

Príloha 1

Vývojové tendencie budúceho smerovania verejnoprávnych médií

Vzhľadom na neustále sa meniacu podobu sveta vo svetle zmien vyplývajúcich z globálnych výziev je potrebné zamyslieť sa nad otázkou, ako tieto zmeny reflektovať do prostredia verejnoprávnych médií pre 21. storočie. Týmito otázkami sa zaoberajú mediálni lídri v celom svete a v rámci zdieľania najlepších praktík je dobré inšpirovať sa myšlienkami i z iných krajín.

Veľká Británia

[Správa kultúrneho výboru britského parlamentu](#) (2021) konštatuje, že dôležitou úlohou je **zachovať udržateľnosť systému verejnoprávneho vysielania** v kontexte meniaceho sa a globalizujúceho mediálneho trhu. Pandémia ochorenia COVID-19 podľa zistení správy preukázala **schopnosť verejnoprávnych médií spájať krajinu a spoločnosť a pritom vytvárať zdieľané skúsenosti a pocity a prinášať informácie dôležité pre celú spoločnosť**. Britský regulačný úrad pre telekomunikácie a vysielanie konštatoval, že **dôveryhodné a komplexné informácie sú najdôležitejším atribútom vysielania verejnoprávnych médií** (spravodajstvu BBC verí až 71 % populácie). Ďalej sa konštatuje, že práve v čase pandémie a kríz diváci preukázali dôveru v spravodajstvo (aj mimoriadne spravodajské vysielanie) verejnoprávnych inštitúcií, čo pôsobilo **pozitívne na boj proti dezinformáciám a hoaxom**. Pandémia tiež posilnila význam regionálneho vysielania, avšak zdôrazňuje sa, že regionálne vysielanie by nemalo byť obeťou rozpočtových škrtov.

Správa tiež uvádza, že **výzvou v kontexte súčasného vývoja je získať a udržiavať divácku priazeň mladej generácie** – tá podľa britskej správy inklinuje k mediálnym službám v online prostredí, a teda prejavuje len slabú afinitu k verejnoprávnym médiám. **Britský Channel 4 napríklad distribuuje spravodajský obsah na YouTube, Twitteri, Snapchate či Facebooku**. Správa v kontexte získavania a udržiavania mladej diváckej generácie konštatuje, že v súčasnosti táto **úloha patrí medzi absolútne zásadné v prostredí verejnoprávnych médií**, aby tieto médiá zostali populárne a udržateľné v dlhodobom horizonte. Správa takisto uznala potrebu zachovať národnostné vysielanie a posilniť ho, resp. klásť naň dôraz.

Česká republika

[Výročná správa Českej televízie](#) (2021) definuje **šesť všeobecných cieľov pôsobenia** tohto verejnoprávneho média: poskytovanie spravodajských, publicistických informácií, udržiavanie a rozvoj občianskej spoločnosti a demokracie, podpora vzdelanosti a vzdelávania, podpora kultúry, podpora

športu, prezentácia regiónu ČR, Európy a sveta, rozvoj nových médií a vysielacích služieb.

Podľa výročnej správy Českej televízie za rok 2021 v časoch pandemickej krízy sa verejná potreba opierať sa o **dôveryhodné informácie** ešte zvyšovala a Česká televízia dosiahla v tomto období **mieru dôveryhodnosti na úrovni 73 %** so zachovaním vysokých hodnôt diváckej spokojnosti (ČT bola po štvrtý raz po sebe najsledovanejšou mediálnou skupinou v ČR). Podľa výročnej správy sa Českej televízii v časoch pandemickej krízy podarilo posilniť postavenie spravodajstva, zachovať program ČT3 pre seniorov, ale aj spustiť programy na edukáciu detí v čase lockdownov i mimo nich. Z výsledkov trackingového prieskumu vyplýva, že pre viac **ako polovicu českej dospeléj populácie sú programy ČT hlavnými programovými voľbami pri sledovaní spravodajstva, publicistiky a športu**. ČT tiež vysielala mimoriadne formáty pokrývajúce globálne udalosti (napr. pandémiu COVID-19). ČT 24 sa stalo v roku 2021 najsledovanejším programom na českom mediálnom trhu a popredné priečky dosahuje aj v rámci spravodajskej skupiny kanálov EBU. Sociálne siete ČT pokračovali aj v roku 2021 v rastúcej tendencii pokiaľ ide o počet sledovateľov/fanúšikov a pokračovali vo zvyšovaní náskoku oproti konkurenčným profilom televízií na sociálnych sieťach a na všetkých platformách si udržiavali prvé miesto.

Nové médiá ČT (t. j. obsahové, dizajnové, vývojové, technické a prevádzkové zabezpečovanie poskytovania pôvodného a prevzatého obsahu na webe, mobilných zariadeniach a ďalších zariadeniach, napr. TV s pripojením na internet) zaznamenali v roku 2021 rast v návštevnosti prakticky u všetkých webov. **V decembri 2021 bola spustená nová forma iVysílaní** – nastal niekoľkonásobný nárast matice zobrazenia obsahu. Nová video-platforma iVysílaní je nielen zmenou produktovou, ale vyniká aj re-dizajnom celej platformy vrátane nástrojov pre ponuku a vyhľadávanie obsahu. Takisto v roku 2021 ČT odvysielala prvý webový hraný seriál TBH (pre mladých, o živote stredoškôľakov) a taktiež aj cykly pre mladých – RapStory a Do divočiny!. ČT tiež operuje **výučbový portál ČT Edu**, pričom bol spustený ako reakcia na začiatok pandémie v roku 2020. ČT využíva aj platformy HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV), SmartTV, mobilné aplikácie (iOS, Android). Správa uznáva, že sociálno-demografický profil sledovateľov tradičnej TV a on-line služieb sa líši – dosahujú vyššie vzdelanie a sú mladší. Z hľadiska rozvoja nových médií sa konštatuje, že **životný štýl populácie ovplyvňuje využívanie nových technológií, čo sa prejavuje o. i. na požiadavkách v oblasti prijímania TV obsahu**. Rozvoj nových médií je pre ČT strategický cieľ, ktorý sa televízia snaží dosiahnuť viacerými parciálnymi krokmi, o. i. tvorbou kanálov pre permanentnú komunikáciu s divákmi, maximálnym využitím technologických možností smerom k alternatívnej distribúcii obsahu vo vzťahu k divákovi tak, aby sa docielila komfortnejšia dostupnosť služieb ČT.

Boj proti dezinformáciám – prípadové štúdie

Podľa [prieskumu GLOBSEC](#) (2021) **slovenská spoločnosť je najnáchylnejšou veriť dezinformáciám a hoaxom spomedzi krajín V4**. Konšpiračné teórie (bez ohľadu na to, či ide o pandémiu COVID-19 alebo iné celosvetovo rozšírené hoaxy) rezonujú u tretiny, resp. až polovice obyvateľstva. Dôveryhodnosť a nezávislosť médií je v procese budovania odolnosti voči konšpiráciám **klúčová o to viac, že na Slovensku až 46 % populácie si myslí, že médiá sú ovplyvňované oligarchami a 24 % presadzuje názor, že médiá sú ovplyvňované vládou**.

Úlohou verejnoprávnych médií má byť prispievanie k budovaniu odolnosti voči dezinformáciám – **to v konečnom dôsledku uznáva aj RTVS vo svojom programovom koncepte na rok 2022, kde sa konštatuje, že v období nevídaného technologického vývoja a paralelne nevídaného nárastu nevzdelanosti a dezinformácií RTVS považuje vedeckú publicistku ako typ programu vo verejnej službe za nevyhnutný**. Toto tvrdenie je možné len podporiť, avšak jeho praktické napĺňanie by malo byť akcelerované.

Prierez príkladov adresovania dezinformácií v prostredí verejnoprávnych vysielateľov

Veľká Británia [Správa kultúrneho výboru britského parlamentu](#) (2021)

Dr. Caitriona Noonan, Cardiff University, uviedla, že pandémia COVID-19 zdôraznila to, ako ľudia veria spravodajstvu verejnoprávnych médií. **Britský Channel 4 uviedol, že v čase pandémie vyčlení 10 mil. libier na programy zaoberajúce sa témou COVID-19 a jeho dopadov a spustil aj FactCheck platformu, na ktorej boli publikované rôzne články vysvetľujúce rôzne aspekty pandémie. BBC spustila online chat-bota (cez FB Messenger), ktorý poskytoval užívateľom priestor hľadať overené informácie o pandémii. Chat-bot využíval zdroje BBC News, NHS (britský úrad pre verejné zdravotníctvo), pričom články boli i prelinkované na web BBC News. Pandémia podľa správy kultúrneho výboru britského parlamentu podčiarkla, že diváci si hodnotu verejnoprávnych médií v krízových časoch uvedomili ešte väčšmi, pričom verejnoprávne médiá zohrávali kľúčovú úlohu pri vyvracaní dezinformácií online a špeciálne programové formáty pomáhali rozširovať kľúčové informácie o COVID-19 smerom k širokej verejnosti**.

Stephen D. Reese, akademik a odborník na mediálne trhy a žurnalistiku sa [vo vedeckom článku](#) z roku 2021 venoval problematike úlohy verejnoprávnych vysielateľov v oblasti boja proti dezinformáciám.

Fínsko

Fínska spoločnosť, aj napriek vysokému pokrytiu internetom (94 %), je **konfrontovaná s najnižším počtom dezinformácií v Európe**. Odolnosť voči fenoménu dezinformácií je spôsobená kombináciou viacerých faktorov – **vysoká úroveň slobody tlače, vysoká úroveň vzdelávania v oblasti mediálnej**

gramotnosti. Viac ako 80 % Fínov považuje dezinformácie za ohrozenie demokracie. Z hľadiska mediálneho nastavenia si Finnish Broadcasting Company (fínska verejnoprávna televízia) zachovala centrálnu postavenie na trhu medzi komerčnými aj online vysielateľmi. V roku 2019 si až 96 % Fínov aspoň raz týždenne pozreli nejakú z programových služieb tohto verejnoprávneho vysielateľa, ktorého spoločnosť vníma ako dôveryhodný spravodajský zdroj. Televízia vo vysielaní venovala priestor problematike ruskej dezinformačnej kampane. **Televízia kladie dôraz na vzdelávanie a mediálnu gramotnosť a poskytuje mediálny obsah pre deti a mládež** v tejto oblasti, ale aj obsah zameraný na seniorov a všeobecnú populáciu. Edukačné programy televízie zahŕňajú obsah týkajúci sa internetovej bezpečnosti, detekcie dezinformácií alebo etiky žurnalistiky. **Televízia operuje aj informačný hub Yle Kioski pre mladú generáciu s video obsahom vr. Facebooku, TikToku a streamingovej platformy Areena.**

Španielsko

Španielska spoločnosť je charakteristická **názorovou roztrieštenosťou a vysokým používaním sociálnych médií** a len 57 % Španielov verí informáciám, ktoré vidia v TV. Španielsky verejnoprávny vysielateľ RTVE o. i. vytvoril fact-checkingovú platformu Verifica Corporación De Radiotelevisión Española (RTVE) v roku 2019 (kooperácia aj s EBU), ktorej cieľom bolo verifikovať informácie týkajúce sa tamojších volieb. Počas pandémie sa platforma zameriavala na verifikáciu dezinformácií v tejto veci. Súčasťou tejto služby je prepojenie s aplikáciou WhatsApp. **Televízia odvysielala aj rôzne formáty/talk shows týkajúce sa dezinformácií** a v roku 2017 uviedla seriál pre mladých, ktorého cieľom bolo zvýšiť povedomie o nebezpečí dezinformácií. Televízia takisto nadviazala partnerstvá s univerzitami či expertmi napr. z oblasti medicíny (fact-check COVID-19).

Česko

Česká spoločnosť sa zaraďuje k tým, ktoré **z väčšej časti nevnímajú dezinformácie ako problém pre demokraciu a je vystavená značnému toku dezinformácií zo zahraničia.** Česká televízia požíva pomerne vysokú dôveru verejnosti v jej programové služby. Česká televízia sa vyznačuje výbornou reputáciou pokiaľ ide o fact-checking, kooperujúc s akademickou a odbornou obcou. ČT zvýšila pokrytie informovania o fenoméne dezinformácií v posledných dvoch rokoch. V roku 2019 ČT realizovala projekt To se ví – kde známe tváre komentovali fake news, a tak šírili povedomie o nebezpečnosti tohto fenoménu (adaptácia British Fake News Show – Channel 4). Edukatívny portál ČT Edu tiež obsahuje materiály týkajúce sa dezinformácií – ide o najväčší edukatívny portál v krajine.

VOD/streamingové platformy – prípadové štúdie

Streamingové platformy sa stali v posledných rokoch trendom, ku ktorému inklinujú najmä mladí diváci, čo súvisí aj s rozmachom používania inteligentných zariadení. Verejnoprávni vysielatelia si musia túto vývojovú

tendenciu vziať za svoju, aby dokázali naďalej oslovovať divácke publikum a plniť si základné verejnoprávne úlohy.

Budúcnosť týchto služieb bola **predmetom diskusie medzi odborníkmi (2021)** v tejto oblasti, ktorými sú **mediálny analytik Milan Kruml, publicista a odborník na streaming Tomáš Vyskočil a Jana Jedličková z Katedry divadelných a filmových štúdií Filozofickej fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.**

Milan Kruml uviedol, že streamingové vojny (vysoký konkurenčný boj medzi službami) majú zásadný vplyv na audio-vizuálny sektor a týkajú sa lineárnych televízií i tvorcov, producentov. **Sme svedkami uzatvárania aliancií a kooperácií (napr. prepojenia streamovacej služby, ktorá začne kooperáciu s verejnoprávnou televíziou či platenou televíziou).** Táto forma vysielania má obrovský **potenciál do budúcnosti a každému sa oplatí o takejto kooperácii premýšľať** konštatujúc, že premeny formátov sú fenoménom: napr. seriály sa presúvajú z lineárneho prostredia na streaming, takisto reality formáty sa na streamingoch robia inak ako v tradičnej TV. Vyjadril sa tiež, že rýchly zánik/pokles záujmu o lineárne TV sa nepotvrďuje, t. j. lineárna TV nie je úplne „mŕtva“.

Tomáš Vyskočil povedal, že pre mediálny trh sú charakteristické streamovacie vojny medzi platformami, ktoré zápasia o predplatiteľov a súperia aj s kinami a tradičnými televíziami, pričom sa ukazuje, **že aktuálne je atraktívnym nástrojom originálny, exkluzívny obsah.** Dodal, že momentálne Netflix investuje do reality shows, animovanej tvorby i kategórie pre deti, akčných filmov, a teda **vidieť, že z Netflixu sa stáva „Nova“, pred tým to bol skôr „ČT2“.** Ďalej poznamenal, že **budúcnosť TV zábavy je hybridná.** Podčiarkol aj to, že americké spoločnosti vedia, že v EÚ sa iba s americkým obsahom nepresadia.

Jana Jedličková sa vyjadrila, že európskom prostredí **sa deje, že sa tradičné TV subjekty začínajú spájať a zakladajú projekty pre mladých divákov, ktorí odišli najmä na internet.** Verejnoprávne TV sa snažia tieto publiká získať späť. Snažia sa konkurovať online platformám, pričom niekde sa ukazuje, že konkurovať v určitých prípadoch nie je nevyhnutné, lebo momentálne je divácke **publikum fragmentarizované, a teda toto publikum môže byť lojálnejšie,** čo je dôležité pre lineárne aj internetové televízie. Televíziám sa osvedčila kooperácia. Do budúcnosti bude pravdepodobne dominovať hybridný model lineárneho vysielania a streamingovej služby, avšak je otázne, ako to bude vyzeráť.

Prierez príkladov VOD/streamingových platforiem v prostredí verejnoprávných vysielateľov

BBC iPlayer – Veľká Británia

V roku 2019 sa BBC rozhodla **redizajnováť** svoju streamingovú službu – iPlayer, aby obsahovala viac britského obsahu na jednom mieste, vzdelávala

publikum všetkých vekových kategórií, obsahovala inovatívne, kreatívne a vysokokvalitné výstupy a služby a reflektovala na rozmanitosť britskej spoločnosti.

BritBox – Veľká Británia

[BritBox](#) – online video platforma, ktorá je spojením komerčného vysielateľa ITV a filmovej ponuky verejnoprávneho vysielateľa Channel 4/BBC.

ARD/ZDF Mediathek – Nemecko (príklady z publikácie The Content, Impact, and Regulation of Streaming Video: The Next Generation of Media Emerges, autor: Eli Noam)

Online streaming služba ARD/ZDF – Mediathek. Jej história siaha až do roku 1998, pričom s pravidelnou video produkciou sa začalo v roku 2002. Od roku 2005 sa platforma integrovala po podoby Mediathek. ARD/ZDF takisto vytvorilo online vysielaciu platformu funk pre cieľovú skupinu od 14 do 29 rokov.

France Television Slash – Francúzsko

Online video platforma (spustená v roku 2018), ktorá sa zameriava na mladú generáciu. Jej zámerom je cieľiť obsah vyslovene na mladú generáciu na internete.

CBC Gem – Kanada

Online video platforma kanadského verejnoprávneho vysielateľa so zámerom atakovať obľúbenosť komerčných rivalov – Netflix a Amazon Prime.

iVysílání – Česká republika ([Výročná správa Českej televízie](#), 2021)

Online platforma ČT, ktorá prešla redizajnom v roku 2021, pričom o. i. začala aj s tvorbou určenou pre internetovú distribúciu so zameraním na užšiu, prevažne mladú generáciu. Platforma iVysílání je základným produktom (stavebným kameňom) nových médií ČT. Medziročný nárast webu iVysílání bol 34 %.

Medzinárodná kooperácia v oblasti streamingu

V roku 2019 vysielatelia z viacerých krajín EÚ vytvorili alianciu The Alliance zameranú na spoluprácu v tvorbe online obsahu v oblasti online streamingu – French Television, RAI, ZDF, RTVE. V Holandsku spoločnou kooperáciou medzi verejnoprávnym vysielateľom NPO, stanicou RTL a satelitnou spoločnosťou SBS vznikla streamingová platforma NL.Ziet. Severské krajiny vytvorili kooperačnú platformu [Nordic 12](#), ktorá sa skladá z piatich verejnoprávnych vysielateľov severského regiónu so zameraním na šírenie severského obsahu v TV aj online prostredí.