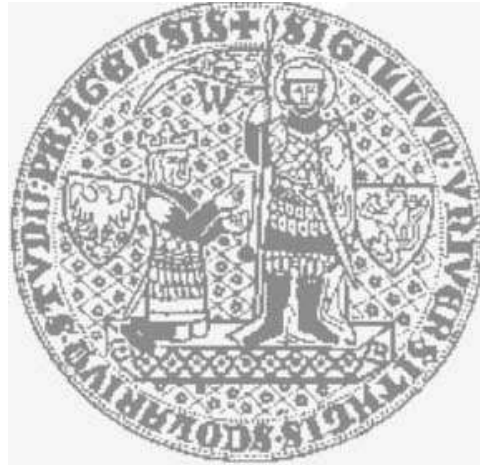


UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Fakulta Humanitních Studií
U Kříže 10, 158 00, Praha 5



BKALÁŘSKÁ PRÁCE

DIGITALIZACE

přechod z analogového vysílání na digitální

Vypracoval: Jan Klíndera, UČO 5447
Vedoucí práce: Filip Poštulka

V Praze, 2007

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze dne 14.9.2007

.....
podpis

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych rád poděkoval panu Filipu Poštulkovi, vedoucímu této práce, za cenné rady, které mi při její tvorbě značně pomohly, a také především za jeho čas a dávku trpělivost, které mi věnoval.

Obsah

Úvod.....	5
1. Co to vlastně je digitální televize/rozhlas	7
1.1. Digitální je, když.....	7
1.2. DVB, MUX, MPEG-2 a další	9
1.3. Digitalizace a divák: co, kdy, kde a jak.....	12
2. Digitalizace a veřejnoprávní média.....	15
2.1. Český „digitální“ rozhlas, průkopník mezi rádii.....	15
2.2. Digitalizace a Česká televize: z nouze ctnost.....	17
3. Reklama jako zdroj financí	20
4. Digitalizace a komerční média	22
4.1. „Staré“ televize se brání příchodu konkurence.....	22
4.2. ...nástup nových stanic se nedá zastavit!	25
4.3. Je budoucnost komerčních rádií v digitalizaci?	29
5. Život v digitálním věku	29
5.1. Česká digitální sága jako reálný progres.....	29
5.2. Cestou stírání hranic.....	31
5.3. Úplná konvergence jako vrchol digitalizačního vývoje?	33
5.4. Kyberprostor = ztráta soukromí	35
Závěr.....	37
Seznam literatury a zdrojů.....	38
Literatura	38
Zdroje - tisk	39
Zdroje - www	39

Úvod

Digitální televize a digitalizace. Patrně každý již slyšel toto sousloví, ale kolik lidí opravdu ví, co digitální vysílání přinese? Kdo z nás umí rozlišit mezi terestrickým, satelitním a kabelovým digitálním vysíláním? Kolik lidí by v současnosti doopravdy dokázalo využít výhody nového typu vysílání v případě, že by již byly plně k dispozici? To jsou jen některé otázky, které jsou podnětem pro tuto práci. Například podle Neila Postmana je příchod nového média vždy spojen se zásadní změnou komunikačních struktur společnosti. V primitivních orálních kulturách se rozvíjela hlavně paměť, nástup písma a poté knihtisku pomohl rozvíjet abstraktní myšlení, nástup televize podle něj zase znamenal příchod věku zábavy a úpadku lidského intelektu. „*Významné nové médium způsobuje změny ve struktuře komunikace, a to tím, že podporuje specifické užití intelektu, dává přednost určitým definicím inteligence a rozumu a vyžaduje specifický druh obsahu - krátce tím, že vytváří nové formy vyjadřování pravdy*“.¹ Také proto mě tato problematika zajímá, neboť nástup digitální televize je vlastně opravdu nástupem (nebo alespoň jeho počátkem) nové interaktivní technologie, která ve své vrcholné fázi smaže hranice mezi různými, dosud známými druhy médií.

Cílem této práce by však měl být nejen alespoň rámcový poznatek, co nám tato mediální, ba přímo komunikační revoluce přinese, ale také co se o této události, jíž jsme přímými účastníky, předem můžeme dozvědět my, lidé, kterých se přímo týká. „*Ústředním předpokladem vztahujícím se ke společnosti i ke kultuře je skutečnost, že mediální instituce se v zásadě věnují produkci a distribuci vědění v nejširším významu slova*“.² Proto mě zajímá, jak sama média, především pak český tisk referuje o fenoménu digitálního vysílání a zda nás, své recipienty a zároveň aktéry dějství zvaného „totální nástup digitalizace“, dostatečně seznamuje s postupující technologií a její cenou, ale také s etickou stránkou, počínaje kvalitou pořadů (a informací) a širším dopadem na společnost konče. Média totiž „*[...] do značné míry konstituují společenskou realitu a hlavní rysy normality pro potřeby veřejného, sdíleného společenského života; slouží rovněž jako rozhodující zdroj standardů, modelů a norem*“.³

Mnoho vědců již dlouho upozorňuje na negativní důsledky každodenního informačního přetlaku, kterému jsme vystaveni. Tím, že se na lidské jedince denně valí větší množství informací, než jsou schopni zpracovat, ztrácejí cit pro vnímání informací a stávají se

¹ in Postman, N. Ubavit se k smrti, *Mladá Fronta*, Praha 1999, str. 35.

² in McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál, Praha 1999, str. 87.

³ Tamtéž.

otupělými. „*Masová média nepozorovaně přizpůsobují člověka požadavkům systému, a to tak, že potlačují kritické individuální myšlení a podporují integrující jednorozměrné myšlení*“.⁴ Nástup nových technologií sice může přinést ještě větší prohloubení Kunczikiem popisované situace, ale také by mohl znamenat opak. Existují i optimisté, kteří již dnes hovoří především o displejích, které nám zobrazí požadovanou informaci v takovém formátu, jaký budeme po stroji požadovat. Nakolik a jakým způsobem ze změny spojené s příchodem digitalizace skutečně projeví, však bohužel definitivně ukáží až pohyby, které se odehrají až pozavršení tohoto procesu.

McQuail cituje J. D. Slacka: „*Historické inovace v komunikačních technologiích, přestože jsou ve svých důsledcích často nepochybně revoluční, nelze doopravdy považovat za skutečné příčiny specifických změn v uspořádání společnosti. [...] Přijatelnější bude předpoklad, že komunikační technologie mají jistý vliv na vlastní komunikační proces a že kultura a komunikace jsou vzájemně velmi složitě propojeny.*“⁵ Z tohoto vychází i má práce. Nechci primárně hodnotit míru vlivu zavedení digitální televize a rozhlasu na společnost jako celek, myslím však, že se jejich nástup ve společenských vazbách patrně projeví.

⁴ in Kunczík, M. *Základy masové komunikace*, Karolinum, Praha 1995, str. 55.

⁵ in McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál, Praha 1999, str. 132.

1. Co to vlastně je digitální televize/rozhlas

1.1. Digitální je, když...

V současnosti asi už každý někdy zaslechl pojmy jako digitální či digitalizace. Slova jsou to dnes hojně používaná a cokoli označené tímto přídomkem v nás asociuje dojem pokrokovosti, modernosti, pro běžného smrtelníka možná téměř nedostižné technické dokonalosti. Jak vlastně takový digitální přístroj funguje, co to znamená zpracovat nějaké údaje digitálně? Slovo „digitální“ je odvozeno z anglického *digit*, tedy číslo/číslice, a je možné jej tedy přeložit jako „číselný“ nebo „číslicový“. Veškeré digitální údaje jsou skutečně vyjádřeny ve formě čísel, a to navíc ve tvaru špatně čitelném právě pro lidi, ale naopak velmi příhodném pro veškerá elektronická zařízení: ve dvojkové neboli binární soustavě. Vše je tedy zapsáno pouze pomocí dvou symbolů (0 a 1), neboť tyto odpovídají dvěma stavům elektrického obvodu - vypnuto a zapnuto. Tento princip je vlastně jednoduchý: počítejte od jedničky nahoru, ale vynechte přitom všechna čísla obsahující jiné číslice než jedničku a nulu. Tedy 1, 10, 11, 100, 101, 110, 111 a tak stále dál, přičemž tímto způsobem dostáváme ekvivalent do elektronické (digitální) podoby převáděných hodnot, tedy čísel (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, ...), ale třeba i písmen a samozřejmě dalších znaků.⁶

Digitalizace byla základem a předpokladem vývoje mikroprocesoru, hlavního konstrukčního prvku osobních počítačů. Ty se staly nezbytnou součástí datových sítí a vytvářejí komunikační rozhraní mezi technologií a člověkem. Počátkem století bylo k internetu připojeno zhruba půl miliardy počítačů, přičemž současně bylo v provozu přibližně stejné množství mobilních telefonů. Z tohoto můžeme velmi zřetelně vidět, jak se urychluje technologický vývoj komunikačních prostředků. Původní způsob hlasové telekomunikace potřeboval ke svému rozvoji více než sto let, počítače pár desítek let a mobilní telefonie pouze pár let. Televize potřebovala pro dosažení dnešní podoby asi šedesát let, přičemž skutečnou komunikační revolucí byla černobílá verze televize o jediném programu v padesátých letech. Nyní si televizi již ale nedokážeme představit bez desítek programů z klasických pozemních vysílačů, kabelových sítí nebo satelitů, a především v barvách.⁷ Ve druhé polovině minulého století tedy vládne obrazovka, když k „[...] úžasnému

⁶ in Koubský, P., Digitální data kolem nás, *Právo*, Počítače, str. 13, 6.3.1996.

⁷ in Novák, S., Start nové, nebo finále současné epochy?, *Hospodářské noviny*, Budoucnost IT/TC, str. 1, 9.10.2001.

rozmachu televize se začátkem 80. let přidaly monitory počítačů a vše táhne do nového milénia zrychlující forsáž digitalizace“.⁸

Digitalizace televize znamená primárně konverzi zvuku a obrazu do číselné podoby a tento převod se nazývá vzorkování. Při digitálním záznamu zvuku se snímá tlak vzduchu převedený mikrofonom na elektrické napětí, kdy dané okamžité hodnotě odpovídá nějaké číslo. Čím častěji je tento otisk proveden, tím je samozřejmě vyšší kvalita záznamu (k hi-fi kvalitě je zapotřebí asi 44 tisíc vzorků za vteřinu). Při převodu obrazu je pak na daný obraz (či políčko filmu) přiložena pomyslná mřížka a každému políčku této mřížky je přiřazena číselná hodnota vyjadřující jeho barvu nebo stupeň šedi s tím, že čím jemnější je ona pomyslná přikládaná mřížka, tím vyšší je kvalita digitálního obrazu. Z uvedeného vyplývá, že cesta vedoucí k digitální podobě je vcelku pracná. Odměnou je však řada výhod, například z digitálně zaznamenané nahrávky lze velmi snadno odstranit šum a jiné nežádoucí zvuky. Podobně je možné upravovat i digitální obraz, takže výsledná kvalita digitálně zaznamenaného videa je zpravidla daleko vyšší než u klasických způsobů záznamu a vysílání.⁹

K nejdůležitějším úpravám však patří také komprese dat. Rozvoj datových sítí sice umožnil přenos velkých objemů informací za relativně nízkou cenu, ale digitální záznam, jehož vznik jsem popisoval výše, není zpravidla nejúspornější možnou formou uložení dat, právě naopak – je co do objemu mnohem náročnější než klasický analogový. Tentýž digitální signál lze ovšem reprodukovat i mnohem kratší datovou posloupností, než jaká by vznikla pouhým naskládáním jednotlivých otisků záznamu za sebe. Za tímto účelem byl vyvinut systém komprimace, a především u obrazového záznamu lze jeho pomocí zkrátit záznam často o více než 80%. Aby bylo možné se na přenesená data dívat nebo je poslouchat, musí samozřejmě na straně příjemce komprimovaného signálu být zařízení převádějící data zpět do původní podoby – tím může být třeba počítač, nebo v případě televizního signálu televize, či dnes tak často zmiňovaný set-top-box.

⁸ „Exponenciální rozvoj kapacit a rychlostí počítačů se již třicet let odehrává podle tzv. Moorova zákona, tedy zdvojnásobuje se každý rok a půl. Celý obor prošel tedy neuvěřitelnou koncentrací odpovídající koeficientu 220, tedy víc než 106 - skutečný "megarozvoj". Prakticky to znamená, že kvantita nemá mezí a pokles relativních cen také ne.“ (in Fejtek, P., Kam směřuje mediální revoluce a koho ovládne, *Hospodářské noviny*, Média a komunikace, str. 5, 20.7.1999).

⁹ in Koubský, P., Digitální data kolem nás, *Právo*, Počítače, str. 13, 6.3.1996.

1.2. DVB, MUX, MPEG-2 a další

Na jednom televizním kanálu lze vysílat pouze jeden analogový program, na čemž se od 30. října roku 1930, kdy John Logie Baird uskutečnil v Londýně první televizní přenos, nic nezměnilo.¹⁰ Televize sice urazila dlouhou cestu, avšak v technologickém smyslu slova teprve digitální televize znamená doslova revoluci – revoluci, kterou nazýváme DVB (Digital Video Broadcasting). Tato nová technologie umožňuje spoustu dosud nemyslitelných věcí, a proto se k ní pojí velké množství dosud neznámých pojmů. Vysvětleme si tedy ty nejpodstatnější:

Pozemní (terestriální) digitální televize (DVB-T) se šíří stejně jako staré analogové vysílání, které během následujících několika let zcela nahradí. Bude tak nejdostupnější, neboť příjem signálu je zdarma - stačí pořídit si ke stávající anténě a televizoru set-top-box, případně nový integrovaný digitální televizor (IDTV), který již má zabudovaný digitální tuner. Počet programů přenášený tímto způsobem je však ve srovnání s následujícími variantami omezený.

Satelitní digitální vysílání (DVB-S) má před pozemním digitálním vysíláním několik let náskok. K příjmu je potřeba satelitní parabolická anténa a satelitní přijímač, který se připojí k televizní obrazovce, kde je pak možné sledovat stovky zahraničních programů a několik desítek programů v českém jazyce – jedná se jak o volně šířené programy, tak placené kanály, ke kterým je třeba pořídit si předplatné. Počáteční investice tedy kromě set-top-boxu zahrnuje ještě satelitní parabolu, případně navíc přístupovou kartu pro placené programy. Běžný český divák se totiž s digitálním satelitním vysíláním nejspíš setká tak, že si objedná satelitní balík programů od společnost UPC.

Digitální kabelové vysílání (DVB-C) je naopak zatím v plenkách a je zcela v režii provozovatelů jednotlivých kabelových sítí. Společnost Karneval, kterou před rokem koupila již zmiňovaná UPC, tento způsob příjmu nabízela již dříve a nový majitel další rozšíření plánuje. Pokud bude stávající síť digitalizována, lidé si budou moci od firmy zapůjčit kabelový set-top-box a přejít na digitální signál, který by měl nabízet například ještě ostřejší obraz. Další možnosti však digitalizace přinese i operátorovi.¹¹

¹⁰ in Raduševič, M., Vybojovaná bitva, nikoliv válka, *Týden*, Civilizace, str. 60, 2.2.1998.

¹¹ „Ti, kteří mají doma více, než jeden televizor a budou chtít digitálně sledovat placené programy UPC (například HBO), budou muset každý měsíc platit 200 korun za každý další televizor v domácnosti. Důvodem je, že klienti UPC budou potřebovat ke každému televizoru v domácnosti tzv. settopbox. Operátor UPC jim zdarma dodá jeden set-top-box včetně přístupové karty, ale ti, kteří mají doma dva či více televizorů, si budou muset další settopboxy od UPC pronajmout.“ (in Mnohým klientům kabelové UPC se digitalizace zbytečně prodraží, *Právo*, Titulní strana, str. 1, 22.8.2007).

Mobilní (handheld) televize nebo také televize pro mobil (DVB-H) je na rozdíl od předchozích realizována na stejném principu jako pozemní digitální vysílání (DVB-T). Vysílá se z běžného televizního vysílače a k zobrazení se používá např. displej mobilního telefonu. Zatímco digitální televize pro obyčejné antény je a bude zdarma, vysílání pro mobily představuje zpoplatněnou službu. Operátorům mobilních sítí se tak otevírá nový a lukrativní zdroj příjmu a o její provoz tak mají zájem všichni tři - narážejí ovšem na legislativně-technické překážky.

V neposlední řadě je nutné uvést telefonní přenos - IPTV (Internet Protocol Television), kdy data putují po internetových kabelech. Jedná se o televizní vysílání, které používá pro svůj přenos vysokorychlostní internetové přípojky, nejčastěji ADSL (připojení k internetu prostřednictvím pevné telefonní linky) nebo připojení optickými vlákny. Představuje tedy konkurenci především kabelovým televizím – oba systémy mj. nabízejí televizi společně s hlasovými službami a rychlým připojením k internetu, tzv. „triple play“, což může být pro velkou část domácností atraktivní. Obě platformy (kabel i IPTV) ovšem narážejí na pokrytí svých sítí a technologickou či investiční náročnost, kvalita obrazu i zvuku je pak závislá na rychlosti připojení a nemusí být nutně o mnoho lepší než u analogové televize. V současnosti je u nás porůznu propagováno¹² a nabízeno především společností Telefónica O2. Stejnou službu jako O2 však již nabízí i společnosti T-Systems PragoNet či Czech OnLine Volný, ale vůbec prvním byla regionální vysokorychlostní síť od provozovatele Maattes AD ve Frýdku-Místku a Frýdlantu nad Ostravicí.¹³

Multiplex (MUX) je souhrnný datový tok, který je složen z dílčích datových toků jednotlivých televizních a rozhlasových programů a doplňkových služeb - srozumitelně řečeno se jedná o soubor televizních a rozhlasových stanic a dalších služeb, které se díky digitální technologii vejdou na jednu frekvenci. Tento souhrnný tok, jakýsi balík, je právě upraven pro společné šíření všech v něm obsažených programů a služeb prostřednictvím jedné vysílací sítě - takže zatímco dříve vysílala na jedné frekvenci jedna stanice, u digitálního vysílání těchto televizních stanic mohou být v jednom tomto pásmu čtyři, později i

¹² „[...] existují místa, kde se o zmiňované digitální televizi dozvíte vše, například stránky www.cojedigitalnitemelive.cz. Tam zjistíte, že digitální vysílání vám na rozdíl od analogového přinese lepší obraz i zvuk, že ve všech pádech skloňované tajemné zařízení set-top-box (které jediné budete potřebovat) pořídíte na dobré úrovni už od dvou tisíc a že jestli nechcete čekat, až se dohodnou vedení našich celoplošných stanic, můžete si užít digitální vysílání už teď - přes telefon!“ (in Co je digitální televize?, Žena a život, O čem se mluví, str. 14, 24.8.2007).

¹³ in Pozemní, satelitní, kabelové nebo telefonní, Týden, Téma, str. 36, 11.9.2006. Dále viz Informační server o digitálním vysílání, www.digitalnitemelive.cz/informace.

více.¹⁴ Zemský digitální přenos televizního signálu (DVB-T) totiž využívá stejný kmitočet jako současné zemské analogové vysílání, ale činí tak mnohem hospodárněji, přičemž digitální signál se navíc vyznačuje vyšší kvalitou. Díky tomu je možné ve stejných kmitočtových pásmech vybudovat více vysílacích sítí, a tím nabídnout divákovi více programů v lepší kvalitě zejména v oblastech se špatným dosavadním příjmem televizního signálu. Digitalizace tedy s sebou přináší větší nabídku programů ve vyšší kvalitě. Již toto by mohlo být pro diváka dostatečně lákavé, nicméně nová technologie dává ještě další možnosti. Jak jsem již zmiňoval, kromě televizního a rozhlasového signálu může digitální multiplex přenášet mnoho dalších typů doplňkových a interaktivních služeb. Je jím například tzv. superteletext, což je vylepšená verze klasického teletextu, která kromě lepší grafiky nabízí různé formátování poskytovaných informací s tím, že stejně jako u klasického teletextu umožní si vybírat z předem připravených stránek. Digitální televize by tedy měla diváka přilákat především nabízenými službami. Soutěž digitálních televizí se proto odehraje nikoliv jen v programech a kvalitě obrazu (to je de facto jen začátek), ale také právě ve zmíněných interaktivních službách. Konečně se uvažuje o eventuálním volitelném přístupu do počítačových sítí - v první řadě internetu. Zde se pak pochopitelně možnosti rozšiřují o další služby.

Aby tedy bylo možné do jedné analogové televizní frekvence vmáčknou čtyři digitální stanice, několik rádií a další doplňkové služby, je nutné (jak jsem již uváděl) data komprimovat, a to pokud možno nějakým standardním formátem. Tím je například standard MPEG-2, běžný pro většinu zemí světa, jenž je také čitelný pro set-top-boxy prodávané u nás. Mezi telekomunikačními společnostmi je ale stále populárnější nový kompresní standard MPEG-4, s nímž se do jedné frekvence vejde dvojnásobek obsahu oproti standardu MPEG-2.

Co to v praxi znamená? Že se do jedné frekvence vejde třeba osm televizních programů nebo dva programy v kvalitě HD (High Definition), tzn. ve vysokém rozlišení obrazu, což je věc, již ocení hlavně majitelé plazmových obrazovek a domácích kin.

Je zde ale problém: pro příjem digitální televize v kompresním standardu MPEG-4 je třeba speciální set-top-box, ty současné jej nepřečtou. Proto je nutné, aby se telekomunikační společnosti a s nimi i jednotlivé televizní stanice dopředu domluvily, jaký standard použijí. A jelikož se na metodu MPEG-4 časem tak jako tak přejde, vyvstává otázka, proč s tímto

¹⁴ „Český telekomunikační úřad stanovil, pro řádné zemské digitální televizní vysílání v jedné digitální síti (multiplexu), vysílání minimálně 4 programů s obrazovou kvalitou PAL kódovaných v doporučeném standardu MPEG 2.“ (Viz Ministerstvo informatiky ČR, www.micr.cz/digitalizace/FAQ.htm).

standardem nezačít rovnou. Na trhu však neexistuje dostatek přijímačů schopných přijímat digitální signál ve standardu MPEG-4. „[...] i když v sousedním Polsku vážně uvažují o tom, že zahájí řádné digitální vysílání právě v této kompresi, zároveň se stejně vážně zabývají otázkou, zda se jim podaří pro tamní trh zajistit 1,3 miliónu přijímačů, jež se "kamarádi" se standardem MPEG-4. [...] Ve Francii se už v MPEG-4 vysílá. Tam si to ovšem rozdělili tak, že volně dostupné veřejné vysílání probíhá v kompresi MPEG-2 a placené prémiové kanály využívají MPEG-4. Nikde jinde na světě se zatím do MPEG-4 nepouštějí. Mimo jiné proto, že má ještě své mouchy: kromě jiného například zpožďuje vysílání oproti reálnému času až o několik vteřin. Při vysílání důležitého hokejového zápasu souseď bude křičet gól a já s digitálním přijímačem podporujícím kompresní standard MPEG-4 budu ještě sledovat nájezd útočníka na branku“.¹⁵

1.3. Digitalizace a divák: co, kdy, kde a jak

I divák samotný se musí do procesu přechodu na digitální vysílání aktivně zapojit, aby mohl signál přijímat a užívat více či méně lákavě širší možnosti, které nabízí, ba dokonce je nutné z jeho strany i něco obětovat. Především je to několik tisícikorun za speciální dekodér digitálního signálu (v současnosti stojí základní modely kolem dvou tisíc korun, před deseti lety to byl zhruba desetinásobek), takzvaný Set-top-box (STB). Jedná se o doplňkovou jednotku k dnešnímu analogovému televizoru, která umožňuje digitální příjem na běžné televizi (jak jsem již uváděl, v případě technicky vyspělejšího televizoru s již zabudovaným dekodérem není tento zapotřebí). Ve většině případů si pak už příjemce vystačí s dosud používanou anténou a se svou starší televizí.

Kromě stovek programů, členěných podle žánrů, bude mít divák k dispozici i databanky programů, za které bude platit, jen pokud je skutečně zhlédne. Dále bude také využívat specializované kanály a také takzvaného elektronického programového průvodce (EPG). Ten spadá do oblasti regulace přenosu a je to jakási vylepšená verze teletextu - jedná se o textový obsah s normovanou strukturou, vysílaný společně s televizními a rozhlasovými programy (dekóduje jej tedy každý set-top-box). Přináší divákovi souhrnnou informaci o vysílaných programech v daném multiplexu, poskytuje základní informace o právě sledovaném programu nebo umožňuje přepnout do komplexního programu vysílání s tím, že se obraz zmenší do malého okna, aby udělal místo textu. Zjednodušeně by se dalo říct, že jde o televizní program

¹⁵ in Potůček, J., Nekupujte set-top-boxy, *Reflex*, Reflexe, str. 15, 16.2.2006.

na několik následujících dnů - divák se totiž jeho prostřednictvím může dozvědět podrobnosti o vysílaných programech (herecké obsazení, krátký popis děje atd.). Některé pokročilé funkce EPG však zvládají pouze dražší modely set-top-boxů. Mezi ně patří programové plánování, které vám ve zvolený čas pustí požadovaný pořad nebo třeba rovnou umožní ho nahrát.¹⁶

Ovšem teprve multimediální domácí platforma (MHP) nabídne divákům skutečnou interaktivitu, o níž lze hovořit jako o největším přínosu digitalizace.¹⁷ Přijímač podporující takovou funkci se pohybuje ve vyšších cenových relacích než běžně nabízené základní set-top-boxy (zařízení, umožňující příjem ve standardu MHP, jsou proto označena speciálním logem). Multimediální domácí platforma se rozděluje na tři skupiny. První je tzv. rozšířené vysílání, které zajišťuje domácí interaktivitu. Divák si stáhne aplikaci, pomocí které může řídit chod digitalizované části své domácnosti. Druhou skupinou je interaktivní vysílání, u kterého je ale potřeba zajistit zpětný kanál (internet). Poslední skupinou multimediální domácí platformy je internetové vysílání, které dává možnost plně využívat internetové služby.¹⁸ Zajímavostí této aplikace například je, že při každém přihlášení se uživateli natáhne aktualizovaná verze elektronického programového průvodce. To dává vysílatelům možnost zlepšovat zobrazení a funkce své aplikace bez komplikací pro diváka.

Shrnutu a podtrženo, rozdíl mezi analogovou a digitální televizí lze zjednodušeně přirovnat například k rozdílu mezi gramofonovou deskou a kompaktním diskem. Toto srovnání však není zcela přesné, neboť zavedení CD nezměnilo způsob poslouchání hudby. Při sledování digitální televize je sice možné sledovat programy stále stejným způsobem, avšak přijímač digitální televize nabídne řadu dalších možností. Digitální televize poskytne daleko více kanálů, ve vyšší technické kvalitě a to na úrovni standardní televize (SDTV-Standard TV) nebo na úrovni televize s vysokým rozlišením obrazu (HDTV - High Definition TV) - televize schopná příjmu tohoto obrazu poskytne filmovou kvalitu obrazu s vícekanálovým zvukem. Divák bude moci být například sám sobě režisérem ve výběru úhlu záběru kamery. Sám si bude moci volit, zda chce detail scény, nebo její celek, ale ani to není vše. Konvergence¹⁹ mezi klasickým vysíláním a dalšími médii nabídne množství nových

¹⁶ in Lexikon, *MF Dnes*, HI-TECH, str. 4, 14.8.2007.

¹⁷ „Tento univerzální systém je navíc schopný dalšího rozvoje. [...] V budoucnu se předpokládá, že bude moci být MHP integrován (např. prostřednictvím bezdrátového přenosu) i do dalších zařízení v domácnosti.“ (in Duspiva, Z. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*, Votobia, Praha 2004, str. 15).

¹⁸ Viz Hermes, Občanské sdružení, www.digitalinfo.cz/?q=node/796&nid=111.

¹⁹ „V době existence digitálních technologií lze jednotlivé služby sdružovat v rámci sítí, a to na bázi jejich společného technického principu. Lze tak dosáhnout velmi žádaného efektu kdy jedním koncovým zařízením lze poskytovat uživateli celou škálu rozličných komunikačních služeb. Zjednodušeně v procesu digitalizace dochází ke splnutí klasického vysílání a poskytování telekomunikačních a datových služeb. Interpretace tohoto termínu

služeb zcela rozdílného pojetí, než jak chápeme dnešní televizi. Digitální technologie nabídnou množství komunikačních možností jednosměrných, dvousměrných či mnoho směrných, dálkové vzdělávání, služby na vyžádání (například tzv. video on demand), archivy. Neméně lákavou nabídkou bude možnost hlasování, virtuálních nákupů, sázek²⁰, výběru dovolených nebo spojení s bankou. Interaktivní přijímač nabídne např. od jednoduchých kvízů až po informace kombinované z TV programu a internetu, přičemž tyto informace bude možné sledovat na obrazovce televizoru i počítače. Další předností digitální televize je, že ji na rozdíl od analogové lze sledovat v pohybujícím se dopravním prostředku (za jízdy autem, autobusem, vlakem), ba dokonce i za pochodu s kapesním přijímačem držným v ruce.²¹ Kromě toho bude možno za pomoci zpětných kanálů vytvořených z dalších médií (např. GSM) kdekoli přijímat objemné balíky dat, třeba do přenosného počítače, a to několikanásobně rychleji než v současnosti.²²

Aby však bylo všechno toto možné, je nutné současné analogové šíření signálu ukončit a nahradit jej digitálním. Televize i rozhlas je však ve výrobní části již převážně digitální, chybí jen digitální propojení až k divákovi. Proces přechodu je nastartován a probíhá v celé Evropě, samozřejmě za asistence orgánů EU. Aby výhody digitálního televizního vysílání mohlo využívat co nejvíce obyvatel, mělo by na doporučení Evropské komise analogové televizní vysílání uvolnit prostor právě digitálnímu způsobu vysílání v období roku 2010 až 2012, přičemž tomuto harmonogramu odpovídá i rámcový plán v Česku.

Jestliže nejpozději od konce roku 2012 by měly všechny televize v Evropě vysílat pouze digitálně, protože jejich analogové šíření skončí, u rozhlasu se vypnutí analogového vysílání neplánuje. Rozvoj digitalizace rádií bude znamenat především rozšíření nabídky úzce profilovaných stanic, kterých mohou být technicky desítky, rozhodovat ale budou opět především finance. Rozhlas bude možné šířit nejen v digitálním televizním systému DVB, ale

je nicméně velmi široká. Lze hovořit o konvergenci služeb, technologií, standardů, průmyslových segmentů, rovněž o konvergenci informačních zdrojů pro jednotlivé služby, atd.“ (in Duspiva, Z. Digitalizace jako budoucnost elektronických médií, Votobia, Praha 2004, str. 72).

²⁰ „Digitální televize umožňuje větší zapojení diváka do dění na obrazovce. Mezi zájemce o program se zařadila i Sazka, která chce nabízet sportovní sázkařské programy.“ (in Gerbery, J., Digitalizace láká firmy, Hospodářské noviny, Zábavní průmysl, str. 28, 15.11.2004).

²¹ „Nezanedbatelnou výhodou je možnost vysoce kvalitního příjmu i za pohybu a to i při rychlostech přes 200 km/hod, což systémy analogové TV, systémy digitální kabelové televize (DVB-C) nebo digitální satelitní televize (DVB-S) neumožňují vůbec. S mobilním příjmem se počítá například v rychlovlacích, příměstské dopravě či autokarech a kromě TV programů se samozřejmě počítá hlavně s přenosem dat pro zprostředkování důležitých informací.“ (in Duspiva, Z. Digitalizace jako budoucnost elektronických médií, Votobia, Praha 2004, str. 13).

²² Viz Czech Digital Group, www.digitv.cz/Czech/ppframe.htm.

i rozhlasovém systému DMB (Digital Multimedia Broadcasting), který zvládá vysílání multimediálního obsahu (tedy zvuku i obrazu) či prostřednictvím třetí generace telefonních sítí a internetu. Všechny tyto systémy umožňují spolu se zvukem šířit i obraz a text.²³ Pro další vývoj je proto také důležitá standardizace a kompatibilita nových technologií, včetně možnosti uplatnění systému DRM (Digital Radio Mondiale) které může použít středních, krátkých a dlouhých vln, jenž se pro šíření analogového signálu už příliš nevyžívají. Je tedy považován i v evropském měřítku jako vhodný doplněk a pokračování systému DAB (Digital Audio Broadcasting), což je sice v současnosti asi nejrozšířenější způsob. Digitální vysílání rozhlasu ovšem u nás zatím nefunguje, i když rádia s DAB jsou běžně k sehnání.²⁴ Není pak divu, že poslechovost digitálního rozhlasu je na poměrně nízké úrovni.

2. Digitalizace a veřejnoprávní média

2.1. Český „digitální“ rozhlas, průkopník mezi rádii

Když máte set-top-box, můžete poslouchat také rádio, a to buď přímo z televize, nebo je možné set-top-box napojit na vaši audiosestavu. Jestliže se však o digitální televizi dá říct, že je v plenkách, digitální rozhlas je pak v prenatalním stadiu, neboť se vysílá jen jako jakýsi přírůstek k digitální televizi. Český rozhlas zkouší experimentálně digitální stanice, poslouchá je ale jen několik stovek lidí, což by pro komerční rádio byla sebevražda. V Česku tedy, ostatně jako ve všech ostatních zemích, experimentuje s novým vysíláním hlavně veřejnoprávní rozhlas. Jeho digitální stanice Leonardo zaměřenou na populárně vědecké vysílání poslouchá okolo tří tisíc lidí. Má osmnáct zaměstnanců plus další obsluhují internetový portál, a je sama o sobě unikátní, neboť ve svém projektu *Odhalení* (pořadu o gorilách z pražské zoo) využila všech metod digitálního přenosu. Zvukové, ale i obrazové záběry z gorilích klecí se objevují na webu a získaly si ohlas nejen doma, ale psaly o nich i noviny ve světě.²⁵ Dalšími digitálními stanicemi jsou vedle Leonarda ještě na teenagery a studenty zaměřené Radio Wave, zpravodajské Rádio Česko a D-Dur. Tato rozhlasová stanice, vysílající vážnou hudbu, má například jen asi tisíc věrných posluchačů, což jsou pro komerční

²³ in Fričová, M., Rozhlasoví radní ve při, *Týden*, Události, str. 24, 24.7.2006.

²⁴ in Vitvarová-Vránková, K., Až naprší peníze a nová rádia..., *Týden*, Média, str. 100, 11.12.2006. Dále viz Duspiva, Z., Perspektivy digitálního rozhlasu – norský příklad, www.ceskamedia.cz/article.html?id=160131.

²⁵ Další podobný projekt, on-line přenos ze senegalské vesnice, však Rada Českého rozhlasu zastavila.

stanice nezajímavá čísla, ale i veřejnoprávnímu médiu se těžko obhajují. Další vize pravděpodobného vývoje Českého rozhlasu se proto omezuje pouze na obecné konstatování v tom smyslu, že budoucnost je v digitálním vysílání. Český rozhlas však není postaven na komerční bázi a měl by být přínosem i v oblasti technického pokroku. V hlavách rozhlasových tvůrců tak vznikají další specializované stanice, například Lingua zaměřená na výuku cizích jazyků.²⁶ Problematický je ovšem způsob, jak se rozhlas vypořádává s nízkou poslechovostí digitálních stanic. Mimo šíření společně s televizními digitálními stanicemi se vedení ČRo rozhodlo využít i analogové frekvence a digitální Radio Wave tak například vysílá na regionálním kmitočtu pro Prahu a střední Čechy. Za to ale rozhlas pokutovala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání milionem korun, ovšem rozhlas se v této věci obrátil na soud. Problematické je pro RRTV i vysílání zpravodajského digitálního Rádía Česko, které využívá frekvencí zrušeného Rádía BBC.²⁷

Co se další budoucnosti týče, za zmínku stojí i úvahy o vytvoření tzv. veřejnoprávního multiplexu, tedy sítě, na které by digitálně vysílala ČT a Český rozhlas společně. Myšlenka propojování veřejnoprávních vysílatelů jde však ještě dál – již několik let se hovoří i o možnosti úplného spojení ČT a ČRo do jediné instituce (s navrhovaným názvem ČeRT - Český rozhlas a televize). Jestliže se o vysílání rozhlasu hovoří někdy jako o přídavku k digitální televizi, obdobným stylem je o něm každopádně referováno v médiích. Převážně se totiž z tisku o rozhlasu dočteme především ve spojení s ČT, kdy se píše o vysílatelích ze zákona a právních normách s nimi spojenými (často v protikladu k soukromým televizím a rádiím)²⁸, o jejich rozpočtu a způsobech „[...] *financování Českého rozhlasu a České i komerčních televizí v příštích letech*“²⁹, případně o jejich kontrolních orgánech. Nicméně oproti zprávám o digitálním televizním vysílání se o tom rozhlasovém vyjadřují tiskoviny v množství zhruba desetinovém.³⁰

²⁶ in Vitvarová-Vránková, K., Až naprší peníze a nová rádia..., *Týden*, Média, str. 100, 11.12.2006.

²⁷ in Fričová, M., Rozhlasoví radní ve při, *Týden*, Události, str. 24, 24.7.2006.

²⁸ in Aust, O., Diginovela je protiústavní, *Lidové noviny*, Byznys / Média, str. 13, 10.8.2007.

²⁹ in Aust, O., Budoucnost televizí nejistá, *Lidové noviny*, Byznys / Média, str. 16, 17.6.2005.

³⁰ Od poloviny roku 1997 do poloviny letošního roku se v seriózních celostátních denících vyskytlo cca 700 článků o digitalizaci vysílání, ale jen asi 70 z nich se jich nějakým způsobem dotýkalo Českého rozhlasu.

2.2. Digitalizace a Česká televize: z nouze ctnost

S digitalizací se u nás začalo v roce 1993, kdy bylo do provozu uvedeno první digitální studio České televize. ČT je jako první televize ve střední a východní Evropě už od roku 1994 členem Evropského sdružení šířitelů signálu DVB, následovala digitalizace studií a střížen, ale digitální vysílání samé bylo jen v experimentálním stádiu. Nicméně v noci ze 17. na 18. prosince 1996 došlo na Kavčích horách k prvnímu historickému vysílání přes geostacionární družici Kopernikus.³¹ Divák, který chtěl sledovat některý z programů v digitální podobě, musel kromě digitální televize či dekodéru vlastnit i speciální dekódovací kartu, kterou mu poskytla ČT. Digitální televizi nyní nepřenáší jen satelity a kabelové rozvody, ale i pozemské vysílače, přičemž zatím signál samozřejmě není dostupný na celém území České republiky. V současné době je možné přijímat řádné digitální vysílání dočasného multiplexu A v oblastech Praha, Brno, Ostrava, Ústecko, Domažlicko a tři experimentální vysílání (v Praze, Brně a Ostravě).

Česká televize spustila v souvislosti s nastupující digitalizací dva programy, předloni v květnu zpravodajskou ČT24 a loni v únoru sportovní ČT4 Sport, přičemž oba tyto kanály zvedly zájem o příjem digitálního vysílání. Zejména pak specializovaný sportovní program, který zahájil vysílání krátce před olympiádou, výrazně přispěl k poptávce po přístrojích k příjmu digitálního vysílání, a tím i ke zvýšenému zájmu o problematiku digitalizace obecně. Česká televize tím zřejmě naplnila jistou část svého poslání veřejné služby, nicméně hlavní motiv byl ve skutečnosti prozaičtější a vězel jinde: v konkurenci. S projektem zpravodajské televize přišlo již dříve hned pět dalších zájemců. Když v únoru roku 2005 otevřel nový zákon o elektronických komunikacích dveře rovněž veřejnoprávnímu kanálu, bylo rozhodnuto o brzkém spuštění. Zpravodajský servis však zatím vstupuje pouze do domácností, které vlastní satelit či kabelovou televizi. Jak to, že když poctivě platím za veřejnoprávní televizi, doma si veřejnoprávní zpravodajský kanál nenaladím? Takové otázky se mohou honit hlavou leckterému koncesionáři, který nevlastní žádné televizní vymoženosti umožňující příjem kanálů navíc. Hlavním argumentem a odpovědí je, že lidé budou zatím za své peníze dostávat stále to samé - ČT 24 je totiž experiment, na jeho konci má stát celoplošná, všem divákům dostupná televize.³²

³¹ in Fleischmann, P., Sdružení televizí zkouší digitální vysílání, *Lidové noviny*, Média a komunikace, str. 5, 1.2.1997.

³² in Ludvíková, V., CNN z Kavčích hor?, *Týden*, Moderní život, str. 96, 2.5.2005.

Prosazování digitalizace přináší veřejnoprávnímu médiu i další překážky. Česká televize totiž mimo Domažlicka ještě letos plánuje spustit digitální vysílání v severních Čechách, na Plzeňsku, Pardubicku a Jihlavsku. V prvním případě se hodlá podělit o digitální prostor s Novou, v ostatních však chystá vlastní veřejnoprávní multiplex se čtyřmi programy: ČT1, ČT2, ČT4 Sport a ČT24. Tento multiplex má vzniknout na frekvencích programu ČT2, což ale znamená, že někteří diváci si olympiádu z Pekingu naladí pouze se set-top-boxem. Jde zde o podobný pokus přitáhnout pozornost k digitalizaci, jako o minulé (zimní) olympiádě. Tentokrát však nastává problém: 70 procent obyvatel Česka má zatím možnost sledovat televizi pouze analogově. Proto i kdyby veřejnoprávní televize upravila programové schéma druhého kanálu a udělala z něj kanál sportovní (paralelně k digitální ČT4), jak se dosud dělo při významných sportovních událostech, nebude pro diváky bez set-top-boxu (díky postupnému vypínání analogových kanálů ČT2) sledování tohoto sportovního svátku možné - ani na analogové „dvojce“, ani na digitální „čtyřce“. Toto asi zdaleka ne každý koncesionář z oblastí, kde ke sledování olympiády bude nutný set-top-box, pochopí. Česká televize sice plánuje nabídnout nejzajímavější přenosy z olympiády i na programu ČT1, ten si však musí do určité míry zachovat své standardní programové schéma. *„Česká televize si tak prokáže medvědí službu: za to, že se rozhodla nečekat, až se k digitalizaci připojí rozpačitá Nova s Primou a soudy vyřeší spory o platnost licencí nových digitálních programů, ji mnozí diváci pošlou kamsi. Platí si přece koncesionářské poplatky, a nejen že nemůžou sledovat nové stanice ČT4 Sport a ČT24, ale Kavčí hory je připraví ještě o ČT2. A o olympiádu. Vysvětlit jim, že to není zase tak úplně pravda, bude složitější než vyměnit analogové frekvence ČT2 za digitální“*.³³

Myšlenka médií veřejné služby vychází zejména ze tří základních složek: společenské odpovědnosti, specifického programu a financování veřejností. V řadě zemí Evropy dlouho setrval stav, kdy média veřejné služby byla hrazena výhradně z různé formy televizních poplatků a reklamní příjmy se jich netýkaly. Postupem času ale stoupala jejich závislost na inzertních příjmech - často kvůli tomu, že zvyšování poplatků nebylo nadále možné z důvodu nedostatku politické vůle. A společně s tím, jak se ve 2. polovině 80. let začalo dařit evropským komerčním vysílatelům, se citelně snižoval inzertní zisk veřejnoprávních

³³ in Potůček, J., Olympiáda jen digitálně?, *Reflex*, Média, str. 18, 26.4.2007.

vysílatelů, kteří se tak dostávali do ekonomických problémů. Vysílání veřejné služby bylo od 80. let v podstatě ovlivněno třemi silnými trendy:

1. Technologickou změnou, která umožnila spustit více kanálů.
2. Rozpadem modelu státního vysílání, spojeným s kolapsem východního bloku.
3. Nárůstem komerčního vysílání a jeho uvedením i do zemí s původním monopolem veřejné služby.

Tyto změny následně výrazně ovlivnily jak způsob financování, tak program a potažmo i změnu pojetí odpovědnosti médií veřejné služby.³⁴ Popsaná situace se nepochybně plně týká i České televize, která na tom bude vždy hůře než komerční televize. Ty to mají jednoduché - nemáš sledovanost, končíš. Pro ČT jsou vzhledem k jejím úkolům a poslání pravidla fungování obtížnější. Byť jsou například ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi u nás koncesionářské poplatky poměrně nízké, na jejich zvyšování lidé přistupují jen velmi neradi. Pouze poplatky také nemohou na další rozvoj stačit, což lze doložit i na zahraničních veřejnoprávních televizích, které jsou téměř všechny placené z reklamy (dokonce i britská BBC chce žádat o povolení vysílat reklamu).

Jak vyplývá z letmého pohledu do tisku, je u nás na toto téma dlouhodobě vedena diskuze, možná by se dalo spíše říci boj. V něm je argumentováno právy a nároky diváků, vyššími principy a posláním, ale vše samozřejmě směřuje k tomu, oč (jak praví klasik) jde až v první řadě – k penězům, v tomto případě z poplatků a reklamy. V současné době je situace na „bojišti“ taková, že *„poplatek má platit každá domácnost napojená na elektřinu. Kdo nevlastní televizní nebo rozhlasový přijímač, oznámí to čestným prohlášením České televizi nebo Českému rozhlasu. Od poplatku jsou osvobozeni sluchově (u rozhlasu) nebo zrakově (u televize) postižení a jednotlivci nebo rodiny s nižším příjmem než 1,4 násobek životního minima“*.³⁵ Platný zákon v současnosti počítá s postupným navyšováním poplatků, a to právě za cenu snižování podílu reklamy na veřejnoprávních programech – v současnosti lidé měsíčně zaplatí 120 korun, nicméně *„televize veřejné služby ale zároveň přichází o polovinu z povoleného jednoho procenta reklamního času, denně se tak na obrazovce objeví pouze sedm a čtvrt minuty reklam. A to je jen předehra definitivní proměně tuzemských obrazovek: přesně za rok televize podraží na 135 korun a reklama z ní zmizí úplně. Tedy pokud politici přece jen*

³⁴ in Trampota, T., Monopol, pád a stabilizace: Příběh veřejné služby, *Marketing & Media*, Média 2005 - Vývoj médií, 14.11.2005.

³⁵ in TV poplatky se zvýší až na 135 Kč měsíčně, *Právo*, Titulní strana, str. 1, 30.6.2005.

nevyslyší protesty výrobců a zadavatelů reklamy, kteří v čase »zaseklé digitalizace« za podpory šéfa antimonopolního úřadu Martina Peciny lobbují za to, aby reklama v ČT přece jen příští rok zůstala. Proti ovšem stojí zájem komerčních televizí, které v posledních letech prosadily v parlamentu zatím vždy svou vůli“.³⁶

Takto alespoň vypadala situace počátkem letošního roku, přičemž „čeští zákonodárci otázku bezbolestné digitalizace zatím nevyřešili. Odpověď může přinést takzvaná diginovela, která se bude projednávat v září. Počítá s tím, že na ČT oproti původnímu plánu zůstanou reklamy, které se budou vysílat až do úplného vypnutí analogového, tedy klasického vysílání. Veřejnoprávní televize by díky tomu ročně získala 300 milionů korun do „digitálního fondu“, který bude využíván k technickým způsobům pokrytí bílých míst, tedy stavbě takzvaných pokrývačů a opakovačů“.³⁷ Existuje i reálná možnost návratu reklamy do České televize - za to se totiž v zahraniční dostává veřejnoprávním televizím „řady benefitů, o kterých se jim ještě před pár lety ani nezdálo (například se zvětšuje prostor pro reklamu, sponzoring, povoluje se produkt placement). To vše ovšem za to, že se starají o urychlené zavedení digitalizace, včetně třeba takových fines, že musí zařídit distribuce dekodérů“.³⁸

Jak tato část bitvy o digitalizaci dopadne, lze jen těžko odhadovat – můžeme jen doufat, že na diváka (který je bohužel v pozici diváka i v případě tohoto boje) zbude díl z „válečné kořisti“, třeba v podobě dalších plánovaných kanálů ČT3 nebo ČT 5 (které by měly být vzdělávací, dětské či archivní), nebo v pro něj bezproblémovém průběhu přechodu na digitální příjem, podpořeném například dostatečnou informační kampaní nebo dokonce příspěvkem na set-top-box (jak se děje třeba v Německu či Rakousku).

3. Reklama jako zdroj financí

Říká se, že pro malé, nepřilíš bohaté země jsou typické nudné reklamy, protože je v nich zapotřebí jedním spotem oslovit důchodce i teenagery. Zato na velkém trhu je možné zacílit kampaň i na velmi úzkou skupinu a výsledek tak může být podstatně zajímavější. Česká televizní a rozhlasová reklama by tak asi bez digitalizace byla odsouzena k nezávědnosti. Až však bude publikum rozdělené podle jednotlivých programů na potenciální zájmové skupiny,

³⁶ in 4. ČT dražší a s méně reklamy, *Hospodářské noviny*, Změny 2007, str. 2, 2.1.2007.

³⁷ in Pětioký, J., Prokletě drahé zrnění, *Týden*, Události, str. 24, 3.9.2007.

³⁸ in Köppl, D., Vraťte reklamu na ČT, prospěje nám všem, *Hospodářské noviny*, Názory, str. 11, 7.2.2007.

reklama bude muset být lépe zacílená. A vzhledem k tomu, že s větší nabídkou reklamního prostoru asi také poněkud zlevní, je snad možné se těšit na vtipnější a třeba i zajímavější reklamní kampaně.³⁹

Někteří mediální odborníci však tvrdí, že vznik nových digitálních stanic reklamnímu trhu nic nepřinese - ceny reklamy se prý nezmění. Tento stav však lze po nástupu konkurence udržet bezesporu jen po omezenou dobu, neboť jakmile si inzerenti na nové stanice zvyknou, reklamní trh v podstatě zažije revoluci. Zmiňované cílení na konkrétní diváckou skupinu nejen sníží cenu reklamy, ale ta se zřejmě stane dostupná i pro podnikatele, kteří až dosud o televizní inzerci vzhledem k cenám vůbec neuvažovali.⁴⁰

Na druhou stranu je však otázkou, jak divák přijme větší množství reklamních sdělení, byť třeba v zajímavější formě, a zda to pro diváka nebude Pyrrhovo vítězství. Nebudeme před reklamou utíkat ještě více než nyní, anebo dokonce raději nebudeme sledovat televizi vůbec? Zatímco totiž ceny za reklamu na jedné straně vytrvale rostou, na straně druhé „*sledovanost televizí obecně už od roku 2002 stále klesá. Dnešní průměrný divák se na televizi dívá bez minuty tři hodiny. Před čtyřmi lety to ale bylo o půl hodiny déle*“.⁴¹ Vysílanou reklamu ohrožují také nové digitální rekordéry, jejichž výrobci vyslyšeli divákovu přání o zážitku bez reklam a umožní proto nahrávat pořady bez reklamy.

To jsou pro televize velmi nepříjemné zprávy, neboť jak jsem uváděl již v předchozí kapitole, je pro ně reklama důležitým zdrojem příjmů - pro soukromé provozovatele (vyjma poskytovatelů placených programů) dokonce nejpodstatnější. Je proto samozřejmé, že se jednotlivé televize snaží v rámci daného trhu získat vždy co největší podíl. Situace u nás je však velmi specifická, neboť po omezení reklamy na ČT trh téměř neomezeně ovládá jen Nova s Primou a ty šroubují ceny inzerce. Problém s tím mají hlavní inzerenti, tedy výrobci potravin, mobilní operátoři nebo banky, kteří dávají na reklamu miliony ročně, a kteří si buď zvýšené náklady musejí odečíst ze svých marží (což je jistě nepotěší), nebo zvýšenou cenu za reklamu zaplatíme my v ceně zboží (z této varianty zas nemáme radost my, spotřebitelé). Jediný, kdo z této situace profituje, jsou komerční televize. Proto jejich lobbisté vítali zvýšení koncesionářského poplatku za cenu omezování reklamy na ČT. Se současným stavem se prostě při schvalování příslušného zákona nepočítalo, neboť „*pokles inzerce na veřejné televizi totiž měl kompenzovat příchod nových digitálních kanálů. Ten se však vloni zadrhl,*

³⁹ in Kočí, P., Klamy reklamy, *Týden*, Téma, str. 28, 18.6.2007.

⁴⁰ in Mrnka, M., »Digitál« prospěje byznysu i lidem, *Hospodářské noviny*, Názory, str. 10, 29.5.2007.

⁴¹ in Luňáková, Z., Reklama v TV bude stále dražší, Zuzana, *Hospodářské noviny*, Z domova, str. 16, 11.7.2007.

*přidělení jejich licencí je u soudu. Takto Nova mohla v klidu zvednout své ceny“.*⁴² Nutno podotknout, že Prima samozřejmě nezůstala pozadu.

4. Digitalizace a komerční média

4.1. „Staré“ televize se brání příchodu konkurence...

Není tomu tak dlouho, co většina zemí světa zažívala monopol jednoho typu vysílání. Ještě na počátku 80. let proti sobě v 17 zemích západní Evropy stálo 40 veřejnoprávních televizních kanálů a pouze čtyři komerční, které navíc vysílaly jen ve třech zemích: Lucembursku, Finsku a Velké Británii. Právě malé a bohaté Lucembursko bylo evropskou výjimkou s výlučně komerčním televizním trhem; již od roku 1929 zde vysílala soukromá společnost RTL (respektive CLT). Britská kolébka demokracie uvolnila monopol veřejné služby v roce 1954 spuštěním Independent Television Authority.

Ovšem v 80. letech začala média veřejné služby postupně ztrácet v Evropě své výsadní postavení a jednotlivé trhy se houfně otevíraly komerčním vysílatelům. Přišel nový styl programování, agresivnější snaha oslovit diváka a veřejnoprávní média musela čelit silné konkurenci hnané jediným motivem: produkovat zisk. Byť se na konci 20. století poměr veřejnoprávních a soukromých vysílatelů obrátil (v 17 zemích západní Evropy proti sobě stojí 60 veřejnoprávních národních kanálů a více jak 70 soukromých, které dosahují podílu na publiku přesahujícího 50%), v některých zemích západní Evropy soukromé terestrické celoplošné kanály stále ještě vůbec neexistují. Dá se tedy říci, že otevřením českého televizního prostoru komerčním televizím v první polovině 90. let nám tedy po této stránce vlak neujel.⁴³

Kde nám však v současnosti tato situace hrozí, je přechod k digitálnímu vysílání, a to kvůli obratně prosazovaným zájmům právě našich soukromých televizí. Z nástinu situace v předchozí kapitole je zřejmé, že Nově i Primě současný stav maximálně vyhovuje a proto se jej snaží co nejdéle zachovat, čímž samozřejmě start rozjezdu celoplošného digitálního vysílání úspěšně brzdí. Děje se tak samozřejmě především kvůli jejich reálným obavám z

⁴² in Hraje se o miliardy za TV reklamu, *MF Dnes*, Ekonomika, str. 2, 7.2.2007.

⁴³ in Trampota, T., Monopol, pád a stabilizace: Příběh veřejné služby, *Marketing & Media*, Média 2005 - Vývoj médií, 14.11.2005.

významného ztenčení reklamních příjmů, které pro ně dnes představují pohodlný zisk v řádu miliard ročně. Tento jedinečný prostor pro vyjednávání jim už před šesti lety přinesla opoziční smlouva: lobbisté z Novy a Primy si u poslanců ODS a ČSSD zajistili, že se v novém vysílacím zákoně na rozdíl od běžné praxe v jiných evropských zemích neobjeví klauzule o tom, že při přechodu na kvalitnější digitál budou muset ukončit vysílání na analogových frekvencích. A aby si dominantní postavení na trhu co nejvíc pojistily, prosadily si navíc automatické prodloužení licencí až do roku 2018. Byť přímé důkazy samozřejmě neexistují, velmi pravděpodobně jim tyto možnosti politici darovali výměnou za vstřícné mediální zacházení, tedy za přehlížení podezřelých okolností jejich různých „obchodů“.

Toto velmi pokrivené prostředí mělo alespoň trochu narovnat loňské udělení šesti digitálních licencí. Vedle čtyř digitálních programů zajišťovaných veřejnoprávní Českou televizí, a po jedné pro Novu a Primu (jako kompenzace za zkrácení jejich analogových licencí) vypsal Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV) výběrové řízení na šest dalších kanálů. Do něj se přihlásilo čtyřicet uchazečů včetně Novy a Primy. Tyto dvě televize ale neuspěly a společně s několika dalšími odmítnutými uchazeči rozhodnutí RRTV napadly u soudu: rada prý například dostatečně nezdůvodnila, proč právě jim nebyla licence udělena, neboť se prý v průběhu řízení měnila pravidla. Ať už je to pravda či ne, jisté je to, že žalobami se rozběhlo kolo soudních sporů, jejichž konec je ve hvězdách. Dokud nebudou uzavřeny, případně nebude změněn zákon, nemůže šestice výherců vysílat.⁴⁴ Zatím ani jedna z těchto televizních firem nebankrotovala, protože některé drží nad vodou příprava programů pro jiné společnosti, jiné zase zatím vysílají v regionálních sítích. Ztráty se ale podle odhadů pohybují v řádu stovek milionů a je pravděpodobné, že budou chtít po státu náhradu – případné kompenzace za chyby politiků a zvýšené zisky Novy a Primy tak opět ponese my, daňoví poplatníci. Koneckonců v případě Novy by tomu tak nebylo poprvé.

Stát se nyní snaží napomoci rozuzlení nastalé patové situace a snaží se „přimět Novu a Primu k tomu, aby aktivně participovaly na nepříjemném (protože spojeném s dočasnou ztrátou diváků) a nákladném (vyžadujícím investice) přechodu z analogu na digitál. Pozitivní motivací by mělo být přidělení dvou bonusových licencí s perspektivou rozšíření jejich počtu. Negativní motivace je ovšem dosti drastická: je to pronikavé zdražení poplatků za využívání analogových kmitočtů v případě, že by je příslušný vysílatel odmítl uvolnit, a nechtěl by přejít na digitál podle schváleného technického plánu přechodu. Součástí tohoto »biče« je také

⁴⁴ in Kundra, O., Digitalizaci zachraňuje jejich hrobař, *Respekt*, Domov, str. 4, 28.5.2007.

*možný návrat reklamy do vysílání ČT, o které se předpokládá, že bude tahounem digitalizace“.*⁴⁵

Vzhledem k současnému silnému postavení obou soukromých vysílatelů není pozice státu jednoduchá a omezení nabubřelé moci Primy a především Novy si proto bude vyžadovat jednotný, koordinovaný postup všech zúčastněných orgánů. Obě televize se samozřejmě budou i nadále změnám narovnávajícím situaci bránit a jistě použijí zbraní těch nejtěžších kalibrů s cílem zakrýt své skutečné motivy. Ostatně dosud byly v pokusech o ovlivňování veřejného mínění i postojů politiků více než úspěšné, ať už se tak dělo pomocí lobbingu, nebo mediálního tlaku - vlastními kanály, i prostřednictvím jiných médií. Je možné to doložit slovy ředitele Novy Dvořáka z rozhovoru pro MF Dnes: *„V nových podmínkách další segmentace televizního trhu si chceme udržet pozici lídra a chceme i nadále divákům přinášet nejlepší pořady. Současně i v souvislosti s rozvojem digitalizace je třeba připravit Novu na nové podmínky a podněty. Chceme navíc „vyrůst“ v médium, které bude oslovovat i specifické cílové skupiny díky tematickým kanálům“.*⁴⁶ Nutno podotknout, že příslib kvalitního programu Nova dávala již při získávání své první licence - a ať už se na pozdější vývoj podíváme z jakékoliv strany, je zřejmé, že o pestré a diváka kulturně obohacující vysílání nakonec nikdy nešlo.

Nova však své vize o rozdělení pozic v digitálním vysílání dává najevo i podstatně nepokrytěji: *„[...] 1. multiplex (by) obsadily programy České televize. V 2. síti by Nova vysílala svůj stávající program, další dva tematické programy na základě kompenzačních licencí a jeden program, jež by vysílal na základě licence, kterou by Nova dostala v licenčním řízení od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. Multiplex 3 by obsadily programy Primy s povinností zařadit jeden regionální program. Poslední, 4. multiplex by mohly obsadit nové televizní stanice. Ten by však nebyl kódován ve formátu MPEG2 jako ostatní tři, ale v MPEG4“.*⁴⁷ Jak jsem již uváděl, tento formát je sice progresivnější a umožňuje umístit více programů v síti, ale vyžaduje také dražší a dosud nedostatečně rozšířené set-top-boxy, což by přímou konkurenci Novy a Primy opět znevýhodňovalo.

Televize Prima mimo tento boj navíc usiluje o to, aby se nemusela dělit o své vysílací frekvence s regionálními televizemi. Frekvence společné s regiony byly před lety jediným

⁴⁵ in Digi: Jak dál?, *Ekonom*, Média, str. 55, 31.5.2007.

⁴⁶ in Bartoniček, R., Dvořák: Nova se mění, *MF Dnes*, Ekonomika, str. 4, 2.6.2006.

⁴⁷ in Gerbery, J., Nova chce celý multiplex, *Marketing & Media*, Titulní strana, str. 1, 23.4.2007.

způsobem, jak vybudovat čtvrtou celoplošnou televizní síť, která by konkurovala Nově, a o řadu vysílačů se tak Prima dělí s regionálními televizemi, které na oplátku musí v přesně stanovené časy pouštět do svého vysílání. V digitální éře je takové řešení zdánlivě zbytečné, neboť frekvencí by mělo být dost. Jenže regionálním televizím přináší provázanost s Primou diváky a ti zase zájem inzerentů.

Prima původně chtěla jednotlivé regionální televize skoupit a problém jednou provždy vyřešit, ale než se k tomu zmožila, třetinu jich odkoupil podnikatel Jaroslav Berka, který založil Regionální televizní agenturu (RTA). Ta loni získala celoplošnou licenci k digitálnímu vysílání a ovládá pět ze třinácti regionálních televizí, které se dělí o frekvence s Primou. Sedm regionálních studií koupila Prima, jedna televize je samostatná.⁴⁸

Konečný výsledek této přímé konfrontace dvou podnikatelských subjektů má přímý dopad i na diváka. Regionální televize totiž mají oproti těm celoplošným určitá přínosná specifika, a to především ve smyslu programového zaměření a struktury programů a vysílacích časů. Regionální televize jsou zaměřeny zejména na regionální zpravodajství a publicistiku, pro kterou není z přirozených důvodů dost místa na celoplošných stanicích a musí proto selektivně vyhledávat taková témata a časy pro své programy, které vyhovují právě divákovi v dané lokalitě.⁴⁹

4.2. ...nástup nových stanic se nedá zastavit!

Někteří mediální odborníci v souvislosti se současnou situací hovoří takto: Sledovanost televizí v Česku dramaticky klesá a tak diváci stejně budou nakonec sledovat jen Novu, Primu a ČT, protože již nyní neprojevují o další programy v češtině na kabelu nebo na satelitu zájem. Není to však dáno tím, že současné celoplošné stanice jsou již po kreativní stránce vyčerpány a nejsou schopny diváka ničím zaujmout? Ve zmíněném pohledu také není brána v potaz skutečnost, že na další (satelitní, kabelové) kanály v češtině se lidé nedívají možná hlavně proto, že o žádné české kanály vlastně nejde (jsou to česky nadabované klony nadnárodních stanic - Spektrum, Discovery, Hallmark) a „naopak původním českým kanálům, třeba Óčku, ale i Galaxii Sport z rodiny Novy, sledovanost sice pomalu, ale neustále stoupá. A to jsou k dispozici jen pětina populace na kabelu, satelitu a v digitálním experimentu“.⁵⁰ Je tedy pochopitelné, že jsou velké televize znejistělé rozdrobováním zatím stále masového,

⁴⁸ in Potůček, J., Zákon, který se Primě nehodí, *Reflex*, Média, str. 22, 4.5.2006.

⁴⁹ in Mejstřík, J., Regionální televize, *Marketing & Media*, Média 2005 - Koncentrace médií, str. 18, 14.11.2005.

⁵⁰ in Mrnka, M. »Digitál« prospěje byznysu i lidem, *Hospodářské noviny*, Názory, str. 10, 29.5.2007.

avšak postupně čím dál náročnějšího publika. Pro udržení pozic budou muset zakládat mnoho malých, tématických stanic – tento trend je faktem, nezbyvá se s ním než smířit. Co ale čeká s nástupem nových digitálních stanic diváka, a jak na něj zareaguje - má se vůbec nač těšit?

Na českém televizním trhu se již před delší dobou rozhořel boj o diváka – zatím je však relativně skrytý. Ve hře jsou pozice pro televizní programy ve dvou digitálních sítích. Zájem je samozřejmě značný, mimo jisté účasti Novy a Primy dostaly loni licenci ještě další dvě plnoformátové televize. První z nich je Febio TV, do níž byly od počátku vkládána největší očekávání. Chce se maximálně odlišovat od současných televizí, má být stanicí pro vzdělané a náročné diváky, kteří se chtějí inteligentně bavit – mohlo by tedy jít o jakousi „lepší veřejnoprávní televizi“. Mimo vlastní dramatické a dokumentární tvorby lze počítat ještě s publicistikou, lifestylovými magazíny či talkshow. Může se opřít o spolupráci s externími tvůrci, kteří pro společnost pracovali v minulosti. Společnost Febio má i bohatý vlastní archiv, nicméně většinu pořadů, jež byly vytvořeny od vzniku firmy v roce 1992, nebude moci vysílat, neboť práva na tyto pořady mají většinou televize, pro něž byly vyráběny. Jaké další konkrétní pořady případně plánují, nechtějí prozradit, „*aby se neopakovala situace s pořadem Výměny manželek, který měli v plánu, ale který jim „vyfoukla“ televize Nova*“.⁵¹ Postoj majitele Fera Feniče k poslednímu vývoji digitalizace a především k TV Nova lze odhadnout již podle titulků článků, které v průběhu posledního roku publikoval v hlavních denících: „Nova by měla bojovat fér“ (Hospodářské noviny z 24.10.2006), „Nova a Prima drží politiky pod krkem“ (MF Dnes z 13.2.2007), „Braňte zájmy českých podnikatelů!“ (Lidové noviny z 25.6.2007).

Druhou plnoformátovou stanicí by mohla být TV Barrandov. Ta chce maximálně využívat barrandovské ateliéry, které patří jejímu vlastníkovvi, společnosti Moravia Steel. Podle vžitě představy by měla využívat i rozsáhlý filmový archiv, čítajícím stovky českých a československých snímků z druhé poloviny minulého století, ovšem „*ten ale nepatří Barrandovu, nýbrž Ateliérům Bonton Zlín [...]. Barrandov Studio má pouze menšinový podíl na právech několika málo filmů*“.⁵² Jednou z ambiciózních představ je těžit ze spojení televize a filmových studií - podobně jako v Hollywoodu. Má natáčet a prodávat do zahraničí vlastní

⁵¹ in Podívaná s STB, Jiří Pšenička, Ondřej Hergesell, Vadim Fojtík, Pavel Matoc, Euro, Hlavní téma, str. 32, 2.5.2006.

⁵² in Digitální optimisté, Jan Potůček, Reflex, Analýza, str. 40, 25.5.2006.

filmy i seriály. Pro stanici je důležité, že „za ní stojí silná podnikatelská skupina, jež si může dovolit značné investice do programu, technického vybavení i personálu.“⁵³

V souvislosti s plány potenciálních plnoformátových stanic vyvstává otázka, zda je v době digitálního vysílání rozumné zakládat televizi takového druhu: na jedné straně kvůli vysokým nákladům, na straně druhé kvůli předpokládané změně diváckých preferencí spojené s rozšířením nabídky stanic - nicméně my diváci se můžeme těšit především na širší nabídky a doufat v její kvalitu. Podstatně jednodušší pozici než plnoformátové televize budou mít tematické kanály, které budou levnější a především se zaměří na určitou předem danou cílovou skupinu.

Dva z nich by měly být zpravodajské. První z nich, stanici Z 1, financuje slovenská skupina J&T, které mj. patří slovenská zpravodajská televize TA3. Proto nepřekvapí, že by chtěla napodobovat modly televizního zpravodajství CNN či Sky News, a že by ráda spolupracovala se zpravodajskými televizemi z okolních zemí. Celodenní zpravodajství hodlá prokládat dokumentárními a publicistickými pořady, rovněž se vyznačuje tím, že nechce mít hlavní zpravodajskou relaci – vysílání jakoby surfovalo na vlně informací a přinášelo neustále nové zprávy.

A byť již v Česku dvě čistě zpravodajské televize vysílaly (veřejnoprávní ČT24 a internetová parlamentní 24.cz), a nakonec v současnosti funguje jen ČT24, chystá se do boje o diváckou přízeň i televize již dříve zmiňované agentury RTA, jenž plánuje přes týden vysílat především regionální zpravodajství, o víkendu pak třeba publicistické, zábavní či kulturní pořady. Její velkou výhodou je, že může vycházet ze zavedeného týmu regionálních reportérů a sítě studií. „*Ve zkratce se dá Berkův projekt charakterizovat jako Deníky Bohemia převedené na televizní obrazovku. Část vysílání by byla pro všechny regiony společná, část by byla po větších oblastech a část po jednotlivých krajích*“.⁵⁴

Asi nejkurióznější projekt, který byl v loňském roce oceněn licencí k digitálnímu vysílání, je TV Pohoda. Ta by měla mít záběr na širší cílovou skupinu od tří až přibližně do pětadvaceti let, tedy od dětí, přes teenagery po vysokoškoláky. Chce vysílat, ale i vyrábět hlavně pohádky a animované seriály, ale hlavně se nechce stát kopií kanálů s kreslenými pořady. Slibuje vlastní večerníčky, vysílání pro mateřské školy a s pomocí grantů EU i výrobu vzdělávacích pořadů. Myslím, že se máme skutečně nač těšit, neboť kromě dopoledního vysílání pro školky, odpoledního programu pro školáky a studenty se podle vyjádření majitele televize Radima Pařízka pro časopis Reflex v pozdějších hodinách nabízí „*možnost, že*

⁵³ in Digitální optimisté, Jan Potůček, Reflex, Analýza, str. 40, 25.5.2006.

⁵⁴ Tamtéž.

*bychom pro tu mládež, která ještě nespí nebo se baví, vysílali i taková ta krásná dívčí těla. Nemyslím erotiku, ale něco takového láskyplnějšího“.*⁵⁵ Uvidíme, jestli bude nakonec tato televize spíše zdrojem vzdělání a kvalitní zábavy pro mladé, nebo spíše stížností k RRTV týkajících se ohrožování mravní výchovy.

Dalším kanálem pro mladší část publika je hudební Óčko. Je to jediná televize, jejíž vysílání je dostupné již nyní a která především prostřednictvím kabelu a satelitu vysílá již pátým rokem, přičemž počet jejích diváků pozvolna roste. Změnou režimu do řádného digitálního vysílání se pravděpodobně mnoho nezmění - stanice by se měla soustředit především na ladění doplňkových služeb, jako třeba hlasování v hitparádách pomocí dálkového ovladače, stahování videoklipů či inovace a rozšíření programu. To by se mohlo dít i díky spolupráci s dalšími médii ze skupiny Mafra, kam například spolu s deníkem MF Dnes, hudebním měsíčníkem Filter nebo rozhlasovými stanicemi Classic FM a Expresradio patří.⁵⁶

Kvalitní obsah nabízí v obecném smyslu ten, kdo na něj má peníze a tak ho může připravit. Úspěch ale nezaručí pouze kapitál, ale spíše prozíravé rozhodnutí. Proto schopní nováčci prorazí vždy, když najdou mezeru na trhu a nabídnou něco, co lidé chtějí a zatím to nedostávají. Že se tak pravděpodobně stane i na nově otevíraném televizním trhu, potvrzuje stav ostatních mediálních odvětví, která nejsou vázána státní regulací. V tisku i na internetu jsou velcí, ale i malí specializovaní hráči. Je sice pravda, že s postupující globalizací čím dál častěji kupují velcí ty malé. Pro diváka ale může být přínosem, když bohatý investor ještě dále rozvine a podpoří zajímavý záměr, než aby se slabý provozovatel nákladně a často marně snažil být lepší. Na druhou stranu samozřejmě pohlcování menších vytváří velké riziko spojené s monopolizací postavení, ať už na celém trhu, nebo i v jeho určitém segmentu. Nicméně vzhledem k situaci spojené se současným postavením Novy a výhledem na několik budoucích let lze předpokládat, že se slovy ekonomů „trh díky konkurenci ozdraví“, což by mělo přinést pozitivní důsledky i nám, divákům. Spolu s mediálními odborníky lze očekávat kromě již zmiňované širší nabídky programů i mnoho rozšířených služeb, neboť další zájemci se rekrutují i z odlišných oborů, než je televizní podnikání.

⁵⁵ in Digitální optimisté, Jan Potůček, Reflex, Analýza, str. 40, 25.5.2006.

⁵⁶ in Šest nových televizních kanálů, Týden, Události, str. 24, 10.4.2006. Dále in Wanatowiczová, K., Porcování digitalizovaného koláče, Týden, Téma, str. 30, 11.9.2006.

4.3. Je budoucnost komerčních rádií v digitalizaci?

Zatímco v mnoha zemích se digitální rozhlasové vysílání postupně prosazuje i mezi soukromými vysílateli a na světě je mezi uživateli již téměř pět set milionů DAB přijímačů, u nás komerční rádia nemají žádnou motivaci k zavádění technických novinek, které považují spíše za pouhé experimenty. Na pražském experimentálním multiplexu B vysílaly Evropa 2, Classic FM a Rádio Proglas, přičemž v současnosti zde dále funguje pouze Proglas. Ještě snad jen IPTV od 02 TV vysílá mimo celoplošných stanic Českého rozhlasu také Frekvenci 1, Rádio Impuls, Country Radio, Radio Beat a Radio 1. Nicméně zástupci soukromých rádií jsou jednomyslně skeptičtí, ohlasy na digitálně přenášené vysílání jsou prakticky nulové, posluchačů experimentálního vysílání v systému DAB bylo minimum. Vysílatelé konečně nemají důvod investovat energii a peníze, a ani lidé nemají proč nakupovat nová rádia. V Česku může být asi sto milionů rozhlasových přijímačů v budících, ve walkmanech, v autech, na chatách. Kdo by chtěl všechny ty přístroje měnit za digitální, když mu to v podstatě nic podstatného nepřinese. I když... Mimo to, že na displeji lze vidět název skladby i jméno autora, můžete si ji také hned stáhnout; a když je vysílán třeba rozhovor, je možné zobrazit fotografii dotazovaného. I lidé v metru poslouchají digitální rozhlas, protože signál pronikne až do tunelu, a dívají se na obrázky provázející pořady. Na přizpůsobeném přijímači si posluchač vše snadno seřadí, třeba podle žánru, a pak si prostě vybere. To vše a i další věci umožní digitální rozhlas. Jste pro? Většina potenciálních posluchačů a především vysílatelů bohužel zatím ne. A lze o těchto skupinách vlastně takto hovořit – nebyly by správnější termíny budoucí uživatelé a poskytovatelé digitálního vysílání?⁵⁷

5. Život v digitálním věku

5.1. Česká digitální sága jako reálný progres⁵⁸

Ukončením analogového vysílání na Domažlicku vstoupila Česká republika reálně a nezvratně do digitální budoucnosti. Tohoto kroku si nevšimají pouze domácí, ale i zahraniční média, která naši zemi vnímají jako digitálně relativně pokrokovou vzhledem k tomu, že je

⁵⁷ in Vitvarová-Vránková, K., Až naprší peníze a nová rádia..., *Týden, Média*, str. 100, 11.12.2006.

⁵⁸ Viz Duspiva, Z., Zahraniční média: „Česká digitální sága jako reálný progres“, <http://duspiva.blogspot.com/2007/09/zahranin-mdia-esk-digitln-sga-jako-reln.html>.

první ze států střední a východní Evropy, kde došlo na části území k úplnému vypnutí analogového signálu a kde se vysílá digitálně. Co na toto „vysadní“ postavení říkají lidé, jichž se situace dotýká? Ti z nich, kteří si již pořídili set-top-box, jsou jistě spokojeni, neboť kromě českých kanálů mohou navíc naladit ještě i německé. Jsou ovšem i diváci, kteří s koupí „kouzelné krabičky“ otálejí – třeba proto, že by jim koupě tohoto přístroje nabourala rozpočet. Takovou situaci mají v cizině ošetřenou: „*Německo, Rakousko či Velká Británie poskytují sociálně slabým dotace a příspěvky, které jim umožňují se s digitalizací lépe vyrovnat. Rakouská vláda například poskytla 60 tisícům lidí příspěvek 40 eur na nákup set-top-boxů.*“⁵⁹ I v Itálii stát domácnostem přispívá na nákup tohoto přístroje. A co u nás? „*Mluvčí ČT Martin Krafl slibuje i omezenou podporu nákupu přijímačů pro školy či sociální ústavy. Domácnosti na set-top-boxy příspěvky nedostanou, s dotacemi na satelity nemohou počítat ani obce bez signálu.*“⁶⁰ Za příspěvek pro potřebné se přimlouvají i komunisté, neboť jak se pro Lidové noviny vyjádřila poslankyně Ivana Levá, „*pro seniory je televize často jediným společníkem. Kdyby ji neměli, mohli by trpět depresí.*“⁶¹

Podle poznatků psychologů z USA však lidem v souvislosti s digitálními formami komunikace naopak hrozí poruchy spočívající v nedostatku pozornosti. Negativní dopady mají být přímým důsledkem informační exploze probíhající dnes v celospolečenském měřítku.⁶² Další lékaři a psychologové hovoří o jiném syndromu vznikajícím u člověka proto, že nedokáže dostatečně rychle přijímat a zpracovávat přicházející informace. Jiní experti pak na zmíněný problém nahlízejí z druhé strany - člověk je neustále vystavován neúplným, resp. nedostatečným informacím, a cítí tak nutkání doplňovat si je stále novými a novými informacemi. Ať už je to tak či onak, důsledek je vlastně týž a psychologové jsou zajedno v tom, že přehršel informací, dat a zpráv ohrožuje tělesné i psychické zdraví lidí.⁶³

⁵⁹ in Pětioký, J., Proklatě drahé zrnění, *Týden*, Události, str. 24, 3.9.2007.

⁶⁰ Tamtéž.

⁶¹ in Malecký, R., Příspěvek? Ano, ale ne plošně, *Lidové noviny*, Téma, str. 3, 14.7.2006

⁶² V této rovině by bylo možné chápat digitalizaci jako jakousi rozbušku či urychlovač vtom smyslu, jak o problematice hovoří Paul Virilio: „*Takže po atomové bombě a po rozpoutání čtyřicet let trvajícího všeobecného jaderného zastrasování bude právě vybuchnuvší informatická bomba velice brzy vyžadovat nastolení nového typu zastrasování, tentokrát sociálního, a rozmístění automatických pojistek schopných zabránit přehřátí a štěpení sociálního jádra národů.*“ (in Virilio, P. *Informatická bomba*, Pavel Mervart, Červený Kostelec 2004, str. 124).

⁶³ in Příbyl, P., E-mailování přináší výhody i rizika, *Hospodářské noviny*, Kariéra - kariéra business, str. 8, 21.5.2001.

5.2. Cestou stírání hranic

Nejsou to však jen zdravotní rizika, které nám informační revoluce spojená s digitalizací akutně přináší. Jsou to především často netušené možnosti, které současný nezvratný vývoj nabízí. Například televizor dozná nového uznání tím, že se stane centrem multimediální sítě v domácnosti. V ní bude klasický počítač pouze dalším rovnocenným přístrojem v sestavě, do níž budou patřit i další známé, dosud zcela samostatně stojící přístroje.

Tento nastupující trend lze dnes pozorovat například na propojování dvou dosud zcela odděleně fungujících médií, totiž internetu a televize. Vzhledem k tomu, že stopáž televizního zpravodajství je omezená, přichází katarský kanál al-Džazíra s nápadem umisťovat část svého vysílání v angličtině na server YouTube.⁶⁴ Na druhou stranu webové videoprohlížeče začínají vypadat jako reálné televize s kontinuálním vysíláním, přičemž tento dojem umocňuje i neustálé zlepšování kvality obrazu. I díky výraznému zvyšování kvality připojení tak dochází k postupnému přesunu internetové televize z osobních počítačů do televizí. Vystává však otázka, jaká role v takovém světě zbývá televizním společnostem, které dnes fungují jako prostředník mezi producentem a divákem. V budoucnu totiž práci vysílatele, tedy výběr pořadů a jejich řazení do vysílání, bude moci dělat přímo divák, případně bude výběr probíhat automaticky na základě jeho preferencí.⁶⁵ Že by právě tato možnost byla příčinou nové snahy lobbistů Novy na co největší zbrždění přirozeného vývoje digitálních médií?

Díky digitalizaci způsobenému nárůstu interaktivních možností se v blízké budoucnosti pravděpodobně vytratí i rozdíl mezi médii dnes tak odlišnými, jako jsou noviny a televize. Noviny se dnes již zpravidla kompletně připravují na počítači a analogový je tak až poslední krok, tedy tisk a distribuce novin. S rozšiřováním datových sítí však bude možné odbourat i tento krok. Noviny budou doručovány elektronicky a spolu s textem a obrázky budou obsahovat třeba i další typy dat, jako je zvuk a video, tedy to, co je dnes typické pro televizi. Jediné, co ještě zbývá, je vyladit způsob příjmu – totiž moci sledovat co chci a kdy chci. Ani to však nebude pro televize blízké budoucnosti problém, každý divák si jednoduše sestaví individuální program podle svého.

Rozvoj digitálních médií otevírá mnoho perspektiv právě díky nastupující konvergenci, k čemuž se vyjadřuje ve svém příspěvku i Tomáš Dvořák: „*Koncept “médiá” byl v poslední době radikálním způsobem zproblematizován. Jedním z klíčových důvodů je pochopitelně příchod tzv. nových (digitálních, elektronických) médií, umožňujících kombinovat a slučovat*

⁶⁴ in Pospěchová, P., Zvláštní vydání! 24 hodin denně!, *Týden, Média*, 30.4.2007.

⁶⁵ in Antoš, D., Co si počnou televize?, *Reflex, kultura*, str. 23, 16.7.2007.

texty, zvuky a obrazy. Ti nejradiálnější z teoretiků v tomto ohledu hovoří o stírání rozdílů mezi jednotlivými médii díky jejich digitalizaci – Friedrich Kittler, kupříkladu, tvrdí následující:

Všeobecná digitalizace zpráv a kanálů smazává rozdíly mezi jednotlivými médii. Zvuk a obraz, hlas a text jsou redukovány na povrchové efekty, známé uživatelům pod označením interface... V počítačích se vše proměňuje na čísla: kvantitu bez obrazu, zvuku či hlasu. A když síť optických vláken přetvoří dříve izolované toky dat do standardizovaných sérií digitálních cifer, stane se jakékoli médium přeložitelným do jakéhokoli jiného média. S čísly je vše možné... totální konvergence médií na digitálním základě ruší samotný koncept média. (in Friedrich A. Kittler, "Gramofon, film, psací stroj", Teorie vědy: nová média, XI/XXIV/2/2002, s. 34.)

Existuje ovšem také subtilnější přístup, který není založen na představě několika autonomních médií, jež by se smísila v jakémsi hypermédiu, nýbrž problematizuje vůbec vlastní předpoklad homogenního, jedinečného, specifického média. Jinými slovy, každé médium vždy bylo, je a bude hybridní směsí, vnitřně rozrůzněným médiem: každé médium je vždy již multimédiem.⁶⁶ Jestliže bychom dnes v rozporu s tímto závěrem zpochybnili multimedialitu například současného rozhlasu, v budoucnu již něco takového díky konvergenci nebude zcela jistě možné. Mediální expert Nicholas Negroponte uvádí ve své knize Digitální svět následující příklad: „Ve vzdálenější budoucnosti však bity nebudou při vysílání specificky přiděleny žádnému konkrétnímu médiu. Vezměte si předpověď počasí. Namísto toho, abychom vysílali meteorologa s jeho známými mapami a diagramy, si raději představte počítačový model povětrnostní situace. Data dorazí do vaší televize/počítače a vy pak – na straně příjemce – využijete [...] inteligence příslušných programů k převodu získaných dat na hlasový výstup, do podoby tištěné mapy anebo do podoby animovaného filmu s vaší oblíbenou postavičkou od Disneyho. Chytrá televize to dokáže udělat jakýmkoli způsobem, po kterém zatoužíte, možná dokonce i v závislosti na vaší okamžité náladě. V daném příkladě vysílač vůbec neví, do jaké podoby budou data transformována. O tom rozhodnete vy.“⁶⁷

⁶⁶ in Rozptýlenost jako předpoklad soustředění: poznámky k Benjaminovu pojetí recepce, Dvořák, T., *Iluminace*, str. 67, č. 4, 2003.

⁶⁷ In Negroponte, N. *Digitální svět. Being Digital*, Management Press – Softwarové noviny, Praha 2001, str. 49.

5.3. Úplná konvergence jako vrchol digitalizačního vývoje?

Z technologického pohledu dnes již vlastně neprobíhá žádná nečekaná revoluce, tu jsme prožili v minulém století. Přinejmenším od počátku devadesátých let je více než zřejmé, že svět médií postupně splyne se světem počítačů, telekomunikací, ale i spotřební elektroniky a že tento vývoj bude samozřejmě mít zásadní důsledky pro všechna dotčená odvětví. Výsledek ale bude stát za to: Jednak vznikne nový trh, na němž bude možné uplatnit kvanta elektronických zařízení podporujících nové systémy, a s tím související nepřeberné množství služeb. Uživatelé budou konzumovat, ale zároveň také aktivně spoluvytvářet široké spektrum interaktivních programů nebo vysoce automatizovaných služeb. Nezaniknou „staré“ způsoby komunikace, jen nabudou zcela nových forem - a to v podobě interaktivních soutěží a her ve virtuálních světech, což představuje jen logické pokračování dnešního zábavního průmyslu ve spojení s počítačovými hrami a médii. Vše samozřejmě zastřeší výkonná, univerzální komunikační infrastruktura - telekomunikace v budoucnu nebudou synonymem několika specifických služeb jako dnes. Komunikační služby budou všudypřítomné a zároveň tak samozřejmé, že si jejich přítomnost nebudeme ani uvědomovat. Konvergence se tak dostane do své další zákonité fáze: komunikační služby splynou se službami vytváření obsahu.

Konvergence tedy do našeho světa přináší dvě zásadní změny. Tou první je převod doposud oddělených přístrojů a služeb na společnou digitální základnu. Z původní různorodé spotřební elektroniky se postupně stávají přístroje s jednotnou, široce kompatibilní platformou. Jejich specializaci již bude určovat pouze software, případně samozřejmě stále ještě konkrétní funkční rozhraní (např. displej u televize – během dalšího vývoje však nejspíše odpadne i tento specializační prvek). Druhou zásadní změnu pak bude představovat splynutí doposud odděleně chápaných služeb médií, komunikací a zábavy v jedinou službu. V této situaci bude čím dál tím více klesat význam spotřební elektroniky⁶⁸ a naopak výrazně poroste důležitost služeb. Budou to právě ony, které rozhodnou o firmách účastnících se boje o nový, dalo by se říci globální konvergovaný trh.

Vlastní komunikační služby bude pak možno charakterizovat jako neviditelné, neboť se přemění se ve zcela běžný a standardní produkt, podobně jako je to dnes třeba s dodávkami

⁶⁸ S tím bude také ustupovat problém spojený s designem, který je sice pro samu podstatu funkce daného přístroje podružný, nicméně stále zásadně ovlivňuje způsoby jeho použití: „*Historie lidského úsilí učinit stroje ovladatelnějšími se vždy týkala téměř výhradně zdokonalování designu a vzhledu ovládacích a signalizačních prvků. Rozhraní se obvykle považovalo za problém z oblasti tradičního průmyslového designu – jako když se návrháři snaží vylepšit čajovou konvici či hrábě, aby měly ladnější tvar, aby z konvice zbytečně neunikalo teplo a hrábě aby vám zbytečně nenadělaly puchýře*“ (in Negroponte, N. *Digitální svět. Being Digital*, Management Press – Softwarové noviny, Praha 2001, str. 78).

elektrické energie. Naprostou většinu uživatelů totiž nezajímá, jaké mají v bytě napětí, rozvody či zásuvky. Podstatné je to, že mají elektrický proud zavedený a že díky němu mohou vykonávat standardní činnosti, které by však bez něj (a jím napájených přístrojů) nebyly proveditelné. Když situaci hodně zjednoduším, tak jako dnes máme v bytě zavedený „proud“, v budoucnu budou zaváděny „komunikace“ neboli „služby“. Ty se tak stanou nezajímavými a tedy neviditelnými - všude jich bude dostatek a budou technicky natolik zvládnuté, že o nich uživatelé nebudou muset vůbec přemýšlet. Dnes se například ještě musíme rozhodovat, zda budeme přímý přenos finále mistrovství světa sledovat během jízdy v autě (a ušetříme tak čas, ale zážitek nebude intenzivní), nebo jej budeme sledovat v televizi (kde budeme pohlceni atmosférou, ale nic jiného přitom nezvládneme). Napříště budeme takových rozhodování ušetřeni, jelikož o technických záležitostech za nás rozhodnou příslušné automatizované (ná)stroje, jež toto rozhodnutí učiní lépe než člověk, který se pak bude moci pouze soustředit na vlastní předmět zájmu.

Základem nového uspořádání světa se tedy stanou aplikace. O co vlastně půjde, když svět bude plný nejrůznějších možností komunikace? Je to jednoduché: Takový přístroj se prostě zapne a bude fungovat, přičemž po uživateli bude pouze chtít, aby mu uděloval v dané situaci pokyny – něco na způsob Aladinova Džina, který na pokyn vyhlédl a zeptal se „Čeho si žádáš, můj pane?“. Vždyť i dnešní moderní televizory se dokáží de facto samy naladit. Nástupce telefonu si tedy sám zvolí nejvhodnější a nejlevnější způsob komunikace. U nástupce foto a videokamer například oproti dnešku odpadne nutnost jakkoliv se starat o přesuny a ukládání zhotovených záznamů – tuto rutinní technickou činnost zvládne sám automat. V novinách budoucnosti si budeme moci přečíst nikoliv včerejší či předvčerejší, ale zcela aktuální zprávy, a navíc právě ty, které nás zajímají především. A pokud budeme unaveni, necháme danou aplikaci zprávy přečíst nahlas. K dispozici bude případně i doplňující videozáznam, nebo i možnost o zprávě podiskutovat s ostatními čtenáři. Konverze médií bude tedy takřka dokonalá – a vzhledem k tomu, že s jedním osobním zařízením budeme moci využívat vše výše popsané, nelze snad již ani hovořit o televizi, rozhlase či novinách. Možnosti nových aplikací budou téměř neomezené, neboť budou libovolně a zároveň automaticky překračovat dnešní hranice jednotlivých médií ve snaze přinést uživatelům co nejzajímavější, nejúčinnější či prostě nejzábavnější službu.⁶⁹

⁶⁹ in Donát, J., Komu zvoní virtuální hrana, Ekonom, Informační a komunikační technologie, str. 8, 7.10.2004.

5.4. Kyberprostor = ztráta soukromí

Každé plus má své minus, stejně tak i účast digitální techniky na moderním životě. Některé potenciální negativní dopady výše popsané, na první pohled růžové digitální budoucnosti, jsem již naznačil v první půli této kapitoly. Další nebezpečí spočívá v zániku soukromí tak, jak jej známe. S praktickou aplikací již dnes realizovatelných možností, které digitalizace skýtá, nastupují prvky známé z Orwellova románu 1984. Na všudypřítomnost průmyslových kamer, střežící prostor v bankách, obchodech, školách, i na úřadech a v knihovnách, si možná již ledaskdo zvykl. Toto je však méně než začátek zaznamenávání našeho pohybu v kyberprostoru.

V plném vývoji a testování jsou již delší dobu například systémy automatické registrace a vyhodnocování nakoupeného zboží, které budou trvalou součástí výrobku s cílem jej průběžně identifikovat. Proto až v budoucnu navštívíme obchod, jen naložíme věci do košíku a odjedeme, dalo by se říci bez placení. Nákup totiž bude neustále a přesně monitorován. Při odchodu z prodejny budou peníze automaticky strženy z účtu, což je sice pohodlné, ale zároveň nebezpečné. Bude totiž přesně zaznamenáno nejen to, co a kde nakoupíme, ale rovněž bude monitorován i veškerý následný pohyb zboží. Nebude tak problém zjistit, kdy a jak daný výrobek spotřebujeme. Obdobně bude samozřejmě možné monitorovat naše aktivity spojené s možnostmi, které nám již v brzké době nabídne digitální televize a rozhlas. V takové situaci lze považovat například personalizovanou reklamu, jak ji dosud známe jen ze sci-fi filmů, za zcela samozřejmou.

A jelikož se obdobné systémy již stávají běžnou realitou, skutečné soukromí zůstane jen velmi těžko obhajitelným pojmem.⁷⁰ Doba, ve které žijeme, se proto vyznačuje velkým přehodnocováním pojmu soukromí. Člověk atomové minulosti⁷¹ měl svůj život více méně pod kontrolou a své soukromí mohl bez problémů uchránit, jestliže choulostivou korespondenci či deníky spálil. Toto však v digitálním světě nelze – byť byste svůj mobil vhodili do ohně, telefon sice podlehne zkáze (konečně – je přece z atomů), ovšem digitální stopa po vašich esemeskách či telefonátech zůstává někde v elektronickém prostoru zaznamenána.

⁷⁰ in Daní za pohodlí může být ztráta soukromí, *Hospodářské noviny*, Digital, str. 1, 6.1.2004.

⁷¹ „Nejlepší způsob, jak pochopit význam a důsledek digitálního světa, je soustředit se na rozdíl mezi bity a atomy. I když nade vši pochybnost žijeme v éře informací, většina z nich se k nám dostává ve formě atomů: noviny, časopisy a knihy“ (in Negroponte, N. *Digitální svět. Being Digital*, Management Press – Softwarové noviny, Praha 2001, str. 15).

Je však možné (a pokud se ona komunikace netýkala otázek bezpečnosti státu i pravděpodobné), že tyto záznamy nejen že nebudou nikdy zneužity, ale třeba naopak poslouží historikům v budoucnosti. A možná tak jako dnešní historici budou i oni bádát nad jejich obsahem a skládat z nich elektronickou mozaiku našeho všedního života. Digitalizace jim totiž umožní zkoumat i to, co dosud beze stopy mizelo v propadlišti času. Již v tuto chvíli jsou velice pravděpodobně někde v kyberprostoru zachyceny naše esemesky, obsahy nákupů placených bankovními kartami, a nejspíše i poslední verze této práce, neboť ji e-mailem zašlu k vytisknutí (o tom, že ji navíc za chvíli vypálím na CD, již ani nemluví). „Čím více chytrých elektronických zařízení nás bude obklopot, tím silnější informační stopu po sobě zanecháme. Až za pár měsíců začne vysílat digitální televize, nebude to znamenat pouze to, že si budeme moci utvářet vlastní program podle chuti, ale také to, že někdo v budoucnosti bude moci rekonstruovat, na co jsme se v který okamžik dívali. Až budeme moci ovládat přes počítač ledničku, pračku, topení, osvětlení či žaluzie, což je v podstatě možné již dnes, pak také někde zanecháme informace o tom, kdy jsme co prali a kdy jsme si doma udělali intimní atmosféru.“⁷² Nicméně s tímto vývojem se nedá nic dělat, digitální doba nezadržitelně a vytrvale vstupuje do našich životů – tentokrát po novém, „televizním“ mostě.

⁷² in Zídek, P., Věk pokrytců, *Lidové noviny*, Orientace/Salon, str. 4, 13.5.2006.

Závěr

Jsme v půli cesty. Realitou se už dávno stal nástup digitální fotografie, digitální hudby a různých druhů digitální komunikace. I videokamery jsou již běžně digitální. Prakticky veškeré formy nových informací jsou zaznamenávány přímo v digitální podobě, digitalizována jsou i data původně analogová. Je výhodné mít digitální archiv, neboť v něm je se všemi záznamy mnohem jednodušší jakkoliv manipulovat, vzájemně je kombinovat, přenášet a samozřejmě také konvertovat. Nyní je tedy již v podstatě možné začít realizovat další etapu, kterou představuje naplnění přese všechna rizika lákavé vize se jménem konvergence.⁷³ A byť se to nemusí na první pohled zdát, tento již nastartovaný proces bezesporu změní náš postoj ke světu, neboť přinejmenším změní naši realitu.

Z trochu jiného úhlu pohledu jsme však monetálně pouze v půli cesty při přechodu na digitální televizní a rozhlasové vysílání. Máme za sebou fáze experimentálních i pilotních projektů, počátkem měsíce září jsme vstoupili do prostřední etapy, již je dle vládní koncepce zahájení pravidelného vysílání DVB-T. Nyní nás čeká postupný přechod od analogového k digitálnímu vysílání, završený ukončením analogového vysílání.⁷⁴ Nezbývá než věřit, že ta druhá část cesty proběhne s menšími obtížemi než ta dosavadní, neboť na tom ve výsledku mohou vydělat skutečně všechny zúčastněné strany.

Závěrem by se dalo říci, že i v odpovědi na poslední otázku, jíž jsem si v úvodu kladl, je možné použít slovo „půl“. Podle mých zjištění totiž česká média, především pak denní tisk, referují o digitalizaci (kterou lze myslím chápat jako děj mimořádně významný pro vývoj společnosti, a proto hodný dostatečného množství relevantních komentářů) nedostatečně, takřkajíc polovičatě. Typické je nakousnutí dílčího problému, většinou beze snahy ozřejmit běžnému čtenáři, neznalému okolností problému, hlubší souvislosti. Je sice pravdou, že se nakonec z médií dá získat poměrně dobrý přehled o problematice, nicméně to vyžaduje skutečný zájem příjemce a snahu informace nalézt. Lze však předpokládat, že vzhledem k nabírání procesu digitalizace na obrátkách zvýší svojí aktivitu také novináři, takže nakonec i obyčejný mediální příjemce bude mít příležitost alespoň nahlédnout k novým obzorům, které nám všem digitalizace přináší.

⁷³ in Donát, J., Komu zvoní virtuální hrana, Ekonom, Informační a komunikační technologie, str. 8, 7.10.2004.

⁷⁴ in Duspiva, Z. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*, Votobia, Praha 2004, str. 20

Seznam literatury a zdrojů

Literatura

- BEDNÁŘ, J. *Digitální televize. Populární průvodce technologií DVB-T*, Sdělovací technika, Praha 2006
- BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*, Barrister & Principal, Brno 2001
- BYSTRICKÝ, J., MUCHA, I. *K filosofii médií*, Vydavatelství 999, Praha 2007
- DAHLKE, R. *Čím onemocněl svět?*, Ikar, Praha 2004
- DeFLEUR, M., BALL-ROKEACHOVÁ, S. *Teorie masové komunikace*, Karolinum, Praha 1996
- DUSPIVA, Z. *Digitalizace jako budoucnost elektronických médií*, Votobia, Praha 2004
- GOURD, A. *Öffentlichkeit und digitales Fernsehen*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2002
- JANOUSEK, J., SLAMENÍK, I. *Člověk a média. Psychologie masové komunikace*, In: Aplikovaná sociální psychologie, Portál, Praha 1998
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*, Portál, Praha 2003
- KLOSKOWSKA, A. *Masová kultura*, Svoboda, Praha 1967
- KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*, Karolinum, Praha 1995
- LIEVROUW, L. A., LIVINGSTONE S. *Handbook of New Media (Updated Student Edition)*, Sage Publications, London 2006
- McLUHAN, M. *Jak rozumět médiím*, Odeon, Praha 1991
- McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*, Jota, Brno 2000
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál, Praha 1999
- NEGROPONTE, N. *Digitální svět. Being Digital*, Management Press – Softwarové noviny, Praha 2001
- NEWBOLD, C. a kol. *The media book*, Arnold, New York 2002
- POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*, Mladá Fronta, Praha 1999
- RAMONET, I. *Tyranie médií*, Mladá Fronta, Praha 2003
- ROZEHNAL, A. *Mediální právo*, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, Plzeň 2004
- ŠMÍD, M. *Média, internet, TV Nova a já*, Institut sociálních vztahů, Praha 2000
- THOMPSON, J. B. *Média a modernita. Sociální teorie médií*, Karolinum, Praha 2004
- VIRILIO, P. *Informatická bomba*, Pavel Mervart, Červený Kostelec 2004
- WALKER, J. A. *Art in the age of mass media*, Pluto Press, London 1983

WATSON, J., HILL, A. *Dictionary of Media and Communication Studies*, 5. edition, Arnold, London 2000

Zdroje - tisk

Ekonom

Euro

Hospodářské noviny

Lidové noviny

Marketing & Media

Mladá fronta DNES (MF Dnes)

Právo

Reflex

Respekt

Strategie

Týden

Zdroje - www

<http://duspiva.blogspot.com>

<http://www.ceskamedia.cz>

<http://www.ceskatelevize.cz>

<http://www.czech.cz>

<http://www.digitalinfo.cz>

<http://www.digitalizace.unas.cz>

<http://www.digitalnitelevize.cz>

<http://www.digitv.cz>

<http://www.digizone.cz>

<http://www.louc.cz>

<http://www.mediar.cz>

<http://www.micr.cz>

<http://www.radiotv.cz>

<http://www.rozhlas.cz>