

## Společné prohlášení

Asociace komerčních televizí, Asociace provozovatelů soukromého vysílání,  
Sdružení pro internetový rozvoj, Unie vydavatelů a Asociace online vydavatelů

### **Mediální trh apeluje na mistra kultury: před jakoukoliv změnou ve financování veřejnoprávních médií je nejprve nezbytná diskuze o definici veřejné služby**

Mediální asociace reprezentující nejvýznamnější mediální domy, televizní a rádiové vysílatele, online a tiskové vydavatele, se spojily ve společném apelu na ministra kultury Martina Baxu. Ten představil tzv. velkou mediální novelu upravující financování veřejnoprávních médií, České televize a Českého rozhlasu. Při přípravě návrhu však neproběhla diskuze k potenciálním dopadům na mediální trh jako celek.

Plánované změny nebyly se zástupci médií nijak konzultovány a dopadům do komerčního trhu se nevěnuje ani žádný materiál, které Ministerstvo kultury vložilo do legislativního procesu. To považujeme za zcela zásadní pochybení. Veřejnoprávní média nefungují odděleně a stranou komerčním subjektům, ale jsou součástí stejného ekosystému. Proto je potřebné posuzovat případný zásah z hlediska všech subjektů, které jsou součástí mediálního sektoru a přispívají k zachování plurality médií v České republice.

Na návrh ministerstva kultury se snesla také četná kritika ze stran ministerstev a dalších institucí. Novela je považována za nedomyšlenou a zcela nereflektuje současný stav. V situaci, kdy stát, firmy i občané České republiky čelí vysoké inflaci a jsou nuceni přistupovat na mnohá úsporná opatření se tak zdá, že jediní, kdo nemusí šetřit a snažit se o efektivnější fungování, jsou Česká televize a Český rozhlas.

Argument, že se jedná pouze o srovnání reálné hodnoty rozpočtu ČT a ČRo za dobu, kdy se koncesionářský poplatek nenavýšoval, není opodstatněný. Komerční média byla zásadně zasažena ekonomickou krizí a třetinovým propadem reklamního trhu v roce 2009 nebo nedávnou koronavirovou krizí, zatímco veřejnoprávní média po celou dobu hospodařila se stabilním rozpočtem.

Dle našeho názoru by takto významné změně ve financování veřejnoprávních médií měla primárně předcházet odborná diskuze, která otevře otázku podoby a rozsahu veřejné služby ve 21. století, a ze které následně vyplyne, jaký rozpočet veřejnoprávní média k plnění své role skutečně potřebují. Postup, zvolený ministrem kultury, tento proces obrací, a naopak vypisuje bíanco šek na službu, kterou v tuto chvíli nikdo neumí definovat a v budoucnu ani vyhodnotit a kontrolovat.

**Žádáme tedy znovu ministra kultury Martina Baxu, aby byl návrh tzv. velké mediální novely kompletně přepracován v návaznosti na vlnu oprávněné kritiky, kterou vyvolal.**

„Navržená novela zcela zásadně naruší komerční mediální trh, a to hned na několika úrovních. Pro televizní vysílatele se jedná například o riziko vyčerpání výrobní kapacity a zdražování původního obsahu,“ říká **Daniel Grunt**, generální ředitel skupiny Nova.

„Z České televize opakovaně zaznívalo, že jí pro zachování stávajícího fungování chybí v rozpočtu 300 až 500 milionů korun ročně. Návrh však přidává ČT až 1,5 miliardy korun. Bez ohledu na to, že na stole je pořád otázka, zda stávající rozsah služeb ČT stále ještě odpovídá definici veřejné služby,“ doplňuje **Marek Singer**, generální ředitel FTV Prima.

„Celý komerční rádiový trh hospodaří s polovičním rozpočtem, než má Český rozhlas. Přitom provozujeme dvojnásobné množství rozhlasových stanic a zasáhneme třikrát více publika než veřejnoprávní rozhlas. Otázka navyšování koncesionářských poplatků, zavedení plošné „daně z mobilu“ nebo neopodstatněné poplatkové povinnosti pro právnické osoby tak, jak navrhuje novela ministerstva kultury, dle nás tedy není na místě. Spíše to vypadá, že ministerstvo kultury nad návrhem příliš komplexně nepřemýšlelo a snažilo se primárně najít co nejvíce peněz bez ohledu na to, na co budou použity,“ říká **Jiří Hrabák**, předseda Asociace provozovatelů soukromého vysílání (APSV) a generální ředitel rádia Impuls.

„Dodatečné stovky milionů korun pro Český rozhlas, při ponechání reklamy, vážně vychýlí rovnováhu na rádiovém trhu a dramaticky zasáhnou do hospodářské soutěže. Stanice Českého rozhlasu skladbou svého vysílání a hudbou nabízejí koncesionářům za jejich peníze obsah, který se od soukromých stanic po většinu dne de facto neliší, a který soukromé stanice musí vytvářet za zlomek nákladů oproti ČRo,“ upozorňuje **Daniel Sedláček**, předseda představenstva Media Bohemia. „Tato novela pouze posílí ekonomicky dominantní postavení Českého rozhlasu v přímém konkurenčním boji se soukromými provozovateli o ty samé posluchače, aniž by se jakkoliv zlepšila veřejná služba,“ dodává Sedláček.

„Veřejnoprávní média jsou už nyní internetovou konkurencí pro naše zpravodajské projekty. Na stejném poli soupeří nejen o čtenáře, ale i zaměstnance nebo inzertní příjmy. Navýšení rozpočtu ČT a ČRo bez vyřešení vztahu veřejnoprávních a soukromoprávních médií, má nezpochybnitelné a významné soutěžně-hospodářské dopady. Předložený návrh nespécifikuje, na jaké účely mají být navýšené prostředky použity, a ještě navíc rozšiřuje výjimky z umístování online reklamy,“ připojuje se **Michal Hanák**, předseda výkonné rady Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) a místopředseda představenstva MAFRA.

„Jsme v situaci, kdy se celá řada aktivit přesouvá do online prostředí, ve kterém ale nejsou pro veřejnoprávní média vyjasněny ani limity, ani konkretizované cíle veřejné služby. Zároveň nebyly vyhodnoceny dopady pro celkové online prostředí. Mělo by být samozřejmé, že se veřejnoprávní instituce nesnaží konkurovat komerčním subjektům na online trhu. Veřejnoprávní média by se měla soustředit na plnění svého veřejnoprávního poslání a předkládat koncepty, jak ho chtějí dosáhnout,“ doplňuje **Libuše Šmuclerová**, předsedkyně správní rady Unie vydavatelů (UV) a předsedkyně představenstva Czech News Center.

„Naše organizace reprezentuje menší a střední vydavatele, převážně internetového charakteru. Velice nás znepokojuje rozpinání veřejnoprávních médií do nových platforem v internetovém prostoru. Nadto veřejnoprávní média na nových internetových platformách nešíří pouze obsah, který se původně objevil na televizních či rozhlasových vlnách, ale přidávají obsah nový. Vzhledem k tomu, že nový Evropský zákon o svobodě médií, jehož finální podoba bude podle očekávání schválena v nejbližších měsících, stanoví mimo jiné nové právo občanů na pluralitní a nezávislé zpravodajství, bude povinností členských států vytvořit podmínky pro fungování pluralitního mediálního trhu. Pro zachování plurality je zásadní, aby byly především v online prostředí nastaveny férové podmínky soutěže,“ uzavírá **Ondřej Neumann**, místopředseda představenstva Asociace online vydavatelů (AOV) a zakladatel HlídacíPes.org.