



VEŘEJNOPRÁVNÍ

MÉDIA

INSPIRACE ZMĚNOU

STUDIE

Dataorun



BELGICKÉ KRÁLOVSTVÍ
NIZOZEMSKO
DÁNSKO
FINSKO
POLSKO
VELKÁ BRITÁNIE
SLOVENSKO
NĚMECKO
FRANCIE

2024 Leden / Autoři: Datarun

Kontakt: Vladimír Piskáček, vladimir.piskacek@datarun.cz
Michal Půr, michal.pur@datarun.cz

STUDIE

ÚVOD

V Česku se debata o veřejnoprávních médiích na začátku roku 2024 stále omezuje hlavně na výši poplatků, kterými jejich provoz financujeme, případně na způsob obsazování mediálních rad. V řadě evropských zemí je přitom diskuse vedena komplexně. Stejně komplexní jsou velmi často i změny ve způsobu fungování veřejnoprávních médií, v definici, jakou mají plnit roli, a v tom, jakou pozici ve společnosti zastávají. A hlavně: Zadání, která tato média nově dostávají, se často významně liší od těch, jaká dostávala veřejnoprávní média v minulosti.

Abychom přispěli k diskusi v Česku, rozhodli jsme se ve společnosti Datarun vypracovat studii “Veřejnoprávní média - inspirace změnou”, ve které se podrobně zabýváme postavením a rolí veřejnoprávních médií v devíti evropských zemích.

Pokud bychom diskusi nyní vedenou napříč Evropou chtěli přeložit do našich reálií, daly by se otázky položit takto:

Má Česká televize vyrábět pořady typu StarDance, detektivku Případy 1. oddělení, nebo má zčásti rezignovat na výši sledovanosti a soustředit se spíše na výchovu? Není narušením konkurenčního prostředí, když Český rozhlas provozuje webový zpravodajský portál irozhlas.cz a vrhl se do výroby podcastů, které distribuuje na podcastových platformách? Má se poplatek za Českou televizi a rozhlas stát daní a jejich provoz platit ze státního rozpočtu? Má Česká televize podnikat a prodávat reklamu, nebo se má vzdát těch 800 milionů korun, které tím ročně získá?

Na tyto otázky neexistuje jedna správná odpověď, kterou bychom z jednotlivých zemí dostali. Každá ze zemí, kterými jsme se zabývali, k nim přistoupila odlišným způsobem.

Ve studii jsme se zaměřili na poslední vývoj kolem veřejnoprávních médií ve Velké Británii, Francii, Finsku, Nizozemsku, Belgii, Dánsku, Německu, Polsku a na Slovensku. Země jsme pro studii úmyslně zvolili odlišné, a to geograficky, historicky i kulturně, proto, abychom získali co nejširší obraz o změnách, ke kterým dochází v rámci Evropské unie (a ve Velké Británii).

Cesty, kterými se při úpravě role veřejnoprávních médií tyto země vydaly, jsou rozdílné. V rámci naší studie jsme identifikovali pět klíčových otázek, na které se v jednotlivých státech snažili odpovědět a které zároveň definují oblasti, ve kterých nejčastěji dochází ke změnám oproti zavedeným zvyklostem.

Abychom přispěli k diskusi v Česku, rozhodli jsme se ve společnosti Datarun vypracovat studii “Veřejnoprávní média - inspirace změnou”, ve které se podrobně zabýváme postavením a rolí veřejnoprávních médií v devíti evropských zemích.

Těmito otázkami jsou:

1. Jaký je **smysl** veřejnoprávních médií ve 21. století, co je to ta “veřejnoprávnost”, jak jí co nejlépe dosáhnout, jak má vypadat **obsah**, který veřejnoprávní média vyrábějí?
2. Mají lidé a firmy stále platit **koncesionářské poplatky**, nebo má financování veřejnoprávních médií převzít **stát** a hradit je ze **státního rozpočtu**?
3. Jak narovnat **vztah mezi veřejnoprávními a soukromými médii**, aby ta soukromá nebyla diskriminována, ale status veřejnoprávních zůstal dostatečně významný?
4. Patří obsah vyrobený veřejnoprávními médii na **internet** - a pokud ano, tak do jaké míry - nebo mají tato média zůstat v **televizním a rozhlasovém** prostředí, ze kterého vzešla.
5. Je přípustným zdrojem financování provozu veřejnoprávních médií **reklama**?

EXISTUJÍ DVA HLAVNÍ TRENDY, JEŽ JDOU NAPŘÍČ EVROPSKOU UNIÍ.

Prvním je jednoznačný odklon od tradičního způsobu placení veřejnoprávních médií - poplatky placené lidmi a firmami stále v hojnější míře nahrazuje státní rozpočet. V současné době již ze státního rozpočtu platí svá veřejnoprávní média 17 evropských zemí, jako jsou Dánsko, Finsko, Nizozemsko či Lucembursko (více souhrnně na str. 8). V žádné z těchto zemí - jak vyplývá z údajů mezinárodních organizací - přitom nedochází k ohrožení svobody slova či demokracie. My si tento fakt interpretujeme tak, že podobná diskuse o změně způsobu financování je legitimní i v České republice.

Druhým trendem je tlak na přesnější definici obsahu, který se od veřejnoprávních médií očekává. Jde jak o samotnou definici “veřejnoprávnosti”, tedy přesnějšího určení, co si pod tímto pojmem mají lidé představit. Často je s tím spojené zvýšení “edukační” role veřejnoprávních médií, podpora lokální kultury, zvyků či jazyka své země (například Dánsko, str. 27).

Pokud bychom hledali jeden silný jednotící prvek, který spojuje média zemí s naprosto odlišnou kulturou a historií, pak je to podpora svobody slova a demokracie. Z druhé strany je obvyklý také tlak médií soukromých, která se snaží přílišné expanzi veřejnoprávních médií zabránit. I v zemích s tradičně největší svobodou slova a velkou mediální kulturou, jako je Finsko, probíhají spory vedené snahou nalézt mantinely, za které už veřejnoprávní média jít nemají. Nejde však o snahu média veřejné služby likvidovat či ničit svobodu slova, jen o vymezení rolí v rámci férové hospodářské soutěže.

Nedá se říct, že by existovat jeden univerzální recept, jak toho dosáhnout. Situace v jednotlivých zemích je natolik odlišná - historicky i kulturně - že každá situaci řeší s ohledem na vlastní specifika. Což je pro diskusi v Česku dobrá zpráva. Nejen ze studie, kterou dostáváte do ruky, je podle nás zřejmé, že debata o budoucnosti veřejnoprávních médií a jejich roli v České republice může být opravdu široká. A že případné změny nutně nemusí odrážet snahu podřídit veřejnoprávní média jedné konkrétní politické objednávce, ale naopak. Posílit jejich roli v moderním digitálním světě a zároveň jasně vymezit pole jejich působnosti.

V HLAVNÍ ROLI FINANCE

Stále více zemí financuje veřejnoprávní média jinak než z koncesionářského poplatku, a tedy ze státního rozpočtu. Většinou jde o nějakou formu daně, kdy je sazba stanovena vůči dani z příjmů fyzických a právnických osob. V jednotlivých zemích se pak konkrétní nastavení liší, at’ už jde o výši daňové sazby, osvobození apod. V posledních letech přistoupila ke zrušení koncesionářského poplatku celá řada zemí. Naposledy to bylo vloni Slovensko, o rok předtím Francie. Ještě dříve severské státy, Švédsko od roku 2019, Norsko pak od roku 2020 a Dánsko od roku 2022. Finsko poplatky zrušilo už od roku 2013 a Island tak učinil v roce 2009. Například v Nizozemsku byly koncesionářské poplatky zrušeny v roce 2000, později i v Belgii.

Ve Velké Británii se již několik let diskutuje, zda by občané měli nadále platit licenční poplatky, které tvoří největší podíl na příjmech veřejnoprávní korporace BBC. Diskuse probíhá paralelně s tím, kdy mezi roky 2022 až 2023 přestalo poplatky platit 437 tisíc lidí. Zaznívá, že by měla být zavedena modernější a spravedlivější metoda financování v kontextu s tím, jaké změny na mediálním trhu probíhají a jak se změnil přístup lidí ke sledování médií. Pokud by poplatky byly zrušeny nebo placeny na dobrovolné bázi, jak to chtěla učinit před pár lety vláda Borise Johnsona, pak samozřejmě vystávají otázky, jak by mohla být BBC financována jinak. Alternativou licenčního poplatku může být předplatné, forma poplatku za sledování online obsahu, zvýšení komerčních aktivit nebo větší prostor pro reklamu, která je dnes na kanálech veřejnoprávní služby omezena.

V posledních letech BBC s ohledem na zmrazení výše poplatku, která nereflektovala inflaci, musela zavádět škrty a úspory. BBC pochopitelně trvá na zachování povinnosti poplatky odvádět, přičemž další omezení výběru poplatků by znamenalo výrazný zásah do jejího chodu. Navrhovala změnit způsob jejich výběru tak, aby je lidé hradili společně s fakturou za energie nebo internet. Argumentem pro zachování placení licence zůstává nezávislost na politice a komerčním vlivu a množství vlastních pořadů.

POPLATKY VS. STÁTNÍ ROZPOČET

Na provoz veřejnoprávních médiích přispívají poplatky obyvatelé 10 zemí Evropské unie, konkrétně jde o ČR, Chorvatsko, Irsko, Itálii, Německo, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Řecko a Slovinsko.1

TABULKA 1: PŘEHLED ZEMÍ S KONCESIONÁŘSKÝMI POPLATKY A JEJICH MĚSÍČNÍ VÝŠE

ZEMĚ	V POPLATEK €	ROZHLASOVÝ POPLATEK €	CELKEM ZA VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA €
ČR	5,7 (135 Kč)	1,9 (45 Kč)	7,6
CHORVATSKO			10,6
IRSKO			13,3
ITÁLIE			7,5
NĚMECKO			18,4
POLSKO	6	1,9	7,9
PORTUGALSKO			3
RAKOUSKO	10,6 - 26,7	3 - 3,8	13,6 - 30,5
ŘECKO			3
SLOVINSKO			12,8

Zdroj: EBU; webové stránky veřejnoprávních médií v jednotlivých zemích

DALŠÍ ZEMĚ EVROPY, KDE SE PLATÍ POPLATKY:

ZEMĚ	V POPLATEK €	ROZHLASOVÝ POPLATEK €	CELKEM ZA VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA €
ŠVÝCARSKO			30
VELKÁ BRITÁNIE			15,4

TABULKA 2: RADY, POPLATKY, REKLAMA

ZEMĚ	ZPŮSOB VOLBY/JMENOVÁNÍ VEDENÍ MÉDIÍ	TYP POPLATKU	ZÁKAZ VYSÍLAT REKLAMY
BELGIE	VRT: 12 členů Rady ředitelů jmenuje vláda, 8 z nich dle zastoupení stran ve vlámském parlamentu, 4 na základě odbornosti. RTBF: 13 členů správní rady je voleno parlamentem francouzského společenství. 2 radní jmenuje vláda. Z rad vychází vedení společností.	SOUČÁST VÝBĚRU DANÍ – PŘÍJMY Z ROZPOČTU	NE, AVŠAK S RŮZNÝM OMEZENÍM DLE REGIONU
DÁNSKO	11členná správní rada Danmarks Radio (TV i rozhlas) je volena kombinčně. 3 členové včetně předsedy jsou vybíráni ministrem kultury, 6 členů je voleno parlamentem (každá z šesti nejsilnějších stran navrhne dva kandidáty, finální šestice je výsledkem dohody) a 2 členy (a 2 náhradníky) volí zaměstnanci DR. Správní rada rozhoduje o generálním řediteli a vedení.	SOUČÁST VÝBĚRU DANÍ Z PŘÍJMŮ	ANO
FINSKO	21člennou správní radu Yleisradio Oy (TV i rozhlas) volí parlament. V praxi se strany dohodnou na poměrném rozložení. Správní rada volí představenstvo, které volí a odvolává generálního ředitele a další členy vrcholného vedení.	SOUČÁST VÝBĚRU DANÍ – SPECIÁLNÍ DAŇ	ANO
FRANCIE	Členové správních rad jsou voleni či jmenováni kombinčně – parlamentem, ministry, Úřadem pro regulaci audiovizuální a digitální komunikace i kolegiem zaměstnanců. Ředitele médií vybírá Úřad pro regulaci audiovizuální a digitální komunikace, jež se má vždy řídit odborností a zkušeností kandidátů.	PŘÍSPĚVEK ZE STÁTNÍHO ROZPOČTU – Z VÝNOSŮ DPH VE VÝŠI VÝNOSŮ Z POPLATKŮ PLACENÝCH DO ROKU 2022, OD ROKU 2025 BUDE JINÝ ZPŮSOB	NE
ITÁLIE	7členná správní rada je volena kombinovaným systémem, po 2 členech volí obě komory parlamentu, 2 členové jsou jmenováni vládou na návrh ministra hospodářství a financí a 1 člen je vybrán na shromáždění zaměstnanců. Rada rozhoduje o vedení společnosti.	POPLATEK VYBÍRANÝ SPOLU S PLATBOU ZA ENERGIE	NE

ZEMĚ	ZPŮSOB VOLBY/JMENOVÁNÍ VEDENÍ MÉDIÍ	TYP POPLATKU	ZÁKAZ VYSÍLAT REKLAMY
NĚMECKO	Ředitele (intendanty) veřejnoprávních stanic volí příslušná mediální rada, což upravují jednotlivé spolkové zákony či jiné právní dokumenty jednotlivých vysílatelů. (Např. u ZDF je nejvyšším orgánem mnohopočetná Televizní rada, 18 jejích členů vybírají vlády spolkových zemí a spolková vláda, 40 členů jsou zástupci společenských skupin. Tato rada vybírá generálního ředitele. Dále existuje užší 12členná správní rada, na jejíž 4 členech se dohodnou premiéři spolkových zemí a 8 členů volí Televizní rada 3/5 většinou.)	KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK	NE
NIZOZEMSKO	Členové Rady dozoru jsou jmenováni ministrem kultury na základě návrhu, který předkládá samotná Rada. Rada dozoru jmenuje vedení společnosti v podobě tzv. Rady ředitelů.	SOUČÁST VÝBĚRU DANÍ – PŘÍJMY Z ROZPOČTU	NE
POLSKO	O dozorčích radách a vedení TV a rozhlasu rozhoduje 5členná Rada národních médií, jejíž 3 členy dosazuje vláda a 2 opozice.	KOMBINACE POPLATKŮ, PŘÍJMŮ Z PODNIKÁNÍ A REKLAMY I STÁTNÍCH DOTACÍ	NE
SLOVENSKO	9členná rada RTVS je volena parlamentem nadpoloviční většinou hlasujících, a to na návrh příslušného výboru. Je dáno, že v radě má zasedat po 3 odbornících na rozhlasové, resp. televizní vysílání, dále 2 odborníci z oblasti ekonomie a 1 z oblasti práva. Rovněž generální ředitel RTVS je volen parlamentem.	PŘÍSPĚVEK ZE STÁTNÍHO ROZPOČTU VE VÝŠI 0,17 PROCENT Z HDP. PODLE NEJNOVĚJŠÍHO NÁVRHU SE VŠAK FORMULACE V ZÁKONĚ O RTVS MĚNÍ NA „NEJMÉNĚ 0,12 PROCENT Z HDP“.	NE
ŠPANĚLSKO	10členná správní rada je volena parlamentem. 6 členů je voleno dolní komorou parlamentu 2/3 většinou, 4 členy volí horní komora 2/3 většinou.	SOUČÁST VÝBĚRU DANÍ V KOMBINACI S PŘÍSPĚVKEM OD TELEKOMUNIKAČNÍCH SPOLEČNOSTÍ	ANO

ZEMĚ	ZPŮSOB VOLBY/JMENOVÁNÍ VEDENÍ MÉDIÍ	TYP POPLATKU	ZÁKAZ VYSÍLAT REKLAMY
ŠVÉDSKO	Správní rada Nadace, jež zastřešuje a vlastní všechna veřejnoprávní média, má 13 členů. Předsedu jmenuje vláda a dalších 12 členů rovněž, avšak na návrh parlamentních stran. Všechny strany mají být v radě zastoupeny. Rada Nadace vybírá členy správních rad jednotlivých médií, které pak vybírají vedení médií.	SOUČÁST VÝBĚRU DANÍ – SPECIÁLNÍ DAŇ	ANO
VELKÁ BRITÁNIE	14členná rada BBC má 10 neexecutivních a 4 exekutivní členy. 4 z neexecutivních jmenuje ministr pro kulturu, média, sport se souhlasem zemských vlád, tito členové reprezentují Anglii, Wales, Skotsko a Severní Irsko. Ostatní členové rady jsou doplnění na základě kooptace, jmenuje tedy sama Rada na návrh svého nominačního výboru. Rada rovněž vybírá generálního ředitele BBC, který je rovněž členem Rady.	KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK	ANO (BBC VŠAK PROVOZUJE DCEŘINÉ MEDIÁLNÍ SPOLEČNOSTI, V JEJICHŽ VYSÍLÁNÍ JE REKLAMA POVOLENA)
ČESKÁ REPUBLIKA	Rada ČT – 18 členů, voleni na 6 let Poslaneckou sněmovnou (12 členů) a Senátem (6 členů), a to z kandidátů navržených právníckými osobami, od jejichž vzniku uplynulo v době podání návrhu min. 10 let a představují kulturní, regionální, sociální, odborové, zaměstnavatelské, náboženské, vzdělávací, vědecké, ekologické a národnostní zájmy. Rada ČT jmenuje a odvolává generálního ředitele. Rada ČRO – 9 členů, voleni Poslaneckou sněmovnou na návrh spolků a jiných organizací představujících různé kulturní, sociální a jiné zájmy, každé 2 roky je volena jedna třetina členů. Do budoucna bude Senát volit třetinu členů. Rada ČTK – 7 členů, voleni na 5 let Poslaneckou sněmovnou, Rada jmenuje a odvolává generálního ředitele. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání – 13 členů, voleni na 6 let Poslaneckou sněmovnou a Senátem.	KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK (TV POPLATEK + ROZHLASOVÝ POPLATEK)	ČT MÁ ZÁKONEM DANÝ LIMIT PRO REKLAMNÍ VYSÍLÁNÍ. REKLAMA JE POVOLENA POUZE NA STANICÍCH ČT2 A ČT SPORT A NESMÍ PŘESÁHNOUT 0,5 % DENNÍHO VYSÍLACÍHO ČASU NA KAŽDÉM PROGRAMU. JE VŠAK POVOLENO SPONZOROVÁNÍ POŘADU. CELOPLOŠNÁ STANICE ČRO SMÍ DENNĚ VYSÍLAT REKLAMY V MAX. DÉLCE CELKEM 3 MINUTY, 5 MINUT PAK NA MÍSTNÍM OKRUHU.

Paralelně s těmito diskusemi už od roku 2005 řeší britský regulátor Ofcom, vykonávající mj. dohled nad veřejnoprávní funkcí BBC, jakým směrem by se vůbec veřejnoprávní vysílání mělo v budoucnu ubírat. Revizi legislativy a konceptu veřejnoprávního vysílání se průběžně věnují také britské vlády. V dubnu 2022 zveřejnila vláda Borise Johnsona bílou knihu o budoucnosti vysílání, kde byly zahrnuty návrhy týkající se televizního, online a rozhlasového vysílání.

Zároveň s tím probíhají spory se soukromými provozovateli v oblasti rovné hospodářské soutěže. Komerční televize a rozhlasové stanice poukazují na to, že BBC má nespravedlivou konkurenční výhodu, když je zbavena potřeby vysílat reklamy. Spatřují v tom překážku rozvoje komerčních digitálních médií. Navíc byla BBC kritizována, že překračuje rámec svého poslání veřejné služby, když poskytuje obsah, který mohou poskytovat komerční vysílací společnosti.

Podobnou situaci, co se digitálního obsahu na internetu týče, řeší ve Finsku, kde má dokonce část sporu již svůj výsledek. Soukromá média se domáhala vyjasnění podmínek obsahu veřejnoprávních médií na internetu, když nabyla dojmu, že národní vysílací společnost Yleisradio Oy (YLE) překračuje prostor vymezený veřejné službě a zasahuje do prostředí soukromé konkurenční soutěže.

Ve Finsku už soukromý sektor částečně uspěl při vymezení produkce čistě textového webového obsahu. Federace Finnmedia původně protestovala proti tomu, že ELE publikuje on-line noviny a narušuje tím komerční zpravodajský trh a soulad s pravidly státního financování. Od roku 2022 jsou tak zákonem o Yleisradio Oy po podnětu federace k Evropské komisi upraveny možnosti on-line publikování tak, že text musí být vždy doplněn audio nebo video materiálem.

ZRUŠENO VS. ZACHOVÁNO

Již od roku 2013 je přítom ve Finsku financování veřejnoprávních médií zajištěno pomocí přímých daní. Zároveň dle zákona o Yleisradio Oy nesmí veřejnoprávní média vysílat reklamu ani sponzorované pořady. Zajímavostí také je, že už v roce 2007 bylo zavedeno pravidlo, že na dalších důležitých změnách ve financování se musí shodnout všechny politické parlamentní síly, nikoliv jen ty, které se právě podílí na vládě.

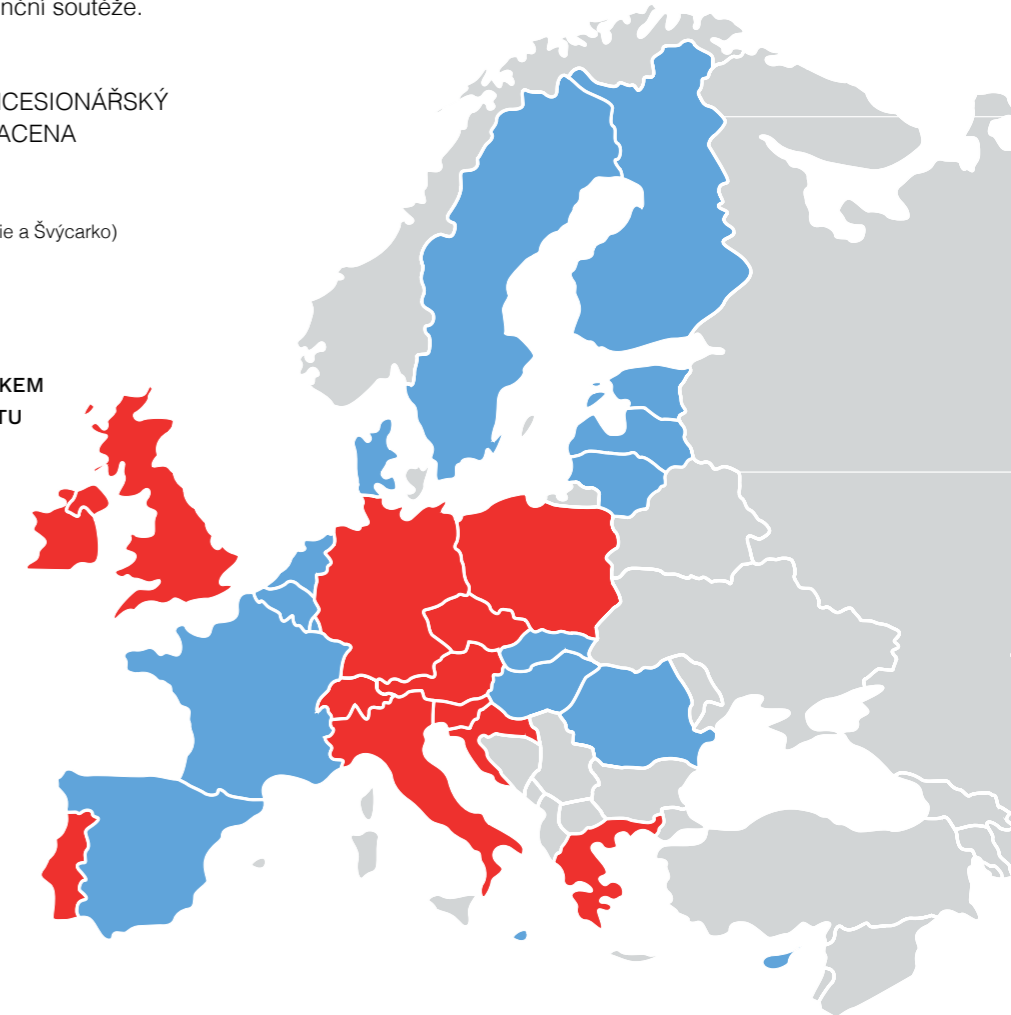
Také veřejnoprávní média ve Španělsku jsou dnes financována primárně ze státního rozpočtu, a proto nemají povolenou reklamu. Přitom do roku 2009 měla španělská Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE) mo-

ZEMĚ EVROPY, KDE SE PLATÍ KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK A KDE JSOU MÉDIA PLACENA ZE STÁTNÍHO ROZPOČTU

(Jde o země sedmadvacítky EU + Velká Británie a Švýcarsko)

LEGENDA:

- ZEMĚ S KONCESIONÁŘSKÝM POPLATKEM
- FINANCOVÁNÍ ZE STÁTNÍHO ROZPOČTU



Činnost České televize (ČT) a Českého rozhlasu je zcela závislá na výši poplatků, přitom při růstu cen a inflace čelí tato média výši cen vstupů potřebných pro výrobu a vysílání pořadů. Navíc české prostředí stále čeká na diskusi, jakým směrem by se mělo poslání médií veřejnoprávní služby ubírat.

del financování zahrnující jak příjmy od státu, tak z reklam.

Finance ze státního rozpočtu mají zajištěna a reklamu omezena veřejnoprávní média v zemích, jako jsou Estonsko, Litva, Lotyšsko a Lucembursko. Ve Švédsku je poplatek na činnost veřejnoprávních médií - Švédský rozhlas (Sveriges Radio), Švédská televize (Sveriges Television) a Švédská vzdělávací vysílací společnost (Utbildningsradion), zahrnut v daňovém přiznání daně z příjmu. Veřejnoprávní televize a rozhlas ale na nesmí vysílat a zveřejňovat reklamu. Další zisk je ale možné řešit například od sponzorů sportovních akcí. Tento systém byl zaveden s cílem posílit nezávislost veřejnoprávního vysílání a funguje od ledna 2019. Ze státního rozpočtu jsou financována i veřejnoprávní média i v Belgii, Bulharsku, na Kypru, v Maďarsku, ale i na Maltě a v Rumunsku. Například v Nizozemsku byly koncesionářské poplatky zrušeny v roce 2000, od té doby je veřejnoprávní vysílání financováno ročními státními dotacemi.

Specifické je financování polských veřejnoprávních médií. Kromě koncesionářských poplatků jsou zdrojem financí i reklamy a sponzorství, obchodování s vysílacími právy a také „jiné zdroje“, což znamená dotace státu. TVP je na poplatcích závislá jen z asi 20 %, i s ohledem na ne zcela funkční systém výběru poplatků, a oproti jiným veřejnoprávním televizím má zdaleka největší příjmy z reklamy, čímž se příliš neliší od komerčních médií. Oproti České televizi nemá pro vysílání reklam prakticky žádná omezení. Vedle toho jsou její příjmy doplněny kompenzací ze státního rozpočtu, což může být považováno za prostředek k uplatnění politického vlivu.

V Dánsku v roce 2018 vláda rozhodla o tom, že v zemi se poplatek zruší od roku 2022 a je nahrazen změnou ve výši zdanění osobních příjmů. Veřejnoprávní vysílání je tak v Dánsku financováno z daňového systému a má nabízet především takový program, který není v nabídce komerčních médií, a zaměřit se na zpravodajství, osvětu, kulturu a vzdělávání.

V Německu je předmětem rozsáhlé debaty výše vysílacího poplatku od roku 2025, který odvádí každá domácnost. I zde ale diskuse přesahuje pouhou shodu na výši poplatku. Například strana FDP se vloni usnesla, že požaduje rozsáhlou reformu veřejnoprávních médií spočívající například v plánu navrhnout sloučení dvou největších vysílacích společností ARD a ZDF. Veřejnoprávní média se podle FDP mají soustředit na svůj původní účel, tedy zpravodajství a poskytování informací. Proto požaduje, aby se snížil podíl zábavných pořadů a výrazně omezit sportovní

obsah, který pouze vede ke konkurenčnímu boji se soukromými stanicemi. V Německu platí, že přestože je hlavním zdrojem veřejnoprávních stanic vysílací poplatek, mohou vysílat reklamy, ovšem za určitých specifických pravidel.

Ke zrušení koncesionářského poplatku sáhla v roce 2022 Francie, kde jeho zrušení slíbil před volbami prezident Macron. Politická reprezentace argumentovala cílem podpořit kupní sílu obyvatelstva. Ve Francii se do té doby platila poplatek každá domácnost, která vlastní televizor a nemuseli ho platit ti, kteří televizní programy sledovali na počítači, tabletu nebo telefonu. Prozatím ve Francii řeší podporu veřejnoprávního vysílání přidělením části DPH veřejnoprávním médiím, jedná se o výši zhruba 3,7 miliardy eur. Tamní Senát však kompenzaci omezil do konce roku 2024, a tak se v příštím roce takovéto financování dostane do střetu se zákony a je zapotřebí najít jiné řešení financování veřejného sektoru televizního vysílání.

Na Slovensku skončila povinnost platit poplatky na konci června 2023. Financování Rozhlasu a televize Slovenska (RTVS) má být nadále zajištěno každým rokem příspěvkem ze státního rozpočtu ve výši 0,17 procent z HDP.

Možnost zrušit koncesionářské poplatky měli i Švýcaři, nicméně v posledním referendu v roce 2018 byla nakonec většina obyvatel pro jejich zachování. Ve Švýcarsku tvoří televizní a rozhlasové poplatky 81 procent rozpočtu neziskové veřejnoprávní korporace SRG SSR.

JAK DÁL V ČESKU?

Činnost České televize (ČT) a Českého rozhlasu je zcela závislá na výši poplatků, přitom při růstu cen a inflace čelí tato média výši cen vstupů potřebných pro výrobu a vysílání pořadů. Navíc české prostředí stále čeká na diskusi, jakým směrem by se mělo poslání médií veřejnoprávní služby ubírat. ČT vystihuje tento stav ve své výroční zprávě za rok 2022, kde konstatovala, že stojí před úkolem nově definovat své poslání a „činit takové kroky, které jí umožní v rámci narůstající konkurence, globalizace mediálního trhu a fragmentace diváckých skupin nadále zůstat relevantní a nepostradatelnou součástí demokratické společnosti.“

Již bývalý ředitel ČT Petr Dvořák upozornil především na nutnost politického rozhodnutí. „Politická reprezentace bude muset odpovědět na otázku, jakou veřejnou službu v oblasti televizního vysílání chce občanům zajistit, a dle toho také nastavit její financování. Zároveň by financování veřejnoprávního média mělo být rozprostřeno mezi všechny skupiny obyvatel a reflektovat jejich měnící se návyky při sledování televizního obsahu. Další prodloužení sou-

časného stavu může významně oslabit schopnost ČT plnit její základní poslání, tedy naplňovat demokratické, sociální a kulturní potřeby společnosti a udržovat mediální pluralitu,“ uvedl.

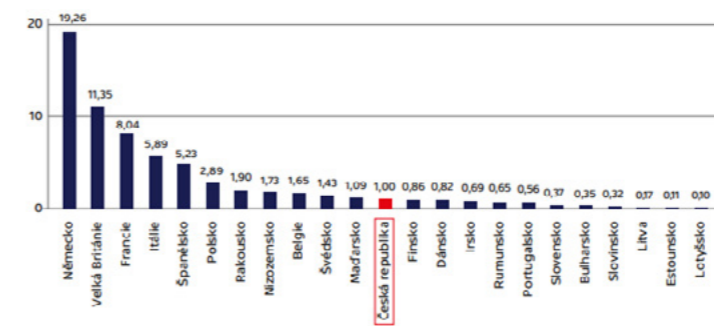
Pro média je jedním z hlavních faktorů předvídatelnost příjmů a také jejich dostatečnost v rámci toho, co se od nich v rámci veřejné služby očekává. V případě ČT je výše poplatku ve výši 135 Kč stále stejná již po dobu patnácti let. V minulých letech už proto ČT sáhla k ukončení vysílání programu ČT3, snížení objemu nové televizní tvorby všech

žánrů, redukcí vkladů do českých hraných a dokumentárních filmů, snížení počtu pracovních míst a omezení investic do výrobních kapacit.

Index ekonomické síly veřejnoprávních médií podle Evropské vysílací unie (EBU) ukazuje rozdíly mezi evropskými veřejnoprávními vysíláči v disponibilních zdrojích. To má vliv na jejich produkční činnost. Jak upozorňuje i ČT, tam, kde mají veřejnoprávní média menší ekonomickou sílu než veřejnoprávní televize a rozhlas v ČR, tam větší nou veřejnoprávní média omezují produkci původní tvorby a zaměřují se primárně na roli vysílatele.

Index ekonomické síly veřejnoprávních médií ve srovnání s ČR

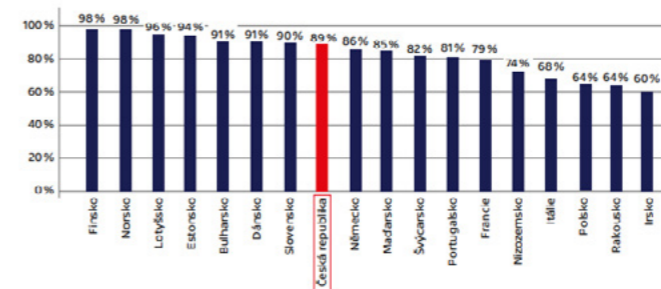
Celkový objem disponibilních prostředků v ČR = 1, přepočteno paritou kupní síly



Zdroj: EBU - Media Intelligence Portal, OECD, údaje z roku 2021

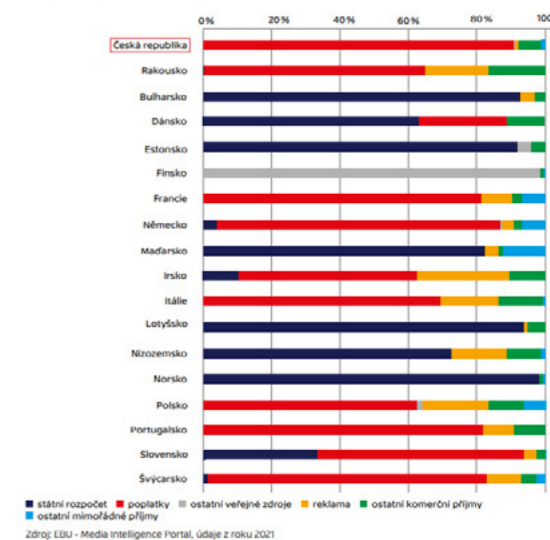
<https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/2026.pdf?v=1>

Podíl veřejných zdrojů na financování veřejnoprávních médií



Obr. zdroj: ČT, EBU, <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/2026.pdf?v=1>

Struktura příjmů veřejnoprávních médií



Obr. zdroj: ČT, EBU, <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/2026.pdf?v=1>

Dalším faktorem, který může mít na hospodaření média vliv, je chybějící definice poplatníka. Dnes jde o držitele televizního přijímače, nicméně řada občanů sleduje televizi i na jiných zařízeních, což má vliv i na to, kolik poplatníků je přihlášených do evidence. „Z celkem 174 tisíc oslovených domácností v roce 2022 57 % na výzvu neodpovědělo nebo deklarovalo, že nevlastní televizní přijímač,“ píše ČT ve své výroční zprávě za rok 2022.

Jestliže například BBC ve výroční zprávě 2020-2021 uvádí, že z každé 1 libry se v britské ekonomice vytvoří 2,63 liber, pak například Česká televize odkazuje na analýzu společnosti PWC, ze které vyplynulo, že za každou 1 Kč televizních poplatků přinese ČT české ekonomice 2,70 Kč přidané hodnoty.

To podle ČT svědčí o tom, že by v případě dalšího omezování financování celá původní česká tvorba a oblast audiovizie znamenala zásadní pokles.

Řešení dlouhodobého financování, ale i práva a povinnost veřejnoprávních médií v České republice, jsou tak výzvou pro minimálně zahájení diskuse a její vedení na relevantních úrovních.

¹ <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/2026.pdf?v=1>

² <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/2026.pdf?v=1>

³ Pokud by však byl televizní poplatek průběžně valorizován dle inflace, byla by jeho výše na začátku roku 2023 již 210 Kč. Podle ČT se během patnácti let (2008-2022) průměrná cenová hladina v České republice kumulativně zvýšila o 56 %, přičemž při vysoké inflaci je financování ČT prostřednictvím poplatku, který nereflakuje inflaci, dále neudržitelné.

⁴ <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1982.pdf?v=2>



BELGICKÉ KRÁLOVSTVÍ



Televizní vysílání v Belgii započalo roku 1953 televizním kanálem Národního institutu pro radiovysílání, který byl vysílán ve francouzštině a v nizozemštině. V předcházejících letech byl kanál ve francouzštině a v nizozemštině určený pro Belgické království vysílán z francouzského Lille.

K rozdělení jediné televizní společnosti došlo v roce 1960, kdy byla vytvořena společnost BRT (později VRT) pro nizozemsky hovořící společenství a RTB (později RTBF) pro francouzsky mluvící společenství. Pro německy mluvící společenství začala vysílat BRF.

Právní úprava audiovizuálního vysílání je v Belgii přidělena Společenstvím – tedy francouzskému, vlámskému a německy mluvícímu, každé z těchto Společenství tudíž představuje samostatné trhy, jejichž společným jmenovatelem je hustá síť kabelového vysílání a také možnost sledovat kanály sousedních zemí. Z důvodu jazykového rozdělení Belgie nemá celostátní televizní kanály, nýbrž výhradně francouzské, nizozemské či německé kanály.

Zákony týkající se médií a audiovizuálního vysílání jsou tvořeny a jejich dodržování je kontrolováno na regionální úrovni, z toho pak vyplývají specifika pro jednotlivá společenství, jelikož se na televizní společnosti a kanály v odlišných společenstvích vztahují odlišné zákony. Například RTBF ve Valonsku tak má umožněno vysílat reklamní spoty, zatímco vlámská VRT má ze zákona povoleno využívat pouze product placement a reklamní tabule.

TELEVIZNÍ SPOLEČNOSTI V BELGII

FRANCOUZSKÉ SPOLEČENSTVÍ – FEDERACE VALONSKO-BRUSEL

Veřejnoprávní televizní společnosti – zde působí zejména televizní společnosti RTBF (věnuje se všeobecnému vysílání, kanál Tipik Vision je specializovaný), Arte France (specializované vysílání zejména na kulturu, jedná se o francouzskou televizní společnost, která v Belgii působí prostřednictvím televizního kanálu Arte Belgique).

Soukromé televizní kanály – zde působí společnosti RTL Group, Mediawan Thematics, Roularta Media Group, Les News 24 SA, ACM SA/Nethys SA, Proximus TV, Eleven Sports Network, ViacomCBS Network EMEAA, The Walt Disney Company Benelux, Studio 100. Ve Francouzském společenství jsou dále vysílány programy, které nemají specifický obsah pro Belgii, ale obsahují belgické reklamní spoty – Groupe TF1 takto vysílá TF1 Belgique a Fox Network Group vysílá National Geographic.

Vysoká rada pro audiovizuální vysílání (Conseil supérieur de l'audiovisuel, zkráceně CSA) je nezávislý správní orgán odpovědný za regulaci audiovizuálních médií (televize, rozhlas, distributoři televizního vysílání atd.) ve Francouzském společenství Belgického království.



VLÁMSKÉ SPOLEČENSTVÍ

Veřejné televizní kanály – zde působí zejména televizní společnost VRT (věnuje se všeobecnému vysílání, kanál Sporza je specializovaný).

Soukromé televizní kanály – zde působí společnosti DPG Media, SBS Belgium, Viacom International Media Networks Northern Europe, Telenet, Proximus, Studio 100. Discovery Communications. Roularta Media Group, NTV, Discovery Networks Benelux a svůj kanál zde má i vlámský parlament.

NĚMECKY MLUVÍCÍ SPOLEČENSTVÍ

Skupina BRF v Německy mluvícím společenství provozuje veřejnoprávní televizní kanál BRF TV.

Francouzská RTBF a vlámská VRT přitom obě vysílají v Regionu Brusel-hlavní město. Francouzské i Vlámské společenství pak má každé desítku specifických lokálních televizních kanálů.

1. FEDERACE VALONSKO-BRUSEL

POVINNOSTI SOUKROMÝCH TELEVIZNÍCH SPOLEČNOSTÍ

Vytváření televizní služby přináší zvláštní odpovědnost. Následující úkoly a povinnosti soukromých televizních stanic jsou stanoveny ve vyhlášce o audiovizuálních mediálních službách a platformách pro sdílení videa ze dne 4. února 2021. Tato pravidla jsou společná pro všechny typy televizních služeb.

TRANSPARENTNOST

Vydavatel audiovizuální mediální služby je povinen zveřejnit některé základní informace o sobě, např. složení správní rady, členství v akciovém svazu, rozvahy a účetní závěrky a také název kontrolního orgánu, tedy CSA. Cílem této zásady transparentnosti je, aby posluchači a diváci mohli být informováni o původu programu. Tyto informace musí vydavatel zveřejnit na svých internetových stránkách.

VYSÍLACÍ KVÓTY

Vysílací kvóty jsou nástroji kulturní politiky. V lineárním televizním vysílání mají několik podob:

- Vysílací čas se musí skládat převážně z programů ve francouzštině a minimálně 20 % programů v původním francouzském jazyce.
- Vydavatelé musí distribuovat většinu evropských děl a 10 % evropských děl od nezávislých producentů a vyrobených během 5 let předcházejících distribuci.
- Pokud vydavatel vysílá hudbu, musí vyhradit 4,5 % tohoto programu pro skladatele, výkonné umělce nebo producenty se sídlem ve Valonsko-Bruselské federaci.
- V nelineární televizi musí katalogy audiovizuálních děl nabízet alespoň 30 % evropských děl (podíl se v roce 2025 zvýší na 40 %). Na evropská díla musí být rovněž náležitě upozorněno, a to buď formou propagace, nebo konkrétního zviditelnění v katalogu.

Tyto kvóty jsou doplněny o výjimky pro:

- služby, které nabízejí nejméně 80 % vlastních pořadů
- služby, jejichž redakční zaměření se zaměřuje na mimoevropské obsahy
- místní služby

SPRÁVA INFORMACÍ

Nařízení ukládá vydavatelům, kteří vysílají informační programy, aby je řídili profesionální novináři. Titul profesionálního novináře je zákonem uznáván a chráněn. Každý redakční úřad musí mít interní řád týkající se objektivitu při zpracování informací a musí jej dodržovat. Společným referenčním dokumentem při tvorbě pravidel, na nichž se zakládá novinářská činnost, je „Mnichovská listina“. Stanoví zejména: právo novinářů na nezávislost, povinnost objektivitu při zpracovávání informací, respektování soukromí, povinnost získávat informace poctivými metodami, povinnost porovnávat zdroje.

PŘÍSTUPNOST

Audiovizuální frankofonní mediální společnosti mají povinnost zpřístupnit obsah svých programů osobám se sensorickými obtížemi prostřednictvím tlumočení do znakové řeči, titulků a audio popisů – proporce pořadů, jejichž obsah mají povinnost zpřístupnit, se přitom odvíjí od průměrné roční sledovanosti.



VÝROČNÍ ZPRÁVA

Zprostředkování audiovizuální služby je spojeno s řadou zákonných povinností, které musí vydavatel jednou ročně vykazovat CSA. Za tímto účelem vypracuje zprávu o činnosti, kterou předá regulačnímu orgánu. Po projednání vydává autorizační a kontrolní sbor stanovisko k dodržování povinností vydavatele. Pokud bude zjištěno porušení nařízení, může sbor rozhodnout o sankcích po vzájemných jednáních se zúčastněnými stranami.

NEZÁVISLOST

Zákon vyžaduje, aby vydavatelé soukromých audiovizuálních mediálních služeb byli nezávislí na jakékoli vládě, jakékoli politické straně a jakékoli odborové nebo zaměstnavatelské organizaci. Tato redakční nezávislost se musí v praxi promítnout do strukturální (složení rozhodovacího orgánu) a finanční (nezávislost na dotacích nebo institucionálních partnerstvích) nezávislosti.

POVINNOSTI RTBF

Televizní společnost a její vysílací programy se řídí smlouvou o řízení společnosti (Contrat de gestion), kterou vždy

na několik let uzavírá RTBF s Federací Valonsko-Brusel. V roce 2023 bude uzavřena nová smlouva, která stanoví povinnosti RTBF až do roku 2027.

VYSÍLACÍ KVÓTY

Podle článku 19 smlouvy o řízení musí RTBF věnovat celkově a v každé ze svých lineárních televizních audiovizuálních mediálních služeb alespoň 60 % vysílacího času na evropská díla, včetně původních děl autorů z Federace Valonsko-Brusel, 10 % svého vysílacího času na evropská díla od audiovizuálních producentů nezávislých na poskytovatelích televizních služeb, včetně audiovizuálních producentů nezávislých na FWB, přičemž výroba těchto děl nesmí být starší než pět let před jejich prvním vysláním, 35 % svého vysílacího času na díla ve francouzském jazyce.

ROZDĚLENÍ PROGRAMŮ KULTURNÍHO ROZVOJE MEZI LINEÁRNÍ TELEVIZNÍ KANÁLY

Podle článku 24 smlouvy musí být kulturní úkoly RTBF rozvíjeny v rámci celé nabídky audiovizuálních služeb, a to na všech přijímačích zařízeních. Smlouva o správě rovněž stanoví, že RTBF nesmí svou kulturní nabídku vyhrazovat jednomu nebo několika rozhlasovým nebo televizním stanicím a musí zajistit, aby její kulturní nabídka byla diverzifikovaná, soudržná a optimální podle identity, kterou poskytuje svým audiovizuálním službám, a podle publika, na kterého tyto audiovizuální služby cílí.

PROGRAMY PRO MLÁDEŽ

Cíle programů pro mládež jsou definovány smlouvou v článcích 35 (definice), 36 (obecné cíle), 37 (cíle programů pro děti ve věku 4 až 14 let) a 38 (cíle programů pro dospívající a mladé dospělé ve věku 15 až 14 let). 24). Mládež je proto rozdělena do dvou věkových kategorií: 4–14 let a 15–24 let (předchozí smlouva o správě odlišovala „dětské“ publikum (ve věku od 4 do 12 let) od „adolescentů“ (od 12 do 18 let). roky). Mezi cíli uvedenými v článku 36 musí RTBF vysílat: „... programy podporující účast a přímé, pluralitní, individuální a kolektivní vyjádření mladých lidí z Federace Valonsko-Brusel v celé jejich rozmanitosti...“

VLASTNÍ PRODUKCE PROGRAMŮ

Podle článku 11 smlouvy musí RTBF upřednostňovat vlastní produkci programů pro své audiovizuální služby. Článek uvádí, že: „RTBF na svých lineárních audiovizuálních mediálních službách spadajících pod univerzální službu v průměru denně pořádala nejméně 10 hodin vlastních audiovizuálních programů a nejméně 20 hodin vlastních rozhlasových programů, včetně případných opětovných přenosů z roku na rok.“ Smlouva dále stanoví, že v rámci konvergence médií mohou televizní stanice nabízet programy, které obsahují živě natočený přenos programů roz-

hlasových stanic, přičemž vlastní produkce pak může být započítána jak v rozhlasu, tak v televizi.

PODPORA AUDIOVIZUÁLNÍ TVORBY

Na základě smlouvy má RTBF povinnost přispívat ke strukturování odvětví audiovizuální produkce. V rámci této činnosti má veřejnoprávní vydavatel udržovat partnerství s různými články tohoto prostředí, přičemž věnuje zvláštní pozornost nezávislým producentům ve Federaci valonsko-Brusel, jejichž rozvoj má velký kulturní a ekonomický potenciál.

AUVIO

Platforma Auvio centralizuje on-line audiovizuální nabídku RTBF: živé a on-demand programy, nové nebo opakované. Dne 19. listopadu 2020 se společnost RTBF prohlásila za distributora služeb u CSA. Auvio tedy nyní nabízí i nelineární katalogy jiných místních vydavatelů.

Podle článku 75 5. smlouvy je RTBF oprávněna vkládat zvukové nebo audiovizuální reklamy v souladu s legislativou v této oblasti. Článek specifikuje, že RTBF „je povinna jasně identifikovat reklamní obsah na svých webových stránkách, aby uživatelé internetu přímo věděli, že se nacházejí v přítomnosti reklamního obsahu“.

SPORTOVNÍ OBSAH

Podle článku 34 její smlouvy o správě musí RTBF vysílat sportovní informační programy a vysílat přenosy sportovních událostí. Vysílání sportovního obsahu sleduje dvojí cíl:

- pokrytí co nejširšího možného spektra disciplín,
- zaměření se na tři specifické oblasti: méně mediálně propagované disciplíny, ženské disciplíny a disciplíny pro osoby se zdravotním postižením.

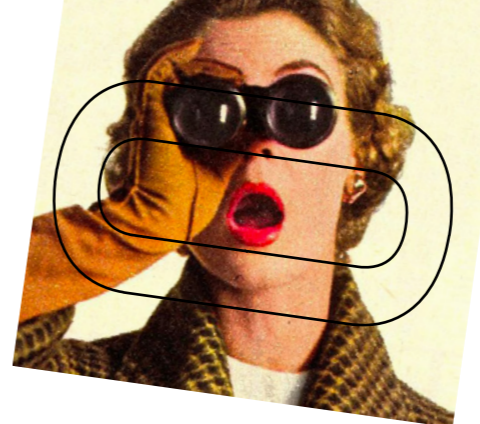
PŘÍSTUPNOST

Smlouva o správě RTBF stanoví dodržování „kvantitativních závazků a prostředků stanovených ve vyhlášce CSA týkající se zpřístupnění programů lidem se smyslovým postižením“. Stejně jako soukromé televizní společnosti tak má povinnost zpřístupnit obsah svých programů osobám se sensorickými obtížemi prostřednictvím tlumočení do znakové řeči, titulků a audio popisů – proporce pořadů, jejichž obsah má povinnost zpřístupnit, se přitom odvíjí od průměrné roční sledovanosti.

2. VLÁMSKÉ SPOLEČENSTVÍ

Za regulaci audiovizuálního vysílání ve Vlámském společenství odpovídá Vlaamse Regulator voor de Media.

Jako veřejnoprávní vysílací společnost má VRT za úkol oslovit co největší počet uživatelů médií tím, že nabídne různorodost kvalitních programů, které vzbudí zájem diváků a posluchačů.



POVINNOSTI VRT

Článek 6 vyhlášky o médiích ve Flandrech stanoví poslání a povinnosti VRT. Stejně jako u Valonského společenství i zde VRT uzavírá smlouvu o řízení s Vlámským společenstvím. Účel společnosti VRT spočívá v tom, že zajišťuje, v rámci úkolu veřejnoprávního vysílacího subjektu rozhlasové programy, televizní programy a jiné druhy programů, jakož i výkon činností, které k nim přímo nebo nepřímo přispívají, což zahrnuje zejména výrobu, produkci nebo pořízení programů, sestavení programů a vysílání nebo vysílání těchto programů v nejširším smyslu.

Jako veřejnoprávní vysílací společnost má VRT za úkol oslovit co největší počet uživatelů médií tím, že nabídne různorodost kvalitních programů, které vzbudí zájem diváků a posluchačů. VRT zajišťuje kvalitní nabídku v oblasti informací, kultury, vzdělávání a zábavy. VRT musí nabízet především informativní a kulturní pořady zaměřené na diváky a posluchače. Dále musí zajišťovat sportovní programy, současné vzdělávací programy, vlastní dramatickou tvorbu a zábavné pořady. Nabídka navrhovaná VRT se musí v celém rozsahu vyznačovat kvalitou pořadů jak z hlediska jejich obsahu, tak formy i úrovně používaného jazyka. Ve všech svých programech se VRT zaměřuje na dosažení nejvyšší úrovně kvality, profesionality, kreativity a originality. Nabídka programů musí být rovněž vhodně zaměřena na určité kategorie obyvatelstva nebo na určité věkové skupiny, zejména na děti a mládež.

Programy musí přispívat k rozvoji identity a rozmanitosti vlámské kultury a demokratické a tolerantní společnosti. Prostřednictvím svých programů musí VRT přispívat k utváření nezávislého, objektivního a pluralitního názoru ve Flandrech.

Aby bylo vysílání atraktivní pro co nejvíce Vlámů a aby byla zachována důvěryhodnost veřejnoprávního vysílání, musí být navržen dostatečný počet programů tak, aby zaujaly široké publikum. Kromě těchto obecných pořadů budou na konkrétnější oblasti zájmu diváků a posluchačů reagovat další pořady. Zamýšlené cílové skupiny musí být dostatečně široké, aby je dotčené programy skutečně oslovily.

VRT sleduje technologický vývoj, aby zajistila, že diváci a posluchači budou mít přístup k jejím programům, pokud se to zdá být užitečné a žádoucí, a to i prostřednictvím nových mediálních aplikací.

VRT je povinna bezplatně vysílat, maximálně 15 minut měsíčně, sdělení vlámské vlády, vlámského parlamentu a ministrů vlády a státních tajemníků regionu Brusel-

-hlavní město, podle pravidel a podmínek stanovených vlámskou vládou.

Kromě svého veřejnoprávního pověření je VRT oprávněna vykonávat komerční činnosti, pokud spadají do rámce jejího poslání veřejnoprávního vysílání. Na úrovni komerčních aktivit se také rozlišuje merchandising a související činnosti. Při provádění takových komerčních aktivit je společnost VRT povinna dodržovat určité podmínky stanovené ve vyhlášce o médiích. Například činnosti musí pokrýt své náklady, kromě toho musí být zaručena transparentnost a správné rozdělení nákladů a výnosů prostřednictvím odděleného účetnictví. Nadto musí být obchodní činnosti prováděny s ohledem na tržní podmínky a nemohou způsobit vážné narušení hospodářské soutěže.

POVINNOSTI SOUKROMÝCH TELEVIZNÍCH SPOLEČNOSTÍ

Vyhláška z 27. 3. 2009 umožňuje zakládání soukromých rádiových a televizních stanic a kanálů, pokud jsou řádně zaregistrovány u vlámské vlády či u regulátora Vlaamse Regulator voor de Media. Jejich povinností však je, že vysílají výhradně ve vlámsčině a jsou nezávislé na jakékoli politické straně.

Televizní vysílací organizace Vlámského společenství a soukromé lineární televizní vysílací organizace mají povinnost vyhradit většinu svého vysílacího času, který není věnován zprávám, sportu, zápasům, reklamě, teletextu a telemarketingu, evropským produkcím.

Audiovizuální vlámské soukromé společnosti mají povinnost zpřístupnit obsah svých programů osobám se senzorickými obtížemi prostřednictvím tlumočení do znakové řeči, titulků a audio popisů – proporce pořadů, jejichž obsah mají povinnost zpřístupnit, se přitom odvíjí od průměrné roční sledovanosti, přičemž u zpravodajského vysílání je vyhláškou stanovená povinnost zpřístupnit až 90 % pomocí titulků či znakové řeči.

Televizní vysílací organizace Vlámského společenství a soukromé lineární televizní vysílací organizace mají povinnost vyhradit většinu svého vysílacího času, který není věnován zprávám, sportu, zápasům, reklamě, teletextu a telemarketingu, evropským produkcím. Významný podíl musí být věnován evropským vlámským produkcím. Vlámská vláda má v tomto ohledu právo stanovit kvóty, přičemž alespoň 10 % by mělo být věnováno nezávislým evropským produkcím, z čehož velká část má být určena současným produkcím – tedy vzniklým maximálně pět let před vysíláním, a také evropským produkcím v holandštině.

Pokud jde o významné události, vyhrazuje si vláda právo vytvořit seznam těchto událostí, které nespádají do práva výlučnosti, tedy by měly být nutně známy veškerému obyvatelstvu. Tyto události pak mají radiové a televizní stanice povinnost vysílat, a to dle rozhodnutí vlády v přímém přenosu, či ze záznamu, a to tak, aby byly dostupné celému obyvatelstvu.

Další povinnosti stanoví Vlaamse Regulator voor de Media ve své zprávě, která obsahuje níže uvedenou tabulku shrnující povinnosti a podporu soukromých televizních společností.

KATEGORIE	Provedení ve Vlámku
OMEZENÍ	Omezení, pokud jde o vlastníka Redakční nezávislost/odpovědnost Dodržování předpisů Neutralita
POVINNOSTI	Propagace evropské a nezávislé produkce Povinnost přenosu, povinnost nabídky, regulace aktivit a svoboda informací Fond Pascal Decroos pro investigativní žurnalistiku Titulkování pro zajištění přístupnosti
FINANČNÍ POMOC	Podpora regionálních provozovatelů Systém pobídek pro audiovizuální sektor Screen Flanders¹ Federální ekonomická opatření Garanční fond Plán opětovného spuštění mediálního sektoru
TRANSPARENTNOST	Zpráva o koncentraci médií Dohled nad dodržováním předpisů ze strany provozovatelů veřejnoprávního vysílání vedení Vlámského společenství Licence, vysílací povolení a oznámení Programy mediálního vzdělávání (Kenniscentrum, Elektronisch Nieuwsarchief en Mediawijs.be) Podávání zpráv o neutralitě sítě Akademické iniciativy studující mediální rozmanitost Evropská iniciativy v oblasti médií Akce zaměřené na fake news
ORGANIZAČNÍ OPATŘENÍ	Založení VRM Belgický a evropský soutěžní úřad Oddělení žurnalistiky Podpora účasti na veletrzích

¹Screen Flanders je opatřením ekonomické podpory pro audiovizuální díla vlámské vlády.

Pokud jsou reklamy vkládány přímo do vysílaného pořadu, musí být mezi přerušáním tohoto pořadu alespoň 20 minut, pokud jde o filmy je tato doba 45 minut.

3. NĚMECKY MLUVÍCÍ SPOLEČENSTVÍ

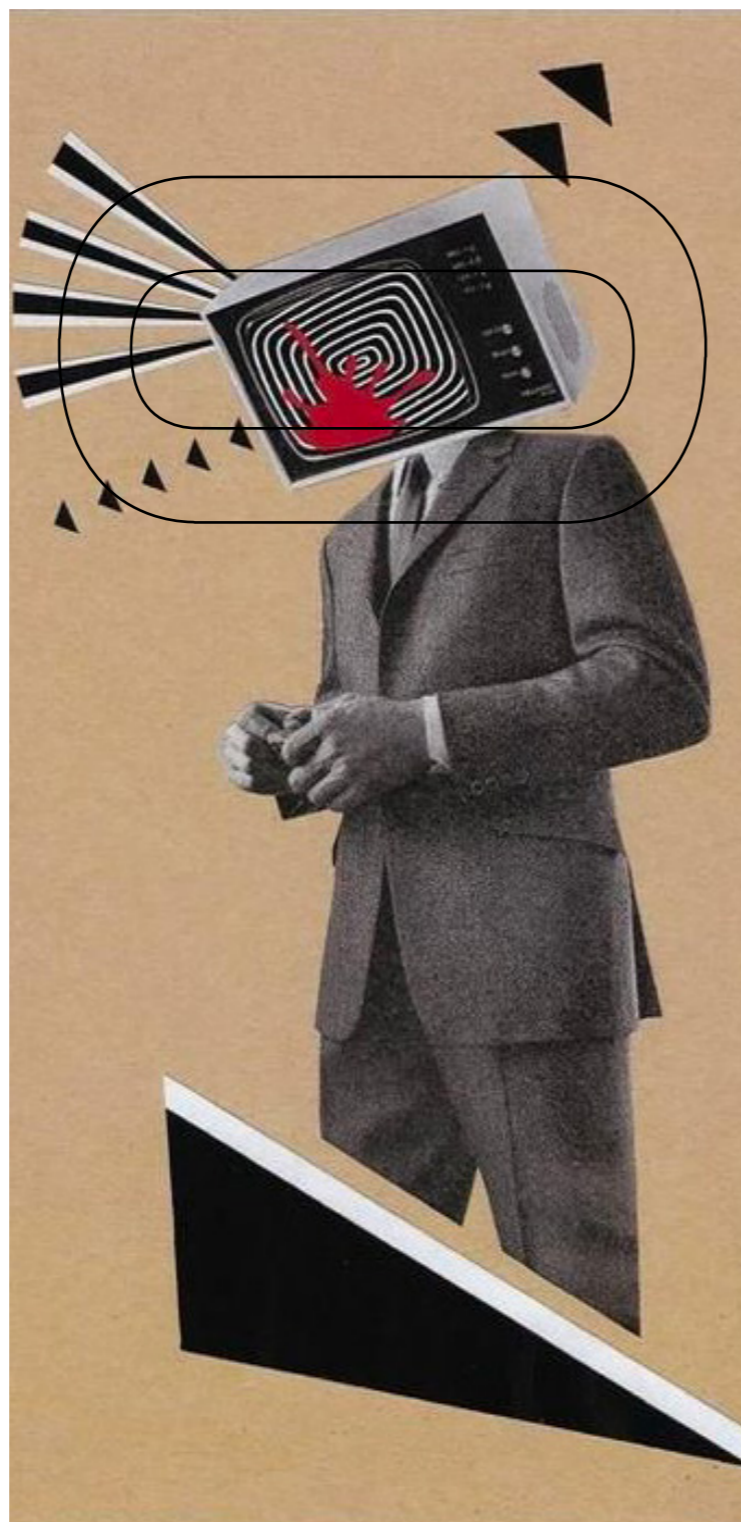
Dohledem nad audiovizuálním vysíláním je v tomto společenství pověřena Rada pro média. Pokud jde o práva a povinnosti rádiových a televizních stanic, těm je vyhláškou povoleno vysílat reklamy a telemarketing za podmínky, že obě dvě formy propagace budou jasně odlišeny od zbytku programu. Pokud jsou reklamy vkládány přímo do vysílaného pořadu, musí být mezi přerušáním tohoto pořadu alespoň 20 minut, pokud jde o filmy je tato doba 45 minut.

Televizní společnosti mají povinnost vyhradit evropským dílům nejméně 10 % vysílací doby povolených televizních pořadů, s výjimkou času určeného na zprávy, sportovní události, zápasy, reklamy nebo teletextové služby a telemarketing, nebo 10 % svého programového rozpočtu věnují evropským dílům od výrobců nezávislých na televizních vysílacích organizacích. Přiměřený podíl musí být vyhrazen nejnovějším dílům, tedy dílům vysílaným do pěti let od jejich výroby. Pokud jde o významné události, vyhrazuje si vláda právo vytvořit seznam těchto událostí, které nespádají do práva výlučnosti, tedy by měly být nutně známy veškerému obyvatelstvu. Tyto události pak mají radiové a televizní stanice povinnost vysílat, a to dle rozhodnutí vlády v přímém přenosu, či ze záznamu, a to tak, aby byly dostupné celému obyvatelstvu.

Vyhláška z 25. června 2005 dále stanovuje vznik veřejnoprávní televize BRF a právníkům osobám přiznává právo k založení soukromých rádiových či televizních kanálů, jejichž obsah může být zpoplatněn.

KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK

Koncesionářský poplatek se používal k financování souhrnného rozpočtu Valonského regionu, nebyl alokovan přímo na financování veřejné rozhlasové a televizní služby (RTBF) na rozdíl od toho, co je běžně praktikováno ve většině evropských zemí, které jej využívají. Do roku 2014 kompenzovalo společenstvím Belgické království tuto ztrátu vyplácením kompenzačního grantu na audiovizuální financování. **Ve Vlámku a v Bruselu byl problém rychle vyřešen, protože tento poplatek byl rychle zrušen. Ve Valonsku je zrušen od roku 2018. Zůstává však splatný za uplynulé roky. Jeho výše je stanovena na 100 €.** **Ve Vlámku již poplatek neexistuje od roku 2002.** Byl zrušen, když se tato daň stala regionální pravomocí. **Veřejnoprávní vysílání je tak v Belgii financováno z daní.**



NIZOZEMSKO

NIZOZEMSKÁ MEDIÁLNÍ POLITIKA A JEJÍ ÚČEL

Nizozemská mediální politika a její účel se řídí zásadou, že to, co vidíme, slyšíme a čteme v médiích, ovlivňuje náš pohled na svět. Proto musí existovat nezávislá média, která nejsou ovlivněna vládou ani komercí. Televize, rádio, noviny a internet proto musí být také přístupné všem v Nizozemsku. Média informují společnost a úkolem nizozemské vlády je chránit kvalitu a rozmanitost nabídky médií. Vláda musí také zajistit, aby každý mohl přijímat televizní a rozhlasové programy.

Svou roli v tom hraje veřejnoprávní vysílání. Úkolem veřejnoprávního média je zajistit kvalitní nabídku. Například veřejnoprávní vysílací společnost nesmí vytvářet pouze pořady pro širokou veřejnost, musí existovat programy pro všechny společenské skupiny.

Další odpovědností je chránit nezávislost (svobodu tisku) médií. Proto mediální zákon stanoví, že veřejnoprávní vysílání může činit vlastní věcná rozhodnutí. Nejsou proto závislá na vlivěch obchodu nebo vlády. Vláda podporuje nezávislost žurnalistiky fondem pro noviny, časopisy a publicistické weby.

Nizozemské veřejnoprávní vysílání je po zrušení koncesionářských poplatků (zrušeno v roce 2000) financováno prostřednictvím státních dotací.

V Nizozemí působí Nederlandse Publieke Omroep (NPO), což je nizozemská veřejnoprávní vysílací společnost, která spravuje služby veřejnoprávního vysílání v Nizozemsku. Byla založena v roce 2000 a spravuje tři televizní kanály, šest rozhlasových stanic, širokou škálu digitálních služeb a webové stránky. NPO tvoří 11 vysílacích organizací: dvě veřejnoprávní a devět sdružení.

Základ fungování veřejnoprávního vysílání byl položen už historicky, nizozemské vysílání začalo ve 20. letech 20. století z iniciativy reprezentativních náboženských a sociálních skupin.

Ty dostávaly od roku 1930 vládou přidělované vysílací časy na dostupných frekvencích, až se během 50. let vytvořila organizace pro distribuci slotů a produkce informací, z níž se v roce 1969 stala Nederlandse Omroep Stichting.



NPO, jak je definováno v článku 2.2 zákona o médiích z roku 2008, byla určena jako řídicí a kooperační orgán nizozemského systému veřejnoprávního vysílání. Úkoly NPO jsou podpora spolupráce a soudržnosti mezi národními vysílacími společnostmi, programování nabídky médií, rozdělování rozpočtů pro různé vysílací společnosti, zajištění distribuce, podpora provozovatelů vysílání titulky, nákup a prodej programů a konečně provádění nezávislého výzkumu kvality a obrazu rozhlasových, televizních a internetových platform. NPO je rovněž držitelem licence na rozhlasové kmitočty a veřejnoprávní národní DVB-T a DAB kmitočty. NPO měla v roce 2020 s 35,5 % největší podíl na televizním trhu v Nizozemsku a druhý největší podíl na trhu rádií s 31,5 %.

MEDIÁLNÍ ZÁKON (MEDIAWET 2008)

Úkoly a odpovědnosti médií a vlády jsou uvedeny v Mediálním zákonu z roku 2008. Zákon mimo jiné řeší:

- veřejnoprávní vysílání;
- provozování komerčního vysílání;
- nastavení dalších médií. Například Journalism Incentive Fund a Nizozemský institut pro zvuk a obraz;
- vysílání reklamy a sponzoringu;
- ochranu mladých televizních diváků;
- mediální dohled

MEDIÁLNÍ DOHLED

Nizozemský mediální úřad (Commissariaat voor de Media - CvdM) kontroluje jménem vlády, zda rozhlasové a televizní kanály dodržují zákon o médiích. To se týká dohledu nad rozhlasem, televizí, videosloužbami na vyžádání a nizozemskými knižními publikacemi. Úřad chrání nezávislost, pluralitu a dostupnost mediální nabídky a podporuje tím svobodu informací. Organizace například sleduje, kolik peněz vysílací společnosti utratí za rok a za co. CvdM také kontroluje, zda v televizi a rádiu není příliš mnoho reklamy. Kanály a vysílací stanice mohou čelit vysokým pokutám, pokud pravidla nebudou dodržovat.

NEDERLANDSE OMROEP STICHTING (NOS)

Nederlandse Omroep Stichting (NOS) je jednou z hlavních vysílacích organizací tvořících nizozemský systém veřejnoprávního vysílání. Má zvláštní zákonnou povinnost vytvářet zpravodajské a sportovní pořady pro tři nizozemské veřejnoprávní televizní kanály a nizozemské veřejnoprávní rozhlasové služby.

Působnost NOS vyplývá z Mediálního zákona z roku 2008, který stanoví, že NOS produkuje pravidelné a časté programy veřejnoprávní povahy, včetně zejména úplného a nestranného zpravodajství a pokrytí parlamentních postupů a debat, jakož i zpravodajství o sportovních a jiných národních akcích. NOS také působí jako technický koordinátor pro nizozemský systém veřejnoprávního vysílání. V případě mimořádných událostí může převzít kontrolu nad veřejnými sítěmi, aby zajistila koordinované pokrytí událostí ve spolupráci s ostatními členy systému.

NOS vytváří programy pro:

- 3 televizní kanály: NPO 1, 2 a 3;
- 6 rádiových kanálů: NPO Radio 1, 2, 4 a 5, NPO 3FM a NPO FunX.
- Veřejnoprávní stanice také vysílá na řadě tematických televizních kanálů. Například NPO Politika/Zprávy/Sport, NPO 1 Extra a NPO 2 Extra. A rádiových tematických kanálech jako NPO Soul a Jazz.



Působnost NOS vyplývá z Mediálního zákona z roku 2008, který stanoví, že NOS produkuje pravidelné a časté programy veřejnoprávní povahy, včetně zejména úplného a nestranného zpravodajství

KANÁLY NA VYŽÁDÁNÍ (ON-DEMAND)

Posláním veřejnoprávního vysílání je oslovit široké a různorodé publikum. Publikum stále více sleduje on-demand, zejména mladší cílová skupina. Proto může na těchto platformách vysílat i veřejnoprávní vysílací společnost. NPO to dělá na placené platformě NPO Start a platformě NLziet.

Pokud chce NPO spustit nové televizní nebo rozhlasové kanály, musí to schválit ministr školství, kultury a vědy. Ministr musí schválit i důležité změny nebo ukončení stávajících kanálů. Nizozemsko se dohodlo s Evropskou komisí, že k tomu bude dodržován transparentní postup.

Provozovatelé veřejnoprávního vysílání například nesmí přerušovat programy kvůli reklamě a nesmí vysílat reklamu okolo pořadů pro děti a online kanálů, jako je NPO Start.

Postup je ve zkratce:

1. Rada pro kulturu a Mediální úřad udělí radu ministroví;
2. Zainteresované strany mohou zaslat první podněty Kulturní radě a Komisi;
3. Úřad pro spotřebitele a trh podá zprávu o dopadech na trh;
4. Ministr vypracuje návrh rozhodnutí;
5. Zúčastněné strany mohou na návrh rozhodnutí odpovědět do 6 týdnů;
6. Konečné rozhodnutí bude učiněno do 6 měsíců.

KONCESNÍ OBDOBÍ 2022-2026

NPO sepisuje plán koncesní politiky jednou za pět let. Ta určuje, co bude v příštích letech vidět a slyšet na veřejnoprávních televizních a rozhlasových kanálech. Současné koncesní období začalo 1. ledna 2022 a potrvá do roku 2026. Za tímto účelem nezisková organizace vypracovala Plán koncesní politiky 2022-2026. V důsledku změn v zákoně o médiích z roku 2008 bylo koncesní období 2016–2020 prodlouženo o jeden rok.

PRÁVIDLA PRO REKLAMU VE VEŘEJNOPRÁVNÍM VYSÍLÁNÍ

Veřejnoprávní a komerční vysílací společnosti mohou vysílat reklamu, to ale podléhá pravidlům. Reklama je omezena zákonem o médiích. Provozovatelé veřejnoprávního vysílání například nesmí přerušovat programy kvůli reklamě a nesmí vysílat reklamu okolo pořadů pro děti a online kanálů, jako je NPO Start. To je povoleno provozovatelům komerčního vysílání. Stanoveno je, že reklama, teleshopping a sponzoring musí být jasně rozpoznatelné a nesmí být použity žádné podprahové techniky jako skrytá reklama nebo product placement. Zakázané jsou také reklamy na zdravotnické zákroky. Mezi 6:00 a 21:00 hodinou je také zakázáno vysílat reklamy na alkohol či hazard. Zároveň je stanoveno, že reklamní vysílání nesmí přesáhnout 20% vysílacího času mezi 6:00 a 18:00 a 18:00 a 24:00 hodinou. Reklama se nesmí objevovat v programech církevního nebo duchovního charakteru a v programech pro děti mladší 12 let.¹

Veřejnoprávní médium vysílá reklamu od roku 1967. Příjmy z reklamy ale v poslední době klesají. Logické je, že na veřejnoprávních stanicích není tolik reklamy jako na komerčních. Sponzorství je pak povoleno pouze u několika programů, jako je kultura a sport.

MAXIMÁLNÍ PLAT MODERÁTORŮ VEŘEJNOPRÁVNÍHO MÉDIA

Na moderátory veřejnoprávního vysílání se vztahuje Rámec odměňování moderátorů veřejnoprávního vysílání (BPPO). Ta uvádí maximální plat pro moderátory. Rámec odměňování je formou povinné samoregulace. To znamená, že mediální sektor si mzdový standard sestavuje a realizuje sám. Rámec odměňování vychází z Mediálního zákona.

REGIONÁLNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍ VYSÍLATELÉ

Nizozemsko má 13 veřejnoprávních stanic pro regionální zprávy a informace. Regionální veřejnoprávní stanice jsou zpravodajskými a informačními kanály v regionu. Oslovují obyvatele ve své oblasti, ale prostřednictvím spolupráce stále více i mimo ni. Vysílatelé jsou určeným nouzovým kanálem během katastrof v regionu.

PROGRAMY REGIONÁLNÍCH VYSÍLATELŮ VYSÍLAJÍ CELOSTÁTĚ

Celostátní veřejnoprávní médium od začátku roku 2021 vysílá více pořadů od regionálních veřejnoprávních médií. Zprávy z různých regionů jsou vysílány na NPO 2 každý pracovní den v 18:15. Následují pořady s regionální tematikou. Kromě toho lze prostřednictvím NPO Start sledovat stále více pořadů od regionálních vysílatelů. Další peníze jsou na to k dispozici ve vládním mediálním příspěvku.

KRIZOVÁ KOMUNIKACE

Centrální vláda uzavřela dohody se všemi regionálními vysílacími stanicemi o plnění role nouzového vysílání. Redakce vysílatelů jsou tedy téměř nepřetržitě obsazeny. Tato novinářská připravenost přispívá k tomu, že případné mimořádné události lze prostřednictvím rozhlasu kdykoli upozornit. V případě katastrofy se programování přes internet a televizi také rychle zaměří na aktuální zprávy.²

FINANCOVÁNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍCH MÉDIÍ

Nizozemská veřejnoprávní média jsou financována ze státního rozpočtu, konkrétně z rozpočtu Ministerstva školství, kultury a vědy, tzn. přeneseně z daní. Podle posledních čísel stojí veřejnoprávní vysílání státní kasu 7,44 € za měsíc na domácnost. S podílem 0,12 % na hrubém domácím produktu je NPO jednou z nejvýkonnějších veřejnoprávních vysíla-

¹ Screen Flanders je opatřením ekonomické podpory pro audiovizuální díla vlámské vlády.

² <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep>, Rijksoverheid = vláda Nizozemska

cích společností v Evropě. O změně systému financování se v současné době nevede žádná veřejná debata. Vedle toho jsou zdrojem příjmů nizozemských médií reklama či vlastní zdroje jako členské příspěvky, povolené formy sponzoringu, práva duševního vlastnictví ad.

Finance z rozpočtu jsou rozdělovány na ty, které jsou poskytovány na péči o programovou nabídku na různých dodavatelských kanálech, vlastní příjmy organizací NOS a NTR75, finanční prostředky na distribuci programové nabídky v různých kanálech a na finanční zdroje pro plnění úkolů a činností nizozemského veřejnoprávního vysílání.

Vládní příspěvek na média se každým rokem upravuje na základě indexu růstu počtu domácností a indexu spotřebitelských cen. Pokud okolnosti brání zachování stanovených částek, může ministr školství, kultury a vědy možnost částku pozměnit.³ Ministr zároveň stanovuje rozpočty národních

veřejnoprávních médií, které jsou sestaveny pro poskytování mediální nabídky, pro péči o mediální nabídku NOS a NTR, na plnění úkolů a činností NPO a pro posílení programové nabídky národní veřejné mediální služby. O rozdělení mezi jednotlivé vysílací organizace rozhoduje Rada NPO. Prostředky jsou pak vypláceny v podobě záloh v souladu s pravidly s ministerským nařízením a mohou být použity pouze na zákonem stanovené účely (čl. 2.149 zákona o médiích). Pokud by organizace využily finanční prostředky pro jiné účely, Úřad pro dohled nad médii může požádat Radu o snížení nebo ukončení vyplácení záloh.⁴ To se může stát i v případě, pokud veřejnoprávní poskytovatelé nepředloží včas svou účetní závěrku. Podobně probíhá financování regionálního a lokálního veřejnoprávního vysílání (Regionale Publieke Omroep, RPO).

ROZPOČET NÁKLADŮ NA VEŘEJNOPRÁVNÍ VYSÍLÁNÍ NA ROK 2024 A PROGNÓZA ROKU 2023 V EURECH:

Artikel	Budgetaanvraag 2024	Prognose 2023
2.149, lid 1, sub c NOS	158.456.648	171.609.317
2.149, lid 1, sub a Omroepverenigingen met erkenning	249.276.395	241.707.119
2.149, lid 1, sub b Omroepverenigingen met voorlopige erkenning	8.309.213	8.056.904
2.149, lid 1, sub d NTR	61.407.904	59.543.254
Totaal zendgemachtigden	477.450.160	480.916.594
2.149, lid 1, sub f Programmaversterking	351.813.269	348.829.407
Totaal programabudget	829.263.429	829.746.001
2.149, lid 1, sub e NPO	134.979.571	131.074.000
2.149, lid 1, sub e Stichting BVN	1.779.000	1.749.000
Totaal OCW-budget	966.022.000	962.569.001

V roce 2023 bylo oznámeno, že místní veřejnoprávní stanice mohou v letech 2023 a 2024 počítat s dodatečnými investicemi.⁵ Pro rok 2023 uvolnil státní tajemník pro kulturu a média těmto médiím k dispozici 15,9 milionu EUR na podporu místních veřejnoprávních vysílatelů v jejich profesionalizaci a nezávislosti. V roce 2024 se tato podpora zvýší na 18,9 milionu EUR. Chystá se navíc nový systém, který bude spuštěn v roce 2025. Pak vysílatelé dostanou své peníze přímo od vlády, dnes je to prostřednictvím obcí z obecních fondů. Mají také dostat strukturálně více peněz a nebudou již při svém financování závislí na obcích, musí ale projít přísnějším postupem, aby získali označení jako místní veřejnoprávní vysílatelé.

Pokud by organizace využily finanční prostředky pro jiné účely, Úřad pro dohled nad médii může požádat Radu o snížení nebo ukončení vyplácení záloh.

Uvádí se, že řada místních veřejnoprávních médií to nemá finančně jednoduché. Většina peněz, které obdrží, půjde na další profesionalizaci - 9,6 milionu eur v roce 2023 a 11 milionů eur v roce 2024. Vysílatelé mohou tyto peníze použít například k posílení redakcí. V obou letech je také k dispozici 1,8 milionu EUR na přechod na digitální rozhlasovou distribuci (DAB+), aby mohly vysílat i nadále, když se počet analogových rozhlasových přijímačů sníží. Investuje se také do užší spolupráce mezi místními a regionálními provozovateli veřejnoprávního vysílání. Společně připravují „Dům veřejné žurnalistiky“, sdílený prostor, kde budou společně produkovat žurnalistický obsah, sdílet inovativní techniky a provádět výzkum s cílem zvýšit svůj dopad a dosah. Do této spolupráce se v roce 2023 investovaly 2 miliony eur a v roce 2024 půjde o 4 miliony eur.

Příklad tabulky:

- 2,149, odstavec 1, sub c NOS (TV a radio stanice)
- 2,149(1)(a) Vysílací asociace s uznáním
- 2,149(1)(b) Vysílací sdružení s prozatímním uznáním
- 2,149, odstavec 1, sub d NTR (TV a radio stanice)
- Celkem vysílatelů
- 2,149, odstavec 1, sub f Programové posílení
- Celkový rozpočet programu
- 2,149, odstavec 1, sub e NPO (Nederlandse publieke omroep)
- 2,149, odstavec 1, sub e Nadace/Spolek BVN (TV kanál To nejlepší z NPO)
- Celkový rozpočet OCW (Ministerstva školství, kultury a vědy)

Zdroj: Ministerstvo školství, kultury a vědy⁶

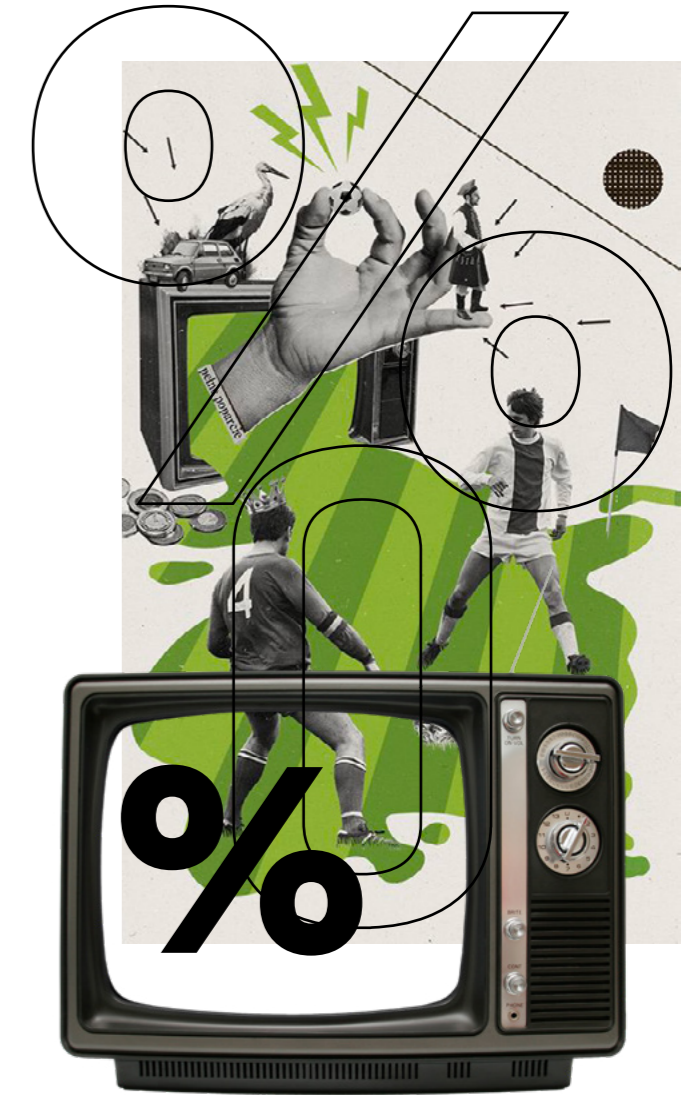
ROZDĚLENÍ VYSÍLACÍHO ČASU KANÁLŮ NPO TV V ROCE 2022:

SPORT	18%–21%
ZNALOSTI A VZDĚLÁ(VÁ)NÍ	18%–21%
ZPRÁVY A AKTUALITY	13%–16%
DRAMA	13%–16%
NÁZORY	10%–13%
LIDSKÉ ZÁJMY	7%–10%
UMĚNÍ A EXPRESE	6%–9%
DOKUMENTY	2%–5%
POHLEDY NA SVĚT A ŽIVOT	1%–4%
ZÁBAVA	1%–4%
HUDBA	0%–3%

ROZDĚLENÍ VYSÍLACÍHO ČASU KANÁLŮ NPO RÁDIÍ V ROCE 2022:

NÁZORY	35%–38%
ZPRÁVY A AKTUALITY	25%–28%
UMĚNÍ A EXPRESE	26%–29%
SPORT	1%–4%
ZNALOSTI A VZDĚLÁ(VÁ)NÍ	1%–4%
LIDSKÉ ZÁJMY	1%–4%
POHLEDY NA SVĚT A ŽIVOT	0%–3%
ZÁBAVA	0%–3%

Zdroj: Výroční zpráva NPO 2022⁷



KOMERČNÍ VYSÍLATELE

Provozovatel komerčního vysílání poskytuje program prostřednictvím programu s alespoň počátečními časy a názvy několika programů. Provozovatel šíří programovou nabídku pro souběžný příjem širokou veřejností nebo její částí. Provozovatel komerčního vysílání si musí zajistit příjem a přenos sám. Provozovatel komerčního vysílání musí rovněž dodržovat pravidla týkající se reklamy, sponzorství a ustanovení o kvótách. Ke spuštění komerčního vysílání je vyžadováno povolení od Mediálního úřadu (CvdM).

USTANOVENÍ O KVÓTÁCH PRO VEŘEJNOPRÁVNÍ I KOMERČNÍ VYSÍLATELE

Poskytovatelé mediálních služeb musí při sestavování své mediální nabídky dodržovat řadu ustanovení o kvótách. To platí pro celostátní a regionální veřejnoprávní mediální instituce a komerční mediální instituce a jak pro jejich vysílací služby, tak pro jejich mediální služby na vyžádání.

³ <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=199386>

⁴ <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=199386>

⁵ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/nieuws/2022/12/16/kabinet-geeft-in-2023-%E2%82%AC-159-miljoen-aan-lokale-publieke-omroepen>

⁶ Zdroj (Ministerstvo školství, kultury a vědy): <https://www.ocwincijfers.nl/selectoren/cultuur-en-media/media/kengetallen-en-cijfers-npo>

⁷ https://over.npo.nl/storage/configurations/overmpo/files/begroting_npo_2022.pdf

Veřejnoprávní vysílatelé však tvrdí, že nemají dost peněz na lepší pořady a argumentují, že potřebují peníze navíc ve formě sponzoringu.



Zákon o médiích z roku 2008 obsahuje předpisy pro evropské kvóty, kvóty pro nizozemský a fríský jazyk a kvóty pro titulky pro každý televizní programový kanál. Pro (komerční) mediální služby na vyžádání platí pouze evropské kvóty. Předpisy se liší podle typu mediální služby.

Požadavky na dodávku médií související s kvótou by měly zajistit:

- podporu evropské kultury;
- propagaci mediálních nabídek vytvořených nezávislými producenty;
- propagaci nizozemského nebo fríského jazyka;
- podporu přístupu pro lidi se sluchovým postižením.

Rozlišuje se několik kategorií mediálních služeb, z nichž každá má své vlastní povinnosti:

1. celostátní veřejnoprávní mediální služba: televizní programové kanály (NPO 1, 2 a 3, ostatní kanály);
2. nabídka národních veřejných médií na vyžádání: kanály (NPO Start, NPO Plus, všechny ostatní kanály včetně sociálních médií);
3. regionální mediální služby: všechny televizní programové kanály;
4. nabídka regionálních médií na vyžádání: všechny kanály včetně sociálních médií;
5. komerční mediální služby: televizní programové kanály s podílem na trhu menším nebo rovným 0,3 % a dosahem menším nebo rovným 75 %;
6. komerční mediální služby: televizní programové kanály s podílem na trhu menším nebo rovným 0,3 %, ale s dosahem rovným nebo větším než 75 %;
7. komerční mediální služby: televizní programové kanály s podílem na trhu rovným nebo větším než 0,3 %, ale s dosahem menším nebo rovným 75 %;
8. komerční mediální služby: televizní programové kanály s podílem na trhu rovným nebo větším než 0,3 % a dosahem rovným nebo větším než 75 %;
9. komerční mediální služby na vyžádání: s obratem menším než 2 miliony eur a dosahem menším než 1 %;
10. komerční mediální služby na vyžádání: s obratem více než 2 miliony eur nebo dosahem více než 1 %.

PROCENTUÁLNÍ KVÓTA⁸

V závislosti na typu mediální služby existují různá ustanovení o kvótách, a to jsou:

- evropské produkce;
- nezávislé evropské produkce;
- nedávné nezávislé evropské produkce;
- produkce v holandském a fríském jazyce;
- titulkování nizozemských a fríských produkcí.

ROSTOUCÍ KOMERCE A STÍRAJÍCÍ SE ROZDÍLY MEZI VEŘEJNÝMI A KOMERČNÍMI VYSÍLATELI

Sílí obavy z rostoucí komercionality, mimo jiné prostřednictvím skryté reklamy ve službě veřejnoprávního vysílání. Veřejný systém je přitom ve skutečnosti již komerčním systémem. Provozovatelé vysílání jsou ale obviňováni z rostoucí komercializace veřejnoprávního vysílání. Veřejnoprávní vysílatelé přitom mohou nyní v omezeném rozsahu doplňovat svůj rozpočet o peníze z podnikatelské sféry. Podle mediální komise by se sponzorská částka pohybovala mezi 75 a 150 miliony eur. Společnosti nyní mohou darovat peníze nebo zboží na programy, ale nesmí to propagovat v samotném programu.

Veřejnoprávní vysílatelé však tvrdí, že nemají dost peněz na lepší pořady a argumentují, že potřebují peníze navíc ve formě sponzoringu. Aby se podnikatelská komunita a vysílatelé sblížili, v posledních letech do lukrativní mezery na trhu vstoupila řada sponzorských náborových agentur. V průběhu let se v Hilversu (město – sídlo NOS a NPO) vyvinula praxe, že vláda, společnosti a neziskové organizace poskytují vysílatelům pomocnou ruku při tvorbě televizních programů. Podle právníka Jana Kabele z Institutu pro informační právo v Amsterdamu jsou praktiky NPO přinejmenším diskutabilní. Nizozemské mediální právo sponzorství neumožňuje, zatímco evropské právo si vysílatelé vykládají ve svůj vlastní prospěch. Vera Keur, mediální ředitelka, navrhla na setkání programových ředitelů sponzoring úplně zastavit.⁹



DÁNSKO

MEDIÁLNÍ POLITIKA V DÁNSKU

Dánská mediální politika je řešena v gesci ministerstva kultury, pod které spadá i větší na regulace činnosti médií.¹ Regulace rozhlasového a televizního vysílání i streamovacích služeb je řešena s ohledem na význam pro další rozvoj dánské kultury a společenskopolitické debaty v zemi. Mezi hlavní právní předpisy regulující tuto oblast náleží zejména zákon o rozhlasovém a televizním vysílání *Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed*.²

Zákon především:

- stanoví subjekty, které jsou oprávněny poskytovat rozhlasovou a televizní programovou nabídku
- stanoví způsoby šíření takového programu
- definuje poskytování veřejnoprávní služby (ta je v Dánsku označena anglickým termínem „public service“, a to i v zákoně) a subjekty, které ji poskytují
- definuje povinnosti, práva a činnost organizace DR, která je hlavním poskytovatelem veřejnoprávního vysílání v Dánsku
- definuje práva a povinnosti dalších subjektů na mediálním trhu (TV2 ad.)
- definuje činnost Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (Radio- og tv-nævnet)
- definuje fungování a zásady poskytování audiovizuálních služeb typu on-demand, dále služeb platform pro sdílení videa apod.
- stanoví zásady pro úhradu koncesionářského poplatku
- reguluje zásady vysílání reklamy, sponzoringu, product placementu v médiích
- obsahuje i ustanovení určující sankce za neplnění zákonných povinností a za poskytování služeb a výkon činnosti v rozporu se zákonnými ustanoveními

Dalšími důležitými předpisy v této oblasti jsou např. zákon o mediální podpoře³, který se zabývá podporou tištěných a internetových zpravodajských médií (nezávislá žurnalistika) nebo **zákon o mediální odpovědnosti⁴, který stanoví trestní odpovědnost a odpovědnost související s případnou náhradou škody v souvislosti s mediálním obsahem**. Tento zákon spadá po dánské ministerstvo spravedlnosti.

Oblast veřejnoprávních médií v Dánsku se řídí mediální politikou, jejíž rámec je definován v tzv. mediálních smlouvách, které spolu na několik let uzavírají vláda na straně jedné a další strany zastoupené v dánském parlamentu (Folketin-

¹ <https://kum.dk/kulturomraader/medier>

² v platném znění <https://www.retsinformation.dk/eli/ta/2020/1350>

³ Lov om mediestøtte/ č. 1604 z r. 2013.

⁴ Medieansvarsloven z r. 1991.

⁵ <https://kum.dk/kulturomraader/medier/medieaftaler>, Mediální smlouva na období 2023-2026:

https://kum.dk/fileadmin/kum/1_Nyheder_og_presse/2023/Medieaftale_for_2023-2026_Samling_om_frie_medier_og_staerkt_dansk_indhold_-_TG.pdf



get) na straně druhé. Zatím poslední smlouva tohoto typu byla uzavřena 14. června 2023 mezi stranami vládní koalice (Socialdemokratiet, Venstre a Moderaterne) a stranami Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Radikale Venstre a Dansk Folkeparti. Aktuálně platí pro období 2023-2026.⁵

Nejnovější smlouva na období 2023 až 2026 klade důraz především na **poskytování kvalitního dánského obsahu ve všech typech médií**. Zároveň zohledňuje moderní trendy digitalizace a streamování obsahu, které nabízí širokou škálu možností a kterých je třeba se chopit. Na druhou stranu je ovšem nutné zajistit ochranu dětí a mládeže před negativním působením stinných stránek, které obrovský rozmach technologií přináší (fake news, dezinformace apod.). Signatáři smlouvy se v ní proto zavázali, že se maximálně zasadí za spolupráci s dalšími technologickými subjekty (např. zřízení centra pro sociální média při ministerstvu kultury), aby zajistili lepší ochranu dětí a mládeže před vlivem sociálních sítí apod. a posílili produkci dánského obsahu a dánských témat směrem k dětem a mládeži.

Smlouva vyjadřuje příslib **přerozdělení podpory jednotlivým hráčům na mediálním trhu** (větší podpora směřující lokálním a regionálním médiím). Nezapomíná ani na streamovací služby, které zaujímají stále větší podíl na spotřebě dánských uživatelů médií, a proto se zavazuje navýšit podíl dánské produkce a dánského obsahu i v tomto typu médií.

Smlouva se dále zabývá mj. posílením podpory v oblasti žurnalistiky, publicistiky, investigativní žurnalistiky, možnostmi finanční podpory a granty.

Pokud jde o veřejnoprávní vysílání, **stanoví smlouva jasné úkoly a očekávání od poskytovatelů veřejnoprávní služby** - DR, TV2. Veřejnoprávní vysílání by mělo být zaměřeno především na dánskou kulturu, společnost a his-

⁸Tabulka procentuálních kvót podle kategorie mediální služby a zdroj výše zmíněného je k dispozici na <https://www.cvdm.nl/voor-mediamaakers/regelgeving/mediawet/quotabepalingen/>
⁹ https://www.vpro.nl/argos/speel-POMS_VPRO_855907-het-steeds-kleinere-verschil-tussen-commerci%C3%A4le-en-publieke-omroepen-argos-.html

torii. DR by měla být garantem kvality poskytovaného obsahu. Měla by mít nezávislé vedení, které podporuje její rozvoj jako moderní mediální společnosti. Mezi další úkoly a očekávání od DR patří např.:

- zpřístupnění archivu uživatelům
- větší transparentnost personalizovaného obsahu na streamovacích platformách
- větší podíl na filmové tvorbě
- zajištění kvalitnějšího obsahu pro děti a mládež

DR - DANMARKS RADIO⁶

Přestože v dánském prostoru stále převládá tradiční příjem televizního vysílání, probíhá vysílání aktuálně přes několik různých distribučních platform, tj. tradičně přes anténu, satelitní anténu, kabelové vysílání (kabelová televize) a internet (streaming).

DR je největším poskytovatelem veřejnoprávního vysílání na dánském mediálním trhu. Je to samostatná veřejná instituce, která je povinna zajistit širokou nabídku programů a služeb všem obyvatelům prostřednictvím televize, rozhlasu, internetu a dalších relevantních platform. Program musí obsahovat zpravodajství, poskytování informací, vzdělávání, umění a zábavu. **Program nesmí být přerušován reklamou.** Činnost DR je upravena především zákonem o rozhlasovém a televizním vysílání, vyhláškou o stanovách DR a smlouvou o poskytování veřejné služby. **Od roku 2022 je financována výlučně prostřednictvím daňového zákona.**

DR má tři hlavní kanály:

- DR1 - hlavní kanál s širokou nabídkou programů
- DR2 - žánrově bohatý kanál se zaměřením na společenská a kulturní témata
- DR Ramasjang- pro děti

Dále nabízí streamovací službu DRTV.

DR a ministerstvo kultury spolu uzavírají smlouvu o veřejnoprávní službě na několikaleté období. V této smlouvě se uvádí, jaké úlohy by DR v daném období měla splnit a stanoví obecný rámec jejího fungování.

SMLOUVA S DR O POSKYTOVÁNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍ SLUŽBY NA OBDOBÍ 2022-2025⁷

Účelem smlouvy je přesně stanovit úkoly, jejichž splnění se od DR v daném období očekává, a určit rámce pro její činnost.

- Konkrétně uvádí čtyři hlavní účely veřejnoprávní instituce:
- posílit schopnost a způsobilost občanů jednat v dánské demokratické společnosti
 - spojovat a odrážet život v Dánsku

- stimulovat kulturu a jazyk
- podporovat vědění a porozumění

Dále stanoví požadavky na obsah v tvorbě pro děti a mládež, umění a kultury vč. hudby, zvýšení účasti na dánské filmové a dramatické tvorbě, důraz na diverzitu a menšiny, regionální pokrytí, vysílání v dánštině a dalších severských jazycích ad. Smlouva se věnuje i rozhlasovému a internetovému vysílání. V řadě bodů obsahuje požadavky obecně stanovené mediální smlouvou (zpřístupnění archivů ad.).

V otázce **financování odkazuje na novou formu financování prostřednictvím finančního (daňového) zákona, nikoli z poplatků, a zdůrazňuje potřebu větší ekonomické transparentnosti organizace (vykazování příjmů a výdajů, přesné alokace na konkrétní oblasti produkce ad.)**

Sama organizace DR na svých stránkách⁸ uvádí, že jejím cílem je podporovat demokracii, přispívat k rozvoji dánské kultury a posilovat komunity v Dánsku. DR jako taková je povinna zajistit dosah a zprostředkovat dánský obsah všem skupinám obyvatelstva. V roce 2021 zveřejnila DR svou digitální strategii do roku 2025 zaměřenou především na poskytování digitálního obsahu.

TV 2

Dalším významným poskytovatelem televizního vysílání v Dánsku je státem vlastněná TV 2 DANMARK A/S (TV 2). Vznikla v roce 1986 jako alternativa k celostátnímu vysílání DR. **V roce 2003 přešla zcela do vlastnictví státu.** Jejím účelem je **poskytovat mediální a další související služby, ovšem i na komerčním základě.** Na hlavním kanálu TV2 má rovněž povinnost poskytovat veřejnoprávní službu. Tato instituce je v současnosti **financována především z předplatného a z příjmů z reklamy.** Další jednotlivé kanály v rámci TV2 mají speciální zaměření - např. zpravodajství, pro mladé či zralé publikum, zaměření na životní styl, sport apod.

Zároveň jsou součástí celé organizace i **regionální společnosti TV2, které jsou samostatnými poskytovateli veřejnoprávní služby – redakčně a ekonomicky nezávislé na TV2.** Celkem jich je osm. I jejich činnost je primárně upravena zákonem o rozhlasovém a televizním vysílání a zákonem o TV 2.

KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK ZA POSKYTOVÁNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍ SLUŽBY⁹

Do roku 2022 měli všichni obyvatelé Dánska starší 18 let, kteří mají přístup k rozhlasovému a televiznímu vysílání a internetu, povinnost hradit tzv. koncesionářskou licenci (koncesionářský poplatek), a to bez ohledu na skutečnost, zda veřejnoprávní vysílání sledovali či nikoli. Poplatek se hradil **jeden za osoby žijící ve společné domácnosti.**

Tento poplatek měl zajistit provoz veřejnoprávních médií v Dánsku. Velká část z poplatku směřovala k veřejnoprávní organizaci DR, která poskytuje veřejnoprávní vysílání s přístupem pro všechny. Důchodci s nízkými příjmy měli a mají nárok na podporu ve výši 1015 DKK (2023) a v současné době ji pobírá na 500 tisíc důchodců.

V roce 2018 tehdejší vláda rozhodla, že by měl být tento poplatek s účinností od roku 2022 postupně zrušen. **Poplatek byl následně nahrazen změnou ve výši zdanění osobních příjmů, tzn., že veřejnoprávní vysílání je v Dánsku aktuálně financováno prostřednictvím daňového systému.**

Zde je to i proto, že hlavním účelem organizace DR je zajistit obyvatelům veřejnoprávní službu, tj. širokou nabídku programů a služeb oblasti zpravodajství, poskytování informací, vzdělávání, umění a zábavy, které jsou zcela nezávislé na ekonomických, komerčních a politických zájmech.¹⁰

Z HISTORIE PLATBY KONCESIONÁŘSKÉHO POPLATKU

Poplatek za veřejnoprávní vysílání byl v Dánsku zaveden v roce 1925, kdy vznikla organizace DR (1. 4. 1925, tehdy Statsradiofonien), která poskytovala rozhlasové vysílání. V roce 1929 měla rozhlasový příjemce už téměř každá třetí domácnost. Odpovědnost za výběr poplatku (tehdy 10 dánských korun ročně) měla organizace Statsradiofonien, nikoli stát, která to často činila ve spolupráci s policií, jež za neuhrazené poplatky vystavovala pokuty. Pro osoby, které měly z finančních důvodů problém poplatek hradit, byl v roce 1929 zřízen pomocný sbírkový fond, z něhož jim byl radiopřijímač financován.

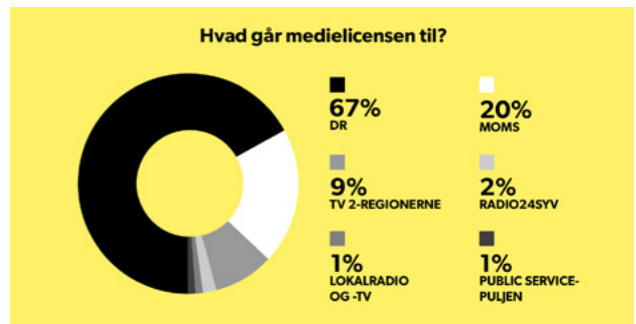
Televizní vysílání bylo v Dánsku spuštěno v říjnu 1951. Lidé, kteří měli televizní přijímač, platili vyšší poplatek (v roce 1953 jich ale bylo jen 800). V roce 1956 platilo poplatek za televizi 15838 osob, což zdaleka nepokrylo nákladnou produkci televizní tvorby. Ta byla následně financována ze speciální půjčky z fondu pro rozhlasové vysílání, což tehdy vyvolalo vlnu kritiky, že vysílání pro hrstku televizních diváků musí „sponzorovat“ rozhlasoví posluchači.

S postupným rozšiřováním televize v domácnostech v 60. a 70. letech 20. století bylo jasné, že se televize stala součástí běžného života (v roce 1959 bylo nahlášeno 250.510 televizorů). S rostoucí oblíbeností televize však narůstal i počet neplatičů, a tak v Dánsku nasadili (po vzoru britské BBC) tzv. detekční dotázky, které dokázaly detekovat „černé“ neplatiče. Tato praxe fungovala až do 90. let 20. století.

V roce 2007 bylo rozhodnuto, že povinnost platit poplatek má 97 % obyvatelstva, nikoli jen ti, kteří vlastní rozhlasový nebo televizní přijímač, jelikož s přicho-

dem internetu měli k vysílání přístup všichni. Poplatek (tzv. medielicens) tehdy činil 2150 DKK/rok. V roce 2018 (v době, kdy bylo rozhodnuto o jeho zrušení) dosahoval výše 2527 DKK/rok/domácnost.

POMĚRNÉ ROZDĚLENÍ PŘÍJMŮ Z PLATBY POPLATKU ZA VEŘEJNOPRÁVNÍ SLUŽBU (v r. 2018)¹¹



67 % - DR
9 % - TV 2 – regionální vysílání
1 % - lokální rozhlasové a televizní stanice
20 % - DPH
2 % - Radio24Syv (rozhlasová stanice poskytující veřejnoprávní službu, ukončila činnost v r. 2019)
1 % - společný fond pro veřejnoprávní službu

SLEDOVANOST TV STANIC (r. 2021, 10 NEJSLEDOVANĚJŠÍCH STANIC)¹²

AKTUÁLNÍ SITUACE - NOVÝ PŘEDPIS EU O SVOBODĚ MÉDIÍ

KANÁL	% 2021	% 2020
TV 2	26,9	26,8
DR1	25,9	25,6
TV 2 NEWS	6,9	7,1
TV 2 CHARLIE	6,4	6,4
DR2	5,5	5,4
TV3	3,8	4,2
TV3+	3,1	3,0
TV 2 FRI	3,0	2,6
TV 2 SPORT	2,5	1,7
DR RAMASJANG	1,9	2,1

Zdroj: Šetření sledovanosti TV v Dánsku / Kantar

⁶ <https://kum.dk/kulturomraader/medier/tv>

⁷ https://kum.dk/fileadmin/kum/1_Nyheder_og_presse/2022/Public_service-kontrakt_for_DR_endelig.pdf

⁸ <https://www.dr.dk/om-dr>

⁹ <https://www.legaldesk.dk/privat/diverse/medielicens>

¹⁰ <https://www.dr.dk/om-dr/alletidersdr/licens-bliver-til-skat-drs-licenskontor-lukker-efter-naesten-100-aars-arbejde>

¹¹ <https://www.dr.dk/nyheder/politik/licensen-i-kroner-og-oerer-fra-1925-2018>

¹² Zdroj Šetření sledovanosti TV v Dánsku / Kantar. <https://digitalt.tv/her-er-de-10-mest-sete-tv-kanaler-i-2021>

Přestože nový evropský zákon o svobodě médií (Media Freedom Act) vzbudil mezi některými členskými zeměmi včetně Dánska obavy, je dánský ministr kultury Jakob Engel-Schmidt přesvědčen, že jednání se nakonec ubírají správnou cestou s tím, že by dánský model veřejnoprávní služby neměl být ohrožen.¹³ V předchozích vyjádřeních však Dánsko vyslovilo pochybnosti, jelikož zákon by mohl omezit svobodu tisku v zemích, kde tisk funguje bez problémů. Účelem právního předpisu je podle všeho posílit svobodu tisku ve východoevropských zemích, což by však nemělo jít na úkor ostatních států, kde vše bez problémů funguje.¹⁴

KAUZA RADIO24SYV

Rozhlasová stanice Radio24syv zahájila vysílání v roce 2011. Měla vytvořit konkurenci ke stanici DR P1, kterou provozovala veřejnoprávní DR. Stanice měla poskytovat veřejnoprávní službu, ale byla vlastněna soukromým subjektem (Berlingske People A/S). Vysílání zahájila na frekvenci FM, na níž dříve vysílala stanice DR P2. Hlavní náplní bylo zpravodajství a aktuality, kultura, debatní a satirické pořady. Stanice byla financovaná z příjmů z koncesionářských poplatků (100 mil. DKK/rok). Vysílací frekvence byla společností přidělena v řádném nabídkovém řízení s platností do roku 2019. Stanice v roce 2019 oznámila, že nebude usilovat o obnovení licence, a to vzhledem k požadavkům stanoveným tehdejšími politickými činiteli. Žádost o licenci na dané frekvenci následně podal jen jeden účastník, Radio4, kterému byla přidělena. Vláda v květnu 2019 rozhodla, že by mělo být Radio24syv umožněno pokračovat ve vysílání, nikoli na frekvenci FM, ale v pásmu DAB. Nová stanice by nepodléhala geografickým požadavkům a dostávala by 70 mil. DKK ročně. Ve výběrovém řízení však Radio24syv neuspěla a licence byla přidělena Radio Loud. Do procesu se následně vložila i tehdejší politická reprezentace a výsledky řízení zpochybnila. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání své rozhodnutí ale nezměnila. Celý proces vyústil v podání žaloby na Radu ze strany Radio24syv.¹⁵

NALEZENÍ LIMITU DEFINICE VEŘEJNOPRÁVNÍ SLUŽBY V DÁNSKU

Článek z r. 2017 se zabývá otázkou, proč v dánštině neexistuje dánský termín pro anglické ‚public service‘, tj. ‚veřejnoprávní‘, a to do té míry, že anglický termín je uveden i v zákoně o veřejnoprávním vysílání. Autorem článku je bývalý ředitel veřejnoprávní DR Christian S. Nissen.¹⁶



Uvádí, že skutečnost, že se v dánštině používá výraz ‚public service‘ ve vztahu k veřejnoprávním médiím, může být jedním z důvodů, proč mají Dánové problém si sami pro sebe tuto službu a její obsah definovat.

Odkazuje na anglický termín ‚public service‘, kterým se rozumí veřejné služby zřizované a řízené státní správou nebo samosprávou a financované prostřednictvím daní nebo poplatků. Obvykle jde (v angličtině) o veřejné zdravotní služby, školství a nakládání s odpady. Do této kategorie spadají (ve Velké Británii) i státem regulované mediální společnosti, jako je BBC. Zmiňuje i německé ‚Öffentlich-rechtlicher Rundfunk‘, což již znamená konkrétně ‚veřejnoprávní vysílání‘.

V Dánsku však takto jednoznačná definice neexistuje, zejména vzhledem k použití anglického termínu. A právě tato nejednoznačnost vede i k nejrůznějším (a nejednoznačným) výkladům v otázkách financování, vlastnictví a regulace veřejnoprávních médií.

Apeluje proto mj. na nalezení základních principů a limit pro definici veřejnoprávní služby v Dánsku.

FINSKO

Organizace Reporters without Borders od roku 2002 každoročně zveřejňuje žebříček zemí seřazených podle toho, jaké svobody se kde dostává médiím. Analýza je všeobecně známá pod názvem World Press Freedom Index. Hodnoceny jsou aspekty jako míra pluralismu, nezávislosti, mediální prostředí a seberegulace, legislativní rámec, transparentnost, kvalita infrastruktury či zda existují snahy o zneužití médií. Právě Finsko se velmi často umísťuje na první pozici, a když nestojí na samém vrcholu, vždy je do pátého místa v pořadí.¹

Ani této zemi se nevyhnuly dlouhé diskuse o tom, jak se vypořádat s otázkou financování veřejnoprávních médií. I ve Finsku přitom existoval dlouho zakořeněný systém koncesionářských poplatků. Od něho však země ustoupila v roce 2013 a dnes je tak součástí bloku států využívajících přímou daň, kterou musí platit až na výjimky všichni občané bez ohledu na to, zda v domácnosti vlastní televizor či rádio. Dalo by se hovořit o severském systému. Kromě Finska k němu přistoupili v roce 2009 na Islandu, v roce 2019 ve Švédsku a o rok později i v Norsku. Není už tedy třeba kontrolovat, kdo má doma jaký přijímač. Nový přístup přinesl zjednodušení, avšak v mediálním a kulturním prostředí se specifickou tradicí.

Finsko se umísťuje na předních pozicích i v dalších žebříčcích, které se týkají médií. Ta se tady těší zvláštní přízni. V přepočtu na obyvatele mají v zemi nezvykle vysokou čtenost i počet titulů periodik, která zde vychází. 58 % Finů tvrdí, že se denně věnuje četbě tisku.² Silná tradice předplatného a každodenního čtení novin při ranní kávě takřka nemá na světě obdoby.

Dále se o Finsku hovoří také jako o zemi, která je jednou z nejobodnějších vůči propagandě a dezinformacím. Odborníci to přikládají velké míře mediální a informační gramotnosti, která je klíčovou složkou tamního vzdělávacího systému.⁴ Kromě toho mají Finové obecně vysokou důvěru ve společnost, demokracii a její instituce. Souvisí to mimo jiné i s vysokou mírou transparentnosti, pro novináře i občany je snadné kontaktovat politiky a úředníky. Finsko je také zemí s velmi nízkou mírou korupce. Mediální principy jako ochrana zdrojů jsou velmi ctné a nechybí ani samoregulační orgán, Rada pro masová média, jejíž existence není založena zákonem, jde však o starou a respektovanou instituci, kterou tvoří představitelé médií. Rada bdí nad dodržováním zásad novinářské práce a informuje veřejnost o jejich případném porušení.⁵ V tomto specifickém kontextu tedy fungují finská veřejnoprávní média, která také svojí popularitou předstihují média komerční.⁶



FINSKÁ VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA

YLEISRADIO

S prvními experimentálními pokusy o vysílání začali finští amatérští nadšenci na prahu 20. let minulého století. Brzy existovaly stovky radiových stanic a novinářské organizace proto měly potřebu vysílání nějak zkoordinovat. Už v roce 1926 tak vznikla národní vysílací společnost Yleisradio Oy, známá pod zkratkou YLE, na jejíž založení se podílely banky, noviny a právě rozhlasové stanice. YLE je dodnes provozovatelem veřejnoprávních médií. Od počátku byla financována formou koncesionářských poplatků. Po krátkém období, kdy byla v rukou zmíněných soukromých vlastníků, se v roce 1934 stala společností vlastněnou převážně státem. A získala také monopol na radiové vysílání.⁷

Společnost na podzim roku 1954 začala spřádat plány na zavedení pravidelného televizního vysílání. Tentokrát ale

¹ Reporters without Borders. <https://rsf.org/en/index?year=2023>, cit. 5. 1. 2024.

² Rozhovor s finskou velvyslankyní v Česku H. Tuuri, 2015. <https://mam.cz/hovinky/zadavatele-a-znacky/2015-04/svoboda-medi-a-nesvoboda-poplatku/>, cit. 5. 1. 2024.

³ <https://www.bbc.com/news/world-europe-17290044>, cit. 5. 1. 2024

⁴ https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/finsko-helsinki-boj-s-hybridnimi-hrozbami-dezinformace_2204091545_til_cit_5_1_2024

⁵ Rozhovor s finskou velvyslankyní v Česku H. Tuuri, 2015. <https://mam.cz/hovinky/zadavatele-a-znacky/2015-04/svoboda-medi-a-nesvoboda-poplatku/>, cit. 5. 1. 2024.

⁶ <https://www.statista.com/topics/4129/media-usage-in-finland/>, cit. 5. 4. 2024

⁷ Noam, Eli M. Television Systems of European Countries. 1992. Columbia Institute for Tele-Information. <https://business.columbia.edu/sites/default/files-efs/mce-uploads/CITI/Working%20Papers/16%20Finland.pdf>

¹³ <https://nordjyske.dk/nyheder/verden/kulturminister-dansk-public-service-undtaget-fra-ny-eu-lov/4392161>

¹⁴ <https://journalisten.dk/kulturminister-paa-vej-til-bruxelles-med-danske-oensker-til-medielov/>

¹⁵ Zdroje: <https://en.wikipedia.org/wiki/Radio24syv>, <https://denstoredanske.lex.dk/search?query=Radio24syv>

¹⁶ <https://www.altinget.dk/kultur/artikel/nissen-begrebet-public-service-forplumrer-den-danske-mediedebat>

financování částečně tvořila reklama. Ve Finsku se totiž uplatnil nezvyklý duální systém. V roce 1957 vznikla komerční společnost Mainostelevisio (MTV), kterou vlastnilo několik reklamních agentur a filmových společností. Na veřejnoprávním kanálu Channel 1 pak MTV odkupovala některé vysílací bloky a v určitých časech na nich vysílala svůj vlastní program. Jiný čas patřil YLE. V této souvislosti se používá termín „Finnish duopoly“, kdy dvě společnosti působí na stejném kanále v jakési symbióze.⁸ Tato spolupráce veřejnoprávního a soukromého sektoru přinášela jistě zvláštní konsekvence. Zatímco YLE byla financována především z koncesionářských poplatků, přepouštěla zároveň na svých kanálech za úplatu – byl to další zdroj jejich příjmů – vysílací čas komerční televizi, která naopak z reklamy žila. De facto se tak reklama na veřejnoprávním kanále objevovala.

Celkový čas, který opanovala MTV, činil asi 20 procent, ovšem v prime time a o víkendech byl její podíl na vysílání až 40procentní. Například v roce 1982 YLE inkasovala od MTV až dvě třetiny z výnosů odvysílané reklamy, což tvořilo takřka čtvrtinu příjmů veřejnoprávní televize.⁹

Jak je tedy patrné, tento systém měl poměrně dlouhou životnost, ačkoli samozřejmě přinášel určité spory a zmatky. Skončil v roce 1993. Od té doby existovaly čistě veřejnoprávní a bezreklamní Channel 1 a Channel 2 a MTV si založila vlastní komerční kanál.

Dnes YLE provozuje 4 televizní stanice a 6 rozhlasových a k nim navíc některé specifické rozhlasové služby. A dále pak i 31 regionálních zpravodajských kanceláří. Ve svém poslání, tak jak jej společnost sama popisuje, klade důraz na posilování demokratických hodnot, tolerance, rovnosti, finské kultury, dále pak na politickou a finanční nezávislost, důvěryhodnost informací či vytváření uměleckých, vzdělávacích a dětských programů, stejně jako programů pro minority.¹⁰ V tomto ohledu stojí za zmínku především vysílání také ve švédském jazyce, neboť Finsko je bilingvní zemí. Švédština je jazykem pěti až šesti procent obyvatel.

YLE TV

JAK JIŽ BYLO ŘEČENO, V SOUČASNOSTI YLE PROVOZUJE 4 TELEVIZNÍ STANICE:

Yle TV1 je nejstarší z nich a vlajkovou lodí společnosti. Zabývá se zejména zpravodajstvím, publicistikou a faktografickou tvorbou, dále vysílá i dokumenty, vzdělávací pořady, dramata či satiru.

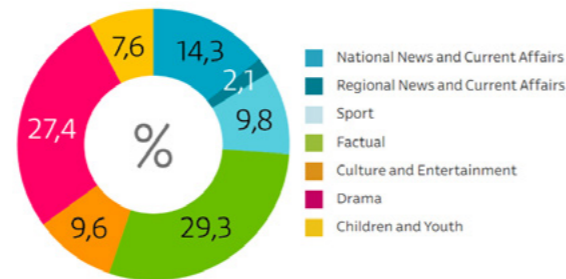
Yle TV2 vysílá od roku 1964, zabývá se především sportem a programy pro děti a mládež.

Yle Fem a Yle Teema se od roku 2017 dělí o vysílání na

jediném kanále.¹¹ První z nich se zaměřuje na vysílání ve švédštině, druhý jmenovaný se specializuje na kulturní programy.

V roce 2021 odvysílaly stanice YLE 18874 hodin obsahu, nejvíce faktografického (29,3 %), dramatického (27,4 %) a aktuálního a zpravodajského (16,4 %).

OBRÁZEK 1: PODÍL OBSAHU RŮZNÉHO TYPU VE VYSÍLÁNÍ TELEVIZNÍCH STANIC YLE V ROCE 2021



Zdroj: Top Media Content in 2021. <https://yle.fi/aihe/s/10002651>

YLE RADIO

Dále společnost YLE provozuje 6 celostátních rozhlasových stanic:

Yle Radio 1 vysílá program založený na mluveném slově o současných problémech či kultuře. Hraje klasická hudba, jazz a další.

Yle Radio Suomi je nejposlouchanějším finským rádiem s podílem přes 30 procent. Kombinuje populární hudbu, sport, zpravodajství, publicistiku i regionální programy. Vzniklo spojením 20 regionálních stanic.

Yle Puhe se zaměřuje na mluvené slovo, kombinuje obsah z jiných rozhlasových i televizních kanálů YLE.

YleX se specializuje na novou hudbu a kulturu populární u mladých.

Yle Vega je kanálem vysílajícím ve švédštině.

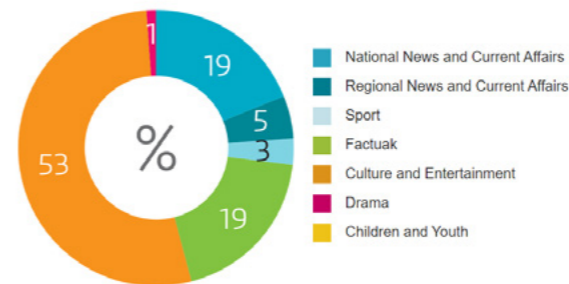
Yle X3M je rovněž švédským kanálem, zaměřuje se však specificky na mladé posluchače.

Yle Mondo vysílá v helsinském regionu v cizích jazycích, zejména v angličtině. Přebírá například obsah od BBC.

A kromě stanic provozuje i specifické rozhlasové služby: Ylen Klassinen je zaměřený na klasickou hudbu a Yle Sámi Radio vysílá v laponských jazycích.

Pokud se týká podílů obsahů různého typu, k dispozici je na webu YLE graf pro rok 2019. Vede kultura a zábava s 53 % před zpravodajstvím a aktuálními tématy (24 %).

OBRÁZEK 2: PODÍL OBSAHU RŮZNÉHO TYPU VE VYSÍLÁNÍ ROZHLASOVÝCH STANIC YLE V ROCE 2019



Zdroj: Top contents on different media in 2019. <https://yle.fi/aihe/s/yles-year-2019/top-contents-on-different-media-in-2019>

YLE NA INTERNETU

Za zmínku pak stojí i internetové služby, které YLE poskytuje. A to zejména proto, že se v posledních letech staly předmětem sporů o to, kde leží hranice obsahu tvořeného veřejnoprávním vysílatelem a kdy už jím zasahuje do sféry náležící komerčním médiím.

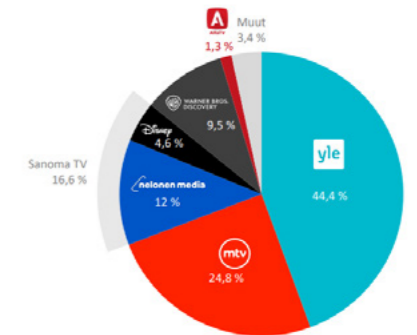
YLE v každém případě provozuje streamovací platformu YLE Areena, web společnosti YLE.fi zahrnující i on-line zpravodajství, a také jeho verzi ve švédském jazyce, i zpravodajskou mobilní aplikaci Uutisvahti.¹²

TRŽNÍ PODÍLY A KOMERČNÍ MÉDIA VE FINSKU

Vedle veřejnoprávních médií se ve Finsku samozřejmě prosazují i komerční. O MTV si po oddělení od veřejnoprávních kanálů osvojila přídomek s trojkou, tedy MTV3, i proto, aby se odlišila od finské verze americké MTV i od YLE a jejích Channel 1 a Channel 2. O historii MTV již byla řeč, jde o jednu z nejstarších soukromých televizních stanic v Evropě. Ve sledovanosti je pak následovaná televizí Nelonen vlastněnou mediální společností Sanoma, jež vydává také významné tiskoviny. Kanál začal vysílat jako regionální v roce 1990 a celostátním se stal v roce 1997. Jeho existenci doprovází číslovka 4, tedy čtvrtý kanál. V tomto pořadí si finské televizní stanice ostatně drží i sledovanost.

Získaný monopol v radiovém vysílání vydržel společnosti YLE několik dekád. Započal v roce 1934 a až teprve v polovině 80. let došlo k povolení zkušebního vysílání prvních soukromých stanic. Do té doby byly jedinou konkurencí pirátské stanice vysílající z Baltského moře v 60. letech mi-

OBRÁZEK 3: GRAF SLEDOVANOSTI FINSKÝCH TELEVIZNÍCH KANÁLŮ VE SPOLEČNOSTI (4+) V ROCE 2022



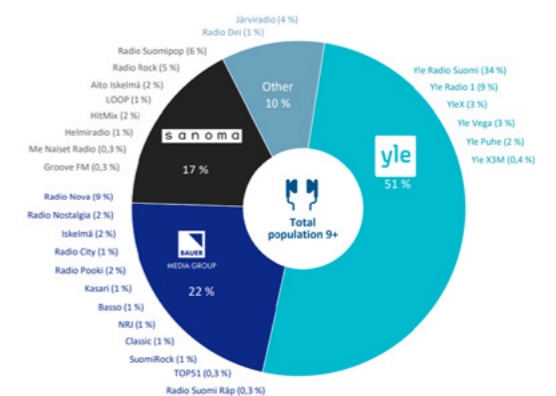
Zdroj: TV-VIEWING IN FINLAND 2022. 2023. Finnpanel. https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_year_2023.pdf, cit. 5. 1. 2024

nulého století. V novém soutěživém světě YLE poprvé ve své existenci ztrácelo posluchače, ale toto období netrvalo příliš dlouho. Začátkem 90. let přišla společnost s dělením svého vysílání, vznikly nové národní stanice zaměřující se na odlišné cílové skupiny, poměrně úspěšné bylo vysílání pro mladé na stanici s někdejšími názvem Radiomafia a největší úspěch YLE zaznamenala s Radio Suomi, v němž se spojily regionální stanice a jejich vysílání se sportem, zpravodajstvím i širším záběrem v populární hudbě. Od té doby až dodnes je Radio Suomi ve Finsku nejposlouchanější. Svého času měly kanály YLE dosah až k 60 procentům finské populace.¹³

Pokud se týká dnešního rozložení pomyslného koláče poslechovosti, Suomi je jasným lídrem s podílem přes 30 procent. S 9 procenty následuje YLE Radio 1 a soukromé Radio Nova ze skupiny Bauer Media. V součtu dosahují kanály YLE podílu přes 50 procent.

Nový příběh boje o diváckou a posluchačskou pozornost

OBRÁZEK 4: TÝDENNÍ PODÍLY FINSKÝCH ROZHLASOVÝCH STANIC NA POSLECHOVOSTI VE SPOLEČNOSTI (9+) V ROCE 2022



Zdroj: RADIO LISTENING IN FINLAND 2022. 2023. Finnpanel. https://www.finnpanel.fi/lataukset/radio_year_2023.pdf, cit. 5. 1. 2024.

⁸ Sumiala-Seppänen, Johanna. A Longstanding Experiment: The History of the Finnish Broadcasting Model. 1999. Department of Communication, University of Jyväskylä. Cit. podle Picková, Barbora. Finská mediální krajina – tištěná média. 2014. Bakalářská práce, Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd. https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/62517/BPTX_2012_2_11230_0_356916_0_139567.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

⁹ Noam, Eli M. Television Systems of European Countries. 1992. Columbia Institute for Tele-Information. <https://business.columbia.edu/sites/default/files-efs/mce-uploads/CITI/Working%20Papers/16%20Finland.pdf>

¹⁰ https://yle.fi/aihe/artikkelit/about-yle/this-is-yle_cit_5_4_2023

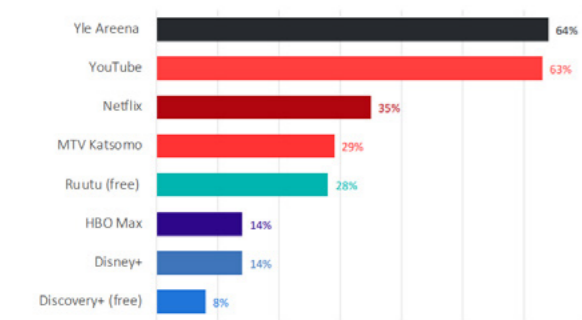
¹¹ <https://yle.fi/a/3-9509981>, cit. 5. 1. 2024

¹² Informace o stanicích čerpány z webu <https://yle.fi/>, cit. 5. 1. 2024.

¹³ Ala-Fossi, Marko. 2009. Finnish Radio in a Nutshell. University of Tampere: University network for communication sciences. <https://web.archive.org/web/20111001061752/http://viesverk.uta.fi/fmcs/radio.html>, cit. 5. 1. 2024.

se rozehrál v prostředí internetu. YLE poskytla jako první z finských vysílatelů webový streaming svých programů. Platforma nese název YLE Areena a mezi streamovacími službami je ve Finsku co do popularity premiantem. Vysílání Areeny je také jedním z bodů, ke kterým se vztahuje podnět největší soukromé finské mediální skupiny Sanoma u evropských orgánů. Předmětem je například požadavek na časové omezení dostupnosti obsahu.¹⁴

OBRÁZEK 5: GRAF POPULARITY STREAMOVACÍCH SLUŽEB VE FINSKU V ROCE 2022



Zdroj: TV-VIEWING IN FINLAND 2022. 2023. Finnpanel. https://www.finnpanel.fi/la-taukset/tv_year_2023.pdf, cit. 5. 1. 2024

MÉDIA VE FINSKÉ PRÁVNÍ ÚPRAVĚ, ORGÁNY A INSTITUTE¹⁵

Jak bylo řečeno, Finsko patří k zemím s nejsvobodnějším prostředím, pokud se týká médií. Stejně jako v jiných zemích, i ve Finsku základní právní úpravu týkající se médií poskytuje samotná ústava, například v článku o svobodě projevu. Ta přímo definuje, že nikdo nemá právo do vyjadřování a přijímání informací jakkoli předem zasahovat. Obecně v této zemi platí trend omezovat zákonnou regulaci a namísto toho posilovat spíše veřejnou kontrolu a mediální samoregulaci. Naproti tomu existuje na 25 zákonů, které se menší či větší měrou týkají i médií.

Ústava také definuje dva úřední jazyky, tedy finštinu a švédštinu a specifikuje i jazyky minorit. Zejména Sámové, tedy Laponci, mají zakotvena práva domorodých obyvatel, stejně jako jiné minority mají pak právo na rozvoj své kultury. Jak již víme, tyto aspekty ve finské společnosti se odrážejí i v obsahu vysílání.

Problematiku médií mají v působnosti zejména dvě ministerstva. Ministerstvo školství a kultury se ve vymezených případech zabývá zejména obsahovou stránkou, neboť má na starosti rozvoj vzdělání, vědy, kultury, sportu a dalších, Ministerstvo dopravy a komunikací zase rozhoduje v agendě sítí, licencí, telekomunikací či telekomunikační bezpečnosti.

Jednou z nejvýznamnějších právních úprav je zákon o uplatňování svobody projevu v masových médiích z roku 2004, který definuje některé povinnosti a náležitosti, která by média měla naplňovat, jako i práv dotčených osob, například právo na reakci v médiu, v němž se objevila informace o dotčené osobě.

Specificky audiovizuálních médií se týká zákon o televizních a rozhlasových aktivitách vymezující například kvótu 15 procent pro nezávislou tvorbu v televizním vysílání. A pro veřejnoprávní média je nejdůležitější zákon o Yleisradio Oy. Ten vymezuje vysílatele jako společnost s ručením omezením vlastněnou státem. Klade dále důraz na hodnotové povinnosti:

- Podporovat demokracii a možnost každého jednotlivce účastnit se tím, že poskytuje širokou škálu informací, názorů a debat, stejně jako příležitosti k interakci;
- Produkovat, vytvářet a rozvíjet finskou kulturu, umění a inspirativní zábavu;
- Brát v úvahu vzdělávací a rovnostní aspekty v pořadech, poskytovat možnosti učení a studia, klást důraz na programy pro děti a nabízet náboženské programy;
- Rovnoměrně zacházet ve svém vysílání s občany mluvícími finsky a švédsky, produkovat služby v sámštině, romštině a znakovém jazyce a případně i v jazycích dalších jazykových skupin v zemi;
- Podporovat toleranci a multikulturalismus a poskytovat programy pro menšiny a speciální skupiny;
- Podporovat kulturní interakci a poskytovat programy směřující do zahraničí;
- Vysílat oficiální oznámení a zajistit televizní a rozhlasové vysílání v mimořádných okolnostech.

Významnou součástí tohoto zákona je pak zákaz vysílání reklamy v televizních nebo rozhlasových pořadech ani v jiných obsahových službách, které jsou přenášeny prostřednictvím různých telekomunikačních sítí. Sponzorované programy rovněž nejsou povoleny. Financování samotné pak upravuje samostatný zákon.

V neposlední řadě zákon o Yleisradio Oy definuje orgány společnosti. Nejvyšším je správní rada, která má 21 členů volených parlamentem. Správní rada volí představenstvo, které volí a odvolává generálního ředitele společnosti a další členy vrcholného vedení společnosti a rozhoduje o rozpočtu pro následující rok. Je odpovědností Rady zajistit plnění úkolů veřejné služby a nezávislost poskytovatele veřejné služby. Členové představenstva nemohou být současně členy Rady ani patřit do vrcholného vedení společnosti. Představenstvo by mělo zastupovat dostatečně rozmanité odborné znalosti a obě jazykové skupiny.

Nedořešená je zmíněná žádost podaná největší soukromou finskou mediální skupinou Sanoma u evropských orgánů, která se týká vysílání streamovací platformy YLE Areena. Ptá se po vymezení práva YLE publikovat obsah na této platformě, publikovat vzdělávací obsah a požaduje například časové omezení dostupnosti obsahu tak, aby byl po odvysílání v televizi či v rádiu z Areeny odstraněn. Dále kritizuje dostupnost zábavních pořadů jako reality-show.

Vedle zmíněných orgánů existuje také Národní audiovizuální institut. Mezi jeho povinnosti patří uchovávání filmů, televizních a rozhlasových programů, provádění s nimi souvisejícího výzkumu a podpora audiovizuální kultury, má ale také na starosti koordinaci mediální výchovy na národní úrovni a dohled nad poskytováním audiovizuálních programů ve Finsku z hlediska ochrany dětí.¹⁶

A nakonec připomeňme instituce, které nejsou zřízeny zákonem, ale do mediálního dění zasahují. Zmíněná Rada pro masová média působí jako účinný samoregulační orgán. Finnmedia pak zastupuje soukromé mediální společnosti a hrála významnou roli v jedné z posledních úprav zákona o Yleisradio Oy.

SPORY VEŘEJNOPRÁVNÍHO A SOUKROMÉHO SEKTORU

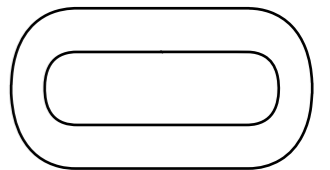
Ze soukromého sektoru médií vzešly v nedávné době dva podněty, které požadovaly vyjasnění situace kolem obsahu veřejnoprávních médií v prostředí internetu. Soukromí vysílatelé totiž mají pocit, že YLE překračuje prostor vymezený veřejné službě a zasahuje tak do prostředí soukromé konkurenční soutěže.

Nedořešená je zmíněná žádost podaná největší soukromou finskou mediální skupinou Sanoma u evropských orgánů, která se týká vysílání streamovací platformy YLE Areena. Ptá se po vymezení práva YLE publikovat obsah na této platformě, publikovat vzdělávací obsah a požaduje například časové omezení dostupnosti obsahu tak, aby byl po odvysílání v televizi či v rádiu z Areeny odstraněn. Dále kritizuje dostupnost zábavních pořadů jako reality-show. V době podání bylo v prostředí Areeny zdarma ke zhlédnutí například 20 britských dramát a 15 krimi seriálů mezinárodní produkce.¹⁷ Představitelé YLE jakožto i dozorčích orgánů se proti tomuto podnětu vymezují a považují platformu za zcela v souladu s veřejnoprávními povinnostmi.¹⁸

Zda má tento podnět šanci na úspěch v dnešní internetové době, kdy se i v jiných zemích mnohé veřejnoprávní vysílání přesunuje ve stále větší míře do on-line prostředí, je nejasné. S jiným podnětem ale privátní média uspěla. Týkal se vymezení produkce čistě textového webového obsahu. Toto vymezení se pak v roce 2022 propadlo do zákona o Yleisradio Oy.

Změna zákona vzešla z podnětu podaného federací Finnmedia k Evropské komisi. Federace argumentovala, že YLE de facto denně úspěšně publikuje on-line noviny a narušuje tím komerční zpravodajský trh, a ptala se, zda je to v souladu s pravidly státního financování. Zmíněný zákon pak tedy možnosti on-line publikování upravil tak, že text musí být vždy doplněn audio nebo video materiálem. Zároveň zavedl výjimky z tohoto pravidla, nemá se vztahovat na nejnovější události, oficiální úřední zprávy, vzdělávací a kulturní obsah a obsah určený pro menšiny. Federace přijetí úpravy kvitovala, vedení YLE jej pak považovalo za něco, co by se nemělo diváků a čtenářů výrazněji dotknout. Za drastickou změnu nepovažovaly úpravu ani mediální analytici. Marko Ala-Fossi například nevidí velkou souvislost mezi omezením veřejnoprávního obsahu na internetu a ziskovostí komerčních médií, připouští ale, že úspěch tohoto podnětu může být inspirací pro podání dalších. Organizace Freedom House pak o úpravě hovoří jako o omezení přístupu veřejnosti k bezplatné kvalitní žurnalistice.¹⁹

Organizace Freedom House pak o úpravě hovoří jako o omezení přístupu veřejnosti k bezplatné kvalitní žurnalistice.²⁰



¹⁴ <https://yle.fi/a/3-11952421>, cit. 5. 1. 2024.

¹⁵ Tato kapitola je zpracována na základě v textu zmíněných zákonů a publikací:

- Kuutti, Heikki; Lauk, Epp. 2012. Finnish Media Policy: Less Restrictive, More Directive. In: Understanding Media Policies: A European Perspective, Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

- Jyrkiäinen, Jyrki. Finland: Media legislation. Media Landscapes. <https://medialandscapes.org/country/finland/policies/media-legislation>, cit. 5. 1. 2024.

¹⁶ <https://kavi.fi/en/about-kavi/>, cit. 5. 1. 2024.

¹⁷ Media company Sanoma files official complaint criticising Yle Areena's content. 2021.

<https://www.helsinkitimes.fi/finland/news-in-brief/19418-media-company-sanoma-files-official-complaint-criticising-yle-areena-s-content.html>, cit. 5. 1. 2024

¹⁸ Sanoma asks EU to limit Yle Areena content. 2021. <https://yle.fi/a/3-11952421>, cit. 5. 1. 2024.

¹⁹ Parliament set to vote on Yle text content restrictions. 2022. <https://yle.fi/a/3-12330148>, cit. 5. 1. 2024.

²⁰ Freedom in the World 2023: Finland. <https://freedomhouse.org/country/finland/freedom-world/2023>, cit. 5. 1. 2024.

²¹ Österlund-Karinkanta, Marina. 2016. The tax-based funding of the Finnish public service broadcaster Yle. <https://rm.coe.int/0900001680789a98>, cit. 5. 1. 2024.

Reforma se zdála být nutná, YLE přišla po roce 2007 o příjmy ze zmíněných poplatků za licence a s digitalizací začalo výrazně ubývat i koncesionářů. Zavedení daně pak logicky provázela diskuse o tom, jak zajistit nezávislost médií na vládní vůli, neboť prostřednictvím daňové politiky může garnitura snáze uplatňovat svůj vliv.

FINANCOVÁNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍCH MÉDIÍ

Jak již bylo řečeno, dle zákona o Yleisradio Oy nesmí veřejnoprávní média vysílat reklamu ani sponzorované pořady. Příjmy těchto médií tedy byly po mnoho let dány výběrem koncesionářských poplatků a také platbami za licence ze strany komerčních médií. Od roku 2013 ale nastala změna a financování je zajištěno pomocí přímých daní.

Reforma se zdála být nutná, YLE přišla po roce 2007 o příjmy ze zmíněných poplatků za licence a s digitalizací začalo výrazně ubývat i koncesionářů. Zavedení daně pak logicky provázela diskuse o tom, jak zajistit nezávislost médií na vládní vůli, neboť prostřednictvím daňové politiky může garnitura snáze uplatňovat svůj vliv. Zavedeno bylo například pravidlo, že na dalších důležitých změnách ve financování se musí shodnout všechny politické parlamentní síly, nikoliv jen ty, které budou právě ve vládě. Připočítá se i zmíněnou finskou tradici, která staví hodnotu veřejné mediální služby a mediálních svobod velmi vysoko. Na druhou stranu zákon o financování definoval i valorizaci nové mediální daně. Hned pro rok 2015 a některé následující roky však bylo navýšení zrušeno zejména z důvodu ekonomické krize. Pro YLE to znamenalo úspory a propouštění. Navzdory snaze ochránit nezávislost veřejnoprávních médií i v novém systému financování ukázaly tyto brzké politické záahy určité limity.²¹

Výše daně je odstupňována dle příjmů a některé skupiny obyvatel jsou od placení osvobozeny, roli však nehraje, zda mají nebo nemají televizní nebo rozhlasový přijímač. Maximální roční daň byla však na úvod platnosti nového systému nastavena na 140 €, v roce 2023 to bylo 163 €.



POLSKO

Po pádu komunismu a nástupu demokratických institucí v 90. letech byla mediální politika v Polsku formována v prostředí narůstajícího pluralismu a snahy o etablování demokratických institucí. Na druhé straně ale měla politická reprezentace obavy z přílišné liberalizace médií, neboť jí tak hrozila ztráta důležitého komunikačního prostředku.

Navzdory tomu se polský mediální trh stal jedním z největších a nejdynamičtějších v Evropě, vyskytuje se na něm více než 300 vysílatelů.¹ Podobně jako v dalších zemích někdejšího východního bloku, i v Polsku se však nejpálčivějším tématem diskusí stal přerod kdysi státních médií na média veřejné služby. Nebyl to tak docela přímočarý proces. Premiér Tadeusz Mazowiecki zastával názor, že polská televize by měla nadále podléhat vládě, avšak neměla by být nástrojem ideologie a propagandy jedné strany.² Už v roce 1990 nicméně ustavená Komise pro reformu televize a rozhlasu předložila v jednom z návrhů změny, které by umožnily transformaci státních médií na veřejná.

Zákon schválený v roce 1992 přičinil veřejným médiím formu akciových společností vlastněných státem, kterými jsou polský rozhlas a televize doposud. Záměrem zřejmě bylo posílit mechanismus kontroly hospodaření a financování médií. Regulátorem se stala původně devítičlenná Národní rada pro rozhlas a televizi (KRRiT) volená ze tří zdrojů: 4 členy jmenoval Sejm, 3 Senát a 2 prezident. Autoři se v úvahách o organizační formě inspirovali ve Francii.³ Vzhledem k nastavení volebních systémů v Polsku však většina v obou komorách parlamentu, případně i spolu s prezidentem, pocházela v minulosti několikrát ze stejného politického tábora, což mělo potenciál omezovat nezávislost polských veřejnoprávních médií.⁴ Zvláště poté, co se po úpravách v roce 2005 snížil počet členů na 5 a zanikl systém rotací členů rady. Do té doby se každé dva roky volila třetina členů na šestileté funkční období. Diskuse o politické závislosti médií však měly v Polsku v nultých letech a zejména druhé dekádě nového století ještě významnější důvody.



¹ <https://www.mediadb.eu/en/europe/poland.html>, cit. 3. 12. 2023.

² MIŻEJEWSKI, Maciej. Transformacja telewizji w Polsce po roku 1989 na tle zmian politycznych. Przemysł: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Przemysłu, 2005, s. 13.

³ POKORNA-IGNATOWICZ, Katarzyna. Polski system medialny 1989-2011. Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o.o. - Oficyna Wydawnicza AFM, 2013, s. 195.

⁴ SPIŠÁKOVÁ, Eva. Veřejnoprávní média v Polsku a České republice v období 2014-2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2018.

VEŘEJNOPRÁVNÍ STANICE V POLSKU

TVP: POLSKÁ TELEVIZE (TELEWIZJA POLSKA S. A.)

Jde o jedinou polskou veřejnoprávní televizní stanici poskytující vysílání celoplošně. Funguje jako akciová společnost. V organizační struktuře je uplatněn centralistický model, kdy TVP nedisponuje autonomními regionálními kanály, existují však regionální pobočky, které mají za úkol tvořit regionální programy. Dále Polská televize vysílá na několika tematických kanálech, z nichž prvním byl Tylko Muzyka. Ten však vysílal pouze jeden rok. V roce 2005 zahájila vysílání TVP Kultura a další kanály se postupně přidávaly v následujících letech. Například TVP Sport, TVP Historia, TVP Info, TVP Seriale, TVP Rozrywka, TVP Regionalna, TVP ABC, TVP Dokument a další.

TABULKA 1: PŘEHLED STANIC TVP

TVP 1	TVP Seriale
TVP 2	TVP HD
TVP 3	TVP Wilno
TVP ABC	TVP Parlament
TVP Kultura	TVP World
TVP Historia	BeISat
TVP Sport	TVP ABC 2
TVP Info	TVP Kultura 2
TVP Kobieta	TVP Historia 2
TVP Polonia	TVP Nauka
TVP Rozrywka	TVP Alfa
TVP Dokument	

Zdroj: www.tvp.pl, cit. 3. 12. 2023

Definitivně se Telewizja Polska – TVP a Polskie Radio staly médií veřejné služby od 1. 1. 1994. Jejich financování mělo být zajištěno převážně povinnými rozhlasovými a televizními poplatky, tak aby existoval stabilní a nezávislý základ financování, což mělo napomoci zachování objektivity a kvality poskytovaného obsahu. O tom, že se to zejména v případě Polské televize příliš nedaří, bude řeč v následujících kapitolách.

PR: POLSKÝ ROZHLAS (POLSKIE RADIO S. A.)

Polský rozhlas je veřejnoprávní rozhlasovou institucí, která hraje klíčovou roli v poskytování širokého spektra rozhlasových programů pro polskou veřejnost. Založeno bylo v roce 1925 a je jednou z nejstarších rozhlasových organizací na světě. Polskie Radio má za úkol informovat, bavit a vzdělávat posluchače a poskytovat různorodý obsah zahrnující zpravodajství, kulturní pořady, hudební produkce a diskusní pořady.

Od počátků rozhlasu v moderní demokratické éře se počítalo také s regionálními stanicemi, pod Polský rozhlas jich spadá 17.

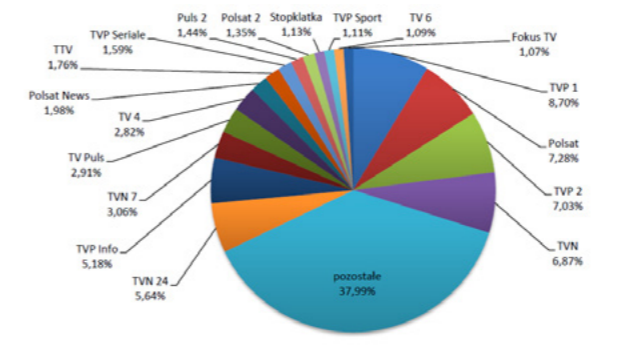
TRŽNÍ PODÍLY A KOMERČNÍ MÉDIA V POLSKU

Na začátku 90. let se v Polsku objevily zahraniční televizní programy, které se staly pro Polskou televizi první konkurencí. Na trh vstupovali soukromí vysílatelé, v roce 1992 Polsat, o 5 let později TVN. Postavení TVP bylo ale výsadní, ještě v roce 1999 jejím kanálům patřila více než polovina trhu měřeném diváckou sledovaností. Druhý nejsledovanější byl Polsat, který se na pomyslném koláči podílel cirka 23 procenty. V roce 2010 už náskok veřejnoprávního média nebyl tak výrazný, stále si však drželo pozici jasného lídra. TVP 1 a TVP 2 dohromady sledovalo k 35 procentům diváků. Druhá byla s 15 procenty TVN a Polsat se propadl na následující místo s necelými 14 procenty.

Poslední data svědčí o situaci v roce 2022 (Obrázek 1). Přibyly mnohé televizní kanály a divácká pozornost se spíše roztříštila. Divácký zájem o veřejnoprávní TV se značně snížil, když její nejpoblárnější kanály dosáhly v součtu na 20 % divácké sledovanosti. Podíl dalších kanálů TVP, které jsou v níže uvedeném grafu součástí položky „ostatní“ nemůžeme určitě přesně. Zřejmě nejpodstatnějším důvodem pro pokles sledovanosti TVP byl přerod v de facto státní médium, které vysílalo vládní propagandu. Po volbách v roce 2015 si veřejnoprávní média, zejména právě TVP, zcela podrobila strana Právo a Spravedlnost.⁶

Stanice Polského rozhlasu pak v roce 2022 dosahovaly podle průzkumu společnosti Kantar Polska SA, publikovaném ve zprávě Národní rady pro rozhlas a televizi, poslouchovosti okolo 12 procent.

OBRÁZEK 1: PODÍLY SLEDOVANOSTI TELEVIZNÍCH KANÁLŮ NA POLSKÉM TRHU V ROCE 2022



Zdroj: Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2022 roku. Warszawa, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, maj 2023.

MÉDIA V POLSKÉ PRÁVNÍ ÚPRAVĚ

ÚSTAVA

Postupnou liberalizaci světa polských médií předznamenalaly úpravy těch nejdůležitějších zákonů. Změn doznala Ústava, byl přijat zákon o zrušení cenzury (zákon z 11. 4. 1990) či telekomunikační zákon (listopad 1990). Nejpodstatnější reforma byla přijata v roce 1992 v podobě mediálního zákona (Ustawa o radiofonii i telewizji).

Současná Ústava⁷ se médií dotýká v několika svých článcích, jejichž znění není většinou příliš odlišné od jiných demokratických konstitucí. V čl. 14 klade polskému státu za úkol zajistit svobodu tisku a jiných prostředků komunikace, v čl. 54 označuje za nepřipustnou preventivní cenzuru komunikačních prostředků a garantuje každému svobodu projevu a možnost získávat a šířit informace, v čl. 61 zase specificky zmiňuje právo na informace o činnosti orgánů veřejné moci.

V neposlední řadě pak zmiňuje 3 články o Národní radě pro rozhlas a televizi. Zde se píše:

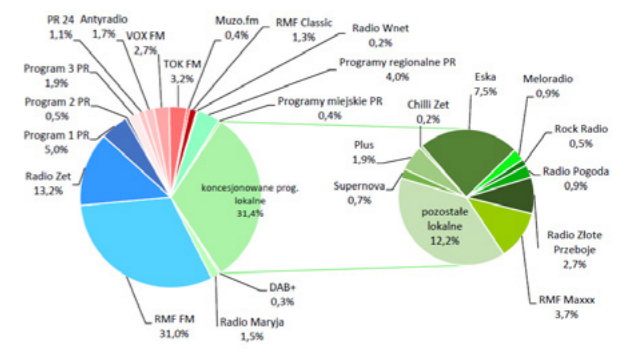
Článek 213: Národní rada bude chránit svobodu projevu, právo na informace a zároveň bude hájit veřejný zájem v souvislosti s rádiovým vysíláním a televizí.

Národní rada bude vydávat předpisy a v individuálních případech přijímat usnesení.

Článek 214: Členové Národní rady budou jmenováni Sejmem, Senátem a prezidentem republiky.

Člen Národní rady nesmí být členem politické strany, odborové organizace nebo vykonávat veřejnou činnost neslučitelnou s důstojností jeho funkce.

OBRÁZEK 2: PODÍLY POSLECHOVOSTI ROZHLASOVÝCH STANIC NA POLSKÉM TRHU V ROCE 2022



Zdroj: Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2022 roku. Warszawa, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, maj 2023.

Článek 215: Zásady a způsob práce Národní rady, její organizace a podrobné zásady jmenování jejích členů budou upraveny zákonem.

POLSKÝ MEDIÁLNÍ ZÁKON

Zákon o rozhlasovém a televizním vysílání) z roku 1992 platí dodnes, ačkoli samozřejmě upravený řadou novelizací, z nichž největší diskuse vyvolala ta přijatá v roce 2016.

Veřejnoprávním médiím zákon každopádně ukládá plnit tzv. „Misi veřejné služby“. Pro TVP a Polský rozhlas to znamenalo dodržování následujících zásad:⁸

- Vytváření a šíření celostátních programů, regionálních programů, programů pro zahraniční předplatitele v polském jazyce a také v dalších jazycích, stejně jako programů, které realizují demokratické, společenské a kulturní potřeby místních komunit;
- Vytváření a šíření specializovaných programů, pro které byla získána koncese;
- Vytváření a provoz vysílacích a technických stanic pro rozhlas a televizi;
- Šíření textového vysílání a zpráv;
- Práva k novým technikám tvorby a šíření rozhlasových a televizních programů;
- Vedení činnosti související s produkcí, službami a obchodem a exportem a importem audiovizuálních děl;
- Podpora umělecké, literární a vědecké tvorby a osvětové činnosti;
- Popularizace znalostí o polském jazyku;
- Zohledňování potřeb národních a etnických menšin a komunit používajících regionální jazyky, vytváření informačních a zpravodajských programů v menšinových a regionálních jazycích;
- Vytváření a zpřístupňování vzdělávacích programů pro použití v oblastech polských diaspor a pro Poláky žijící v zahraničí.

⁶ SPIŠÁKOVÁ, Eva. Veřejnoprávní média v Polsku a České republice v období 2014-2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2018.

⁶ Např.: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/polsko-volby-polska-televize-tvp-rozhovor_2310171729_ako, cit. 3. 12. 2023

⁷ <https://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.html>, cit. 3. 12. 2023

⁸ Podle SPIŠÁKOVÁ, Eva. Veřejnoprávní média v Polsku a České republice v období 2014-2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2018.

⁹ https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/polsko-volby-polska-televize-tvp-rozhovor_2310171729_ako, cit. 3. 12. 2022.

Zákon také řešil ustavení Národní rady pro rozhlas a televizi (KRRiT) i řídících orgánů obou veřejnoprávních médií, tedy dozorčí a správní rady televize, resp. rozhlasu. Nebo v úvodu zmíněný převod veřejnoprávních médií na akciové společnosti vlastněné státem. Někteří tuto organizační podobu kritizují jako jednu z příčin snadné ovlivnitelnosti.⁹ Ustanovení zákona se také týkají regulace vysílaného obsahu, podpory a vysílání evropské a nezávislé evropské tvorby, regulace reklamy a teleshoppingu, sponzoringu nebo událostí značného společenského významu.¹⁰ Polský mediální zákon sice dává provozovateli vysílání samostatnost při sestavování programu, ale s určitými omezeními. Jsou třeba stanoveny podíly tvorby, které je třeba odvysílat. Alespoň 33 % vysílacího času (za čtvrtletí) je třeba věnovat pořadům vyrobeným v polském jazyce a alespoň 33 % mluvenému slovu a hudbě vytvořeným v polštině. Dále je nutné poskytnout 50 % vysílacího času (za čtvrtletí) evropské tvorbě a 10 % vysílacího času vyčlenit na evropská díla nezávislých tvůrců.

MÉDIA A POLITIKA

Už dlouho před změnami pravidel, které nezávislost veřejnoprávních médií nejvíce nabouraly (po volbách 2015), mnozí odborníci psali o tom, že pro Polsko je typický silný vliv politiků na veřejný rozhlas a televizi. Zakořenila představa, že politické strany řídí vše, a média nejsou výjimkou. Ta veřejnoprávní se ocitala pod tlakem, at' už vládu tvořila jakákoliv politická síla. V Polsku tedy platí, že vítěz voleb bere vše včetně veřejných sdělovacích prostředků.¹¹ Je to rozdílný přístup, než který známe z jiných evropských zemí se systémem veřejnoprávních médií. Jinými slovy nezávislost médií veřejné služby a médií obecně není v Polsku často vnímána jako něco, oč by se mělo usilovat. Navzdory ústavním proklamacím. Ostatně připomeňme několik citací politiků zvolených v roce 2015 za stranu Právo a Spravedlnost, které svědčí o politickém vnímání médií. „Pokud si veřejnoprávní média myslí, že budou v příštích týdnech zdržovat Poláky kritikou našich změn či návrhů našich změn, tak je potřeba to zastavit,“ řekl na konci prosince 2015 místopředseda sněmovny Ryszard Terleckiv. „Doufáme, že ten mediální narativ, se kterým nesouhlasíme, konečně přestane existovat. A skutečně se s tím, co děláme, dostaneme k Polákům objektivním způsobem,“ prohlásila pak tehdejší mluvčí PiS Beata Mazurková.¹²

Nebývá zvykem, že by si kde politická reprezentace dovolila takto otevřeně proklamovat záměr ovlivnit svobodu a nezávislosti médií. Není divu, že situace po zmíněných volbách vyústila v dosud bezprecedentní politické zásahy. Zároveň se vládnoucí garnitura odhodlala účtovat i se soukromými médii, která jsou často v rukách zahraničních vlastníků. Podle návrhu zákona z roku 2021 by majitelem televizní či rozhlasové stanice vysílající na základě polské

licence měly být jen společnosti, ve kterých podíl zahraničních firem z oblasti mimo Evropský hospodářský prostor nepřekračuje 49 procent. Vláda tento krok, který nakonec vetoval prezident Andrzej Duda, vysvětlovala potřebou bránit se ruským či čínským vlivům. Četné kritické hlasy však měly za to, že jde o úpravu namířenou proti televizní stanici TVN, která bývá k vládě kritická a která je prostřednictvím holdingu registrovaného v Nizozemsku součástí amerického koncernu Discovery.

Doplnit je třeba, že po volbách v roce 2023, v nichž uspěla dosavadní opozice, nastaly opět překotné změny. Jaký budou mít dlouhodobější vliv na (ne)závislost veřejnoprávních médií ukáže až budoucnost.

Tento kontext je důležitý pro pochopení změn, které se v Polsku v minulých desetiletích na půdě mediálních pravidel odehrály. Politická reprezentace svůj vliv na veřejnoprávní média udržovala či posilovala především dvěma způsoby, a to manipulací s kompetencemi či obsazením dohledových orgánů nebo s pravidly financování veřejnoprávních médií.

DOHLEDOVÉ ORGÁNY

Národní rada pro rozhlas a televizi (KRRiT) vznikla na základě mediálního zákona z roku 1992. Původně byla devítičlenná. 4 členy jmenoval Sejm, 3 Senát a 2 prezident. Nezávislost dozorčího orgánu měl udržovat jmenovací systém při zapojení všech hlavních politických institucí, šesti-leté funkční období přesahující funkční období poslanců a senátorů i rotační systém, kdy se každé dva roky obměnila třetina členů. Čistě politická jmenování ale přinášela pochybnosti už dříve, natož pak po roce 2005, kdy se snížil počet členů Rady na 5 a navíc bylo zrušeno pravidlo rotace členů. Od té doby si Rada zachovává shodné politické složení po celých 6 let funkčního období. Se změnami přišla vláda PiS Kazimierze Marcinkiewicze. Jak je zmíněno výše, problém byl o to palčivější, že volební pravidla v Polsku nezřídka vygenerovala stejné politické většiny v obou komorách parlamentu a ze stejného tábora nejednou pocházel i prezident země.

Po změnách v roce 2005 KRRiT musela přenechat část svých kompetencí novému regulátorovi telekomunikací Úřadu elektronických komunikací. Rada od té doby čítala jen 5 členů, v němž dva členy jmenoval prezident, dva členy jmenoval Sejm a jednoho člena dodal Senát. Kromě toho předsedu KRRiT jmenoval prezident. Tehdejší menšinová vláda Práva a Spravedlnosti přenechala 4 z 5 míst populistickým uskupením Sebeobrana a Liga polských rodin výměnou za tichou podporu, následkem čehož se do čela TVP dostaly osobnosti s kontroverzní a extremistickou pověstí.¹³

Počty členů správních a dozorčích rad obou veřejnoprávních vysílatelů se také měnily, nicméně až do zmíněného roku 2016 měla rozhodující slovo při jejich obsazování právě KRRiT. Dozorčí rady TVP byly pěti až sedmičlenné, KRRit jmenovala 5 členů, po jednom členovi pak dozorčí radu doplnily ministerstvo kultury a ministerstvo financí. Správní rada Polské televize se skládala z 1-3 členů, kteří byli voleni na čtyřleté funkční období. Členy, včetně předsedy, jmenovala a odvolávala KRRiT na základě návrhu dozorčí rady a valného shromáždění. Kandidáti na jmenování do rad museli také splňovat určité kvalifikační a odborné předpoklady. Podobně devítičlennou dozorčí radu Polského rozhlasu jmenovala KRRiT s výjimkou jednoho člena jmenovaného ministerstvem financí. Jmenování správní rady bylo v rukách dozorčí rady.

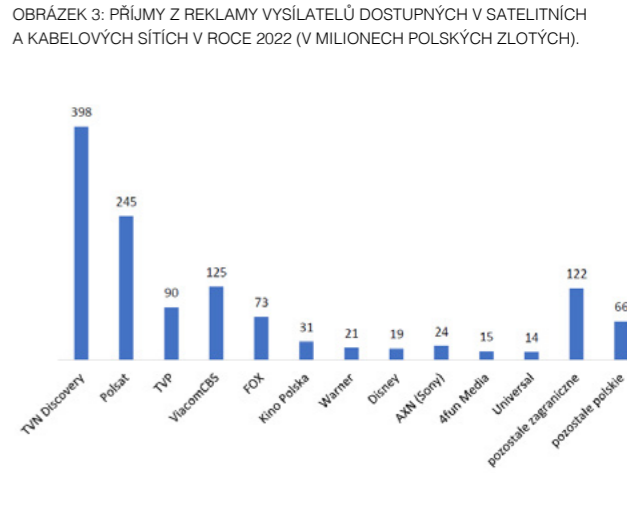
Kontroverzní novela mediálního zákona z přelomu let 2015 a 2016 zcela vyřadila KRRiT z výběru a jmenování správních a dozorčích rad. Všechny jmenovací pravomoci přešly na ministra pro správu státního majetku. Celý systém jmenování vedení médií i dohledových orgánů tak vzal za své během několika dní. Ministr hned v lednu 2016 svých pravomocí také využil a odvolal ředitele televize i rozhlasu, do vedení TV pak dosadil někdejšího politika vládní strany PiS Jacka Kursiho. Tuto úpravu v dalším průběhu roku 2016 nahradila nová, která dala vzniknout Radě národních médií. Ta přebrala od KRRiT řadu kompetencí. Především však mohla rozhodovat o volbě vedení televize a rozhlasu a jejich dozorčích rad a také o organizační struktuře médií a jejich programu. Podobné pravomoci měla rada i vůči Polské tiskové agentuře. Bylo dáno, že Rada národních médií má 5 členů, přičemž tři jsou představiteli vlády (jmenovaní Sejmem) a dva z opozice (jmenovaní prezidentem na návrh opozičních klubů). V praxi tedy mohla o kdysi veřejnoprávních, posléze spíše státních médiích, vláda libovolně rozhodovat, což také činila.

Jak bylo zmíněno, nové překotné změny nicméně nastaly po posledních volbách v roce 2023, kdy do té doby vládnoucí PiS ztratila většinu v Sejmu. Opozice přitom dala už před volbami najevo vůli přiklonit Polskou televizi a Polský rozhlas zpět k veřejnoprávní povaze a poté, co se ujala vlády, obešla dosavadní zákon přijetím speciální deklarace „o obnovení nestrannosti veřejnoprávních médií“. Na jejím základě ministr kultury odvolal dosavadní vedení těchto médií i tiskové agentury PAP a jmenoval nové dozorčí rady, které volily nové vedení. Proti těmto změnám protestovali politici PiS, třeba i s paradoxním argumentem, že kvalitní demokracie potřebuje silná protivládní média. Prezident Andrzej Duda pak vetoval zákon zajišťující finance pro média veřejné služby na příští rok, načež ministr kultury přijal rozhodnutí o zahájení likvidace TVP, Polského rozhla-

su a PAP. Opatření však může být jen dočasné. V lednu 2024 pak začaly diskuse o novele mediálního zákona, zrušení Rady národních médií či prodloužení funkčního období Národní rady pro rozhlas a televizi (KRRiT) tak, aby se neshodovalo s funkčním obdobím parlamentu.¹⁶

FINANCOVÁNÍ

Financování Polské televize a Polského rozhlasu pochází



Obrázek 3: Příjmy z reklamy vysílatelů dostupných v satelitních a kabelových sítích v roce 2022 (v milionech polských zlotých).

Zdroj: Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2022 roku. Warszawa, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, maj 2023.

z několika zdrojů. Kromě koncesionářských poplatků jsou zdrojem příjmy z obchodování s vysílacími právy, třetím zdrojem jsou samozřejmě také příjmy z reklamy a sponzorství a čtvrtou možností příjmů uvádí zákon jako „jiné zdroje“. Sem spadají i státní dotace.

Ve srovnání s jinými veřejnoprávními médii v Evropě nacházíme v Polsku unikátní situaci, kdy zejména Polská televize má zdaleka největší příjmy z reklamy, nikoliv z výběru koncesionářských poplatků. Příliš se tak v tomto ohledu neliší od komerčních médií. Oproti České televizi či jiným veřejnoprávním médiím nemá TVP pro vysílání reklam prakticky žádná omezení.

A podobá se tak i programová nabídka. Pomineme-li způsob, jakým nyní TVP rámuje zejména své zpravodajství, programová skladba dvou jejích hlavních programů TVP1 a TVP2 se příliš neliší od té, kterou vysílají konkurenční stanice PolSat a TVN.¹⁷

Polský rozhlas si oproti TV udržuje větší závislost na poplatcích, jeho rozpočet pokrývá poplatek z asi 70 %, TVP je na poplatcích závislá jen z asi 20 %.¹⁸ Nefunkční systém

^[10] Shrnuje také DVOŘÁKOVÁ, Alice, Hromadné sdělovací prostředky veřejné služby a jejich regulace komparace České republiky a Polska. Diplomová práce.

^[11] Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra žurnalistiky, 2011.

^[12] Např. JAKUBOWICZ, Karol, Media publiczne Początek końca czy nowy początek Warszawa WAIP, 2007 s. 227.

^[13] Cit. podle https://www.seznamzpravy.cz/clanek/polska-televize-uz-je-pet-let-narodni-zpravy-nahradila-propagandou-131163, cit. 3. 12. 2023

^[14] ŠMÍD, Milan. Polská média veřejné služby na cestě k „vládní vince“. Mediář.cz, 05. 01. 2016, cit. 3. 12. 2023.

^[15] https://www.mediar.cz/polska-media-verejne-sluzby-na-ceste-k-vladni-vlnce/

^[16] https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2423871, cit. 3. 12. 2023

^[17] https://ci24.ceskatelevize.cz/clanek/svet/polsky-parlament-vyzval-k-nezavislosti-verejnopravnich-medii-predstavitel-pis-protestuji-v-344326, cit. 7. 1. 2024.

^[18] https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/kraj/artykuly/9394549.rada-mediow-narodowych-musi-zostac-zlikwidowana-jest-tez-pomysl-na.html, cit. 7. 1. 2024.

Už v 90. letech minulého století byli od poplatku osvobozeni odbojáři z dob druhé světové války a jejich rodinní příslušníci. Náhle se prý objevily statisíce odbojářů s rozvětvenými rodinnými vztahy.

výběru poplatků je navíc, kromě příjmů z reklamy, doplněn i formou kompenzací ze státního rozpočtu, které bývají nicméně považovány za další prostředek k uplatnění politického vlivu. Například v roce 2022 TVP dostala státní dotace v hodnotě asi 15 miliard korun. Pro porovnání Česká televize má příjem kolem 7 miliard a z toho přes 77 procent těchto příjmů tvoří koncesionářské poplatky.¹⁹

Už v 90. letech minulého století byli od poplatku osvobozeni odbojáři z dob druhé světové války a jejich rodinní příslušníci. Náhle se prý objevily statisíce odbojářů s rozvětvenými rodinnými vztahy.²⁰ Podle zákona z roku 2008 pak byli od placení osvobozeni i důchodci a sociálně slabé skupiny obyvatelstva. Premiér za Občanskou platformu Donald Tusk v té době navrhoval řešit problémy s financováním úplným zrušením koncesionářských poplatků a nahrazením příspěvků ze státního rozpočtu. Je paradoxem, že tehdy opoziční PiS vystoupila proti návrhu mimo jiné s argumentem, že by úprava mohla zvýšit politickou závislost na vládě. Proti tehdy vystoupila i soukromá média.

Podle údajů statistického úřadu vlastní v Polsku televizor nebo rádio 96 procent domácností, ale pouze polovina z nich své příjemce registrovala. Na velkou část se navíc vztahuje výjimka nebo se placení vyhýbá. Poplatky vybírá polská pošta a jsou obtížně vymahatelné. Reálně tak platí poplatky pouze 13 procent lidí.²¹

Poplatek za rozhlas v Polsku činí v současnosti 8,70 PLN (tedy asi 50 Kč) měsíčně a za televizi 27,30 PLN (tedy něco přes 150 Kč) měsíčně. Při platbě poplatku na celý rok dopředu plátce obdrží desetiprocentní slevu.²² Pro rok 2023 došlo v Polsku k navýšení koncesionářských poplatků o 1,2 PLN za rozhlas a 2,8 PLN za televizi.²³



¹⁷ ŠMID, Milan. Polská média veřejné služby na cestě k „vládní vlnce“. Mediář.cz, 05. 01. 2016, cit. 3. 12. 2023.

<https://www.mediar.cz/polska-media-verejne-sluzby-na-ceste-k-vladni-vlnce/>

¹⁸ Např. SPIŠÁKOVÁ, Eva. Veřejnoprávní média v Polsku a České republice v období 2014-2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2018.

¹⁹ https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/polsko-statni-verejnopravni-media-stanovy-likvidace-sejm_2312012103_ava, cit. 3. 12. 2023.

²⁰ ŠMID, Milan. Polská média veřejné služby na cestě k „vládní vlnce“. Mediář.cz, 05. 01. 2016, cit. 3. 12. 2023.

<https://www.mediar.cz/polska-media-verejne-sluzby-na-ceste-k-vladni-vlnce/>

²¹ Cit. podle HARZER, Filip. Varování pro Českou televizi. Stačí se podívat do Polska. Seznam Zprávy, 28. 11. 2020, cit. 3. 12. 2023.

²² https://rtv.poczta-polska.pl/?action=Wysokosc-oplat_2023, cit. 3. 12. 2023

²³ <https://businessinsider.com.pl/wojcie-pieniadze/abonament-tv-w-gore-poczta-polska-podala-stawki-i-terminy-platnosci/13c3hs>, cit. 3. 12. 2023

VELKÁ BRITÁNIE

Ať jde o práva a povinnosti médií či jejich regulaci, představuje Velká Británie specifický a robustní systém v čele s fenoménem veřejnoprávních médií - British Broadcasting Corporation (BBC). V průběhu posledních let probíhá i zde řada diskusí na téma budoucnosti směřování největšího veřejnoprávní média, možnosti jeho obsahu v souvislosti se změnami na mediálním trhu, ale i další existence úhrad licenčních poplatků.

POVINNOSTI MEDIÍ VE SPOJENÉM KRÁLOVSTVÍ

Regulace médií ve Spojeném království kombinuje samo-regulaci v případě tisku a zákonem stanovené standardy v případě televizního a rozhlasového vysílání, zvláště pak veřejnoprávního.

Přestože regulace tisku není ve Velké Británii dána zákonem, působí zde The Independent Press Organization (IPSO). Ta je regulátorem většiny novin a časopisů, ale i digitálních médií. Existuje sice od roku 2014, ovšem navazuje na dřívější tiskem zřízenou iniciativu Press Complaints Commission (PCC).

IPSO si klade za cíl dodržování vysokých redakčních standardů. Sleduje například, zda nebyl porušen kodex správné praxe, sleduje redakční standardy, a pokud obdrží stížnosti například od veřejnosti, pak je prověřuje. Může buď najít řešení, nebo předá stížnost k rozhodnutí, zda by porušen redakční kodex. Taková rozhodnutí pak nastavují další standardy pro média a novináře. Členská média musí předkládat například i prohlášení o transparentnosti. Pokud IPSO zjistí závažná pochybení, pak má pravomoc pokutovat vydavatele dokonce až do výše jednoho milionu liber.¹

Televizní a rozhlasové vysílání je ve Velké Británii regulováno zákonem, primárně zákony Broadcasting Act (např. Broadcasting Act 1990, 1996), které se vztahují i na soukromé televizní a rozhlasové stanice, které musí dodržovat pravidla a standardy stanovené těmito zákony. Dalším podstatným zákonem je pak Communications Act 2003, který mj. dále stanoví účely veřejnoprávního televizního vysílání ve Spojeném království.

Právě Communications Act přinesl například zákaz politické reklamy, jehož součástí je i zákaz kampaně za účelem ovlivňování legislativy. Revidoval také poslání veřejné služby pro Channel 4 nebo zavedl, že vysílatelé jsou povinni vytvořit část televizních programů mimo oblast Londýna. Zrušil také omezení vlastnictví vysílací společnosti ITV.

VEŘEJNOPRÁVNÍ VYSÍLÁNÍ

Veřejnoprávní vysílací stanice (Public Service Broadcasting - PSB) ve Spojeném království jsou stanice BBC One,



BBC Two, Channel 3, který v Anglii provozuje ITV1 a STV ve Skotsku a Severním Irsku, Channel 4, S4C ve Walesu a Channel 5. Dále pak další televizní kanály BBC a radiové stanice BBC a také teletext.

PSB mají různé modely financování a vlastnictví:

- BBC je financována především prostřednictvím televizního licenčního poplatku
- Channel 3 je komerční
- Channel 4 je ve veřejném vlastnictví, ale je financován z komerčních příjmů
- Channel 5 je plně komerční
- S4C je financován BBC

První komerční vysílání bylo britskou vládou umožněno společnosti ITV v roce 1955. Vládou však byl zároveň stanoven požadavek na plnění podobných povinností, jako tomu bylo u BBC. Proto byla výměnou za právo vysílat nařizována určitá úroveň požadavků státu na obsah zpravodajství nebo podíl umění či náboženství ve vysílání. Další kanál začal vysílat v roce 1982 a šlo o Channel 4, který je sice ve veřejném vlastnictví, ale je financován ze svých komerčních příjmů, nedostává tedy podporu z veřejných financí. Svůj výdělek má investovat zpět do své tvorby. Provozuje ho Channel Four Television Corporation jako veřejnoprávní korporace ministerstva kultury, médií a sportu. Zřízen byl na základě zákona Broadcasting Act.

¹ <https://www.ipso.co.uk/media/2308/ipso-corporate-strategy-2023-28.pdf>

Logo BBC

Logo BBC

V roce 1982 začal vysílat také kanál S4C jako velšský veřejnoprávní televizní kanál. Ten je financován BBC od roku 2013. Kanál je produkován BBC Cymru Wales, která ho zajišťuje jako součást své veřejné služby a zahrnuje obsah ve velštině i pro rádio a online. Od roku 2018 je jediným zdrojem financování S4C licenční poplatek. Channel 5 byl spuštěn v roce 1997 a také on má povinnosti poskytovat určité množství programů různých žánrů, minimální množství programů, které kanál objednává, jsou evropského původu a má maximální limity na počet repríz.

Logo BBC

Jak je tedy patrné, na PSB (public service broadcasting – veřejnoprávní vysílání) jsou vládou kladeny různé specifické povinnosti, mezi které patří, že musí dodržovat programové a výstupní kvóty, které stanoví minimální úrovně typů pořadů, které musí uvádět v rámci povinností veřejnoprávní služby. Povinnosti PSB pochází z Communication Act 2003, Královské charty, Broadcasting Agreement nebo evropské legislativy.

Logo BBC

V rámci veřejnoprávního vysílání existují tři základní principy, které se od tohoto systému očekávají, z nichž některé jsou nastíněny v Communications Act 2003 a jiné jsou přijímány obecně. Jsou určeny takto:

- Univerzálnost přístupu. Očekává se, že obsah veřejné služby je široce dostupný a bezplatný v místě přístupu. Očekává se, že obsah bude reprezentovat rozmanitost Spojeného království a rozsah pokrytých žánrů by to měl odrážet.

- Přesnost a nestrannost. Zpravodajský a aktuální obsah vytvářený v rámci veřejné služby by měl být přesný, spolehlivý a nestranný.

- Nezávislost. Veřejnoprávní stanice by měly být schopny fungovat „bez vládních zásahů nebo politického tlaku“.

Logo BBC

OFCOM

Logo BBC

Povinnost monitorovat a prosazovat kvóty pro PSB má podle Communication Act 2003 Office of Communications (OFCOM). Ten jako regulátor dohlíží mimo jiné právě na činnost veřejnoprávních médií. Tato organizace reguluje sektory TV, rozhlasu a videa, ale také pevné linky, telekomunikace, mobilní telefony nebo dokonce poštovní služby. Dohlíží i na provoz rádiových vln používaných bezdrátovými zařízeními, jako jsou bezdrátové telefony, vysílačky a dokonce i některé klíče od aut a zvonky. Povinnosti OFCOMu jsou dány britským parlamentem a jako nezávislá organizace je financován z poplatků od společností, které reguluje. Například BBC OFCOMu během let 2020-2021 odvedla za jeho činnost 12 milionů liber.

Logo BBC

Podle OFCOMu musí být účely veřejnoprávního vysílání jako veřejné služby splněny způsobem, který je slučitel-

ný s jeho cíli. Tyto cíle jsou obsaženy v paragrafu 264(6) Communications Act 2003. OFCOM je shrnuje následovně:

- informovat, vzdělávat a bavit
- odrážet a podporovat kulturní aktivity ve Spojeném království, jako je drama, komedie a hudba
- usnadnit občanské porozumění a spravedlivou a dobře informovanou debatu o zprávách a aktuálních událostech
- uspokojit širokou škálu různých sportovních a jiných volnočasových zájmů
- zahrnovat vhodné množství a rozsah vzdělávacích programů a programů zabývajících se vědou, náboženstvím a jiným přesvědčením, sociálními problémy, záležitostmi mezinárodního významu nebo zájmu a záležitostmi odborného zájmu
- zahrnovat vhodné množství a nabídku kvalitních a originálních programů pro děti a mládež
- odrážet životy a zájmy různých komunit a kulturní zájmy a tradice ve Spojeném království i lokálně

Logo BBC

Logo BBC

Logo BBC

Pro činnost BBC je základním dokumentem Royal Charter. Jde o dohodu s panovnicí či panovníkem, která stanoví poslání a účely BBC. Obecně jsou to její povinnosti, vedení a struktura, financování a pravomoci regulátora, kterým je OFCOM. Většinou je tato dohoda stanovena na období deseti let, a ta současná platí do roku 2027. Podrobněji pak povinnosti fungování, ale i omezení pro BBC stanovuje další dohoda (Broadcasting Agreement), uzavíraná mezi BBC a ministrem pro kulturu, média a sport. Tyto povinnosti se týkají například finanční transparentnosti, zpravodajské neutrality nebo povinností stanovit rámec pro vyváženou zpravodajskou produkci. Tyto dohody prochází právě po deseti letech revizí, aby se pro fungování v dalším období zohlednily aktuální jak technologické, tak společenské požadavky.

Logo BBC

BBC jako hlavní veřejnoprávní médium financované koncesionářskými poplatky podléhá zvláštním pravidlům stanoveným OFCOMem. Musí proto vedle plnění povinností veřejné služby dodržovat přísnější normy v oblasti zpravodajství a obsahu. Jde například o speciální kodex chování, který byl vypracován OFCOMem a zahrnuje normy pro věcnost, spravedlnost, důvěryhodnost či ochranu mladistvých.

BBC musí pravidelně předkládat zprávy o svém výkonu OFCOMu, ale i dalším regulačním orgánům. Mezi hlavní funkce OFCOMu ve vztahu k BBC patří například rámec činností pro vhodné zajištění účinné regulace činností BBC, nastavení provozní licence pro britské veřejné služby obsahující regulační podmínky, aby BBC mohla plnit své poslání a veřejné účely, stanovení vhodných opatření k posouzení výkonu britských veřejných služeb BBC, stanovení požadavků na ochranu spravedlivé a účinné hos-

Logo BBC

Logo BBC

podářské soutěže ve vztahu k podstatným změnám ve veřejné službě Spojeného království a činnostech mimo tyto služby. OFCOM má také stanovovat požadavky ve vztahu ke komerčním aktivitám BBC, aby se zajistilo, že nebudou narušovat trh nebo získávat nespravedlivé konkurenční výhody. Může také regulovat obsahové standardy televizních a rozhlasových programů.

Logo BBC

Co BBC jako médium veřejné služby smí a nesmí:

Logo BBC

- Povinnost zůstat bez reklam: BBC (platí pro její kanály veřejné služby) nemůže začleňovat reklamy v průběhu svého vysílání, a to ani online. Jejím úkolem je poskytovat obsah bez reklamního tlaku.
- Povinnost objektivity a rozmanitosti: BBC má povinnost zajistit, že její vysílání bude vyvážené a bude zohledňovat různé názory a hlediska.
- Omezení na komerční činnosti: BBC nemůže vstupovat do komerčních aktivit, které by mohly narušit tržní soutěž. Všechny příjmy z licenčního poplatku musí být použity na financování vysílání a obsahu.

Logo BBC

Výběr kandidátů do vedení BBC se v mnohém řídí podle procesů a zákonů Spojeného království, přičemž platí, že do veřejné funkce ve správní radě, představenstvu nebo veřejnoprávní korporace či do poradní komise takových organizací jmenuje ve Velké Británii ministr příslušného ministerstva, pod které organizace spadá, i když má až poslední slovo.

Logo BBC

VEDENÍ BBC

Logo BBC

Strukturu vedení BBC je možné změnit s každou Královskou chartou a naposledy se tak stalo v roce 2017. V současné době je vrcholným orgánem Board. Má 14 členů, z toho 10 je neexekutivních (předseda rady, 4 členové reprezentující národy Spojeného království a 5 dalších) a 4 jsou exekutivní (generální ředitel a tři další). Board musí zajistit, aby BBC plnila svou misi a podporovala veřejné účely například tím, že stanoví zejména strategický směr pro BBC, směr redakčního a tvůrčího výstupu a služeb BBC a vztahu k národům a regionům Spojeného království, rozpočty pro služby veřejného vysílání ve Spojeném království a služby, které BBC poskytuje po celém světě, standardy a další činnosti.

Otázkou vedení a kontroly BBC se zabírala i tzv. Zelená kniha Ministerstva kultury, médií a sportu v roce 2007. Ta přinesla změny v organizaci vedení tak, aby stejně, jako je tomu u jiných společností, byly odděleny složky kontrolní a výkonná. Řízení společnosti tak měla na starosti Executive Board, zatímco strategii a dohled vykonávala BBC Trust. To přineslo větší transparentnost. Do té doby stála v čele Board of Governance.

Logo BBC

Výběr kandidátů do vedení BBC se v mnohém řídí podle procesů a zákonů Spojeného království, přičemž platí, že do veřejné funkce ve správní radě, představenstvu nebo veřejnoprávní korporace či do poradní komise takových organizací jmenuje ve Velké Británii ministr příslušného ministerstva, pod které organizace spadá, i když má až poslední slovo. Jmenování a výběr kandidátů se řídí kodexem (Governance Code on Public Appointments). Kandidáta musí vybrat komise k tomu určená, právě ta dává ministroví doporučení pro výběrové řízení a na kandidáta. Její složení má zajistit objektivitu výběru, proto je tvořena převážně ministerským úředníkem, nezávislým členem a zástupcem dotčené veřejnoprávní korporace. Důležité je, aby tento orgán posoudil odbornou způsobilost kandidáta. Audit jmenování do veřejných funkcí pak provádí komisař. U exekutivních členů Boardu je nutné dodržet pravidla pro jmenování do orgánů veřejnoprávních korporací.[?]

Logo BBC

Členové Boardu musí být vybráni tak, aby společně měli rozsah dovedností a zkušeností nezbytných pro zajištění správného výkonu funkcí BBC. Neexekutivními členy Boardu musí být jeho předseda, čtyři zástupci národů a pět dalších členů. Členové, kteří jsou zástupci jednotlivých národů Spojeného království (Anglie, Skotsko, Wales, Severní Irsko), jsou jmenováni se souhlasem svých vlád. Konečné slovo má ministr pro kulturu, média a sport na základě výběrového řízení, které vede jmenovaná komise pro výběr. Ta postup výběru konzultuje s BBC. Při výběru musí být opět dodržen kodex pro správu a řízení společností. Na celý výběr pak dohlíží komisař pro jmenování do veřejných funkcí. Členem komise má být předseda Boardu, aby i on dohlédl na kvalifikaci jednotlivých členů. Mezi požadavky patří dovednosti a zkušenosti, které přispívají k práci rady, znalosti o kultuře, vlastnostech a záležitostech národa, který člen zastupuje, a má být v úzkém kontaktu s názory tohoto národa. Ve funkci mohou být maximálně 4 roky a prodloužit je možné jen o rok, znovu zvoleni mohou být pouze jednou. Jejich jmenování musí být usnesením královské rady (Order in Council). Nevýkonnými členy Boardu je z jejich řad vybírán se souhlasem ministra nezávislý ředitel. Toho musí jmenovat nařizení Boardu a jmenování může být provedeno pouze po spravedlivé a otevřené soutěži, opět při dodržení příslušných kodexů.

Ostatní neexekutivní členové Boardu jsou jmenováni Boardem. Board však může jmenovat pouze kandidáty vybrané jeho nominační komisí. Také tito členové mají funkční ob-

^[1] Viz, např. https://www.psp.cz/sqw/text/orig2_sqw?id=219993 nebo https://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/2016/charter.pdf

dobí maximálně na čtyři roky s prodloužením o rok v případě mimořádných okolností a možnost pouze jednoho znovujmenování. Opět jde o proces výběru s dodržáním všech formalit a ustanovených postupů a procesů. Co se týče nominační komise, ta musí mít většinu neexekutivních členů Boardu a musí jí předsedať předseda Boardu. Členem komise musí být zároveň generální ředitel.

Co se týče jmenování předsedy Boardu, pak musí být jmenován usnesením královské rady (Order in Council) pouze po spravedlivé a otevřené soutěži. Opět musí být dodržovány veškeré zásady a kodexy pro jmenování do veřejných funkcí. Ministr musí konzultovat s BBC postup pro jmenování předsedy včetně specifikace jeho práce a časových závazků. Formálně nakonec jmenuje předsedu panovník, proto není možné doporučit panovníkovi jmenování předsedy, pokud nebylo provedeno předtím slyšení a nebyla o tom zveřejněna zpráva.

Výkonnými členy Boardu musí být generální ředitel a tři další členové. Jmenuje je Board, ale ten může jmenovat pouze kandidáty vybrané nominační komisí. Generální ředitel musí být členem Boardu, ale musí být vybrán nominační komisí a zároveň musí vykonávat funkci vedoucího výkonného představitele BBC a šéfredaktora. Jeho funkční období je podle podmínek rozhodnutí o jmenování. Generální ředitel BBC je vybírán ve výběrovém řízení, které řídí předseda Boardu.

KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK

I když jsou na PSB kladeny požadavky na poskytování služby veřejnoprávního vysílání, získávají peníze na provoz ze své komerční činnosti a veřejnou službu mají dānu v rozsahu své licence. Pouze BBC je tak financována koncesionářským poplatkem, který je ve Velké Británii znám jako „TV licence“. Jako hlavní zdroj příjmů pro BBC je garantován do konce roku 2027.

Licenci musí platit všichni, kteří vlastní nebo používají televizní přijímače nebo zařízení ke sledování televize, nahrávání živého vysílání na jakémkoliv kanálu či stahují a sledují jakékoliv programy na BBC iPlayeru at' už živě, zpětně nebo na vyžádání. Poplatek by tedy měli platit držitelé televizního přijímače, a ti, kteří sledují televizi online na počítači, tabletech a mobilních telefonech či noteboocích. Za to, že je financována z koncesionářských poplatků, má BBC za úkol poskytovat veřejnou službu, vysokou kvalitu vysílání bez reklam, produkovat obsah významný pro veřejnost ve Velké Británii, být nezávislou na vládě a nabízet programy pro různé cílové skupiny. Má také povinnosti týkající se objektivit, vyváženosti a rozmanitosti programů, které jsou stanoveny zákony, například již zmíněnými, nebo dohledem regulatorních orgánů.

Výše poplatku je stanovena vládou. V současnosti činí roční poplatek 159 liber, a to na základě dohody o licenčním poplatku oznámené ministryní pro digitalizaci, kulturu, média a sport v lednu 2022. Na této částce zůstal zmrazen do března 2024. Poté bude následující čtyři roky stoupat o inflaci.³ Předtím se roční licenční poplatek v dubnu 2021 zvyšoval o inflaci ze 157,50 liber na 159 liber.



Zdroj: <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/ara-2021-22.pdf>, str. 59

Poplatek byl dlouho jednotný pro všechny platící. Teprve od roku 2016 je umožněno občanům starším 75 let platit nižší sazbu nebo mohou být od poplatku zcela osvobozeni, pokud pobírají důchodový příspěvek. Některé skupiny jako zrakově postižení, lidé v pečovatelských domovech, pokud jsou zdravotně postižení, mohou platit snížený poplatek.

Příjmy z koncesionářských poplatků tvoří prakticky tři čtvrtiny rozpočtu BBC. Financování z licenčního poplatku umožňuje podle BBC poskytovat širokou škálu programů a služeb v televizi, rádiu a online. Kromě financování programů a služeb financuje část licenčního poplatku vysílání BBC World Service ve 42 jazycích včetně angličtiny po celém světě. Primárně licenční poplatek umožňuje službám BBC pro britské publikum zůstat bez reklam a nezávislé na vlastních nebo politických zájmech.⁴

V letech 2021-2022 byl poplatek ve výši 13,25 liber měsíčně na domácnost rozdělen následovně: Na televizní vysílání šlo 7,29 liber, na rádio 2,09, na online služby 1,27, BBC World Service 1,30, na ostatní služby a produkční náklady bylo vyčleněno 0,72 liber a na výběr licenčních poplatků a náklady na deficit důchodů 0,58 liber.⁵ V letech 2021-2022 BBC vybrala 3,8 miliardy liber z licenčních poplatků, což představovalo ve srovnání s předchozím rokem nárůst o 1 %.⁶ V následujícím období 2022-2023 byl zaznamenán pokles o 1,6 %, což znamenalo příjmy 3,74 miliardy liber.

BBC každoročně předkládá vládě prohlášení o příjmech z licenčních poplatků, které je auditováno. Vede toho kontroluje a zkoumá „hodnotu za peníze“ týkající se použití licenčního poplatku a ve vztahu ke komerčním aktivitám

BBC Národní kontrolní úřad.7 V rámci memoranda o porozumění mezi oběma organizacemi je stanoven způsob, jak je tento proces realizován.

BBC uvádí, že způsob financování z poplatků klade na organizaci značné odpovědnosti, které vnímá následovně:

- zajistit efektivní a účinný výběr licenčního poplatku;
- maximalizovat financování z jiných zdrojů tak, aby bylo v souladu s podmínkami jejího statutu a dalších závazků;
- poskytovat „hodnotu za peníze“ (value for money) tím, že výdaje směřují na programy a služby, které si veřejnost od BBC nejvíce přeje;
- zajistit, aby byl výstup doručován co nejefektivněji z hlediska nákladů.

REKLAMA V BBC

Ve vysílání BBC, které pokrývá veřejnoprávní službu na území Spojeného království, není reklama povolena. BBC však může vysílat reklamu na jiných svých kanálech a stanicích, ovšem existují pro ni určitá omezení a specifická pravidla.

Ve vysílání BBC, které pokrývá veřejnoprávní službu na území Spojeného království, není reklama povolena. BBC však může vysílat reklamu na jiných svých kanálech a stanicích, ovšem existují pro ni určitá omezení a specifická pravidla. Hlavní body týkající se reklamy jsou následující⁸:

- Reklama v televizi: Veřejnoprávní stanice BBC One a BBC Two neobsahují reklamy
- Reklama na jiných kanálech: BBC má dceřinou společnost, která provozuje několik komerčních televizních kanálů, jako jsou BBC News, BBC America, BBC Entertainment ad. Tyto komerční kanály mohou vysílat reklamu.
- Onlinereklama:BBC má online platformy, na kterých může mít reklamu na webových stránkách a v digitálním obsahu, například v audiovizuálním obsahu na BBC iPlayer.

Je na místě zmínit, že pro kontrolu obsahu reklam existuje ve Velké Británii organizace Advertising Standards Authority (ASA) jako nezávislý regulátor reklamy ve všech médiích. Ten na posuzování aplikuje kodexy, které jsou sepsány Výbory pro reklamní praxi (CAP). Řeší reklamy nejen tiskové, rozhlasové a televizní, ale i reklamu například na internetu či prostřednictvím e-mailů atd.

KOMERČNÍ PŘÍJMY BBC

BBC má i komerční příjmy z činností svých komerčních dceřiných společností - BBC Studios a BBC Studioworks. BBC Studios produkuje „prémiový britský“ obsah pro diváky ve Spojeném království i v zahraničí. Jako produkční společnost buduje i globální zábavní značky. Zároveň je provozovatelem bbc.com, nejčtenějšího anglického zpravodajského webu na světě, a největšího světového distributora britského obsahu. Za posledních pět let BBC Studios zdvojnásobila své příjmy a zisky a má ambiciózní plány na opětovné zdvojnásobení do roku 2028. BBC Studioworks je pak poskytuje studia a postprodukční služby a technologie televizním vysílatelům a produkčním společnostem.

Rozšiřování komerčních příjmů je pro BBC jednou ze čtyř strategických priorit. Například ve výroční zprávě za období 2021-2022 uvádí rekordní výsledky BBC Studios se ziskem přesahujícím 200 milionů liber či překročením hranice 400 milionů liber za prodej obsahu.⁹ Další rekordy si BBC připsala v období 2022-2023, kdy příspěvky z reklam a příjmy od třetích stran vzrostly o 455 milionů liber ve srovnání s předchozím rokem.

Vedle toho má BBC další příjmy jako například od Ministerstva zahraničí Commonwealthu. To poskytlo BBC grant ve výši 283 milionů liber na tříleté období do března 2025, což představuje 94,4 milionu liber ročně. Další 4 miliony liber dostala BBC v březnu 2022 na potlačování dezinformací a udržení nestranného a přesného zpravodajského pokrytí o Ukrajině a Rusku. V březnu 2023 pak byl BBC World Service udělen jednorázový grant ve výši 20 milionů liber na ochranu jazykových služeb World Service po dobu následujících dvou let, na podporu vysílání v angličtině a potlačení dezinformací.

EKONOMIKA BBC

V období 2022-2023 vykázala BBC rekordní příjem ve výši 5,7 miliardy liber, což byl nárůst z 5,33 miliardy liber z předchozího období. Většinu příjmů tvořily licenční poplatky, 3,74 miliardy liber, což bylo o 60 milionů liber méně než v předcházejícím roce.¹⁰ Přestože rostly příjmy BBC Studios, na druhé straně provozní náklady skupiny se zvýšily o 0,7 miliardy liber, což podle BBC bylo způsobeno investicemi do obsahu. Jen výdaje na obsah v rámci poskytování veřejné služby vzrostly o 4 %, dosáhly celkem 3,078 miliardy liber. Na základě toho hospodaření korporace nakonec skončilo v deficitu 120 milionů liber. Protože nerostla výše licenčního poplatku, musely být výdaje financovány z hotovostních rezerv. V roce 2022 BBC sáhla i ke škrtům, a to například v produkci World Service, což přineslo pokles celosvětového publika a návštěvnosti i po

³ <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/ara-2021-22.pdf>

⁴ <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/licencefee>

⁵ <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/licencefee>

⁶ https://www.irozulas.cz/zpravy-svet/bbc-koncesionarsky-poplatek-inflace-vlada_2201172049_dok

⁷ www.tvlicensing.co.uk/about/bbc-truststatement-AB21

⁸ <https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services>

⁹ <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/ara-2021-22.pdf>

¹⁰ <https://variety.com/2023/tv/global/bbc-annual-report-2022-23-1235666400/>

¹¹ <https://variety.com/2023/tv/global/bbc-annual-report-2022-23-1235666400/>

¹² <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/ara-2021-22.pdf>

Co se týče rádia, jednoznačně dominantní je z koncesionářských poplatků financovaná BBC., jejíž národní vysílání tvoří více než 44 % celkového poslechového času. 21,1 % poslechového času tvoří podíl národních komerčních rozhlasových stanic.

kles příjmů BBC News a BBC Studios.¹¹ Co se týče například zajištění veškeré relevantní legislativy, které je BBC jako vysílatel a veřejná instituce podřízena, v roce 2021-2022 nesla náklady na dodržování pravidel odhadované ve výši 19 milionů liber, přičemž v letech 2020-2021 to bylo 15 milionů liber.¹²

Pokud se v kontextu omezování či nezvyšování výše poplatků hovoří o dalších úsporách, pak BBC uvádí, že má široké dopady na britskou ekonomiku, kdy za každou 1 libru ekonomické aktivity BBC se v ekonomice vytvoří 2,63 libry.

SITUACE NA TRHU VE SPOJENÉM KRÁLOVSTVÍ

Na vývoj trhu a nejnovější trendy ve financování žurnalistiky ve Spojeném království poukázala zpráva Center for Media, Data and Society (CMDS). Po státu je hlavním zdrojem financování obsahu v médiích reklama, která dosahuje dvojnásobku příjmů generovaných například předplatným zpravodajských médií.¹³ Velkou část příjmů z reklamy, největšího zdroje nevládního financování zpravodajských médií v Británii, ale požívou giganti Facebook a Google. Tím utrpěly v největší míře lokální zpravodajské kanály, které slouží malé části veřejnosti. Přechodem na digitální služby byla ovlivněna i televize, ale ne tak silně jako noviny. Tržby televizí dosáhly vrcholu v roce 2015 a od té doby je zaznamenán postupný pokles. Nejpopulárnějších vysílatelů jako BBC a Sky se pokles příjmů z reklamy nedotkl – u BBC proto, že je financována z licenčních poplatků, u Sky díky financování z poplatků za placenou televizi. Další výzvě však budou zřejmě čelit v konkurenci streamovacích služeb.¹⁴

Co se týče rádia, jednoznačně dominantní je z koncesionářských poplatků financovaná BBC., jejíž národní vysílání tvoří více než 44 % celkového poslechového času. 21,1 % poslechového času tvoří podíl národních komerčních rozhlasových stanic. BBC však během posledních let zaznamenává větší pokles poslechovosti než komerční rádia. V tiskových médiích je trh roztržštěn mezi menší subjekty, nicméně v online zpravodajství je nejpopulárnější zpravodajský portál BBC, který následují Mail online a The Guardian.

SPORY SE SOUKROMÝMI MÉDIÍ

Spory mezi BBC a soukromými provozovateli vysílání probíhají primárně co se týče rovné hospodářské soutěže. Komerční televize a rozhlasové stanice poukazují na

to, že BBC má díky financování z poplatků nespravedlivou konkurenční výhodu, když nemá potřebu vysílat reklamy, což může vytvářet nerovnováhu na mediálním trhu a ohrožovat příjmy soukromých médií.¹⁵ BBC byla kritizována, že je expanzivní a překračuje poslání veřejné služby tím, že poskytuje takový obsah, který mohou poskytovat komerční vysílací společnosti. Ty si stěžovaly, že BBC narušuje trh a znesnadňuje jim provoz jejich služeb. Poukazovaly přitom mimo jiné na internetové služby BBC. Její zastánci však argumentují, že pro relevantní existenci BBC v digitálním věku je nutné nabízet nové služby a zábavu.

Proti digitálním ambicím BBC se vymezily například soukromé skupiny News International, Associated Newspapers a Telegraph Group, které požadovaly, aby vláda omezila „budování digitálního impéria“ BBC.¹⁶ Ve společném příspěvku naléhaly na vládu, aby zajistila, že licenční poplatek nebude dotovat růst společnosti do digitální sféry, a požadovaly, aby byl poplatek udržován na úrovni inflace nebo pod ní, aby se zastavila digitální expanze BBC, která podle nich poškozuje komerční růst a je překážkou rozvoje komerčních digitálních médií.

SNAHY O ZRUŠENÍ POPLATKU

Poplatek byl vždy kontroverzní záležitostí a odehrálo se již několik pokusů ho zrušit nebo změnit, ale dosud nebyly úspěšné; jako například snaha vlády Borise Johnsona, která chtěla zavést placení na dobrovolné bázi. V diskusích například zaznívá, že by měla být zavedena modernější a spravedlivější metoda financování s ohledem na změny v mediálním prostředí a změny v přístupu lidí ke sledování medií. Alternativou financování může být předplatné, zvýšení komerčních aktivit nebo větší prostor pro reklamu. Někteří navrhují, aby TV licence byla nahrazena jiným modelem financování, jako je například poplatek za sledování online obsahu.

BBC trvala na zachování povinnosti poplatky odvádět, ale navrhovala změnit způsob jejich výběru tak, aby je lidé hradili společně s fakturou za energie nebo internet. Zrušení či omezení poplatků by pro korporaci, která pravidelně žádá o jeho zvyšování, znamenalo výrazný zásah do jejího chodu a při její snaze obstát v konkurenci soukromých zpravodajských serverů nebo streamovacích služeb. Argumentem pro zachování placení zůstává nezávislost na politice a komerčním vlivu. Národní kontrolní úřad, The National Audit Office, například poznamenal, že další snížení rozpočtu může vést k většímu počtu repríz a menšímu počtu původních špičkových programů.

Vládou bylo přijato zmrazení poplatků do roku 2024 s ohledem na snahu ochránit veřejné finance. Diskuse o zrušení poplatků opět rozvířilo, že obyvatelé Spojeného království jsou ochotni platit méně a méně, když v období 2022-2023 ubylo 437 000 tisíc platících Britů. I to podle některých politiků svědčí o tom, že model těchto uživatelských poplatků přestává být udržitelný. Pokud je nyní stanoveno, že poplatek poroste o inflaci v následujícím čtyřletém období, pak snahy o zrušení koncesionářského poplatku mohou opět zesílit pro období po roce 2028.

DISKUSE O VEŘEJNOPRÁVNÍM VYSÍLÁNÍ

Není to ale jen existence či výše samotného poplatku. Diskuse o budoucnosti BBC a jejím financování a vůbec dalším směřování veřejnoprávních médií probíhá ve Spojeném království už delší dobu. Děje se tak v souvislosti se změnami v mediálním prostředí - digitalizací médií či změnami v chování diváků. Ti sledují televizi a média jinými způsoby než tomu bylo po celá desetiletí, a tak moderní mediální prostředí zaznamenává i zvětšující se generační propast publika jako konzumentů zpráv. Klesá také trh s televizní reklamou, přitom rostou výrobní náklady. S ohledem na rozsah a popularitu komerčních streamovacích služeb, jejichž konkurence sílí, a online médií zaznívají pochybnosti o potřebě veřejného financování a objevuje se nutnost další hlubší diskuse nad potřebou a hodnotou veřejnoprávního vysílání.

I proto se nad budoucností financování BBC vznáší další otázky. Objevily se úvahy, zda by BBC neměla být financována jiným způsobem, zda by měla zůstat veřejnoprávní nebo se stát komerčním médiem. Už někdy okolo roku 2005 OFCOM řešil, jakým směrem by se veřejnoprávní vysílání mělo v budoucnu ubírat. Ve své zprávě o veřejné službě vymezil nutnost reformy stávajícího systému, když navrhl posílit roli trhu, redefinovat úkoly pro poskytovatele veřejné služby a s tím spojené změny financování. Je otázkou, zda stávající situace v Británii zůstane zachována až do kompletního přechodu na digitální systém.

Před časem parlamentní výbor Public Accounts Committee konstatoval, že BBC uvízla ve „včerejších letech“ televize a rádia bez plánu na poskytování svých služeb v digitální budoucnosti, zároveň ale varoval před příliš rychlým posunem k internetovému vysílání a před vyloučením těch, kteří nemají přístup k digitálním službám kvůli nedostatečnému širokopásmovému pokrytí. Sama BBC proklamovala, že od 30. let 21. století bude mít pouze internetovou (digitální) budoucnost, přičemž je nadále nezbytné, aby existovaly přístupy k jejím službám pro lidi, zejména děti a další, kteří nemají snadný přístup k internetu. Pro BBC však nejistota v oblasti regulace a financování v budoucnu znamená, že je méně konkurenceschopnou na rychle se měnícím globálním trhu.¹⁷ Výbor také vyjádřil obavy ohled-

Objevily se úvahy, zda by BBC neměla být financována jiným způsobem, zda by měla zůstat veřejnoprávní nebo se stát komerčním médiem.

ně plánů korporace a zpochybnil, zda investice 500 milionů liber ročně do roku 2025 bude stačit k dosažení ambicí korporace.

Již delší dobu se diskuse vedou i na úrovni, zda je potřeba změnit legislativu týkající se veřejnoprávního vysílání.

Parlamentní výbory se již zabývaly budoucností veřejných poskytovatelů a legislativou. V březnu 2021 zveřejnil výbor Dolní sněmovny pro digitalizaci, kulturu, média a sport zprávu na téma „Budoucnost veřejnoprávního vysílání“. Výbor zjistil, že podpora principů veřejnoprávního vysílání „zůstává silná“, ale uvedl, že zákon z roku 2003 je starý a předcházел vzestupu streamovacích platform, tedy již nevyhovuje svému účelu a je zapotřebí reformovat pravidla, aby veřejnoprávní poskytovatelé obstáli v novém, stále více internetovém audiovizuálním prostředí.

PSB se například při distribuci obsahu mladšímu publiku musí stále více spoléhat na platformy sociálních médií třetích stran, proto by mělo být zváženo, zda dominance online platform nedává nepatřičný vliv na distribuci veřejnoprávního obsahu a přístup k němu. Mezi řadou doporučení je také, aby byl obsah PSB hostovaný na jiných streamovacích službách jasně označen a označen logem PSB, ze kterého pochází. Vláda tehdy odpověděla, že prověřuje kompetence PSB v rámci strategického přezkumu veřejnoprávního vysílání.

Veřejnoprávním vysíláním se zabývala i Sněmovna lordů. Již v listopadu 2019 zveřejnil komunikační a digitální výbor Sněmovny lordů svou zprávu „Veřejnoprávní vysílání: stejně důležité jako vždy“. Výbor napsal, že PSB čelí konkurenci stovek dalších kanálů a online služeb, přičemž téměř polovina britských domácností si předplatila službu videa na vyžádání. Výbor uvedl, že veřejnoprávní vysílání je pro demokracii a kulturu stejně důležité jako kdykoli předtím a jiná média nedokáží spojit národ tak, jak to dokáže veřejnoprávní vysílání.

Výbor Sněmovny lordů se zabýval například i tím, že PSB média dostatečně nesloužila mladším lidem a lidem z černošského, asijského a menšinového etnického původu. Navíc sledovanost kanálů BBC mezi 16–34letými se od roku 2010 snížila na polovinu, kdy tato skupina stráví každý den pouze dvě minuty sledováním BBC iPlayer ve srovnání se 40 minutami času na Netflixu. Ukázalo se tak, že tato věková skupina tráví méně času sledováním veřejnoprávního vysílání, než je

^[13] https://cmds.ceu.edu/article/2021-09-28/funding-journalism-britain-commercial-logic-beats-public-interest

^[14] https://cmds.ceu.edu/article/2021-09-28/funding-journalism-britain-commercial-logic-beats-public-interest

^[15] https://www.theguardian.com/media/2006/may/18/broadcasting.digitalmedia

^[16] https://www.theguardian.com/media/2006/may/18/broadcasting.digitalmedia

^[17] https://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-65398842

^[18] https://lordslibrary.parliament.uk/future-of-public-service-broadcasting/

^[19] https://www.ft.com/content/551253ca-3577-4212-934e-8193d61a63c9

^[20] https://www.ft.com/content/551253ca-3577-4212-934e-8193d61a63c9

průměr. Legitimita PSB proto podle výboru závisí i na tom, zda bude těmto skupinám v budoucnu lépe sloužit.¹⁸

Revizí legislativy a konceptu veřejnoprávního vysílání se průběžně věnují i vlády. V dubnu 2022 zveřejnil kabinet Borise Johnsona tzv. bílou knihu o budoucnosti vysílání, kde byly zahrnuty návrhy týkající se televizního, online a rozhlasového vysílání. Jedním z nejvýznamnějších plánů byla privatizace Channel 4, od které si vláda slibovala získat alespoň 1 miliardu liber.¹⁹ To se setkalo s kritikou a nová vláda po svém jmenování oznámila, že plán privatizace Channel 4 přehodnocuje. Již předtím navrhl ředitel Channel 4 partnerství se soukromými investory, což by přineslo investice do programu a kanál by zůstal ve veřejných rukou, to však tehdejší ministryně kultury odmítla jako neproveditelné.²⁰



Zdroj: Šest základních hodnot veřejnoprávního vysílání. Cardiff University and Policy and Evidence Centre

Na tradiční ideály veřejnoprávního vysílání v moderní éře, otázky, kde by měla být jeho hodnota a jak by měl být zajištěn maximální možný přínos pro veřejnost, se soustředil výzkum Cardiff University a Creative Industries Policy and Evidence Centre. Prostřednictvím analýzy regulačních dokumentů a souvisejících oborových studií z posledních dvou desetiletí byla vyvinuta typologie šesti různých typů hodnot: sociální, kulturní, ekonomická, průmyslová, reprezentační a občanská. Odráží různé principy a povinnosti, ale i rizika.²¹

Podle dat bylo v roce 2020 vyprodukováno 29800 hodin obsahu pocházejícího ze Spojeného království ve srovnání s pouhými 571 hodinami streamovacích služeb na vyžádání, jako je třeba Netflix.²² K diskusi o potřebě veřejnoprávních médií studie připomíná hodnotu investic do kultury a do žánrů, jako je umění, vzdělávání a programy pro děti, které komerční trh obvykle neprodukuje a neposkytuje.

POKRYTÍ BBC

BBC oslovuje v průměru každý týden 90 % dospělých ve Spojeném království, a je tak celostátní mediální značkou číslo jedna.²³

BBC TELEVISION

V letech 2021/2022 sledovalo BBC TV v průměru za týden 73 % lidí ve Spojeném království. Na BBC iPlayer bylo v roce 2021/2022 streamováno 6,6 miliardy programů, což je o 8 % více než v roce 2020/21.

Pro zajímavost: BBC poskytuje titulky k veškerému programovému obsahu vysílanému na BBC One, BBC Two (včetně národních a regionálních variant), BBC Four, BBC News, CBBC a CBeebies a na BBC Three. Zvukový popis je k dispozici u 20 % programů na BBC One, BBC Two, BBC Four, CBBC a CBeebies a dlouhých programů na BBC Three.

TV KANÁLY

BBC ONE	Zprávy a aktuální události, dramata, komedie a zábavní programy
BBC TWO	Věcné programy včetně dokumentů o umění, historii, vědě a lidech
BBC THREE	Vysílá komedie, zábavu a dokumenty
BBC FOUR	Intelektuální a kulturní program
CBBC	Kanál pro děti ve věku 6-12 let
CBeebies	Kanál pro nejmenší
BBC NEWS	Nejsledovanější zpravodajský kanál ve Spojeném království vysílá 24 hodin denně, 7 dní v týdnu a obsahuje zpravodajství z celého světa
BBC PARLIAMENT	Kanál věnovaný politice, zobrazující debaty a jednání výborů z celého Spojeného království

BBC RADIO:

Týdně poslouchá BBC 62 % dospělých (2021/22). Radio pořádá i koncerty a akce (např. BBC Proms v r. 2021 - 61 koncertů během 44 dnů, na kterých se představilo více než 2000 hudebníků). BBC Sounds poskytlo 1,54 miliardy přehraní rádia, hudby a podcastů.

RADIO KANÁLY

BBC RADIO 1	Mix nové hudby, zpráv a zábavy pro posluchače 15-29 let
BBC RADIO 1XTRA	Digitální stanice, která hraje současný Hip Hop a RnB, spíše orientováno na mládež ve věku 15-24 let
BBC RADIO	2-13 milionů posluchačů, mix hudebních a mluvených pořadů, živých popových a rockových koncertů
BBC RADIO 3	Umělecké a kulturní vysílání, klasická hudba, jazz a world music, mluvené pořady, dokumenty a drama
BBC RADIO 4	Zprávy a aktuální události, dramata, komedie ad.
BBC RADIO 4 EXTRA	Pouze digitální síť, dostupný archiv
BBC RADIO 5 LIVE	Nepřetržitě zpravodajství a živé sportovní přenosy
BBC RADIO 5 LIVE SPORTS EXTRA	
BBC RADIO 6 MUSIC	Populární hudba od 60. let do současnosti
BBC ASIAN NETWORK	pro britské asijské komunity



MIMO ANGLII

BBC Scotland, BBC One Scotland, BBC One Wales, BBC One Northern Ireland, BBC Two Wales, BBC Two Northern Ireland, BBC Alba, Radio Scotland, Radio Nan Gàidheal (for Gaelic speakers), BBC Radio Wales, Radio Cymru, Radio Cymru 2, Radio Ulster, Radio Foyle, BBC local radio Digitální služby

BBC Homepage, BBC iPlayer, BBC Sounds, BBC News, BBC Sport, BBC Bitesize, BBC Weather, CBBC and CBeebies online

Služby BBC Online používá každý měsíc (2020-2021) 61 % dospělých ve Spojeném království. Týdně zasahuje v průměru 34 % dospělých, tedy 18 milionů lidí. Například pro revizi a řešení domácích úkolů použilo BBC Bitesize 75 % žáků středních škol (2021/22).

SLUŽBY VZDĚLÁVÁNÍ BBC

Vzdělávání BBC poskytuje veřejný účel BBC propagovat vzdělávání a je zásadní pro naplnění poslání BBC informovat, vzdělávat a bavit

²¹ <https://theconversation.com/bbc-funding-licence-fee-debate-risks-overlooking-value-of-uks-public-broadcasters-175128>

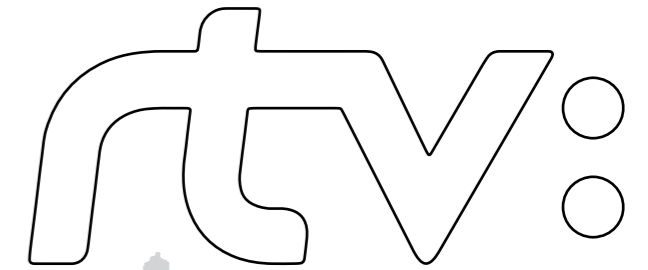
²² <https://theconversation.com/bbc-funding-licence-fee-debate-risks-overlooking-value-of-uks-public-broadcasters-175128>

²³ <https://www.bbc.com/aboutthebbc/whatwedo/publicservices/>

SLOVENSKO

VHLED DO FUNKOVÁNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍCH MÉDIÍ NA SLOVENSKU

Historie veřejnoprávních médií na Slovensku je před rokem 1991 neodmyslitelně spjata s Českou republikou, respektive Československem, kdy obě země tvořily jeden celek. Proto je novodobé fungování v rámci samostatné Slovenské republiky poměrně mladé. Veřejnoprávní média na Slovensku představují Slovenský rozhlas a Slovenská televize, které jsou od roku 2011 na základě zákona o RTVS sloučeny do jedné instituce s názvem Rozhlas a televize Slovenska (RTVS)¹. Původně šlo o dvě na sobě nezávislé instituce, které vznikly po rozdělení Československa, přičemž Slovenská televize (STV) a stejně tak Slovenský rozhlas (SRo) vznikly 24. května 1991 na základě zákona Slovenské národní rady. Do roku 1993, než došlo k rozdělení Československé republiky, se obě stanice podílely na vysílání Československé televize, respektive Československého rozhlasu zhruba třetinovým podílem.²

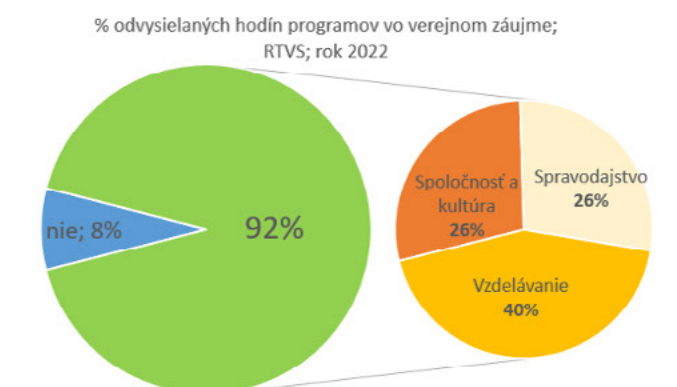


RTVS: ROZHLAS A TELEVIZE SLOVENSKA

Jde o jediné slovenské veřejnoprávní médium, které vysílá celoplošně. Dle statutu RTVS³ je v článku 2 společnost definována jako „veřejnoprávní, národní, nezávislá, informační, kulturní a vzdělávací instituce, zřízená zákonem č. 532/2010 Z. z., která poskytuje službu veřejnosti v oblasti rozhlasového a televizního vysílání.“ Dále dle článku 3 tohoto statutu, je posláním RTVS poskytovat službu veřejnosti v oblasti rozhlasového a televizního vysílání, přičemž je tím myšleno poskytování programové služby v oblastech zpravodajství, publicistiky, dokumentární a dramatické tvorby, hudební, sportovní a zábavné a vzdělávací činnosti pro děti a mládež.

RTVS je povinna poskytovat alespoň dvě programové služby, které budou dostupné pro více než 90 % obyvatel Slovenska.⁴ Aktuálně je udávána míra pokrytí 99 %. Většinový podíl programového obsahu musí být ve veřejném zájmu a odpovídat poslání RTVS. Dle výroční zprávy RTVS bylo za rok 2022 odvysíláno 92 % obsahu ve veřejném zájmu, přičemž z toho bylo 40 % zaměřeno na vzdělávání.⁵

OBRÁZEK 4: PODÍL A SKLADBA VYSÍLÁNÍ RTVS VE VEŘEJNÉM ZÁJMU ZA ROK 2022



¹ Zákon o RTVS z roku 2010: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2010/532/20140101.html>

² Historie STV a SR: <https://www.rtvs.org/o-rtvs/historia/historia-stv>, <https://www.rtvs.org/o-rtvs/historia/historia-sro>

³ Statut RSTS: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/statut_rozhlasu_a_televizie_slovenska_2022.nCm6.pdf

⁴ Statut RSTS: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/statut_rozhlasu_a_televizie_slovenska_2022.nCm6.pdf

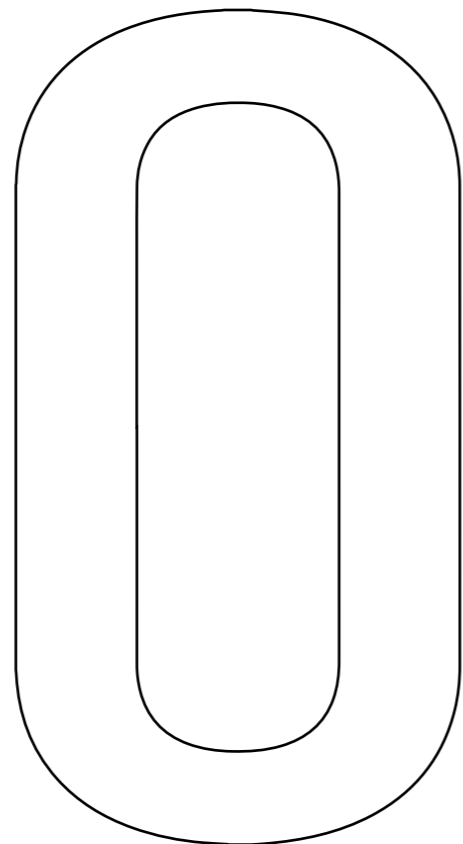
⁵ Výroční zpráva RTVS za rok 2022: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/vyrocnia_sprava_o_cinnosti_a_hospodareni_rtvs_2022.vy27.pdf

Aktuálně poskytuje RTVS služby na čtyřech kanálech, přičemž před koncem roku 2019 byly v portfoliu veřejnoprávní televize jen dva kanály. Těsně před Vánocemi došlo k zprovoznění Trojky, kanálu určeného pro seniory, který ukončil své vysílání na konci listopadu 2022. Následně během tří měsíců od prosince 2021 do února 2022 přibýly další dva kanály. Jeden sportovní – Šport a také jeden čistě zpravodajský -:24. Vedení RTVS původně dlouhodobě počítalo se třetím programem zaměřeným na sport. Z ekonomických důvodů však nakonec spustila jako první program pro seniory (Trojka) a samostatný sportovní kanál přišel na řadu až o dva roky později.⁶

Poslední byl spuštěn, jak už bylo zmíněno, zpravodajský kanál, což bylo pro Slovenskou mediální scénu netypické. Současný boom zpravodajských televizí na Slovensku je sice vzhledem k mezinárodní situaci pochopitelný, z hlediska vývoje na tamním televizním trhu je však poměrně překvapivý. Slovensko bylo jednou z mála evropských zemí, kde dlouhodobě nepůsobila veřejnoprávní zpravodajská televize. Její roli do velké míry nahradila soukromá televize TA3, která vysílá od září roku 2001. Veřejnoprávní televize ani soukromé skupiny dlouhodobě nejevily zájem o nepřetržité zpravodajství. Zlom nastal až po vypuknutí válečného konfliktu na Ukrajině.⁷

TABULKA 1: PŘEHLED TELEVIZNÍCH STANIC RTVS

JEDNOTKA	Stanice pro většinové publikum, která vysílá filmy, seriály, zábavní programy a pořady pro děti a mládež. Stanice poprvé začala vysílat už v roce 1956.	ŠPORT	Stanice zaměřená na sportovní přenosy.
DVOJKA	Stanice s doplňkovou tvorbou Jednotky. Najdeme tu specializované a kulturní pořady a seriály, programy pro děti nebo také menšiny žijící na Slovensku (např. Romové, Maďaři atd.), vysílání ve znakovém jazyce, politické debaty, regionální magazíny, náboženský program, sportovní turnaje apod. Stanice začala vysílat v roce 1970.	24	Stanice zaměřená na zpravodajství.
TROJKA	Tematicky se stanice zaměřovala na diváky starší 60 let a vysílala převážně pořady z archivu. Byla dostupná HD verze (u některých operátorů). Stanice prvně vysílala v letech 2008 až 2011 jako sportovní kanál. Její vysílání bylo posléze obnoveno v prosinci 2019 a opět ukončeno 30. listopadu 2022.		



CELOPLOŠNÉ

NÁZEV	POPIS
RÁDIO SLOVENSKO	Hlavní stanice, vysílá programy týkající se společnosti, kultury, vědy a techniky, zdraví, přírody, lidí, financí a vzdělávání. Stanice vysílá od roku 1993.
RÁDIO DEVÍN	Umělecko-kulturní program, vysílá od roku 1993
RÁDIO FM	Hudební program s převážně slovenskou hudbou. Vysílá od roku 2004.
RÁDIO PATRIA	Program pro národnostní menšiny. Odpoledne vysílá v maďarštině, dopoledne v ukrajinštině a rusinštině, jinak vysílá střídavě také v romštině, češtině, němčině a polštině.

INTERNETOVÉ

NÁZEV	POPIS
RÁDIO PYRAMÍDA	Historický program, vysílá klasickou hudbu, humor, publicistiku, folklór a pop, literaturu a dramata.
RÁDIO LITERA	Literární program, vysílá poezii, prózu, drama a publicistiku, první vysílání v roce 2009.
RÁDIO JUNIOR	Mluvené slovo a písničky pro děti, vysílá od roku 2010.

REGIONÁLNÍ

NÁZEV	POPIS
RÁDIO REGINA ZÁPAD	Pro západní část Slovenska: Bratislavský kraj, Trnavský kraj, Trenčinský kraj a Nitrianský kraj.
RÁDIO REGINA STRED	Pro střední část Slovenska: Banskobystrický kraj a Žilinský kraj.
RÁDIO REGINA VÝCHOD	Pro východní část Slovenska: Prešovský kraj a Košický kraj.

Zdroj: www.rstv.sk, cit. 12. 1. 2024

KOMERČNÍ MÉDIA NA SLOVENSKU

Ke konci 90. let začíná na Slovensku pomalu vznikat také soukromý sektor v oblasti televizního vysílání. Veřejnoprávní slovenská televize musí čelit první výrazné konkurenci, kterou se stala TV Markíza patřící do skupiny Markíza Group. Své vysílání zahájila v srpnu 1996. V současnosti patří mezi trojici nejsilnějších soukromých televizních spo-

lečností na trhu. Další začala vysílat v září 2001 zpravodajská televizní stanice TA3, která měla v tomto žánru monopolní postavení až do loňského roku, kdy přibýly zpravodajské kanály RTVS a JOJ TV, která je součástí skupiny JOJ Group. Ta uzavírá silnou trojku a do mediálního prostoru vstoupila v březnu 2002.⁸

⁶ <https://www.tvkompas.cz/ta3-uz-nebude-jedina-slovensko-bude-mit-celkem-tri-zpravodajske-televize/>

⁷ <https://www.tvkompas.cz/ta3-uz-nebude-jedina-slovensko-bude-mit-celkem-tri-zpravodajske-televize/>

⁸ <https://zive.aktuality.sk/clanok/YGiTCX7/sledovanost-stanic-skupiny-markiza-a-joj-maju-spolu-43-percent-vieme-ako-sa-dari-ceskym-a-dalsim-tv/>

MARKÍZA GROUP

Markízu Group aktuálně tvoří pět televizních stanic – TV Markíza, Doma, Dajto, Markíza KRIMI a Markíza International, přičemž skupina Markíza obchodně zastupuje také premiérové sportovní stanice Nova Sport 3 SK a Nova Sport 4 SK a stejně tak českou televizi Nova International. TV Markíza jako nejsilnější kanál ze skupiny postavila svou programovou strategii na obsahu zaměřeném na rodiny a rodinou zábavu.⁹

JOJ Group

Do produktového portfolia JOJ Group patří 14 televizních stanic – TV JOJ, JOJ Plus, Wau, JOJ 24, JOJ Šport, JOJ Svět, Jojko, Ťuki, JOJ Cinema, CS Film, CS History, CS Mystery, CS Horror, JOJ Family. Pestrá škála programů zajišťuje skupině druhou příčku na trhu.¹⁰

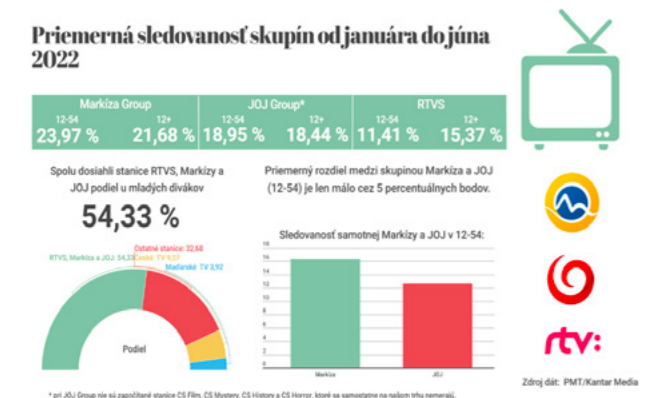
TA3

TA3 je soukromá televizní stanice na Slovensku, která vysílá 24 hodin denně zpravodajské a publicistické pořady. Oficiálně vysílá od 23. září 2001. Snahou TA3 je poskytovat divákům kromě klasického zpravodajství také širší záběr informací z dalších oblastí. Proto došlo k rozšíření programové struktury o pořady, které přinášejí novinky z regionů, informace o umění, kultuře, financích nebo cestování.¹¹

Tržní podíly podíly

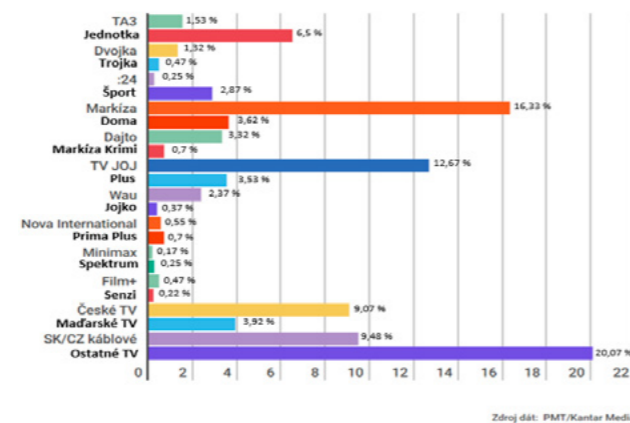
Z průzkumu sledovanosti za první pololetí 2022 vyplývá, že komerční skupiny Markíza Group a JOJ Group spolu s veřejnoprávní RTVS oslovily více než 55 % populace starší 12 let. Lídrem na trhu zůstává skupina Markíza, která si před JOJ drží náskok více než třech procentních bodů, přičemž ve věkové skupině diváků 12–54 je to dokonce více než pět procent.

OBRÁZEK 2: PODÍL NA TRHU V 1. POLOLETÍ 2022



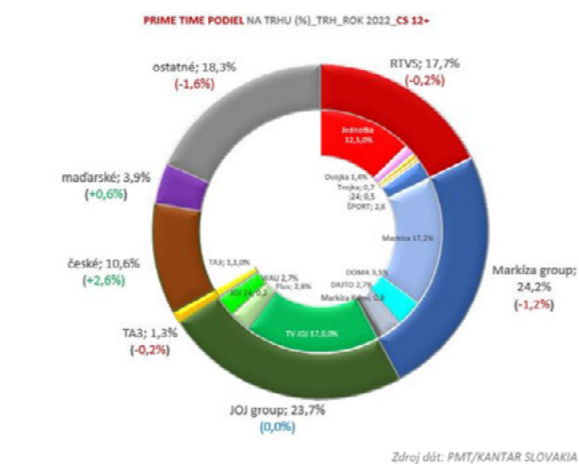
Pokud se podíváme na výsledky z pohledu jednotlivých stanic, pak se největší oblibě těší soukromá stanice Markíza TV (16,33 %) následovaná další soukromou stanicí TV JOJ (12,67 %) a až na třetím místě je první veřejnoprávní stanice, a to Jednotka (6,5 %).¹³

OBRÁZEK 3: PODÍLY SLEDOVANOSTI TELEVIZNÍCH KANÁLŮ NA SLOVENSKÉM TRHU V 1. POLOLETÍ 2022



RTVS ve své výroční zprávě za rok 2022 porovnává celkové výsledky sledovanosti v kontextu předchozích let. Dle tohoto srovnání se podařilo RTVS dosáhnout nejlepšího výsledku za posledních 12 let. Souhrnný celodenní podíl na trhu byl 15,5 %, v prime time pak došlo k mírnému poklesu o 0,2 % na 17,7 %.¹⁴

OBRÁZEK 4: PODÍLY SLEDOVANOSTI TELEVIZNÍCH KANÁLŮ NA SLOVENSKÉM TRHU V PRIME TIME ZA ROK 2022

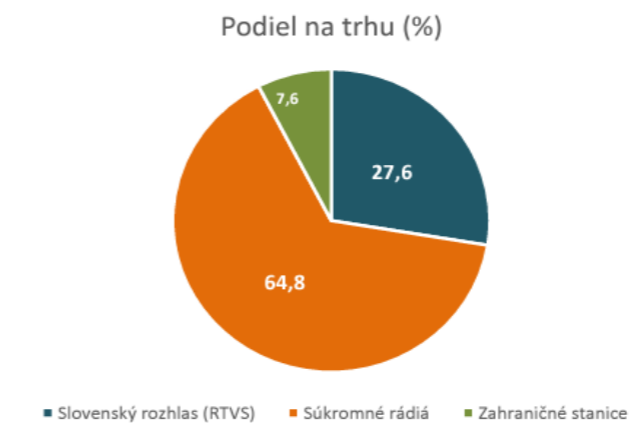


Prvenství dosahuje RTVS u diváků opakovaně pokud jde o objektivitu. Za neobjektivnější, již potřinácté v řadě, označila zpravodajství veřejné služby téměř čtvrtina respondentů. Průzkum provedla agentura MEDIAN SK na vzorku 2092 respondentů. Dotazování byli od října do prosince 2022 (Median SK, 12. kontinuální průzkum MML Omnibus). Poprvé bylo Zpravodajství RTVS hodnoceno jako neobjektivnější v roce 2016 (červenec-září).¹⁵

Stejně hovoří také výsledky průzkumu Eurobarometr, který v květnu až červnu provedla agentura Ipsos European Public Affairs. Ty ukázaly, že Slováci nejvíce důvěřují veřejnoprávní televizi a rozhlasu (41 %). Druhé místo patřilo tisku a jeho webovým stránkám (21 %) a soukromým televizním a rozhlasovým stanicím až třetí příčka s velkým odstupem (20 %). Podle studie Digital News Report 2022, kterou každoročně připravuje Reuters Institute při Oxfordské univerzitě a Slovensko je součástí průzkumu již pošesté v řadě, RTVS obhájila loňskou pozici a dosáhla druhé nejvyšší hodnoty důvěry (56 %), jen o 2 % méně než TA3 (58 %).¹⁷

Veřejnoprávní Slovenský rozhlas patří dlouhodobě ke stabilním hráčům na trhu s více než čtvrtinovým podílem (27,6 %). Na týdenní bázi si jednu z celostátních rozhlasových stanic sledovaných v průzkumu naladí 35,1 % lidí ve věku 14-79 let, což představuje něco přes 1,5 milionu posluchačů, téměř 900 tisíc posluchačů denně. Přičemž Rádio Slovensko je nejoblíbenější rozhlasovou stanicí u posluchačů ve věku 35 – 79 let, kde jí připadá největší podíl na trhu, a to 23,6 %.¹⁸

OBRÁZEK 5: PODÍL SLOVENSKÉHO ROZHLASU NA TRHU ZA ROK 2022



MÉDIA VE SLOVENSKÉ PRÁVNÍ ÚPRAVĚ

Slovenský zákon o RSTV

Zákon o rozhlase a televizi Slovenska č.532/2010 Z. z. v platném znění stanovuje práva a povinnosti této veřejnoprávní instituce. Dle této normy je RTVS organizací, jejímž posláním je poskytovat služby veřejnosti v oblasti rozhlasového a televizního vysílání. Dále je definováno, že programová služba je univerzální z hlediska svého územního dosahu, rozmanitá ve své programové skladbě, připravovaná na principu redakční nezávislosti kvalifikovanými pracovníky a se smyslem pro společenskou odpovědnost a která rozvíjí kulturní úroveň posluchačů a diváků, poskytuje platformu pro současné kulturní a umělecké aktivity, zprostředkovává kulturní hodnoty jiných národů a je financována převážně z veřejných prostředků. Programovou službu Rozhlasu a televize Slovenska tvoří zpravodajské, publicistické, dokumentární, dramatické, hudební, sportovní, zábavné a vzdělávací pořady, pořady pro děti a mládež a další pořady, které:

- jsou založeny na zásadách demokracie a humanismu a přispívají k právnímu vědomí, etickému citění a odpovědnosti veřejnosti za životní prostředí,
- poskytují nestranné, ověřené, nezkrácené, aktuální, srozumitelné a ve svém celku vyvážené a pluralitní informace o dění ve Slovenské republice a v zahraničí pro svobodné vytváření názorů,
- rozvíjí národní uvědomění a kulturní identitu obyvatel Slovenské republiky bez ohledu na pohlaví, rasu, barvu pleti, jazyk, věk, víru a náboženství, politické nebo jiné smýšlení, národní nebo sociální původ, příslušnost k národnosti nebo etnické skupině, majetek, rod nebo jiné postavení tak, aby tyto pořady odrážely rozmanitost názorů, politickou, náboženskou, filozofickou a uměleckou orientaci a podporovaly rozvoj občanské a znalostní společnosti,
- vytvářejí podmínky pro společenský konsensus o věcech veřejných s cílem posílit vzájemné porozumění, toleranci a podporovat soudržnost rozmanité společnosti.

⁹ <https://obchod.markiza.sk/>

¹⁰ <https://www.joigroup.sk/portfolio/brand/>

¹¹ <https://www.ta3.com/televizii>

^{12 / 13} <https://zive.aktuality.sk/clanok/YGITC7/sledovanost-stanic-skupiny-markiza-a-joj-maju-spolu-43-percent-vieme-ako-sa-dari-ceskym-a-dalsim/>

¹⁴ Výroční zpráva RTVS 2022: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/vyrocnna_sprava_o_cinnosti_a_hospodareni_rtvs_2022_wy27.pdf

¹⁵ Výroční zpráva RTVS 2022: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/vyrocnna_sprava_o_cinnosti_a_hospodareni_rtvs_2022_wy27.pdf

¹⁶ Výroční zpráva RTVS 2022: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/vyrocnna_sprava_o_cinnosti_a_hospodareni_rtvs_2022_wy27.pdf

¹⁷ Výroční zpráva RTVS 2022: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/vyrocnna_sprava_o_cinnosti_a_hospodareni_rtvs_2022_wy27.pdf

¹⁸ Zákon o RTVS: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2010/532/20140101.html>

Kromě toho zákon stanovuje i další podmínky, které musí v rámci svého vysílání RTVS plnit. Mimo jiné zajistit vysílání alespoň dvou televizních programových služeb na území Slovenské republiky a také nejméně čtyř rozhlasových programových služeb, z nichž jedna je určena pro vysílání obsahově a regionálně vyvážených programů v jazycích národnostních menšin a etnických skupin žijících na území Slovenské republiky; pokud Rozhlas a televízia Slovenska vysílá více než čtyři rozhlasové programové služby, musí být nejméně čtyři z nich realizovány celoplošným vysíláním, a pokud vysílá pouze čtyři rozhlasové programové služby, musí být nejméně tři z nich realizovány celoplošným vysíláním. Dále pak:

- poskytování tvorby, výroby a nákupu pořadů a jejich šíření,
- vysílání většiny pořadů ve veřejném zájmu ve vysílání každé programové služby,
- zajištění regionálního vysílání prostřednictvím rozhlasových a televizních studií; regionální vysílání každého studia zahrnuje příspěvky z celého území jeho působnosti, a to vyváženým způsobem,
- vysílání obsahově vyvážených a regionálně vyvážených pořadů v jazycích národnostních menšin a etnických skupin žijících na území Slovenské republiky v časovém rozsahu odpovídajícím národnostnímu a etnickému složení obyvatelstva Slovenské republiky,
- přihlíží při vysílání k potřebám neslyšících a ostatních sociálních menšin,
- poskytuje prostor pro činnost registrovaných církví a náboženských společností ve vysílání,
- poskytuje přenosy a záznamy vybraných společensky významných událostí politického, kulturního, náboženského, uměleckého a sportovního charakteru,
- poskytuje vysílací čas pro vysílání politické reklamy podle zvláštních předpisů,
- poskytuje nezbytný vysílací čas orgánům veřejné moci pro výzvy v krizových situacích a pro jiná důležitá oznámení veřejnosti,
- rozhlasové vysílání kulturních a informačních pořadů do zahraničí,
- zajišťuje činnosti archivu Rozhlasu a televízie Slovenska,
- zajišťuje ochrany děl a uměleckých výkonů podle zvláštního předpisu,
- účastní se na činnosti mezinárodních organizací působících v oblasti rozhlasového a televizního vysílání,
- zřizuje a řídí umělecká tělesa a soubory,
- vytváří sítě stálých zpravodajů a zvláštních zpravodajů ve Slovenské republice a v zahraničí.¹⁹

DOHLEDOVÉ ORGÁNY

Zákon o rozhlase a televizi Slovenska č.532/2010 Z. z. také stanovuje dohledový orgán, kterým se stává Rada. Podle článku 9 se jedná o devítičlenný orgán, přičemž jeho členové jsou voleni Národní radou Slovenské republiky (NR SR) nadpoloviční většinou přítomných poslanců a musí v ní zasedat 3 odborníci na rozhlasové vysílání, 3 odborníci

na televizní vysílání, 2 odborníci na ekonomii a 1 odborník na právo. Funkce je neslučitelná s mnoha politickými funkcemi jmenovanými v článku 10. Jak uvádí článek 11, funkční období je šestileté, každé dva roky se obměňuje třetina rady. Jak uvádí články 15–17, RTVS má také generálního ředitele, který je volen rovněž NR SR a jeho mandát je pětiletý. Ráda dle článku 8 mimo jiné dohlíží na dodržování tohoto zákona a na plnění úkolů, které RTVS vyplývají ze zvláštních předpisů, dohlíží na hospodárnost, účelnost a efektivnost nakládání s veřejnými prostředky RTVS a plní úkoly kolektivního orgánu při nakládání s majetkem RTVS podle zvláštního předpisu. Dále také **Rada projednává Konceptci řízení a rozvoje RTVS a její programové služby s důrazem na veřejný zájem předloženou generálním ředitelem podle a zaujímá k ní stanovisko, projednává a schvaluje návrh rozpočtu RTVS včetně jeho závazných ukazatelů, účetní závěrku, jakož i návrh na tvorbu a použití rezervního fondu.**²⁰

O to více se do hry tyto spekulace dostávají v současnosti, kdy se moci ujala vláda Roberta Fica, který je dlouhodobě s některými soukromými médii ve sporu a v poslední době se konflikt vyhrotil natolik, že tato média mají zakázaný vstup na mediální aktivity pořádané vládou a dalšími vládními institucemi. Jde o TV Markíza, Denník N, deník SME a internetový portál Aktuality.sk

Skutečnost, kdy jsou členové Rady, která má dle zákona široké pravomoci zasahující do fungování RTVS, voleni NR SR nadpoloviční většinou přítomných, nikoliv všech poslanců, nahrává spekulacím o možnostech ovlivňování veřejnoprávních médií. O to více se do hry tyto spekulace dostávají v současnosti, kdy se moci ujala vláda Roberta Fica, který je dlouhodobě s některými soukromými médii ve sporu a v poslední době se konflikt vyhrotil natolik, že tato média mají zakázaný vstup na mediální aktivity pořádané vládou a dalšími vládními institucemi.²¹ Jde o TV Markíza, Denník N, deník SME a internetový portál Aktuality.sk. U všech nařídil prověření získání akreditace na aktivity Úřadu vlády a do doby vyřešení jim nebude umožněn přístup na mediální a další aktivity úřadu.

Regulátorem médií v zemi je Rada pro mediální služby, která před rokem 2022 nesla název Rada pro vysílání a retransmisi (RVR) a jejíž devět členů je podle § 114 voleno a odvoláváno NR SR. Tito členové podle § 113 volí svého předsedu a ředitele.²²

FINANCOVÁNÍ VEŘEJNOPRÁVNÍCH MÉDIÍ

Financování RTVS bylo ještě do 1. července 2023 rozděleno mezi několik zdrojů, přičemž ten hlavní pocházel z koncesionářských poplatků. Další část financí plynula přímo od státu na základě tzv. smlouvy se státem, z evropských fondů a také z prodeje reklamy, sponzoringu či teleshoppingu, vysílacích práv a dalších vlastních produktů. Za rok 2022 byl příjem z koncesionářských poplatků 74,3 miliony eur, což představovalo největší podíl na celkovém rozpočtu. Druhý významný podíl představovaly státní a evropské dotace, celkem více než 52 milionů eur, přičemž v daném řádném období představovalo více než 22 milionů eur podíl od státu na základě tzv. smlouvy se státem.²³

Slovensko se tak pustilo zcela jinou cestou, než kterou volí státy ve střední Evropě, potažmo jeho nejbližší sousedé. Ti zůstávají u modelu koncesionářských poplatků jako primárního zdroje financování veřejnoprávních médií, přičemž rozdíl je v nastavení podmínek úhrady

Nově od 1. července 2023 došlo díky politické dohodě ke zrušení koncesionářských poplatků, které nahradí financování ze státního rozpočtu. Tuto změnu, s níž přišel poslanec SaS Richard Sulík, se podařilo prosadit výměnou za podporu hlasování o vládním návrhu rozpočtu na rok 2023. Do té doby hrozilo Slovensku, že bude vstupovat do loňského roku v rozpočtovém provizoriu, což nechtěl v té době premiér menšinového kabinetu Eduard Heger riskovat.²⁴ Není to však poprvé, kdy se na Slovensku o této zásadní změně financování veřejnoprávní RTVS hovoří. Původně byl stejný záměr schválen již v roce 2012, kdy danou zákonnou normu podepsal i prezident. Než však vešla novela v platnost (mělo to být 1. 1. 2013), došlo ke změně vlády, kdy premiérku Ivetu Radičovou vystřídal Robert Fico a všechno bylo jinak.²⁵

Slovensko se tak pustilo zcela jinou cestou, než kterou volí státy ve střední Evropě, potažmo jeho nejbližší sousedé. Ti zůstávají u modelu koncesionářských poplatků jako primárního zdroje financování veřejnoprávních médií, přičemž rozdíl je v nastavení podmínek úhrady.²⁶

Na Slovensku byla výše koncesionářských poplatků stanovena na 4,64 eura měsíčně, což představovalo roční zátež pro každou rodinu zhruba 56 €. Nicméně některé skupiny obyvatel byly z platby poplatků vyjmuty anebo platily sníženou sazbu. Konkrétně například zdravotně postižení platili jen polovinu a důchodci byli od placení od roku 2020 zcela osvobozeni. Navíc se výše poplatku neměnila od roku 2003, což kritizoval dlouhodobě management RTVS.²⁷

Změna, kterou se podařilo bývalé vládě prosadit, byla vel-



¹⁹ Zákon o RTVS: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2010/532/20140101.html>

²⁰ Zákon o RTVS: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2010/532/20140101.html>

²¹ <https://www.lupa.cz/clanky/slovenska-vlada-vytahla-do-boje-s-medii-cast-soukromych-ignoruje-rtvs-asi-rozdeli/>

²² Zákon o RTVS: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2010/532/20140101.html>

²³ Výroční zpráva RTVS 2022: https://www.rtvs.org/media/a542/file/item/sk/0002/vyrocnia_sprava_o_cinnosti_a_hospodareni_rtvs_2022.wy27.pdf

²⁴ https://www.irozhlaz.cz/zpravy-svet/slovensko-statni-rozpocet-koncesionarske-poplatky_2212221446_pj

²⁵ <https://www.iorum24.cz/spanombohrom-koncesionarske-poplatky-slovensky-navod-jak-nedelat-mediální-reformu>

²⁶ <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/vladni-koalice-predstavi-zmeny-koncesionarskych-poplatku/r--f53f83ce4bd311eea3c0ac1f6b220ee8/>

²⁷ https://www.irozhlaz.cz/zpravy-svet/slovensko-statni-rozpocet-koncesionarske-poplatky_2212221446_pj

NĚMECKO

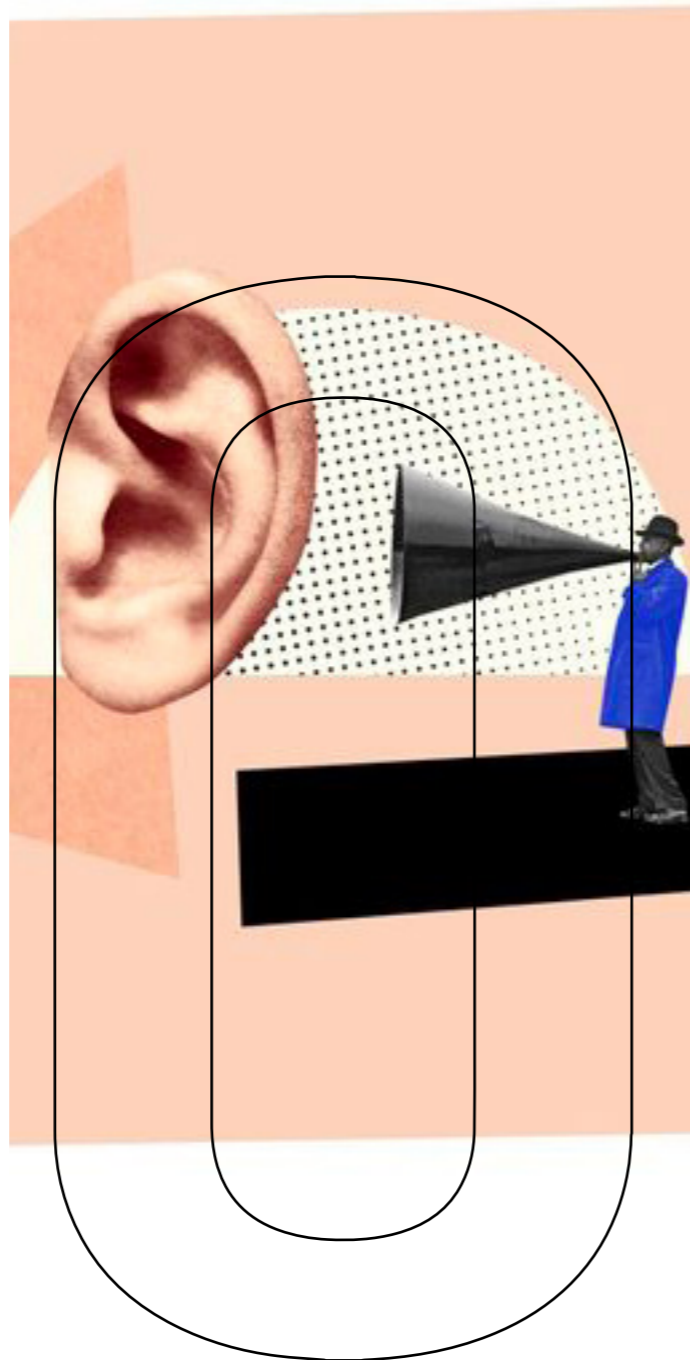
kým překvapením také pro vedení RTVS. To sice nebylo spokojeno s výší koncesionářského poplatku, jehož výše nedokázala pokrýt náklady na provozování veřejnoprávních médií, a další náklady tak byly kompenzovány ze státního rozpočtu, nicméně dle názoru managementu i odborníků šlo o pojistku v nezávislosti a omezení politického vlivu. A to i přesto, že RTVS již v minulosti čelila podezření z ovlivňování ze strany politiků.²⁸

V devadesátých letech, tehdy ještě pod názvem Slovenská televízia, čelila vlivu tehdejší vlády Vladimíra Mečiara a jeho strany HZDS. Dle vyjádření tehdejší ředitelky STV Dvojka Marty Gajdošikové: „se STV ocitla pod výrazným vlivem politické moci, především HZDS. Programový obsah byl do značné míry poznačen ideologickým vlivem, není proto možné mluvit o nezávislosti veřejnoprávní televize. Na obrazovkách se začaly objevovat programy, které byly připravovány mimo televize, dokonce přímo Slovenskou informační službou. Ideologický vliv ve zpravodajství a publicistice byl neúnosný.“²⁹

Nejvíce se o politickém vlivu v RTVS opět začalo mluvit za vlády Roberta Fica a jeho strany Smer. Například v roce 2016 se ozvala skupina filmařů, která tvrdila, že politický vliv v RTVS dosáhl přílišné míry.³⁰ A vzhledem k tomu, že Robert Fico je u moci i nyní, je otázkou, zda obavy kritiků změny, z velké míry ovlivňování nebudou oprávněné.

Autor návrhu, Richard Sulík, však jako argument proti těmto obavám uvádí, že nezávislost na politické vůli zajistí pevný mechanismus určení výše financování RTVS. Aktuálně dle schválené novely zákona č. 532/2010 jde o 0,17 % HDP.

Možné změny ve financování naznačila i současná vláda, respektive předseda jedné z vládních stran, Slovenské národní strany, Andrej Danko, který nesouhlasí s omezením příjmu z reklamy u RTVS, což je dáno zákonem. Podle něj tímto dochází ke znevýhodnění veřejnoprávních médií na trhu. Další potenciální změnu pro RTVS ohlásil i premiér Robert Fico. Vláda bude podle něj zvažovat opětovné rozdělení instituce na dva nezávislé subjekty, tedy na Slovenskou televizi a Slovenský rozhlas.³¹



Německo představuje specifický model fungování veřejnoprávních médií. Úkolem veřejnoprávních médií v Německu je nabízet všeobecně dostupné zdroje, z nichž může každý čerpat a svobodně si utvořit názor. Tento úkol musí média plnit za bezpodmínečného dodržení svobody sdělovacích prostředků, která je pro zpravodajství nezbytná.

VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA

Po roce 1945 bylo vysílání v západním Německu reorganizováno podle vzoru BBC – aby se zabránilo vlivu státu, když nacistický režim zneužíval jak rozhlas, tak tehdy nové médium – televizi – k propagandistickým účelům. Po této zkušenosti vznikl po roce 1945 komplikovaný systém nestátního veřejnoprávního vysílání. Veřejnoprávní média nejsou financována ze státního rozpočtu, jejich příjmy pocházejí z vysílacího poplatku, jehož výši určuje nezávislá komise. Jediné médium, které je financované přímo ze státního rozpočtu je Deutsche Welle, což je rozhlasová a televizní společnost určená pro vysílání obsahu do zahraničí. Veřejnoprávní média tedy mohou mít vícero zdrojů příjmu, nicméně Státní dohoda o médiích stanovuje, že zdrojem příjmů je hlavně licenční poplatek za vysílání.



PŘEHLED VEŘEJNOPRÁVNÍCH STANIC¹

3SAT	4 stanice ze 3 zemí vytvářejí pro 3sat program obsahující hrané filmy, dokumenty a reportáže. Byl spuštěn v roce 1984 jako společná produkce ZDF, ÖRF a Švýcarského rozhlasu. ARD se připojila v roce 1993.
ARD	Společný celostátní program „Das Erste“ přijímá 38 milionů domácností v Německu. Obsah: zpravodajství, publicistika, kultura, zábava, seriály, detektivky, vzdělávání a služby. Internetový portál ARD poskytuje zpravodajství a širší kontext.
ARTE	Propracované filmy a kvalitní dokumenty. Původně německo-francouzská společná produkce veřejnoprávních vysílatelů, nyní se dá ARTE naladit v celé Evropě. Přidružený internetový portál má další obsah.
DEUTSCHE WELLE	Stanice pro zahraniční posluchače, která poskytuje informace ve 30 jazycích. Prostřednictvím televize, rozhlasu a internetu prezentuje Deutsche Welle Německo v zahraničí a podporuje kulturní dialog.
HR – HESSISCHER RUNDFUNK	Mezi městy Kassel a Darmstadt vysílá své programy Hessischer Rundfunk (hr). Ke klasickým pořadům tohoto státního vysílání se sídlem ve Frankfurtu patří „Die Hesselbachs“ a „Augsburger Puppenkiste“.

²⁸ <https://sita.sk/rusenie-koncesii-potrebuje-odbornu-analyzu-o-dopadoch-tvrdi-machaj-pre-rtvs-chce-nezavislost-od-politickych-zaujmov/>

²⁹ <https://www.denik.cz/staty-eu/slovensko-koncesionarske-poplatky-zruseni-20221223.html>

³⁰ <https://www.denik.cz/staty-eu/slovensko-koncesionarske-poplatky-zruseni-20221223.html>

³¹ <https://www.lupa.cz/clanky/slovenska-vlada-vytahla-do-boje-s-medii-cast-soukromych-ignoruje-rtvs-asi-rozdeli/>

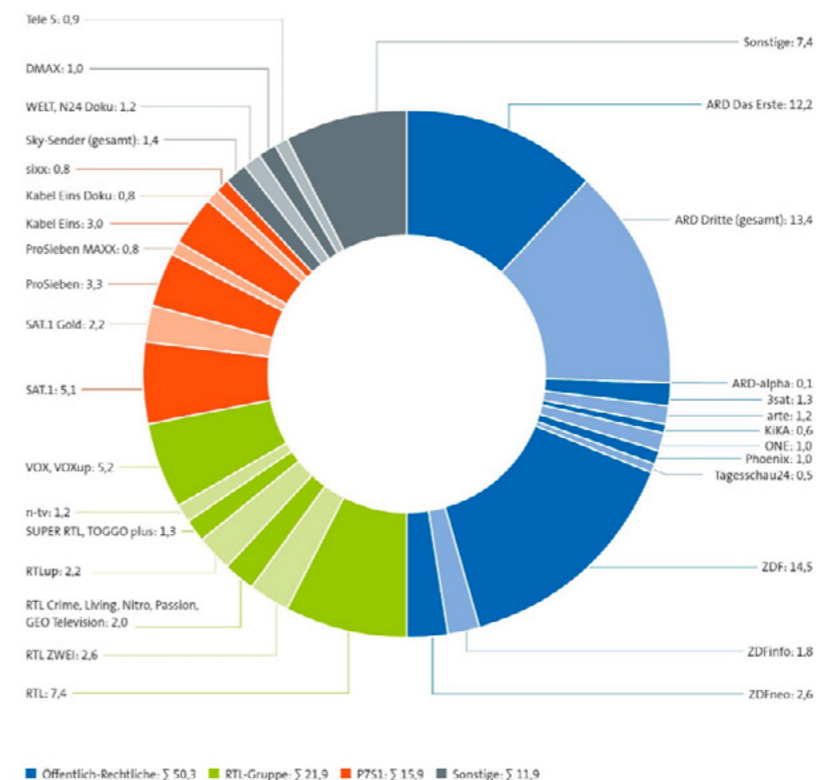
¹ Přehled veřejnoprávních stanic s interaktivní mapou: https://www.rundfunkbeitrag.de/der_rundfunkbeitrag/senderfamilie/index_ger.html

KI.KA (KINDERKANAL)	Program KI.KA – dětského kanálu ARD a ZDF – zahrnuje klasické pořady jako Sesame street nebo Schloss Einstein. Internetový portál nabízí digitální obsah.
MDR – MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK	Zprávy ze středního Německa: MDR vysílá nejnovější regionální zprávy ze svých stanic v Sasku, Sasku-Anhaltsku a Durynsku. Kromě toho nabízí zajímavosti z politiky, sportu, ekonomiky a kultury
NDR – NORDDEUTSCHER RUNDFUNK	Vysílací oblast NDR tvoří Hamburk, Meklenbursko-Přední Pomořansko, Dolní Sasko a Šlesvicko-Holštýnsko. Na internetovém portálu jsou aktuální zprávy a dopravní zpravodajství z těchto regionů.
PHOENIX	Specifický program vytvořený ARD a ZDF je tvořen přenosy z parlamentu, rozhovory, dokumenty a talk show; zároveň nabízí zpravodajské formáty „Tagesschau“ a „heute journal“ s tlumočením do znakového jazyka.
RADIO BREMEN	Nejmenší regionální stanice pro region Bremen a Bremerhaven. Regionální zpravodajství, kultura a lifestyleová témata.
RBB – RUNDFUNK BERLIN – BRANDENBURG	Stanice pro metropolitní region. V květnu 2003 se stanice Sender Freies Berlin (SFB) a Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg (ORB) spojily do Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB). Kонтinuální vysílání z Berlína, z Postupimi-Babelsbergu a ze čtyř regionálních studií.
SR – SAARLÄNDISCHER RUNDFUNK	Regionální stanice pro spolkovou zemi Sársko. Regionální zpravodajství, kultura a lifestyleová témata.
SWR – SÜD-WESTRUNDFUNK	Rozhlasový a televizní program z Bádenska-Württemberska a Porýní-Falce zajišťuje od roku 1998 je SWR druhou největší mediální společností v rámci vysílací sítě ARD. Vlajkovou lodí televizního programu je talk show „Nachtcafé“.
WDR – WESTDEUTSCHER RUNDFUNK	Program tvoří pět rozhlasových stanic, internetové rádio Funkhaus Europa a více než čtvrtinu programu ARD „Das Erste“. Vysílá legendární pořady, ať už jde o dětskou klasiku „Die Sendung mit der Maus“ nebo „Rockpalast“ pro hudební fanoušky.
ZDF – ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN	Druhá stanice celostátního vysílání. Sama nebo ve spolupráci s jinými televizními organizacemi zajišťuje vysílání několika plnoformátových i specializovaných televizních kanálů. Je jednou z největších televizních společností v Evropě a je také podílíkem německého veřejnoprávního rozhlasu Deutschlandradio.

TRŽNÍ PODÍLY NĚMECKÝCH MÉDIÍ

V roce 2022 veřejnoprávní kanály jako celek překročily hranici 50 % podílu na sledovanosti: dosáhly kumulativního podílu na sledovanosti 50,3 % (v r. 2021 to bylo 50,9 %). Soukromé stanice dosáhly v roce 2022 souhrnného podílu na sledovanosti 49,7 % (2021: 49,1 %). Nejsledovanějším programem byla ZDF s podílem na publiku 14,5 %. Na program Das Erste stanice ARD připada-

lo 12,2 % a na třetí program ARD společný podíl na publiku 13,4 %. Dva nejsledovanější soukromé kanály, RTL a SAT 1 dosáhly v roce 2022 v průměru podílu na publiku 7,4 %, resp. 5,1 %. Kromě toho se mezi programy s nejvyšším podílem na sledovanosti na německém televizním trhu zařadily VOX s podílem na publiku 4,7 %, ProSieben s 3,3 %, Kabel Eins s 3,0 % a RTL ZWEI s 2,6 %.



PRÁVNÍ ÚPRAVA PRÁV A POVINNOSTÍ MÉDIÍ

ÚSTAVA SRN (GRUNDGESETZ FÜR DIE BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND)

Základní vymezení fungování veřejnoprávních médií vychází z článku 5 německé ústavy, který stanoví právo na svobodu projevu jednotlivce a na svobodu tisku a zpravodajství a zákaz cenzury. (*Pro srovnání jako čl. 17 Listiny základních práv a svobod ČR.*) Ústava pověřuje stát, aby vytvořil zákonné podmínky pro poskytování rozhlasového a televizního vysílání jako tzv. veřejného úkolu – a to způsobem, který jakýkoli přímý či nepřímý vliv státu vylučuje.

V německém federálním systému jsou média, stejně jako kultura a školství, záležitostí jednotlivých spolkových zemí. „Státem“, tedy zákonodárcem v oblasti vysílání, jsou zemské parlamenty. Právní rámec pro média v Německu vytvářejí tzv. státní smlouvy, což jsou smlouvy uzavírané mezi dvěma nebo více spolkovými zeměmi.

MEDIÁLNÍ KOMISE SPOLKOVÝCH ZEMÍ (RUNDFUNKKOMMISSION DER LÄNDER)

V této komisi pro rozhlasové a televizní vysílání se spolkové země setkávají nad otázkami mediální politiky a legis-

lativy – tradičním koordinátorem této komise je spolková země Porýní-Falc.² Zasedá v ní 16 předsedů zemských vlád, kteří na základě informací od mediálních referentů odsouhlasí změny legislativy, které pak předkládají ke schválení v jednotlivých zemských parlamentech.

Nejdůležitějším právním dokumentem je Státní smlouva o médiích.

Veřejnoprávní stanice si samy nerozhodují o tom, kolik televizních a rozhlasových programů nabízejí. O počtu programů rozhodují právě spolkové země se svými zemskými parlamenty a nařizují je ve svých mediálních zákonech nebo státních smlouvách.

V aktuální debatě o výši vysílacího poplatku zaznívá právě jako jeden z argumentů tento mandát zemských parlamentů. Mediální odbornice Claudia Tieschkyová kritizuje spolkové země, které měly po léta možnost upravit mandát veřejnoprávního vysílání, takže debata o zvýšení příspěvku vůbec neměla vzniknout.³

Vysílací poplatek by se podle ní dal snížit, pokud by se spolkové země rozhodly omezit rozsah služeb svých veřej-

² Mediální komise spolkových zemí (Rundfunkkommission der Länder) <https://rundfunkkommission.rlp.de/>

³ Deutschlandfunk.de, 4. 7. 2023

noprávních stanic, programovou nabídku nebo provést jakékoli jiné změny nebo jednoduše stanovit změny mandátu účinné z hlediska příspěvku. To však neudělaly. A právě ty země, které to neudělaly, nyní kritizují média za vyšší vysílacího poplatku.

STÁTNÍ SMLOUVA O MÉDIÍCH

Státní smlouva o médiích upravuje práva a povinnosti jak veřejnoprávních, tak i soukromých médií, jejich financování, pravidla pro reklamu atd. Nejnovější znění pochází z roku 2020. Kromě pravidel pro klasická média, jako je televize a rozhlas, obsahuje také specifikace pro služby, které ovlivňují přístup k mediálnímu obsahu a jeho vyhledávání, tedy mediální platformy a zprostředkovatele (chytré televize, internetové vyhledávače, obchody s aplikacemi, chytré reproduktory atd.). Novelizovaná státní smlouva z roku 2020 zahrnuje ochranu důležitých základních principů mediálního režimu, jako je odpovědnost na síti, dostatečná možnost nalezení kvalitního obsahu a komunikační rovnost příležitostí.

Uzavření smlouvy předcházela intenzivní veřejná debata. V létě 2018 a 2019 proto spolkové země dvakrát zveřejnily aktuální návrhy státní smlouvy v médiích a každý se k nim mohl vyjádřit. Celkem komise obdržela více než 1300 připomínek. Zapojili se provozovatelé vysílání, provozovatelé kabelových sítí, tištěná média, nejrůznější sdružení osob se zdravotním postižením, filmový průmysl, nová média, gameři, instituce na ochranu mládeže, sportovní a novinářské svazy, zdravotnické instituce a především řada občanů. Mnoho podnětů bylo zapracováno konečného znění.⁴

ETICKÝ KODEX

Tiskový kodex stanoví pravidla pro novinářskou práci. Má 16 odstavců, od požadavku zveřejňování pravdivých a ověřených zpráv, až po zákaz diskriminace a povinnost dodržování presumpce neviný, od ochrany obětí po přísné oddělení redakční práce a reklamy. Většina německých vydavatelů se k dodržování tiskového kodexu přihlásila. Občané mohou podat stížnost, pokud ve zveřejňovaném obsahu spatří jeho porušení.

MEDIÁLNÍ DOHLED

Nejzákladnějším principem, jímž se řídí německá veřejnoprávní média, je svoboda vysílání. Znamená to tedy také, že veřejnoprávní televize a rozhlas nemůžou být žádnými „úřady“ a podléhat pokynům státu. Při své programové činnosti neplní úkoly veřejné správy, ale slouží občanům k uplatňování základních práv dle ústavy. Zákonné zarámování úkolu veřejnoprávních médií slouží témuž: svobodné žurnalistice, která slouží veřejnosti. Kontrola činnosti veřejnoprávních médií náleží veřejnosti, která je zastoupena vysílacími radami složenými ze zástupců veřejnosti.

MEDIÁLNÍ RADY

Rada pro tisk (Presserat) a Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (Rundfunkrat) kontrolují, zda jsou tyto zásady dodržovány. Všichni občané mohou podat stížnost Radě pro tisk, pokud v nějaké publikaci spatří porušení tiskového kodexu. Její grémium poté stížnost přezkoumá. V případě porušení kodexu zašle dotyčné redakci pokyn nebo nesouhlasný dopis nebo zformuluje omluvu, kterou má dotyčná redakce zveřejnit.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání sleduje, zda veřejnoprávní televizní a rozhlasové stanice plní svůj zákonný mandát v oblasti vysílání, tj. zda jejich program přispívá k informovanosti, vzdělávání, osvětě, kultuře a zábavě a k zabezpečení názorové plurality v Německu. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání má reprezentovat všechny obyvatele Německa: jejími členy jsou společenské organizace, jako například odbory, církve a parlamentní frakce.

V Německu aktuálně funguje 12 rad: ZDF-Fernsehrat, Hörfunkrat des Deutschlandradios, Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunks, Rundfunkrat des Hessischen Rundfunks, Rundfunkrat des Mitteldeutschen Rundfunks, Rundfunkrat des Norddeutschen Rundfunks, Rundfunkrat von Radio Bremen, Rundfunkrat des Rundfunks Berlin-Brandenburg, Rundfunkrat des Saarländischen Rundfunks, Rundfunkrat des Südwestrundfunks, Rundfunkrat des Westdeutschen Rundfunks, Rundfunkrat der Deutschen Welle.

Rady volí tzv. intendanta, což je v německém prostředí výraz pro nejvyšší orgán veřejnoprávního média – ředitele. Dále schvalují rozpočet stanic, rozhodují o rozsahu služeb médií a jmenují správní radu, která kontrolu finanční hospodaření stanic a činnost ředitele.

V roce 2022 v Německu zaujal veřejnost skandál kolem stanice Rundfunk Berlin-Brandenburg, #RBB-Skandal. Bývalá ředitelka stanice RBB Patricia Schlesinger byla odvolána rozhlasovou radou RBB kvůli podezření z korupce, zpronevěry finančních prostředků a jejich nehospodárného využívání. Případ uvrhl RBB do krize, která se promítá do celého systému veřejnoprávního vysílání. Podle Olafa Steenfadta, mluvčího iniciativy „Unsere Medien“, je již nyní vidět, že „odpůrci veřejnoprávního vysílání toho využívají jako příležitosti k útoku na celý systém“. Patricia Schlesinger podle něj svým jednáním prokázala veřejnoprávním médiím medvědí službu. Mluví se o ztrátě důvěry a selhání kontrolních mechanismů.⁵

JAK SE VOLÍ ŘEDITELÉ

Ředitele (intendanty) veřejnoprávních stanic volí příslušná mediální rada. Toto upravují jednotlivé spolkové rozhlasové zákony, pokud jde o stanici, která působí v jedné spolkové zemi (např. Bayerischer Rundfunk), nebo státní smlouvy uzavřené mezi více spolkovými zeměmi, pokud stanice působí ve více zemích (jako např. Westdeutscher Rundfunk). Proces se může v určitých detailech lišit podle toho, o kterou z dvanácti televizních či rozhlasových stanic se jedná. Zpravidla je vypsáno výběrové řízení, do kterého se kandidáti přihlásí. Je stanovena lhůta pro podávání přihlášek a také datum volby. Jak bude výběrové řízení probíhat, určí mediální rada. Volba probíhá při zasedání mediální rady a rozhoduje se zpravidla hlasováním většinou přítomných radních.

Správní rada stanice s ředitelem uzavře služební smlouvu, dohlíží na jeho činnost a může ho odvolat. Délka funkčního období ředitele se pro jednotlivé stanice liší, pohybuje se mezi pěti až sedmi lety.

Veřejně dostupná je i tabulka se jmény aktuálních ředitelů a ředitelek rozhlasových stanic a televize ARD spolu s výší jejich platů.⁶

Po kauze Ralfa Ludwiga jako jediného kandidáta na post ředitele německé veřejnoprávní instituce Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) začala sílit kritika toho, že dosavadní postup výběru je nedostatečný a neprůhledný. Jak probíhaly výběry jednotlivých ředitelů, najdete zde.⁷

FINANCOVÁNÍ / ROZPOČET

RUNDFUNKBEITRAG - VYSÍLACÍ PŘÍSPĚVEK

Německá veřejnoprávní média jsou financována z příjmů z vysílacího poplatku. Pozn.: jde o jeden poplatek jak za rozhlasové, tak za televizní vysílání. Pro tento text tedy používáme výraz „vysílací poplatek“ V němčině výraz Rundfunkbeitrag, tedy doslova vysílací příspěvek.

Spolkové země v poměrně složitém procesu rozhodují o jeho výši a tím i o finančních prostředcích veřejnoprávních stanic. Veřejnoprávní stanice na základě plánu programové nabídky předem předloží své finanční požadavky na budoucí období. Ty pak přezkoumává Komise pro určování finančních potřeb vysílacích společností (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, KEF) a zjišťuje, zda jsou přiměřené a dostatečně úsporné.

KEF

KEF se skládá z 16 nezávislých odborníků se znalostmi z různých oblastí, jako je mediální právo, přenosové tech-

nologie nebo ekonomie. Každá spolková země jmenuje jednoho člena. Nejméně jednou za dva roky předkládá komise zemským vládám zprávu, v níž popisuje a hodnotí finanční situaci provozovatelů vysílání. Každé čtyři roky tato zpráva obvykle obsahuje doporučení ohledně budoucí výše měsíčního příspěvku na vysílání – platí po dobu čtyř let. Doporučení KEF o výši příspěvku je pak podkladem pro rozhodnutí zemských vlád a zemských parlamentů o výši příspěvku. Zpravidla střídavě předkládá zprávu o příspěvcích s doporučeními ohledně výše příspěvků nebo průběžnou zprávu. V průběžné zprávě jsou přezkoumávány prognózy Komise a dokumentovány změny. Aktuálně je k dispozici zpráva č. 23, která je zprávou průběžnou. Přezkoumává hypotézy a zjištění zprávy č. 22. Právním základem pro práci Komise je Státní smlouva o financování vysílání ve spolkových zemích (Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrag, zkratka RFinStV).

AKTUÁLNÍ VÝŠE VYSÍLACÍHO POPLATKU

Od srpna 2021 musí každá domácnost platit vysílací poplatek ve výši 18,36 € měsíčně. Původně se měl zvýšit již od ledna 2021. Spolková země Sasko-Anhaltsko však zablokovala schválení novely Státní smlouvy o médiích, která upravovala i výši poplatku. Veřejnoprávní stanice ARD, ZDF a Deutschlandradio proto podaly ústavní stížnost a Spolkový ústavní soud rozhodl, že Sasko-Anhaltsko svým jednáním ohrozilo svobodné vysílání, když bez vážného důvodu odmítlo hlasovat pro schválení Státní smlouvy o médiích a povolil navýšení vysílacího poplatku. KEF je v současné době toho názoru, že tato výše poplatku je pro veřejnoprávní média dostatečná až do konce roku 2024.

Výše poplatku od roku 2025 je už teď předmětem rozsáhlé debaty. Veřejnoprávní média již ohlásila, že považují za nutné jeho zvýšení (ARD 2,16–2,7 % navíc; ZDF 2,16 % navíc na program a 2,7 % navíc na platy; Deutschlandradio 2,5 % navíc na program a 2,7 % na platy). Vlády šesti spolkových zemí a také parlamentní frakce CDU/CSU již v návaznosti na #RBB-Skandal ohlásily, že jsou proti tomu.

Strana FDP se na svém jarním sjezdu shodla na tom, že požaduje rozsáhlou reformu veřejnoprávních médií. Plánuje navrhnout sloučení dvou největších vysílacích společností, tedy ARD a ZDF. V usnesení sjezdu se dále dočteme, že by se veřejnoprávní média měla soustředit na svůj původní účel, tedy zpravodajství a poskytování informací. Měl by se snížit podíl zábavných pořadů a výrazně omezit sportovní obsah, který pouze vede ke konkurenčnímu boji se soukromými stanicemi. V návrhu dále stojí zřízení nové „jednotného, nezávislého a profesionálního mediálního dozoru“ místo stávajících vysílacích rad. Dlouhodobým cílem pak je snížení vysílacího poplatku.⁸

^[1] https://www.ard.de/die-ard/organisation-der-ard/Gehaelter-und-Verguetungen-102/

^[2] https://www.deutschlandfunk.de/die-intendanten-des-oeffentlich-rechtlichen-rundfunks-und-ihc-weg-ins-amt-100.html

^[3] Zeit Online, 23. 4. 2023, https://www.zeit.de/kultur/2023-04/rdp-oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-reform-beitragssenkung

Stanice nyní ohlašují předpokládané výdaje a zároveň pokračují v úsporných opatřeních, které jim zadala KEF. ARD tvrdí, že od roku 1992 již zrušila 5000 pracovních míst. Výsledky hodnocení nároků veřejnoprávních stanic zveřejní KEF v roce 2024.⁹

Podle průzkumu, který si deník Bild nechal zpracovat výzkumným institutem INSA je vysílací poplatek u veřejnosti velmi neoblíbený. Pouze 7 % účastníků průzkumu uvedlo, že jsou ochotni zaplatit současný poplatek v plné výši, zatímco 39 % se vyslovilo jeho úplné zrušení. 13 % by bylo ochotno platit měsíčně 4,99 € a dalších 16 % by akceptovalo částku 9,99 €. 10 % respondentů by bylo ochotno platit 14,99 €.

Další otázka byla, zda by občané byli ochotni platit vysílací poplatek v případě, že by veřejnoprávní média skutečně sledovali (v Německu aktuálně není možné se z placení vysílacího poplatku jakkoli vyvázat, až na několik výjimek ze sociálních důvodů, striktně vázaných na státní sociální podporu). 57 % respondentů podpořilo tuto variantu, která ale v současné situaci není reálná. Technicky ani právně není možné omezit přístup k veřejnoprávnímu vysílání.¹⁰

Poplatek je hrazen za domácnost a nezávisle na tom, zda je vlastněn TV či radiový přijímač. Neplatí se tedy za přístroj, ale za domácnost bez ohledu na to, kolik osob v ní žije. Pokud má někdo více bytů, může hradit jen jeden poplatek, ale na každou další domácnost musí zažádat o výjimku.¹¹

Jestliže Německo a jeho mediální rady byly v minulosti považovány za možnou inspiraci, jak kontrolovat i činnost a hospodaření České televize a Českého rozhlasu, pak před dvěma lety posloužila kritikům hrazení koncesionářských poplatků v samotném Německu kauza bývalé ředitelky německé veřejnoprávní televize ARD a zároveň její berlínsko-braniborské pobočky RBB Patricie Schlesingerové. Ta si totiž za peníze koncesionářů dopřávala nestandardních luxusních výhod. Vedle účtů za catering v jejím bytě, cesty do Londýna a služebního automobilu jí zlomila vaz i drahá přestavba ředitelské kanceláře a podlaží za 1,4 milionu eur. Vedle toho se v kauze objevila i upozornění na selhání mediální rady. Právě ty mají hospodaření veřejnoprávních médií v Německu kontrolovat. Je také zajímavé, že členství v mediálních radách, vysílací i správní radě, je v Německu čestnou funkcí. Členové mají nárok na měsíční příspěvek, který je ale ve srovnání s Českou republikou nízký. „...třeba řadový člen vysílací rady zmiňované RBB si měsíčně přijde jen v přepočtu zhruba na 10-12 tisíc korun“.¹²

Německá média i při této kauze připomněla, že německý veřejnoprávní mediální systém patří k nejdražším na světě. Navíc podle průzkumu deníku Bild už prakticky 84 procent Němců nechce poplatky odvádět.¹³

PRAVIDLA REKLAMY

Přestože je hlavním zdrojem veřejnoprávních stanic vysílací poplatek, mohou vysílat reklamy. Ovšem za určitých specifických pravidel podle daných směrnic.¹⁴ Nejzásadnější je, že reklamy jsou omezeny v průměru na 20 minut denně od pondělí do soboty. Navíc nesmí být vysílány po 20:00 hodině, v neděli a o svátcích. Reklamy musí být odlišené od zbytku programu, nesmí narušovat úctu k lidské důstojnosti, podporovat diskriminaci, být klamavé, poškozovat zájmy spotřebitelů nebo podporovat chování, které poškozuje zdraví, bezpečnost či životní prostředí. Reklama na alkohol nesmí propagovat jeho nadměrnou konzumaci a nesmí docházet k podpoře programů ze strany výrobců tabákových výrobků. Reklama nebo její zadavatelé nesmí ovlivňovat redakční obsah nebo jiné části pořadu. Směrnice také zakazují skrytou reklamu, product placement, tematické umístění či jiné podobné praktiky, i když existují výjimky. Zákaz platí pro reklamy, kde vystupují jednotlivci, kteří pravidelně působí ve zpravodajských nebo publicistických pořadech, dále reklamy, které mají svým zaměřením povahu politickou, ideologickou či náboženskou. Reklamou nebo teleshoppingem nesmí být přerušeno vysílání pro děti nebo vysílání bohoslužeb.

SOUKROMÁ MÉDIA

DUÁLNI VYSÍLACÍ SYSTÉM

Duální vysílací systém je název pro německé mediální prostředí, kde funguje veřejnoprávní vysílání a soukromé komerční vysílání.

Spolkový ústavní soud v roce 1981 ve svém třetím rozsudku o vysílání s ohledem na nové vysílací technologie satelitního a kabelového vysílání prohlásil, že je možné vydávat vysílací licence soukromým mediálním společnostem. Satelitní a kabelová technologie vyřešily problém nedostatku kmitočtů, který do té doby omezoval vysílací prostor. Počátkem roku 1984 zahájila vysílání stanice PLS, předchůdkyně Sat 1 a RTL. Také část politiků byla myšlenkou soukromé televize mimořádně otevřená, a to ze dvou důvodů: za prvé, zastávali názor, že v tržním hospodářství by se mělo co nejvíce oblastí řídit podle zákonů trhu. Stejně jako u tištěných médií by i v televizi mělo být co nejvíce poskytovatelů. Za druhé doufali, že v rozmanitém vysílacím

prostoru budou mít jednotlivé televizní stanice menší autoritu a moc než v době monopolu veřejnoprávní televize.¹⁵

Společnost ProSiebenSat.1 v dopise vyzývá Mediální komisi, aby se při svých jednáních zaměřila nejen na problémy veřejnoprávních stanic, ale také na duální systém jako celek. Podle ní je tento vyvážený systém vážně ohrožen.

Základem mediální rozmanitosti v Německu je nejen vysoká úroveň žurnalistiky, ale také předpoklady pro udržitelné financování novinářského obsahu, konstatuje šest členů poradního sboru ProSiebenSat.1. Zatímco veřejnoprávní vysílatelé v době inflace a hrozby recese požádali KEF o navýšení finančních prostředků, soukromí vysílatelé tuto možnost nemají. To se v současné době projevuje úspornými opatřeními téměř ve všech velkých nezávislých mediálních domech. Odpovídající tvrdá opatření zavedla i společnost ProSiebenSat.1.

Situaci zhoršuje i změna ve využívání médií, protože velké technologické společnosti vyvíjejí další tlak na tradiční média. Pro veřejnoprávní vysílání to však platí pouze z hlediska žurnalistického, pro soukromé vysílání i z hlediska ekonomického. Obrovská nabídka zábavných pořadů, „přestřelené“ ceny práv na sportovní přenosy, a tlak na nabídku internetového obsahu. Toto všechno už dle soukromých televizí výrazně přesahuje základní úkol těch veřejnoprávních. Ti však místo toho, aby reklamu využívali jen omezeně, stupňují své reklamní aktivity.

Pokud chtějí politici zachovat osvědčený duální systém, musí oba pilíře rovnoměrně stabilizovat a uznat jejich hodnotu pro společenské soužití a názorovou rozmanitost v Německu. Dalším krokem by tedy mělo být větší otevření veřejnoprávních médií a případná spolupráce s médii soukromými.¹⁶

⁹ <https://www.zeit.de/kultur/2023-04/rundfunkbeitrag-offentlich-rechtliche-finanzbedarf-kef>

¹⁰ Inside Digital, 12. 4. 2023, <https://www.inside-digital.de/news/gez-am-pranger-zwangsgeluehrt-soll-verschwinden>

¹¹ <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=199386>

¹² <https://hlidacipes.org/luxus-placeny-koncesionari-a-populiste-na-koni-tvrdsi-kontrola-verejnopravnim-mediim-pomuze/>

¹³ <https://hlidacipes.org/luxus-placeny-koncesionari-a-populiste-na-koni-tvrdsi-kontrola-verejnopravnim-mediim-pomuze/>

¹⁴ <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=199386>

¹⁵ <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/mediapolitik/500669/duales-rundfunksystem-duale-rundfunkordnung/>

¹⁶ FAZ, 26. 7. 2023, <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/pro-sieben-sat-1-beirat-schreibt-den-laendern-einen-brandbrief-19057719/der-fruehere-bayerische-19057718.html>

FRANCIE

Francie patří k zemím, které teprve nedávno sáhly ke zrušení koncesionářského poplatku a přiklonily se k financování veřejnoprávních médií ze státního rozpočtu. I ve Francii přitom probíhají diskuse o další budoucnosti veřejnoprávního vysílání i dalšího fungování médií v kontextu jedné specifiky, které francouzské prostředí má, a jednak i dalšího způsobu financování médií vlastněných státem.

Ve Francii mají hrát média velkou roli v zajišťování demokracie, což vychází z tradice, kdy médiím prvně už zákon o svobodě tisku z 29. července 1881 připsal zvláštní postavení. Mediální společnosti dnes podléhají zvláštním právním předpisům a omezením vycházejícím předně ze zákona Léotard ze dne 30. září 1986, který stanovuje deregulaci sektoru telekomunikací a privatizaci TF1.

HISTORICKÉ POZADÍ

Televize se do francouzských domácností dostává až na konci 40. let 20. století, kde se velmi rychle zabydluje, byť je po dlouhou dobu zastoupena pouze jedním, státem kontrolovaným kanálem, a to RTF (Radiodiffusion-télévision française). 50. a 60. léta 20. století jsou pak obdobím, během něhož dochází k rozvoji regionálního televizního vysílání ve Francii – prvním regionálním kanálem se v dubnu roku 1950 stává Télé-Lille, který vysílá každý den odpoledne, navazuje na ni Télé-Strasbourg, dále pak regionální kanály v Marseille či v Lyonu. Od roku 1963 jsou regionům přidělovány finanční podpory, jejichž cílem je podpořit regionální zpravodajství.

Monopol státu v audiovizuálním sektoru byl nastolen již v roce 1941 Vichistickým režimem a po druhé světové válce byl potvrzen nařízením ze dne 3. března 1945. Rádiu i televizi tak bylo svěřeno poslání ve prospěch veřejnosti: V jejich vysílacích časech měl být dán velký prostor kulturním a vzdělávacím programům, přičemž by však neměly obsahovat žádná reklamní sdělení. V roce 1949 spadla RTF pod ministerstvo pro informace, její nástupkyně, společnost ORTF,¹ taktéž zůstala pod státním dohledem, neboť jak prohlásil Charles de Gaulle, ORTF měla zůstat hlasem Francie, a vyvažovat tak svobodu tisku. Veškeré informace šířené v rámci audiovizuálního vysílání tak nadále zůstávaly pod státním dohledem.

V 60. letech 20. století se z televizního vysílání stal velmi důležitý zdroj informací a televize i rádio významně ovlivňovaly veřejné mínění. Kontrola audiovizuálního sektoru francouzskou vládou se však rychle stala trnem v oku, a to zejména z důvodu silných občanských nepokojů v květnu 1968, které stály za razantními kulturními, politickými a ekonomickými reformami ve Francii. Zatímco tisk přiná-



šel aktuální informace z míst nepokojů, ORTF zůstávala i nadále hlasem francouzské vlády, a to k velké nelibosti celé populace. Nakonec se zaměstnanci ORTF zapojili do generální stávky.

Společnost ORTF byla zákonem ze dne 7. srpna 1974 zrušena a nahrazena sedmi nezávislými společnostmi: 1 rádiovou společností (Radio-France), třemi televizními společnostmi (TF1, Antenne 2, FR3), distribuční společností (TDF), produkční společností (SFP) a společností INA, jejímž cílem je archivace a ukládání vysílání, péče o archiv a výzkum. A již na počátku roku 1975 se francouzský prezident Valéry Giscard d'Estaing vymezil vůči svým předchůdcům v prohlášení, v němž přiznal, že rádiové ani televizní vysílání není hlasem Francie a na novináře pracující v tomto sektoru by se měly vztahovat stejné zákonné předpisy jako na novináře pracující v tisku.

¹ ORTF, tedy Francouzský rozhlasový a televizní úřad, je bývalou veřejnou institucí průmyslového a obchodního charakteru, nástupkyní RTF, jejímž posláním byl dohled nad veřejnoprávním rozhlasovým a televizním vysíláním, správa vysílačů a audiovizuální produkce na celostátní a regionální úrovni. Úřad byl vytvořen v roce 1964 a zrušen v roce 1975, aby uvolnil místo sedmi samostatným společnostem.

V roce 1984 byla oficiálně povolena rozhlasová reklama, což znamenalo konec svobodného a začátek komerčního rozhlasu. Mnoho lidí si myslelo, že mnoho místních rozhlasových stanic bude fungovat díky dobrovolníkům. Byla to iluze. Mnoho soukromých rozhlasových stanic zaniklo kvůli nedostatku prostředků a pouze největším komerčním rozhlasovým stanicím se podařilo udržet v FM pásmu.

Přítom ještě v 70. letech 20. století, tedy během monopolu ORTF a přísné kontroly audiovizuálního prostoru, začaly vznikat pirátské rádiové programy využívající nový FM systém pro přenos audiosignálu. Tyto programy jsou okamžitě zakázány a jejich obsah zakódován, jelikož sice některé z nich vysílají hudební program, ale obsah většiny z nich zůstává politický – jejich cílem bylo stát se mluvčím lidu a veřejného mínění. Některá z nich hrála klíčovou úlohu v odborářském hnutí.

O liberalizaci médií a audiovizuálního prostředí však můžeme hovořit až po zvolení Françoise Mitteranda za francouzského prezidenta v roce 1981, kdy dochází ke snižování státní kontroly nad obsahem rádiového a televizního vysílání. Objevují se první svobodné rádiové stanice, které mohou vysílat na FM signálu, není jim však povoleno vysílat reklamy. Zákon Fillioud (podle resortního ministra z let 1981 až 1986) ze dne 29. července 1982 znamená konec státního monopolu v audiovizuálním sektoru. Bezplatné rozhlasové stanice se stávají soukromými místními rozhlasovými stanicemi; byly spuštěny soukromé televizní kanály Canal Plus, La Cinq a TV6. Vznikl Vrchní úřad pro audiovizuální komunikaci (Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle; 1981-1986), byl předchůdcem CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel, Nejvyšší audiovizuální rada) a zajišťoval dodržování úkolů veřejné služby a reguloval mladý soukromý sektor. V roce 1984 byla oficiálně povolena rozhlasová reklama, což znamenalo konec svobodného a začátek komerčního rozhlasu. Mnoho lidí si myslelo, že mnoho místních rozhlasových stanic bude fungovat díky dobrovolníkům. Byla to iluze. Mnoho soukromých rozhlasových stanic zaniklo kvůli nedostatku prostředků a pouze největším komerčním rozhlasovým stanicím se podařilo udržet v FM pásmu.

Změny probíhají i v televizním sektoru. V roce 1986 zákon Léotard povolil privatizaci veřejných televizních kanálů, což se uskutečnilo již v následujícím roce privatizací prvního kanálu. TF1 se zaměřuje na zábavní programy. Francouzská televize tak vstupuje do konkurenční logiky, ve které se pouze publikum může podílet na maximálním množství příjmů z reklamy. V důsledku toho se programy, moderátoři a moderátorky objevují a odcházejí v souladu s počtem diváků. Tisková média také procházejí zásad-

ními změnami. Od počátku 21. století byly velké nezávislé tiskové společnosti koupeny podnikateli a velkými telekomunikačními skupinami, které se stále více zaměřovaly na komerční zájmy.

VEŘEJNÝ SEKTOR V TELEVIZNÍM VYSÍLÁNÍ

Francouzská zpravodajská média jsou vlastněna téměř z 80 % soukromými společnostmi; z asi 15 % (14 % v audiovizuálním a 17 % v tištěném a on-line tisku) soukromými majiteli nebo skupinami jednotlivců: Le Canard enchaîné, Mediapart, Society, Le 1, Les Jours, Arrêt sur images, TSF Jazz; v nepatrném poměru veřejnými nebo náboženskými institucemi: v tištěném tisku například kongregace asuncionistů vlastní Bayard Presse. Tyto výsledky se značně liší v závislosti na typu média. Veřejní akcionáři, kteří jsou málo zastoupeni v tisku (1 %), jsou mnohem více zastoupeni v audiovizuálním sektoru (5 %). Státem financovaná média vytváří čtvrtinu posluchačů rozhlasu (Radio France, Radio France Internationale (RFI)…) a třetinu diváků televizního vysílání (France Télévisions, France Médias Monde, Arte…).

V roce 1982 byl vytvořen Vrchní úřad pro audiovizuální komunikaci, a ten dostal jako své poslání jmenovat předsedy veřejných audiovizuálních služeb. Zákon z 5. března 2009 svěřil prezidentovi republiky po souhlasu Nejvyšší rady pro audiovizuální vysílání (Conseil supérieur de l'audiovisuel) a příslušných parlamentních výborů právo jmenovat ředitele a předsedy poskytovatelů veřejnoprávního vysílání.

Od vyhlášení zákona o nezávislosti veřejnoprávního vysílání ze dne 15. listopadu 2013 je Nejvyšší rada pro audiovizuální vysílání odpovědná za jmenování, která spadala do její působnosti před rokem 2009 a která se týkájí předsedů společností jako France Télévisions a Radio France a společnosti odpovědné za francouzský externí audiovizuální sektor.

Předsedy jmenuje na pět let rada většinou svých členů. Tato jmenování podléhají odůvodněnému rozhodnutí na základě kritérií způsobilosti a zkušeností. Žádosti se předkládají radě, a ta je hodnotí na základě strategického projektu.

KONCESIONÁŘSKÝ POPLATEK

Hlavním zdrojem financování francouzské veřejnoprávní televize (France Télévisions) byly podle zákona o svobodě komunikace (Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication; čl. 44) výnosy z příspěvku na veřejnoprávní vysílání, obdobně tomu bylo u francouzského veřejnoprávního rádia (Radio France).

Ve Francii byla tato daň zákonem ukotvena už v roce 1933, v té době šlo o daň z používání rádiových vysílačů, posléze byla tato daň používána k financování veřejnoprávního vysílání (tedy televizních i rádiových stanic). Tato daň tvořila velkou část rozpočtu France Télévisions, Radio France, Arte France, France Médias Monde, TV5 Monde a institutu INA.

- France Télévisions je společnost řídící veřejnoprávní vysílání ve Francii – zahrnuje kanály France 2, France 3, France 4, Culturebox (večer a v noci), France 5, France 5 Info a zámořské televizní i rádiové vysílací kanály la Première.
- Radio France je akciová společnost ve vlastnictví státu provozující rádiové stanice v metropolitní Francii.
- Arte France je francouzsko-německou společností provozující televizní kanály a programy.
- France Médias Monde je národní televizní společností, která řídí a spravuje veřejné televizní a rozhlasové vysílání v zahraničí.
- TV5 Monde je mezinárodní francouzský televizní kanál, který je ve společném vlastnictví veřejných audiovizuálních společností z Francie, Belgie, Švýcarska, Kanady, Quebecu a Monackého knížectví.
- Národní audiovizuální institut (INA) je francouzská veřejná průmyslová a obchodní instituce, jejímž hlavním posláním je archivovat audiovizuální produkce a produkovat, upravovat, publikovat, uvádět na trh a distribuovat audiovizuální obsah a multimédia určená všem publikům, odborníkům, podnikům nebo jednotlivcům, pro všechny obrazovky nebo vysílací platformy, včetně zvuku.

Poplatek se nejdříve vztahoval na radiopřijímače, jejich uživatelé měli povinnost vlastnictví takového přijímače nahlásit. Posléze se součástí tohoto poplatku staly i televizory, a to od roku 1948. Od roku 1974 byla dokonce zaveden speciální poplatek z barevných televizí (30 let poté byla zcela zrušena snížená sazba na černo-bílé televize). Od 1. ledna 1978 byly radiopřijímače z tohoto poplatku zcela vyňaty. Výběrem koncesionářského poplatku byl nejprve pověřen úřad ORTF, pak daňový úřad. Mnoho let probíhaly diskuse o modernizaci výběru tohoto poplatku, aby se snížily náklady na jeho výběr a nedocházelo k obcházení této povinnosti. Koncem 90. let 20. století zaznívaly hlasy, že by se poplatek měl stát součástí platby za elektrickou energii.

arte

V roce 2005 bylo definitivně rozhodnuto spojit výběr audiovizuálního koncesionářského poplatku s vymáháním daně z obývané nemovitosti pro fyzické osoby a DPH pro právnické osoby. Spojení výběru koncesionářského poplatku s daní z obývané nemovitosti umožnilo zjednodušit vymáhání tohoto daňového odvodu vydáním pouze jednoho daňového výměru, jednotného platebního aktu a jediného vymáhacího řízení.

Debaty o koncesionářském poplatku však neustaly, bylo navrhováno jej rozšířit i na další obrazovky v domácnosti (na počítače, tablety, smartphony či set-top boxy) či koncesionářský poplatek nastavit tak, aby šlo o paušální částku odváděnou za domácnost či trvalé bydliště bez ohledu na to, zda se v něm nachází televizor či nikoliv. Zrušení daně z obývané nemovitosti pak zavdalo další prostor k úvahám, jakým směrem se s koncesionářským poplatkem vydat. Navrhováno bylo uvolnění části poplatku tak, aby divák mohl 10 % z poplatku přidělit televizní společnosti dle výběru či minimální zdanění každého připojení k sociální síti.

V roce 2015 Národní shromáždění smetlo ze stolu návrh zákona, který upravoval privatizaci veřejného audiovizuálního vysílání. Televizní vysílání je úzce propojeno s politickou sférou zejména díky vlivným osobnostem a konglomerátům vlastním televizní stanice. Téma koncesionářských poplatků a privatizace veřejných televizních společností se tak stávalo i vděčným tématem při prezidentských kampaních. Během prezidentské kampaně v roce 2022 prosazoval krajně pravicový prezidentský kandidát Éric Zemmour zrušení koncesionářského poplatku, z něhož je financována France Télévisions a Radio France, jelikož tyto společnosti považoval za propagandistické stroje v rukou ideologie, jež nesnáší Francii. Na stranu privatizace se staví i Valérie Pécresse či Marine Le Penová.

Zrušení koncesionářského poplatku měl ve svém prezidentském programu i současný francouzský prezident Emmanuel Macron. V rámci novely finančního zákona č. 2022-1157 ze dne 16. srpna 2022 tak bylo prosazeno zru-

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

šení koncesionářského poplatku s cílem podpořit kupní sílu obyvatelstva. Provizorním řešením pro financování audiovizuálního veřejného vysílání bylo přidělení části DPH. Ovšem v roce 2025 se takové financování dostane do rozporu se zákonem a bude zapotřebí najít jiné řešení financování veřejného sektoru televizního vysílání.

POVAHA KONCESIONÁŘSKÉHO POPLATKU

Logo francouzské veřejné televize

Například v roce 2006 představoval koncesionářský poplatek většinu příjmů veřejnoprávního vysílání (64 %). Zbytek byl produktem reklamy a sponzoringu (24 %) a dalších veřejných zdrojů (12 %). V roce 2022 byla většina licenčních poplatků přidělena France Télévisions (65 %). Následovalo Radio France s 15,9 %. Arte a France Médias Monde obdržely kolem 7 %. O zbytek se pak dělil Národní audiovizuální institut a TV5 Monde (každý o něco více než 2 %).

Logo francouzské veřejné televize

Podmínkou pro platbu koncesionářského poplatku bylo vlastnictví televizoru nebo podobného zařízení, i když se nepoužívá. Povinnost k této dani měly fyzické osoby a právnické osoby (zejména restauratěři, hoteliéři a provozatelé barů). Pokud jde o fyzické osoby, v roce 2020 z 29,6 milionu domácností, na které se vztahovala daň obývané nemovitosti, 23 milionů domácností odvádělo koncesionářský poplatek, na 4,6 milionů domácností se daň nevztahovala a 2 miliony domácností prohlásily, že nevlastní televizor. U právnických osob, zejména v oblasti hoteliéřství a restauračních zařízeních, odvádělo v roce 2020 poplatek 68 tisíc společností. Od roku 2004 byl na zámořské departementy uplatňován jednotný poplatek, jelikož tato společenství nemají povinnost přispívat k audiovizuálnímu vysílání. Až do roku 2004 byla zvykově uplatňována snížená sazba za černo-bílé televize. Pokud jde o výnosy z této daně, ty v roce 2022 představovaly 3,8 miliardy EUR, přičemž náklady na jejich výběr vystoupaly na 28,9 milionů EUR.

SITUACE PO ZRUŠENÍ KONCESIONÁŘSKÉHO POPLATKU

Logo francouzské veřejné televize

Jak ukázal průzkum veřejného mínění provedený v roce 2020 a vydaný v lednu roku 2021, 60 % francouzské populace se domnívalo, že média nejsou nezávislá na politické moci a na hospodářských zájmech, 52 % Francouzů nebere tisk jako důvěryhodný zdroj informací, 58 % nemá důvěru v nezávislost televizního vysílání a 72 % v nezávislost internetu.

Tato situace je zásadním problémem, jelikož vznáší otázník nad kvalitou a důvěryhodností poskytovaných informací a zároveň také nad demokratickou pluralitou a nezávislostí redakcí. Proto byl poslanci Paulou Fortezovou a Mattieu

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

Orphelinem vypracován návrh zákona, který navrhuje nový model vlastnictví médií stavící na čtyřech pilířích:

- demokratičtější správa médií, která se bude zaměřovat na větší nezávislost redakcí
- schvalovací právo, které médiím umožní vyhradit se proti nežádané výměně hlavního akcionáře
- větší transparence správy i vlastnictví médií
- ještě větší investice do redakcí

Logo francouzské veřejné televize

Návrhy počítaly s tím, že by se pro zajištění přístupu k informacím mělo posílit demokratické řízení médií, zabraňovat tomu, aby byla média vlastněna jen několika osobami, a zároveň reformovat způsob financování médií. Ve Francii totiž v současné době asi deset vlivných osob vlastní dohromady 90 % tištěných médií. A stejně tak v audiovizuálním vysílání vlastní několik osob většinu televizních stanic (např. Arnaud Lagardère, Bernard Arnault, Vincent Bolloré, rodina Dassault apod.).

Logo francouzské veřejné televize

Po zrušení koncesionářského poplatku je vyjma nového systému financování veřejného sektoru televizního vysílání na pořadu dne i projekt sloučení několika televizních stanic a vytvoření „francouzské BBC“. Šlo by se o sloučení France Télévisions, Radio France, INA, France 24, RFI atd. Jde o složitý úkol, který by zaměstnal armádu právníku po dobu několika let, a přitom s nejistým výsledkem. At' již by byl výsledek jakýkoliv, takovýto proces je třeba započít až na začátku nového prezidentského mandátu, soudí předkladatelé projektu.

Logo francouzské veřejné televize

Cílem je spojit a posílit pravomoci médií a zaměřit se na tři sektory: digitalizace, informace a lokální nabídka. Po fúzi tedy senátoři navrhují vytvořit zpravodajství na třech úrovních – mezinárodní, národní a lokální.

Senátorský návrh zákona, který měl nejprve za cíl navrhnout alternativy ke zrušení koncesionářského poplatku stanovené Emmanuelem Macronem, přichází s nápadem sloučení France Télévisions, Radio France, France Médias Monde a INA. Senátoři se přitom opírají o parlamentní návrhy z roku 2015, které již v té době hovořily o sloučení všech audiovizuálních stanic ve veřejném sektoru, zdůrazňují, že je veřejný sektor v krizi, jelikož soukromé televizní stanice nabývají na síle (i zde je v plánu fúze TF1 a M6), a tak je třeba najít adekvátní odpověď. Navíc argumentují tím, že takovéto sloučení by umožnilo ušetřit až 10 % současného

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

rozpočtu veřejných audiovizuálních společností, který činí 3,7 miliard EUR.

Logo francouzské veřejné televize

Cílem je spojit a posílit pravomoci médií a zaměřit se na tři sektory: digitalizace, informace a lokální nabídka. Po fúzi tedy senátoři navrhují vytvořit zpravodajství na třech úrovních – mezinárodní, národní a lokální. Zároveň je pro ně představitelné sloučení i rádiových a televizních společností – představují si tedy sloučení televizní stanice France 3 a France Bleu nebo například rádia France Inter a televizního kanálu France 2. Zpráva dále navrhuje zrušení sponzoringu na stanicích France Télévisions a na Radio France.

Logo francouzské veřejné televize

Pokud jde o nahrazení koncesionářského poplatku, senátoři navrhují v podstatě totéž, co navrhoval sám prezident Macron při rušení poplatku – a to začlenit rozpočet audiovizuálního vysílání do státního rozpočtu, který bude přidělován na víceletá období, aby bylo jeho přerozdělování transparentnější. Pro přerozdělování rozpočtu, ale také ke zhodnocení potřeb veřejného audiovizuální prostoru bude zřízena nová instituce ASAP (Autorité supérieure de l'audiovisuel public).

Logo francouzské veřejné televize

V souvislosti s privatizací a spojením několika státních televizních stanic ve Francii způsobil vloni poprask moderátor Cyril Hanouna na stanici C8 vlastněně miliardářem Vincentem Bolloré, která je součástí Canal+. Na nejsledovanějším francouzském televizním kanále, na nějž se každý večer dívá přes dva miliony diváků, totiž zkritizoval France Télévisions a Radio France, když prohlásil, že jej naprosto šokovalo, že francouzský stát dává France Télévisions a Radio France 4 miliardy EUR, tedy přesněji 3,8 miliard EUR, a k tomu ještě výnosy z reklam.

Logo francouzské veřejné televize

Politici ve Francii často přistupují ke kritice médií, ale ve Francii je naprosto nevídané, aby moderátor soukromé televize v přímém vysílání kritizoval veřejnoprávní televizi. Jak připomněla ministryně kultury Rima Abdul Malaková, Arcom, jakožto úřad pro kontrolu audiovizuálního vysílání, má možnosti zásahu a sankcí, kterému stanoví zákon, a od roku 2019 již téměř dvacetkrát zasáhl proti Canal+ či C8. A tak je třeba moderátory, redaktory, ale i majitele televizních stanic upozornit na to, že bezplatné užívání televizních frekvencí s sebou přináší i povinnosti, mezi které patří respektování plurality, a až bude Arcom v roce 2025 rozhodovat o prodloužení jejich oprávnění, měl by si vzpomenout, jakým způsobem tyto závazky dodržovaly.

Logo francouzské veřejné televize

Cyril Hanouna má pravdu v tom, že veřejné audiovizuální vysílání skutečně za rok 2023 stálo 3,8 miliard EUR (přesněji 3815713610 €), což bylo stanoveno již v zákoně, kte-

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

Logo francouzské veřejné televize

rý byl schválený v prosinci roku 2022. Ale poprvé v roce 2023 tyto peníze nepocházely z koncesionářského poplatku, který byl zrušen, a tak bylo třeba sáhnout do státního rozpočtu.

Logo francouzské veřejné televize

3,8 MILIARD EUR JSOU V ROCE 2023 ROZDĚLENY NÁSLEDOVNĚ:

- France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5, France Info, La 1ère: 2,4 miliardy EUR;
- Radio France (France Bleu, France Culture, France Info, France Inter radio, France Musique, FIP...): 623 milionů EUR;
- ARTE France: 303 milionů EUR;
- France Médias Monde (France 24, RFI...): 285 milionů EUR;
- Institut national de l'audiovisuel (INA): 94 milionů EUR;
- TV5 Monde: 80 milionů EUR.

Logo francouzské veřejné televize

Je také třeba si uvědomit, že tyto různé skupiny nejsou financovány výhradně z veřejných zdrojů. Ve své výroční zprávě za rok 2021 France Télévisions uvádí celkový obrat 3,2 miliardy EUR, z čehož 80 % pochází ze státních prostředků. Z příjmů z reklamy a sponzorství získala 426,5 milionu EUR. V roce 2021 získalo Radio France 569,4 milionu EUR z audiovizuálního poplatku a generovalo 91,8 milionu EUR z vlastních zdrojů (reklama, partnerství, zprávy obecného zájmu atd.).

Logo francouzské veřejné televize

Všechny tyto skupiny zaměstnávají více než 17 000 lidí, z toho 9 000 ve France Télévisions a téměř 5 000 v Radio France. France Télévisions uvádí, že investovala 60 milionů EUR do kinematografie (s produkcí 381 filmů), 280 milionů EUR do fikce (2601 hodin vysílání), 94 milionů EUR do dokumentárních filmů (6 240 hodin), ale také hraných představení (17 milionů EUR za 109 produkovaných představení).

Logo francouzské veřejné televize

Důležité je připomenout veřejně prospěšné programy veřejnoprávních stanic, jako je Telethon, který každoročně financuje výzkumné projekty zaměřené na dědičné neuromuskulární nemoci. Po 30 hodinách programu v prosinci 2022 bylo přislíbeno 78 milionů EUR darem, oproti 73 milionům v roce 2021. Kromě toho existuje také Sidaction, který v březnu 2022 umožnil shromáždit přibližně 4 miliony EUR z darů. Navíc, jak již bylo zmíněno výše, posláním veřejných televizních stanic je také pečovat o kulturu a vzdělání francouzské populace. Dále je zde intelektuální kvalita mnoha programů, jako je 28 minut na Arte nebo filozofické programy o France Culture (s programen Philosophie), debatách a úvahách jako Répliques d'Alain Finkielkraut a Concordance de Temps historika Jeana-Noëla Jeanneneye.

Někteří navrhuji, aby byly ponechány pouze rozhlasové stanice France Culture a France Bleu, televizní stanice France 5 pro společenské debaty, France 4 pro mládež a kulturu a Arte. Jiní také navrhuji, aby se zachovala France 24 a stala se francouzským konkurentem CNN či BBC. Zde se ale již opět dostáváme k návrhům fúze uvedeným výše. Důležité je však zmínit ještě další zdroj sporů.

SDRUŽENÍ SOUKROMÝCH TELEVIZNÍCH STANIC (ACP) VERSUS FRANCE TÉLÉVISIONS

France Télévisions, jakožto veřejná televizní stanice, má, jak již bylo výše řečeno, také určité povinnosti:

- Od 5. ledna 2009 nesmějí stanice France Télévisions (Francie 3 s výjimkou regionů, kde je vysílání reklamy povoleno článkem 53-VI zákona ze dne 30. září 1986) vysílat komerční reklamy od 20 hodin do 6 hodin ráno. Někteří diváci, většinou spokojení s touto změnou, jsou však překvapeni, že se po 20. hodině přesto objevují scény, které považují za reklamu. Ve skutečnosti jde o sdělení obecného zájmu (v rámci informačních kampaní správních orgánů o tématech, jako je bezpečnost silničního provozu, boj proti alkoholismu, a sdělení charitativních organizací), o obecné reklamy (na propagaci jablka, mléčných výrobků atd.) nebo sponzorské vzkazy.
- Její povinností je také zaměřovat se na mladé publikum a podporovat digitalizaci, nabízet divákům řadu kvalitních informací, rozmanitých pořadů, propagovat francouzskou kulturu a francouzské kulturní bohatství, to znamená i podporovat „start-upy“ a mladé talenty a zasazovat se o to, aby byly francouzské pořady exportovány do zahraničí, důležitou roli má také v oblasti digitalizace.

Již v roce 2000 se francouzské soukromé televizní společnosti obrátily na evropské soudy, v té době se jejich stížnosti týkaly zákazu večerních reklam. V roce 2009 Evropský soudní dvůr souhlasil s rozhodnutím Evropské komise, že částka, kterou francouzský stát přidělil France Télévisions jakožto kompenzaci za zákaz reklamního vysílání mezi 20. hodinou večerní a šestou ranní ve výši 450 milionů EUR, představovala státní podporu, a byla tak zcela v souladu s vnitřním trhem Evropské unie.

V současnosti francouzský senát připravuje novou audiovizuální reformu a současně proti France Télévisions vystoupilo Sdružení soukromých televizních stanic (zahrnující TF1, M6, Canal+ a Altice) s několika požadavky:

- Zavedení detailnějších povinností pro veřejný sektor televizního vysílání s číslovanými indikátory, kanál za kanálem, podobně jako u soukromých televizí, protože France Télévisions nepodléhá stejným pravidlům jako soukromé kanály. Tyto společnosti podepisují pro každou z nich samostatné dohody s ARCOM, zatímco specifikace France Télévisions jsou stanoveny nařízením;

- Sdružení zdůrazňuje, že France TV, a zejména France 2, má povinnost vysílat různá kulturní díla a pořady. Odsuzuje však, že tato televize vyvíjí „překvapivě komerční programy na svých hlavních kanálech, zejména na France 2“. Ve své nejnovější zprávě Arcom skutečně upozornil na vymizení prostoru pro živá divadelní vystoupení na France 2 a France 3, absenci rozmanitosti, pokud jde o francouzskou fikci, převážně policejní program (58 % nabídky v prime time na France 2 a 92 % na France 3), nabídku filmů, kde převažují filmy americké.
- Soukromé kanály jako takové také požadují vyjasnění rolí a úrovně zásahů veřejného sektoru do populárních žánrů, jako je sport, fikce a americká kinematografie, ve kterých působí konkurenční soukromý sektor. Protože podle čtyř signatářů je problémem i redakční politika France Télévisions, která díky právní asymetrii, která je pro ni příznivá, přibližuje strukturu svých programů těm, které se vysílají na soukromých kanálech.
- Posledním a nejzávažnějším požadavkem je pak reklama, TF1, M6, Canal+ a Altice se ptají, jaká jsou tedy skutečná pravidla, jelikož France Télévisions pokračuje v obcházení zákazu reklamy po 20. hodině večerní, a naopak vysílání reklam po této době prodlužuje. Odhadují, že 25 % obrátu France Télévisions činí právě příjmy z reklam v tomto čase, kdy reklama v čase zátku představuje až 25 minut.

Poslední dostupné informace z května a června roku 2023 uvádějí, že ACP zvažuje podání žaloby na France Télévisions, přestože získala otevřenou podporu ministryně kultury.

SOUKROMÝ SEKTOR V TELEVIZNÍM VYSÍLÁNÍ

O zásadní omezení státního monopolu v rozhlasovém a televizním vysílání se zasloužil zejména prezident François Mitterrand, který na počátku 90. let v řadě svých projevů (1990 Bordeaux, 1991 Nice apod.) opakovaně zdůraznil důležitost svobody informací a obecně informování a zároveň i nutnost najít takový právní rámec, který by tuto svobodu projevu ukotvil. Právě díky tomuto přístupu ve Francii vznikly soukromé pozemní televizní kanály, které radikálním způsobem změnily audiovizuální sektor ve Francii.

Soukromý sektor měl ale v oblasti televizního vysílání cestu doopravdy velmi trnitou v zemi, kde byl státní monopol v televizních kanálech vnímán jako jasná věc. Ke změně dochází až po přijetí celé řady zákonů; mezi nejvýznamnější je třeba zmínit zákon č. 82-652 ze dne 29. července 1982 o audiovizuální komunikaci, který ve svém prvním článku ukotvuje svobodu audiovizuálního vysílání. Hlavní změnou pak byl zákon ze 30. září 1986, díky němuž došlo k jasnému oddělení soukromé a veřejné sféry v audiovizuálním vysílání. Symbolem vytvoření soukromého sektoru byla privatizace státního kanálu TF1, kterou komise CNCL přiřkla skupině Bouygues. Zároveň došlo ke zrušení režimu

koncesí ustanoveného zákonem z roku 1982 a byl stanoven nový systém přidělování práv k audiovizuálnímu vysílání v soukromém sektoru. Proces liberalizace soukromého sektoru je možné rozdělit do tří fází:

1. liberalizace mezi lety 1984 a 1987, kdy vznikly kanály Canal+, M6 či byla privatizována TF1;
2. liberalizace mezi lety 1995 a 2000, kdy France Télévision, TF1, M6 či CLT založily TPS (satelitní televizi), aby tak mohly vysílat digitální kanály na satelitu Eutelsat Hot Bird. V reakci na to Canal+ vytvořil Canal Sat, který používal satelit Astra. Dále byly založeny kanály cílené na starší populaci padesátníků či šedesátníků, které byly dostupné v kabelové televizi i na internetu;
3. poslední fázi liberalizace byla digitalizace v posledních letech a také spuštění digitálního pozemního televizního vysílání.

I přes výše zmíněnou liberalizaci se však i v současnosti ve Francii skládá televizní prostor z velkého množství veřejných televizních kanálů, v jejichž čele stojí holding France Télévision, a pouze ze tří soukromých kanálů – TF1, Canal+ a M6. Nadto podléhá soukromý televizní sektor specifickým legislativním předpisům, které stanovují například způsob financování.

PRÁVNÍ PŘEDPISY VZTAHUJÍCÍ SE NA SOUKROMÝ SEKTOR

Soukromé televizní kanály podléhají speciálnímu postupu, pokud jde o jejich založení, jejich fungování a také jejich zrušení. Založení soukromého televizního kanálu se podřizuje dvěma základním principům, je pro něj potřeba oprávnění a také uzavření smluvního aktu. Pokud jde o fungování – právní předpisy upravují nejenom program vysílání a jeho obsah, ale také právní formu televizního kanálu a jeho zaměstnanců. Stejně jako všechny ostatní audiovizuální komunikační služby v soukromém sektoru je vytvoření soukromého televizního kanálu podmíněno vydáním povolení k zabránění kmitočtového či pozemního spektra. Postup přidělování začíná výzvou k podávání žádostí vyhlášenou Nejvyšší radou pro audiovizuální oblast (CSA). Ta poté žádosti posoudí, zejména jejich formální přijatelnost a poté sestaví seznam kandidátů, které považuje za přijatelné. V neposlední řadě CSA kontroluje, zda uchazeči dodržují hmotněprávní pravidla. V této oblasti je nezávislý správní orgán do značné míry podřízen prvům a kritériím stanoveným zákonodárcem. Ty se však soustředí především na technické aspekty a na pravidla pro provoz televizního kanálu. Navíc vydání povolení k užívání frekvencí je podmíněno uzavřením dohody, jejíž hlavním účelem je předem stanovit obecný plán programové politiky a stanovit sankce, které se uplatní v případě nedodržení tohoto závazku. Pokud je dohoda uzavřena, může být uděleno povolení k užívání frekvencí. Tato licence je platná po dobu 10 let pro televizní vysílání.



Ustanovení týkající se soukromých televizních stanic jsou stanovena zákonem, nařízením a smlouvou. Ty se týkají pravidel pro programování a obsahu programů. Jako regulační orgán je CSA povinen zajistit dodržování těchto složitých právních předpisů. CSA však obecně podporuje diskuse a konzultace, spíše než systematické ukládání sankcí zřizovatelům stanic. Pokud jde o právní podobu soukromých televizních společností, ty mají od přijetí zákona z 30. září 1986 podobu společnosti či sdružení. V případě, že má televizní společnost podobu obchodní společnosti, vztahují se na ni ustanovení pracovního zákoníku a její zaměstnanci podléhají právním předpisům určeným pro novináře. Pokud má podobu sdružení, jsou její zaměstnanci v souladu se zákonem ze dne 1. července 1901 považováni za dobrovolníky, přičemž zákon ponechává možnost, aby se z nich stali zaměstnanci a vztahovala se na ně ustanovení pracovního práva platná pro zaměstnance.

Jakožto právnické osoby se soukromé televizní stanice řídí právními předpisy a jako takové mohou zaniknout v důsledku nucené správy. Nadto je existence těchto společností podmíněna získáním oprávnění, které je však CSA udělováno pouze na dobu určitou. Pokud tedy dané společnosti nebude toto oprávnění prodlouženo, zaniká. V tomto případě se CSA řídí zákonem, který CSA umožňuje dvakrát prodloužit oprávnění soukromé televizní společnosti (pokaždé o pětileté období), aniž by byla nucena vypsát výběrové řízení. Přičemž toto prodloužení oprávnění neprobíhá automaticky: CSA jeden rok před koncem oprávnění dané televizní společnosti (popřípadě 18 měsíců v případě digitálního vysílání) vydá své odůvodněné rozhodnutí, zda se chystá přistoupit k prodloužení oprávnění bez nutnosti vyhlášení výběrového řízení. V rámci tohoto procesu také CSA zveřejní všechny body smlouvy, jež byla uzavřena s televizní společností, které je dle ní či dle televizní společnosti nutno upravit. Pokud CSA a televizní společnost nenajdou společnou řeč šest měsíců před ukončením oprávnění pro analogové a devět měsíců pro digitální vysílání, není oprávnění prodlouženo. Jeho prodloužení je však stále možné, ale klasickou cestou, tedy s vypsáním výběrového řízení. Oprávnění nebude prodlouženo v případě, že:

- stát změní určení používané frekvence nebo frekvencí,
- žadatelé byly uloženy sankce, penále či proti němu bylo vydáno takové soudní rozhodnutí, které stanoví, že není možné prodloužit jeho oprávnění bez vyhlášení výběrového řízení,
- vydání oprávnění bez vyhlášení výběrového řízení představuje riziko pro pluralitu vysílání na regionální a místní úrovni,
- finanční situace žadatele mu neumožňuje pokračovat ve vysílání za dostačujících podmínek.

TYPOLOGIE TELEVIZNÍCH SPOLEČNOSTÍ V SOUKROMÉM SEKTORU

Francouzský soukromý televizní sektor se skládá ze tří hlavních televizních stanic (TF1, Canal+ a M6), z nichž každá má určité specifické rysy.

TF1 byla původně státem řízenou televizní společností, o jejíž privatizaci se rozhodlo v roce 1986. Jelikož se právě v tomto okamžiku TF1 ocitla ve finančních potížích, byla zvolena jako televizní stanice, která bude zprivatizována. Zákon z 30. září 1986 tedy obsahuje IV. kapitolu, která přímo upravuje privatizaci TF1 a jejíž článek 58 stanovuje, že veškerý její kapitál bude v celé jeho výši převeden do soukromého sektoru. Uvádí však, že 50 % kapitálu musí být prodáno skupině nabyvatelů, která se skládá ze dvou nebo více fyzických nebo právnických osob jednajících společně a sdílejících závazky, 10 % zaměstnancům TF1 a že zbývajících 40 % musí být předmětem veřejné nabídky. Zákon z roku 1986 dále stanovil principy, kterými se měla privatizace řídit:

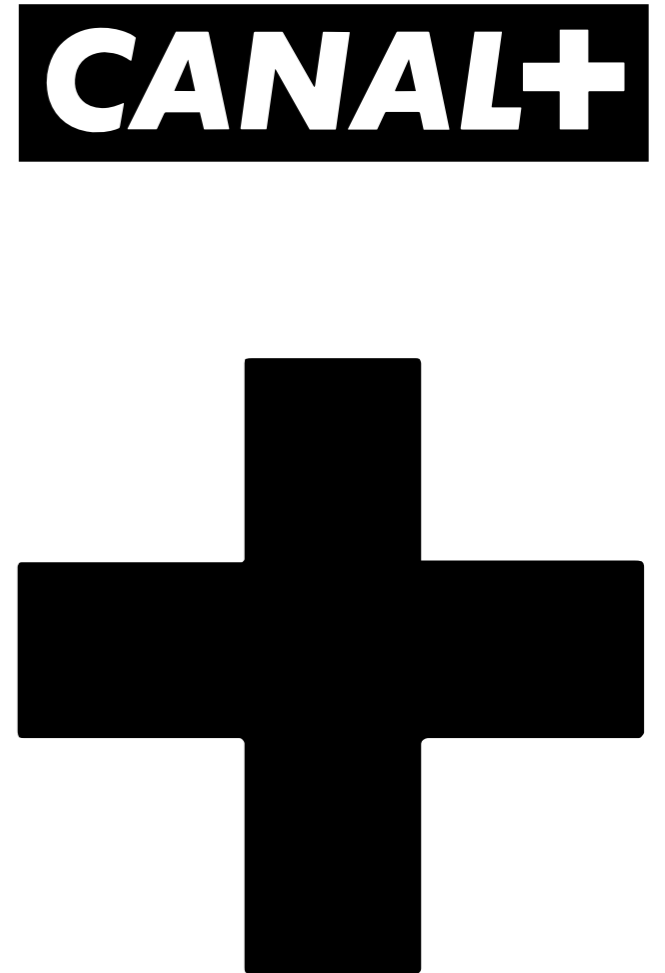
- kupující společnosti TF1 měly mít k dispozici značný finanční potenciál k provedení obnovy,
- kapitál privatizované společnosti by měl být mnohonásobně rozšířen,
- privatizace TF1 by měla probíhat transparentně,
- hlavní skupina nabyvatelů by neměla být složena takovým způsobem, aby zahraniční osoby at' již přímo, či nepřímo získaly přes 50 % kapitálu privatizované společnosti,
- cena privatizované společnosti bude stanovena Ústavním soudem,
- privatizace by měla probíhat v souladu s veřejným kulturním blahem, to znamená, že by nabyvatelé měli představit ambiciózní cíle, pokud jde o produkci a obsah televizních programů.

Kandidáti na privatizaci TF1 tedy museli splňovat výše uvedené podmínky, aby byla jejich kandidatura vzata v potaz CNCL. Polovina kapitálu TF1 byla stanovena nařízením ministerstva hospodářství a ministerstva kultury z 5. února 1987 na 3 miliardy franků. CNCL následně vyhlásila výběrové řízení na 50 % kapitálu TF1 – spousta francouzských i zahraničních společností projevila zájem se výběrového řízení zúčastnit, do výběrového řízení se však přihlásila pouze skupiny Bouygues a Hachette, z nichž CNCL vybrala Bouygues, která tak získala 50 % kapitálu. Zbývajících 50 % kapitálu společnosti TF1 upravovala dvě nařízení z června 1987, která stanovila výši akcií, které jsou předmětem veřejné nabídky, na 165 franků (tedy 25 €), a výši zaměstnaneckých akcií na 132 franků (tedy 20 €). Privatizace televizní společnosti TF1 byla úspěšná, jelikož

již v horizontu pěti let od své privatizace byla schopná konkurovat veřejnému televiznímu vysílání a v současnosti má dvojnásobné finanční prostředky než společnosti ve veřejném sektoru.

Další společnost Canal+ byla po svém vzniku naprostou novinkou v soukromém sektoru televizního vysílání a po dlouhou dobu měla zvláštní právní režim veřejné koncesní služby. Zakladatelem této společnosti byl André Rousset, který se inspiroval americkými stanicí HBO a chtěl tento model replikovat i ve Francii – a tak na podzim roku 1983 vznikla první kódovaná a placená televizní stanice Canal+. Ze začátku jí nikdo nedával velké šance na úspěch, jelikož prezident Mitterand počítal, že soukromý sektor bude čítat až 80 neplacených soukromých televizních stanic, mezi nimiž by si Canal+ jen těžko hledala své místo. Posléze však vyšlo najevo, že z důvodu dostupnosti frekvencí je možná existence pouze dvou bezplatných soukromých televizních stanic, jejichž obsah byl v té době nepříliš kvalitní. Vedení Canal+ tedy vše vložilo do vypracování takové firemní kultury a kvality programu, které by je odlišily od zmíněných konkurentů. A slaví velký úspěch. Tato televizní stanice se vyznačuje jedinečnou strategií, kdy se zaměřuje na filmy a sportovní vysílání, zejména fotbal. Canal+ na začátku své existence uzavřel koncesní smlouvu na veřejné služby, která byla následnými zákony uchovávána až do roku 1986, kdy jí byla zakázána obnova koncese, a zákon z roku 1994 stanovil, že se na tuto koncesi bude pohlížet stejně jako na oprávnění, které lze obnovit bez potřeby vyhlášení výběrového řízení. O rok později tak CSA společností Canal+ obnovila oprávnění a společnost tak začala spadat pod působnost obecných právních předpisů.

Posledním hráčem na poli soukromých televizních společností byla společnost M6, která na tento trh vstoupila pod názvem TV6. V roce 1985 totiž francouzská vláda oznámila, že bude vytvořen šestý kanál soukromého televizního vysílání, jehož program bude hudební a bude zacílený na mladou generaci. Veřejnost tuto zprávu přijala nadšeně a sledovanost prvních vysílacích dní byla obrovská. I tato televize měla zvláštní právní režim veřejné koncesní služby na dobu 18 let s možností obnovení. Základní kapitál této akciové společnosti pak vlastnily společnost Publicis, Gaumont a NRJ. Společnost TV6 navíc byla favorizovanou společností, jelikož se stát zavázal, že jí finančně vypomůže či upraví s ní uzavřenou smlouvu, pokud dojde k trvalé nerovnováze ve vysílání společnosti, která bude nezávislá na vůli druhé smluvní strany. Kromě toho předpokládaly specifikace TV6 příznivé výjimky týkající se vysílání audiovizuálních děl nebo reklamních sdělení. Tyto výhody však netrvaly dlouho, jelikož v únoru roku 1986 byla společnost vládním dekretem zrušena s cílem ji včlenit do nového režimu oprávnění. CNCL tedy vyhlásila výběrové řízení, které



26. února 1987 vyhrála společnost Métropole Télévision. Oprávnění se vyznačovalo třemi zvláštnostmi: bylo vydáno novému provozovateli, a tak byla vláda povinna vyplatit odškodnění původnímu, dále došlo ke změně obsahu vysílání, již nešlo o hudební kanál, nýbrž o kanál s obecným obsahem doplněný o hudbu, a samozřejmě také došlo ke změně názvu na M6.

FINANCOVÁNÍ SOUKROMÝCH TELEVIZNÍCH SPOLEČNOSTÍ

Soukromé televizní společnosti jsou financovány z části klasicky a z části novými a moderními způsoby. Zvláštností financování soukromého sektoru je, že je výhradně komerční. Financován je tak převážně reklamou, sponzoringem a telemarketingem, tedy způsoby, jež upravuje vyhláška z 27. března 1992.

Soukromé televizní společnosti jsou financovány zejména z příjmů z reklamy, jelikož státní televizní stanice – jak bude

uvedeno níže – mají časově omezené vysílání reklamních spotů, logicky se tedy příjmy z reklamy rozprostřou mezi televizní stanice v soukromém sektoru. Zákony z 80. a 90. let 20. století (ať již jde o zákon ze 30. září 1986, vyhlášku z 27. března 1992 či směrnici „televize bez hranic“ ze dne 3. října 1989) ve velké míře usnadňovaly inzerentům využívat reklamní prostor.

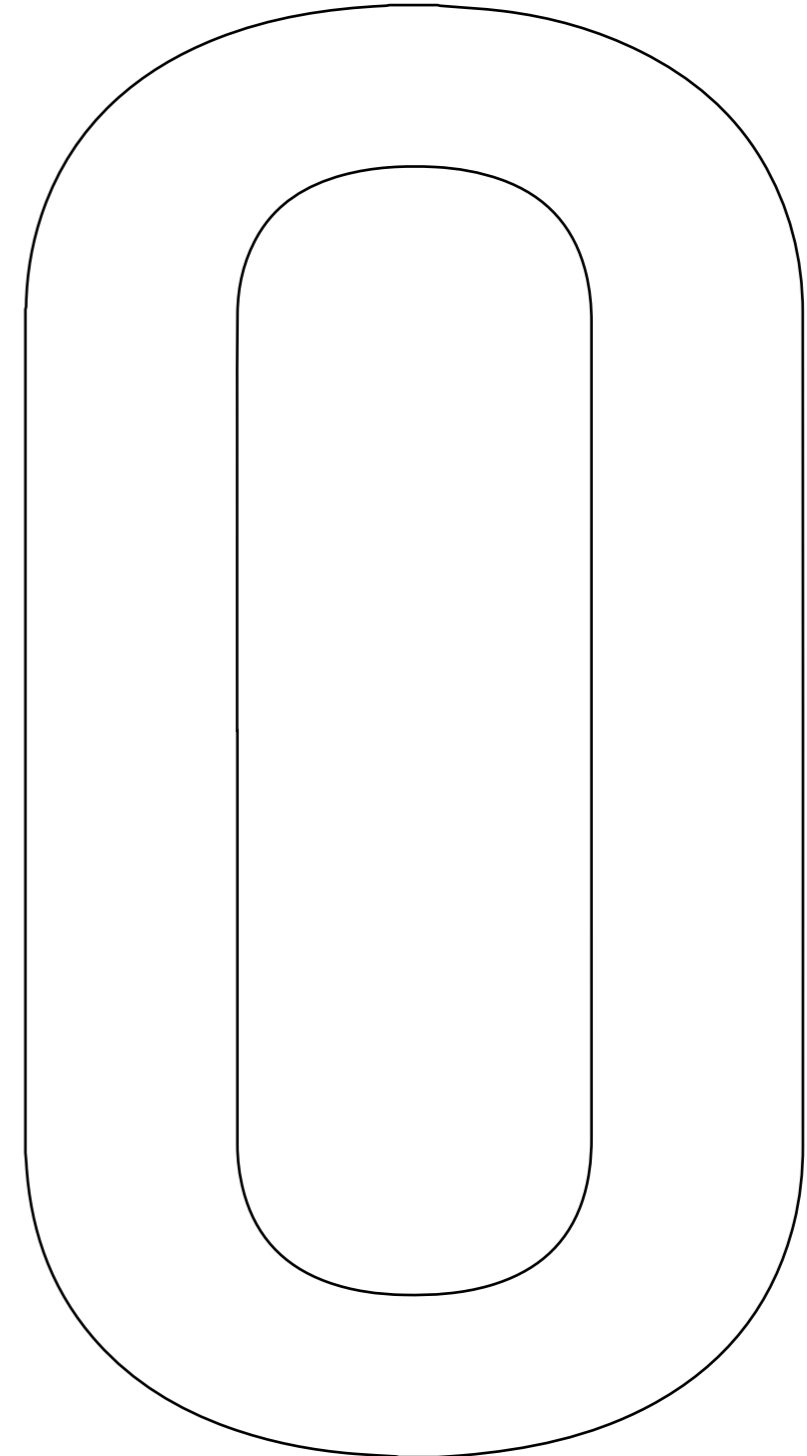
Soukromé a bezplatné televizní kanály mají právo začlenit reklamní spoty mezi televizní pořady či je mohou včlenit do televizních pořadů, pokud tím neohrozí integritu a hodnoty pořadů a dbají na přirozené přerušování programů. Soukromé stanice musí také dodržovat 20minutovou prodlevu mezi každým následným přerušováním vysílání. Tato možnost, nabízená výhradně soukromým kanálům (na kanálech služby financované koncesionářským poplatkem není povolena žádná reklama), není zanedbatelná. „Okna“ uvnitř televizních pořadů jsou třikrát silnějším generátorem diváků, a tedy i příjmů, než okna kolem televizních pořadů, které je snazší přepnout a přeskočit. Toto pravidlo má ale také své výjimky – televizní zpravodajství, publicistické pořady a pořady pro děti nelze přerušit, pokud trvají méně než 30 minut. Nelze přerušit ani náboženské vysílání, bez ohledu na jeho délku. V případě filmových nebo audiovizuálních děl je v zásadě povolen pouze jedno přerušování v každém 45minutovém úseku, pokud film netrvá déle než dvě a půl hodiny. Společnost CSA tedy povolila TF1 vysílat více než tříhodinový film Titanic ve dvou hlavních časech, což umožnilo zdvojnásobit počet diváků pro stejný film. Soukromý kanál tak mohl zvýšit celkovou délku reklamních spotů, a tudíž i částky, které z nich inkasoval, a to před pořadem, během něj i po něm.

Pokud jde o soukromé televizní stanice s placeným přístupem, na tyto stanice se vztahují ještě přísnější opatření. Filmové služby, zejména Canal+, a placené služby mají totiž zakázáno vysílat reklamní sdělení v rámci pořadů, na které se vztahují zvláštní podmínky přístupu, jakož i v pořá-

dech, jejichž nekódované vysílání bylo výjimečně povoleno CSA. Předmětem vkládání reklamy tak mohou být pouze programy vysílané nekódovaně, pokud existují, například na Canal+ je jejich maximální délka 6 hodin denně. Pořady výjimečně vysílané nekódovaně po dohodě s CSA také nemohou vysílat reklamní sdělení. Cílem tohoto omezení je vyhnout se komerčnímu znevýhodňování kanálů s volným přístupem.

Upravena však není pouze doba, po níž je možné vkládat reklamní sdělení. Směrnice o „televizi bez hranic“ stanovila délku reklamního vysílání na 12 minut v rámci 1 hodiny a celkově v délce 15 % z celého denního vysílacího času. Ve Francii byl roku 2000 přijat zákon Trautmann, který omezil reklamní dobu France Télévision na 8 minut za hodinu, aby tak snížil závislost kanálů na sledovanosti, a tudíž i na reklamě. Toto opatření také umožňuje bezplatným soukromým televizním kanálům získávat příjmy z reklamy, přičemž tyto příjmy byly již od roku 2000 odeprény televizním společnostem ve veřejnoprávním sektoru.

Samozřejmě výše zmiňovaná směrnice prošla řadou revizí, až byla nahrazena směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách), kdy postupně došlo k odstranění denního limitu reklamního vysílání a byl ponechán pouze strop 12 minut za jednu hodinu³ a taktéž délka, po níž je možné přerušit vysílání,⁴ článek 3 však členským státům nadále ponechává možnost odchýlit se od ustanovení a zvolit přísnější pravidla, čehož Francie hojně využívala. Přesto rok 2004 přinesl jisté zmírnění, kdy se na televizní obrazovky dostaly takové oblasti, které byly do té doby vyňaty z reklamního vysílání (inzerenti z oblasti tisku, literárních vydavatelství apod.). Od 1. ledna 2007 je reklama zvýhodněna i na národních analogových pozemních kanálech.



³ „Mělo by být stanoveno omezení podílu televizních reklamních šotů a šotů teleshoppingu na 20 % v průběhu jedné hodiny, a to i během nejsledovanějšího času. Televizním reklamním šotem je třeba rozumět televizní reklamu ve smyslu čl. 1 odst. 1 písm. i) trvající nejvýše 12 minut.“

⁴ „Vysílání filmů vytvořených pro televizi (s výjimkou seriálů, cyklů a dokumentů), kinematografických děl a zpravodajských pořadů může být přerušeno televizní reklamou nebo teleshoppingem jednou během každého plánovaného časového úseku o délce nejméně 30 minut. Vysílání pořadů pro děti může být přerušeno televizní reklamou nebo teleshoppingem jednou během každého plánovaného časového úseku o délce nejméně 30 minut, pokud plánovaná délka pořadu přesahuje 30 minut. Televizní reklama a teleshopping nesmějí být zařazovány během bohoslužeb.“



Dataorun