



POLICY PAPER

Krise lokální žurnalistiky v zemích V4 a specifická role radničních zpravodajů

Závěry průzkumu v České republice

Projekt vznikl za podpory:



Obsah

Úvod	3
Terminologické poznámky	3
1. Zmapování relevantních aktérů a jejich vztahu v regionálním mediálním prostředí	4
Nezávislá lokální/regionální tištěná média	4
Regionální TV	5
Sítě vydavatelů, mediální skupiny	6
Zmapování disproporčních vztahů na poli informovanosti občana	6
2. Finanční zdroje lokálních a regionálních médií.....	8
Televize	8
Tištěná média	9
3. Analýza vybraných zpravodajských kanálů samospráv	10
Zpravodajské kanály samospráv	10
Případová studie – Liberecká Televize – jak funguje dozor nad médii v ČR	10
Radniční zpravodaje	11
Jak se radniční zpravodaje podílí na krizi lokální žurnalistiky	11
Obsahová analýza radničních periodik	12
4. Závěry z kulatého stolu – definice největších potíží lokální žurnalistiky a navrhovaná nápravná opatření	14
Postup “informačních pouští”	14
Ekonomický model, systém finanční podpory médiím	14
Nízká míra profesionalizace, nastavení kritérií kvalitní žurnalistiky a seberegulace médií	15
Střet zájmů vlastníků soukromých médií, nepřehledné vlastnictví a vazby, zájmové tlaky	15
Podpora kooperace aktérů – vznik platformy pro sdílení	15

Úvod

Lokální úroveň – aktuální situace

Minimální systémové a legislativní uchopení je pro regionální úroveň žurnalistiky specifické, zejména se to týká tiskových a online médií. Zároveň situace regionů se málokdy v ČR stává součástí veřejných debat, a to se týká i diskuze o problémech médií. Historické změny ve vlastnictví médií, nové formáty a dlouhodobé podceňování a nezáměr o téma regionálních médií má za následek současný stav – nedostatek kvalitních médií, nepřehlednost, chybějící statistická data, která by umožnila situaci lépe poznat a rozmach médií, které jsou finančně a obsahově závislé na regionálních vládnoucích strukturách.

Podle hodnocení The Centre for Media Pluralism and Media Freedom, pro rok 2021, vykazuje sledovaný indikátor „Přístup k médiím pro lokální/regionální komunity a pro komunitní média“ dlouhodobě vysokou míru rizika (75 %). Důvody podle Štětky leží v neexistenci legislativního rámce pro komunitní média a ve slabé podpoře lokálních médií ze strany státu.¹

V ČR je přitom mnoho regionů, které jsou specifické, mají vlastní potřeby a problémy a pro jejich řešení jim nestačí informace z národní úrovně. Právě zde leží často zmiňované spojení mezi nezávislou kvalitní žurnalistikou a demokracií – místní témata je potřeba řešit na základě debaty, ta ale musí vycházet z faktických informací.^[2]

Mizí regionální redakce, původní lokální tištěné noviny končí své působení většinou proto, že se nenajde mladší nástupce, který by zajistil pokračování. Uvolněné místo zaplnily formáty, které mají ke kvalitnímu informování většinou daleko. Asi nejsilněji jsou to média, která patří přímo samosprávám – radniční zpravodaje, televize i rádia. Tato média ale často nemohou naplnit základní kvality informovanosti, protože obsah přímo schvalují/kontrolují zvolení představitelé měst a regionů. Oživení dlouhodobě poukazuje na nevyváženou prezentaci různých názorů v těchto médiích.

Terminologické poznámky

Jednou z velkých výzev celého projektu bylo sjednocení pojmů tak, aby situace v jednotlivých zemích byla porovnatelná a pro čtenáře pochopitelná. Základní problém spočívá v tom, že klasifikace jednotlivých typů médií není jednoznačná ani na národních úrovních. Studie se primárně zaměřuje na regionální zpravodajství a formáty a typy médií, které přináší zpravodajství nebo se tak pro čtenáře/diváky tváří.

Hlavní pojmy, které ve studii používáme

Lokální a regionální média: pojem lokální odkazuje zejména na geografickou působnost v rámci jedné obce, regionální média pokrývají větší územní celek – okres, region, kraj.

Radniční zpravodaje a ostatní média samospráv: definuje je napojení na samosprávy, přestože ne vždy jsou vydávány přímo samosprávou. U TV a menšiny radničních zpravodajů či jiných formátů jde o smluvní zajištění vydávání u soukromých subjektů.

Inzertní média: definuje je velmi nedostatečná žurnalistická práce, ale rozsáhlé obchodní oddělení pro zajišťování inzerce, na které stojí jejich ekonomický model.

Tištěná média, online média, zpravodajské weby/portály, televize, rozhlas: Studie se primárně zaměřuje na tištěná média, ke kterým ve všech zemích existuje nejvíce dat.

¹ <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/74708/MPM2022-TheCzechRepublic-CS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

1. Zmapování relevantních aktérů a jejich vztahu v regionálním mediálním prostředí

Regionální úroveň čelí velké fragmentaci. Důsledkem je obtížné získávání dat, které by poskytly ucelený přehled. Regionální tisk a ostatní regionální média nejsou ve statistikách sledovány², chybí tedy i základní data. Masivně jsou rozšířeny zejména mediální formáty vydávané obcemi, městy a kraji. Zároveň však na regionální úrovni funguje mnoho soukromých subjektů, u kterých si často samosprávy mediální obsah nakupují nebo jim platí za vydávání radničních zpravodajů. Jak dokládáme dále, z veřejných rozpočtů plynou těmto společnostem značné částky. To platí zejména pro příjmy regionálních TV, ale i mediálních skupin, které se specializují na radniční i vlastní tištěné tituly zdarma do schránek. Přestože nezávislé tištěné zpravodajství ubývá, vzniklo několik zpravodajských portálů, které lze považovat za důkaz, že obnovit regionální zpravodajství nemusí být jen nesplnitelným snem. Mezi ně patří například boskovické Ohlasy³ nebo síť regionálního online zpravodajství Drbna.cz, kde ovšem postupně dochází k centralizaci, tak jako v případě jiných sítí regionálních médií.⁴

Nezávislá lokální/regionální tištěná média

Databázi tištěných periodik spravuje Ministerstvo kultury, databáze však neposkytuje přehled o regionálním tištěném zpravodajství, protože takový typ není v třídění obsahového zaměření.⁵

Přehled o lokálních tištěných médiích, které se věnují zpravodajství tak přináší zejména výzkumy Lenky Waschkové Císařové. Podle databáze na webu lokalnik.cz bylo v ČR v roce 2009 celkem 60 regionálních/lokálních nezávislých médií, která se věnovala informování o lokálním dění. V roce 2019 jich zbývalo 29 a stále mizí.

Pro své výzkumy definuje Waschková Císařová regionální tisk jako periodikum vycházející na území obce, města, okresu, oblasti či kraje, které splňuje vybrané interní charakteristiky zpravodajského média: minimální periodicita 24 výtisků za rok, pouze placené noviny (ne noviny zdarma); pouze tisk v soukromém vlastnictví (ne noviny vydávané samosprávou); a s obecně zpravodajským obsahovým zaměřením (tedy ne inzertní a PR periodika).⁶

Podle dat ministerstva kultury většina vydavatelů novin sídlí v Hlavním městě Praze, v 5 krajích neneviduje ministerstvo žádného vydavatele novin – v Plzeňském, Karlovarském, Ústeckém, Zlínském a Moravskoslezském.⁷

² [Kancelář ověřování nákladů tisku ČR](#) eviduje data pouze pro Deníky vydavatelství Vltava Labe media a u regionálních měsíčníků jsou data pro radniční zpravodaj Městské části Praha 8. Jiná data neposkytuje ani Unie vydavatelů a její průzkumy. Podle posledních dat vydání Deníku čte necelých 400 tisíc lidí -

http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2022_11_10%20-%20UV%20-%20Z%C3%A1kladn%C3%AD%20v%C3%BDsledky%20MEDIA%20PROJEKTU%20za%204_%20Q%202021%20a%20C5%BE%203_%20Q_%202022.pdf

³ <https://ohlasy.info/>

⁴ <https://www.drba.cz/o-projektu.html>

⁵ <https://www.mkcr.cz/tridnik-obsahoveho-zamereni-cs-482>

⁶ http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2012_podzim.pdf

⁷ <https://www.statistikakultury.cz/zakladni-statisticke-udaje/>, https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2022/12/ZSU3_2021_Knihovny_a_vydavatelstva_cinnost.pdf

TABULKA 2.2 VYDAVATELÉ NOVIN

Kraj	Vydavatelé ¹¹	Tituly ¹²	Náklad	Remitenda
Česká republika	19	153	151 835 743	22 094 944
Hlavní město Praha	5	8	145 232 813	22 069 206
Středočeský kraj	2	-	-	-
Jihočeský kraj	2	-	-	-
Plzeňský kraj	-	-	-	-
Karlovarský kraj	-	-	-	-
Ústecký kraj	-	-	-	-
Liberecký kraj	1	1	16 200	1 105
Královéhradecký kraj	3	3	542 570	24 633
Pardubický kraj	1	-	-	-
Vysočina	1	-	-	-
Jihomoravský kraj	3	1	451 440	-
Olomoucký kraj	1	1	14 500	-
Zlínský kraj	-	-	-	-
Moravskoslezský kraj	-	-	-	-

¹¹ Započítávají se pouze vydavatelé s převažující činností ve vydávání novin.

¹² Započítávají se pouze vydané novinové tituly a jejich náklad.

Ministerstvo sleduje také statistiky titulů periodického a neperiodického tisku, ovšem nerozlišuje regionální a celostátní úroveň.

Dominantní roli ve vydávání regionálního tisku má dlouhodobě vydavatelství Vltava Labe media, které vydává Denik.cz. Historickému vývoji, který obnášel jak etapy centralizace a skupování regionálních médií, tak etapy rozvoje regionálních redakcí, se opět věnuje zejména Waschková Císařová ve svých výzkumech.⁸

Regionální TV

Díky potřebě licence pro TV vysílání jsou data o počtu regionálních televizí lépe dostupná než u regionálního tisku. Podle výroční zprávy Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) z roku 2021 bylo uděleno 31 licencí televizního regionálního/místního vysílání.⁹ Přesto nelze tvrdit, že by v oblasti regionálních TV byla situace přehledná a lehkou popsatelná. Vysílání je nedostatečně monitorováno, vymáhání pravidel nefunguje dobře. V roce 2020 Oživení analyzovalo smluvní zajištění televizních programů, který si nakupují kraje. Některé kraje, například Moravskoslezský, mají smlouvy i se 4 televizemi, v některých krajích naopak takové vysílání není zajištěno vůbec. Zjistili jsme několik porušení, která RRTV obtížně vymáhá. Viz příklad Liberecké TV níže v textu.

Naprostý nedostatek přehledu panuje v zajišťování městských a obecních televizí. Jedním z příkladů, na kterém lze demonstrovat obtížné rozplétání vztahů, je Městská TV Příbor. Na oficiálních stránkách města je TV uvedena s rozpisem reportáží a odkazem na stránky televize Local TV Příbor.^{10 11} Smlouvu¹² má město uzavřenou s paní Mgr. Irenou Nedomovou, která zároveň na webu televize figuruje jako jediný kontakt na redakci. Na webu televize už lze dohledat, že patří do mediální skupiny Pohoda.¹³ Podle dat ze státní poklady byla v letech 2018 až 2021 příjemcem peněz od města Příbor firma Local TV Plus s.r.o. – součást mediální skupiny Pohoda. A to přesto, že nefiguruje jako dodavatel ve smlouvě. Obdobně není jednoduché zjistit, že stejná firma stojí i za městskou televizí v Orlové – iTVO.¹⁴ Na stránkách webu města chybí veškeré informace nebo kontakty, stejně tak nejsou uvedeny na youtube

⁸ Stručně popsán vývoj do roku 2012 v příspěvku konference Člověk a média -

http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2012_podzim.pdf

⁹ <https://www.rrtv.cz/cz/files/zpravy/VZ2021.pdf>

¹⁰ <https://www.televize-pribor.cz/televize/>

¹¹ <https://www.pribor.eu/kontakty-a-media/mestska-televize/>

¹² <https://www.vhodne-uvarejneni.cz/index.php?m=xenorders&h=order&a=detaildocumentsandimages&rwr=tvorba-programu-do-vysilani-local-tv-mestska-televize-pribor-2>

¹³ <https://www.pohodamedia.cz/>

¹⁴ <https://www.mesto-orlova.cz/cz/zpravodajstvi/itvo/>

kanále TV.¹⁵ To, že TV patří pod Local TV Plus s.r.o. lze zjistit až ze stránek firmy, kde uvádí všechny své městské televize.

Sítě vydavatelů, mediální skupiny

Mediální skupina A11, s.r.o., zakoupila majoritní podíl v Regionální TV CZ, s.r.o. v červnu roku 2022 od Valentovi skupiny Our media, a.s. Our media je mediální společnost vlastnický propojena se senátorem a krajským zastupitelem Ivo Valentou. V portfoliu A11, s.r.o se nachází i lokální tisk zdarma, například vydává měsíčníky *Náš region* a měsíčníky pro městské části Prahy.

Regionální TV ČR, která pokrývá všechny regiony, navazuje spolupráci s dalšími regionálními TV a lze říct, že zastřešuje regionální televizní vysílání v ČR. Podle webu Regionální televize spolupracuje s více než stovkou lokálních, regionálních a internetových televizí a ročně odvysílá téměř 11 tisíc reportáží z moravských, českých a slezských regionů.¹⁶

Mediální skupina A11 vydává pouze své tituly, jiná vydavatelství ve svém portfoliu mixují jak vydávání radničních zpravodajů, tak vlastních bezplatných titulů. Mezi takové společnosti patří Český domov Mediahouse (dříve Strategic Consulting). Společnost vydává 48 titulů. Podobně funguje i Regionální vydavatelství. Vzniklo z reklamní agentury, majitel Jan Ondruš dříve pracoval pro Strategic Consulting¹⁷. Tyto mediální skupiny zcela rezignují na profesionální novinařinu, cílem je prodej inzerce.

My řešíme vaši propagaci, vy rozvíjete váš byznys

- Na druhé straně je vždy profesionál**
Naši inzertní poradci jsou profíci. Ročně zpracují a administrují až 4 000 objednávek do 60 různých novin a časopisů. A to už je pořádná porce.
- Jste vždy v pohodě**
Trochu spolupráce od vás budeme potřebovat. Bez podkladů a pár základních informací to přece jen nejde. Ale zbytek práce už je na nás – zvolíme formu, graficky zpracujeme a navrhne vhodná média.
- Dárek za vyplnění formuláře**
Vkládáte do našich rukou propagaci vaší firmy. Je tedy fér, když vás hned na začátku odměníme. Ziskáváte 10 % slevu na první inzerát.

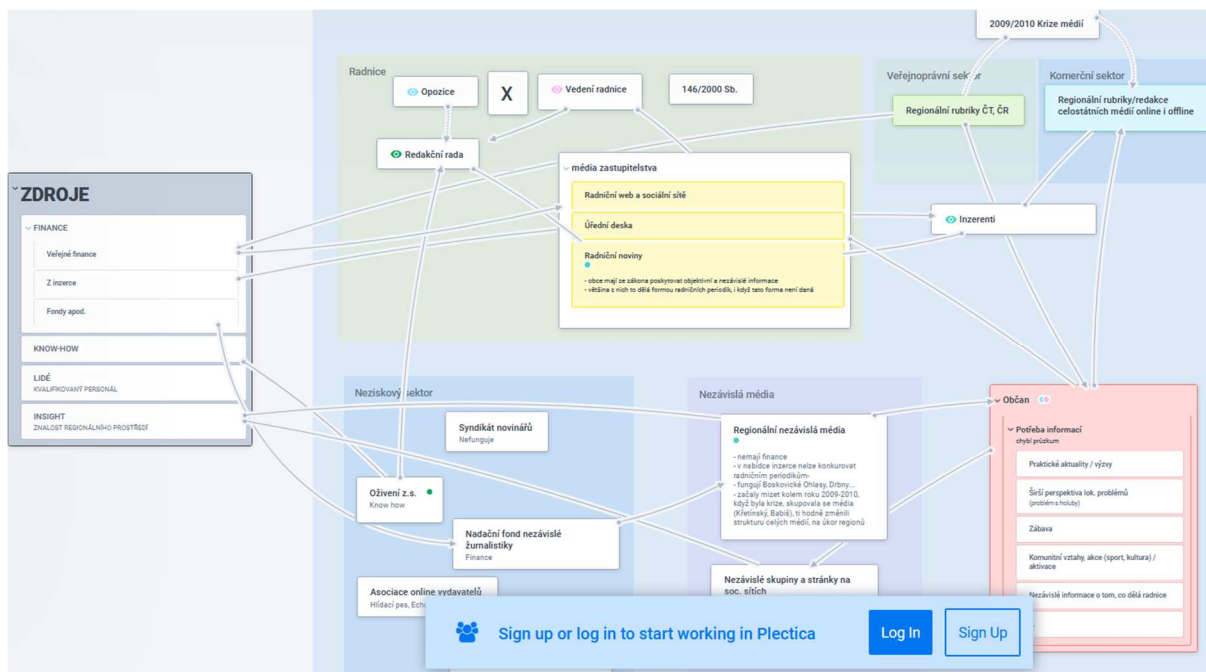
Zmapování disproporčních vztahů na poli informovanosti občana

Následující grafika zobrazuje zmapování disproporčních vztahů na poli informovanosti občana ve věcech regionálního charakteru. Mapa vychází z frameworku 5R, který nahlíží na systémový problém pomocí pěti dimenzí – Rules, Roles, Relationship, Resources a Results. V centru celého systému stojí občan a jeho potřeby, zpracování se dívá na celou problematiku jeho optikou.

¹⁵ https://www.youtube.com/channel/UCPQDf3iyUiehrLLJMPS_CaQ

¹⁶ <https://www.regionálnitelevize.cz/o-nas>

¹⁷ <https://jirisochor.cz/2020/04/20/jan-ondrus-regionalni-vydavatelstvi/>



Kromě samotných radničních periodik patří mezi klíčové aktéry veřejnoprávní a komerční média celostátního charakteru a jejich regionální redakce. Problémem však je, že od krize médií, která započala v letech 2009-2010 příchodem chytrých technologií a změnou vlastnických vztahů českých mediálních domů, přestala komerční média pokrývat regionální témata v dostatečné míře a s adekvátní znalostí specifik místního prostředí. Nemenší roli hrají také dále nezávislá média, inzerenti a neziskový sektor. Fungování výše zmíněných aktérů stojí na čtyřech pilířích. Nezbytnými zdroji pro jejich činnost jsou finance. Ty je možné získávat buď z veřejných rozpočtů, z inzerce či různých fondů. Dále je potřeba vzhled do místní problematiky, znalost a reflexe lokálního prostředí. Dalším důležitým aspektem je know-how, potřebné pro odvádění kvalitní žurnalistické práce. Poslední pilíř tvoří lidské zdroje. Těch by měl být nejen dostatek, ale měly by mít také adekvátní kvalifikaci, a především pak motivaci informovat občany v regionu kvalitně, objektivně a na úrovni.



Zmíněné zdroje jsou distribuovány disproportčně mezi jednotlivé aktéry i přesto, že každý z aktérů plní nezastupitelnou roli v tomto informačním ekosystému a potřebuje podporu a podmínky umožňující jeho kvalitní fungování. Nejhorší podmínky pro své fungování mají lokální nezávislá média, která ale mají největší potenciál plnit potřeby občana být objektivně a kvalitně informován o děním v regionu. Pro tato média je stávající situace prakticky likvidační. Identifikovali jsme také vysoký práh pro vznik nových nezávislých médií. Tomu napomáhá také prakticky neexistující tradice, na kterých by tento typ médií mohl stavět, vč. jejich demokratické funkce v české společnosti. Navazujícím problémem je

obecně chybějící mediální gramotnost a s ní spojená osvěta. Výsledkem je začarovaný kruh nedostatku know-how, financování, personálního obsazení i samotných zpravodajů, a především motivace pro vznik nových médií. Nepomáhá ani rozdílná úroveň jednotlivých regionů.

Neziskový sektor se snaží situaci přispět k vyrovnání dysbalance systému doplněním potřebných zdrojů. Je ale neorganizovaný, roztříštěný a sám se potýká s nedostatkem zdrojů.

2. Finanční zdroje lokálních a regionálních médií

Jedním z hlavních problémů nejen lokálních médií v České republice je financování. Je obtížné uchopit finanční zdroje a ekonomické vztahy celistvě, proto tato kapitola nenabízí vyčerpávající přehled, ale spíše několik postřehů, které vyplynuly z dat ve státní pokladně.

Analýza ukázala, jak televize silně promlouvají do regionálního mediálního trhu. Níže uvedený přehled financování ukazuje, že do některých regionálních TV směřuje dostatek financí, problémem je nekvalita a neprofesionalita jejich programů, zejména, pokud se zaměříme na zpravodajství a publicistiku.

Velké objemy z veřejných financí čerpají i soukromí vydavatelé radničních zpravodajů, jako jsou Regionální vydavatelství nebo Český domov Mediahouse (dříve Startegic COUNSULTING) – v Hlídači státu mají obě firmy od roku 2016 uzavřeno shodně 101 smluv v hodnotě 146 milionů, respektive 62 milionů korun. Další příjmy tvoří lokální inzerce, kdy obě firmy nabízejí masivní obchodní oddělení namísto kvalitních novinářů a redakcí.

Televize

Televize s nejvyšší účastí ve výběrových řízeních 2018-2021:

televize	účast v zakázkách	vyhrané zakázky	úspěšnost
POLAR televize Ostrava, s.r.o	28	23	82%
VČTV s.r.o.	11	8	73%
PRAHA TV s.r.o.	10	7	70%
TV MORAVA, s.r.o.	9	9	100%
ZAK TV s.r.o.	9	8	89%
JTV a.s.	7	6	86%

Jako příklad symbiózního vztahu mezi médii a samosprávami může posloužit TV Morava, která za čtyři roky získala z veřejných rozpočtů více než 19 milionů korun, a to téměř výhradně od Statutárního města Olomouc a Olomouckého kraje, a má stoprocentní úspěšnost ve výběrových řízeních, kterých se účastnila.

O tom, že neexistuje systém regulace vztahů mezi soukromými médii a veřejnými institucemi, svědčí i velmi různorodá situace v krajích, stejně jako částky, které kraje soukromým televizním společnostem vyplácejí. Částky se pohybují v desítkách milionů korun. Z celkové částky 146 milionů, kterou kraje zaplatily za 4 roky, vydaly 3 kraje – Moravskoslezský, Středočeský a Olomoucký - 73 % této částky.

Finanční prostředky uvedené v tabulkách níže jsou skutečně zaplacené částky, tak jak jsou evidovány ve státní pokladně. Nejde tedy o pouhé rámcové částky ze smluv, přesto je nutné považovat tato data za orientační. Chybí zejména podrobnější údaje, které by oddělovaly nákupy reklamy od poskytování zpravodajství a dalších mediálních formátů.

kraj	celková částka	počet TV
Moravskoslezský kraj	57 067 704,55 Kč	4
Středočeský kraj	33 482 212,50 Kč	2
Olomoucký kraj	15 407 601,10 Kč	3
Jihočeský kraj	9 912 878,10 Kč	3
Zlínský kraj	9 619 328,00 Kč	3
Plzeňský kraj	8 536 096,58 Kč	2
Liberecký kraj	4 277 434,70 Kč	1
Královéhradecký kraj	4 238 222,00 Kč	1
Karlovarský kraj	2 209 460,00 Kč	1
Pardubický kraj	503 569,00 Kč	1
Ústecký kraj	375 100,00 Kč	1
Kraj Vysočina	48 000,00 Kč	1
Jihomoravský	- Kč	
celkem	145 677 606,53 Kč	

Většina televizí poskytuje své služby více městům a krajům zároveň
Case of POLAR TV – Top ten public procurers between 2018 – 2021.

televize	POLAR televize Ostrava, s.r.o.
Město Bruntál	2 013 080,00 Kč
Město Frydlant nad Ostravicí	2 013 440,00 Kč
Město Orlová	2 393 864,00 Kč
Město Studénka	2 807 200,00 Kč
Statutární město Opava	5 504 090,35 Kč
Město Nový Jičín	7 703 465,00 Kč
Statutární město Frýdek-Místek	9 673 296,60 Kč
Statutární město Havířov	10 255 996,30 Kč
Statutární město Karviná	10 876 690,00 Kč
Statutární město Ostrava	15 890 696,10 Kč
celkem	69 131 818,35 Kč

Tištěná média

Příklad Haná press, s.r.o. - vydavatel Večerníku a internetových stránek vecernikpv.cz. Je veden jako nezávislé místní médium. Podle údajů ze státní pokladny je však zřejmé, že jedním z významných zdrojů jsou veřejné prostředky.

V období 2018 - 2021 obdržela společnost Haná press, s.r.o. od deseti obecních úřadů a jejich příspěvkových organizací částku 5 794 390,00 Kč. Většina plateb se pohybuje v řádech desetitisíců a je určena převážně na nákup inzertního prostoru. Dvě instituce však mají s Haná press uzavřeny smlouvy většího rozsahu.

Statutární město Prostějov zaplatilo ve sledovaném období celkem 2 257 605,00 Kč, z toho v roce 2021 více než 880 000,00 Kč. V registru smluv lze nalézt smlouvu na vydávání Prostějovského radničního listu v letech 2020-2022 za 718 200,- Kč, která byla dodatkem v roce 2022 navýšena na 1 045 750,- Kč, a zároveň jsou součástí inzertních zakázek magistrátu, např. na předvolební přílohu tištěného večerníku Život ve městě II.

Příklad ukazuje symbiózu mezi novinami a politiky v lokalitě. Je zřejmé, že v takovém vztahu nemůže fungovat základní princip demokratické kontroly a noviny tuto funkci neplní. Zároveň se stírá rozdíl mezi informováním a reklamou. Dodávání redakčních novin funguje na principu, že zadavatel dodává podklady a materiály pro obsah, "noviny" je pouze zpracovávají a posílají ke kontrole před zveřejněním.

Finanční napojení médií na veřejné peníze, o kterých rozhoduje vždy příslušné politické vedení, je jednou z hlavních příčin, proč v regionech převládá nekvalitní a neprofesionální zpravodajství. Je evidentní, že nefunguje předpoklad, že si kvalitní média občané sami vymůžou. Právě v této oblasti by měl stát lépe monitorovat situaci a také nastavovat pravidla.

3. Analýza vybraných zpravodajských kanálů samospráv

Zpravodajské kanály samospráv

Jak již bylo zmíněno výše v textu, uvolněný prostor nezávislých médií nevíce zaplnili média, která financuje nebo přímo vydává místní, respektive regionální samospráva. S rozvojem internetu a snižování technických nákladů na šíření informací dnes obce, města a kraje nabízejí – regionální televizní vysílání, tištěné radniční zpravodaje s distribucí zdarma do schránek¹⁸, mobilní rozhlas, další zpravodajství na svých webech a dramatický rozvoj zažívají sociální sítě. **Všechny formáty mají stejné charakteristiky – zdrojem a iniciátorem jsou politici nebo jejich tiskové oddělení, na straně těch, kteří obsah vytváří často chybí nezávislost (jsou přímo podřízeni politikům) a/nebo dodržování profesních standardů.**

Tiskový zákon č. 46/2000 Sb., definuje periodický tisk územní samosprávy. V případě ostatních médií a komunikace na sociálních sítí je vydávání zcela neregulované. Regulaci podléhá vysílání televizního zpravodajství, na které dohlíží Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, její schopnost nějak regulovat trh regionálního televizního vysílání je však omezená.

U zpravodajů převládá vydávání přímo samosprávami, což zjednodušuje monitorování a dohled nad dodržováním pravidel. I tady však existují desítky měst, které část nebo kompletní vydávání zajišťují smluvně. Naopak u televizního vysílání fungují primárně soukromé. Smluvní vztahy přináší další problémy a jsou značně netransparentní. Velice často si samosprávy zjednávají do smluv dohled nad reportážemi před vysíláním, smlouvy prezentují jako zajištění reklamy, ale výsledné pořady se snaží diváka přesvědčit, že jde o běžné zpravodajství – pojmenováním programů, stylem studia a vystupováním moderátora/moderátorky. U tištěných zpravodajů jsou smluvní zajištění ještě rozmanitější.

Oživení zaslalo po [analýze krajských zpravodajů](#) v roce 2020 čtyři podněty na porušení zákazu vést volební kampaň v médiích kraje a 9 podnětů k Radě pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) pro nedodržování objektivitu a vyváženosti ve zpravodajském vysílání, které si kraje nakupují.

RRTV provedla několik vlastních šetření na základě našich podnětů. Soupis všech kroků RRTV je dostupný ve výroční zprávě z roku 2021 - <https://www.rrtv.cz/cz/files/zpravy/VZ2021.pdf>.

Případová studie – Liberecká Televize – jak funguje dozor nad médii v ČR

Analyzovali jsme smlouvu mezi Libereckým krajem a Libereckou televizí, s.r.o., která je místní zpravodajskou společností. Podle této smlouvy Liberecká TV dodávala televizní zpravodajství o místních událostech. Smlouva měla zásadní nedostatek, protože umožňovala zadavateli kontrolovat a schvalovat videospoty (označené jako zpravodajství) před jejich odvysíláním, čímž umožňovala politickému vedení Libereckého kraje cenzurovat to, co se bude vysílat. To je v rozporu s ustanovením zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, které stanoví povinnost provozovatele vysílání vysílat vlastním jménem, na vlastní účet a na vlastní odpovědnost a nést odpovědnost za obsah vysílání.

Na Radu pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen "Rada") jsme se obrátili a na toto pochybení upozornili v listopadu 2020. V květnu 2021 Rada rozhodla o upozornění Liberecké televize na zjednání nápravy. Později jsme se seznámili s novou smlouvou mezi výše uvedenými subjekty a zjistili, že podstata popsaného problému zůstala nezměněna. V listopadu 2021 jsme Radu kontaktovali znovu, tentokrát i s návrhem na možnost udělení pokuty za přestupek. Rada však podala pouze připomínky, které byl zhotovitel (Liberecká

¹⁸ ne ve všech obcích funguje distribuce zdarma přímo do schránek, občas je zpravodaj zpoplatněn a k zakoupení ho mohou občané v informačních centrech, na radnici atd.. Např. Vysoké Mýto, Polička? Litomyšl? Stále však převažuje model s plošnou distribucí.

TV) povinen akceptovat. Přestože existovala nová smlouva mezi Libereckou TV a Libereckým krajem, příběh se opět opakoval a v dubnu 2022 jsme Radu kontaktovali naposledy. Rada nakonec rozhodla o zahájení přestupkového řízení, které v současné době probíhá.

Radniční zpravodaje

Radniční zpravodaje zůstávají primárně PR nástrojem, přestože je to již 10 let od novelizace tiskového zákona. Oživení monitoruje zpravodaje již od roku 2006 – přestože se proměňují některá sledovaná kritéria – například klesl podíl zneužívání radničního zpravodaje k neférovému očerňování politických protivníků – primárně má informování o dění podobu pochvalného zhodnocení úspěchů aktuálně vládnoucí reprezentace.

Z předvolební analýzy 50 radničních zpravodajů největších měst v roce 2022 vyplývá, že u více než třetiny z nich stále chybí jakýkoliv prostor pro opozici. Většina měst a obcí si ve vlastních pravidlech stanovuje, že bude ve zpravodajích podávat objektivní a vyvážené informace. Toho ale nemohou docílit, protože obsah je dominantně pod kontrolou politického vedení. Obdobně vycházejí výsledky z monitoringu předvolebních čísel krajských zpravodajů.¹⁹

[Pilotní obsahovou analýzu radničních periodik](#) provedl také PhDr. Jaromír Volek, Ph.D ve spolupráci se společností Focus. Uvedená analýza obsahovala odlišný vzorek i jiné metody, dospěla však k obdobným závěrům a doporučením.

Dotazníkové šetření mezi redaktory radničních zpravodajů

Oslovili jsme s dotazy i všechny redakce analyzovaných radničních periodik. Na dotazy odpovědělo 14 z nich, dvě třetiny dotázaných potvrdily, že články podléhají částečně či plně kontrole vedení radnice. Pouze 16 % redaktorů má novinářské vzdělání a 75 % z nich by ocenilo profesní vzdělávání pro novináře. Redakční práce navíc tvoří v průměru polovinu, leckdy i jen 20 % pracovní náplně redaktora, nemá tedy pro kvalitnější výstupy ani prostor. 63 % dotázaných by ve své práci ocenilo personální posily.

Podle 9 % redaktorů podléhá obsah článků plně kontrole vedení města; 55 % dotázaných odpovědělo, že kontrole podléhají články částečně. 18 % by ocenilo větší nezávislost redakce na vedení města. Tyto závěry korespondují s výsledky obsahové analýzy zpravodajů o vysoké míře kontroly obsahu ze strany vedení města.

Jak se radniční zpravodaje podílí na krizi lokální žurnalistiky

Problém objektivity a vyváženosti prezentovaných informací souvisí úzce s tím, že redakční radu zpravodaje jmenuje v 85 % rada města (z 50 analyzovaných). Téměř v polovině analyzovaných obcí není v redakční radě zastoupena opozice vůbec, v další třetině v tak malém počtu, že nemohou mít na podobu zpravodaje žádný reálný vliv. Redakci ve většině tvoří zaměstnanci tiskového oddělení samospráv. Důsledek je jednoznačný – ve většině případů chybí profesní znalosti, jak redakčně zpracovávat informace, tak, aby naplňovaly požadavek objektivity a nezávislosti.

U všech typů médií, které jsou vydávány přímo samosprávami chybí regulace pro jejich financování. U radničních zpravodajů to znamená, že většina doplňuje financování zpravodaje příjmy z inzerce. Ta je ze své podstaty zaměřena na lokální/regionální firmy. Pro ně zpravodaje nabízí velkorysou možnost inzerovat v médiu, které je zdarma distribuované všem občanům v samosprávě. Tím ztěžují pozici nezávislým lokálním médiím, která se bez inzerentů neobejdou.

V pohledu na situaci radničních zpravodajů dlouhodobě chybí hlas čtenářů, tedy občanů. Bezplatná distribuce neumožňuje získat zpětnou vazbu čtenosti, není jasné, jak občanům vyhovují informace,

¹⁹ https://www.oziveni.cz/wp-content/uploads/2020/10/Infolist_kraje_2020.pdf

kteří získávají. Z poradenské činnosti Oživení nicméně víme, že všechny politické problémy se nakonec do zpravodajů promítají – buď začne fungovat jako pole pro boje vedení a opozice nebo se postupně zhoršuje cenzura, aby zůstal zachován pozitivní obraz vedení radnice.

Příkladem značné cenzury je například zpravodaj města Kladna a jeho neschopnost přinést základní informace o sporu města se Středočeským krajem o platby za dopravní obslužnost.²⁰

Vyskytují se i bizarní případy, kdy si politici vydávají vlastní tiskoviny, které mají s radničním zpravodajem snadno zaměnitelnou podobu. V případě posledních komunálních voleb uskupení Krásné Letňany v čele s miliardářem Pavlem Sehnalem rozeslalo do schránek napodobeninu Letňanských listů, ve kterém představuje vlastní program. O celém případě informoval server novinky.cz.²¹

Obsahová analýza radničních periodik

Oživení provádí pravidelně před komunálními volbami analýzu obsahu radničních periodik. Cílem je podle jednotné metodiky vyhodnotit obsah radničních zpravodajů, které jsou místními médii veřejné služby. Obdobně jako u celostátních tzv. veřejnoprávních médií, jsou tato periodika vydávána pod určitou veřejnou autoritou a za veřejné peníze s cílem informovat občany o dění v místní samosprávě.

Hlavním ukazatelem našeho hodnocení obsahu periodik je index BENEFIT. Ten pomocí několika indikátorů měří, nakolik je obsah periodika přínosný pro občany z hlediska možnosti svobodného utváření názorů o poměrech v místní samosprávě a možnosti zapojení občanů do veřejné debaty a řešení veřejných záležitostí.

Pozitivní ukazatele	Negativní ukazatele
Plocha, na které se referuje o činnosti politiků a radnice, tzv. politická plocha (POP)	Politická plocha anonymní, u které není znám autor (ANON)
Plocha s alternativními názory na politiku vedení města (ALT)	Politická plocha s poškozující formou, na které dochází zpravidla k dehonestaci názorových oponentů (ironizace, nápravné komentáře atp.) (POŠK)
Plocha s informacemi o budoucím rozhodnutí (BUD)	Nadstandardní počet zmínek v textu o vedení města (starosta + členové rady)
Plocha s informacemi o usneseníh orgánů samosprávy (USN)	Nadstandardní počet fotek politiků ve vedení města (starosta + členové rady)

Hlavním nástrojem pro měření míry objektivity a názorové plurality obsahu periodik je v naší studii index různosti názorů (IRON), který vyjadřuje podíl plochy s alternativními sděleními (ALT) vůči ploše periodika, na níž se referuje o činnosti orgánů samosprávy – tzv. politické plochy (POP).

Čím vyšší je index IRON, tím je dané periodikum názorově pestřejší, lze v něm najít také jiné názory na místní politiku, což je přínosné pro veřejnou diskuzi a svobodnější tvorbu názorů na místní politické vedení radnice.

Výsledky analýzy-doporučení pro samosprávy

Na základě analýzy (která je datovou přílohou dokumentu) uvádíme faktory, které vedly k lepším výsledkům z hlediska přínosnosti pro občany i vyšší míry názorové plurality.

- Redakční rady

Na žádoucí fungování redakční rady má vliv její institucionální ukotvení v rámci samosprávy, tedy otázky spojené s jejím formálním ustanovením a statutem. V 86 % případů zkoumaného vzorku je redakční rada jmenována radou samosprávy či primátorem. V obou těchto případech se jedná o střet zájmů, vedení radnice uplatňuje přímý vliv na obsah zpravodaje. **Pokud ustanovuje redakční radu vedení města, názorová pluralita zpravodaje se snižuje.**

²⁰ <https://hlasnatrouba.cz/samosprava/Kladno>

²¹ <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-miliardar-sehnal-zkopiroval-radnicni-mesicnik-v-praze-letnanech-a-vydal-v-nem-svuj-program-40407365>

Na názorovou pestrost obsahu má přímý vliv počet členů opozice, zastoupených v redakční radě. Přítomnost opozice v redakčních radách vede k většímu tlaku na uveřejňování názoru opozice. **Názorová pluralita se v případě přítomnosti opozice v redakční radě významně zvýší.**

- Vnitřní pravidla pro vydávání periodik

34 % sledovaných samospráv nemělo implementováno žádná pravidla pro vydávání periodik. V takových případech tedy probíhá činnost značně neformálně, pravděpodobně bez určení jasných pravomocí a odpovědností za tvorbu obsahu. Lze předpokládat, že v takovém prostředí je mnohem snazší ovlivňovat nežádoucím způsobem obsah periodika ve prospěch aktuálně vládnoucí politické síly. Analýza dat potvrdila, že **v případě existence psaných pravidel byla názorová pluralita významně vyšší než v případě vydavatelů bez těchto pravidel.** Existence pravidel, pokud upravují alespoň základní parametry pro zajištění objektivitu a vyváženosti, je jednoznačně výchozím předpokladem pro vyšší objektivitu a názorovou pestrost obsahu periodik referujících o činnosti orgánů a úřadu místní samosprávy. Základním doporučením pro města a obce tak je, aby si vytvořila vnitřní pravidla pro vydávání zpravodaje.

- Informace o budoucích rozhodnutích

Velikost plochy, kterou ve zpravodaji zaujímá informování občanů o budoucích rozhodnutích, na které mohou mít lidé přímý vliv, odráží tendence radnice zapojovat občany do veřejného rozhodování. Aby se lidé mohly občansky zapojit, vyjádřit své preference ve veřejné debatě a působit na své zastupitele, musí být o těchto možnostech informováni. U zpravodajů, které obsahovaly alespoň nějaké informace o budoucím rozhodnutí nabýval index IRON i BENEFIT vyšších hodnot než u těch zpravodajů, které neobsahovaly žádnou zmínku o budoucím rozhodnutí. Z naší analýzy tedy vyplývá, že **ty redakce, které se snaží ve svých zpravodajích informovat o budoucích rozhodnutích samosprávy, zároveň připouštějí vyšší pluralitu názorů v obsahu.**

- Anonymní politická plocha

Anonymní plochou rozumíme plochu textu, která nemá uvedeného svého autora (ani redakční zkratku zřetelně identifikující konkrétního autora). V obecné rovině texty, které jsou publikovány anonymně, vytváří snazší prostor pro cenzuru a očerňování odpůrců. V případě radničních zpravodajů usnadňují anonymní texty účelovou a nekritickou prezentaci politického vedení. Z naší analýzy vyplývá, že **zpravodaje s nízkou anonymní plochou připouštějí vyšší pluralitu názorů v obsahu.**

- Propagace politického vedení samospráv

V obsahu místních zpravodajů se běžně zmiňují a zobrazují představitelé místní samosprávy, zejména pak představitelé místní exekutivy, kteří mají na místní politiku dominantní vliv (např. starostové, radní). Jde tedy o zcela běžnou a přirozenou složku místního zpravodajství. Zároveň to však může být nástroj pro neúměrnou politickou agitaci těchto představitelů na úkor poskytování objektivních a vyvážených informací o místním politickém dění. Základním kritériem pro hodnocení míry politické propagace v periodikách v naší analýze je počet zmínek a fotografií starosty (hejtmana, primátora) a radních (místostarostů, náměstků), který je vyjádřen počtem zmínek a fotek na standardizovanou stránku A4 politické plochy. Díky tomu můžeme přesně porovnávat koncentraci zmínek a fotek u periodik různých formátů. **Z naší analýzy vyplývá, že ty zpravodaje, které zmiňují vedení města méně dosahují lepších výsledků v celkovém hodnocení.**

- Poškozující forma politické plochy

Přítomnost poškozující formy zásadně poškozuje úroveň veřejné debaty v periodiku a snižuje šance na vyváženou výměnu názorů. Většinou se projevuje cílenou dehonestací názorových oponentů (jedinců či skupin) ironizováním, překrucováním jejich výroků či činů, uveřejňování nápravných komentářů bez možnosti adekvátní obrany.

Porovnání výsledků analýzy s předchozími ročníky

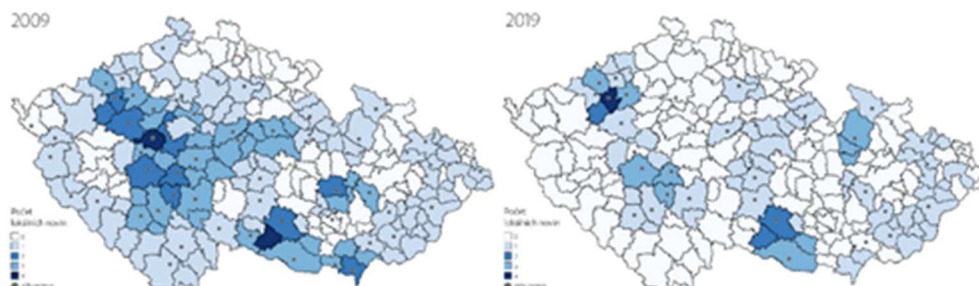
Potěšující zprávou je, že řadě hodnocených oblastí došlo k lehkému zlepšení v porovnání s analýzou z let 2018, 2014 a 2006. O 15 % víc samospráv má stanovena svá vnitřní pravidla k vydávání periodik než v roce 2018. Velmi lehce se zvýšilo informování občanů o budoucích rozhodnutích samospráv (o 0,35 %); počet anonymní plochy zůstává prakticky stejný, ke zlepšení došlo ve velikosti plochy s poškozujícím obsahem o 0,11 %. Lehce ubyla i plocha politické propagace, a to o 0,19 zmínek na 1 A4 stránku POP.

4. Závěry z kulatého stolu – definice největších potíží lokální žurnalistiky a navrhovaná nápravná opatření

V rámci projektu se setkali novináři, editoři, vydavatelé a výzkumníci u jednoho kulatého stolu, a snažili se definovat základní problémy lokální žurnalistiky a současně nalézt shodu na vhodných opatřeních k nápravě krizové situace. Shoda nebyla nalezena lehce, na následujícím výčtu bodů se přítomní dohodli. Před konáním kulatého stolu všichni vyplnili dotazník, z odpovědí uvádíme procentuální shodu.

Postup “informačních pouští”

Jak dokazuje [výzkum](#) Lenky Waschkové Císařové z roku 2019, který na kulatém stole prezentovala, v průběhu deseti let došlo k úbytku nezávislých lokálních médií z 60 na 29 titulů. Místo klasických lokálních médií navíc zaujímají řetězce (Nationwide regional daily prints), které ve svém obsahu nahrazují místní informace zprávami krajskými, či celostátními.



V řadě oblastí tak nenalezneme média nezávislá (tedy nekontrolovaná samosprávou) a lokální (obsahující skutečně místní informace. Vznik informačních pouští, tedy míst, která nejsou pokryta nezávislým médiem, má za následek snížení volební účasti, dražší veřejné zakázky a absenci dohledu nad místními politiky. Prázdný mediální prostor pak naplňují média závislá na místní samosprávě, která jsou často zneužívána k propagaci vedení města a někdy i zamezují názorové pluralitě.

Ekonomický model, systém finanční podpory médiím

Vydávání lokálních médií není v současné době ekonomicky udržitelné.

Všichni účastníci kulatého stolu se domnívají, že je třeba zavést finanční podporu médiím z veřejných prostředků. Na podobě finanční podpory nepanuje jasná shoda. Přes 60 % míní, že by podporu médiím měla zajišťovat státní instituce, další by volili soukromé fondy (jako již existující [nadační fond pro nezávislou žurnalistiku](#)), nebo profesní organizace.

Ohledně formy dotace se k 90 % vyslovilo pro přímou dotaci na provoz (jako funguje například v Kanadě, Francii, Rusku a Rakousku). Z nepřímé dotace se jako optimální možnost jeví snížení DPH u tisku, či snížení poštovních sazeb pro periodika. Případně kombinaci obou druhů podpory.

V případě zavádění finanční podpory médiím je třeba ohlídat riziko účelově vytvořených médií.

Většina přítomných odborníků se vyslovila pro to, aby byla finanční podpora navázána na kritéria kvalitní žurnalistiky.

Nízká míra profesionalizace, nastavení kritérií kvalitní žurnalistiky a seberegulace médií

Přítomní odborníci se shodli, že regiony jsou zahlceny formáty, které nedosahují kvalit zpravodajských médií, jsou zatíženy zájmovými tlaky, vazbami a nepřehlednou vlastnickou strukturou. Za problematické také označili nízkou míru profesionality novinářů a neexistenci jednotných novinářských standardů.

Většina přítomných odborníků považuje za žádoucí, aby si i soukromá lokální média nastavila sebe regulační mechanismy. Mezi dílčími stávajícími sebe regulačními mechanismy neexistuje provázanost, novináři si nastavují vlastní a vydavatele odlišné.

S tím souvisí i požadavek společných etických kodexů, která by platila pro všechny mediální platformy a přispívala k celkové transparentnosti.

Přes 65 % přítomných považuje za problém nízkou míru profesionalizace novinářů. Tento problém je provázán s nízkými personálními kapacitami, nedostatkem zdrojů, nízkou společenskou prestiží postu regionálního novináře.

Střet zájmů vlastníků soukromých médií, nepřehledné vlastnictví a vazby, zájmové tlaky

Politici mají podle zákona o střetu zájmů zakázáno vydávat periodika, či provozovat rozhlasové a televizní vysílání. Zákon však nepostihuje případy, ve kterých není politik formálním provozovatelem média, uplatňuje na něj ovšem vliv, například přes světecký fond. Vedení online médií není za střet zájmů považováno vůbec.

Jednotným požadavkem účastníků kulatého stolu je úprava současného stavu a celkové posílení dohledu nad dodržováním zákona o střetu zájmů.

Podpora kooperace aktérů – vznik platformy pro sdílení

Účastníci kulatého stolu jednotně konstatovali, že jim chybí prakticky jakákoli koordinovaná kooperace odborníků na poli lokální žurnalistiky. Experti dublují svoje výzkumy, nesdílí závěry a chybí jim dostatečný prostor pro diskusi nad aktuální situací.

Proto jsme jako první krok vytvořili společnou skupinu, která slouží ke sdílení výstupů a vzájemnému informování.

Jako další společný problematický bod označili účastníci nedostatek kapacit na administrativní činnosti a shodně podpořili požadavek společného evropského grantu.