhání šíření fake news. Například Řecko stíhá občany, kteří šířili nepravdivé informace během pandemie COVID-19. Podobné předpisy byly přijaty v Malajsii, Jihoafrické republice a současná úprava se používá pro vyšetřování v Turecku.

Nové globální vzdělávání



Zprávy, šum a neutralita

Zprávy, šum a neutralita

Případová studie - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Téma

Tato vláda preferuje státní regulaci projevů a uživatelského obsahu na sociálních sítích namísto toho, aby si je nezávisle určovaly platformy

Kontext

Sociální sítě (např. Twitter, Facebook, Instagram, TikTok) používají interní předpisy a postupy pro moderování obsahu. Jejich prohlášení a provedení se mohou lišit, ale vkládají velkou část odpovědnosti, autonomie a moci do rukou soukromých platforem, které nejsou demokraticky odpovědné.

Jaký je problém nebo rozhodnutí, které je třeba učinit?

Rostoucí počet fake news, nenávistných projevů a dalšího škodlivého obsahu je alarmující. Otázkou už není, zda by se měl kontrolovat, ale jak by se to mělo dělat.

Jaká jsou břemena?

Propozice musí prokázat, že vládní regulace by byla účinnější při potírání škodlivého obsahu na sociálních sítích než nezávislá kontrola ze strany platforem.

Opozice musí dokázat, že nezávislá kontrola ze strany platforem je účinnější než vládní zásahy.

Jaké jsou protichůdné návrhy?

	Vládní regulace (PROP)	Kontrola nezávislými platformami (OPP)
Kdo?	Stát nutí sociální sítě k uplatňování státní regulace.	Sociální sítě (vlastněné soukromými subjekty) stanovují a provádějí pravidla moderování obsahu nezávisle.
Co?	Pravidla moderování obsahu a jejich aplikace, mimo jiné u: <ul style="list-style-type: none"> ● fake news ● nenávistných projevů ● znepokojivého obsahu ● věkově nevhodného obsahu ● dalšího citlivého obsahu. 	
Kdy?	Nyní i v blízké budoucnosti. Debata je zaměřena na budoucnost.	
Jak by to vypadalo v praxi?	Veškerá regulace je vytvářena v demokratickém procesu, je transparentní a její provádění je vynucováno zákonem. Špatná aplikace ze strany platformy by vedla k sankcím, jako jsou pokuty, zablokování a další opatření.	Facebook a Twitter mají odlišné zásady. Každý uživatel může kdykoli nahlásit obsah, ale záležitost je řešena interními algoritmy nebo zaměstnanci a může být subjektivní. Opatření však mohou být mnohem aktuálnější, flexibilnější a přizpůsobená dané platformě.

Vyloučení extrémů	Nepodporujeme myšlenkovou policii a nehodláme úplně zakazovat sociální sítě.	Nepodporujeme radikální svobodu projevu a žádnou nebo špatnou kontrolu ze strany platforem. Jsme však přesvědčeni, že pravidla a jejich dodržování by měli řešit vlastníci.
Reálné příklady nebo analogie	Státy již trestají předsudečné násilí, pomluvy nebo podvody bez ohledu na to, kde k nim došlo. Mezi další podobné politiky patří regulace umělé inteligence nebo opatření proti dezinformacím v EU.	Twitter před vládou předvedl důležité iniciativy, např. označování fake news v pandemii COVID-19 nebo ověřování účtů.

Možné argumenty

Propozice

1. Politiky platforem jsou vždy pod vlivem opačných zájmů vlastníka

Platformy patří vlastníkovi, jehož zájmy jsou často v rozporu s uživateli nebo veřejným dobrem. Akvizice Twitteru Elonem Muskem a znovuotevření účtu Donalda Trumpa (který dříve s využitím fake news inspiroval útok na Kapitol) jsou pozoruhodnými příklady závislosti platformy na zisku. I ta nejlepší politika může být změněna ze dne na den bez jakéhokoli náznaku či odpovědnosti.

2. Platformy nejsou ve svých činnostech transparentní

Platformy sociálních médií nesdílejí (nebo dokonce nejsou schopny sdílet) proces kontroly obsahu, např. v případě hlášení účtů, a to kvůli složitým algoritmům, které většinu operací zpracovávají. Algoritmy nejsou veřejně dostupné a regulované, a proto nikdo nemůže jejich rozhodnutí účinně zpochybnit. Vládní zásah by platformy donutil alespoň k dosažení žádoucích cílů a byl by posuzován na základě důsledků kontroly.

3. Státní regulace odráží místní zákony, kontext a morálku.

Společnosti provozující sociální sítě obvykle sídlí v USA nebo v jiných zemích, což neodpovídá místním zákonům, kontextu a morálce například Brazilců, Španělů nebo Egyptanů. Proto je třeba, aby se moderování obsahu řídilo místními zákony, a ne aby bylo vynucováno úzce zaměřenou a privilegovanou perspektivou USA. I kdyby se platformy chtěly řídit stovkami místních předpisů, zdá se, že je velmi obtížné je realizovat a téměř nemožné je spolehlivě každodenně řídit.

4. Vládní zákony jsou obvykle konzultovány se zúčastněnými stranami (podniky, občany, nevládními organizacemi) a jsou stabilnější, což od počátku vytváří větší důvěru v provoz a větší dodržování zákonů.

Platformy nemají povinnost ani motivaci vést otevřenou diskuzi, což vyvolává negativní odezvu ze strany společnosti, neposlušnost a celkovou nedůvěru ve společnosti.

Opozice:

1. Vláda nemá pravomoc zajistit účinnost regulace.

Úředníci, zúčastněné strany, a dokonce ani externí odborníci nemají přístup k důvěrným informacím o algoritmech, jejich budoucím fungování a důsledcích zamýšlených pravidel. Politici jen zřídka rozumí moderním technologiím, a proto nejsou schopni vytvářet účinné zákony nebo přimět platformy k odpovědnosti.

2. Vládní regulace by zpomalila a snížila flexibilitu moderování obsahu.

Povaha sociálních médií je neuvěřitelně dynamická, což vyžaduje vysokou flexibilitu, přizpůsobení a reakci v řádu hodin nebo dnů. Zákonodárná nebo výkonná moc je příliš pomalá a pouze by zvýšila dosah škodlivého obsahu. Například dezinformační kampaně o změně klimatu jsou rychlé, masivní, nejednoznačné a souvisejí s aktuálními zprávami, takže regulace často není schopna jim zabránit nebo na ně reagovat, pokud není založena na preventivních algoritmech a pokročilých informacích o uživatelích, které nejsou vládě přístupné.

3. Vládní zásahy jsou vždy politicky motivované.

Platformy sociálních sítí mají jasnou motivaci vyhovět co největšímu počtu uživatelů, včetně těch citlivých a znevýhodněných, ale také zklamaných záplavou fake news na své zdi. Politici se zaměřují na politické cíle a upřednostňují agendu a zájmy voličské základny. Proto je pravděpodobné, že vládní zásahy vytvoří diskriminační a nespravedlivé moderování obsahu, např. protiimigrační vláda by rozptýlila definici nenávistných projevů tak, aby byla neúčinná. Soukromé subjekty nemusí být dokonalé, ale alespoň jsou vůči uživatelům odpovědnější než politici.

4. Schopnost platforem účinně moderovat obsah se stává konkurenční výhodou.

Stále více uživatelů požaduje od platforem účinnou kontrolu, např. označování fake news, odstraňování destruktivních účtů, preventivní opatření nebo automatické ověřování faktů u obsahu o změně klimatu. Proto více platforem (jako Twitter a Instagram) zlepšuje své moderátorské úsilí zdola, což by státní regulace jen zničila.

Zprávy, šum a neutralita

Případová studie - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Téma

Tato vláda by zavedla doktríny spravedlnosti (fairness doctrines) v hlavních zpravodajských organizacích.

Kontext

V současném světě se zpravodajské organizace samy rozhodují v kolik hodin, s jakými hosty a v jakém rozsahu budou informovat o událostech, debatách nebo kontroverzních tématech. Některá média používají vnitřní pravidla a předpisy pro objektivitu, neutralitu nebo férové mediální pokrytí. Většina médií však pokrývá témata a události a zve hosty na základě své agendy, předsudků, zájmů a preferencí.

Jaký je problém nebo rozhodnutí, které je třeba učinit?

Velké zpravodajské organizace mají obrovský politický, sociální a kulturní vliv. Proto je v zájmu společnosti regulovat média tak, aby posilovala demokracii a svobodu. Bohužel pouhý přístup k platformě, jako hlavní vysílací společnosti, byť jen na několik minut, je pro některé občany, organizace a hlasy téměř nemožný. Otázkou je, jak vyvážit soukromé a veřejné zájmy a také jak zlepšit veřejný diskurz.

Jaká jsou břemena?

Propozice musí prokázat, že státní zásahy do médií s cílem zajistit spravedlivé zpravodajství jsou nejlepším způsobem (lepším než proveditelné alternativy) řešení současných problémů. Kromě toho musí propozice poskytnout argumenty, proč je omezení svobody soukromých subjektů oprávněné.

Opozice musí dokázat, že status quo nebo proveditelné alternativy jsou lepšími možnostmi řešení daných problémů nebo že stát nemá na takový zásah právo.

Jaké jsou protichůdné návrhy?

	S doktrínami spravedlnosti (PROP)	Bez státem řízených doktrín spravedlnosti (OPP)
Kdo?	Zasahuje státní správa.	Většinou soukromí vlastníci (soukromé firmy, jednotlivci, akcionáři) rozhodují samostatně.
Co?	Povinnost, která má zajistit spravedlivé zastoupení různých názorů a vyvážené pokrytí kontroverzních témat ve vysílání. Pouze ve velkých zpravodajských organizacích, jako jsou CNN (USA), BBC (Velká Británie), TVN (Polsko), Deutsche Welle (Německo).	Svoboda samostatně rozhodovat o tom, jaké pozvat hosty, jakým tématům se věnovat, kolik času věnovat tématům a hostům atd.
Kdy?	V blízké budoucnosti. Debata je zaměřená na budoucnost.	
Jak by to vypadalo v praxi?	V otázkách, jako jsou interrupce, by všechna média měla zvat pro-life a pro-choice aktivisty a další. Demonstrace jsou v médiích pokryty úměrně účasti bez ohledu na dané události nebo zájmy.	V otázkách, jako jsou interrupce, redaktoři vylučují náboženské představitele, protože média věří v sekulární stát nebo nezmíní vlivné zastánce názorů proti vědě. Demonstrace jsou v médiích pokrývány úměrně jejich významu a společenskému zájmu, nikoli pouze podle počtu účastníků.
Vyloučení extrémů	Nechceme, aby se zapojili všichni, protože by to ochromilo pokrytí. Omezujeme se na max. 5 hostů z nejvíce zastoupených skupin a omezujeme pokrytí demonstrací na současný, běžný způsob pokrytí.	Odsuzujeme média, která nezmíní ženy nebo ignorují významné sociální skupiny. Domníváme se však, že změna by měla probíhat zdola nahoru.

Reálné příklady nebo analogie	Fairness Doctrine z USA, ale uplatňovaná účinněji. Další příklad: pravidlo nestrannosti (impartiality rule) v BBC.	Nejvýznamnější zpravodajské organizace jako The Economist, CNN a South China Post ukazují rozmanitost názorů bez závazků vůči státu.
--------------------------------------	--	--

Možné argumenty

Propozice

1. Stávající motivace na trhu zvyšují polarizaci.

Vzhledem k omezenému času a příležitostem, kdy občané konzumují média, existuje silná motivace pro provozovatele vysílání, aby v co největší míře vyhověli předsudkům a zaujatosti diváků, protože to zvyšuje emocionální odezvu, interakce a udržení diváků ve všech mediálních kanálech. Polarizovaná média zvou jednostranné hosty, napodobují odborníky, ignorují protichůdné události a názory a také zveličují význam a podtext některých událostí. Tento cyklus může přerušit pouze státní zásah.

2. Soukromé zájmy mediálních organizací zkreslují realitu a demokratickou volbu. Při regulaci je třeba uplatňovat pravidlo vyššího dobra.

Většina velkých vysílacích společností je v soukromém vlastnictví, jsou to organizace motivované ziskem a mají ekonomické a politické zájmy. Proto výběr příběhů, zpravodajství a hostů, i když se tváří spravedlivě a objektivně, může významně vyloučit důležité vlivné skupiny nebo události z veřejného diskurzu a dále z demokratické reprezentace.

Vlastníci médií mohou mít navíc motivaci vyloučit osoby, události a příběhy, které by mohly jakýmkoli způsobem poškodit jejich zájmy. Například média působící v EU, ale vlastněná USA, pravděpodobně nebudou zviditelňovat žádné hosty kritické vůči americké vládě.

3. Svoboda projevu má zvýšit rozmanitost názorů. Pokud by se používala k omezování rozmanitosti názorů, bylo by to nekonzistentní.

Někteří redaktoři tvrdí, že mediální kanály si mohou zvát, koho chtějí, a informovat o čemkoli a jakkoli, protože mají svobodu slova. Taková úvaha by vedla k absurdním závěrům, že média, která aktivně umlčují některé důležité hlasy, jsou propagátory svobody slova. Proto je takový postoj nelegitimní a nekonzistentní.

4. Doktrína spravedlnosti zvyšují kvalitu veřejné diskuse a kvalitu demokratického zastoupení ve volbách.

Větší rozmanitost a rovnost v diskusi znamená více příležitostí k nápravě, výměně názorů a vyslechnutí jiných názorů, což divákům umožňuje být kritičtější a otevřenější. Např. média by mohla zveřejňovat konspirační teorie o globálním oteplování bez klimatického aktivisty nebo vědce v redakci.

Opozice

1. Průměrný člověk má dnes historicky největší přístup k různým názorům z celého světa.

Možnost přístupu k různým názorům, zájmovým skupinám nebo dokonce k přenosům událostí, jejich čtení a propojení s nimi je díky bezplatným a běžným platformám sociálních médií a bezplatným možnostem streamování nejsnazší a nejdostupnější v historii. Proto jsou nároky na zásah, který má vyřešit neexistující problémy, přehnané a nelegitimní.

2. Soukromé a často protichůdné zájmy různých organizací jsou zárukou svobody a rozmanitosti.

Média soutěží o diváky, a proto mají jasný zájem na tom, aby se věnovala různým občanům a skupinám a aby se týkala událostí, které nejsou pokryty jinými mediálními organizacemi. Doktrína spravedlnosti by sice prosadily určitou rozmanitost, ale snížily by celkový přístup k mediálním platformám pro mnoho dalších zúčastněných stran, které by se nevešly v rámci státní regulace.

Např. doktrína spravedlnosti by poskytly záminku k tomu, aby nebylo možné pozvat občanský volební výbor ve Francii, zatímco v programu jsou již 3 hlavní politické strany.

3. Doktríny spravedlnosti podporují destruktivní konflikty a polarizaci.

Aby se zvýšila šance na pokrytí, musí být osoba, skupina nebo událost co nejdále od druhé strany. Proto i kdyby skupiny byly umírněné a ve většině otázek se shodovaly, musely by se lišit, polarizovat a nesouhlasit, aby se zvýšil jejich vysílací čas. To je pro veřejnou diskusi destruktivní. Například někteří konzervativní politici by mohli být povzbuzováni k radikálnějšímu postoji v otázce imigrace (např. dehumanizace migrantů), aby se zvýšila jejich šance na pozvání.

4. Doktríny spravedlnosti jsou těžko kontrolovatelné, a proto by mohly snadno sklouznout k cenzuře, která by měla na média zmrazující účinek.

Neexistuje jasná klasifikace toho, kdo je odborníkem nebo hodnotným řečníkem na jakékoli téma a jakou stranu zastupuje. Neexistuje ani klasifikace toho, kolik a jakých stran existuje k danému problému. Proto se zdá, že jakékoli provádění doktríny spravedlnosti je příliš náročné a riskantní a mohlo by skončit nadměrnou cenzurou.

Zprávy, šum a neutralita

Případová studie - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Téma

Tato vláda by zakázala politickou reklamu na sociálních sítích

Kontext

Díky pokročilému cílení politických kampaní na sociálních sítích je přesvědčování voličů vysoce účinné, finančně výhodné a obtížně odhalitelné. Cílení využívá obrovské množství dat o konkrétních uživateli (shromážděných pro jiné účely, jako jsou hry nebo přátelské interakce) a přizpůsobuje jim politické sdělení několikrát ve správný okamžik s patřičnými emocemi.

Jaký je problém nebo rozhodnutí, které je třeba učinit?

Otázkou je, zda politická reklama neposkytuje nepřijatelnou politickou výhodu, zda je etická a zda zlepšuje demokracii.

Jaká jsou břemena?

Propozice musí prokázat, že politická reklama přináší tolik škody, že to ospravedlňuje její zákaz (nikoliv regulaci nebo vzdělávání či jiné opatření).

Opozice musí prokázat, že zákaz je nepřiměřený a mohl by vést k ještě horším důsledkům. Opozice může navíc argumentovat tím, že politická reklama na sociálních sítích přináší určité výhody, které převažují nad škodami.

Jaké jsou protichůdné návrhy?

	Zákaz politické reklamy na sociálních sítích (PROP)	Sociální sítě s politickou reklamou (OPP)
Kdo?	Stát zakazuje politickou reklamu platformám, politikům, prostředníkům a jakýmkoli dalším lidem.	Každý může na sociálních sítích využívat politickou reklamu.
Co?	Zákaz politické reklamy, tedy jakékoliv reklamy s politickým kontextem nebo s cílem (byť nepřímým) ovlivnit voliče. Reklamy zahrnují videospoty, vizuály nebo jakékoli informace poskytované politiky organizovaným a záměrným způsobem s cílem ovlivnit volební rozhodnutí. Nepatří sem organické online aktivity občanů a příznivců, nezávislých novinářů nebo organizací lobbujících za své zájmy.	
Kdy?	V blízké budoucnosti. Debata je zaměřená na budoucnost.	
Jak by to vypadalo v praxi?	Politická reklama by byla trestným činem, který by byl posuzován v okamžitém soudním řízení.	Politická reklama je na sociálních sítích povolena ve všech formách aktivit: příspěvky, reklamy, videa, komentáře, příběhy, reely atd.
Vyloučení extrémů	Nepodporujeme penalizaci politických diskusí občanů ani potlačování politických debat na sociálních sítích.	Nepodporujeme šíření lží nebo nenávistných projevů za účelem politického zisku.
Reálné příklady nebo analogie	Pomluvy ve volební kampani obvykle projednává soudce do 48 hodin, aby se omezil jejich dopad na hlasování.	Politická reklama na sociálních sítích se neliší od dobře promyšlených politických kampaní na billboardech.

Možné argumenty

Propozice

1. Politická reklama na sociálních sítích propaguje nejbohatší, nikoli nejlepší kandidáty.

Politická reklama na sociálních sítích vyžaduje značný kapitál (např. nákup dat uživatelů nebo trollí farmy), know-how a přístup k datům, což je pro většinu kandidátů nedostupné. I když má mnoho kandidátů přístup k takovým zdrojům, vítězem je vždy ten bohatší díky obrovské výhodě v přesnosti a kvalitě reklamy, vyššímu dosahu, vyšších online interakcí a udržení. Takové znevýhodnění zkrusluje hlasování do té míry, že se ztrácí řádné zastoupení.

2. Algoritmy platforem nejsou transparentní ani odpovědné, ale ovlivňují volební výsledky.

Způsob, jakým algoritmy vybírají a zobrazují obsah uživatelům, není jednoznačný a neustále se mění. Stát ani soudy nemají možnost zjistit, jak bylo o výběru rozhodnuto a na které uživatele byla jaká sdělení cílena, což usnadňuje, ztraktivňuje a zefektivňuje manipulaci, klamání a dezinformace. Tvrdí se, že kampaň za brexit byla významně ovlivněna manipulací v sociálních médiích. Není překvapením, že v prvním čtvrtletí roku 2023 většina průzkumů ukázala, že většina občanů Spojeného království by hlasovala pro členství v EU.

3. Poškození voleb je nevratné.

Fake news, nenávistné kampaně nebo šíření poplašných zpráv přináší politický zisk, i když budou později nahlášeny a staženy. Efektu již bylo dosaženo. I u soudu by bylo obtížné prokázat rozsah škody, takže trest by byl obvykle podhodnocen.

4. Reklamní algoritmy sociálních sítí podporují polarizaci a radikalizaci.

Reklama má lepší výsledky, pokud vyvolá silnou emocionální odezvu u co největšího počtu lidí. Proto se v reklamě běžně využívá rozněcování vyhrocených konfliktů, šíření radikálních tvrzení a přehánění. Takové algoritmy přinášejí platformám výhody, takže je nepravděpodobné, že by se v blízké budoucnosti změnily.

Opozice:

1. Politický projev je nejzákladnějším projevem svobody projevu.

Prezentace politických myšlenek občanům je v demokracii nejzákladnějším lidským právem. Navíc vše, co je prezentováno na sociálních sítích, by stejně bylo řečeno v reálné kampani nebo v televizním programu. Proto je zákaz politické komunikace z důvodu její efektivity pro demokracii kontraproduktivní.

2. Politická reklama na sociálních sítích je jedním z nejlevnějších výdajů na kampaň a umožňuje začínajícím politikům získat příznivce.

V porovnání s tradičními způsoby propagace kandidátů (otevřená setkání, tištěná reklama a spoty v televizi) nabízejí sociální sítě bezplatné nebo výrazně levnější možnosti budování základny příznivců. Reklama na sociálních sítích navíc umožňuje zacílit na nerozhodnuté voliče, ale také na příznivce protikandidátů, což snižuje polarizaci a zvyšuje zastoupení.

3. Sociální sítě jsou dvousečnou zbraní. I odpůrci mohou takovou reklamu využít k prosazení své věci. Neexistuje žádná nerovnost.

Měli bychom podporovat politiky, aby byli inovativnější ve způsobech, jak porozumět občanům a nabídnout jim hodnotná opatření. Proto jakýkoli způsob odstranění politické reklamy na sociálních sítích odrazuje od politiky ty nejambicióznější a nejhodnotnější kandidáty.

4. Reklama na sociálních sítích umožňuje skutečný a jedinečný dialog s voliči díky komentářům, lajkům a možnostem sdílení.

Tradiční reklama (bannery, televizní spoty, novinové inzeráty) neumožňovala okamžitou interakci, což vytvářelo falešný dojem shody a podobnosti, zatímco společnost je velmi rozmanitá a potřebuje více druhů rozhovorů.

Zprávy, šum a neutralita

Případová studie - Radosław Czekan - Fundacja Polska Debatuje

Téma

Tato vláda preferuje svět bez státem financovaných zpravodajských organizací (např. SABC, BBC, Al-Džazíra, Deutsche Welle atd.).

Kontext

Zpravodajské organizace jsou obvykle ve vlastnictví státu, soukromých vlastníků nebo zájmových skupin. Příkladů státem financovaných médií je mnoho: BBC ve Velké Británii, Deutsche Welle v Německu, TVP v Polsku, SABC v Jihoafrické republice, Al-Džazíra v Kataru nebo CBC v Kanadě.

Jaký je problém nebo rozhodnutí, které je třeba učinit?

Státem financovaná média jsou široce dostupná, bezplatná a pro občany představují běžný zdroj informací. Vláda má však silnou motivaci tato média ovlivňovat stanovováním agendy, vštěpováním slabé či silné propagandy a nekalou manipulací s trhem. Jako oficiální vlastník nebo hlavní financující instituce si stát může (i když nemusí) vybrat a odvolat správní radu, šéfredaktory, konkrétní novináře nebo ovlivňovat program. Státem financovaná média proto mohou demokracii přinést obrovský prospěch nebo být prvním hřebíkem do rakve demokracie.

Jaká jsou břemena?

Propozice musí dokázat, že svět bez státem financovaných zpravodajských organizací by byl lepší. Propozice musí představit a charakterizovat, jak by svět vypadal bez státem financovaných médií. Kdo by nastoupil na jejich místo? Jak by se změnila spotřeba médií?

Opozice musí dokázat, že status quo se státem financovanými médii by byl komparativně lepší.

Jaké jsou protichůdné návrhy?

	Bez státem financovaných médií (PROP)	Se státem financovanými médii (OPP)
Kdo?	Státní správa	Většinou soukromí vlastníci (soukromé firmy, jednotlivci, akcionáři)
Co?	Svět se změní jako mávnutím kouzelného proutku a státem financované zpravodajské organizace mizí.	Současný stav
Kdy?	Počínaje zítřkem. Debata je zaměřená na budoucnost.	
Jak by to vypadalo v praxi?	Stát nefinancuje média, ale může mít vlastní komunikační kanály (jako jsou webové stránky, účty na sociálních sítích, tiskové konference a oficiální oznámení). Stát by pravděpodobně získával ve velké míře pokrytí různými soukromými médii s různými úhly pohledu.	Stát financuje některá média a má nad nimi různou úroveň kontroly. Čím demokratičtější je stát, tím větší je pravděpodobnost nezávislosti státních médií.
Vyloučení extrémů	Neobhajujeme každého soukromého vlastníka (jako Murdoch Family a Fox News).	Nebráníme státní média v nedemokratických zemích, jako je Severní Korea nebo Rusko.
Reálné příklady nebo analogie	Mediálnímu trhu v USA dominují soukromé subjekty a nejsou zde významné státní zpravodajské organizace.	BBC a Al-Džazíra jsou skvělým příkladem kvalitní žurnalistiky financované státem.

Možné argumenty

Propozice

1. Státem financovaná média jsou ze své podstaty neobjektivní a nebezpečná pro svobodu slova.

Ani sebelepší regulace nedokáže zajistit spravedlivé a objektivní pokrytí, což veřejné výdaje činí nelegitimními. Vláda má silnou motivaci ovlivňovat zpravodajství, a i když to nedělá, může to mít na novináře mrazivý účinek. V soukromých médiích je hlavním hodnotitelem a determinantem práce konečný divák (také tzv. občan). V médiích financovaných z veřejných zdrojů mohou o snížení nebo restrukturalizaci rozpočtu rozhodovat politici.

2. Soukromá média zastupují veřejný zájem mnohem lépe.

Státem financovaná média musí vycházet vstříc dominantním politikům nebo politickým stranám, protože na tom závisí jejich existence, jako je tomu v Kataru nebo v Polsku, takže je vláda může snáze ovlivňovat.

Soukromá média jsou kvůli tržním motivacím nucena vycházet vstříc většině občanů a často i těm znevýhodněným (aby se rozšířila divácká základna), takže i v případě soukromého vlastnictví jsou novináři mnohem více ovlivňováni diváky než vlastníky. Například o řadě kontroverzních zákonů odhlasovaných v Polsku státní média mlčela (žádné informace nevedou k protestům), zatímco je signalizovala soukromá stanice TVN vlastněná soukromými vlastníky z USA (informace vedly k pouličním protestům a stažení zákonů).

3. Státem financovaná média poškozují hospodářskou soutěž na trhu.

Teoreticky neomezený rozpočet a možnosti jeho rozšiřování činí provoz soukromých místních, celostátních a regionálních zpravodajských stanic mnohem obtížnějším a nestabilnějším, což potlačuje konkurenci a odrazuje nezávislé investory nebo stakeholdery od zakládání nových zpravodajských organizací. Některá státem financovaná média dominují i regionálnímu a globálnímu veřejnému diskurzu (jako BBC, Al-Džazíra, Axel Springer-Politico) s malou možností vstupu na trh pro jiné organizace.

Opozice:

1. Soukromá média jsou ještě neobjektivnější a nebezpečnější.

Soukromé společnosti nebo jednotlivci utvářejí příběh podle svých zájmů a zisků. Například mezinárodní mediální konglomeráty, jako je Axel Springer (německý kapitál), mohou v různých evropských zemích (například v Polsku) ovlivňovat veřejnou diskusi ve prospěch svých obchodních zájmů.

Jeff Bezos (majitel Wall Street Journal) je schopen potlačit vyšetřování a kritiku svých podniků ze strany novinářů a oslabit publikované argumenty o přerozdělování bohatství (např. daně nebo příjmové stropy). Vliv WSJ není jen v USA, ale i v jiných částech světa, kde je běžně citován.

2. Státem financovaná média jsou lépe kontrolována demokratickým procesem.

Všechny politické strany a občané mají jasný zájem na tom, aby manipulace a cenzura nebyly povoleny. Proto právní předpisy a regulace zajišťují nezávislost médií jako v BBC.

3. Státem financovaná média pokrývají a zastupují zájmy společnosti.

Například soukromá média mají malou motivaci zabývat se globálními změnami klimatu (kvůli nízké úspěšnosti článků, a tím i zisků). Státní média se o sledovanost bát nemusí a mohou povědomí veřejnosti spíše formovat, než na něj pouze reagovat. Na druhou stranu se od státem financovaných médií obvykle očekává, že budou pokrývat témata důležitá pro co nejširší skupinu obyvatel dané země bez ohledu na jejich postavení nebo názory.

4. Státem financovaná média slouží jako nezbytná protiváha k polarizujícím soukromým médiím.

Tržní motivace pro soukromá média podporují polarizující zprávy a mediální pokrytí. Absence alternativy v podobě neziskového zpravodajství financovaného státem by ještě více posílila rozdělení společnosti.