

Empowerment jako komunikační princip

Zmocňování a dialog

doc. MgA. Jan Motal, Ph.D.

^[1] Fakulta sociálních studií
Masarykova univerzita

^[2] Cyrilometodějská teologická fakulta
Univerzita Palackého v Olomouci

Materiály k výuce etiky médií, 2025

MUNI



Cyrilometodějská
teologická fakulta

Obsah

1 Empowerment čili zmocňování

- Co je to empowerment?
- Julian Rappaport
- Paulo Freire

2 Mohou média zmocňovat?

- Elizabeth M. Rocha
- Zmocňující leadership

3 Zdroje

Oddíl 1

Empowerment čili zmocňování

Pojem se objevuje spolu se zpochybněním paternalismu expertů v sedmdesátých letech – aplikovaná etika integruje různé podoby empowermentu především v oblasti sociální práce, politiky a zdraví:

- empowerment čili zmocnění je míra autonomie či sebeurčení lidí a komunit
- jeho prostřednictvím lidé mohou projevovat svoje postoje a zájmy a jednat sami za sebe
- smyslem je dát lidem možnost řídit svůj život, uskutečňovat svá práva, hrát aktivní roli v organizaci své práce

Julian Rappaport

- většina problémů, které řešíme jako společenství, jsou paradoxní povahy¹ – každé řešení znamená narušení (např. spravedlnost vyžaduje omezení svobody, rights vs. needs)
- na jeden problém existují různá řešení, často konfliktní
- proto je potřeba sociální problémy řešit *dialekticky*, spíše než konsenzuálně – není možné se řídit pouze expertními radami, ale je třeba brát v úvahu i zkušenosti lidí
- zmocnění je *proces*, jehož prostřednictvím lidé a skupiny získávají kontrolu nad svými životy, nevede vždy ke stejným výsledkům
- tato získaná kontrola může být politická, ekonomická, mezilidská, psychologická nebo duchovní
- nejnanechť je definováno, když chybí: neschopnost, naučená bezmoc, odcizení, pocit ztráty kontroly nad vlastním životem

¹Rappaport, Julian. "In praise of paradox: A social policy of empowerment over prevention". 1981.

Jak se to liší od vzdělávání?

- zmocňování předpokládá, že schopnost jednat lidé už v sobě mají, že není potřeba je tomu učit jako ve škole – nové kompetence se získávají v každodenním životě tím, že aktivně jednáme a rozvíjíme možnosti, které už máme
- to zároveň znamená, že strategie a mechanismy zmocňování se liší skupinu od skupiny, místo od místa – mají lokální charakter (bottom-up, grassroots) a uskutečňují se v sousedstvích, rodinách, církvích, klubech, dobrovolných sdruženích
- zmocňování posiluje lokální a skupinové vazby, na rozdíl od „top-down“ řešení, která je narušují ve prospěch expertních struktur
- úspěšnost zmocňování nelze „měřit“ jednotným způsobem – musí si je definovat lidé, kterých se to týká, sami

Paulo Freire (1921–1997)

- **kritická pedagogika** zpochybňuje roli učitele jako toho, kdo je držitelem „vědění“, jež ukládá do studujících jako do banky („bankovní vzdělávání“)
- hierarchizované vztahy nahrazuje horizontálními, demokratickými – učitelstvo i studující uznávají, že mají rozdílné zkušenosti a expertízu a mohou si je navzájem nabízet a obohacovat se
- Freire ukazuje, že nástrojem vzdělávání má být dialog a cílem emancipace
- „bankovní“ vzdělávání a osvěta je „top-down“ – reprodukuje utiskující vztahy, lidé je internalizují
- kritický přístup proti tomu vede ke **conscientização** (kritickému vědomí nebo zvědomování), kdy lidé rozeznávají a chápou vnitřní rozpory sociální a politické reality, v níž žijí – což umožňuje postavit se utiskujícím mechanismům a strukturám

Aktivita I: Hlas komunity

- vytvořte týmy po pěti lidech, rozdejte si role (je li vás méně, slučujte facilitaci, zapisování a mluvčí):
 - 1 facilitátor/ka (hlídá čas, vede kroky)
 - 2 zapisovatel/ka
 - 3 advokát/ka komunity (prosazuje perspektivu dotčených)
 - 4 ďáblův advokát (hlídá rizika, možné újmy, bias)
 - 5 mluvčí (kdo bude prezentovat výstup)
- navrhnete mediální mikro-kampaň pro sociální sítě (Reels, TikTok, krátký thread příspěvků apod.), která otevře dialog o společenském problému
- nejprve zmapujte aktéry a jejich mocenské role, vytvořte otázky do ankety, navrhnete výstup, který bude zahrnovat i prvky spolupráce (anketa, call for voice, aktivizace...), prezentujte výsledek (pitch na 1 min.)

Oddíl 2

Mohou média zmocňovat?

Jak se může projevovat moc v komunikaci?²

- 1 moc má prostorovou dimenzi – jsou tu lidé „nad“ druhými (elity), kontrola
- 2 má i svoji sociální dimenzi – můžeme druhé ovlivňovat, působit na ně
- 3 moc se projevuje konvencionalizací morálky (pojetí morálky mocných se stává „normálním“)
- 4 prevence opozice (zabránit tomu, aby se nějaká témata vůbec objevila, nastolování agendy)
- 5 moc jako dispozice – schopnost disponovat mechanismy, nástroji (např. komunikačními prostředky), vlastnictví médií (oligarchizace, zájmy vlastníků), kontrola nad informacemi (expertní vědění) apod.

²Fortunati, Leopoldina. “Media Between Power and Empowerment: Can We Resolve This Dilemma?” 2014.

„Empowerment je proces, díky kterému získávají lidé kontrolu nad svými osobními záležitostmi, vliv na politické problémy, které se jich dotýkají, schopnost vyjádřit své vlastní příběhy, schopnost samostatného jednání a transformace sebeurčení, schopnost získat přístup k informacím a zdrojům, sebevědomí a autonomii k tomu, aby mohli činit smysluplná a svobodná rozhodnutí a převádět svá rozhodnutí do požadovaných činů a výsledků, zvýšit svou schopnost ovlivňovat svůj život a komunitu, ve které žijí, atd.“³

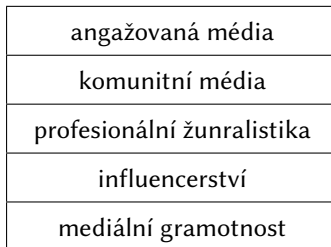
³Fortunati, Leopoldina. “Media Between Power and Empowerment: Can We Resolve This Dilemma?” 2014, s. 174.

Elizabeth M. Rocha⁴

politický empowerment (institucionální změna)
společensko-politický empowerment (změny v komunitě)
mediovaný empowerment (expert-klient, profesionální rovin)
zanořený individuální empowerment
atomizovaný individuální empowerment



⁴Rocha, Elizabeth M. "A Ladder of Empowerment". 1997.



Empowerment „dovnitř“ médií I

Leadership v médiích⁵:

- 1 direktivní vedení – vedení z pozice moci, příkazy, úkolování, zastrašování
- 2 transakční vedení – zaměření na odměnu, „něco za něco“, podpora výkonu s očekáváním odměny
- 3 transformující vedení – stimulace, inspirace, vize, idealismus, vyzývání statu quo
- 4 zmocňující vedení – podporuje sebe-odměňování, sebe-vedení, participaci, společné stanovování cílů, týmová práce, self-management

⁵Pearce, Craig L. et al. “Transactors, transformers and beyond: A multi-method development of a theoretical typology of leadership”. 2003.

Empowerment „dovnitř“ médií II⁶

- vedení ne silou moci, ale příkladem, participační rozhodování, konzultace, sdílení informace, péče (průběžné sledování stavu redakce)
- decentralizace autority, důraz na zodpovědnost, podpora nezávislého rozhodování, sdílení informací, kultivace schopností a podpora inovací
- podmínky vedení: osobní vlastnosti, vztah k podřízeným (důvěra, vzájemnost), organizační rovina, kulturní faktory
- vedoucí musí být otevřený rizikům, empowerment je snižován tlakem na výkon, organizační obavou z rizik, mocenským statutem
- vliv *genderu*: muži jsou více transakční (odměna/trest, moc z pozice autority), ženy více používají demokratické a participační mechanismy = transformující leadership

⁶Liu, Yingying. “The Review of Empowerment Leadership”. 2015.

Aktivita II – Empowerment publika – stejný fakt, více publik

- každá skupina převypráví stejný obsah pro jinou sociální skupinu, aniž by se ztratila novinářská přesnost a etika:
 - 1 nízkopříjmoví/prekarizovaní (čas, směny, nedůvěra)
 - 2 instituce/manažeři/ky (reputace, KPI)
 - 3 senioři/ky (dostupnost, bezpečí)
 - 4 pečující, samoživitelé/ky (logistika, hlídání, rozpočet)
 - 5 migranti/migrantky (integrace, info v jazyce)
- v týmech si rozdělíte role:
 - 1 editor/ka (řídí proces, hlídá žurnalistická pravidla)
 - 2 reportér/ka (tvorí obsah)
 - 3 analytik/čka publika (zastupuje publikum)
 - 4 koordinátor/ka inkluze a etiky (hlídá rizika, co chybí, stereotypy apod.)
 - 5 mluvčí
- vytvořte si rozvahu o publiku (určete proč je to pro ně důležité, bariéry porozumění/přístupu), komunikačním stylu a kanálech, návrh žánru (nezapomeňte na call-to-action / infoboxy – aktivizační prvky) a mini-plán distribuce. Představíte to opět v krátkém pitchi (na max. 5 minut)

Oddíl 3

Zdroje

Použité zdroje I



Fortunati, Leopoldina. “Media Between Power and Empowerment: Can We Resolve This Dilemma?” In: *The Information Society* 30.3 (27. květ. 2014). Publisher: Routledge _eprint:

<https://doi.org/10.1080/01972243.2014.896676>, s. 169–183. ISSN: 0197-2243. DOI: 10.1080/01972243.2014.896676. URL: <https://doi.org/10.1080/01972243.2014.896676> (cit. 27.10.2025).



Liu, Yingying. “The Review of Empowerment Leadership”. In: *Open Journal of Business and Management* 03.4 (2015), s. 476–482. ISSN: 2329-3284, 2329-3292. DOI: 10.4236/ojbm.2015.34049. URL: <http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/ojbm.2015.34049> (cit. 27.10.2025).

Použité zdroje II



Pearce, Craig L. et al. “Transactors, transformers and beyond: A multi-method development of a theoretical typology of leadership”. In: *Journal of Management Development* 22.4 (1. květ. 2003), s. 273–307. ISSN: 0262-1711. DOI: 10.1108/02621710310467587. URL: <https://doi.org/10.1108/02621710310467587> (cit. 27. 10. 2025).



Rappaport, Julian. “In praise of paradox: A social policy of empowerment over prevention”. In: *American Journal of Community Psychology* 9.1 (1981), s. 1–25. DOI: 10.1007/BF00896357.



Rocha, Elizabeth M. “A Ladder of Empowerment”. In: *Journal of Planning Education and Research* 17.1 (1. zář. 1997). Publisher: SAGE Publications Inc, s. 31–44. ISSN: 0739-456X. DOI: 10.1177/0739456X9701700104. URL: <https://doi.org/10.1177/0739456X9701700104> (cit. 27. 10. 2025).