

## PRACOVNÍ CESTA RADY ČRO DO RADIO FRANCE A CSA

**PAŘÍŽ, FRANCIE  
21. – 22. ZÁŘÍ 2017**

### **ZPRÁVA Z CESTY**

**Rada Českého rozhlasu:  
PhDr. Petr Šafařík, člen**

**Dozorčí komise Rady ČRo:  
Mgr. Ing. Filip Hejl, předseda**

**Zástupci Českého rozhlasu:  
Mgr. Kateřina Konopásková, ředitelka výroby  
Ing. Zuzana Matějovská, vedoucí mezinárodního oddělení  
Jiřina Rodolphe, tlumočnice**

\* \* \*

**Radio France:  
Mrs Dominique Radanyi, Head of International Relations  
Mr Vincent Lemerre, Deputy Director of France Culture  
Mr Serge Schick, Director of Strategy and Marketing**

**CSA – Conseil Supérieur de l'Audiovisuel:  
Mrs Sylvie Pierre-Brossolette, členka CSA odpovědná za vztahy s veřejností**

\* \* \*

## 1. Jednání v Radio France

- Přivítání české delegace vedoucí mezinárodního oddělení paní Dominique Radanyi (omluva neúčasti pana Olivier Zegna Rata)
- stručná prezentace Radio France se zaměřením na výzvy posledního období. Radio France má ve svém portfoliu vysílání sedmi stanic včetně sítě 44 regionálních rádíl.



- FRANCE INTER je druhou nejposlouchanější stanicí ve Francii (každý den 5,8 miliónů posluchačů, což představuje 10,09% celkového podílu na trhu). Stanice vysílá jak zábavu, tak i vzdělávací pořady kombinované s pestrá skladbou různých hudebních žánrů podobně jako Rádiožurnál.
- FRANCE INFO představuje globální nabídku veřejnoprávních služeb iniciovanou France Télévision, Radio France, France Médias Monde a Národním audiovizuálním institutem (l'Institut National de l'Audiovisuel). Byla vytvořena 1. ledna 2016. Pro redakci pracuje 160 novinářů, kteří připravují více než 600 hodin reportáží vysílaných na webových stránkách franceinfo.fr za rok - 4,3 miliónů posluchačů každý den (8,1% podíl na trhu).
- FRANCE CULTURE - kulturní vysílání (historie, filozofie, věda, literatura, umění a kultura). Pouze mluvené slovo, na hudbu se zaměřuje France Musique. Záměrně se snažili programové schéma těchto dvou stanic odlišit, aby si navzájem nepřebíraly posluchače. 1,1 miliónů posluchačů každý den (2,1% podíl na trhu).
- FRANCE MUSIQUE- stanice věnovaná klasické hudbě a jazzu. Vysílá také koncerty dvou symfonických orchestrů – l'Orchestre philharmonique de Radio France a l'Orchestre national de France a také koncerty Pěveckého sboru Radio France a Dětského pěveckého sboru. 1,6% podíl na rozhlasovém trhu, posluchači ve věkové kategorii 50-64 let.
- FRANCE BLEU - regionální portfolio stanic chce své posluchače informovat, bavit a vzdělávat zároveň. Skládá se ze 44 regionálních stanic. Jde o jedinou síť rozhlasových stanic, která nabízí každý den informace lokálního charakteru.
- FIP - hudební stanice, která kombinuje různé hudební žánry - šanson, rock, world music, klasika, filmová hudba, jazz. Součástí je 6 webových rádií, která byly spuštěna v lednu 2016.
- MOUV' - hudební stanice, založená v roce 1997, která vysílá převážně hip-hop a je určena pro posluchače ve věkové kategorii 15 až 30 let podobně jako Radio Wave. Nabízí rozhlasové vysílání, webovou stránku a také aplikaci v mobilu.

#### Výzvy posledního období:

- Aktivita RF se v poslední době zaměřuje na přizpůsobení obsahu vysílání možnostem digitálního vysílání a trendům ve způsobu, jak lidé v současné době rozhlas poslouchají. Oproti minulosti, kdy byl jeden rozhlasový přijímač, je dnes v domácnostech cca 6 různých zařízení prostřednictvím kterých mohou členové domácnosti poslouchat obsah rozhlasového vysílání – televize, rádio, počítač, mobil, tablety apod. Díky podcastu může navíc posluchač poslouchat cokoli a kdykoli dle své libosti bez potřeby, aby seděl u rozhlasového přijímače. Proto se do statistik poslechovosti zahrnují i poslechy podcastů. Trendem jsou také kratší formáty.
- Za poslední rok se Radio France zaměřilo na dobudování televizních studií pro France Info – v Radio France se nachází celkem 3 (jedno jsme měli možnost si prohlédnout).
- Aktuálně se zaměřují na otázky, zda vysílání z televizního studia v Radio France lze považovat za televizní nebo rozhlasové vysílání. Hlavním důvodem pro spuštění kanálu France Info bylo zvýšení poslechovosti → to se povedlo (nárůst poslechovosti Radio France o 500 tisíc posluchačů oproti roku 2015, zejména díky globální nabídce France Info a zavedení nových webových rádií FIP a France Musique.)
- Byly vyvinuty aplikace pro smartphony a mobily – každá stanice je má k dispozici.
- Radio France a její stanice jsou přítomny na sociálních sítích – Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram apod., které výrazným způsobem přiblížily RF svým posluchačům. Posluchači okamžitě reagují na připomínky k vysílání. Sílu sociálních sítí využívá RF i pro sebepropagaci; konkrétní příklad: Došlo k přejmenování jednoho z oblíbených pořadů politické satiry, dopoledne zveřejnilo

France Inter na svých stránkách mystifikaci, že se pořad ruší, načež se strhla lavina reakcí na sociálních sítích (Facebook/Twitter) od nespokojených posluchačů. Odpoledne pak následovalo vysvětlení, že pořad se pouze přejmenoval. Radio France má tým v oddělení komunikace, který okamžitě reaguje v případě krizové komunikace (včetně sociálních sítí).

- Personální posílení zaměstnanců, kteří se věnují webovému obsahu (50 zaměstnanců)
- I nadále však platí, že výhodou rozhlasu je, že je blízko a lidé v něj mají důvěru.

**P. Šafařík poděkoval za přijetí a zorganizování tohoto setkání. Měl dotaz týkající se symbiózy společného vysílání rozhlasu a televize v rámci France Info. Jak je toto společné vysílání plánováno a organizováno?**

- D. Radanyi vysvětlila, že i když jde o společné vysílání 4 institucí - Radio France, France Television, France Media Monde a INA, každý má své vlastní týmy a rozpočty, které nejsou vzájemně propojeny.
- Důvodem pro zavedení vysílání France Info bylo čelit konkurenci komerčních informačních stanic (například ITele nebo BFM TV). Zaměřují se na *breaking news* a zejména *fact-checking*. Jde o projekt, který byl založen na redakčním konceptu s cílem využít synergický efekt a jedinečnost veřejnoprávních médií, nikoli na změně struktury.
- Televizní i rozhlasový kanál France Info jsou vysílány simultánně, jedná se o celodenní programy. Ne všechno, co je natáčeno, je vysíláno na France Info.

**Dotaz: Existují ve Francii hlasy, které by volaly po spojení rozhlasu a televize?**

- D. Radanyi vysvětlila, že kdysi byly instituce spojeny, pak ale došlo k jejich rozdělení.
- V současné době volají po sloučení individuální hlasy napříč politickým spektrem (levice i pravice), nicméně spojení by stálo hodně peněz a již tak je Radio France dlouhodobě v deficitu.
- Ozývají se ale hlasy, zda veřejnoprávní média neprivatizovat, jelikož státní pokladnu stojí moc peněz. *Pozn aut: Francouzská veřejnoprávní média využívají smíšeného financování, v němž hrají roli vlastní zdroje (v omezené míře živěná reklamou a/nebo sponzoringem) a hlavně veřejné příspěvky (koncesionářské poplatky a dotace ze státního rozpočtu). V roce 2015 dosahovaly koncesionářské poplatky výše 136 eur (o 3 eura více než v roce 2014) na domácnost za rok. Přitom pro 70 % Francouzů je takový poplatek příliš vysoký. Celkový rozpočet pro rok 2016 činil 652,8 mil. EUR (navýšení o 2,2% oproti roku 2015) z toho 577,3 mil. EUR byly příjmy z koncesionářských poplatků a příspěvků ze státního rozpočtu a 75,6 mil. EUR tvořily vlastní příjmy Radio France. Radio France hospodařilo v roce 2016 s deficitem 10,6 mil. EUR (nižším než v roce 2015, kdy deficit činil 13,9 mil. EUR), a to díky úsporným opatřením a vyšším příjmům z obchodní činnosti.*
- ve vnímání francouzské společnosti jsou nicméně veřejnoprávní média nutnou podmínkou demokracie. Velký článek generálního ředitele Mathieu Galleta k danému tématu vyšel i v LeMonde (rešeršní oddělení bude poptáno k dohledání článku) [http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/09/13/avec-les-medias-publics-relevons-le-defi-de-notre-avenir-commun\\_4996649\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/09/13/avec-les-medias-publics-relevons-le-defi-de-notre-avenir-commun_4996649_3232.html)

- Schůzka s Vincentem Lemerre – zástupcem ředitelky France Culture
- Vysvětlení, že v rámci Radio France existuje stanice France Culture (95% mluvené slovo) a France Musique (převážný podíl hudby).

**Dotaz: Do jaké míry se drží France Culture v oblasti tradičně chápané kultury jako "vysokého umění" a do jaké míry jsou tam i přesahy do oblastí jako politika, společnost, vzdělání, filozofie atp., tj. je to i dotaz na "definici"/pojetí kulturní/artové stanice“.**

- V. Lamerre vysvětlil, že Radio Culture je založeno na třech pilířích: 1) Aktuální dění ve světě zpracované na vysoké úrovni (analýzy do hloubky, debaty, diskuzní pořady, speciální hosté apod.) 2) Vzdělávací pořady (historie, filozofie, věda, literatura) a 3) kulturní tvorba (kino, filmy, divadlo, dramata a dokumenty). Například v rámci vysílání existuje pořad „Rozumíte ekonomii?“ Jde o hodinový pořad vysílaný od pondělí do čtvrtka mezi 14-15 hodinou, který je zaměřen na hlubší pohled na ekonomiku, ekonomické teorie, historii ekonomie apod. Pořady připravují redaktoři Radio France. I když jsou do pořadu zváni odborníci, nechtějí, aby to byly diskuze byly mezi dvěma odborníky, to by pro posluchače mohlo působit těžkopádně.

**Dotaz: Jak je ošetřena pluralita v podobných debatách?**

- V. Lamerre: France Culture je stanicí, která podporuje „*l'esprit d'ouverture*“, tj. připravují se pořady, které vedou k zamyšlení, a proto logicky musí někdy narážet na témata, která mohou působit nevyváženě. Důležitá je ale pluralita ve vysílání v průběhu celého týdne – ohledy se berou zejména na náboženství.

**Dotaz: Jak je řešeno náboženské vysílání v Radio France?**

- V. Lamerre: Je to komplikovaná otázka. Mnoho lidí nechápe koncept „laicité“, tj. že stát není proti náboženství, ale že stát církev uznává, i když ve Francii existuje oddělení státu a církve. Historicky existují dohody mezi státem a církvemi, které jsou ze 70. let. Jak se ale měnilo složení společnosti a podíl náboženství ve společnosti, tyto dohody přestaly být aktuální. Již v 90. letech proto Radio France ze svého popudu začalo otázku plurality náboženství ve vysílání řešit a samo se rozhodlo, že budou zavedeny programy týkající se islámu. V té době ani nebyla žádná autorita, která by zastupovala muslimskou menšinu, proto ani neměli s kým dojednat praktické podmínky vysílání. Nicméně i tak nechtějí, aby náboženské vysílání bylo rozděleno proporčně podle počtu věřících ve společnosti. To by působilo komplikace.

**Dotaz: Nakolik jde o vysílání bohoslužeb a nakolik o vysílání pořadů se spirituální tematikou?**

- V. Lamerre: Záleží, jak to bylo dojednáno s jednotlivými církvemi. U katolíků je to jasné a bohoslužba je vysílána každou neděli od 11-12 hodin. U protestanství a ortodoxie je to případ od případu, ale ve vysílání jsou tyto dvě náboženské směry alternovány, tj. každou druhou neděli mezi 8-8:30. Židovské pořady jsou spíše vzdělávací a jsou vysílány každou neděli od 9:10-9:40. U islámu je zařazen program každou neděli mezi 7-8 hodinou, nicméně jde opět o vzdělávací pořad k lepšímu pochopení všech otázek týkajících se islámu, nejedná se o kázání. Radio France nemá k dispozici statistiky, ale spíš se domnívá, že věřící muslimové rozhlas a tento pořad neposlouchají – jednak kvůli jazykové bariéře, tj. že pořady nejsou vysílány v arabštině, a také, že neděle není pro muslimy významným dnem. Otázky náboženství má ve Francii na starosti Ministerstvo vnitra.

**Dotaz: Existují v současné době na stanicích RF vysílajících populární hudbu nějaké kvóty stanovící podíl písní zpívaných ve francouzštině? Popř. jaký je trend používání francouzštiny vs. angličtiny ve vysílání?**

- V. Lamerre: Existují pravidla pro veřejnoprávní i komerční subjekty na mediálním trhu. Ze zákona jsou určeny kvóty na podíl frankofonních písní (40%). France Culture není hudební stanicí, ale i tak posluchači kritizují, že ve vysílání je hodně hudby v angličtině. Soukromé stanice se domnívají, že je tento podíl příliš vysoký, a obchází to tím, že hrají několik francouzských písniček pořád dokola. Většina francouzské veřejnosti existenci takové kvóty podporuje.
- **Schůzka s Sergem Schickem – ředitel pro Strategii a Marketing, člen výkonné rady Radio France a člen EBU Radio Committee**
- Prezentace k regionálnímu vysílání RF – síť 44 regionálních stanic fungující pod názvem France BLEU. V celkovém podílu poslechnosti Radio France, která je 25,9%, zauímají regionální stanice důležité místo (tvoří 7% poslechnosti). Výhodou regionálních stanic je, že mezi 7-14 hodinou vysílají pouze programy z daného konkrétního regionu. Zbytek vysílacího schématu tvoří celostátní pořady a zejména hudba.
- Každá regionální stanice má v průměru 30 zaměstnanců, z toho 6-8 lidí v redakci. Celkově tvoří zaměstnanci regionálních stanic 1/3 všech zaměstnanců Radio France, kterých bylo v roce 2016 celkem 4831.
- Téma financování veřejnoprávního mediálního sektoru - francouzská veřejnoprávní audiovizuální média využívají smíšeného financování. Příjmy ze státního rozpočtu jsou pouze na investice. Například v roce 2016 obdrželo Radio France kapitálovou dotaci ze státního rozpočtu na dokončení rekonstrukce své budovy. Právě se s vládou dojednávává požadavek ze strany vlády na snížení rozpočtu Radio France o 20 mil. EUR v roce 2017 (3-4% snížení), i když byly dojednány podmínky v rámci COM – *Contrat d'objectifs et de moyens*, které se uzavírají s vládou na 3-5 let.
- V roce 2017 vedení RF chystá zrušení 90 pracovních míst, v roce 2018 půjde o stejné číslo. V praxi ale neruší pracovní místa, jenom není nahrazována každá druhá osoba, která jde do důchodu. Zaměstnanci Radio France mají status státních zaměstnanců a je velmi obtížné těmto lidem dát výpověď.

**Dotaz: Jak se řeší vztah (konkurence) se soukromými vysílateli?**

- S. Schick: Obecně lze říct, že Radio France má nejvyšší konkurenci ze strany soukromých rádií. Je to dáno i historicky, kdy do roku 1981 fungovala ve Francii komerční rádia pouze jako periferní, tj. vysílající z Lucemburska. V roce 1981 došlo k otevření trhu, což znamenalo vznik velkého počtu soukromých rádií, která si dělí část trhu.
- Poslechnost RF je na dobré úrovni. Radio France si interně vyhodnocuje rozdíly mezi komerčními a veřejnoprávními médii (nevyužívá k analýzám externí subjekty). V případě Radio France lze říct, že rozdíl ve vnímání důležitosti RF společností je hmatatelnější než u France TV. I z tohoto důvodu se S. Schick příliš neobává privatizace, byť na politické úrovni se tyto debaty objevují. Ví, že Radio France má ve francouzské společnosti silnou pozici a je kvalitní. Navíc investují do projektů, které by žádný jiný komerční subjekt nedělal. Největšími konkurenty Radio France jsou komerční RTL i France 1. Jde o kvalitní rozhlasové stanice, které nabízí i kvalitní zpravodajství. Cílem Radio France je samozřejmě ukrojit posluchače i těmto subjektům.

**Dotaz: Jaký je v praktické rovině vztah s CSA (Conseil Supérieur d'Audiovisuel)?**

- S. Schick: CSA může na Radio France, ale i na jakýkoli jiný (i komerční) subjekt na audiovizuálním trhu, podat podnět k prošetření (na základě stížnosti posluchače nebo z vlastního podnětu). Radio France má právo se proti rozhodnutí CSA odvolat u Nejvyšší státní rady (nejvyšší soud), ale jde o zdoluhavý proces.
- V jednom případě šlo například o stížnost konkurenčního komerčního rozhlasu, který se u CSA stěžoval, že Radio France odvysílalo reklamu, kterou nemělo právo vysílat.
- Rozhodnutí CSA způsobilo, že v roce 2016 došlo k přehodnocení zadávacích podmínek pro reklamu pro veřejnoprávní média.

#### **Dotaz k financování veřejnoprávního média**

- S. Schick: 88% příjmů pochází z koncesionářských poplatků, postupně se navyšuje podíl z obchodní činnosti a marketingu. Nicméně, pokud by došlo k prudkému nárůstu příjmu z obchodní činnosti, stát by snížil své dotace, proto je strategie tyto komerční příjmy zvyšovat postupně.

#### **Dotaz na to, jak RF vnímá smlouvu se státem (Contrat d'objectifs et de moyens); zda v tom pro vysílatele není riziko ohrožení jeho nezávislosti?**

S. Schick: Ta smlouva nezasahuje do vysílání, představuje jen určitý rámec ohledně základního směřování a ohledně finančního příspěvku státu.

#### **Dotaz: Např. v Německu se nyní před uvedením nové audiovizuální služby provádí tzv. testveřejné hodnoty. Jak je to ve Francii?**

- S. Schick: Radio France si interně dělá řadu studií. Rovněž používají tzv. *focus group* – skupiny posluchačů, na kterých nové programy testují. Nedělají ale pilotní programy, jelikož je to příliš nákladné. Interní analýzou takto přehodnotili cílovou skupinu pro stanici Mouv. Stanice pro mladé se zaměřovala na cílovou skupinu od 13-ti let, dle průzkumů pak posunuli hranici cílové skupiny na 18 let.

#### **Dotaz: Existují v rámci Radio France nějaké projekty zaměřené na vysílání pro děti?**

- S. Schick: Pouze v minimální míře. Dle jejich průzkumů francouzské děti rozhlas neposlouchají (začínají ho vnímat teprve v 18-ti letech). Nemají samostatnou stanici pro děti, nicméně v rámci běžného vysílání je několik programů pro děti. Nedělají pohádky, ale produkují CD a knihy a zaměřují se na významné projekty, například kniha Petr a vlk. Děti se snaží k rozhlasu přitáhnout prostřednictvím speciálních koncertů pro rodiče s dětmi nebo přes Dětský pěvecký sbor, který je na velmi vysoké úrovni, a také přes videa na sociálních sítích. Zaměřují se také na děti ze sociálně vyloučených rodin.

#### **Dotaz: Jaké je v rámci regionálního vysílání RF postavení tvorby vznikající přímo v regionech? Vyměňují si regionální stanice navzájem obsah?**

- S. Schick: Každá z regionálních stanic vysílá mezi 7-14 hodinou obsah z daného regionu. Od roku 2008 došlo ke sjednocení programového schématu v tomto časovém bloku. Důvodem bylo zejména sjednocení, ať je pro posluchače zřejmé, že se jedná o vysílání jednoho Radio France. Obsahově se regionální stanice zaměřují na aktuální informace z regionu, služby, každodenní praktický život a vaření.
- Ano, regionální stanice si vyměňují obsah. Společný je například regionální sport.

#### **Dotaz: Jaký je Radio France zaměstnavatel pro autory rozhlasových děl? Jaký je zájem posluchačů o četbu, rozhlasové hry, dokumenty apod.?**

- S. Schick: Vztah mezi Radio France a autory rozhlasových děl je specifický. Pro většinu autorů nebo herců rozhlasových her to není jediný zdroj příjmů, nicméně bez Radio France by na tom byli špatně.
- Poslechovost rozhlasových her a četba literárních děl není velmi vysoká. Pokud se ale Radio France rozhodne něco produkovat, tak je to na špičkové úrovni. Problémem ale bývají náklady na znovuvysílání, které ve většině případů dosahují až 50% výrobních

nákladů. Proto si Radio France pečlivě vybírá, do čeho investuje a do čeho ne. Síla hereckých asociací a odborů je ve Francii velmi velká a v současné době žádná z protistran - Radio France ani Asociace herců - není se současným stavem spokojená.

- Po skončení jednání, které trvalo dvě hodiny nám byla nabídnuta prohlídka budovy Radio France v rámci, které jsme navštívili nové studio France Inter, prostory pro zaměstnance a nádherný koncertní sál, jeden z nejlepších v Paříži.

## 2. Jednání v CSA

- přivítání delegace Českého rozhlasu členkou CSA odpovědnou za vztahy s veřejností paní Sylvie Pierre-Brossolette a další čtyřmi lidmi z jejího týmu (odpovědnými za vztahy s Radio France).
- paní Pierre-Brossolette upřesnila, jaké pravomoci CSA má. Jde o instituci s 300 zaměstnanci, která má na starost regulaci audiovizuálních záležitostí (televize a rozhlasu, komerčních i veřejnoprávních) s výjimkou internetu.
- CSA je nejvyšším správním úřadem, který jménem státu reguluje audiovizuální sektor, nicméně nepodléhá vládě. Svou činnost vykonává až následně (tj. po odvysílání televizního nebo rozhlasového obsahu).
- Zákon o nezávislosti audiovizuálních institucí z 15. listopadu 2013 posílil statut CSA, kdy jí byla přisouzena role „nezávislého veřejnoprávního úřadu“ (Autorité publique indépendante - API). Zároveň jí tímto zákonem byla navrácena pravomoc nominovat generální ředitele (Présidents) veřejnoprávní mediálních institucí (France Télévisions, Radio France a France Médias Monde). Tuto pravomoc CSA předtím ztratila v roce 2009.
- Je garantem svobody audiovizuálního obsahu a respektu k politické pluralitě.
- Plní sociální, kulturní ale také technologickou a ekonomickou roli související s jeho veřejnoprávní rolí a s respektem k základním hodnotám Republiky.
- CSA zajišťuje, aby jednotlivé subjekty v rámci audiovizuálního sektoru respektovaly práva menšin, lidskou důstojnost, zachování pluralismu (zejména v předvolebním období), ochranu francouzského jazyka a kultury (dle příslušných zákonů); v neposlední řadě CSA přiděluje rozhlasové frekvence.
- Mezi odpovědnosti CSA dále patří:
  - Řízení a přidělování rozhlasových frekvencí
  - Šíření audiovizuálních služeb
  - Monitorování programů a vysílatelů
  - Hodnocení aktivit jednotlivých vysílatelů
  - Udělování sankcí
  - Jmenování generálních ředitelů – France Télévision, Radio France a France Média Mondial a také členů Správních rad těchto institucí a Správní Rady INA
  - Zpracování legislativních, ekonomických a zahraničněpolitických vyhlášek dle zadání ze strany vlády, Parlamentu nebo *l'Autorité de la concurrence* (podobný Úřadu na ochranu hospodářské soutěže)
  - Dozor nad tím, aby rozhlasové a televizní volební kampaně byly v souladu se zásadou pluralismu
  - Ochrana hospodářské soutěže a řešení sporů mezi jednotlivými aktéry v rámci audiovizuálního sektoru

- Paní Pierre-Brossolette vysvětlila, jakým způsobem je kontrolováno naplňování dohody COM. Jde o dohodu mezi státem a veřejnoprávními médii, která je však velmi obecná a její znění se mění každých 3 až 5 let. CSA každý rok kontroluje, jak byla tato dohoda naplňována. Proto existuje celá řada pracovních skupin, které se scházejí pravidelně. Kontroluje se řada aspektů – důraz na vzdělávání v rámci programu vysílání, počet vysílaných hodin, poměr hudby a mluveného slova, kvalita jazyka, procento francouzských písní ve vysílání apod. Výsledkem jsou veřejné zprávy.

**P. Šafařík představil členy delegace za Český rozhlas a upřesnil, jaké pravomoci má a jakými otázkami se zabývá Rada ČRo. Vysvětlil postavení Rady pro rozhlasové a televizní vysílání a dotázal se, jakým způsobem se měří pravidlo plurality.**

- o Mme Brossolette: Například v předvolební kampani před prezidentskými volbami, ale i před parlamentními volbami se například ověřovalo, kolik času bylo věnováno každému politikovi během vysílání. Tyto časy se kontrolují i v nevolebním období. Zpráva je zpracovávána každé 3 měsíce pro televizní zprávy a 1x za půlroku u rozhlasového vysílání. Ve volebním období je to 1x týdně. Pro tyto účely zaměstnávají rozhlas i televize extra pracovní síly během volebního období. V CSA je to například dalších 15 lidí. CSA může šetření iniciovat ze své pravomoci nebo na základě stížnosti politika nebo politické strany nebo na základě podnětu občana. Předvolební kampaň byla letos extrémně vyhrocená a náročná, nicméně CSA konstatovala, že France TV ani Radio France v žádné fázi nepochybily.
- o CSA dostává v průměru 200 stížností týdně (například stížnosti na nevkusné pořady, pořady, které ponižují ženy apod.)

**Dotaz: Zveřejňuje CSA výsledky svého šetření v případě stížností, jako je to u Rady ČRo?**

- o Mme Brossolette: Ne, CSA tyto stížnosti řeší interně a nezveřejňuje je. Existují 3 stupně šetření – dopis, upozornění, *mis en demeure* (které může obsahovat i finanční postih). Nejvyšší udělená pokuta byla ve výši 3mil EUR (1,5% obratu firmy), a to konkrétně soukromé televizní stanici Canal+ za vysílání homofobních názorů. Nejvyšší pokuta může dosáhnout až 3% obratu firmy a firmy mají možnost se proti rozhodnutí CSA odvolat k Nejvyšší Státní Radě. Ani Radio France ani France TV nikdy žádnou pokutu od CSA nedostaly.

**Dotaz: Mezi roky 2015 a 2016 došlo ke skokovému nárůstu počtu stížností, kterými se CSA musela zabývat, a to konkrétně o 488% (celkem jich bylo 27 686, v roce 2015 pouze 4739 a v roce 2014 jenom 2146). Čím si to CSA vysvětluje?**

- o Mme Brossolette: Důvodem jsou zejména sociální sítě. Šokující informace se šíří velmi rychle a k velkým skupinám lidí. Také je o mnoho více témat, které lidi šokuje.

**Dotaz: Má CSA pravomoc kontrolovat rozpočty veřejnoprávních médií?**

- o U veřejnoprávních médií kontroluje CSA pouze to, co je stanoveno v COM (například ukazatele typu mzdový objem, příjmy z jiných zdrojů, příjmy z reklamy apod.) Kontrole rozpočtu pro Radio France se v CSA věnuje jeden člověk.

**Dotaz: V ČR probíhají diskuze, že by financování veřejnoprávních médií měl kontrolovat NKÚ. Jak je tomu ve Francii?**

- o Mme Brossolette – ano ve Francii má tuto pravomoc Nejvyšší účetní dvůr. Ten zpravidla zpracovává zprávy každých 5 až 10 let a vypracování zprávy mu trvá 2 roky. Nedávno byla



zveřejněna kritická zpráva na Radio France, ve které mu byl vyčítán archaický způsob řízení, velká přezaměstnanost a nutnost reorganizace. CSA se ale ke kritickým zprávám účetního dvora nevyjadřuje.

**Dotaz: CSA má pravomoc nominovat lidi do Správní Rady Radio France. Jaké typy lidí většinou hledá?**

- Mme Brossolette – odborníky a lidi splňující podmínku nezávislosti (například i finanční)
- Na závěr jednání paní Brossolette zajímalo, jak vypadá kontrola dodržování plurality v českých veřejnoprávních médiích. P. Šafařík uvedl, že většinou se ohledně předvolebního vysílání zpracovávají nezávislé analýzy s kvantitativními i kvalitativními ukazateli zadávané Radou pro rozhlasové a televizní vysílání, která disponuje i vlastním analytickým týmem. V případě Českého rozhlasu jde také o nezávislé odborné analýzy iniciované Radou ČRo.

Po hodině bylo jednání ukončeno.

Všem francouzským protějškům, kteří delegaci ČRo přijali, byly předány dárkové propagační předměty Českého rozhlasu.

\* \* \*

*Zapsala: Zuzana Matějovská, Mezinárodní oddělení; ověřil: Petr Šafařík, Rada ČRo  
11.10.2017*