

KONCEPCE DALŠÍHO ROZVOJE A FUNGOVÁNÍ ČESKÉ TELEVIZE JAKO TELEVIZE VEŘEJNÉ SLUŽBY

doc. JUDr. Aleš Rozehnal, Ph.D.

I. Úvod

Česká televize jako instituce veřejné služby hraje od svého vzniku zásadní roli v utváření mediální krajiny České republiky, demokratického diskursu a kulturní identity. V éře digitalizace a prudce se měnících diváckých návyků však stojí před výzvou, která dalece přesahuje rámec pouhé modernizace technologií. Veřejnoprávní televize dnes čelí existenční otázce: jak zůstat relevantní a smysluplná v době, kdy se z televizního přijímače stala jen jedna z mnoha možných vstupních bran k audiovizuálnímu obsahu.

Lineární vysílání, které dominovalo většinu 20. století, ustupuje hybridnímu modelu, tedy sledování na vyžádání z mobilních zařízení a na digitálních platformách. Aby Česká televize naplnila své veřejnoprávní poslání i v tomto proměněném prostředí, musí provést hlubokou transformaci své produkce, distribuce i interakce s divákem.

Televize budoucnosti nebude „krabici v obýváku“, ale ekosystémem audiovizuálních služeb na všech platformách s vysokou mírou personalizace, interaktivity a technické kvality. Veřejnoprávní televize budou muset hrát nejen kulturní, ale i technologickou roli, jinak se stanou irelevantními.

1. Poslání a hodnoty veřejné služby

Tato koncepce nabízí strategii transformace České televize v kulturní a digitální platformu veřejné služby, založenou na principech dostupnosti, otevřenosti, technologické inovace a veřejné odpovědnosti. Klíčovými pilíři této strategie jsou rozvoj digitálních služeb, integrace umělé inteligence a vybudování vlastní moderní streamovací platformy, která bude schopna konkurovat i globálním hráčům.

2. Strategická proměna veřejné služby

Lineární vysílání, jak jsme ho znali posledních šedesát let, ztrácí dominantní postavení. Diváci očekávají dostupnost obsahu kdykoli, kdekoli a na jakémkoli zařízení. Divák už není závislý na vysílacím čase, ale sleduje to, co ho zajímá, v době, kdy má čas, a na zařízení, které má po ruce. Česká televize proto musí upustit od dominantní orientace na lineární vysílání a zaměřit se na výstavbu kvalitní digitální platformy, která bude intuitivní, otevřená, přístupná a důsledně reflektující různé potřeby různých skupin diváků. Tato platforma by měla být centrem distribuce veškerého obsahu, od zpravodajství přes seriály až po vzdělávací a archivní pořady.

To ale neznamená, že lineární vysílání ztratí smysl. Jeho role se však promění. Lineární vysílání by mělo pomoci orientaci v přehlceném mediálním prostředí. Každý z programů ČT by měl mít jasně profilovaný dramaturgický charakter, který odpovídá konkrétním hodnotám: ČT1 jako páteří kanál společenské soudržnosti, ČT2 jako prostor reflexe a paměti, ČT24 jako garant důvěryhodného zpravodajství, ČT sport jako sportovní veřejná služba, ČT D jako médium dětí a ČT art jako kulturní a experimentální laboratoř.

Česká televize by se měla stát také lídrem v oblasti mediální gramotnosti a obrany proti dezinformacím. V tomto směru může využít jak lidské redakční kapacity, tak nástroje umělé inteligence pro detekci manipulací, deepfake obsahu a analýzu šíření škodlivých narativů.

Digitální transformace není volbou, ale nutností. Pokud se jí ujme s vizí, odvahou a respektem k veřejnoprávnímu poslání, může se stát vzorem pro celou Evropu. Vytvoření vlastní streamovací platformy, odpovědné využití umělé inteligence, důraz na mediální gramotnost a strategické investice do lidského i technologického kapitálu představují cestu, jak zajistit, aby Česká televize i nadále plnila svou úlohu pilíře svobodné, kulturně bohaté a demokratické společnosti.

II. Televize už nestačí: od vysílatele k digitální platformě

Tradiční model televizního vysílání postavený na lineárním programovém schématu, ztrácí na významu. Lineární televizní vysílání postupně ustupuje modelu „video-on-demand“. Diváci si zvykli sledovat obsah tehdy, kdy chtějí, tedy bez ohledu na televizní program. Platformy jako Netflix, HBO Max, Disney+ mění divácké návyky.

Mladí diváci opouštějí klasické televizní formáty, preferují krátké videoformáty, interaktivní obsah a přímou participaci. Veřejnoprávní média se musí přizpůsobit tomuto vývoji, jinak se stanou pro značnou část společnosti irelevantními.

Česká televize se musí transformovat z vysílatele televizního signálu v instituci, která nabízí audiovizuální veřejnou službu napříč platformami, časem a technologiemi. Digitální transformace České televize musí vycházet z premisy, že digitální svět není jen jedním z doplňkových kanálů, ale základním prostředím, kde se dnes odehrává většina mediální komunikace. Tradiční lineární vysílání má stále svůj význam, zejména pro určité skupiny obyvatel, ale musí být chápáno jako součást širší multiplatformní strategie.

Z tohoto důvodu je nezbytné, aby veškerý nový obsah byl koncipován tak, aby mohl být distribuován jak televizně, tak online, tedy včetně mobilních zařízení, tabletů, počítačů a chytrých televizorů.

1. Vznik nové streamovací platformy ČT

Základním předpokladem přežití veřejné služby v digitálním věku je vytvoření silné, vlastní a konkurenceschopné streamovací platformy, která musí být dostupná na všech zařízeních (TV, mobil, tablet, PC), nabídnout offline režim, více jazykových verzí a titulky pro sluchově postižené a integraci hlasového vyhledávání. Uživatelské rozhraní musí být intuitivní a přívětivé i pro seniory a handicapované osoby. Digitální služby poskytované Českou televizí jsou roztržité, uživatelsky nepřívětivé a tudíž neefektivní. Současné iVysílání, byť cenné jako archiv, technologicky a uživatelsky zaostává za současnými standardy.

Budoucnost bude patřit pouze televizím, které vytvoří vlastní silné streamovací platformy. Ty budou muset konkurovat globálním hráčům nejen obsahem, ale i technologickým komfortem (rychlost načítání, doporučovací systémy, možnost stažení videa offline atd.)

Tato platforma by měla plně odpovídat hodnotám veřejné služby a jejím cílem je nabídnout českým občanům alternativu ke globálním komerčním službám typu Netflix, Disney+ či HBO Max.

Platforma by měla zahrnovat jak klasický katalog pořadů na vyžádání, tak i živé vysílání všech kanálů České televize. Dále by měla nabídnout tematické streamy, edukativní režimy pro školy a dětský režim s bezpečným prostředím bez komerčních podnětů. Významná bude také dostupnost archivních pořadů a dokumentace národní kulturní paměti.

Streamovací platforma ČT by neměla být vnímána pouze jako technická infrastruktura, ale jako nový způsob interakce s diváky. Základem by měl být intuitivní a responzivní design, optimalizovaný pro všechna zařízení. Důležitým prvkem bude také personalizace, tedy možnost nastavení oblíbených pořadů, sledování historie, vytváření uživatelských profilů, doporučovací systémy a další funkce, které posilují vztah diváka k obsahu.

Tato streamovací platforma by měla být plně funkční nejpozději do konce roku 2027.

III. Umělá inteligence jako nástroj i téma

Umělá inteligence představuje zásadní technologický nástroj, který může Českou televizi výrazně posílit jako moderní veřejnoprávní médium odpovídající výzvám 21. století. Její nasazení však musí být promyšlené, etické a pod plnou redakční kontrolou. AI by neměla nahradit lidskou tvořivost, ale podporovat ji, zefektivnit procesy, zpřístupnit obsah širší veřejnosti a zintenzivnit interakci s diváky.

V oblasti zpravodajství lze automaticky sestavovat tematické přehledy zpráv podle geografických nebo oborových preferencí uživatelů, aniž by se tím snižovala redakční odpovědnost za výběr a ověření obsahu.

AI může výrazně zefektivnit každodenní činnosti redakcí. Dokáže analyzovat rozsáhlé množství dat z agentur, sociálních sítí i veřejných databází a nabídnout podklady pro další lidské zpracování. V oblasti investigativní žurnalistiky může pomoci vytipovat souvislosti, anomálie nebo síťové vztahy.

AI výrazně přispívá k inkluzi. Automatické generování titulků a překladů, včetně simultánních překladů do znakové řeči (například pomocí animovaných avatarů), zpřístupňuje obsah lidem se sluchovým handicapem nebo divákům, kteří upřednostňují sledování v cizím jazyce. AI lze rovněž využít k vytváření audiopopisů pro zrakově postižené.

Generativní algoritmy mohou pomáhat při tvorbě vizuálního obsahu, a to od návrhu scén a virtuálních studií až po zjednodušenou tvorbu animací a infografiky. To umožňuje rozvoj formátů, které by jinak byly příliš nákladné.

Rozsáhlé televizní archivy České televize mohou být díky AI efektivně indexovány, tematizovány a využívány při tvorbě retrospektiv, speciálních vysílacích bloků či online obsahových balíčků.

AI může sloužit jako nástroj pro rozpoznávání dezinformací, deepfake manipulací a dalších forem nepravdy. V redakčním prostředí může asistovat při kontrole integrity mediálního obsahu a pomoci zachovat vysoký standard pravdivosti a vyváženosti, který je základem důvěry veřejnosti v Českou televizi.

Virtuální asistenti a chatboty využívající jazykové modely mohou divákům pomáhat s orientací v programu, odpovídat na dotazy nebo vyhledávat archivní pořady. V budoucnu lze uvažovat i o tvorbě interaktivních vzdělávacích nebo dramatických formátů, které reagují na divácké vstupy v reálném čase. AI není hrozbou pro tradiční žurnalistiku a kreativitu, pokud je chápána jako nástroj ve službě člověka a nikoli jeho náhrada.

Z tohoto důvodu by bylo vhodné vytvořit specializované pracoviště, které by sloužilo výše uvedeným účelům. Veřejnoprávní médium musí být nejen uživatelem AI, ale i jejím kritickým komentátorem.

Vzhledem k intuitivnosti používání nástrojů AI je možné je integrovat do pracovních postupů České televize v řádu měsíců.

IV. Zpravodajství a publicistika.

Objektivita a vyváženost neznamená beznázorovost a bezhodnotovost České televize

Rok 2024 byl bouřlivým rokem změn a konfliktů po celém světě. I do budoucna lze očekávat pokračování konfliktů a nestability, válka na Ukrajině, konflikty na Blízkém východě nebo změna klimatu bude pravděpodobně i nadále v popředí zájmu.

Pro globální demokracii je současná doba náročným obdobím. Lidé, kteří k přístupu ke zprávám nejčastěji využívají sociální média, mají menší důvěru v demokratické instituce než ti, kteří používají televizi nebo noviny.

Sledovanost platform pro sdílení videí, jako jsou YouTube, TikTok a další, v posledním roce stále roste. Je to patrné zejména u osob starších 35 let, které dohánějí mladší věkové skupiny, jež stále tráví sdílením videí nejvíce času týdně.

V souvislosti s globálními změnami a nejistotou se diváci stále častěji obrací k online zdrojům a sociálním médiím, aby se zorientovali ve světě. Kontrola nad těmito sdílenými online prostory znamená kontrolu nad informacemi.

Digitalizace společnosti a ekonomiky způsobila, že několik velkých platform kontroluje důležitou část našeho života, včetně ekonomiky a šíření informací. Staly se z nich vládci digitálního trhu s normotvornou mocí absolutního panovníka. Vytvořily pravidla, která jsou nefér vůči uživatelům.

V prostředí, kde se daří dezinformacím, nebyla role České televize nikdy důležitější, a to jak jako důvěryhodného poskytovatele zpráv, tak jako místa pro důkladnou a respektovanou diskusi.

Zpravodajství České televize představuje jeden z klíčových pilířů demokratického veřejného prostoru. V podmínkách rostoucí fragmentace společnosti, polarizace názorů a technologické revoluce se však i takto zavedená instituce musí vyrovnat s novými výzvami.

Nestačí nadále pouze plnit zákonné povinnosti. Zásadním cílem veřejnoprávního zpravodajství musí být budování a udržování důvěry občanů. To platí o to více, že významná část společnosti vnímá média jako předpojatá nebo podřízená zájmům politických či komerčních skupin.

Zásadním požadavkem zákona kladeným na Českou televizi je to, aby její zpravodajství a publicistika byly objektivní a vyvážené. To však neznámá, že by neměly zastávat žádné názory a hodnoty. Takový požadavek ani zákon na žádné médium nevznáší.

Obava z neobjektivity a nevyváženosti vedla Českou televizi k tomu, že ve velké míře přináší v rámci zpravodajství pouze neutrální zprávy, často spíše spotřebitelského charakteru. V době ostrých názorových střetů ve společnosti se zcela vyklidila pozice, ze které by mohla být moderátorem a spoluvůdcem této celospolečenské diskuze.

Mnohé zpravodajské formáty, i když jsou profesionálně dělané, nedoznaly po dlouhou dobu žádné změny a zcela se tak rozešly s potřebami politického a kulturního dialogu, který se tak odehrává zcela mimo pole České televize, což platí zejména pro mladší generaci.

Zpravodajství a publicistika České televize proto nemůže být méně, ale naopak více kritické. Není možné požadovat, aby Česká televize nevyjadřovala žádný názor. Takový stav by byl možný pouze za situace, kdy by tato instituce a její zaměstnanci a spolupracovníci nebyli vůbec ovlivněni jakýmkoli hodnotami. Muselo by se jednat o instituci a osoby, které by neměly žádný vztah ke světu, o němž přinášejí zprávy.

Média a novináři nejsou ze své podstaty pouze zprostředkovateli informací mezi světem politiky a veřejností, ale také interpretují a hodnotí události a šíří svoje názory a tím ovlivňují politickou agendu, jakož i veřejné mínění.

Tato skutečnost není sama o sobě v rozporu s požadavkem objektivity a vyváženosti, ale je imanentní médiím. Prostřednictvím editoriaální politiky se média etablojí na mediálním trhu.

Česká televize jako každé elektronické médium musí být objektivní a vyvážená. Objektivita a vyváženost však neznámá beznázorovost. Objektivita a vyváženost České televize a jejích novinářů nemůže spočívat pouze v tom, že budou prezentovat různé protichůdné názory, protože takový přístup by ve skutečnosti vedl k nevyváženosti.

Jako rovnocenné by byly prezentovány postoje např. toho, kdo právo porušil, i oběti takového porušení, nebo toho, kdo je příznivcem svobody a demokracie, ale i toho, kdo chce svobodu a demokracii zničit. Takový závěr je však nepřijatelný, protože by vedl k pošlapání hodnot, na kterých stojí naše společnost.

Vyváženost neznámá, že pravda má být vyvážena lží, právo bezprávím nebo vědecké názory nesmyslnými pověrami.

Úkolem České televize tedy není zajistit vysílání, které by bylo prosto jakéhokoli názoru, ale zajistit, aby tyto názory byly co možná nejpestřejší, za předpokladu, že se pohybují na poli hodnot, na kterých stojí politické, právní a společenské struktury demokratických společností, tedy respektu k lidským právům, kultuře a politické pluralitě.

Současné zpravodajství je často zatíženo tlakem na rychlost, což vede ke zploštění sdělení a absenci hlubšího kontextu. Česká televize by měla aktivně investovat do analytické a investigativní žurnalistiky. Namísto reaktivního informování o událostech by měla nabízet aktivní výklad, který pomáhá občanům porozumět příčinám i důsledkům dění.

Výše uvedené platí zejména pro zahraniční zpravodajství, kterému je sice z celkového času věnovaného zpravodajství věnována dostatečná pozornost, ale sdělované informace nejsou zasazovány do ekonomických vazeb, geopolitického a historického kontextu. Z tohoto důvodu je nezbytné vytvořit pořady, které budou tento handicap napravovat při využití skutečných odborníků a nikoli pouze poučených laiků. To by mělo být doplněno o vizuálně přístupnou datovou žurnalistiku, která dokáže komplikované jevy prezentovat názornou formou, a tak rozšiřovat mediální gramotnost diváků.

Česká televize musí být schopna nabízet obsah v prostředí, kde se dnes odehrává většina informační konzumace, tedy na webu, v mobilních aplikacích, prostřednictvím sociálních sítí, podcastů a streamovacích platform.

Měla by být zajištěna dostupnost krátkých formátů určených mladším generacím (Instagram, TikTok), zároveň ale i dlouhých investigativních videí na vyžádání.

Zpravodajství musí být optimalizováno pro všechny digitální zařízení, včetně přístupnosti pro hendikepované – např. rozšířením titulků, tlumočení do znakového jazyka či možností přepisu mluveného slova.

Česká televize má z povahy veřejné služby závazek být médiem pro celé území republiky, nikoli pouze pro hlavní město. Vedle klasického krajského zpravodajství by měl vzniknout prostor pro tematicky zaměřené reportáže z regionů, které nejsou jen „kuriozitou“ pro centrální vysílání, ale samostatnou výpovědí o stavu společnosti v různých částech země. Výsledkem by měl být větší pocit zastoupení obyvatel regionů ve veřejném prostoru.

Zpravodajství ČT by mělo hrát zásadní roli i v oblasti mediální gramotnosti. Je třeba systematicky vzdělávat diváky v tom, jak se orientovat v informačním prostoru, jak rozlišovat důvěryhodné zdroje a jak se bránit manipulaci. Pořady určené pro školy, seniory nebo ohrožené skupiny by měly být nedílnou součástí této služby.

Tyto změny se měly být patrné ve výhledu maximálně jednoho roku.

V. Budoucnost sportovního vysílání České televize. Sport není jen sled výkonů

Česká televize jako instituce veřejné služby má v oblasti sportu nezastupitelnou funkci. Měla by vytvářet prostor pro širokou škálu sportovních aktivit, podporovat hodnoty fair play, prezentovat diverzitu disciplín a posilovat kulturní význam sportu jako nástroje identity, soudržnosti a vzdělávání.

Jedním z klíčových principů změny sportovního vysílání musí být rovnováha. V současné podobě dominuje vysílání velkých komerčně atraktivních akcí, světových šampionátů nebo olympijských her. Menší sporty, mládežnické soutěže, ženský sport nebo paralympijské disciplíny jsou však často vytlačeny na okraj.

Česká televize by měla systematicky otevírat prostor i těmto opomíjeným oblastem a zajistit, aby byly zastoupeny pravidelně, nikoli pouze při výjimečných událostech. Sportovní nabídka by měla být co nejpestřejší, tedy nejen podle druhu sportu, ale také podle pohlaví, věku nebo výkonnostní úrovně sportovců.

Sport nesmí být prezentován pouze jako sled výkonů, ale měl by být rámován ve svém širším společenském kontextu. Je třeba reflektovat témata jako etika soutěžení, doping, role žen ve sportu, komercializace vrcholového sportu, vliv politiky nebo environmentální otázky.

Vysílání potřebuje nové formáty, jako například pravidelný pořad, který by analyzoval sport jako společenský jev, a nabízel názorové střety odborníků, sportovních historiků, sociologů nebo filozofů.

Dalším strategickým bodem je přehodnocení struktury akvizic. Česká televize by měla omezit některé drahé nákupy práv ke komerčně nejvýnosnějším soutěžím a více investovat do vlastní výroby, zejména do přenosů z domácích soutěží, amatérských lig nebo regionálních akcí. Tím by přispěla k posílení českého sportovního prostředí jako celku. Zároveň je na místě intenzivní spolupráce se sportovními svazy, školami a akademii, které mohou nabídnout cenný obsah a zároveň sdílet náklady na jeho produkci.

Sportovní vysílání má mít rovněž výchovný a vzdělávací rozměr. Vedle prezentace výkonů by mělo motivovat k aktivnímu životnímu stylu, podporovat hodnoty spolupráce, respektu a vytrvalosti. To zahrnuje i vyhledávat a představovat příběhy sportovců z menšinových nebo znevýhodněných skupin, ať už se jedná o děti ze sociálně slabších poměrů, sportovce se zdravotním postižením nebo příslušníky národnostních menšin.

Součástí změny musí být i obnova komentátorské kultury. Mnozí sportovní komentátoři ČT odvádějí dlouhodobě kvalitní práci, ale některé formáty zůstávají bez invence a generační obměny. Je třeba otevřít prostor mladším komentátorům, rozšířit tým expertů o ženy a zástupce různých sportovních komunit, a vytvářet alternativní přenosy, například s taktickým rozbořem, fanouškovským pohledem nebo specializovaným výkladem pro laiky.

Veřejnoprávní televize by měla podporovat nejen vrcholové výkony, ale i pohyb, zdraví, občanský dialog a důstojnost sportovního ducha.

Výše uvedenou změnu dramaturgie je nutno provést nejpozději do dvou let.

VI. Vlastní dramatická tvorba. Nikoli tvorba „něčeho pro každého“

Vlastní tvorba České televize by se měla zásadně proměnit tak, aby se vymanila z dlouhodobě neudržitelného modelu „pro každého něco“, který vede k roztržičnosti, ztrátě identity a nedostatečnému dopadu jednotlivých pořadů. Namísto kvantitativního přístupu by měla nastoupit promyšlená, kvalitativní dramaturgie, která staví na jasně vymezených hodnotách veřejné služby.

Česká televize by měla opustit snahu zalíbit se všem divákům napříč věkem, vkusem a sociálními skupinami. Tento princip vede k dramaturgické rozplizlosti, slabému profilování kanálů i samotné značky ČT, a zároveň rozptyluje omezené výrobní kapacity mezi nepřehledné množství pořadů, z nichž většina nemá šanci na skutečný kulturní nebo společenský dopad.

Místo toho by Česká televize měla jasně definovat, jaké hodnoty, cíle a poslání mají být prostřednictvím tvorby naplňovány, a na jejich základě vytvořit úzké dramaturgické linie, které budou důsledně a systematicky rozvíjeny. Obsahová strategie by měla být zaměřena na oblasti, které jsou klíčové pro veřejnoprávní médium, tedy vzdělávání, společenský

dialog, kulturní reflexi, uchovávání historické paměti, inovativní tvorbu pro děti a podporu české dramatické tvorby. Před každým rozhodnutím o výrobě pořadu je potřeba si položit otázku, zda poptávku po takovém pořadu neuspokojuje již některé komerční médium.

Namísto desítek průměrných pořadů by měla ČT investovat do několika výrazných, kvalitních projektů ročně, seriálů, dokumentárních cyklů, publicistických formátů nebo dramatických inscenací, které mohou obstát v evropské konkurenci, rezonovat ve veřejném prostoru a být exportovatelným kulturním statkem. Taková tvorba se pak může stát vlajkovou lodí ČT, která reprezentuje nejen kvalitu, ale i její smysl jako veřejné služby.

Vlastní tvorba České televize by se měla zásadně emancipovat od jednostranné orientace na oddechové žánry, zejména na seriálové detektivky, které dnes tvoří disproporčně velkou část původní dramatické produkce. Tato dominance žánrové zábavy, byť často řemeslně dobře zvládnuté, vede k ochuzení programové nabídky o tematicky náročnější, umělecky ambicióznější nebo společensky významnější formáty. Česká televize jako médium veřejné služby má přitom povinnost rozšiřovat kulturní obzory společnosti.

Změna by měla začít revizí dramaturgických priorit. Místo snahy zajišťovat vysokou sledovanost skrze „bezpečné“ žánry by se měl klást důraz na tematickou a formální různorodost. Detektivní a kriminální seriály mohou i nadále zůstat součástí programové nabídky, ale neměly by být její páteří.

Vedle nich by měly vznikat také formáty reflektující aktuální společenské jevy, historické události, etická dilemata či otázky identity. Měla by se obnovit a systematicky podporovat původní dramatická tvorba s občanským a intelektuálním přesahem, včetně adaptací literárních děl, politických dramát, rodinných ságy nebo společensky kritických miniseriálů.

Česká televize by se měla přestat ptát „co lidé chtějí sledovat“ a místo toho klást otázku „co by měli vidět, aby lépe rozuměli světu, sobě i druhým“.

Trend vlastní tvorby ČT zčásti podnícený snahou o udržení stabilní sledovanosti, vedl k postupné unifikaci televizní produkce a k marginalizaci žánrů, které byly v minulosti silnou stránkou veřejnoprávní tvorby, například historického dramatu, psychologického příběhu, sociálního realismu nebo adaptací literárních předloh. Česká televize se tak vzdaluje svému kulturnímu a vzdělávacímu poslání a přibližuje se strukturám komerčních televizí, což je v rozporu s její veřejnoprávní identitou.

Česká televize se tak dostává do situace, kdy místo toho, aby společnost kultivovala a rozvíjela, ji pouze zklidňuje a poskytuje únik, nikoli reflexi.

Pokud má být Česká televize i nadále relevantní kulturní institucí, musí překročit rámec „televize pohodlí“ a otevřít se tvorbě, která je náročnější, odvážnější a tematicky hlubší. Znamená to znovuobjevit hodnotu tvorby jako prostoru pro kritické myšlení, otázky identity, historickou paměť i experimentální hledání formy. Česká televize není od toho, aby napodobovala divácké preference, ale aby nabízela alternativu vůči trhu a komerčním stereotypům.

Česká televize má bohatou tradici televizních adaptací. V minulosti vznikaly výrazné přepisy děl Kunderových, Hrabalových, Škvoreckého či Olbrachtových. Obnova této linie může přinést jak umělecký kredit, tak prohloubení kulturní identity.

Místo spoléhání se na osvědčené tváře a producenty by měla televize aktivně vyhledávat nové autory, scenáristy, režiséry, dramaturgy. Musí jim nabídnout důvěru, čas a prostor pro vznik originálních projektů, které nejsou zatíženy předchozím očekáváním sledovanosti.

Změna orientace od výhradně oddechových žánrů k širokému spektru autorské a společensky relevantní dramatické tvorby není pouhou otázkou programové strategie. Je to zásadní kulturně-politické rozhodnutí. Znamená totiž, že Česká televize přestane být pasivním zrcadlem nálad a chutí publika a stane se tím, čím má být: aktivním tvůrcem veřejného prostoru, fórem pro společenskou diskusi a strážcem kulturní paměti. Bez takového posunu hrozí, že veřejnoprávní televize splyne s komerčním prostředím a ztratí důvod své existence.

ČT by měla být inkubátorem nových hlasů a témat, která se nebojí společenské kontroverze nebo formální inovace. Vedle zavedených formátů by měl vzniknout prostor pro experimentální minisérie, krátkometrážní cykly, hybridní dokumenty, nebo interaktivní formy vyprávění.

Česká televize by měla důsledně rozvíjet tvorbu pro menšiny – nejen etnické (romské, ukrajinské), ale i jazykové a generační. Zvláštní péče má být věnována dětské a seniorskému publiku, stejně jako osobám se zdravotním postižením (tlumočení, audiopopis, přístupnost).

Vlastní tvorba České televize se musí stát znovu motorem kulturní a společenské inovace. Nemá pouze konkurovat komerční nabídce, ale nabízet její alternativu – inteligentní, kvalitní, originální a hodnotově pevnou. Taková tvorba musí být odvážná, různorodá a technologicky dostupná.

Ve vysílání České televize se pak nová koncepce může zobrazit ve dvouletém výhledu.

VII. Úvahy jdoucí za jedno funkční období

Současná podoba televizních poplatků poskytuje České televizi solidní finanční základnu pro své fungování a rozvoj. Vzhledem k novosti zavedeného systému by nebylo vhodné v letech 2025 – 2031 tento systém zásadně změnit.

Nicméně není třeba se uzavírat diskuzi o změně tohoto systému v dlouhém časovém horizontu. Neustále totiž přibývá možností, kde se dají získávat informace. Existují sociální média, která jsou interaktivní, mění se chování spotřebitelů, kteří stále častěji využívají několik multifunkčních zařízení najednou. V úvahu tak připadá např. zavedení speciální televizní daně, protože financování prostřednictvím daní by vyšlo levněji než vymáhání koncesionářských poplatků.

Velmi nebezpečné jsou však úvahy o tom, že by bez výše uvedených daňových opatření měla být Česká televize financována ze státního rozpočtu. Takový krok by totiž změnil Českou televizi na de facto televizi státní. Státní vlastnictví médií však přináší nebezpečí manipulace s informacemi ve prospěch vlády, bránění veřejnosti k přístupu k informacím potřebným pro kvalifikovaná rozhodnutí, a tudíž brzdí demokratické procesy.

Pokud se však podíváme na praxi státních médií, zjistíme, že existují pouze v chudých, autokratických a nedemokratických zemích. V Evropě existuje pouze v Bělorusku a

částečně v Ruské federaci. Státní média tak ve větším měřítku existují pouze v některých afrických a asijských zemích a na Středním Východě, a to konkrétně v Barmě, Etiopii, Číně, Íránu, Sýrii, Turkmenistánu a Uzbekistánu.

V demokratickém prostředí je tedy státní televize neznámým konceptem, pro který sice může být mnoho dobrých argumentů, ale rizika jeho zneužití jsou příliš vysoká a benefity příliš neznámé.

Česká televize by se neměla bránit ani diskuzi o jejím sloučení s Českým rozhlasem. Sloučení dvou mediálních institucí pod jednu organizaci by z několika strategických, ekonomických i společensko-mediálních důvodů bylo správné. Mladší generace často nerozlišují mezi „rozhlasem“ a „televizí“, ale konzumují vše online a integrace by usnadnila vícero způsobů doručení jednoho sdělení.

Hranice mezi rozhlasem a televizí se už dlouho stírají a obě média často využívají stejné digitální platformy a distribuční kanály. Díky digitalizaci lze rozhlas i televizi přenášet přes internet (např. přes IPTV, streamovací služby nebo mobilní aplikace).

Obě média využívají podobné technologie pro výrobu a šíření obsahu (např. studio s video i audio výstupem). Jeden pořad může být dostupný v různých formátech, a to jako video, audio, text i interaktivní obsah.

Mění se také role tradičních médií. Rozhlas se stává vizuálnějším, televize interaktivnější. Stejně tak dochází ke změnám ve spotřebě, protože uživatelé očekávají dostupnost kdykoli a kdekoli a v různých formátech (audio, video, text, interaktivní).

Výsledkem konvergence obou médií by mohlo být to, že vzniknou společná redakční pracoviště, budou sdíleny novinářské zdroje, technika či weby. Sdílené redakce, technika a produkce by snížily náklady a umožnily by efektivnější tvorbu obsahu. Investice do technologií (např. studií, aplikací, AI nástrojů) by byly navíc efektivnější.

Většina vyspělých zemí má již veřejnoprávní rozhlas a televizi sloučené pod jednu střechu: např. BBC (Velká Británie), RAI (Itálie), YLE (Finsko), RTÉ (Irsko), DR (Dánsko), RTVE (Španělsko). Česká republika je tedy spíše výjimkou. Oddělení ČT a ČRo odpovídá modelu z 90. let, který neodráží dnešní realitu médií.