

■ **Adventní koncerty** ● dlouhodobý charitativní a sbírkový projekt a zároveň název cyklu pořadů vysílaných od roku 1991 o adventních nedělích. U zrodu A. k., inspirovaných mezinárodním projektem rakouské televize ORF a Eurovize Licht ins Dunkel (Světlo do temnoty), stál režisér Jaromír Vašta, jehož trvalými spolupracovníky se stali Marta Kubišová, Táňa Fischerová a Jan Kačer. Označení A. k. bylo původně pracovní, pořad se v prvních dvou letech nazýval Vánoční koncerty Konta dobré vůle. Finanční dary motivované A. k. přispívají k ulehčení života duševně, tělesně či sociálně postižených. Na jaře každého roku ČT přijímá návrhy humanitárních organizací na pomoc konkrétním zařízením, z nichž odborná komise vybere čtyři nejprospěšnější projekty. Za 10 let existence A. k. pomohly 46 humanitárním organizacím, první ročník vynesl dva a půl milionu korun, v dalších letech se výtěžky pohybovaly kolem 7 milionů korun.

■ **Analogové televizní vysílání** ● šíření televizních signálů pomocí elektromagnetických vln prostřednictvím analogových televizních vysílačů, určených k příjmu veřejností v šifrované nebo nešifrované podobě. Šířený televizní signál (modulační signál) obsahující informaci o televizních programech je spojitý jak v čase, tak v hodnotě. Pro přenos televizního signálu barevné televize se používají analogové kompozitní přenosové soustavy barevné televize NTSC ▼, PAL ▼, SECAM ▼ nebo analogové komponentní přenosové soustavy barevné televize MAC ▼.

■ **Archiv a programové fondy České televize (APF)** ● v ČR zařazen mezi archivy zvláštního významu ve smyslu uchovávání a využívání národního kulturního bohatství. APF ČT se stal rovněž správcem archivních fondů zaniklé Československé televize (k 1. 1. 1993). APF je zodpovědný za evidenci, dokumentaci, a využívání záznamů na všech typech nosičů vznikajících v ČT, tzn. za nákup, evidenci a půjčování čistých i nahraných profesionálních kazet s televizním magnetickým záznamem (TMZ) podle požadavků výroby, za odbavování TMZ do vysílání, popis a vkládání údajů do databází archivu, za vyhledávání a poskytování informací a rešerší o televizních záznamech pro interní i externí potřeby, za mazání záznamů bez trvalé archivní hodnoty, péči o filmy vyrobené v ČT a zajišťování výpůjček převzatých pořadů. Mimo to je v povinnostech APF starat se o zvukové záznamy na úzkých magnetofonových páskách, CD i v audioserveru a pečovat o klasické písemné archiválie ve smyslu jejich inventarizace, ochrany a využívání. Ve fondech APF je uloženo celkem téměř 200 000 hodin archivních záznamů, tedy 20 let vysílání 24 hodin denně. Za rok APF odbaví a zpětně přijme zhruba 300 000 záznamů na všech typech nosičů.

APF také pečuje o studijní knihovnu, která eviduje zhruba 22 000 knih a časopisů a za rok realizuje přibližně 6000 výpůjček.

Dlouhodobě je jedním z hlavních úkolů APF pečovat o uložení fondy, sledovat jejich kvalitu, zajišťovat přepisy záznamů na stárnoucích druzích nosičů a udržovat krok s novými světovými trendy v technologii.

Správa archivních fondů vyžaduje značné finanční investice, v prvních letech ČT zejména do výstavby a technologie odpovídajících archivních deponitářů (1993 až 1995 téměř 36 milionů korun) a restaurování poškozených nosičů či nekvalitních záznamů, v letech

následujících hlavně do přepisování na technicky kvalitnější nosiče analogové a digitální kazety Betacam a na nákup nových záznamových médií. Archivní záznamy jsou uloženy v deseti archivních deponitářích s odpovídajícími klimatickými podmínkami, nejnovější je deponitář barevných negativů, kde jsou filmy uchovávány při teplotě 6–8° C v podzemí ČT.

Dramaturgie APF zajišťuje vysílání ČT v reprízových časech: např. v roce 2001 připravil APF do vysílání 2039 pořadů (s jejich reprízami 3304), což je přes 1300 hodin programu. APF slouží především potřebám výroby televizních pořadů, ale zároveň může být využíván podle přesně stanovených podmínek i externími zájemci – spolupracuje s oddělením ČT Telexport při prodeji kopií záznamů v ČR i do zahraničí. APF poskytuje i služby pro studijní a vědecké účely.

APF ČT je od roku 1992 členem Mezinárodní organizace televizních archivů – FIAT, vedoucí APF je členem Programové komise FIAT.

■ **Asociace televizních organizací (ATO)** ● založena 1. 3. 1997 Českou televizí, Českou nezávislou televizní společností, spol. s r. o. a Společností Premiéra TV, a. s. jako kolektivní člen v rámci Sdružení komunikačních a mediálních organizací (SKMO) ▼ s cílem přebrat závazky zadavatele týkající se prvního elektronického měření sledovanosti ▼ v ČR. V průběhu existence ATO byla její činnost rozšířena o zajišťování a ochranu společných zájmů řádných členů sdružení (Česká televize, FTV PREMIÉRA, spol. s r. o., CET 21, spol. s. r. o. a Asociace komunikačních agentur České republiky) i v dalších oblastech souvisejících s provozováním televizního vysílání. ATO je rovněž zadavatelem nástupnického projektu elektronického měření sledovanosti pro období let 2002–2007 realizovaného společností Mediaresearch, a. s.

■ **ATS (Average Time Spent – průměrný strávený čas)** ● veličina udávající průměrnou denní délku sledování televize jednotlivcem, vyjadřuje se v minutách. Sledování televize se definuje jako přítomnost osoby v místnosti, v níž je zapnut televizor přinášející program nějaké televizní stanice, kabelového vysílání nebo program z videorekordéru, a přihlášení této osoby pomocí povelometru ▼ ke sledování televizoru. Veličina ATS má dvě podkategorie: ATS Total udávající čas trávený u televizoru všemi potenciálními diváky a ATS Relative udávající čas trávený u televizoru pouze faktickými diváky.

■ **ATSC (Advanced Television System Committee)** ● digitální přenosová soustava barevné televize pojmenovaná podle stejnojmenné mezinárodní neziskové organizace. Vznikla v USA (1995) a byla přijata jako standard digitální televize. Základním principem ATSC je dosažení maximální redukce přenosové rychlosti digitálního obrazového složkového signálu při zachování požadované kvality. Na rozdíl od soustavy DVB je zaměřena na přenos televizního obrazu s vyšší kvalitou.

■ **Audience Share (podíl na publiku)** ● veličina měření dílby diváckého zájmu mezi jednotlivé tv kanály; je odvozena od sledovanosti a udává se v %. Share kanálu (nebo skupiny kanálů) pro určitou minutu, určitou cílovou skupinu diváků a kanál (nebo skupinu kanálů) je podíl počtu diváků této cílové skupiny sledujících určitý kanál

(nebo skupinu kanálů) v této minutě na celkovém počtu diváků této cílové skupiny sledujících televizi na všech zkoumaných kanálech v této minutě. Z minutových podílů na publiku lze odvodit např. share kanálu pro delší časové úseky – typicky zejména pro jednotlivé pořady, pro čtvrt hodiny, části dne, dny, týdny, pro reklamu na tomto kanálu atp., přičemž celkem, z něhož je share v procentech vyjádřen, je součet jednotlivých minutových údajů o počtu diváků v dané cílové skupině na všech zkoumaných kanálech během zkoumaného časového úseku či časových úseků. Např. podíl na publiku 25 %, znamená, že daný časový úsek sledovalo 25 z každé stovky diváků trávících daný čas u televizorů. Ve stejném významu jako A. S. bývá užíván také termín Market Share (podíl na trhu).

- **Autorská práva** ● práva autorů, výkonných umělců a výrobců (pod souhrnným označením „autorská práva“) jsou chráněna zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změnách některých zákonů (autorský zákon). Rozumí se jimi komplex práv osobnostních (právo na uvedení jména, rozhodování o zveřejnění díla, nedotknutelnost díla a další) a majetkových (právo dílo užít nebo udělit licenci k užití díla jiné osobě a další).

Poskytuje-li autor licenci k užití díla, děje se tak vždy licenční smlouvou, z níž vyplyne, jakým způsobem a v jakém rozsahu bude dílo užito, v jakém čase se tak stane a jaká autorovi náleží odměna za takové poskytnutí licence. Licenci lze poskytnout buď výhradně nebo nevýhradně v závislosti na zájmu smluvních stran na exkluzivité takového vztahu. V televizní praxi je přirozeným zájmem získat licenci výhradní, licenční smlouvy pak především řeší možnost uvádění v příslušném sjednaném počtu repríz a placení odměny např. ve formě tantiémy, tzv. reprízového, které je odměnou za každé odvysílání díla či výkonu.

Nejběžnější je v praxi kontakt a sjednávání podmínek užití přímo s autorem či s jeho agentem (agenturou).

Některé způsoby užití děl, výkonů či záznamů jsou však v praxi pro jednotlivé nositele práv velmi těžké „ohlídat“ (např. užití hudby jednotlivými provozovateli rozhlasového vysílání). Proto je celosvětovou praxí, že taková práva spravuje (povinně či na principu dobrovolnosti) tzv. kolektivní správce, organizace, jejímž úkolem je takové způsoby užití sjednat či sjednat odměnu pro nositele práv, odměnu od uživatelů vybírat a nositelům práv ji poukazovat. Uživatelé děl, výkonů či záznamů jsou ze zákona povinni sjednat smlouvou s kolektivním správcem, podmínky užití děl, výkonů a záznamů a zpětně hlásit každé užití díla, uměleckého výkonu nebo záznamu a za užití zaplatit sjednanou odměnu.

Kolektivním správcem práv autorů hudby s textem i bez textu je v ČR Ochranný svaz autorský (OSA), správcem práv výkonných umělců a výrobců je organizace Intergram – Nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, správcem práv autorů literárních, dramatických, hudebně dramatických, choreografických a dalších děl, výtvarných autorů – kameramanů, architektů, scénografů a dabingových režisérů je organizace Díla, divadelní a literární agentura.

ČT vystupuje v autorskoprávních vztazích ve dvojjediné roli, sama je totiž výrobcem vlastních pořadů a sama je rovněž při vlastním vysílání uživá.

- **Barevný televizní signál** ● oproti signálu černobílému – signál tříkanálový, pro jehož šíření by nemohly být užity vysílače pro distribuci signálu černobílého. Navíc by takovýto systém nebyl použitelný na černobíle obrazovce, byl by neslučitelný. Z tohoto důvodu je ze signálů R, G a B (▼ Princip barevné televize) vytvořen umělý jasový signál Y s plnou rozlišovací schopností (použitelný i na černobíle obrazovce), a dvě tzv. barvonosné rozdílové složky R-Y a B-Y, které již plnou rozlišovací schopnost mít nemusí, protože lidský zrak má omezenou schopnost vnímat barevné detaily. Takto upravené signály již mohou být pro vysílání nějakým způsobem sdruženy do jednoho, tzv. kompozitního signálu. Podle způsobu jakým jsou barevné složkové signály ▼ vkládány do jasového signálu nebo, jinak řečeno zakódovány, rozlišujeme systémy NTSC ▼, SECAM ▼ a PAL ▼.

- **Celoplošné vysílání** ● v neterminologickém chápání vysílání dosažitelné na celém území státu. Zejména se o c. v. hovoří v souvislosti s pozemním (terestrickým) vysíláním ▼, u něhož nelze vlivem fyzikálních zákonitostí šíření signálu a nerovností terénu dosáhnout stoprocentního pokrytí televizním signálem ve standardní kvalitě příjmu. Naopak družicové (satelitní) vysílání ▼ je dokonale celoplošné, avšak jeho signál lze přijímat pouze satelitní soupravou. K dosažení pozemního c. v. je nutná ucelená sada vysílacích frekvencí (kmitočtů) ▼, které v ČR přiděluje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ▼, a vybudovaná síť pozemních vysílačů. Pojem c. v. byl v roce 2001 terminologizován Zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání ▼. Podle něj se rozumí „celoplošným vysíláním rozhlasové a televizní vysílání, které může přijímat alespoň 70 % obyvatel České republiky počítaných podle údajů vyplývajících z posledního sčítání lidu. Ačkoliv metodika měření pokrytí obyvatelstva signálem pro tento účel není zákonem výslovně stanovena, tato nová definice teoreticky umožňuje revidovat dosavadní sady frekvencí určených k celoplošnému televiznímu vysílání. Celoplošné vysílání České televize se opírá o znění Zákona o České televizi ▼, který říká, že „Česká televize...provozuje televizní vysílání dvou celoplošných televizních programů s využitím části kmitočtového spektra umožňujícího pokrytí území České republiky prostřednictvím pozemních vysílačů rádiových zařízení, popřípadě jiných technických prostředků.“

- **CIRCUM Regional** ● evropské sdružení regionálních televizních studií založené 1983. V současnosti má 376 regionálních studií velkých i malých veřejnoprávních televizí z 38 zemí Evropy. Jeho posláním je rozvoj nejrůznějších forem spolupráce regionálních televizí: programová výměna v oblasti zpravodajství, dokumentárních, uměleckých a hudebních pořadů, pořadů pro děti a mládež; koprodukce (i mnohostranné); workshopy, semináře a praktická školení mladých tvůrců. Sdružení každoročně (od r. 1990) uděluje cenu Prix CIRCUM Regional za nejlepší evropský televizní pořad. Členství v CR je placené. ČT je od počátku své existence zastoupena televizním studiem Ostrava.

- **Corporate Identity** ● termín z oblasti Public Relations k označení jednotné image, zahrnuje všechny vizuální, případně zvukové a další prvky, jimiž organizace prezentuje sebe a své produkty. ČT se kromě

loga prezentuje zejména pohyblivými grafikami – tzv. identity, přehledy pořadů během vysílání, hlasateli a obrazovými upoutávkami (krátkými sestřihy z pořadů). Mimo klasické vysílání se prvky C. I. promítají rovněž do grafiky Teletextu ČT ▼, Internetu ČT ▼ a všech tiskových výstupů – publikací ČT ▼, inzerce v tisku apod. Grafické prvky pro C. I. prošly vývojem a proměňovaly se. 1993 vznikl první ucelený systém geometrických tvarů pro odlišení kanálů, 1994 dostaly identity podobu motivu orloje pro ČT1 a architektonických prvků pro ČT2, 1998 vznikl systém barevné identifikace kanálů v modré pro ČT1 a žluté pro ČT2.

- **Časová pásma** ● způsob kategorizace denních časů při programovém plánování a přípravě vysílacího schématu, reflektující zjištěné chování diváků v průběhu jednotlivých dnů týdne. Časový úsek, pásmo, kdy diváci nejvíce sledují televizní vysílání, se nazývá hlavní vysílací čas nebo také prime time. Návyky českého publika umístily prime time mezi 19. a 22. hodinu. „Odpolední blok“, kdy postupně více a více diváků usedá k obrazovkám, přechází kolem 17. hodiny v „podvečerní blok“ („pre prime time“). Vzhledem k zásadní důležitosti hlavního vysílacího času pro všechny televize se vysílacím časům mimo hlavní vysílací čas někdy souhrnně říká „off prime time“.

- **Člověk v tísni – společnost při České televizi, o. p. s.** ● humanitární organizace, původně (od května 1992) Nadace Lidových novin, od února 1994 Nadace Člověk v tísni při České televizi a od listopadu 1998 obecně prospěšná společnost. Č. v t. organizuje přímou humanitární pomoc v tuzemsku i zahraničí, její dopravu až na místo určení, kontroluje její rozdělování, organizuje dlouhodobé projekty rozvojové pomoci, zejména lidem a menšinám na okraji zájmu velkých světových humanitárních organizací, poskytuje pomoc politicky, rasově či jinak pronásledovaným lidem, nezávislým novinářům, obhájčům lidských práv a představitelům demokratické opozice v totalitních režimech.

Č. v t. spolupracuje se širokým spektrem partnerů, institucí, spolků, mezinárodních agentur a nevládních organizací. Mezi nejvýznamnější v zahraničí patří UNICEF, Vysoký komisariát OSN pro uprchlíky (UNHCR) a Human Rights Watch, v ČR zejména odbor pro uprchlíky ministerstva vnitra, Amnesty International, Česká katolická charita, Kancelář prezidenta republiky, ministerstvo zahraničí aj. V mediální oblasti za hranicemi ČR spolupracuje Č. v t. s novinářskou agenturou Epicentrum, v tuzemsku jsou mediálními partnery společnosti – kromě České televize – Český rozhlas, týdeník Respekt, Lidové noviny a internetový server Seznam.cz.

Projekty a akce společnosti Č. v t. jsou financovány z veřejných sbírek, sponzorských a účelových darů, příspěvků státu a grantů domácích i zahraničních nadací. Společnost se pro své akce snaží získat pomoc dobrovolníků. Za dobu své existence dopravila společnost Č. v t. stovky zásilek s přímou humanitární pomocí do různých zemí Evropy, Asie i Afriky a konkrétními projekty podpořila jednotlivce či skupiny obyvatel ve více než 26 zemích světa. Celková hodnota její pomoci dosáhla výše jedné miliardy korun.

ČT je spoluzakladatelem společnosti Č. v t. a pokrývá její provozní náklady. Orgány společnosti jsou správní a dozorčí rada a ředitel. Správní rada je statutárním orgánem společnosti, má nejméně

3 členy a v jejím čele stojí předseda. Dozorčí rada je kontrolní orgán společnosti, má 3 členy, kteří nesmějí být členy jiného orgánu společnosti ani nesmějí být vůči ní v pracovním poměru. Ředitel společnosti zajišťuje její běžný chod. O své činnosti společnost sestavuje a zveřejňuje výroční zprávu.

- **Denní kontinuální výzkum** ● ▼ Sociologický výzkum České televize

- **Digitální televizní vysílání** ● šíření televizních signálů pomocí elektromagnetických vln prostřednictvím digitálních televizních vysílačů, určených k příjmu veřejnosti v šifrované nebo nesifrované podobě. Šířený televizní signál (modulační signál) obsahující informaci o televizních programech je vyjádřen diskretními (nespojitymi) hodnotami v diskretních (nespojitych) časových okamžicích. Pro přenos digitálního signálu barevné televize se používají digitální přenosové soustavy DVB ▼, ATSC ▲ nebo ISDB ▼

ČT zahájila zkušební pozemní digitální vysílání 12. 5. 2000 ve spolupráci s Českými radiokomunikacemi, a. s. Od 31. 8. 2000 spolupracuje se společností Czech Digital Group, a. s.

- **Duální systém vysílání** ● systém televizního a rozhlasového vysílání tvořený na jedné straně veřejnými službami, a na druhé straně soukromými či komerčními vysíláními. Charakteristický model vysílání v mnoha demokratických zemích, zejména evropských, kde napomáhá pluralitě vysílání a garantuje vysílání nejen pro diváckou většinu, ale i pro různě definované menšiny diváků. Obě skupiny provozovatelů vysílání v d. s. v. se liší zejména způsobem získání mandátu k vysílání, zdroji financování, programovými závazky a celkovým cílem činnosti, zčásti jsou v pozici konkurence a zčásti se doplňují. Veřejné služby (veřejní, veřejnoprávní vysílatelé) jsou k vysílání zmocněni přímo zákonem (provozovatelé vysílání ze zákona, v některých zemích tzv. veřejnoprávní provozovatelé vysílání), zatímco soukromí či komerční vysílatelé získávají oprávnění vysílat přidělením (případně koupí) licence. U veřejných služeb je obvyklé tzv. vícedrokové financování, jehož dominantní složkou jsou zpravidla televizní a rozhlasové poplatky (▼ Televizní poplatky), doplňované reklamou (reklama, teleshopping, sponzorování), případně z dalších zdrojů souvisejících s činností organizace (programově obchodní činnost, vydavatelská činnost, někdy též např. provozování placeného vysílání nad závazek vysílat volně přístupné programy) atd. Komerční příjmy veřejných služeb jsou jako jediný zdroj příjmu soukromých či komerčních vysílatelů (držitelů licence) obvykle omezeny např. časovými limity pro vysílání reklamy. Veřejné služby mají obvykle značně široké programové závazky, aby jejich vysílání zahrnovalo pořady pro různé divácké menšiny a široké spektrum programových typů a žánrů. Zatímco pro soukromé či komerční vysílatele je provozování vysílání podnikáním, které slouží jako prostředek ke generování podnikatelského zisku, veřejné služby podnikatelský zisk nevytvářejí a mohou používat své výnosy výhradně k financování činnosti, k níž jsou zřizovány. Podnikatelský imperativ dosahovat zisk potenciálně působí na program soukromých či komerčních vysílatelů tak, že se vždy snaží oslovit diváckou většinu, a přitom systematicky opomíjí potřeby některých diváckých menšin (například ekonomicky „nezajímavé“ skupiny) a některé minoritní nebo ná-

kladné programové typy a žánry pořadů (například kultura, původní dramatická tvorba, dokument, publicistika zaměřená na specifické menšiny diváků). D. s. v. je výsledkem regulace vysílání a nespĺňuje kritéria svobodného trhu, který však zásadně nemůžeme v oblasti televizního a rozhlasového vysílání fungovat, neboť existuje jen velmi omezené množství vysílacích frekvencí (▼ kmitočet), zejména k celoplošnému televiznímu vysílání. Výraznou proměnu d. s. v. může přinést přechod od analogového ▲ k digitálnímu ▲ vysílání, který přinese výrazné zvýšení počtu programů a posílí možnost soutěže v oblasti vysílání, ale současně zvýrazní limitující význam celkové síly daného mediálního trhu, který může „uživit“ jen omezené množství vysílaných programů a jejich provozovatelů. Z větší části netržní způsob financování veřejné služby působí i jako stabilizující faktor celého sektoru rozhlasového a televizního vysílání. Jednou ze zvláštností d. s. v. v ČR je skutečnost, že licence k rozhlasovému a televiznímu vysílání (oprávnění pro soukromé či komerční vysílače) je udělována zdarma.

- **DVB (Digital Video Broadcasting)** ● digitální přenosová soustava barevné televize vyvíjená v Evropě (od r.1993), která se stala standardem pro digitální televizi. Základním principem DVB je dosažení maximální redukce přenosové rychlosti digitálního obrazového složkového signálu při zachování požadované kvality.
- **DVB (Digital Video Broadcasting)** ● mezinárodní neziskové sdružení evropských televizních společností, provozovatelů televizní vysílací techniky, výrobců spotřební elektroniky a společností informačních technologií. Je názorovou platformou, kde si jednotliví členové vyměňují zkušenosti s přípravou digitálního televizního vysílání. DVB zastřešuje Evropská vysílací unie (EBU) ▼ a má přímou vazbu na Evropskou unii. Členství v DVB je placené. Česká televize má v DVB zastoupení od jeho založení v r. 1993.
- **EGTA (European Group of Television Advertising)** ● Evropská skupina pro televizní reklamu, v Bruselu sídlící organizace založená v roce 1974. V roce 2002 sdružovala 39 reklamních zastoupení či reklamních oddělení vysílatelů v 26 evropských zemích a Koreji. EGTA reprezentuje a podporuje zájmy svých členů na reklamním trhu a pomáhá prosazovat výhody a účinnost televizní reklamy. Hlavními aktivitami jsou: sport a reklama, marketing a metody prodeje, výzkum sledovanosti, sponzoring, interaktivita a reklama. Zastřešujícím orgánem EGTA je Evropská vysílací unie ▼. Členství v EGTA je placené. Česká televize je členem od svého vstupu do EBU.
- **Elektronické měření sledovanosti** ● průběžný výzkum prostřednictvím elektronického zařízení měřícího sledovanost tv kanálů. První e. m. s. bylo v ČR zavedeno smlouvou (17. 5. 1996) mezi zadavatelem – Sdružením komunikačních a mediálních organizací (SKMO) ▼ a realizátorem – společností Taylor Nelson AGB Media Facts, spol. s r. o. na období od 1. 6. 1997 (se zaváděcím výzkumem od 15. 9.1996 a zkušebním provozem od 17. 4. 1997) do 29. 4. 2002. E. m. s. tak vystřídalo šetření Media Projekt ▼. Podpisu smlouvy předcházela několikaletá přípravná fáze: v r. 1993 vypsání veřejné nabídkové soutěže Českou televizí, společností ČNTS, s. r. o. a Pre-

miérou TV, v r. 1994 vyhlášení společného vítězného projektu české společnosti ULTEX Europe, britské Taylor Nelson AGB a dánské GALLUP DANMARK a v roce 1995 převzetí garancí pouze britskou TN AGB. Před samotným startem pak došlo na obou stranách k dalšímu přeskupení: závazky zadavatele převzala od 1. 3. 1997 Asociace televizních organizací (ATO) ▲ a původního realizátora zastřešilo od r. 1998 nadnárodní konsorcium Taylor Nelson Sofres.

Na základě zaváděcího výzkumu, který zmapoval sociodemografickou skladbu české populace a její rozčlenění na jednotlivce a domácnosti s alespoň jedním funkčním televizorem, byl stanoven reprezentativní vzorek domácností, které byly do zahájení rutinního provozu postupně vybaveny tzv. peplemetry ▼.

Peplemetrové měření se realizovalo na panelu minimálně 600 domácností s reprezentativní skladbou vůči české populaci od čtyř let výše: z hlediska pohlaví, věku, úrovně vzdělání, socioekonomického postavení, velikosti místa bydliště a příslušnosti k regionu. Dále se v tomto výběru zohledňovala velikost domácností, počet televizorů, jimiž je vybavena, způsob příjmu televizního signálu, možnost přijímat jednotlivé kanály a deklarovaná intenzita sledování televize. Na podporu věrohodnosti získávaných údajů se každoročně 20 % domácností v rámci panelu obměňovalo.

Měřicí systém je založen na automatickém sběru informací o sledování, jejich ukládání do paměti a následné stahování dat prostřednictvím telefonních linek ke zpracovateli. Systém zaznamenává každou sekundu vysílání konkrétní stanice a ze sledovanosti jednotlivých sekund se vypočítává sledovanost minutová. Z ní se odvozuje sledovanost jak delších časových úseků (jako jsou časová pásma, dny, týdny, měsíce, atd.), tak konkrétních pořadů. Sledovanost daného pořadu je tedy průměrem sledovanosti všech minut, během nichž byl pořad vysílán.

Produktem elektronického měření sledovanosti je řada údajů, které slouží tv organizacím k analýzám divácké úspěšnosti jejich pořadů a mediálním a reklamním agenturám pro zjišťování předpokládaného diváckého zájmu o jejich kampaně. Základními užívanými pojmy pro získávaná data této tzv. jednotné měny jsou: TV Rating (TVR) ▼, Audience Share ▲ (též označován Market Share), Reach ▼, Average Time Spent (ATS) ▲, ATS Total ▲ a ATS Relative ▲.

- **EuroNews** ● první celoevropský satelitní zpravodajský kanál, založený k 1. lednu 1993 z iniciativy Evropské vysílací unie ▼. V r. 1997 se 49% vlastníkem a zároveň provozovatelem EN stala britská televize ITN, zbývající 51% podíl náleží sedmnácti vysílatelům z členů EBU (včetně ČT). Hlavním programovým zdrojem je eurovizní zpravodajská výměna a agenturní zpravodajství APTN a Reuters TV. Vysílání lze přijímat satelitně, kabelově i terestricky (v rámci nabídky národních vysílatelů), podle příslušných oblastí v angličtině, francouzštině, němčině, italštině, španělštině, portugalštině a ruštině. ČT přináší zpravodajství EN v angličtině. Členství v EN je placené.
- **Eurosport** ● multinacionální satelitní sportovní kanál vysílající v 17 jazycích. Založen 1989 z iniciativy Evropské vysílací unie ▼ s cílem optimálně využívat získaná práva ke sportovním přenosům a nabídnout divákům co nejvíce hodin sportovního vysílání. Původními vlastníky bylo konsorcium EBU (z 25 členských televizí) a společností

Sky Television, v r. 1991 byl podíl Sky převeden na televizi TF1, která také převzala provozování kanálu, v r. 1993 se dalšími podílníky staly společnosti ESPN a Canal Plus a v r. 2001 byl podíl ESPN vykoupen ve prospěch TF1 a Canal Plus. Příjmy E. plynou z distribučních poplatků, reklamy a sponzoringu. Hlavním sídlem E. je Paříž, 6 jeho regionálních stanic sídlí v Londýně, Mnichově, Curychu, Stockholmu, Madridu a Amsterdamu. Česká televize je členem E. prostřednictvím konsorcia EBU.

- **Evropská vysílací unie – European Broadcasting Union/Union Européenne de Radio-Télévision (EBU/UER)** ● v Ženevě sídlící organizace, založená 1950, v r. 1993 se sloučila s Mezinárodní rozhlasovou a televizní organizací (OIRT). EBU je největší profesní asociace veřejných (a zčásti i komerčních) televizních a rozhlasových vysílatelů, v současné době má 71 řádných členů v 52 zemích Evropy, severní Afriky a Středního Východu a 45 přidružených členů v dalších 28 zemích. Hlavním teritoriem činnosti EBU je evropská vysílací oblast, definovaná Mezinárodní telekomunikační unií (ITU) jako zóna rozprostírající se od Atlantiku po Ural a od severního výběžku Skandinávie po saharskou poušť. EBU spolupracuje s obdobnými organizacemi na dalších kontinentech. Obecně je úkolem EBU iniciovat a podporovat spolupráci mezi členskými subjekty navzájem i mezi nimi a ostatními produkčními, vysílacími a distribučními organizacemi z celého světa a zastupovat zájmy jejich členů v programových, právních, technických a jiných otázkách. Konkrétní práva a výhody členství se projevují zejména v následujících oblastech: programová výměna, akvizice vysílacích práv k velkým sportovním událostem, mezinárodní koprodukce, výzkum a vývoj nových produkčních a distribučních technologií, právní záležitosti.

Stálou televizní programovou výměnu zajišťuje EBU síť Eurovize, pokrývající systémem terestrických, satelitních a optických spojení celosvětovou vysílací oblast. Ve zpravodajství probíhá permanentní otevřená výměna příspěvků (digitálně a satelitní cestou), takže jsou k dispozici téměř bezprostředně, a členům EBU bezplatně. V případě velkých událostí vyžadujících okamžité zpravodajské nasazení i ve vzdálených místech světa EBU jednak spolupracuje s jinými regionálními výměnami a dominantními světovými televizními agenturami a jednak vysílá na místo své koordinátory, vybavené produkčním zařízením a satelitními vysílacími anténami.

V rámci sportovní programové výměny Eurovize vysílají členové EBU všechny největší sportovní události, většinu z nich živě. EBU a její členové také poskytují zařízení a produkční štáby pro velké mezinárodní sportovní přenosy (např. olympijské hry, hokejové či fotbalové šampionáty). EBU vystupuje na mezinárodním fóru jako silný subjekt v oblasti akvizice přenosových práv k vrcholným sportovním akcím, čímž přenosová práva získávají i malí vysílatelé, jež by se individuálně o jejich koupi nemohli ucházet (▲ též str. 346). V r. 1994 začala EBU s komercializací své distribuční sítě. Kromě eurovizního provozu koordinuje a směřuje přenosy na zakázku soukromých subjektů, což snižuje finanční zatížení jejich vlastních členů.

V oblasti uměleckých a vzdělávacích pořadů, případně dokumentaristiky a publicistiky, probíhá výměna pořadů pro mládež, koprodukce seriálů, přenosy koncertů apod. Spolupráce se vztahuje i na předprodukční fázi (semináře a workshopy pro producenty

a tvůrčí pracovníky) a má rovněž dimenzi teoretickou (např. iniciování směrnic proti prezentaci násilí v televizi) a nadační (Ženevská evropská cena za scénář, každoroční eurovizní soutěž mladých hudebníků a tanečníků, účast v podpůrném fondu BABEL – Broadcasting Across the Barriers of European Languages – sloužícím distribuční audiovizuálních děl v různých jazycích neboli jejich dabování a titulování).

V technické oblasti EBU věnuje pozornost výzkumu a vývoji nových vysílacích médií a přispívá k vývoji nových rozhlasových a televizních systémů jako například RDS (Radio Data System) – vysílání dodatečných digitálních dat na frekvencích FM stanic, DAB (Digital Audio Broadcast) – digitální rozhlasové vysílání, DVB (Digital Video Broadcasting) – digitální televizní vysílání ▲ a DVB-T terestrické digitální televizní vysílání.

V právních záležitostech je významná role EBU jako zástupce a prosazovatele zájmů jejích členů, zejména ve vztahu k nadnárodním institucím (zvláště orgánům Evropské unie) – např. prosazení Protokolu o vysílání veřejné služby (▼ Příloha č. 9).

Strukturu EBU tvoří nejvyšší orgán Valné shromáždění všech členů. Shromáždění volí členy Správní rady, včetně jejího prezidenta a tří viceprezidentů z 19 členů rady. V období mezi pravidelnými zasedání Valného shromáždění řídí činnost EBU stálý sekretariát v čele s generálním tajemníkem a pěti řediteli pro sektory: provozní, televizní, rozhlasový, právní a technický. Podle Statutu EBU je každý člen povinen zejména:

- poskytovat ve své zemi služby národního charakteru a důležitosti a zabezpečit pokrytí nejméně 98 % tv domácností;
- nabízet rozmanitý a vyvážený program, adresovaný všem společenským vrstvám, včetně menšin, z toho alespoň jeden hlavní zpravodajský pořad o délce nejméně 15 minut denně;
- nejméně 30 % z celkového počtu odvysílaných pořadů realizovat ve vlastní produkci;
- poskytovat nejméně 200 hodin ročně sportovních pořadů zahrnujících alespoň dvanáct různých sportovních kategorií;
- podílet se na činnosti EBU, zvláště na programové výměně podle zásady, že každý se rozhoduje sám, ale všichni spolupracují.

EBU pracuje na kooperativním základě, přičemž náklady organizace jsou rozloženy na řádné členy, platící příspěvky závislé na výši jejich příjmu z televizních a rozhlasových poplatků, a přidružené členy, platící podle svých možností za poskytnuté služby.

Česká televize se stala aktivním členem EBU k 1. lednu 1993. Zástupci ČT se zapojili do činnosti jednotlivých komisí, výborů, pracovních skupin a sdružení EBU – např. Technická komise, vzdělávací sekce, EGTA ▲, CIRCOM Regional ▲, skupina BMC (nové televizní systémy), skupina PMC (produkční technologie) – a generální ředitel Ivo Mathé byl zvolen členem Správní rady. Vrstající kredit České televize v rámci EBU byl oceněn na helsinském zasedání Valného shromáždění EBU (červenec 1994) volbou generálního ředitele Iva Mathé jedním ze tří viceprezidentů EBU (pro období 1995–1996) a na 47. zasedání Valného shromáždění EBU (červenec 1996) jeho potvrzením ve funkci (pro období 1997–1998). Tento vysoký post je nepřenosný, takže po nástupu nového generálního ředitele Jakuba Puchalského zůstala Česká televize pouze členem Správní rady EBU (do 2000) a na další dvouleté členské období nekandidovala.

Z členství ČT v EBU vyplývá poskytování redakčních, produkčních a technických služeb, včetně zajištění vysílání korespondentům a štábům členských zemí, a to průběžně, a zvláště při velkých akcích a událostech mezinárodního významu a dosahu. ČT je každoročně hostitelem zasedání různých expertních komisí, výborů a fór EBU. V roce 1996 pořádala zasedání nejvyššího orgánu EBU Valného shromáždění. Kromě toho má od EBU stálé pověření připravovat mezinárodní konference o náboženském vysílání Religion ▼. S přispěním EBU probíhá každoročně Mezinárodní televizní festival Zlatá Praha ▼, jehož pořádání ČT převzala od druhého roku své existence.

- **Formát (programový)** ● (spec.) označení typu zpravidla cyklického televizního pořadu pevných obsahových a formálních parametrů, zásadně determinujících jeho originální podobu, kterou, je-li předmětem trhu, lze přejímat zcela beze změn nebo jen s dílčími obměnami, přizpůsobujícími f. místním podmínkám; (hovor.) programový nebo výrobní typ.
- **Formáty zvukového doprovodu** ● ▼ Zvukový doprovod monofonní a Zvukový doprovod duální.
- **Generální ředitel České televize** ● podle zákona o České televizi (č. 483/1991 Sb., v platném znění) statutární orgán ČT, volený na 6 let. Generálního ředitele volí a odvolává Rada ČT alespoň deseti hlasy z možných patnácti (do novelizace zákona o ČT v lednu 2001 stačila k volbě nadpoloviční většina členů rady a k odvolání dvě třetiny členů). Dvakrát byla ČT řízena prozatímním ředitelem zvoleným přímo poslanci, a sice na samém počátku existence ČT v prvním čtvrtletí 1992, kdy nebyli ještě zvoleni členové Rady ČT, která by mohla g. ř. vybrat, a od února do listopadu 2001 po předchozí televizní krizi. G. ř. je odpovědný Radě ČT, ale není jí řízen. Rada ČT tak např. na návrh g. ř. jmenuje ředitele studií ČT, která nemůže g. ř. bez souhlasu rady sám zřídit nebo zrušit, a schvaluje jím předložený Statut ČT. Pouze Kodex ČT od ledna 2001 schvaluje Poslanecká sněmovna přímo na návrh rady, aniž zákon stanoví roli g. ř. při jeho přípravě. (Generální ředitelé České televize 1992–2001 ▼ Příloha č. 4)
- **Hospodaření České televize** ● Česká televize je právnickou osobou hospodařící v souladu se zákonem o České televizi č. 483/1991 Sb. v platném znění ▼ s vlastním majetkem (základem se stal majetek převedený z Československé televize). ČT vlastními úkony nabývá práv a zavazuje se. Stát neodpovídá za závazky ČT a ČT neodpovídá za závazky státu. ČT se nezapisuje do obchodního rejstříku. Finanční strategie ČT je formulována v příloze Statutu ČT ▼ věnované strategii České televize. Hospodaření ČT se řídí obecně závaznými a interními předpisy, z nichž zásadní vydává generální ředitel.

Česká televize není závislá na státním rozpočtu, je plátcem všech příslušných daní a jako provozovatel vysílání ze zákona uplatňuje poměrný odpočet daně z přidané hodnoty. Způsob financování ČT a její nakládání s finančními zdroji jsou taxativně stanoveny v § 10 a 11 zákona o ČT. Finančními zdroji České televize jsou zejména televizní poplatky ▼, dále příjem z vlastní podnikatelské činnosti, avšak jen takové, která souvisí s předmětem její činnosti a která nesmí ohrozit její úkoly podle zákona o ČT. Finanční zdroje používá ČT

k plnění svých úkolů stanovených zákonem o ČT. Další povinnosti pro ni vyplývají ze zákona č. 231/2001 Sb. o rozhlasovém a televizním vysílání, který stanoví (pro ČT výrazně přísněji než pro ostatní televize) pravidla pro reklamu, teleshopping a sponzorování pořadů. Financování České televize je tedy vícezdrojové, se stěžejním významem televizního poplatku jako prvku financování z veřejných prostředků, s doplňujícím zdrojem financování z regulované podnikatelské činnosti a bez příjmu ze státního rozpočtu.

Česká televize sestavuje jednotnou roční účetní závěrku, ke které se na žádost ČT pravidelně vyjadřuje auditor. Roční hospodaření uzavírá ČT podáním priznání k daní z příjmů právnických osob. Podrobné informace o hospodaření ČT včetně struktury výnosů a nákladů jsou od počátku její existence veřejně přístupné v Ročence České televize (▼ Publikace ČT) za příslušný rok nebo ve Výročních zprávách Rady ČT. Oba zdroje jsou od roku 1997 dostupné na internetu ČT ▼.

Hospodaření ČT je ze zákona o ČT kontrolováno Radou ČT ▼ a rovněž nezávislými audity (například v roce 2001 proběhl z rozhodnutí Poslanecké sněmovny PCR audit za celou dobu trvání ČT provedený společnostmi PricewaterhouseCoopers a HZ Praha). Hospodaření ČT s veřejnými prostředky (televizní poplatek) kontroluje také Nejvyšší kontrolní úřad.

Jedním z klíčových problémů hospodaření ČT je nerovnováha ve vývoji výnosů a nákladů. Stěžejní zdroj financování (cca dvě třetiny) – televizní poplatek, je stanoven zákonem č. 252/1994, ve znění zák. č. 135/1997 Sb. jako fixní a jeho výše může být změněna jen zákonem. V průběhu let přitom na hospodaření ČT působí obecně inflační vlivy, růst cen v oblasti programu, techniky, služeb i rostoucí rozsah povinností ze zákona. Za dobu existence ČT došlo k nominálnímu zvýšení poplatku jen jednou (z 50 na 75 Kč měsíčně v polovině roku 1997). Není stanoven ani mechanismus nárůstu poplatku, ani perioda projednávání novelizace příslušného zákona, který navíc zatím neumožnil ČT účinně kontrolovat, zda poplatníci řádně plní své povinnosti, což vede k nemalým finančním únikům. (Výsledky hospodaření České televize 1993–2001 ▲ oddíl Letopis, úvod k jednotlivým rokům a ▼ Příloha č. 6).

- **Internet České televize** ● základ prezentace České televize na internetové adrese www.czech-tv.cz položen k 1.10.1996. V r. 1997 byl obsah i. stránek ČT přehledněn a rozčleněn do rubrik se základními informacemi o ČT (Profil, Aktuality, Komerce, ČT na týden, Rada ČT) a rubrik automaticky generovaných (Program ČT1, Program ČT2 a Teletext ČT). V témž roce byly na i. stránky umístěny elektronické verze publikací o ČT ▼ s cílem nabídnout veřejnosti stálý přístup zejména k pravidelným výročním zprávám o činnosti ČT. V roce 1998 dostaly rozrůstající se i. stránky novou, přehlednější strukturu a jednotící grafiku, přibyla textová verze původních zpráv z relací Večerník, Události a Události plus (s digitalizovanými obrázky – screenshoty a krátkými videoukázkami) a textový i. obrazový informační servis pro novináře. V červnu 1998 poskytl i. ČT první on-line vysílání – textové volební zpravodajství, které stejně jako volební vysílání na obrazovce ČT ▼ nebo Teletext ČT ▼ využívalo přímého přenosu průběžně aktualizovaných dat z Českého statistického úřadu. Během roku 1999 se obsah i. stránek dále rozšiřoval, zkvalitňoval a obohacoval, např. o kompletní výstupy ana-

lýzy programu a auditoria či obchodní informace k zákonem vymezeným podnikatelským aktivitám ČT (▲ Hospodaření ČT). V roce 2000 dosáhly i. stránky již počtu 4500 a byly opět nově uspořádány a zavedena nová grafika odpovídající Corporate Identity ČT ▲. Nejdůležitější novinkou roku bylo zahájení pravidelného vysílání zpravodajství po internetu v dubnu 2000. Od téhož roku přibýly v on-line vysílání velké projekty typu přenosů předávání cen Akademie populární hudby, charitativního zábavného pořadu Pomozte dětem! ▼ a podobně.

Základem členění i. ČT jsou aktuality z dění v ČT, zpravodajství a informace o vysíláních či připravovaných pořadech (s fotografiemi, rozhovory, archivem, audio a videoukázkami, ale také s nabídkou diskusních fór či on-line hlasování, s přehledy sledovanosti apod.). Velmi se zdokonalily servisní stránky pro novináře. Konstantní součástí jsou stránky o instituci (vše o ČT). Kromě toho může uživatel navštívit stránky speciálních projektů ČT (např. Pomozte dětem, Bigbít), non-stop aktualizované stránky (Program ČT, Teletext ČT, vysílání po internetu na adrese www.ct1.cz) nebo stránky zpravodajství. Pravidlem se staly chaty s osobnostmi ČT.

Počet stran i. ČT stoupl od roku 1997 do roku 2001 více než stokrát (na cca 7000). Zkvalitňování obsahu a služeb i. ČT přitahovalo každoročně stále více uživatelů – za rok 2001 dosáhl počet návštěv 2 659 375.

- **ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting)** ● digitální přenosová soustava barevné televize vzniklá v Japonsku a přijatá Mezinárodní telekomunikační unií (ITU) v r. 1999. Je to velmi sofistikovaná soustava poskytující různé stupně kvality obrazu v závislosti na příjmových podmínkách digitálního signálu.
- **Kmitočtový plán** ● souhrn obecných pravidel pro přidělování kmitočtů (vysílacích frekvencí ▼) nebo konkrétní přidělení kmitočtů v jednotlivých pásmech či částech pásem radiokomunikačního spektra. Kmitočty pro evropské televizní vysílání byly rozděleny tzv. Stockholmským plánem v roce 1961 pod hlavičkou mezinárodní telekomunikační organizace ITU a její východoevropské obdoby OIRT. Každému státu tak připadly kmitočty pro přibližně tři celoplošné televizní sítě.
- **Kodex České televize** ● původně (1995) součást Statutu ČT ▼. Formuloval zásady a etické aspekty tvorby programu, zpravodajství a žurnalistiky ČT jako služby veřejnosti, definoval vztah ČT k zobrazování násilí a ustanovil Etický panel ČT jako nezávislý konzultační orgán vedení ČT, vyjadřující se k případům, kdy může být dotčena etika žurnalistické či umělecké tvorby.
Novela zákona o ČT z ledna 2001 stanoví, že k. přestává být součástí statutu a stane se samostatným dokumentem, který Rada ČT předkládá ke schválení Poslanecké sněmovně. K. stanoví zásady naplňování veřejné služby televizním vysíláním, jejich porušení má být považováno za porušení pracovní kázně. Úloha generálního ředitele při zpracování návrhu k., jehož přípravu RČT zahájila v polovině roku 2001, není zmíněna.
- **Koeficient spokojenosti** ● ▼ Sociologický výzkum České televize.

▲ ▼ = viz

- **Kolegium generálního ředitele České televize (KGŘ)** ● hlavní ze stálých poradních orgánů generálního ředitele ČT. Jeho existence je zakotvena ve Statutu ČT ▼. Členy, jimiž jsou zpravidla vedoucí pracovníci na prvním stupni řízení, jmenuje a odvolává generální ředitel, v jehož pravomoci je též stanovit počet členů a obsah a periodicitu zasedání.
- **Lobbování (lobbying)** ● ovlivňování zákonodárců, vládních či státních úředníků, zástupců médií a veřejných činitelů při prosazování zájmů určitých skupin lidí (často v neprospěch jiných), zvláště v souvislosti s projednáváním zákonů, ustanovení, vyhlášek a rozhodnutí důležitých orgánů.
V souvislosti s Českou televizí kulminovalo l. zejména ve spojitosti s parlamentními diskusemi o mediálních zákonech, výši koncesionářských poplatků, procentu povolené reklamy, právu ČT vysílat na dvou okruzích a ve spojitosti s jmenováním či volbou generálních ředitelů.
- **Logo** ● výtvarně upravená firemní značka. Slouží obvykle k dlouhodobé identifikaci podniku, společnosti nebo organizace. L. České televize je odvozeno od l. Československé televize, které, původně jednobarevné a později červeno-modro-bílé, vzniklo v roce 1962 (autor Roman Rogl) a s drobnými proměnami, nerušícími základní stylizaci písmen Č a T do podoby obrazovky, se používalo až do rozdělení federace. Po vzniku České televize vypadlo modré písmeno „S“ umístěné (od 1971) ve středu l. a barevnost byla zredukována na červenou a bílou. K registrované značce přibyl nápis „Česká televize“ pod l. a. pro označení vysílacích kanálů byly dovnitř značky zabudovány číslice 1 a 2. Po poslední úpravě (1994) anglickou firmou Lambie & Nairn byly l. a jeho používání definovány v Manuálu loga České televize (1998), v němž jsou popsány způsoby aplikace l. pro různé použití a doprovodná typografie, aby byla zaručena jednotná prezentace l. ČT a stanoveny základy Corporate Identity ▲ České televize.
- **MAC (Multiplex of Analogue Components)** ● analogová komponentní přenosová soustava barevné televize používající pro přenos jasového a rozdílových složkových signálů barevné televize časového multiplexu. Přenos zvukového doprovodu a dat je prováděn v digitální podobě.
- **Market Share (podíl na trhu)** ● výraz používaný v žargonu komerční televize (nebo jiných médií) pro veličinu měření dělbý zájmu publika mezi jednotlivé tv kanály (nebo jiná média). V oblasti televize je v tomto významu přesnější používat termín Audience Share (podíl na publiku) ▲, protože obsah výrazu M. S. může kolidovat s ekonomickou terminologií.
- **Media Projekt** ● multimediální šetření sledovanosti televize, rozhlasu a tisku – první výzkum založený na standardní mezinárodní metodologii produkující tzv. jednotnou měnu neboli všeobecně přijatelné srovnatelné výsledky. Projekt byl zahájen 4. 2. 1994 společnostmi Median a GfK Praha a probíhal za metodologické kontroly Sdružení komunikačních a mediálních organizací (SKMO) ▼, jehož členem byla i Česká televize. Pro televizní organizace projekt skončil 31. 12.

1996 a od 1. 7. 1997 byl vystřídán elektronickým měřením sledovanosti peplemetry ▲.

M. P. založený na technice rozhovoru (cca 15 tisíc rozhovorů ročně) poskytoval čtvrtletní výstupy, které, pokud jde o televizi, obsahovaly údaje: o možnostech příjmu tv stanic dospělými diváky (14–79 let); o celodenní sledovanosti jednotlivých tv kanálů v 15minutovém profilu (Rating); o podílu těchto kanálů na celkovém sledování televize, tzv. podílu na trhu (market share); o denním zásahu (Daily Reach) udávajícím počet diváků sledujících tv kanál v jeden den alespoň po dobu 5 minut; o průměrné denní délce sledování tv vysílání (ATS – Average Time Spent) jak všemi potenciálními diváky (ATS Total), tak fakticky sledujícími diváky (ATS Relative). Jakkoli M. P. užíval obdobné kategorie jako pozdější elektronické měření sledovanosti peplemetry, nelze jejich výstupy z důvodu odlišné techniky výzkumu mechanicky porovnávat.

- **Ministerstvo kultury České republiky** ● od listopadu 1996 (novelou č. 272/1996 Sb. zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy ČR) ústřední orgán státní správy i pro rozhlasové a televizní vysílání, nestanoví-li zvláštní zákon jinak; zejména je míněn zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání ▼, jenž určuje za správní úřad pro výkon státní správy v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a převzatého vysílání Radu pro rozhlasové a televizní vysílání ▼, která ministerstvu nepodléhá. M. k. ČR není v žádném směru nadřízeno ani České televizi. Z pověření M. k. ČR vyplývá, že v oblasti rozhlasového a televizního vysílání pečuje o náležitou právní úpravu věcí patřících do působnosti České republiky, připravuje návrhy zákonů atd. Na M. k. ČR existuje od roku 1997 Odbor hromadných sdělovacích prostředků. Od r. 2001 vyhlašuje M. k. ČR po projednání s Radou pro rozhlasové a televizní vysílání Seznam událostí značného společenského významu (vydán ve Sbírce zákonů pod č. 233/2001), k nimž se váží zvláštní povinnosti provozovatelů vysílání (podle zákona č. 231/2001 Sb. M. k. ČR uděluje rovněž granty v oblasti audiovizive a masmédií, jejichž příjemcem nemůže být Česká televize, které zákon neumožňuje používání dotací ze státního rozpočtu.

- **NTSC (National Television System Committee)** ● systém barevného televizního vysílání, který pomocí speciální modulační techniky, tzv. kvadraturní modulače, namoduluje obě rozdílové složky na pomocný nosný kmitočet 3,58 MHz. Ten je volen tak, aby se spektra jasového a na pomocný nosný kmitočet namodulovaného chrominančního (barvonosného) signálu po sečtení vzájemně prokládala a navzájem se minimálně ovlivňovala. Pak mohou být bezpečně oddělena, protože pro získání barevného obrázku je třeba z kompozitního signálu (▲ Barevný televizní signál) získat zpět signály R, G, B (▲ Princip barevné televize). Systém NTSC lze užívat jak ve studiu, tak pro vysílání. Z kompozitních signálů je nejdokonalejší, avšak při přenosech a vysílání technicky nejnáročnější. Užívá se v Americe, Japonsku a některých asijských státech.

- **PAL (Phase Alternating Line)** ● určitá varianta systému barevného vysílání NTSC ▲ odolná proti fázovým zkreslením, která způsobuje změny barev. U obou těchto systémů je nutno pro dekódování, tzn.

pro zpětné získání barevných složek, v přijímači synchronizovat pomocný nosný kmitočet. Proto se vkládá jeho vzorek do synchronizačního signálu ve formě již zmíněného synchronizačního impulsu barvy. Je-li tento impuls vypnut, je obraz i na barevném přijímači černobílý. Systém PAL byl vyvinut v bývalé NSR, je užíván v převážně většině evropských států včetně ČR, v Austrálii, v části Afriky a v různých variantách v některých jihoamerických státech. Evropský systém PAL pracuje s kmitočtem barvonosné vlny 4,43 MHz (přesně 4,43361875 MHz).

- **Parlamentní zpravodajství České televize** ● záznamy a přímé přenosy (prostřednictvím pevných spojových linek) jednání Poslanecké sněmovny či Senátu PČR, kterými Česká televize poskytuje v ČR ojedinělé nejširší pokrytí práce parlamentu. Prioritou p. z. jsou návrhy zákonů, které přinášejí nějakou změnu do života občanů, nebo dění, které zásadnějším způsobem ovlivňuje českou politickou scénu. Informace ve zpravodajských relacích ČT pak doplňují záznamy celého jednání, které ČT vysílá v nočních hodinách. Redakce zpravodajství kontinuálně sleduje každou probíhající schůzi Poslanecké sněmovny a Senátu Parlamentu ČR. Těžištěm zájmu je Poslanecká sněmovna (s ohledem na její větší pravomoci), Senát pak v okamžiku, kdy určitý zákon sám navrhne či pozmění nebo zamítne návrh postoupený Poslaneckou sněmovnou. Na zpravodajství ze sněmovny se postupně specializovali vždy 2–3 redaktori, od roku 1996, kdy vznikl Senát, má Redakce zpravodajství ČT i senátního zpravodaje. Zpravodajové ve spolupráci s dalšími redaktory připravují příspěvky, v případě nutnosti i živé vstupy do vysílání, ve kterých informují o právě probíhajícím jednání. Těžištěm je hlavní zpravodajská relace ČT (1992 Zpravodajství ČTV, 1993–2001 Události). Rozšířené informace o důležitých návrzích zákonů pak přinášejí analýzy a diskuse v pořadech komentovaného zpravodajství (1992 – Události, komentáře, 1993 Deník Plus na ČT2, 1994–2001 „21“). Tady se mohou střetnout protichůdná stanoviska zákonodárců i odborníků na danou problematiku. Stručné informace divák dostává i během dne v krátkých zpravodajských přehledech.

- **PBI (Public Broadcasting International)** ● celosvětové sdružení vysílatelů veřejné služby, založené v Torontu (1991), do r. 1997 působící pod názvem Public Broadcasters International. Hlavním cílem sdružení je koordinovat úsilí členských organizací a iniciativy dalších institucí na podporu zachování tv vysílání veřejné služby. PBI spolupracuje s ostatními uniemi a svazy veřejných vysílatelů a mezinárodními institucemi jako World Radio and Television Council (WRTVC) – Světová rada pro rozhlas a televizi a prosazuje zájmy veřejných vysílatelů v UNESCO, Radě Evropy a dalších nadnárodních organizacích. PBI svolává pravidelné výroční konference nejvyšších představitelů členských organizací. První dvě konference PBI (1991 a 1992) přijaly Mission Statement (Prohlášení o poslání) formulující úkoly sdružení, zejména:
 - sloužit různorodým potřebám vkusu a zájmům všech diváků a podporovat integritu rozličných kultur a jazyků;
 - poskytovat dětem i dospělým kvalitní programy, které budou informovat, vzdělávat, bavit a zvyšovat sociální spravedlnost;
 - udržovat produkční integritu a provozní nezávislost na politických, ideologických a hospodářských zásadách;

- prohlubovat národní a mezinárodní porozumění všeho lidstva a podporovat zlepšování jeho životního, sociálního, ekonomického, politického, kulturního a technického prostředí;
 - používat nové a existující technologie k rozšiřování rozsahu a efektivity služeb;
 - považovat své diváky a posluchače více za občany než za pouhé spotřebitele;
 - být oddán ideám svobody jednotlivce, svobody projevu a ostatním základním demokratickým hodnotám;
 - vyjadřovat národní a regionální identitu;
 - propagovat ideu rovnoprávnosti.
- Česká televize je členem PBI od svého založení (1992), pořádala 4. konferenci PBI (1995) a generální ředitel ČT Ivo Mathé spolupředsedal (1995–96) Řídícímu výboru PBI. (Blíže ▼ Příloha č. 10)

■ **Peoplemetr** ● v ČR první označení elektronického zařízení, které měří sledovanost diváka spolu se sledovaným kanálem. Divák (stálý člen vybrané domácnosti nebo host) se registruje ke sledování pomocí speciálního tlačítka podobného dálkovému ovladači a volbu kanálu spolu s odpovídajícím časovým údajem zaznamenávají sondy umístěné v televizním přijímači a dalších zařízeních (videorekordéru, kabelovém konvertoru, satelitním detektoru).

■ **Podprahová reklama** ● podle právní úpravy v ČR zakázaný druh reklamy. P. r. zakazuje zákon o regulaci reklamy (č. 40/1995 Sb. v platném znění) ▼, jenž za ni považuje reklamu založenou na podprahovém vnímání, tedy takovou, která by měla vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by ji tato osoba vědomě vnímala. Podobný přístup uplatňuje zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání (č. 231/2001 Sb.) ▼, jenž podprahovým sdělením rozumí zvukovou, obrazovou nebo kombinovanou informaci, která je záměrně zpracována tak, aby měla vliv na podvědomí posluchače nebo diváka, aniž by ji mohl vědomě vnímat, a mezi základní povinnosti provozovatelů vysílání tento zákon řadí povinnost zajistit, aby vysílané pořady podprahová sdělení neobsahovaly. Při vysílání reklamy ▼ a telenovell ▼ jsou provozovatelé výslovně povinni nezařazovat do vysílání vedle skryté reklamy ▼ také p. r. Za porušení těchto povinností může Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ▼ uložit pokutu v nejvyšší kategorii, tedy až 10 milionů korun, nebo může odmítnout prodloužení platnosti licence. Také Kodex reklamy Rady pro reklamu říká, že reklama nesmí využívat podprahové vnímání spotřebitele a taková reklama je považována za nečestnou. Vymezení p. r. či podprahového vnímání je v obou zákonech negativní: podprahové vnímání nedefinují, říkají pouze, že jde o vnímání, které není vědomé. Tradičně bývá za podprahové sdělení považováno například zařazování záběrů velmi krátkého trvání, které si divák nestačí uvědomit, nebo nevýrazné zvukové sdělení, překryté s podobným výsledkem jinými zvuky, například hudbou; neregulárnost p. r. v takovýchto případech bývá považována za zřejmou. Výzkumy provedené ve světě prokázaly značnou účinnost p. r. (např. výrazné zvýšení nakupování výrobků). Podprahovým sdělením je ovšem někdy chápáno také např. určité záměrné působení některých prostředků neverbální komunikace, navozených sociálních situací, metaforické složky vyjadřování ap. Společným prvkem je překrytí záměrné použitého dopro-

vodného sdělení jiným, které je zjevné. Hranice zákonnosti či etičnosti podprahových sdělení a p. r. v tomto širším pojetí je volná, a rovněž tak hranice mezi p. r. a skrytou reklamou nebo dalšími druhy reklamy.

■ **Pokrytí ČR signálem České televize** ● základní síť vysílačů pokrývá neprostou většinu území České republiky signálem programů ČT1, ČT2 a Nova. Pro signál ČT1 zůstávají k 1. 1. 2002 touto sítí nepokryty jen malé části území. Téměř všechny tyto lokality jsou dokrývány převaděči, tj. přijímačem zpravidla nejbližšího základního vysílače a místním slabým vysílačem na jiném kanále. Tyto převaděče jsou pochopitelně umísťovány na vyvýšeném místě nad zastíněným, dokrývaným územím.

Pro příjem signálu programu ČT2 byla zpočátku situace zřetelně horší, poněvadž síť základních vysílačů byla mnohem řidší. České televizi se však ve spolupráci s Českými radiokomunikacemi podařilo v rekordně krátkém čase dokrýt převážnou část zbývajících území. Původní síť druhého programu Československé televize, nyní program ČT1, se budovala od roku 1970 a stále ještě zbývá několik nepokrytých lokalit. Program ČT2, původně OK3, pokrýval zpočátku pouhých 23 % diváků. V roce 1997 byl podstatně zvýšen výkon po rekonstrukci u pěti vysílačů: Ostrava (51. k.), Svitavy (58. k.), Klatovy (58. k.), Vimperk (47. k.) a (po rekonstrukci anténního systému) Cukrák (53. k.). Tím, že se síť vysílačů pro ČT2 dobudovala později, obsahuje často modernější vysílače než u ČT1 a je zde i větší počet vysílačů, které umožňují šířit stereofonní a duální zvukový doprovod ▼.

Každá z různých druhů mapek, které se snaží vyjádřit pokrytí území ČR signály televizních programů, má své přednosti a nedostatky a jsou jen více nebo méně šťastným přiblížením ke skutečným příjmovým možnostem. Jednak je velmi obtížné určit, kde je vyhovující příjem, a kde už ne, zvláště v členitém území (např. v horách, v husté městské zástavbě). Jen kousek od místa vyhovujícího příjmu může být slepá lokalita, kde signál přijímat nelze. Nutno rozlišovat údaje o pokrytí území a údaje o dostupnosti signálu pro obyvatele (udává se v procentech). Podstatná je i metodika zpracování naměřených výsledků.

■ **Pomozte dětem!** ● dlouhodobý (od r. 1999) charitativní projekt České televize a Nadace pro rozvoj občanské společnosti inspirovaný obdobným projektem britské televize BBC Children in Need. Projekt má charakter celonárodní sbírky finančních prostředků ve prospěch ohrožených a znevýhodněných dětí v ČR a kromě dvou zmíněných hlavních organizátorů je do něj zapojena i řada partnerů a organizátorů veselých sbírkových akcí. Probíhá v několika cyklech: celoroční shromažďování peněz (přímým poukazováním na konto nebo pořádáním podpůrných akcí v celé republice), vrcholící vždy na Velikonoční pondělí v rámci celodenního vysílání ze Studia Pomozte dětem! a večerního zábavného pořadu na ČT1, následné vyhlášení výběrového řízení na přidělení shromážděných peněz, o něž se mohou ucházet nevládní neziskové organizace přímo pečující o ohrožené a znevýhodněné děti, podzimní vyhlášení výsledků výběrového řízení a rozdělení peněz. ČT má na starosti zejména mediální stránku projektu: vedle živého vysílání o Velikonočním pondělí vyrábí pořady, které informují o užití výtěžku sbírky, realizuje hlavní

mediální kampaň a celoročně přináší reportáže a informace ze sbírkových akcí. Nadace rozvoje občanské společnosti se stará o sbírkové konto, vyhledává smluvní dárcce a partnery sbírky, koordinuje pořádání sbírkových akcí, podílí se na mediální kampani, organizuje veřejné výběrové řízení na poskytování příspěvků, jehož se účastní i zástupci České televize, ručí za správné přidělení peněz a kontroluje jejich využití. Objem shromážděných prostředků se pohybuje v milionových sumách a každoročně roste. Poslední, 4. ročník sbírky, dosáhl rekordních 12 030 643 Kč. Všechny peníze jsou po uzavření každého ročníku rozděleny.

- **Pozemní (terestrické) vysílání** ● šíření televizních a rozhlasových signálů, určených k příjmu veřejností, pomocí elektromagnetických vln prostřednictvím zemských vysílacích radiových zařízení, a to analogově i digitálně. Zemské vysílací radiové zařízení (zemské vysílače) šíří televizní signály v pásmech VHF a UHF, tj. od 47 MHz do 862 MHz.
- **Princip barevné televize** ● odezva materiálů vykazujících elektrickou citlivost na světlo je v rozhodující míře závislá na jeho intenzitě – jasu. Zcela odlišné barvy mající stejný jas vyvolají shodnou odezvu, a tím stejný elektrický signál. To ve svém důsledku znamená, že fotoelektrický jev, který umožnil realizaci černobílé televize, nelze přímo použít pro televizi barevnou, kde kromě jasu je nutno navíc přenášet tón barvy a její sytost. Barevná televize mohla být realizována na základě tzv. trichromatického způsobu vnímání barev a zákonitostech součtového mísení barevných světél se zachováním všech principů televize černobílé. Využívá se skutečnosti, že zvolíme-li tři barevná světla, která jsou ve spektru od sebe dostatečně vzdálená a vzájemně nezávislá (tj. smísením kterékoli dvojice nemůže vzniknout vjem barvy zbývající), je možné jejich mísením v různém poměru vyvolat vjem většiny barev v přírodě existujících. Jako základní barvy jsou voleny červená, označovaná jako R (anglicky Red), zelená G (Green) a modrá B (Blue). Profesionální barevná televizní kamera má tedy tři snímací prvky. Před každým z nich je umístěn jeden z barevných filtrů základních barev – červený, zelený a modrý. Každý ze snímacích prvků tak reaguje pouze na změny jasu zvolených základních barev. Jestliže takto vzniklé televizní signály jsou použity k řízení jasu červené, zelené a modré obrazovky, jejichž obrazy se opticky přes sebe přeloží, vznikne vjem původního barevného obrazu. V praxi se nejčastěji používá barevná obrazovka, kde se každý obrazový prvek skládá ze tří těsně u sebe umístěných barevných bodů. Každý z těchto bodů je rozsvětčován svým signálem. Takovýto televizní systém je označován jako systém R, G, B.
- **Producentický systém** ● metoda organizace a řízení, vypracovaná na přelomu 80. a 90. let ještě v Československé televizi, při vzniku České televize (1992) zavedena jako základní organizační, ekonomický a výrobní princip. P. s. znamená především „způsob myšlení“, spočívající 1) v přesně definované delegaci odpovědnosti a pravomocí na konkrétní producenty (šéfredirectory, resp. ředitele studií), 2) v chodu finančních toků a 3) ve způsobu zadávání výroby pořadů. P. s. vychází z oddělení producentské role kompetentního objednavatele od vlastního průběhu výroby, aniž je ponižena producentova integritní odpovědnost ekonomická a obsahová. P. s. zachovává

všechny parametry pro obsahovou supervizi i finanční kontrolu, ale neomezuje tvůrce/štáby výrobními normami a umožňuje individuální pohled a rozhodování. Bez produkce pořadů (vč. programových akvizic) nelze vysílat, implementace p. s. je podmíněna existencí pevného a promyšleného vysílacího schématu ▼, z něhož se mj. odvíjí výrobní úkol ▼ včetně svého finančního vyjádření, konstrukčního pro rozpočet celé instituce a jejich útvarů, orientačního pro tvorbu jednotlivých pořadů. Nutnou podmínkou fungování systému je invence producentů. P. s. nemusí být pevně spojen jen s určitou organizační strukturou či názvoslovím, vždy však musí být stanovena hierarchie odpovědnosti.

- **Programová koncepce ČT** ● artikule programové politiky, tj. základního programového směřování České televize s vytyčením více či méně konkretizovaných dlouhodobých programových cílů, jichž má být v souladu se zákonem daným posláním ČT a jeho chápáním dosaženo v určitém čase, vymezeném obvykle funkčním obdobím generálního ředitele ▲, respektive vrcholného managementu ČT. Konkrétním vyjádřením p. k. je vysílací (programové) schéma ▼.
- **Programové okno** ● základní jednotka programového plánování. Jednotlivé pořady (programové typy) jsou zařazovány do tzv. p. o., jejichž charakter, počet a rozložení v čase vychází z programové koncepce ▲. Nečastější délky p. o. jsou 15 minut (pořady o výrobní délce 13 minut), 30 minut (pořady o výrobní délce 26 minut) a 60 minut (pořady o výrobní délce 52 minut). Skutečná výrobní délka pořadů, poněkud kratší než uváděná, zaokrouhlená v zájmu snadné orientace diváků v programu podle místních či programových zvyklostí, je dána mezinárodní praxí: umožňuje využít rozdílu mezi reálnou a inzerovanou stopáží k odvysílání reklamy, programových upoutávek, různých oznámení atd., které je třeba odvysílat, aniž jsou nebo mohou být anoncovány.
- **Programový typ** ● pojem ze sféry používané druhové a žánrové klasifikace televizních pořadů (dramatické, zpravodajské, dokumentární atp.) Někdy se pod pojmem p. t. rozumí též výrobně programový typ, tj. výrobní charakteristika pořadu (např. označení „malá publicistika“ může zároveň znamenat: 2 dny natáčení s jednokamerovým vozem v terénu, 1 den ve střížně a 1 den kompletace se studiovými vstupy).
- **Publikace o České televizi** ● jedna z forem pravidelné komunikace s divákem v rámci Corporate Identity ▲ naplňující především cíl informační otevřenosti média veřejné služby. Již v prvním roce existence (1992) vydala ČT svou první ročenku jako zprávu o vývoji instituce, programu a hospodaření. Ročenky vycházející vždy po uzavření finančního roku byly posléze doplněny vydáváním stručných informačních brožur se stěžejními fakty a specifických katalogů filmové produkce. Publikace o ČT vycházejí v češtině a angličtině, od roku 1997 rovněž v elektronické podobě na CD-ROM a Internetu ČT ▲. Záměrcům jsou zaslány bezplatně.
- **Rada České televize** ● podle zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi, v platném znění ▼ orgán, jímž se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu činnosti ČT, kterou reprezentuje generální ředitel ČT ▲. Rada

není součástí České televize a je na ČT finančně nezávislá, neboť Česká televize je podle zákona povinna hradit její výdaje bez možnosti zasahování. Rada vykonává kontrolu ČT způsobem uvedeným v zákoně a je odpovědná Poslanecké sněmovně, již do 31. března předkládá Výroční zprávu o činnosti ČT a do 31. srpna Výroční zprávu o hospodaření ČT, obojí za předchozí kalendářní rok.

Původně měla rada devět členů volených Poslaneckou sněmovnou (zpočátku ČNR) na stejné pětileté období; od novelizace zákona (2001) má patnáct členů s šestiletým volebním obdobím, posunutým u každé třetiny členů o dva roky. Novela zákona také rozvinula požadavek zákona na pluralitní složení rady, neboť změnila proceduru výběru kandidátů na členství v radě, které nyní může navrhovat široký okruh organizací a sdružení.

Radu ČT může sněmovna odvolat pro opakované neplnění povinností stanovených jí zákonem a (od r. 2001) také na základě dvojího neschválení Výroční zprávy o činnosti ČT nebo Výroční zprávy o hospodaření ČT. Ustanovení o neschválení výročních zpráv nahradilo původní podmínku odvolání dvojím konstatováním sněmovny v průběhu šesti měsíců, že Česká televize neplní své poslání podle zákona.

Do působnosti rady náleží zejména právo jmenovat nebo odvolávat generálního ředitele ČT, na jeho návrh schvalovat zřízení nebo zrušení televizních studií ČT a jmenovat či odvolávat jejich ředitele, dále schvalovat na návrh generálního ředitele Statut ČT ▼ a předkládá Poslanecké sněmovně ke schválení Kodex ČT ▲.

Rada dohlíží na plnění úkolů ČT v oblasti veřejné služby tv vysíláním a na naplňování zásad vyplývajících z Kodexu ČT, má oprávnění v tom směru vydávat stanoviska a doporučení týkající se programové nabídky, avšak nesmí přímo zasahovat do tvorby a vysílání tv pořadů.

Rada ČT má významné kontrolní pravomoci v oblasti hospodaření ČT: schvaluje rozpočet, kontroluje jeho plnění a schvaluje závěrečný účet ČT, schvaluje dlouhodobé plány technického a ekonomického rozvoje. Novela zákona o ČT (2001) zřídila pro tyto účely poradní orgán Rady ČT – Dozorčí komisi. Jejím úkolem je sledovat, zda jsou účelně a hospodárně využívány finanční prostředky a majetek, upozorňovat Radu ČT na zjištěné nedostatky a předkládat jí návrhy na jejich odstranění. Komise má ze zákona přístup ke všem informacím o hospodaření ČT a právo vyžádat si je od zaměstnanců ČT. Radě ČT předkládá komise čtvrtletní zprávy a vždy do 30. června svůj rozbor hospodaření ČT za minulý kalendářní rok. (Složení Rady ČT ▲ oddíl Letopis, str. 53, 171, 277, 332)

- **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání/dříve R. České republiky pro r. a t. v.** ● úřad pro výkon státní správy v oblasti rozhlasového a televizního vysílání; dohlíží na zachování obsahové nezávislosti a rozvoj plurality programové nabídky a informací a plní další úkoly stanovené zákonem a zvláštními právními předpisy, např. zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění ▼. Rada byla původně ustavena speciálním zákonem ČNR (č. 103/1992 Sb.), od 2001 je v působnosti zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání ▼.

Původně devítičlenný orgán byl volen Poslaneckou sněmovnou PČR (zprvu ještě Českou národní radou) na šest let, od r. 2001 13 členů rady jmenuje a odvolává předseda vlády na návrh Posla-

necké sněmovny PČR. Členové volí ze svého středu předsedu a tři místopředsedy. Náklady na činnost rady jsou hrazeny ze samostatné kapitoly státního rozpočtu. Rada je odpovědná Poslanecké sněmovně.

Podstatná část pravomocí rady směřuje k provozovatelům vysílání na základě licence nebo registrace, avšak v její působnosti jsou také důležité pravomoci směřující k provozovatelům vysílání ze zákona (ČT a ČRo).

Do působnosti rady patří dohled nad dodržováním právních předpisů v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a podmínek stanovených v rozhodnutí o udělení licence či v rozhodnutí o registraci, a rovněž monitorování vysílání. Rada dále uděluje, mění a odnímá licence k provozování rozhlasového a televizního vysílání a vydává, mění a ruší rozhodnutí o registraci k provozování převzatého vysílání.

Rada ukládá sankce podle zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, což se může týkat i ČT. Horní hranice pokut může dosáhnout až 10 milionů Kč, avšak sankcí může být také zrušení licence.

Rada zpracovává v součinnosti s Českým telekomunikačním úřadem část plánu přidělení kmitočtového spektra určeného pro rozhlasové a televizní vysílání a stanovuje soubor technických parametrů, které jsou součástí oprávnění k provozování vysílání pro provozovatele vysílání ze zákona nebo s licencí (tj. i České televizi přiděluje konkrétní vysílací frekvence, aby mohla vysílat v rozsahu svého oprávnění). Rada se také podílí svými stanovisky a návrhy na vytváření zásad státní politiky České republiky ve vztahu k vysílání a koncepci jeho rozvoje.

Rada je povinna předkládat Poslanecké sněmovně vždy do konce února výroční zprávu o své činnosti a o stavu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání za uplynulý rok. Poslanecká sněmovna může předsedovi vlády navrhnout odvolání rady, neplní-li opakovaně závažným způsobem své povinnosti nebo pokud sněmovna opětovně neschválí pro závažné nedostatky její výroční zprávu.

Své dokumenty zveřejňuje rada (nebrání-li tomu právní předpisy) způsobem umožňujícím dálkový přístup.

- **Reach (zásah, úhrnná sledovanost)** ● veličina odvozená od sledovanosti, vyjadřuje se v procentech nebo tisících diváků. R. určitého časového úseku vysílání kanálu (nebo skupiny kanálů) v určité cílové skupině diváků je počet diváků této cílové skupiny, kteří sledují daný kanál (nebo skupinu kanálů) během konkrétního časového úseku alespoň po dobu předem určeného počtu minut. R. uváděný ve výstupech elektronického měření sledovanosti podle dohody zahrnuje každého diváka, který danou stanicí sleduje nepřetržitě minimálně 3 minuty. Hodnota denního zásahu bývá větší než průměr denní sledovanosti TVR ▼.
- **Regionální vysílání České televize** ● zpravodajské a reportážní příspěvky o dění v jednotlivých regionech ČR zajišťované redakcemi zpravodajství ČT Praha, TS Brno a TS Ostrava prostřednictvím postupně rozšiřované sítě vlastních regionálních redakcí a oblastních zpravodajů či ve spolupráci se soukromými regionálními studiemi. R. v. bylo zavedeno již se vznikem ČT (1992) a jeho doménou se stal zejména podvečerní vysílací čas (▲ časová pásma): 1992

– Večerník ČTV, 1993 – na ČT2 Český večerník, sobotní Moravský večerník a středeční Pražský večerník, 1994 – na ČT1 Český večerník (pondělí až pátek s variantou Pražský večerník ve středu), v regionu TS Brno Jihomoravský večerník a v regionu TS Ostrava Report, 1995 – pondělí až pátek Večerník z ČT Praha, Jihomoravský večerník z TS Brno a Report z TS Ostrava, od 2. 1. na ČT2, od 4. 9. na ČT1, 1996 až 2000 – beze změny, od 2001 – na ČT1 v pondělí až pátek Večerník z Čech, Jihomoravský večerník a Report a navíc ranní pořad Regiony na ČT1 v pondělí až pátek.

Novela zákona o ČT č. 39/2001 Sb. uložila České televizi zajišťovat regionální vysílání zpravodajských a publicistických pořadů v časovém rozsahu alespoň 25 minut denně. (Objem regionálně vysílaného zpravodajství a publicistiky ve vysílání České televize v roce 2001 ▲ str. 281)

- **Reklama** ● dnes běžná součást programu většiny televizí, největší zdroj příjmů pro komerční televizi, pro televizi veřejné služby je zdrojem doplňkovým (ČT). Reklamní vysílání tvoří vedle klasické reklamy teleshopping ▼ a vysílání sponzorských vzkazů (▼ Sponzorský příspěvek). Doplňkový význam má r. v teletextu. Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání rozumí reklamou jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo jinou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, určené k podpoře prodeje, nákupu nebo pronájmu výrobků nebo služeb nebo k dosažení jiného účinku sledovaného zadavatelem reklamy nebo provozovatelem vysílání. Stejný zákon stanoví limity a další pravidla pro vysílání r. v televizi. Závislost na r. obecně ovlivňuje program v komerčním směru. Vysílání r. podléhá regulaci, pravidla bývají obvykle přísnější pro televizi veřejné služby než pro televizi komerční. V ČR je ve vysílání veřejné služby (ČT) možné zařazovat r. (a teleshopping) pouze mezi jednotlivé pořady nebo jejich samostatné části, držitelé licence (komerční televize) smějí navíc za stanovených podmínek reklamou přerušovat vysílání televizních pořadů. Čas vyhrazený r. nesmí v televizním vysílání provozovatele vysílání ze zákona (ČT) přesáhnout 1 % denního vysílacího času a v době od 19.00 do 22.00 nesmí překročit 6 minut v průběhu hodiny, provozovatelé vysílání s licenci mají limit 15 % denního vysílacího času a 12 minut v průběhu hodiny (jiné limity platí pro teleshopping). Autopropagace v širokém smyslu (nejen programové upoutávky) a bezplatně odvysílaná oznámení učiněná ve veřejném zájmu či ve prospěch obecně prospěšných cílů se do časového omezení r. nezapočítávají.

V ČR r. reguluje zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění ▼. Nad rámec omezení plynoucích z tohoto zákona zakazuje zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání např. zcela vysílání r. na léčivé přípravky a prostředky zdravotnické techniky dostupné jen na lékařský předpis, r. na erotické služby a výrobky v době od 6.00 do 22.00, přísněji vymezuje podmínky r. zaměřené na děti a mladistvé. Politická r. ve vysílání je povolena výhradně v mezích stanovených zákonem č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu ČR, v platném znění.

R. musí být rozeznatelná a zvukově nebo obrazově oddělená od ostatních částí programu. Televizní r. je typicky obsažena v reklam-

ních spotech, nejčastěji půlminutových nebo kratších, které jsou vysílány obvykle v reklamních blocích o délce maximálně cca 6–7 minut. Při vysílání r. není uváděno označení televizního programu – logo ▲: za pravdivost údajů obsažených v r. (či teleshoppingu) odpovídá zásadně její zadavatel. Za porušení pravidel pro vysílání r. může Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ▲ uložit pokutu až 2,5 milionu Kč. Zákonná pravidla pro vysílání r. se od roku 1992 postupně vyvíjela, většinou zpříšňovala. Podmínky vysílání r. (včetně teleshoppingu a sponzorování pořadů) v ČT upravují přesněji její interní předpisy, což mělo zásadní význam zejména v době nedosta- tečné zpracovanosti zákonné úpravy. Prodejem svého reklamního času ČT smluvně pověřila společnost ARBOmedia Praha (dřívější název IP Praha).

- **Religion** ● pravidelné mezinárodní konference Evropské vysílací unie (EBU) ▲ o programových a tvůrčích otázkách náboženského vysílání. Konají se každé dva roky v Praze, stálým pořadatelem je z pověření EBU od roku 1993 Česká televize.
- **Satelitní vysílání** ● šíření televizních a rozhlasových signálů pomocí elektromagnetických vln prostřednictvím družice. Pro přenos televizních signálů se používají jak analogové ▲ tak digitální ▲ přenosové soustavy barevné televize jako je např. PAL ▲, DVB ▲ a MAC ▲. Dostupnost televizních signálů je dána vyzářovacími charakteristikami jednotlivých transponderů použité družice. Příjem je zajišťován satelitní soupravou obsahující parabolickou anténu, vnitřní a vnější jednotku – satelitní přijímač a LNB (Low Noise Block) konvertor.
Počátky s. v. spadají do 80. let 20. století. Vysílalo se analogově, většinou v soustavě PAL. Za opravdový přelom lze označit vypuštění prvního satelitu ASTRA v prosinci 1988, který umožnil příjem televizních programů v jednotlivých domácnostech na přijatelně malé parabolické antény. Druhým mezníkem bylo v druhé polovině 90. let zahájení digitálního satelitního televizního vysílání podle standardu DVB-S. ČT zahájila digitální satelitní vysílání v červenci 1997 jako součást paketu Czech Link. Vysílání bylo určeno zejména jako náhrada primárních distribučních tras na jednotlivé pozemní vysílače.
- **Sdružení komunikačních a mediálních organizací (SKMO)** ● sdružení reklamních agentur, tiskových, rozhlasových a tv médií, původní držitel práv a povinností zadavatele elektronického měření sledovanosti ▲ v ČR na základě smlouvy ze 17. 5. 1996.
- **SECAM (Séquentielle Couleur A Memoire)** ● systém barevného vysílání vyvinutý ve Francii. Pro chrominanci (barvonosné) signály užívá frekvenční modulaci, přičemž složky R-Y a B-Y (▲ Barevný televizní signál) přenáší postupně a střídavě, v každém televizním řádku pouze jednu. Jedná se o systém robustní a nenáročný na kvalitu zařízení při šíření a vysílání. Ve studiu se však obtížně režijně zpracovává a dává nejnižší kvalitu obrazu. Používal se ve státech sovětského bloku (v býv. Čs. televizi pouze pro vysílání) a v současné době se pro pozemní vysílání užívá hlavně ve Francii a některých státech bývalého SSSR.

- **Servis České televize sluchově postiženým divákům** ● dlouhodobá služba ČT (od 1. 7. 1992) minoritní divácké skupině sluchově postižených, a to vysíláním skrytých titulků, podtitulků, pořadů tlumočených do znakového jazyka neslyšících a maximem grafických informací. V prvních pěti letech existence rozvíjela ČT tuto službu jako dobrovolný závazek, od 1. 7. 1997 jí byla zákonem č. 135/1997 Sb. uložena povinnost – s kvótou alespoň 25 % vysílaných pořadů opatřených skrytými nebo otevřenými titulky. Poslední novela zákona o ČT č. 39/2001 Sb. zakotvuje povinnost opatřovat skrytými nebo otevřenými titulky (podtitulky) či tlumočením do znakové řeči alespoň 70 % pořadů. V praxi ČT jsou stěžejní technologií skryté titulky, otevřenými titulky nebo tlumočením do znakového jazyka neslyšících jsou pořady doplňovány jen okrajově. (Blíže ▲ oddíl Letopis, úvodní stránky k jednotlivým rokům).
- **Skrytá reklama** ● slovní nebo obrazová prezentace zboží, služeb, obchodního jména, obchodní známky nebo činnosti výrobce zboží nebo poskytovatele služeb, uveřejněná zpravidla za úplatu nebo jinou protihodnotu v pořadu, který nemá charakter reklamy ▲ a teleshoppingu ▼, pokud tato prezentace záměrně sleduje reklamní účel a je způsobilá uvést veřejnost v omyl. S. r. zakazuje zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění. Znaky s. r. může např. naplnit rozhovor snímaný kamerou přímo před reklamním poutačem, naopak za s. r. se nepovažuje např. celkový záběr na sportovní stadion s reklamními poutači na ohrazení jeho plochy.
- **Složkové signály** ● v současné době se v televizních studiích stále více používají digitalizované složkové rozdílové signály Y, R-Y, B-Y (▲ Barvený televizní signál) a kompozitní signály (tamtéž) se používají pouze pro vysílání. Předpokládá se, že v horizontu 10 až 15 let kompozitní systémy zaniknou a budou i pro vysílání nahrazeny složkovými systémy digitálními.
- **SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers)** ● společnost filmových a televizních techniků se sídlem v New Yorku založená v roce 1916. Členy jsou v podstatě všechny významné televizní společnosti z 85 zemí světa včetně České televize. SMPTE vyvíjí nové televizní standardy, podporuje vzdělávání formou seminářů a vydává technické prováděcí dokumenty a doporučení pro implementaci nových televizních systémů. Členství je placené.
- **Sociologický výzkum České televize** ● v ČR nejstarší (od r. 1970, ještě v Čs. televizi) a stále funkční výzkum chování televizního diváka, dříve známý jako Denní kontinuální výzkum. Jeho prostřednictvím se pravidelně získávají údaje o divácké spokojenosti s nabídkou všech celoplošných tv programů a dočasně také kanálu TV3 (od 22. kalendářního týdne roku 2000 až do 53. kalendářního týdne roku 2001). Historicky byl používán také k měření sledovanosti tv programů, a to do zavedení elektronického měření sledovanosti ▲. V rámci s. v. ČT probíhají rovněž jednorázová sociologická šetření podle speciálních zadání.
S. v. ČT používá techniku dotazníkového průzkumu na panelu respondentů a užívaná metodologie se neustále zdokonaluje. Panel

respondentů vzrostl v posledním desetiletí z 500 na 750 a je vybírán z průběžně aktualizovaného souboru cca 3,5 milionu tv diváků. Panel představuje reprezentativní vzorek dospělé populace České republiky, a to z hlediska pohlaví, věku (od 15 let výše), vzdělání, velikosti bydliště, ekonomické aktivity a příslušnosti k regionu. Výběr respondentů má několik fází a na základě sociodemografické matice je panel každý týden z jedné třináctiny inovován (spolupráce s jedním respondentem tak trvá maximálně třináct týdnů).

Základem s. v. ČT jsou programové deníčky, které obsahují většinu vysílaných pořadů (o délce pěti a více minut). Deníčky jsou respondentům zasílány poštou v dvoutýdenním předstihu a poštou se také vrací zpět do ČT. Respondenti v deníčkách vyjadřují svou spokojenost se zhlédnutými pořady prostřednictvím pětistupňové škály známek (1 znamená „velmi spokojen“ a 5 značí „zcela nespokojen“). Z těchto známek se vypočítává koeficient spokojenosti vyjadřující rozložení známek v jemněji odstíněné stupnici od +10,0 do -10,0 s obecnými kategoriemi:

záporné hodnoty	absolutní propadnutí u publika
pod 4,0	podprůměr divácké spokojenosti
4,0 až 4,9	horší průměr
5,0	průměr
5,1 až 5,9	lepší průměr
6,0 až 7,9	nadprůměr
8,0 a více	špička divácké spokojenosti

S. v. ČT sloužil až do uplatnění elektronického měření sledovanosti v červenci 1997 také jako nástroj k získávání údajů o sledovanosti tv programů.

Od roku 1998 prostřednictvím s. v. získává ČT rovněž jednorázové aktuální informace o diváckém očekávání. Vedle sond různého typu, uskutečňovaných na aktuálním týdenním panelu nebo na speciálně vytvořených panelech podle specificky zadaných sociodemografických znaků (např. složených pouze z respondentů žijících v domácnosti s dětmi), se tak děje i pomocí tzv. otázek týdne přikládánek k programovým deníčkům. Větší jednorázová šetření se v minulých letech týkala např. v roce 1998 diskusního pořadu V pravé poledne, dramatického seriálu Život na zámku, zpravodajských pořadů Události a „21“, v roce 1999 poezie na obrazovce, večerníčků, cyklu pro děti Kouzelná školka nebo zpravodajské relace Události plus, v roce 2000 ranního vysílání Dobré ráno, cyklu Přísně veřejné či struktury zábavných pořadů a v roce 2001 diváckých očekávání v oblasti zpravodajství, cyklů Fakta, Černá bílá či Letadlo, ale také sponzoringu a teletextu.

- **Sponzoring** ● ▼ Sponzorský příspěvek
- **Sponzorský příspěvek** ● jakýkoliv příspěvek poskytnutý fyzickou nebo právnickou osobou, která neprovozuje televizní vysílání nebo produkci audiovizuálních děl, k přímému nebo nepřímému financování rozhlasových nebo televizních pořadů za účelem propagace jména a přijmení fyzické osoby nebo názvu právnické osoby, obchodní

firmy, obchodní značky, sponzora nebo jeho služby, výrobků nebo jiných výkonů (zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání). Sponzorské vzkazy vysílané na základě s. p. náleží do okruhu reklamního vysílání (též ▲ Reklama a ▼ Teleshopping). Po klasické reklamě je sponzoring pro televizi v ČR obecně druhým nejvýznamnějším zdrojem komerčních příjmů. V ČT se omezuje na maximálně 15vteřinové sponzorské vzkazy před nebo za pořadem obsahující motiv s logem, doplněný údajem o sponzoraném pořadu. Výjimkou je tzv. injektaž, krátké zobrazení loga sponzora v průběhu pořadu (pojí se výhradně se sportovními přenosy). Sponzorské vzkazy nesmějí naplňovat znaky klasické reklamy. V ČT podmínky sponzoringu podrobně upravuje interní předpis.

- **Statut České televize** ● základní interní právní předpis ČT. Existence s. vyplývá ze zákona o České televizi ▼ a schvaluje jej Rada České televize ▲ na návrh generálního ředitele ▲. Zákon nestanoví, co má být vlastním obsahem s.

První, velmi stručný Statut České televize z 15. 4. 1992 vydržel v platnosti beze změn do roku 1995. Kromě rekapitulace zákonného poslání a úkolů České televize, jejího postavení a vztahu mezi generálním ředitelem a Radou ČT určoval pouze základní strukturu organizace a řízení ČT, poradní orgán či orgány generálního ředitele a základní systém hospodaření ČT. Zásadní změny doznal s. na podzim 1995 (27. 9.). Jeho nedílnou součástí se staly přílohy Kodex ČT ▲ a dokument Strategie ČT, který formuloval politiku, koncepci a základní cíle ČT v oblasti programové, technické, finanční, personální a na poli mezinárodním. Třetí redakce s. s oběma přílohami, připravená koncem roku 1997 a 17. 1. 1998 schválená Radou ČT zachovala základní koncepci a strukturu předešlé verze, ale přinesla věcná i formulační upřesnění a přepracování některých souvislých pasáží.

Z novelizovaného znění zákona o ČT z ledna 2001, které zvýraznilo úlohu Rady ČT vůči České televizi, vyplývá též změna struktury základních dokumentů České televize. Vedle statutu, jehož vymezení se nemění, je v zákoně samostatně zakotven také Kodex. V listopadu 2001 schválila Rada ČT dílčí novelizaci s. podmiňující jmenování a odvolávání odborných ředitelů generálním ředitelem projednáním návrhů s radou. Současně byly zahájeny přípravné práce na novém statutu reflektujícím novelizované znění zákona o ČT.

- **Systémy barevné televize** ● ▲ NTSC, PAL, SECAM.

- **Teleshopping** ● přímá nabídka zboží nebo služeb určená veřejnosti a zařazená do rozhlasového či televizního vysílání za úplatu či jinou protihodnotu (zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání). T. náleží do okruhu reklamního vysílání (▲ též Reklama a Sponzorování pořadů) a platí pro něj obdobná obsahová omezení jako pro klasickou reklamu. T. má podobu samostatných pořadů, není zařazován do reklamních bloků a v ČR pro něj platí jiné limity než pro ostatní reklamní vysílání. Provozovatel vysílání ze zákona (ČT) může základní podíl reklamy (1 % denně) zvýšit vysíláním teleshoppingu až na 10 % denního vysílacího času a provozovatel vysílání s licencí až na 20 %, navíc do limitu nezapočítává teleshop-

pingové pořady o souvislé délce přesahující 15 minut. Plně využívání limitů je v případě t. obvykle jen teorií.

- **Teletext České televize** ● součástí vysílání ČT1 od vzniku České televize v lednu 1992, kdy nabízel denně již 600 až 700 stránek zpravodajství, informací ze sportu, ekonomiky, kultury, o počasí i o televizním programu apod. V roce 1993 se zpravodajský servis t. rozšířil na časový úsek od 6 do 23 hodin a od října 1993 byl výběr ze stránek t., tzv. teletext in vision, nasazován i do běžného vysílání ČT1 po skončení večerního programu, čímž se stal přístupný všem divákům. V únoru 1994 se zlepšila technologie cyklování stránek, což mělo za následek rychlejší listování v t. V roce 1994 byly upraveny programové stránky t. podle formátu VPT umožňujícího divákům vlastním videorekordéry s VPS systémem programovat nahrávání pořadů ČT1 (od roku 1995 i ČT2). O rok později byla lokální teletextová síť propojena s počítačovou sítí ČT, což umožnilo získat další informační zdroje. Od října 1996 byly teletextové stránky umístěny na Internetu ČT ▲. V rámci nové programové koncepce nočního vysílání ČT1 byl od září 1997 teletext in vision nahrazen Zprávami z teletextu zařazovanými do programu zhruba třikrát za noc. Dalším technologickým mezníkem se stal rok 1998, kdy byl během červnových voleb zajištěn on-line přenos dat s průběžnými volebními výsledky. V témže roce (od 13. 11.) převzala ČT provozování teletextových služeb rovněž na programu ČT2, kde končila šestiletá licence společnosti Image1, a přeměnila ho v tzv. teletext Expres neboli výběr nejdůležitějších a nejžádanějších informací. Duben 1998 byl také dnem zahájení elektronického měření sledovanosti t. Na počátku roku 1999 došlo k výrazné změně programové struktury t., přibyla řada nových zájmových i odborných rubrik a nabídku tvořilo již přes 1500 stránek. V následujících dvou letech přispěl ke zkvalitnění nabídky t. další vývoj technologie, mj. využitím automatizovaných importů pro přenos textů do t. stránek.

Programová nabídka teletextu ČT se během desetiletí rozrůstala a postupně byla obohacena zejména o kvalitní a průběžně aktualizované zpravodajství. Původní stránky o počasí se rozrostly až na počet 80, z toho téměř 40 stránek tvoří zprávy z českých horských středisek. K prakticky dvojnásobnému rozšíření nabídky sportu přispívají spoluprací s t. sázkové kanceláře. Větší prostor věnuje t. stránkám pořadů ČT, včetně služby „Právě vysíláme“ alias informací o právě vysílaném a následujícím pořadu, a zajímavostem z dění v ČT. V kulturní oblasti dominuje rozsáhlý servis o divadlech v ČR. K aktivnímu kontaktu s divákem přispívá t. pravidelně řadou soutěžních stránek. Vývoj ve světě financí reflektují domácí a zahraniční burzovní informace. Své stránky mají v t. i různé menšiny zdravotně postižených, zejména servis pro neslyšící ▲. Průběžně přibývaly zájmové a odborné rubriky. Na významu získává v posledních letech i nabídka komerčních a obchodních stránek.

Dnes nabízí Teletext ČT na okruhu ČT1 v průměru 1600 stránek a teletext Expres na okruhu ČT2 necelých 300 stránek. Stránky jsou denně průběžně aktualizovány a on-line přenos dat je již běžnou nabídkou. Základními kritérii dalšího rozvoje je rychlost a kvalita poskytovaných informací. To jsou hlavní faktory dlouhodobého nárůstu čtenářů teletextu ČT. Teletextové stránky ČT lze přijímat nejen prostřednictvím televizorů vybavených pro příjem t. a na internetové ad-

rese <http://www.czech-tv.cz/teletext>, ale i ve formě SMS zpráv nebo mobilní technologií WAP.

- **Televizní poplatek** ● podle platné právní úpravy poplatků zvláštního druhu vázaný na držení televizního přijímače a vyplývající ze zákona č. 252/1994 Sb., o rozhlasovém a televizním poplatku, v platném znění ▼. T. p. není daní (neprochází státním rozpočtem), ani není konstruován jako cena placená za služby ČT. Není vázán na sledování speciálně programů ČT. Podle zákona o České televizi ▼ je klíčovým finančním zdrojem ČT. Z jeho existence vyplývá základní vztah mezi občanem a ČT jako službou veřejnosti. Platí se ze zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci televizního vysílání bez ohledu na způsob příjmu. Výše t. p. (od poloviny roku 1997 je 75 Kč měsíčně, předtím 50 Kč) byla stanovena přímo v zákoně a může se změnit pouze jeho změnou. Za dobu trvání ČT došlo ke zvýšení sazby t. p. jen jednou. Držitel televizního přijímače je povinen přihlásit přijímač k evidenci ode dne vzniku jeho držby a přihlásit se tak k placení t. p. Evidenci přijímačů vede místně příslušná pošta, která také t. p. vybírá, od r. 2001 má ČT oprávnění vést evidenci i sama a vybírat t. p. teoreticky nikoliv jen prostřednictvím pošty. Poplatky neuhrazené včas a zákonem stanovené přírázky za prohršky proti pravidlům souvisejícím s t. p. se platí vždy přímo České televizi, která se také musí sama postarat o jejich vymáhání. Fyzická osoba nebo domácnost platí t. p. za jediný přijímač, což se vztahuje i na výrobce, prodejce a opravny. Ostatní podnikatelé a právnické osoby platí t. p. z každého přijímače. Podrobnosti stanoví zákon, stejně jako případy, kdy se t. p. neplatí nebo je možné dosáhnout osvobození od placení (např. osoby slepé či hluché, jednotlivci nebo domácnost, jejichž čistý příjem nedosahuje 1,4násobku životního minima). Dlužné t. p. je poplatník povinen uhradit České televizi zpětně v plné výši, za nepřihlášení do evidence, uplatnění neoprávněného osvobození nebo neoprávněné odhlášení platí podle zákona přírázku 10 tisíc Kč. V případě nutnosti vymáhá ČT dlužné částky soudně. (Konkrétní údaje o počtu plátců t. p. a jeho podílu na příjmech ČT ▲ oddíl Letopis, úvody k jednotlivým rokům.)

- **Televizní studia – Televizní studio Brno a Televizní studio Ostrava** ● součást základní organizační struktury ČT se zvláštním postavením: jejich existence je zakotvena v zákoně o České televizi ▼ a na rozdíl od ostatních útvarů nemohou být generálními řediteli zrušena. Zákon umožňuje i zřízení nových studií Radou ČT ▲ na návrh generálního ředitele. Ředitel t. s. jmenuje Rada ČT na návrh generálního ředitele, jemuž je za činnost studia odpovědný. Ředitel t. s. je oprávněn činit jménem ČT právní úkony týkající se televizního studia, s výjimkou zcizení a zatížení nemovitostí. Ředitel t. s. je členem Kolegia generálního ředitele ▲ na stejné úrovni jako jiní vedoucí pracovníci ČT na prvním stupni řízení. T. s. mají v rámci své činnosti oprávnění obdobná jako celá ČT. Postavení t. s. v rámci ČT zpřesnila novelizace zákona o České televizi (leden 2001): Podíl vysílání t. s. na celostátních vysílacích okruzích musí činit minimálně 20 % celkového vysílacího času ČT v měsíčním úhrnu a t. s. zajišťují regionální vysílání zpravodajských a publicistických pořadů pro území jejich působnosti, přičemž toto vysílání musí vyváženě obsahovat příspěvky z celého území jeho působnosti a časový rozsah vysílání musí

činit alespoň 25 minut denně. TS Brno (od r. 1961) a TS Ostrava (od r. 1955) mají bohatou tradici ještě z éry Československé televize a od počátku spoluprvtvařejí v celé žánrové škále program České televize v rozsahu stanoveném vysílacím schématem. (Konkrétní údaje o podílu TS Brno a TS Ostrava na vysílání ČT ▲ oddíl Letopis, úvody k jednotlivým rokům.)

- **TV Rating, TVR (sledovanost)** ● základní veličina měření velikosti diváckého zájmu o televizní nabídku, vyjadřuje se v procentech nebo tisících diváků. Vypočítává se pro určitou minutu, určitou cílovou skupinu diváků a kanál (nebo skupinu kanálů) jako poměr počtu diváků dané cílové skupiny sledujících daný kanál (nebo skupinu kanálů) v dané minutě k celkovému počtu osob v dané cílové skupině. TVR pro delší časové úseky jako čtvrt hodiny, části dne, dny, týdny, jednotlivé pořady, pro reklamu, apod. v rámci zkoumané cílové skupiny diváků je průměrem jednotlivých dílčích minutových hodnot TVR uvnitř daného časového úseku. Např. sledovanost 25 % znamená, že daný časový úsek sledovalo 25 z každé stovky potenciálních diváků. Hodnota procenta je proměnlivá podle toho, k jak početné sociodemografické skupině se váže.
- **Veřejná služba (služba veřejnosti) televizním vysíláním** ● předmět činnosti, vlastní smysl a cíl existence ČT. Z hlediska normativního vymezení je obsah služby, kterou ČT poskytuje veřejnosti, určen zejména v požadavcích na její program a rozsah vysílání v zákoně o České televizi ▼, v zákoně o provozování rozhlasového a televizního vysílání ▼ a v menší míře v dalších obecně platných předpisech, např. v zákoně o reklamě ▼, o volbách do Parlamentu ČR (č. 247/1995 Sb. v platném znění) atd. Od počátku byl rozsah v. s. ČT vymezen podstatně širěji než úkoly jiných televizí a obecně platí, že za dobu trvání ČT bylo množství jí jmenovitě uložených povinností stále rozšiřováno. Ze zákona o České televizi dále vyplývá existence základních interních dokumentů ČT – Statutu ČT ▲ a Kodexu ČT ▲, které od roku 1995 obsahují další konkretizaci obsahu veřejné služby ČT nad rámec obecných formulací zákonů.

V. s. ČT spočívá obecně v tvorbě a šíření televizních programů na celém území ČR. Hlavní úkoly v. s. ČT jsou: poskytování objektivních, ověřených, vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů; přispívání k právnímu vědomí obyvatel ČR; tvorba a šíření programů s vyváženou nabídkou pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, posilovaly vzájemné porozumění a toleranci a podporovaly soudržnost pluralitní společnosti; rozvíjení kulturní identity obyvatel ČR včetně menšin; výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež. Česká televize naplňuje v. s. zejména tím, že vysílá dva celoplošné (pozemní) programy, zřizuje síť vlastních zpravodajů, v oblasti zpravodajství a publicistiky zajišťuje regionální vysílání prostřednictvím regionálních studií (v rozsahu alespoň 25 minut denně), vytváří a spravuje archivní fondy, podporuje českou filmovou tvorbu, vysílá alespoň

70 % pořadů v některé formě úpravy pro sluchově postižené, vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích technologií a služeb atd.

ČT jako v. s. je nezastupitelná, plní mnohé funkce, které už ze své podstaty nemohou poskytnout komerční televize. K plnění v. s. je ČT vybavena zdroji financování s hlavním podílem veřejných prostředků (▲ Televizní poplatek). Podstata v. s. televizním vysíláním a její naplňování jsou trvale a v celém světě předmětem diskusí jak široké veřejnosti, tak mediálních odborníků a politiků. Výsledkem domácích diskusí o České televizi jako službě veřejnosti bylo např. v r. 2001 detailnější vymezení úkolů ČT v novém znění zákona o ČT.

- **Volební vysílání České televize** ● 1) volební spoty (volební reklama) politických stran a koalic, vysílané v ČT podle volebního zákona č. 247/1995, o volbách do Parlamentu České republiky v platném znění, § 16, odst. 3). 2) Vlastní servis ČT ve speciálních pořadech, v příspěvcích v rámci standardních cyklických pořadů, v Teletextu ČT (a na Internetu ČT), který je věnován volbám. Vedle základního zpravodajského pokrytí připravuje ČT pravidelně po uzavření volebních místností vysílání volebního studia s volebními odhady, průběžnými a konečnými výsledky voleb.

Pokud jde o volby do Poslanecké sněmovny, v r. 1996 připravila ČT navíc dvanáct vydání vlastního diskusního pořadu Karanténa, který ještě před oficiálním zahájením volební kampaně představil zástupce a programy nejvýznamnějších kandidujících stran. V r. 1998 k témuž pořadu přibyla během volební kampaně tři speciální vydání diskusního pořadu Aréna s volebními leadery všech kandidujících stran a hnutí, prodloužená vydání pořadu komentovaného zpravodajství „21“, v němž se mluvčí kandidujících stran a hnutí vyjadřovali k dílčím otázkám svých volebních programů, a rovněž prostor ve zpravodajských pořadech pro představitele dalších stran. (Blíže ▲ str. 341).

- **VPS kód, systém VPS (Video Programming System)** ● systém programování domácích videorekordérů, služba vysílatele divákům, která ulehčuje a zpřesňuje programování začátků a konců záznamu televizních pořadů pořízených na domácím videorekordéru. Jedná se o speciální digitální kód, který se k divákům přenáší v jinak nevyužívaném řádku č.16 televizního obrazu. Videorekordér musí být vybaven dekodérem VPS. Systém VPS používaný od roku 1993 Českou televizí je stejný jako v Německu, Rakousku a Švýcarsku, a všechny videorekordéry u nás prodávané a opatřené dekodérem VPS budou fungovat. Vlastní postup programování je různý podle daného typu videorekordéru, a proto je vždy zapotřebí řídit se návodem výrobce.
- **Výrobní úkol** ● v praxi ČT rozpis vysílacího (programového) schématu ▲ do závazných finančních a výrobních položek, reflektujících zároveň reálné ekonomické, produkční a provozní možnosti České televize pro výrobní období vymezené vysílacím schématem. V. ú. má ve vztahu k vysílacímu schématu funkci korigující a předchází tudíž jeho definitivnímu schválení.
- **Vysílací kmitočet (vysílací frekvence)** ● označení frekvence elektromagnetického vlnění šířeného záměrně člověkem za účelem dálkového bezdrátového přenášení informací na Zemi i v jejím okolí, při-

čemž k takovému šíření se hodí a je využívána jen část spektra elektromagnetického vlnění.

V. f. dohromady tvoří frekvenční (kmitočtové) spektrum, které je limitovaným přírodním zdrojem. Jednotlivé v. f. potřebují pro zamezení rušení signálů navzájem určitý odstup od nejbližších sousedních využívaných frekvencí, a zabírají proto určitou tzv. šířku pásma. Tato šířka pásma je větší u tradičního, dosud hojně používaného analogového vysílání, a menší u digitálního vysílání. Předpokladem využívání frekvenčního spektra je mezinárodní koordinace, která umožňuje využívání frekvencí bez vzájemného rušení signálů vysílaných v různých zemích. Dosah signálu o určité v. f. je ovlivněn jednak jeho vlnovou délkou, ale také výkonem vysílaného signálu, vyzářovací charakteristikou vysílače a tvarem zemského povrchu. Frekvence vysílacího spektra využívá například rozhlasové či televizní vysílání včetně družicového (satelitního), mobilní telefonie a další komunikační systémy. V souvislosti s přechodem od analogového k digitálnímu vysílání se rozšiřuje počet použitelných v. f. a dochází k zásadním změnám v mezinárodní koordinaci v. f. V případě televizního vysílání může být tatáž v. f., která je označována také jako televizní kanál, používána i na jiném dostatečně vzdáleném území.

Frekvence, které na základě mezinárodní koordinace může využívat ČR, jsou součástí jejího přírodního bohatství. V oblasti rozhlasového a televizního vysílání je v ČR správně v. f. pověřen Český telekomunikační úřad. ČTÚ předává v. f. Radě pro rozhlasové a televizní vysílání ▲, která je přiděluje podle Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání ▼ všem provozovatelům vysílání k využívání zdarma (nepočítáme-li správní poplatky). Pro celoplošné vysílání ▲ je nutná ucelená sada v. f. a v případě televizního vysílání je v současné době možné pokrýt území ČR necelými čtyřmi sadami v. f., z nichž dvě jsou vyhrazeny České televizi. Počet sad v. f. pro celoplošné vysílání bude rozšířen po přechodu od analogového na digitální vysílání.

- **Vysílací plán** ● konkrétní vyjádření realizace programového schématu ▲ v rovině dlouhodobé, střednědobé nebo krátkodobé, lišící se mírou detailnosti, mj. v závislosti na předstihu, s jakým je vytvářen. Zařazuje položky schématu do přesných vysílacích časů a obsahuje jejich charakteristiky a obsahové, výrobní, technické a časové údaje o pořadech, potřebné pro chod vysílání i pro informovanost diváků. Detailní vysílací plán je připravován pět až šest týdnů dopředu a až do uzavěrky se neustále doplňuje a zpřesňuje (s možností i operativní aktualizace v případě nutných programových změn).
- **Vysílací práva** ● pojem, pod nímž se zpravidla rozumí taková oprávnění výrobců k vysílání děl či výkonů rozhlasem nebo televizí, která získávají na základě licenčních smluv s jednotlivými autory či výkonnými umělci a která licenční smlouvou poskytují dalším uživatelům. ČT je tedy v některých případech nositelem oprávnění výrobce a v jiných nabyvatelem tohoto oprávnění. Vysílání rozhlasem nebo televizí je samostatným způsobem užití, na něž pamatuje autorský zákon. V licenčních smlouvách o poskytnutí licence k vysílání díla nebo výkonu je zpravidla sjednán počet jednotlivých užití – odvysílání v určitém omezeném časovém období. Současně se sjednává

odměna, která náleží výrobci za poskytnutí takové licence, přičemž část této odměny přísluší autorům a výkonným umělcům.

Autorský zákon ovšem upravuje rovněž práva rozhlasových a televizních vysílatelů, která se vztahují na jejich původní vysílání (tj. nikoli na přenos vysílání jiného vysílatele – jako je tomu při přenosu vysílání stanic ČT1, ČT2, Nova či Prima kabelovými televizemi).

Jako vysílací práva se však také označují práva k přenosu jiné události či akce (zejména se jedná o sportovní přenosy); nabyvatel takové licence je oprávněn a často i povinen, zpravidla na své náklady, realizovat a odvysílat přímý přenos, nebo – podle podmínek sjednaných ve smlouvě s pořadatelem takové akce – i jeho záznam. Tak je tomu např. při nabytí vysílacích práv na fotbalové přenosy Ligy mistrů – vysílatel je povinen utkání snímat určitým počtem tv kamer v závazném rozmístění, použít jednotnou informační grafiku, jednotné obrazové triky, závazný počet upoutávek a sponzorských vzkazů generálních sponzorů apod. Od přímých vysílacích práv se odvozuji tzv. druhotná vysílací práva (obvykle k odvysílání ze záznamu, ve zkrácené verzi nebo i jen ke zpravodajským sestřihům), jejichž užití se v současnosti s rozvojem sítě televizních stanic v jednotlivých teritoriích stále stupňuje. Vysílací práva k přenosu sportovních a jiných událostí nepodléhají autor-skoprávnímu režimu.

- **Vysílací (programové) schéma** ● základní programový dokument, vyjádření programové koncepce ▲ v programových typech a časech platné pro vymezený časový úsek.

ČT chápe v. s. jako zhodnocení programové nabídky a objednávky, výrobní úkol ▲, podklad pro sestavování dlouhodobých i krátkodobých vysílacích plánů ▲, stabilizující faktor výroby a skldvybílání ze záznamu, ve zkrácené verzi nebo i jen ke zpravodajským sestřihům), jejichž užití se v současnosti s rozvojem sítě televizních stanic v jednotlivých teritoriích stále stupňuje. Vysílací práva k přenosu sportovních a jiných událostí nepodléhají autor-skoprávnímu režimu.

- **Zákon o České televizi** ● základní právní norma upravující postavení a fungování ČT, schválená ČNR 7. 11. 1991 a platná s postupnými změnami dosud. Z. o ČT (č. 483/1991 Sb. ve znění pozdějších změn a doplňků) zřídil ke dni 1. 1. 1992 Českou televizi jako právnickou osobu s vlastním majetkem (jehož základem byl majetek převedený z ČST), se způsobilostí k právním úkonům, za jejíž závazky neodpovídá stát a naopak a která poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů na celém území České republiky. Zákon stanovil hlavní úkoly televize veřejné služby, které byly novelizací postupně rozšiřovány. Zákon také vyhradil ČT vysílací okruhy, přičemž díky zákonu určující, které z nich jsou vlastními vysílacími okruhy ČT (do r. 1995 jeden, od r. 1996 dva) a které má svěřeny jen dočasně a do které doby, se až do přelomu let 1995 a 1996 vyvíjela.

Zákon dále ustanovil Radu ČT ▲ jako nepolitický orgán, jímž se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu ČT, volený Poslaneckou sněmovnou a jí odpovědný, řešící stížnosti na generálního ředitele, avšak jako orgán přímo nezasahující do tvorby a vysílání televizních

pořadů; od r. 2001 navíc s poradním orgánem pro věci kontroly hospodaření ČT – Dozorčí komisí. Zákon také ustanovil jako statutární orgán ČT generálního ředitele ▲ voleného či odvolávaného Radou ČT a jí odpovědného, s určenými povinnostmi vůči Radě ČT, ale nikoliv jí řízeného, a dále stanovil, že základní interní právní předpis ČT – Statut ČT ▲ – schvaluje Rada ČT na návrh generálního ředitele. Od r. 2001 zákon navíc určil, že Kodex ČT ▲ jako dokument stanoví zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání překládá Rada ČT ke schválení Poslanecké sněmovně a jeho porušení pracovníky ČT je porušením pracovní kázně. Zákon rovněž ustanovil jako součástí ČT Televizní studio Brno a Televizní studio Ostrava.

Z. o ČT určil finanční zdroje ČT, jimiž jsou zejména televizní poplatky ▲ a příjem z vlastní podnikatelské činnosti. Ve vysílání ČT přitom nesmí čas vyhrazený reklamě přesáhnout 1 % denního vysílacího času.

Nejvýznamnější změny z. o ČT byly provedeny zákonem č. 39/2001 Sb., který zejména upřesnil úkoly televize veřejné služby, výrazně změnil veškerá ustanovení týkající se Rady ČT, posílil její kontrolní funkci vůči ČT i tuto úlohu Poslanecké sněmovny ve vztahu k Radě ČT. (Plné znění zákona ▼ Příloha č. 1 a 2)

- **Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání** ● základní právní norma pro sektor rozhlasového a televizního vysílání v ČR jako celek; do roku 2001 šlo o zákon č. 468/1991 Sb. schválený původně Federálním shromážděním ČSFR 30. října 1991, postupně novelizovaný, v roce 2001 nahrazen zákonem č. 231/2001 Sb., vyhlášeným 4. 7. Upravuje práva a povinnosti právnických a fyzických osob při provozování rozhlasového a televizního vysílání, zejména 1) upravuje obecné podmínky provozování rozhlasového a televizního vysílání všemi subjekty; přitom podmínky pro provozování vysílání na základě licence už nejsou blíže upraveny dalším zákonem, zatímco podmínky činnosti tzv. vysílatelů ze zákona jsou blíže upraveny Zákonem č. 483/1991 Sb., o České televizi, v platném znění ▲ a Zákonem č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, v platném znění; zákon činí rozdíly v povinnostech vztahujících se k programu provozovatelů vysílání různého typu, podmínky pro provozovatele vysílání ze zákona vymezuje jako přísnější; 2) upravuje podmínky licenčního řízení a registrace (týká se všech ostatních provozovatelů vysílání, než jsou provozovatelé vysílání ze zákona), 3) od roku 2001 je do zákona zahrnuto vymezení činnosti Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ▲, původně obsažené v samostatném zákoně č. 103/1992 Sb. v jeho postupně měněném znění.

Zákon zakotvil např. svobodu a nezávislost vysílání, možnost zasahovat do něj jen na základě zákona, povinnost vysílat objektivní a vyvážené informace a v případě provozovatelů vysílání ze zákona též povinnost vyvážené programové nabídky pro všechny obyvatele se zřetelem na jejich věk, pohlaví, barvu pleti, víru, náboženství, politické či jiné smýšlení, národnosti, etnický nebo sociální původ a příslušnost k menšině.

Nový zákon z roku 2001 se na rozdíl od původního stal rozsáhlou normou, která je koncipována již s ohledem na koordinaci s legislativou Evropských společenství. Nově upravuje ochranu osob dotčených obsahem vysílání, podporu evropské, nezávislé a současné tvorby, podrobněji než dříve rozpracovává povinnosti při vysílání re-

klamy, teleshoppingu a sponzorování pořadů, upravuje ochranu plurality vysílání a sankční ustanovení.

Mezi konkrétními rozdíly, které zákon činí u provozovatelů televizního vysílání ze zákona oproti provozovatelům vysílání na základě licence, mj. patří: povinný limit pro titulkování pořadů pro sluchově postižené (70 % versus 15 %), možnost přerušovat pořady reklamou (ne versus ano), limity pro časový rozsah reklamy a teleshoppingu (1 % reklamy denně versus 15 % reklamy denně; mezní večerní hodinový limit pro reklamu a teleshopping 6 minut versus 12 minut).

Smyslem zákona bylo a zůstává konstituovat tzv. duální systém vysílání ▲ v ČR – původně ještě v ČSFR – a nastavit jeho základní parametry.

- **Zákon o regulaci reklamy** ● (č. 40/1995 Sb., v platném znění, naposledy novelizovaný zákonem č. 138/2002 Sb.) definuje reklamu jako oznámení, předvedení či jinou prezentaci šířenou zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky. Zakazuje např. reklamu založenou na podprahovém vnímání, klamavou a skrytou, upravuje podmínky pro srovnávací reklamu a reklamu uvádějící zvláštní nabídku a stanovní zvláštní pravidla pro reklamu zaměřenou na osoby mladší 18 let, reklamu na tabákové výrobky (od 2001 ve vysílání rozhlasu a televize zcela zakázána), alkoholické nápoje, humánní léčivé přípravky, zdravotnické prostředky, potraviny a kojeneckou výživu, střelné zbraně a střelivo či pohřební služby. V oblasti vysílání zákon pověřuje dozorem nad dodržováním jeho ustanovení Radu pro rozhlasové a televizní vysílání ▲.
- **Zákon o rozhlasovém a televizním poplatku** ● (č. 252/1994 Sb., v platném znění) speciální zákon upravující problematiku rozhlasového a televizního poplatku (▲ Televizní poplatek). Jeho existence se v případě tv vysílání opírá o zákon o České televizi ▲, který mezi finančními zdroji ČT na prvním místě uvádí televizní poplatky vybírané podle zvláštního právního předpisu. Zákon byl schválen 8. 12. 1994, v účinnost vstoupil 1. 4. 1995. Do té doby byla stejná problematika ošetřena nedostatečně (zejména vyhláškou Federálního ministerstva spojů č. 51/1985, ve znění novelizací, kterou byl vydán Rozhlasový a televizní řád). Zákon ukládá držitelům televizního přijímače (zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci televizního vysílání bez ohledu na způsob příjmu) povinnost platit televizní poplatek v měsíční výši 75 Kč. K problémům zákona patří fakt, že neošetřuje inflační znehodnocování poplatků, jejichž výše se může změnit jen změnou zákona, a že neumožňuje účinné vyhledávání neplatičů.
- **Zlatá Praha** ● název hlavní ceny a zároveň vžitě označení mezinárodního televizního festivalu, konaného v Praze vždy na jaře, od roku 1964. S léty se měnily prostory konání i soutěžní kategorie, vrcholu jako přehlídka zahrnující klíčové oblasti televizní tvorby dosáhla Z. P. na konci 60. let 20. století, kdy patřila k nejuznávanějším světovým televizním soutěžím. Zásadní změnu doznal festival ve svém

30. ročníku (4.–8. 6. 1993, poprvé a ve zkráceném trvání pořadán Českou televizi). Jím počínaje se změnila programová orientace na televizní pořady hudební nebo s tematikou hudby, novému zaměření festivalu odpovídaly nový reglement a statut (později několikrát upřesňované a upravované) i okruh zájemců.

- **Zvuk prostorový, vícekanalový** ● nejmodernější zvukový formát televizního vysílání. Využívá se buď určitého způsobu zakódování více zvukových kanálů do dvou kanálů, které je možné v současném analogovém ▲ televizním vysílání přenášet (Dolby ProLogic, Dolby Surround), nebo se u nových digitálních ▲ přenosových systémů přenáší několik nezávislých zvukových kanálů (Dolby Digital, DTS). Divák má potom na televizorech doplněných speciálními dekodéry možnost prostorového vjemu podobně jako v kinech. Česká televize zatím odvysílala jen velmi výjimečně několik pořadů ve formátu Dolby Surround. Problémem je především špatná kompatibilita s monofonním a stereofonním vysíláním.
- **Zvuk stereofonní, stereo** ● divácky pravděpodobně nejatraktivnější zvukový formát. Využívá dva přenosové kanály pro přenos jediného doprovodného zvuku, což umožňuje přizpůsobení zvuku k obrazové scéně formou stranové lokalizace. Problémem stereofonního zvuku u televizního vysílání je nesoulad obrazové a zvukové informace při obrazových střizích a také malé rozměry televizních obrazovek oproti šíři zvukové základny. Česká televize vysílá vybrané (zejména hudební) pořady stereofonně na většině vysílačů. Stereofonní vysílání započala již Československá televize přibližně v roce 1991 a používá se analogový systém dvou nosných s FM modulací.
- **Zvukový doprovod duální, dvoukanalový (duo)** ● spolu s obrazem se přenáší dva nezávislé zvukové doprovody, což divákovi umožňuje volbu mezi originálním a domácím jazykem u přebíraných zahraničních pořadů. Technickým předpokladem je vybavení televizoru příslušným dekodérem. V ČR se používá analogový ▲ systém dvou nosných s FM modulací podobně jako v německy mluvících státech, avšak s odlišnými parametry. Duální vysílání započala Česká televize v roce 1993.
- **Zvukový doprovod monofonní, jednocanalový (mono)** ● stále nejpoužívanější zvukový formát u televizního vysílání, nejméně technicky náročný a v podstatě plně odpovídající donedávna malým rozměrům televizní obrazovky.