

Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Studijní obor: Veřejná ekonomika



MASMÉDIA

Seminární práce do předmětu Ekonomika veřejného sektoru

Autor: Helena Chasikidisová
Brno, prosinec 2009

OBSAH:

ÚVOD:	3
1. CHARAKTERISTIKA ODVĚTVÍ.....	4
2. HISTORICKÉ ASPEKTY VÝVOJE.....	5
2.1. Vývoj odvětví masmédií jako celku.....	6
2.2. Rozhlas.....	6
2.3. Televize.....	7
3. INSTITUCIONÁLNÍ STRUKTURA A ORGANIZACE.....	7
3.1. Masmédia na nekomerční bázi.....	7
Česká televize a Český rozhlas.....	8
Česká tisková kancelář.....	8
3.2. Masmédia na komerční bázi.....	9
Komerční televize.....	9
Soukromé rozhlasové stanice.....	9
Periodický tisk.....	9
4. ZPŮSOBY FINANCOVÁNÍ.....	10
5. DOHLED NAD TELEVIZNÍM A ROZHLASOVÝM VYSÍLÁNÍM.....	11
6. FAKTORY EFEKTIVNOSTI ODVĚTVÍ.....	12
7. AKTUÁLNÍ PROBLÉMY.....	13
8. MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ.....	15
8.1. Komparace s vybranými zeměmi.....	15
8.2. Provázanost odvětví s EU.....	16
9. LEGISLATIVA.....	17
ZÁVĚR:	18
ZDROJE:.....	19

ÚVOD:

Masmédia, masová média nebo také hromadné sdělovací prostředky. Odvětví, které si do současnosti prošlo řadou výrazných změn spojených především s historickými událostmi naší země v minulém století. Dnes toto odvětví, reprezentované především systémy televize, rozhlasu, tisku a internetu, tvoří nepřehlednou nabídku mediálního trhu, založenou na koexistenci veřejnoprávních a soukromých médií, tzn. prolínání veřejného a soukromého sektoru. Jejich význam neustále roste. Upozorňují na řadu událostí veřejného života, jsou „hlídacím psem“ politické moci a významným prvkem demokracie. Mohou však také manipulovat se svým masovým publikem. Jsou běžným prostředkem zábavy a trávení volného času.

Cílem seminární práce je obsáhnout základní pojmy související s daným tématem. Pozornost je věnována především masmédiím veřejného sektoru, které bývají v literatuře spojovány s tzv. veřejnou službou. „*Média jsou tak mocnou silou v ovlivňování veřejného mínění, že by měla být využita k prospěchu co největšího množství lidí (tzn. k prospěchu, nikoli pro uspokojování nebo zvětšení možnosti výběru).*“¹ Seminární práce tak sleduje především systém fungování televizního a rozhlasového vysílání, popř. tiskovin. Pouze zmínka je věnována internetu, který je navzdory neustále rostoucí popularitě médiem, jež v podstatě nepodléhá regulaci. Pomocí deskriptivní metody je objasněna základní charakteristika odvětví, historické aspekty vývoje, institucionální členění masmédií, způsoby jejich financování, veřejná kontrola, hodnocení efektivnosti a v neposlední řadě také vybrané aktuální problémy. Pro srovnání odvětví se zahraničím je pak použita metoda komparativní. V závěru je uveden výpis příslušné legislativy.

¹ Např. REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 218

1. CHARAKTERISTIKA ODVĚTVÍ

Masmédia neboli hromadné sdělovací prostředky je možné definovat několika způsoby. Krbová J. například definuje masmédia jako „*prostředek určený k šíření produktů (děl) mající myšlenkový obsah, a to slovem, zvukem, obrazem, písmem, nebo kombinací, většinou okruhu posluchačů (diváků, čtenářů) cestou hromadné výroby nebo šířením*“.²

Jedná se tedy o prostředky komunikace, které jsou schopny v jednom okamžiku oslovit velký počet lidí na velké ploše. Jde o nejdůležitější prvek hromadného šíření nejen informací, ale také kultury.³ Do odvětví masmédií se proto řadí subsystemy televize, rozhlasu a tisku, v neposlední řadě pak stále populárnější internet, který je produktem moderní doby a zasahuje tak do všech oblastí lidského života. Často bývá upřednostňován, neboť umožňuje rychlejší přístup k informacím.

Z hlediska veřejného sektoru se jedná o samostatné odvětví, které bývá řazeno společně s informačními systémy veřejné správy, vědou a výzkumem do tzv. bloku odvětví poznání a informací.⁴ Dle kritéria potřeb lze tedy masmédia charakterizovat šířením informací hromadným způsobem za účelem uspokojování lidského poznání.⁵

Masová média disponují několika funkcemi, které se vzájemně prolínají a projevují se u jednotlivých sdělovacích prostředků v různé míře. Literatura nejčastěji uvádí tyto funkce:⁶

- Osvětová
- Informační
- Vzdělávací
- Výchovná
- Regulační
- Kulturní
- Zábavná

Je třeba si však uvědomit, že masmédia jsou nejen odvětvím ekonomiky veřejného či soukromého sektoru, ale do jisté míry hrají důležitou roli také v odvětví sociální politiky. Hromadné sdělovací prostředky jsou subjektem formování sociálních problémů jako věci veřejného zájmu. Z tohoto pohledu je jejich posláním pojmenovávání sociálních problémů pro jejich masové publikum, čímž zvyšují citlivost daného problému a stáčí pozornost lidí určitým směrem. Podle teorie povahy mediálních sdělení tak této funkce může být zneužito,

² KRBOVÁ, Jana. *Vybrané obory kultury a masmédií*, str. 105

³ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 218

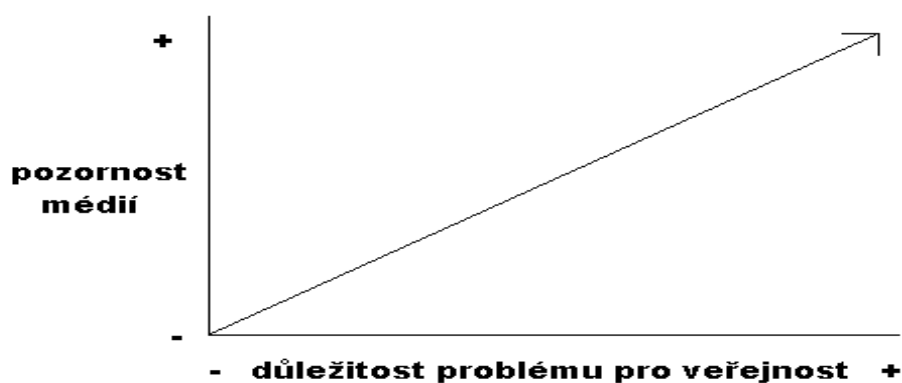
⁴ Ekonomická teorie rozlišuje celkem 6 bloků odvětví veřejného sektoru: blok odvětví společenských potřeb, blok odvětví rozvoje člověka, blok odvětví poznání a informací, blok technické infrastruktury, blok odvětví privátních statků podporovaných z veřejných rozpočtů a blok existenčních jistot.

⁵ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str.20

⁶ Např. ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 100

neboť mohou vyvolávat zkreslující představy veřejnosti, mohou manipulovat s emocemi a postoji masového publika. Jiná teorie, teorie působení médií, pak zdůrazňuje především poznávací a informační účinky mediálních sdělení, čímž činí sociální problémy společnosti lépe viditelné a plní tak důležitou popularizační funkci odborných poznatků.⁷

Síla masmédií se tedy projevuje především v možnosti ovlivnit veřejné mínění, stejný vliv však může mít veřejné mínění na činnost masmédií, což je zřetelné hlavně u komerčních médií. Vzájemnou interakci mezi masmédií a jejich publikem se zabývala řada badatelů, známá je například McCombova teorie, podle níž existuje přímá úměra mezi pozorností médií na určitý sociální problém a jeho důležitostí pro veřejnost. Tato teorie bývá prezentována jednoduchým grafem.⁸



2. HISTORICKÉ ASPEKTY VÝVOJE

Vývoj odvětví masmédií byl do velké míry ovlivněn historickými událostmi souvisejícími s transformací české ekonomiky, které se v minulosti odehrály na našem území. Ty zasáhly výrazně do všech odvětví ekonomického, politického i společenského života. Proto se v dalším textu zaměřím nejprve na obecný vývoj odvětví masmédií, který je rozdělen do dvou částí – vývoj odvětví do r. 1989 a vývoj odvětví po r. 1989. Dále pak bude věnována pozornost vzniku a vývoji vybraných druhů masmédií – rozhlasu a televize u nás.

⁷ WILDMANNOVÁ, Mirka. *Základy sociální politiky*, str. 16-17

⁸ WILDMANNOVÁ, Mirka. *Základy sociální politiky*, str. 20

2.1. Vývoj odvětví masmédií jako celku

Situace v odvětví kultury, masmédií, ale i dalších odvětví veřejného sektoru u nás je výsledkem polistopadové transformace, která s sebou přinesla řadu zásadních politických a ekonomických změn, především ve formě kolapsu monopolního postavení vládnoucí strany a její ideologie, uvolněním nesvobody a omezování ve všech oblastech.

Do roku 1989 se blok masmédií rozvíjel v modelu centrálně plánované ekonomiky, který určoval podmínky jejich fungování. Řízení, financování, kontrola, to vše podléhalo státní formě vlastnictví a mechanismu politicko-administrativního rozhodování. Ústava z roku 1948 sice formálně garantovala svobodu tisku a projevu, přesto měl stát monopol ve všech těchto oblastech. Jednotlivé instituce tak ve velké míře podléhaly znárodnění. Cenzura fungovala na všech úrovních.

Jak již bylo uvedeno, rok 1989 s sebou přinesl řadu zásadních změn, a to i ve sféře masmédií, které na počátku nové éry podlely jistému chaosu v odvětví, jenž vedl k následné roztržiténosti celého systému. Nicméně celý politický proces přinesl pozitivní výsledky ve sledovaném odvětví, a to především zakotvením práva a svobody projevu v činnosti masmédií a jejich pluralitě v systému i v jejich působení na veřejnost. To se projevilo například zrušením cenzurního úřadu, kterým byl do té doby Federální úřad pro tisk a informace. S přechodem k tržní ekonomice se objevila řada nových televizních a rozhlasových společností, nové tituly novin a časopisů. „*Čtenář si po letech záměrného omezování naší tiskové nabídky na 2-3 stranické deníky konečně mohl vybrat.*“⁹ To vše si však žádalo podstatné změny nevyhovující legislativy, ve které naprosto chyběla koncepce moderního mediálního práva. Tento postup byl však pomalejší, neboť orgány státu věnovaly větší pozornost hospodářské oblasti s jistým podceněním odvětví hromadně sdělovacích prostředků. Po roce 1990 byla přijata řada nových zákonů, které nahrazovaly právní normy z roku 1964 a které ve svých aktuálních novelizacích platí dodnes. Jedná se především o zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi v platném znění, zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu v platném znění a zákon č. 103/1992 Sb. o Radě pro rozhlasové a televizní vysílání v platném znění. Tyto zákony byly ještě v roce 2001 doplněny zákonem č. 231/2001 Sb. o rozhlasovém a televizním vysílání.¹⁰

2.2. Rozhlas

Rozhlas je mediálním prostředkem, který má u nás hlubokou tradici. Jak uvádí například Krbová J., rozhlas poprvé zazněl 18. května 1923 z prozatímního polního studia ve Kbelích u Prahy a 7. července byla založena první rozhlasová stanice Radiožurnál – Československé zpravodajství radiotechnické s.r.o.. Československo se tak vlastně stalo první středoevropskou zemí, která zahájila pravidelné rozhlasové vysílání. Rozhlas mohl provozovat pouze držitel koncese, která byla udělována na základě zákona z roku 1923 tzv. ministerstvem pošt a telegrafů.¹¹

⁹ HAMERNÍKOVÁ, Bojka. *Kultura a masmédiá v tržních podmínkách*, str. 96

¹⁰ Blíže např. HAMERNÍKOVÁ, Bojka. *Kultura a masmédiá v tržních podmínkách*, str. 93-149

¹¹ KRBOVÁ, Jana. *Vybrané obory kultury a masmédií*, str. 116

2.3. Televize

„První pokusy s televizí proběhly už počátkem třicátých let 20. století v Sovětském svazu, Velké Británii, Německu a Francii a s přenosem obrazu také experimentovali ve Spojených státech. Třicátá léta byla obdobím velkého rozmachu rozhlasového vysílání a nadšenci se zájmem o radiotechniku se sdružovali v radioklubech, zabývali se odbornou literaturou a dovídali se o tom, že v zahraničí provádějí pokusy s, jak tehdy říkali, „rozhlasem obrazů“.“¹²

V Československu se první televizní přenos uskutečnil 1. května 1953. *„Vysílalo se z Měšťanské besedy v Praze a prototyp televizního vysílače byl umístěn na Petřínské rozhledně. Výroby ověřovací série televizorů se ujal n.p. Tesla. Od této doby prošla televize celou řadou změn souvisejících s rozvojem techniky, jako byly přímé přenosy (1955), barevné vysílání (1973), přímé přenosy prostřednictvím družic. Kromě toho začaly postupně vysílat studia z Ostravy (1955), Bratislavy (1956), Brna (1961) a Košic (1962).“¹³*

Česká televize jako právnická osoba zahájila svou činnost v roce 1992 na dvou vlastních kanálech – ČT1 a ČT2. Po vzniku samostatné České republiky v roce 1993 její činnost doplnila soukromá televizní stanice Prima, která byla nejprve regionální televizní stanicí, v roce 1994 pak získává licenci k celoplošnému vysílání. V tomtéž roce vzniká další celoplošná soukromá televize Nova, jejímž provozovatelem je společnost CET 21, spol. s.r.o.

3. INSTITUCIONÁLNÍ STRUKTURA A ORGANIZACE

Základním institucionálním členěním masmédií jsou subsystémy televize, rozhlasu, tisku a také stále populárnějšího internetu. Tyto instituce pak bývají běžně rozlišovány podle způsobů jejich chování a financování na masmédiá nekomerční – veřejnoprávní a masmédiá komerční – soukromá. Televize a rozhlas pak fungují na základě tzv. duálního systému, který je běžný u nás i v zahraničí. Jedná se o „koexistenci veřejnoprávních provozovatelů se soukromými na základě státem udělených licencí.“¹⁴

3.1. Masmédia na nekomerční bázi

Základní charakteristikou nekomerčních, neboli veřejnoprávních masmédií je jejich nezávislost na zisku z reklam. Reklama tvoří pouze omezený zdroj jejich financování, tyto masmédiá fungují především na základě vybírání tzv. koncesionářských poplatků. Jako státní média se tak nesmí věnovat pouze komerčně atraktivním věkovým skupinám obyvatel. Jak uvádí například Rektorek J., od veřejnoprávních médií se na začátku 21. století očekává zhruba totéž:

- Mají publikum vychovávat, informovat, ale také bavit
- Musí sloužit rozdílnému vkusu, intelektuálnímu i lidovějšímu

¹² KRBOVÁ, Jana. *Vybrané obory kultury a masmédií*, str. 116

¹³ KRBOVÁ, Jana. *Vybrané obory kultury a masmédií*, str. 117

¹⁴ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 100

- Mají pokrývat svými službami celou zemi a pokud to technologie dovoluje, nabízet přijatelnou kvalitu příjmu
- Jsou povinny vytvářet programy pro menšiny (regionální, etnické, jazykové, náboženské i generační)¹⁵

Zjednodušeně řečeno, veřejnoprávní masmédiá by měla v dané zemi představovat jakýsi „nezklamatelny standart“, rozvíjet demokratickou společnost, kulturu a psychiku národa. V České republice jsou tímto typem médií ze zákona Česká televize, Český rozhlas, v oblasti tisku pak můžeme hovořit o České tiskové kanceláři.

Česká televize a Český rozhlas

Česká televize v současnosti vysílá na dvou celoplošných kanálech ČT1 a ČT2, které jsou jí vymezeny ze zákona. V roce 2005 doplnila jejich činnost zpravodajským programem ČT24 a o rok později sportovním kanálem ČT4 SPORT.

Statutárním orgánem České televize je generální ředitel, který ve své funkci jmenuje či odvolává své stálé poradní orgány, těmi jsou Kolegium, Ekonomická rada a Právní a legislativní rada. Vedle těchto poradních orgánů existuje ještě Etický panel ČT, jako konzultační orgán vedení, ze své povahy je však nezávislým sborem. Generální ředitel ČT za svou činnost odpovídá Radě České televize.

Na podobných principech funguje i Český rozhlas. „*Český rozhlas poskytuje službu veřejnosti České republiky tvorbou a šířením rozhlasových programů na celém území ČR, a to prostřednictvím vysílání na vlastních vysílacích okruzích s celoplošným dopadem, regionálním dopadem a jako samostatné stanice fungují i zahraniční vysílání Českého rozhlasu.*“¹⁶ V současnosti obhospodařuje Český rozhlas několik celoplošných stanic, mezi nejznámější patří například ČRo 1 Radiožurnál, ČRo 2 Vltava, ČRo 3 Praha a další. Vedle celoplošných stanic se uplatňuje také řada regionálních vysílání, které se zaměřují především na zpravodajství s důrazem na místní informace, jako jsou například ČRo Brno, ČRo Ostrava apod.¹⁷

Česká tisková kancelář

Česká tisková kancelář jako veřejnoprávní médium v oblasti tisku je často považována za možný ekvivalent k České televizi a Českému rozhlasu. „*Posláním ČTK je poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů, šířením slovního a obrazového zpravodajství v ČR a ze zahraničí tak poskytuje službu veřejnosti (a to i do*

¹⁵ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 218

¹⁶ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 101

¹⁷ Podrobný výpis rozhlasových stanic je dostupný např. z *RadioTV : radio* [online]. [2009] [cit. 2009-12-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.radiotv.cz/radio/>>

zahraničí).¹⁸ Česká tisková kancelář může také poskytovat zpravodajství pro jiné druhy masmédií, vždy za úplatu. Všele ČTK stojí její ředitel.

3.2. Masmédia na komerční bázi

Komerční masmédiá jsou subjektem tržní ekonomiky a vystupují tak v roli podniku, jehož cílem je především maximalizace zisku. Na rozdíl do veřejnoprávních médií tedy nejsou závislá na koncesionářských poplatcích, živí je především zisky z reklam. V České republice existuje řada soukromých komerčních televizí, rádií a především tisku.

Komerční televize

„Soukromá komerční televize je televize ve vlastnictví fyzické nebo právnické osoby, nezávislá na orgánech veřejné správy a s příjmy plynoucími pouze z komerčních činností“¹⁹ Vedle celoplošných soukromých komerčních televizí Nova a Prima působí na území ČR ještě řada regionálních stanic, které vysílají pouze na určitých místech taktéž na základě udělené licence, a čím dál větší množství kabelových stanic.²⁰ Licence udělené soukromým komerčním televizím Radou pro rozhlasové a televizní vysílání jsou vydávány vždy na 12 let.

Soukromé rozhlasové stanice

Soukromá rádia fungují na podobném principu jako komerční televize, licence pro vysílání se uděluje na 6 let. V současnosti v ČR působí jak celoplošné soukromé rozhlasové stanice, kterými jsou Frekvence 1, Rádio Impuls a Evropa 2, tak nepřeberné množství regionálních rozhlasových stanic,²¹ což je důsledkem polistopadových změn v české ekonomice, jejichž vlivem se velmi rozmohlo podnikání v této oblasti.

Periodický tisk

Mezi periodický tisk se řadí noviny a časopisy, které jsou soukromými tiskovinami vycházejícími alespoň dvakrát ročně. Řady periodického tisku se opět výrazně rozšířily až po roce 1990 v souvislosti se změnami, o kterých bylo pojednáno výše. Jak uvádí například Rektorič J., po roce 1990 u nás vzniklo mnoho nových časopisů, některé byly přežaty ze zahraničí (Elle, Cosmopolitan aj.), jiné vznikaly nově (Reflex, Koktejl, Ekonom apod.). Kromě těchto časopisů v současnosti existuje řada deníků s celostátní působností (MF dnes,

¹⁸ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 223

¹⁹ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 106

²⁰ Podrobný výpis televizních stanic je dostupný např. z *RadioTV : televize* [online]. [2009] [cit. 2009-12-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.radiotv.cz/tv/>>

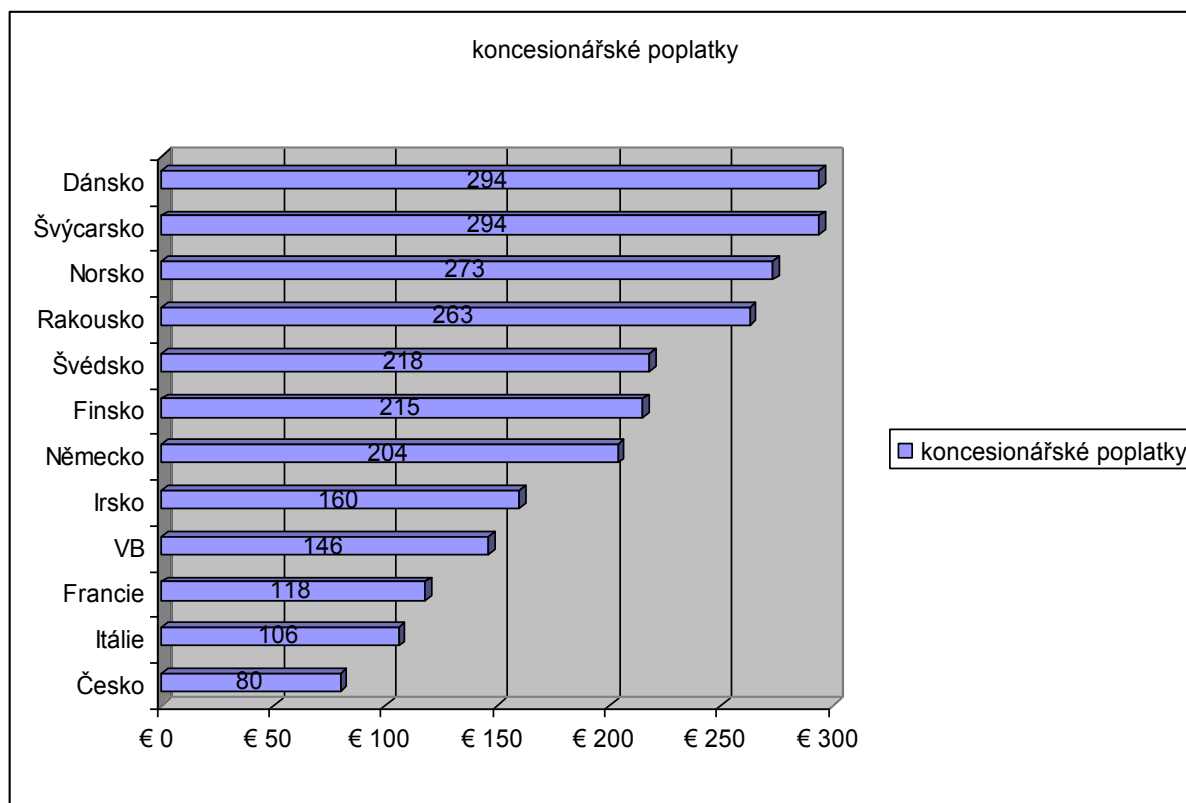
²¹ Podrobný výpis rozhlasových stanic dostupný z *RadioTV : radio* [online]. [2009] [cit. 2009-12-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.radiotv.cz/radio/>>

Lidové noviny, Hospodářské noviny aj.), s regionální působností nebo časopisy zaměřené na určitý druh lidských činností (hobby).²²

4. ZPŮSOBY FINANCOVÁNÍ

Výše uvedený způsob členění masmédií na veřejnoprávní a soukromé odráží nejen různé principy jejich chování, ale především způsoby jejich financování.

V oblasti veřejnoprávních masmédií se v ČR uplatňuje tzv. vícedrojové financování, které je běžné ve většině evropských zemí. Česká televize a Český rozhlas tak fungují na základě vybírání koncesionářských poplatků, jejichž aktuální výše je 135 Kč pro ČT a 45 Kč pro ČRo za 1 měsíc. Ročně tak činí koncesionářské poplatky vybírané ČT 1620 Kč, což je v přepočtu asi 60 eur. Koncesionářské poplatky bývají však běžně uváděny společně s rozhlasovými, jde tedy o částku 2160 Kč ročně, což je asi 80 eur (přepočteno kurzem eura k 1.1. 2009). Přestože byla hranice těchto poplatků v nedávné době zvýšena, patří Česká republika stále k zemím s nejnižšími koncesionářskými poplatky v Evropě. Srovnání s vybranými zeměmi vystihuje následující graf.²³



graf: vlastní úprava na základě dat ČT

²² REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 220

²³ Česká televize : televizní poplatek [online]. 1996-2009 [cit. 2009-12-23]. Dostupný z WWW: <<https://tvp.ceskatelevize.cz/poplatky/faq.php?id=18> >

Tyto poplatky jsou povinny ze zákona odvádět jak osoby fyzické (odvádějí pouze jeden bez ohledu na počet příjemců), tak osoby právnické. Na velikost poplatků má vliv také velikost dané země. Koncesionářské poplatky však s sebou nesou řadu problémů, nejmarkantnějším jsou postihy za jejich neplatby. Zákon sice uvádí možnost sankcí za nepřihlášené příjemce ve formě pokuty 10 000 Kč, neupravuje však způsob jejich kontroly. Přesto patří koncesionářské poplatky mezi nejvýznamnější zdroje příjmů veřejnoprávních médií, představují asi 60% příjmů u ČT a 80% příjmů ČRo. Doplňujícími finančními zdroji veřejnoprávních médií jsou výnosy z podnikatelské činnosti, především z reklamy, která však nesmí přesáhnout 1% denního vysílacího času, teleshopingu a teletextu. Dále jde o výnosy ze sponzorovaných pořadů, výnosy za výrobu vlastních pořadů a v neposlední řadě také výnosy z prodeje práv a služeb. Charakterem financování nejsou tedy veřejnoprávní masmédiá závislá na státě a státním rozpočtu.²⁴

Všechny soukromoprávní, komerční subjekty jsou financovány především z jejich podnikatelské činnosti a tržeb za reklamu. U komerčních televizních a rozhlasových stanic je reklama hlavním zdrojem příjmů, proto je její omezení v denním vysílacím čase menší, než u veřejnoprávních institucí. U komerčních televizí nesmí reklama přesáhnout 10% denního vysílacího času, u rozhlasových stanic 20%. U periodického tisku pak rozhoduje o příjmech také jejich čtenost a prodejnost.²⁵

5. DOHLED NAD TELEVIZNÍM A ROZHLASOVÝM VYSÍLÁNÍM

Kontrolní orgány jsou v mediálním prostředí reprezentovány Radou ČR pro rozhlasové a televizní vysílání, parlamentní komisí pro sdělovací prostředky, zvláště pak Radou České televize a Radou Českého rozhlasu.

Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání je upravena zákonem č. 103/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Jde o správní úřad, který vykonává státní správu v oblasti televize a rozhlasu. Hlavní činností Rady je udělování, změna a odebrání licencí pro rozhlasové a televizní vysílání. Do její působnosti pak dále patří zejména registrace provozovatelů, kontrola dodržování zákonů a licencí v mediálním prostředí, správa kmitočtových pásem a další působnost, uvedená v zákoně. Členové Rady pro rozhlasové a televizní vysílání jsou voleni Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR tak, aby v ní byly zastoupeny různé názorové proudy. Je jich 9, jsou voleni na 6 let, maximálně 2 funkční období po sobě a ze své činnosti odpovídají Poslanecké sněmovně Parlamentu. Činnost Rady je financována z veřejných rozpočtů.

Rada České televize a Rada Českého rozhlasu jsou orgány veřejné kontroly pro ČT a ČRo, které fungují na podobných principech. V obou případech jejich členy volí i odvolává Parlament ČR z nezávislých osob. Členové těchto rad tedy nesmí zastávat funkce zákonodárců ani exekutivy, funkce v politických stranách či občanských sdruženích, nesmí jít ani o členy jiných rad působících v mediálním prostředí. Rada České televize má 15 členů, kteří jsou voleni na 6 let s tím, že každé dva roky se jedna třetina členů mění. Rada Českého

²⁴ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 103-106

²⁵ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 107-108

rozhlasu má 9 členů volených na 5 let. Jednotlivé činnosti obou rad jsou financovány z rozpočtů ČT a ČRo, jejich jednání jsou veřejná. Hlavní činností je volba generálního ředitele.²⁶

Česká tisková kancelář jako možný ekvivalent veřejnoprávních médií v oblasti tisku má taktéž svůj orgán uplatňující právo veřejnosti na kontrolu. Je jím Rada tiskové kanceláře, která funguje na podobných principech, jako výše uvedené rady. Taktéž je volena Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR, má 7 členů volených na 5 let.²⁷

6. FAKTORY EFEKTIVNOSTI ODVĚTVÍ

Všechna odvětví veřejného sektoru obecně podléhají určitým faktorům, které je mohou činit efektivními. Např. Rektorič J. tyto faktory efektivnosti dělí do dvou skupin:²⁸

Vnější faktory efektivnosti:

- Politické uspořádání společnosti
- Fungování tržního sektoru
- Konkurenční prostředí
- Financování odvětví

Vnitřní faktory efektivnosti:

- Věda a technika
- Struktura veškerých činností
- Dělbba práce na všech úrovních uvnitř i vně organizace
- Kvalifikace pracovníků
- Iniciativa pracovníků
- Systém řízení

Pro efektivnost v odvětví masmédií je beze sporu určující faktor politického uspořádání společnosti, od kterého se rovněž odvíjí veřejná volba a veřejná kontrola odvětví. Bez demokratické společnosti nemohou masmédiá řádně fungovat. Masmédiá mají být „hlídacím psem“ politické moci, jsou efektivní pouze pokud mohou divákovi či čtenáři přinášet informace o tom, co se ve společnosti skutečně děje. Svůj význam však ztrácí, pokud podléhají cenzuře a podobným vlivům politické moci, jak tomu u nás bylo poměrně nedávno, v době totalitního režimu. Srovnání s minulostí lze použít i pro zdůraznění ostatních vnějších faktorů efektivnosti masmédií. S rozpadem totalitního systému došlo ke vzniku nových vlastnických struktur a uplatnění tržního mechanismu. S odstraněním státního monopolu ve vysílání a zavedením tzv. duálního systému bylo podpořeno konkurenční prostředí. To, že si dnes divák může vybrat ze širokého spektra programů, jistě vede k efektivnosti celého

²⁶ Česká televize : Rada České televize [online]. 1996-2009 [cit. 2009-12-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/radact/cojerada.php>>

²⁷ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru* str. 223

²⁸ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 27-28

odvětví, neboť jednotlivé stanice mezi sebou musí soutěžit o diváckou úspěšnost, což je rozhodně pozitivním faktorem. Stejně tak to platí v oblasti tisku. Avšak s přechodem k tržnímu mechanismu o budoucnosti médií rozhoduje také například cena papíru, distribuční síť, čtenost deníků či sledovanost jednotlivých kanálů, prodejnost tisku apod., což vede také k efektivnosti v ekonomickém slova smyslu, tedy ke snaze dosahovat co největších užitků s co nejnižšími náklady.

Z vnitřních faktorů efektivnosti jsou pro mediální prostředí rozhodující kvalifikace a iniciativa pracovníků, ale také věda a technika. K efektivnímu fungování médií je běžně třeba dobrého managementu, informačních systémů a statistických poznatků. S rozvojem techniky pak beze sporu souvisí rychlejší přenos informací, rozmach internetu nebo právě probíhající digitalizace televizního vysílání, to vše vede k větší kvalitě poskytovaných služeb a tedy k větší efektivnosti.

7. AKTUÁLNÍ PROBLÉMY

V nedávné době otřásla nejen médii, ale také celou společností novela trestního řádu, která je veřejností a především pak českými novináři pojmenovaná jako tzv. Náhubkový zákon. Tato novela zavádí mj. zákaz zveřejňování informací spojených s identitou účastníku jednotlivých kauz a také zákaz zveřejňování informací získaných na základě policejních odposlechů, to vše pod vysokými pokutami nebo odnětím svobody až na 5 let. Problematika je doložena dvěma následujícími rešeršemi z tisku.

Náhubkový zákon? Jako román od Kafky, píše nizozemský tisk²⁹

Zákon, který zakazuje zveřejňovat jména obětí některých trestných činů bez jejich souhlasu, "proslavil" Česko i za hranicemi. "Krátce před pádem vlády vznikl v České republice přísný mediální zákon. Proti médiím jsou politici zajedno," píše nizozemský deník. Nizozemský deník Handelsblad cituje v článku senátora Petra Pitharta. Ten vnímá zákon jako pokus, kterým si politici chtějí žurnalisty držet od těla. "Naši politici mají hodně co skrývat," uvedl Pithart. Pithart se také obává, že zákon souvisí s novou skupinou politiků, kteří se už tak neangažují v boji proti komunismu. "Svoboda tisku je pro mou generaci velmi citlivým tématem," dodal Pithart.

Deník v článku připomíná kauzu Kuřim, kdy české sdělovací prostředky věnovaly případu velkou pozornost. V parlamentu se následně začaly ozývat hlasy, že je nutné chránit soukromí nezletilých.

Zákon, který vstoupil v platnost 1. dubna 2009, už ale podle deníku zachází mnohem dál než původní návrh. "Představte si, že by se někdo pokusil zavraždit prezidenta. Potom musíme napsat: v Čechách byl spáchán útok na vysokého funkcionáře s významnou ústavní rolí," řekl deníku zástupce šéfredaktora MF DNES Michal Musil. "Je to jako v románu od Kafky," doplnil list.

Klaus podepsal, ani protesty nepomohly

Deník dále připomíná, že prezident Václav Klaus, který má s médii časté spory, zákon

²⁹ IDNES.cz : Náhubkový zákon? Jako román od Kafky [online]. 1. dubna 2009 [cit. 2009-12-09]. Dostupný z WWW: <http://zpravy.idnes.cz/nahubkovy-zakon-jako-roman-od-kafky-pise-nizozemsky-tisk-pz6-/media.asp?c=A090401_183851_media_bar>

podepsal přes řadu protestů žurnalistů i organizací, které se zabývají ochranou lidských práv. Kromě zákazu identifikace obětí bez jejich souhlasu je v článku zmíněn i zákaz uveřejňování policejních odposlechů. Ty, připomíná Handelsblad, hrály v Česku v posledních letech důležitou roli, do řady afér byli zapleteni politici.

Podle Daniela Kaisera z Lidových novin jsou česká média posedlá telefonními odposlechy. To by se mělo trochu omezit. Avšak nový zákon a především s ním spojené vysoké tresty jsou nepřijatelné. "Toto je největší útok na svobodu projevu od pádu komunismu v roce 1989," cituje Kaisera nizozemský deník.

Česko ve svobodě tisku skončilo za Jamajkou³⁰



Reportéři bez hranic zveřejnili hodnocení svobody tisku ve světě. Česká republika si pohoršila o 8 míst, ale na propad Slovenska nemá. České republice ublížil tzv. „náhubkový zákon“, a proto se ze 16. místa propadla na 24. pozici za Jamajku.

Ještě hůře jsou na tom naši východní sousedé. **Slovensko** se v loňském roce „hřálo“ na 7. místě (společně s Belgií a Švédskem). Letos skončilo až na 44. místě společně s Kapverdami a Španělskem. Hlavní příčinu tohoto pádu lze jednoznačně vidět v kontroverzním tiskovém zákoně, na jehož základě musí média na vyžádání zveřejňovat reakce všech osob, kterých se články týkají.

V čele žebříčku stojí pětice Dánsko, Finsko, Norsko, Irsko a Švédsko. Na opačném konci jsou Barma, Írán, Turkmenistán, KILDR a nejhůře dopadla Eritrea.

Dle mého názoru je těžké v této kauze dospět k nějakým absolutním závěrům. Jedná se o polemiku mezi tím, zdali tento zákon opravdu chrání oběti zločinů, nebo je postaven na cenzuře, tzn. omezení svobody slova, čímž může naopak chránit pachatele trestných činů. Jde o polemiku mezi základním právem na informace na jedné straně, ale také základním právem na ochranu soukromí na straně druhé.

Od vzniku daného zákona se vedou plodné politické i společenské diskuze na toto téma. Například v Otázkách Václava Moravce, jejichž hosty byli Jan Sváček, předseda Městského soudu v Praze; Ladislav Jakl, tajemník prezidenta republiky; a Robert Čásenský, šéfredaktor MF DNES, byla zdůrazněna pochybnost vzniku celého zákona. Náhubkový zákon nebyl navržen ministerstvem spravedlnosti, navíc je zvláštní změna trestního řádu po sérii článků MF DNES založených na policejních odposleších, ve kterých figurovala řada vysoce postavených politiků. Na druhou stranu tato diskuze přinesla také polemiku nad tím, zdali se novináři při kritice zákona pouze ohánějí oním veřejným zájmem, nebo zdali opravdu ve veřejném zájmu jednájí, a nechrání tak pouze svůj vlastní zájem ve formě vyšší čtenosti deníků. Zajímavá mi také přišla poznámka, že pokud policista ukradne materiál (policejní odposlech), hrozí mu sazba odnětí svobody do 3 let, ale novinář, který odposlech zveřejní, podléhá sazbě až do 5 let.

³⁰ ŠINKOVSKÝ, Martin. *Česko ve svobodě tisku skončilo za Jamajkou* [online]. 27.10. 2009 [cit. 2009-12-09]. Dostupný z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_tisk/a_tisk/cesko-ve-svobode-tisku-skoncilo-za-jamajkou/>

Z mého pohledu má každá mince dvě strany. Proto si netroufám označit zákon za špatný, ale ani za dobrý. Je však přehnaný a nadsazený. Masmédia mají být „hlídacím psem“ politiků a společnosti. Mají zajistit, aby se občan dověděl všechno, co by vědět měl. A podle mého je také třeba si uvědomit, že není novinář jako novinář. Správný novinář by se měl řídit určitým etickým kodexem novináře, který dokáže zhodnotit objem svého přínosu pro společnost a nutnost zveřejnění daných informací ve vztahu k ujmám, které tím mohou být způsobeny. Při takovém jednání by však asi neměl být omezen tolik přísným, Náhubkovým zákonem.

Situace se však neustále vyvíjí. Podle posledních zpráv politikové diskutují o zmírnění tzv. Náhubkového zákona, jak uvádí např. portál idnes.cz. Do budoucna by tak nemuselo být trestné zveřejňovat informace o politicích jako účastnicích trestného řízení, avšak žádný z diskutovaných návrhů nemění současné postihy za zveřejnění policejních odposlechů, což bylo hlavním předmětem kritiky nejen u nás, ale i v zahraničí.³¹

8. MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ

8.1. Komparace s vybranými zeměmi

Pro srovnání systému masmédií se zahraniční praxí se zaměřím na odvětví televizního vysílání, neboť je běžnému uživateli nejbližší a v jednotlivých zemích disponuje řadou rozdílů i podobností. Pro přehlednost bude při srovnání zachována stejná struktura problematiky jako doposud, pozornost bude tedy věnována především financování a regulaci daného odvětví.

Ve světě se běžně rozlišují tři modely financování televizního průmyslu, které jsou zachyceny společně s příklady zemí a jejich provozovatelů v následující tabulce:³²

Modely financování:

Metoda financování:	Země:	Provozovatelé:
1. koncesionářský poplatek a vládní dotace	Velká Británie	BBC
	Japonsko	NHK
	Kanada	CBC
	Austrálie	ABC
2. koncesionářský poplatek a tržní financování	Německo	ARD, ZDF
	Francie	FT
	Itálie	RAI
	Holandsko	NOS
	Česká republika	ČT
	Nový Zéland	TVNZ

³¹ IDNES.cz : Poslanci podpořili částečné zmírnění náhubkového zákona [online]. 8.12. 2009 [cit. 2009-12-09]. Dostupný z WWW: <http://zpravy.idnes.cz/poslanci-podporili-zmirneni-nahubkoveho-zakona-fug-media.asp?c=A091208_165014_media_klu>.

³² ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 113

3. tržní financování	Španělsko	RTVE
	Portugalsko	RTP

Všechny uvedené způsoby financování mají své klady i zápory. Model č. 1 umožňuje tvořit kvalitní programy bez ohledu na příjem z reklamy, což je jedna z příčin velmi dobrého hodnocení stanic britské BBC a japonské NHK. Česká televize se jako veřejnoprávní zástupce televizního vysílání v ČR řadí do modelu č. 2, což koresponduje s výše uvedeným výkladem vícezdrojového financování ČT. Na základě tohoto modelu funguje většina veřejnoprávních provozovatelů, byť v minulosti neprokázal přílišnou efektivnost. Země, které příliš spoléhaly na příjmy z reklamy, zapříčinily udělováním velkého množství licencí bankrot řady televizních stanic (např. ve Francii, Německu, Austrálii, Skandinávii). Jiné veřejnoprávní stanice bojovaly se zadlužením v souvislosti s přeplněním omezeného trhu (např. Řecko, Španělsko, Itálie, Německo). V některých státech docházelo k extrémním slevám a nekontrolovatelnému navýšení reklamního vysílání (příkladem je opět Řecko a Španělsko). Tento model je ale spojen také s úspěšným a pozvolným zaváděním nových provozovatelů (Velká Británie nebo Nový Zéland). S největšími neúspěchy se však pojí poslední model financování, neboť často vedl k finančním krizím (příkladem je Španělsko a Portugalsko).³³

V oblasti regulace a kontroly televizního vysílání literatura opět uvádí tři úrovně.³⁴

1. oddělená regulace veřejnoprávní a soukromé televize – příkladem je Velká Británie, ve které funguje Rada guvernérů regulující státní BBC a Nezávislá televizní komise v rámci soukromých provozovatelů, podobně také v Německu, Itálii nebo Dánsku
2. systém s hlavním regulačním orgánem jehož pravomoc se vztahuje na veřejnoprávní i soukromou televizi – např. Nejvyšší rada pro audiovizuální média ve Francii, podobně v Kanadě, ve Švédsku a Finsku
3. jediný regulační orgán s pravomocemi v oblasti veřejnoprávní televize, soukromé televize a telekomunikací – typicky např. Federální telekomunikační komise v USA

8.2. Provázanost odvětví s EU

*„V oblasti televizního vysílání se podle EU musí vytvořit společný trh, protože mnohá vysílání lze přijímat ve více státech... V EU převládá názor, že vysílání pro více zemí a volný pohyb pořadů je třeba podporovat.“*³⁵ Proto v rámci EU platí určité zásady na základě direktivy zvané Televize bez hranic, která se vztahuje na všechny členské státy.

Tato směrnice koordinuje jednotlivé členské státy ve vybraných oblastech, kterými jsou především programové kvóty. Ty mají zaručit dostatek vysílacího času evropským pořadům a tím chránit evropskou kulturní rozmanitost a cíle veřejného zájmu včetně přístupu ke

³³ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 112-114

³⁴ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*, str. 114-115

³⁵ ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií* i, str. 117-118

sledování významných událostí. Direktiva dále rozpracovává oblast ochrany dětí a mládeže, možnost reakce osob či organizací na šíření nepravdivých informací a samozřejmě také regulaci reklamy a sponzorování. Tyto zásady jsou v současnosti rozšířeny novou směrnicí, tzv. směrnicí o audiovizuálních mediálních službách, která byla schválena Evropským parlamentem a Radou ministrů v roce 2007.³⁶

9. LEGISLATIVA

Příslušná legislativa pro systém masmédií je postupně zmiňována v průběhu celé seminární práce. Pro úplnost je zde ještě doplněna dalšími právními normami, které se váží k danému odvětví. Souhrn této legislativy např. Rektorič J. logicky třídí do 3 skupin.³⁷

Zákony týkající se subjektu vysílání/šíření informací:

zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi v platném znění (aktuálně změněn zákonem č. 127/2005 Sb.),

zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu v platném znění,

zákon č. 103/1992 Sb. o Radě pro rozhlasové a televizní vysílání v platném znění,

zákon č. 127/2005 Sb. o elektronických komunikacích v platném znění,

zákon č. 517/1992 Sb. o České tiskové kanceláři ve znění pozdějších předpisů ,
tiskový zákon č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku v platném znění (aktuálně změněn zákonem č. 320/2002 Sb.).

Zákony o předmětu vysílání/šíření informací:

zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy v platném znění,

zákon č. 23/1991 Sb. Listina základních práv a svobod,

zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání v platném znění,

zákon č. 348/2005 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích v platném znění,

autorský zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském,

zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím.

Některé dokumenty EU:

článek 10 Evropské konvence o lidských právech,

článek 9 Evropské konvence o „Televizi bez hranic“.

³⁶ *Evropa, portál Evropské unie : audiovizuální a sdělovací prostředky* [online]. [2004] , 23.12. 2009 [cit. 2009-12-23]. Dostupný z WWW: <http://europa.eu/pol/av/index_cs.htm>

³⁷ REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*, str. 219

ZÁVĚR:

Cílem seminární práce bylo objasnit základní charakteristiku fungování masmédií jako odvětví veřejného sektoru. Je však třeba brát ohled na omezený rozsah práce. Na základě získaných informací i aktuálního dění lze vyvodit závěr, že jde opravdu o významné odvětví veřejného sektoru, přestože je v některých učebnicích bráno spíše jako okrajové, typicky ve srovnání s odvětvími zdravotnictví, školství apod. Vliv masmédií a jejich asimilace do běžných činností našeho života se nám trvale vryla pod kůži. Dle mého názoru jsou masová média odvětvím, které si zaslouží pozornost, nejen proto, že jsou známkou svobody slova, projevu a práva na informace ve vyspělých demokratických státech.

ZDROJE:

REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*. 2. aktualiz. vyd. Praha : Ekopress, s.r.o., 2007. 309 s. ISBN 978-80-86929-29-3.

KRBOVÁ, Jana. *Vybrané obory kultury a masmédií (Organizace, právní prostředí a financování)*. 1. vyd. Praha : VŠE, 2002. 140 s. ISBN 80-245-0287-9.

ŠKARABELOVÁ, Simona, NESHYBOVÁ, Jarmila, REKTOŘÍK, Jaroslav. *Ekonomika kultury a masmédií*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2007. 211 s. ISBN 978-80-210-4267-4.

WILDMANNOVÁ, Mirka. *Základy sociální politiky : Distanční studijní opora*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2005. 139 s. ISBN 80-210-3652-4.

HAMERNÍKOVÁ, Bojka. *Kultura a masmédiá v tržních podmínkách : Veřejná podpora a alternativní zdroje financování*. 1. vyd. Praha : VŠE, 1995. 208 s. ISBN 80-7079-857-2.

RadioTV : radio [online]. [2009] [cit. 2009-12-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.radiotv.cz/radio/>>

RadioTV : televize [online]. [2009] [cit. 2009-12-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.radiotv.cz/tv/>>

Česká televize : televizní poplatek [online]. 1996-2009 [cit. 2009-12-23]. Dostupný z WWW: <<https://tvp.ceskatelevize.cz/poplatky/faq.php?id=18>>

Česká televize : Rada České televize [online]. 1996-2009 [cit. 2009-12-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/radact/cojerada.php>>

IDNES.cz : Náhubkový zákon? Jako román od Kafky, píše nizozemský tisk [online]. 1.4. 2009 [cit. 2009-12-09]. Dostupný z WWW: <http://zpravy.idnes.cz/nahubkovy-zakon-jako-roman-od-kafky-pise-nizozemsky-tisk-pz6-/media.asp?c=A090401_183851_media_bar>

ŠINKOVSKÝ, Martin. *Česko ve svobodě tisku skončilo za Jamajkou* [online]. 27.10. 2009 [cit. 2009-12-09]. Dostupný z WWW: <http://www.radiotv.cz/p_tisk/a_tisk/cesko-ve-svobode-tisku-skoncilo-za-jamajkou/>

IDNES.cz : Poslanci podpořili částečné zmírnění náhubkového zákona [online]. 8.12. 2009 [cit. 2009-12-09]. Dostupný z WWW: <http://zpravy.idnes.cz/poslanci-podporili-zmirneni-nahubkoveho-zakona-fug-/media.asp?c=A091208_165014_media_klu>

Europa, portál Evropské unie : audiovizuální a sdělovací prostředky [online]. 2004 , 23.12. 2009 [cit. 2009-12-23]. Dostupný z WWW: <http://europa.eu/pol/av/index_cs.htm>