

102. Teritoriální fragmentaci audiovizuálního trhu napomáhá dále také skutečnost, že řada evropských distributorů operuje pouze na příslušném národním trhu a nemá ambice expandovat na zahraniční trhy, resp. nemá zájem o nákup celoevropské či multiteritoriální licence. Znalost specifických lokálního trhu jim dovoluje nastavit marketingovou a propagační kampaň na míru danému produktu a cílovému trhu (cena, kupní síla, preference žánrů, kulturně-sociální charakteristiky publika, jazyková úprava atd.).
103. Audiovizuální díla jsou v EU šířena na základě prodeje exkluzivních teritoriálních licencí lokálním distributorům pro vybraná území, kde se předpokládá, že transakční náklady spojené s prodejem územní licence, lokalizací obsahu a jeho propagací budou nižší než příjmy z jeho prodeje v daném území. Národní distributoři pomocí principu teritoriální exkluzivity chrání své investice do licencí, marketingu a samotné distribuce před konkurencí zahraničních nebo nadnárodních distributorů. Distribuce audiovizuálního obsahu na základě výhradních teritoriálních licencí zajišťuje distributorovi kontrolu nad tržbami a jistotu pevně ohraničeného trhu.
104. Technickým nástrojem pro zajištění územního tržního monopolu v online prostředí je zeměpisné blokování (tzv. geoblokace), které umožňuje přístup k nabízenému audiovizuálnímu dílu v nabídce audiovizuální mediální služby na vyžádání pouze uživatelům z licencovaného území (na základě identifikace místa, odkud se uživatelé připojují k internetu) a zároveň zabraňuje tomu, aby uživatelé měli přístup k nabídce poskytovatele audiovizuální online služby v jiném členském státě. Geoblokace tak zajišťuje ochranu proti přeshraničnímu online přístupu k obsahu a prolomení bariér mezi audiovizuálními digitálními trhy vymezenými na základě národních hranic členských států EU. U přenosu televizního vysílání do jiných území prostřednictvím kabelových nebo satelitních operátorů je k ochraně územního monopolu distributora, resp. uživatele díla, který zakoupil výhradní teritoriální licenci pro dané území, využíváno blokování signálu. U datových nosičů DVD je využíváno regionálních kódů, které umožňují přehrání nosiče pouze na koncovém zařízení prodávaném na daném území.

## II 2.5 KULTURNÍ POLITIKA STÁTU A VEŘEJNÁ PODPORA AUDIOVIZE V ČESKÉ REPUBLICCE

105. Specifickým rysem audiovizuálního (resp. filmového) průmyslu v ČR, ale i v celé EU, je skutečnost, že vývoj, produkce a distribuce audiovizuálních děl jsou systematicky podporovány z veřejných prostředků, a to přímo (veřejná podpora) či nepřímo (např. participace veřejnoprávního vysílatele na koprodukcii). Veřejná podpora je proto jednou z klíčových strukturálních charakteristik audiovizuálního pole. Do veřejné podpory audiovizuálního průmyslu v ČR je třeba počítat všechny dotační programy Státního fondu kinematografie a regionálních fondů, stejně jako podporu Ministerstva kultury ČR a dalších státních či veřejných institucí.
106. Vláda ČR v lednu 2013 schválila „Strategii digitalizace kulturního obsahu na léta 2013–2020“, jejíž součástí je rovněž podpora digitálního restaurování filmů. Digitalizace kulturního dědictví se jako strategický cíl promítá i do dalších vládních a ministerských dokumentů.<sup>78</sup>

78 Viz Vláda ČR, Usnesení č. 70 ke Strategii digitalizace kulturního obsahu na léta 2013–2020. 30. 1. 2013.

107. Státní fond kinematografie (SFK) podporuje audiovizuální průmysl ve dvou základních režimech. Automatická podpora zahrnuje tzv. pobídky, které jsou založené na principu vratek 20 % uznatelných nákladů při natáčení v ČR. Selektivní podpora zahrnuje granty na podporu vývoje (první verze scénáře nebo kompletního producentského vývoje projektu), výroby (celovečerního hraného, animovaného, dokumentárního, krátkého, experimentálního filmu s majoritní českou účastí, minoritní koprodukce a celovečerního hraného debutu), distribuce (zahraničních a českých filmů), propagace českých filmů a podpory účasti na zahraničních festivalech nebo při nominaci na mezinárodní ceny.<sup>79</sup> Kromě Státního fondu kinematografie uděluje veřejnou podporu vývoji či výrobě audiovizuálních děl i řada regionálních či městských fondů: Prague Film Fund, Dotační program na podporu audiovizuální tvorby ve Zlínském kraji, Filmový fond statutárního města Zlína, Jihomoravský filmový nadační fond, dotační titul Podpora kinematografie v turistických regionech Jeseníky a Střední Morava. Do veřejné podpory je třeba počítat také fondy evropské, a to především Eurimages (mj. podpora vícestranných koprodukcí) a MEDIA (mj. podpora vývoje projektů), či podporu z cizích veřejných rozpočtů na tuzemské projekty, tj. granty zahraničních filmových fondů v případě koprodukcí či jinou formu podpory ze zahraničí (např. podpora velvyslanectví či kulturního institutu cizí země působícího v Česku).
108. Dopady digitalizace a strategie pro jednotný digitální trh na veřejnou podporu audiovizuálního obsahu lze rozdělit do dvou základních oblastí. Všechny fáze výroby, šíření a prezentace audiovizuálních děl již probíhají digitálně, což se promítlo i do podoby podpořených projektů. SFK od roku 2009 podporuje digitalizaci kin, která je ovšem již fakticky dokončena, zvláště ve městech nad 10 000 obyvatel. SFK proto začal podporovat i modernizaci a obnovu DCI technologie.<sup>80</sup> Kromě toho SFK podporuje i nové obchodní metody, především VOD distribuci. V roce 2017 vypsal zvláštní výzvu „Internetové filmové portály v roce 2018“, která si kladla za cíl „zvýšení povědomí o českých filmech a jejich dostupnosti na legálních internetových platformách“. V rámci této výzvy byl podpořen rozcestníkový portál Filmto, který agreguje informace o legální nabídce filmů a televizních seriálů v české distribuci.<sup>81</sup> V roce 2018 navázal další výzvou, určenou mj. pro „VOD distribuční projekty, internetové portály rozcestníkového typu odkazující k legálnímu audiovizuálnímu obsahu“.<sup>82</sup> SFK také podpořil projekt studie o přeshraniční cirkulaci českých audiovizuálních děl, kterou Asociace producentů v audiovizuální oblasti zadala k realizaci britské poradenské firmě SPI Olsberg. Studie vychází z předpokladu, že stávající objem exportu neodpovídá kvalitě a potenciálu české audiovizuální produkce, a klade si za cíl vybrat a popsat slibná cílová teritoria pro televizní a VOD distribuci českých audiovizuálních děl.<sup>83</sup>
109. Veřejné financování českého audiovizuálního průmyslu v budoucnu ovlivní novela směrnice o audiovizuálních mediálních službách. SFK zatím od VOD portálů nevybírá žádné poplatky. Nicméně novela této směrnice členským státům výběr poplatků umožní, a to nejen od domácích, ale i od zahraničních audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, cílících svou nabídkou na domácí publikum. SFK bude pravděpodobně požadovat příspěvky na podporu domácích

79 Omezujeme se zde na výzvy související s hlavními činnostmi hodnotového řetězce audiovizuálního díla.

80 Viz SFK, Uzavřené výzvy. Hodnocení: Digitalizace a modernizace kin v roce 2017–2018. Digitalizace a modernizace kin v roce 2017–2018. 2018.

81 Viz SFK, Výsledky rozhodování rady – Internetové filmové portály v roce 2018. 20. 12. 2017.

82 Viz SFK, Výzva k podávání žádostí o podporu kinematografie: Distribuční projekty – práce s publikem. 2018. 2018.

83 Viz SFK, Uzavřené výzvy. Hodnocení: Konference a výzkumné projekty v oblasti filmové vědy. 2018.

audiovizuální produkce ve výši odpovídající určitému procentuálnímu podílu z tržeb na domácím trhu. Poskytovatelé služeb, kteří budou na českou produkci tímto způsobem přispívat, budou mít reciproční nárok čerpat veřejnou podporu za stejných podmínek jako čeští producenti (podrobněji viz podkap. 3.4.5).

110. Ačkoli se regulace a podpora digitalizace a online distribuce audiovizuálních děl začaly v ČR postupně rozvíjet, ve srovnání se západní Evropou jsou teprve na začátku. SFK v současné době nemá žádné specializované dotační okruhy, které by na tuto oblast mířily. Nepodporuje ani vývoj a výrobu audiovizuálních děl určených výhradně pro online distribuci, tedy například webseriálů. Jeho dotační okruhy jsou určeny primárně pro projekty českých kinematografických děl a pro jejich kinodistribuci. Zvláštní program pro vývoj internetových obsahů zatím nemá ani Česká televize, jejíž portál iVysílání se omezuje na služby zpětného zhlédnutí.<sup>84</sup>

## II 2.6 PRACOVNÍ TRH V AUDIOVIZUÁLNÍM PRŮMYSLU V ČESKÉ REPUBLICE

111. Dostatek kvalifikovaných a flexibilních sil na všech úrovních profesní hierarchie, dostatek odborných škol a příležitostí pro uplatnění jejich absolventů, ale také motivační mzdy a ochrana práv zaměstnanců jsou nutnou podmínkou rozvoje a konkurenceschopnosti českého audiovizuálního průmyslu v éře globalizace a digitalizace. O tomto segmentu pracovního trhu jsou však v současnosti k dispozici pouze kusé a nedostatečně diferencované informace a jeho analýza je ztížena tím, že většina osob v audiovizi působí mimo standardní pracovní trh v režimu svobodného povolání nebo živnosti.
112. Dle ekonomické klasifikace NACE (skupina 59.1 – Činnost v oblasti filmů, videozáznamů, televizních programů) byl počet fyzických osob zaměstnaných v audiovizuálním průmyslu k roku 2014 celkem 3134. Ekonomická studie EEIP ve výpočtu dopadů audiovizuálního průmyslu na zaměstnanost odhadla, že na audiovizuální průmysl v užším slova smyslu (tj. celovečerní filmy, seriály) připadalo jen 1005–1120 přepočtených plných pracovních úvazků (zaměstnanci i OSVČ). Nicméně dalších 1235–1365 pracovních míst vzniklo díky filmovému průmyslu v jiných odvětvích. Přepočtem dle objemu tržeb v jednotlivých hlavních fázích hodnotového řetězce autoři studie dospívají k odhadu dopadu zaměstnanosti v distribuci na 340 plných úvazků, v kinech 465 a v produkci (vč. postprodukce) na 1435–1680 plných úvazků. Reálný počet úvazků v audiovizi po zohlednění svobodného povolání a živností by však byl pravděpodobně vyšší.<sup>85</sup>

84 Naproti tomu například francouzský protějšek SFK, Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), již několik let internetové projekty podporuje. Viz Lachaussée, Sébastien – Bougerol, Dominique, *Producing and Financing Web Series in France*. *L'Avocat*, 15. 4. 2016. Ve Francii v roce 2018 také vstoupila v platnost právní úprava nazývaná „YouTube/Netflix daň“, která CNC umožňuje vybírat 2% poplatky z lokálních tržeb od nadnárodních VOD portálů typu Netflixu a platform typu YouTube a využívat je k podpoře domácí audiovizuální produkce. Viz nařízení č. 2017-1364 ze dne 20. září 2017 stanovující účinnost ustanovení článku 30(III) zákona č. 2013-1279 ze dne 29. prosince 2013 pozměňující rozpočet roku 2013 a článku 56 (I) až (III) zákona č. 2016-1918 ze dne 29. prosince 2016 pozměňující rozpočet roku 2016 [Décret n° 2017-1364 du 20 septembre 2017 fixant l'entrée en vigueur des dispositions du III de l'article 30 de la loi n° 2013-1279 du 29 décembre 2013 de finances rectificative pour 2013 et des I à III de l'article 56 de la loi n° 2016-1918 du 29 décembre 2016 de finances rectificative pour 2016]. Viz též Ministère de la Culture, *Réforme de la taxe vidéo: un nouvel horizon pour la création et pour la diversité culturelle*. 21. 9. 2017.

85 EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit.

113. Pro hlubší pochopení dynamiky pracovního trhu v audiovizuální oblasti bude třeba provést sběr kvantitativních a kvalitativních dat, který vezme v úvahu rozdíly mezi jednotlivými podsegmenty (zahraniční zakázky, český film, televizní produkce) a profesními skupinami (vedoucí tvůrčí, technické, asistentské profese). Nejvyšší mírou specifčnosti ve srovnání s obory mimo audiovizuální průmysl se vyznačují pozice v audiovizuální produkci. Práce na vývoji a výrobě filmů a televizních či webových seriálů je pro většinu tvůrců a štábových pracovníků organizovaná projektově (výjimky představují fakticky jen stabilně zaměstnané produkční, dramaturgické a administrativní síly televizních společností vyrábějících vlastní obsah). Producent spolu s režisérem musejí pro každý projekt sestavovat nový tým, pronajímat si ateliéry, lokace, techniku a dojednat řadu podpůrných služeb. Během natáčení spolupracují ve velmi intenzivním pracovním tempu desítky úzce specializovaných odborníků, kteří musejí být pečlivě připravení a přesně koordinováni, protože každá minuta navíc způsobuje vysoké finanční ztráty. Mnozí ze štábových pracovníků se nikdy dříve neviděli, a mohou dokonce pocházet z různých zemí, a proto musejí mít velmi dobře zažitě nejen odborné znalosti, ale i profesně specifický styl komunikace a pracovní etiku. Někdy na filmu pracuje paralelně několik štábů v různých zemích, případně se do různých zemí vyvázejí jednotlivé články hodnotového řetězce (například u velkých hollywoodských produkcí může probíhat vývoj a marketing v USA, natáčení v Kanadě nebo v Evropě, postprodukce v Asii). Tyto organizační, technické a sociální nároky odlišují profese výrobních štábů od podobných profesí mimo audiovizuální oblast (například architekta a kostýmní výtvarnice, ale také elektrikáře, truhláře či účetního) a jsou příčinou odlišností v genderovém, věkovém a vzdělanostním složení.
114. Kariéra pracovníka v audiovizuálním průmyslu je závislá především na jeho neformální reputaci a kontaktech v profesní sféře, které si získal za studií na některé z filmových či jiných uměleckých škol (v případě producentů a vedoucích tvůrčích profesí), ale především prací na předcházejících projektech. V těchto tzv. bezhraničních kariérách<sup>86</sup> neexistují pro pracovníky – kromě jejich neformální reputace – žádné záruky budoucí zaměstnanosti ani udržení pracovních pozic, povýšení či zlepšování podmínek odměňování. Nízký vliv odborových svazů v ČR navíc přispívá ke slabé vyjednávací pozici zaměstnanců a k rozdílu ve finančních podmínkách u stejných profesí napříč různými podsegmenty audiovizuální produkce (např. vyšší odměny na zahraničních zakázkách a nižší na českém nezávislém filmu). Situaci pracovníků v audiovizuální oblasti, kteří nejsou v pracovním poměru, ztěžuje i zákaz kolektivní organizace prosazovaný Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže – na rozdíl od zaměstnanců se nemohou pro účely dosažení lepších pracovních podmínek sdružovat v odborových či jiných organizacích, neboť by to bylo považováno za zakázanou dohodu soutěžitelů (kartel).<sup>87</sup>

86 Viz aplikace pojmu tzv. *boundaryless career* (tedy kariér rozvíjejících se napříč organizacemi, nikoli uvnitř nich) na filmový a televizní průmysl: Jones, Candace, *Careers in Project Networks: The Case of the Film Industry*. In: Arthur, M. B. – Rousseau, D. M. (eds.). *Boundaryless Career: A New Employment Principle for a New Organizational Era*. New York: Oxford University Press, 1996, s. 58–75.

87 V rozhodnutí týkajícím se Asociace užité grafiky a grafického designu úřad uložil pokutu 60 000 Kč za přijetí a uplatňování sazebníků tvůrců v nezávislém povolání (AUG vydala a distribuovala dokument nazvaný „Autorské honoráře v užité grafice a grafickém designu“ obsahující mimo jiné návody kalkulace pro stanovení honoráře a ceny doporučených minimálních autorských honorářů za jednotlivé výkony v oblasti grafického designu, včetně jejich porovnání s honorářovou základnou v jiných státech.). Postup úřadu byl přezkoumáván ve správním soudnictví (rozhodnutí Nejvyššího správního soudu sp. zn. 1 Afs 1/2012, rozhodnutí Krajského soudu v Brně sp. zn. 62 Af 58/2012) a pokuta byla soudy snížena na 7 000 Kč. V rozhodnutí týkajícím se Jednoty tlumočnicků a překladatelů, která vydala tarify za tlumočení a překlad v časopisu *ToP* (tlumočení-překlad), úřad uložil pokutu 144 000 Kč a opatření k nápravě. Viz rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 13. 6. 2018 sp. zn. S0381/2017/KD-16394/2018/853/PHA.

115. Pracovníci v audiovizuální produkci mají sice většinou vyšší než průměrné mzdy,<sup>88</sup> ale jsou vystaveni vysoké míře prekarizace, jež se u různých profesních skupin projevuje odlišně.<sup>89</sup> Například český scenárista nemá často až do začátku natáčení jistotu finální výše honoráře, která může v některých případech záviset nejen na schopnosti producenta zafinancovat projekt, ale i na udělení veřejného grantu. Proto obvykle musí pracovat na několika projektech současně a kombinovat psaní pro film s jiným typem práce (učení, dramaturgie, žurnalistika). Kameraman či zvukař musí nepřetržitě sledovat technický vývoj ve svém oboru a mnohdy i investovat do vlastního technického vybavení, které brzy opět zastará. Řadový štábový pracovník střídá období hektické aktivity s délkou pracovního dne mnohdy přesahující 12 hodin s obdobími nucené nečinnosti vyplněné čekáním na další projekt. Asistenti ve štábech českých servisních produkcí jsou závislí na přílivu zakázek ze zahraničí a na státní politice pobídek, přičemž i menší odliv investic je může donutit změnit povolání. Tato situace postihla zaměstnance zakázkových produkcí v letech 2004–2009 (bezprostředně následujících po období rozkvětu), kdy v Maďarsku (které bylo již od 60. let hlavním regionálním konkurentem ČR) již fungovaly pobídky, ale v ČR nikoli.<sup>90</sup>
116. Digitalizace ke stávající prekarizaci zaměstnanců v audiovizi přidává další rozměr. Tvůrci musejí počítat s novými faktory a zásahy do své práce i volného času. Scenáristé píší doplňkové verze svých příběhů pro internetové produkty a sociální sítě. Režiséři, herci a výtvarníci se přizpůsobují požadavkům tvorby speciálních digitálních efektů a technologiím previzualizace. Řada z tradičních filmových řemesel se od základu mění nebo může být snadněji automatizována či outsourcována (typicky animace a postprodukce). Začleňování sociálních médií do procesu produkce a distribuce audiovizuálních obsahů vede ke konvergenci různých profesních rolí (produkčních a editorských s marketingovými a analytickými) a klade vyšší nároky na přímou komunikaci s veřejností a sledování spotřebitelských trendů. Tyto nové podmínky a požadavky prozatím nejsou dostatečně kompenzovány novými zdroji příjmů (relativně nízká monetizovatelnost obsahů na sociálních sítích), odměnami tvůrcům, přenastavením dělby práce a systému profesního vzdělávání.

## 2.7 TECHNOLOGICKÁ INFRASTRUKTURA PRO ONLINE DISTRIBUCI AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL V ČESKÉ REPUBLICĚ

117. Technologický vývoj má zásadní dopad nejen na průmyslovou a spotřební praxi aktérů audiovizuálního pole, ale tvoří také širší strukturní kontext, ve kterém se odehrává právní regulace jejich jednání. Popis infrastruktury musí zohlednit provázanost a vzájemnou podmíněnost technologických a sociálních faktorů, které ji tvoří.<sup>91</sup> V technologické infrastruktuře pro online distribuci

88 V roce 2014 průměrná hrubá měsíční mzda na přepočtenou osobu dle statistiky CZ NACE 59.1 činila 29 200 Kč, zatímco celostátní průměrná hrubá mzda 25 700 Kč. Viz EEIP, *Ekonomická analýza českého filmového průmyslu*, op. cit. Tyto údaje je třeba chápat pouze jako orientační, protože mzdové poměry v různých podsektorech audiovizuálního průmyslu se výrazně liší a protože se liší také průměrná mzda v Praze, kde jsou koncentrovány pracovní činnosti audiovizuálního průmyslu, a v ostatních krajích ČR.

89 Termín „prekarizace“ označuje nepředvídatelnost zaměstnanosti a kariérního růstu, oslabení finančních a sociálních jistot a nedostatečnou míru psychologického komfortu spojeného např. s možností oddělovat pracovní a volný čas, kombinovat práci s péčí o rodinu či chránit výsledky své tvůrčí práce – podmínky typické mj. pro práci na volné noze v kulturních a kreativních průmyslech.

90 Rozhovory se zástupci štábových profesí, které realizoval Petr Szczepanik v letech 2009–2017.

91 Pojem „technologická infrastruktura“ může vyvolávat chybný dojem, že jde jen o soubor dílčích technologií, v tomto případě určitého hardware a software (kabelů, počítačů, programového vybavení apod.). Analýzou vzniku, vývoje a dynamiky

audiovizuálních děl rozlišujeme několik základních komponent: (a) *Materiální složka*, do které patří např. datové kabely páteřní sítě, koncová zařízení (počítače, smartphony, tzv. chytré televizory), proxy servery. (b) *Relevantní komponenty státu regulující či formující vztahy v infrastruktuře*, jako jsou např. právní normy, kontrolní organizace, části státních institucí přímo udržující či inovující parametry infrastruktury (např. využití dostupných přenosových pásem, kvalitu připojení v periferiích, rozvoj a využití různých modelů distribuce audiovizuálního obsahu, rozsah a podobu neformální distribuce audiovizuálního obsahu). (c) *Privátní organizace či aktéři* (např. poskytovatelé připojení, tvůrci softwaru, tvůrci obsahu). (d) *Relevantní aspekty uživatelů*, resp. jejich preference, relevantní hodnoty, normy a odpovídající uživatelské praxe, uživatelské profily (tj. skladba a frekvence online činností), schopnosti umožňující využít formální a neformální systémy online distribuce (tj. digitální dovednosti a kompetence), finanční příjem domácnosti (ovlivňující kvalitu a podobu části infrastruktury na straně koncových uživatelů).

118. Přístup k technologické infrastruktuře distribuce audiovizuálních děl je součástí obecnějšího přístupu k informační a komunikační infrastruktuře, jejíž technologickou páteří je internet. Tento přístup není ve společnosti rovnoměrně rozložen. Pro tento asymetrický stav se užívá označení digitální propast (*digital divide*). Dosavadní poznatky v oblasti výzkumu nerovného přístupu k informační infrastruktuře ukazují, že v technologicky saturovaných kontextech se tento přístup stal důležitou podmínkou společenské participace. Předpokládá se, že využívání infrastruktury za účelem kulturní spotřeby je významnou součástí tzv. kulturní participace, která se promítá do kulturní identity a sociálního statusu.<sup>92</sup> Tato problematika je také součástí vládní „Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020“.<sup>93</sup>
119. Technologická vybavenost je významným faktorem podílejícím se na systému distribuce audiovizuálních děl. Přenos audiovizuálních děl k uživateli je technologicky (zejména kapacitně) velmi složitou záležitostí, jejíž hladký průběh je ovlivněn stavem infrastruktury na všech rovinách jejího fungování. Pro účely této zprávy rozlišujeme vybavenost na rovině individuální, průmyslové a státní:<sup>94</sup>

#### a) Individuální rovina

120. Televizní přijímač vlastní podle údajů ČSÚ a ATO – Nielsen Admosphere 98 % domácností; z toho přibližně polovina využívá pozemní signál a 20 % domácností využívá satelitní nebo kabelovou televizi. Čas strávený u televize se postupně prodlužuje, a to na průměrné 3 hodiny a 45 minut v roce 2017. Zhruba třetina domácností pak vlastní televizi mladší pěti let, desetina vlastní televizi

technologických infrastruktur se zabývá zejména obor *Science & Technology Studies*, k jehož základním poznatkům patří to, že infrastruktury je nutné zkoumat jako *socio-technické* systémy. V kontextu této zprávy je tedy třeba mít na paměti, že kabely, počítače a programové vybavení neexistují abstraktně, ale pouze v konkrétních podobách, které formovali a udržují konkrétní aktéři (výrobci, uživatelé, zákonodárci, poskytovatelé internetu atd.). Změní-li se tyto aktéři či vztahy mezi nimi, začne se měnit i infrastruktura online distribuce audiovizuálních děl.

92 Základní literaturou k tomuto odstavci je Lupač, Petr, *Za hranice digitální propasti: Nerovnost v informační společnosti*. Praha: SLON, 2015.

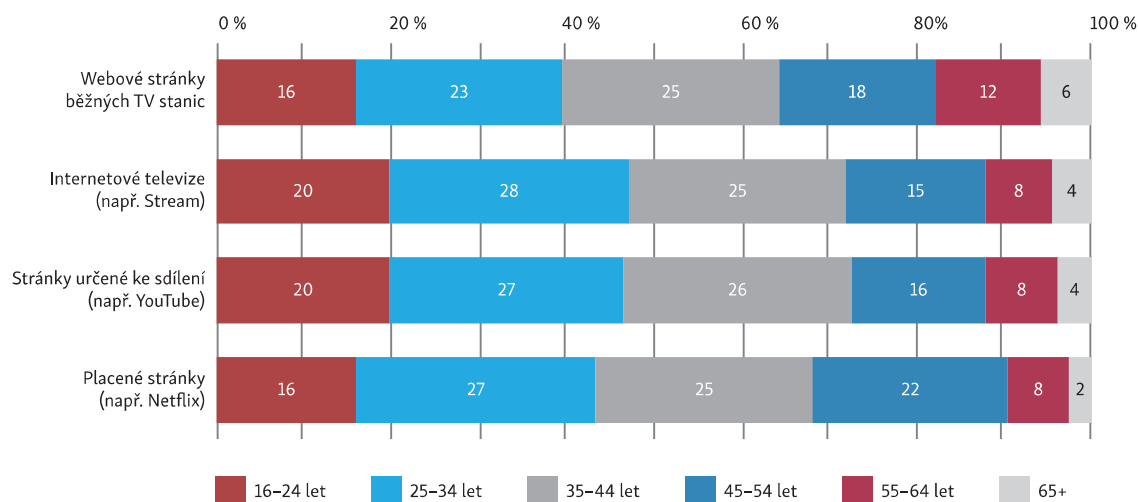
93 MPSV, *Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020*, 1. 7. 2015.

94 Následující části a) až c) jsou kompilací údajů převzatých z následujících zdrojů: ČSÚ, *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018; ČSÚ, *Informační společnost v číslech – 2018*. Praha: ČSÚ, 2018; Eurostat, *Digital Economy and Society Database*, 2018; Nielsen Admosphere, *Tiskové zprávy*, 2018; Lupač, Petr – Chrobáková, Alena – Sládek, Jan, *Internet v České republice 2014*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze, 2014.

starší než 10 let. Předpokládá se, že s přechodem na nový standard DVB-T2 se skokově zvýší podíl tzv. chytrých televizorů s přístupem k internetu. V roce 2018 by se měl tento podíl pohybovat okolo 25 %. Funkce hybridní televize HbbTV využívalo v roce 2016 36 % uživatelů „chytrých“ funkcí televizorů. Ze šetření Nielsen Admosphere v roce 2016 vyplynulo také to, že důvodem omezeného využívání funkcí HbbTV je jejich neznalost. ČR se v roce 2016 pohybovala pod evropským průměrem ve sledování pořadů prostřednictvím audiovizuálních online služeb. VOD služby (např. Netflix, HBO GO) sledoval v roce 2016 nejmenší podíl populace ve srovnání s celou EU: jen 3 % populace 16+. Podobně nízké číslo v ČR nalezneme u využívání chytrých televizí ke sledování online audiovizuálního obsahu (4 % v roce 2016).

121. Počítač a internet v ČR v současnosti používá přibližně 80 % populace starší 16 let (pro tento věkový segment budeme dále v této kapitole užívat pouze pojem populace). Každodenně internet používají dvě třetiny populace. Pravděpodobnost užívání počítače a internetu je v ČR vyšší u mladších, vzdělanějších osob s vyšším příjmem, z hustěji obydlených oblastí a s nesamotářským stylem života (gender v tomto případě nehraje roli).
122. Využívání internetu ke sledování videa včetně internetových televizí (např. Stream.cz) je výrazně ovlivněno věkem, příjmem domácnosti a přítomností závislých dětí v domácnosti. Online služby pro sdílení videoobsahu (např. YouTube, Vimeo) využívalo v roce 2018 zhruba 44 % české populace, přičemž zde najdeme výrazně vyšší čísla u mladších věkových skupin a jedinců s vysokoškolským vzděláním. Jejich využívání deklaruje naopak velmi malé množství seniorů a skupin populace s nízkým dosaženým vzděláním. Internetové televize typu Stream.cz sledovala v roce 2018 asi čtvrtina české populace a rozdíly mezi sociálními skupinami byly podobné. Využívání peer-to-peer sdílení online obsahu deklarovala v roce 2013 méně než desetina české populace, což bylo pod evropským průměrem (cca 17 %). Nevíme ale, nakolik odpovědi ovlivňuje názorové a právní klima v dané zemi (např. ve Španělsku jejich využívání deklarovala čtvrtina populace; v Německu 3 %).

**Graf 7: Věková struktura jednotlivců v ČR (%), kteří sledují pořady na internetu, podle typu služeb (2018)**



Zdroj: ČSÚ, Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2018. Praha, 2018.

123. Na mobilních zařízeních používá internet 55 % populace, což je pod evropským průměrem (63 % v roce 2017). Údaje o využívání mobilních zařízení ke sledování videa nejsou dostatečné. Situaci v ČR lze ale dovodit např. z údajů ČSÚ o průměrné spotřebě dat v GB na jednoho účastníka mobilního internetu. ČR v tomto ohledu zaujímala v roce 2016 jedno z posledních míst (za ČR byly již jen Slovensko, Řecko a Belgie). Tento stav lze spíše než odlišnou poptávkou vysvětlit nabídkovou stranou, a to zejména na straně mobilních operátorů a související infrastruktury. Vývoj přenosové kapacity v ČR v posledních letech ale ukazuje, že stav sítě překážku zřejmě nepředstavuje. Na otázku, proč je využití mobilního internetu v ČR tak malé, by mohla odpovědět komparativní analýza základních parametrů a evoluce trhů s mobilním internetem v evropském prostoru. Nastavení infrastruktury způsobem, který vede k nízké datové spotřebě, představuje výraznou překážku dynamického rozvoje distribuce audiovizuálního obsahu na mobilních zařízeních, jenž je charakteristický pro ekonomicky vyspělé země s rozvinutou infrastrukturou audiovizuální distribuce (viz také c) rovina státu).
124. O rozložení dovedností umožňujících sledování online videa máme jen základní informace, z nichž odvozujeme, že je výrazně nerovnoměrné a odpovídá zjištěním o rozdílech ve využívání rozmanitých online služeb (sledování filmů, telefonování, hraní her, vyhledávání informací, komunikace apod.) napříč různými sociodemografickými skupinami. Největší rozdíly v těchto dovednostech nalezneme mezi věkovými a vzdělanostními skupinami; naopak příjem a gender zde zřejmě nehrají významnější roli. Předpokládáme, že na úrovni technického zvládnutí rozhraní by měl hrát větší roli gender, délka a intenzita užívání internetu.

#### b) Rovina průmyslu

125. V ČR je k internetu připojeno a využívá jej 100 % podniků z oblasti audiovizuální produkce a distribuce. Tyto podniky využívají optické připojení nebo pronajatý okruh. Ostatní údaje jsou problematicky interpretovatelné, neboť ČSÚ ve statistikách agreguje údaje za podniky vykonávající audiovizuální činnosti s údaji vydavatelství.
126. Z hlediska úrovně připojení ke globálním distribučním sítím je ČR na poměrně dobré úrovni. V Praze se nalézá sedm uzlů sedmi významných sítí pro distribuci obsahu (tzv. *content delivery networks*, CDN). Vědecká analýza role CDN v systému distribuce audiovizuálního obsahu je zatím na začátku.

#### c) Rovina státu

127. Důležitou součástí materiální infrastruktury distribuce audiovizuálních děl jsou sítě na přenos dat vytvářející podmínky pro určité formy spotřeby audiovizuálního obsahu. Česká páteřní síť zabezpečuje v mezinárodním srovnání vysokou rychlost připojení. ČR se pravidelně umísťuje v druhé desítky zemí s nejrychlejší průměrnou rychlostí připojení. Rozdíl mezi globálním průměrem a průměrnou rychlostí dosahovanou v ČR je více než dvojnásobný (6,3 a 15,9 Mb/s v roce 2016 s cca 10% meziročním nárůstem). Přesto je rozvinutost nejnovějších přístupových technologií a přístup k nim v evropském srovnání na podprůměrné úrovni (podobně hovoří i statistiky zaměřené na počet domácností s přístupem k internetu přesahujícím rychlost 100 Mb/s).



128. Na úrovni krajů navíc v ČR panují poměrně velké rozdíly jak v průměrné, tak v maximálně dosažené rychlosti připojení. Tyto rozdíly jsou na úrovni dvojnásobku. Průměrná spotřeba dat v mobilních sítích se v roce 2016 (tedy po rozšíření LTE sítí) pohybovala okolo 1 GB, což značí, že mobilní sítě nepatří v ČR k významným kanálům distribuce audiovizuálního obsahu. Tyto údaje nicméně neplatí pro mobilní zařízení jako taková, neboť ČR v mezinárodním srovnání vyčnívá rozšířením a užíváním bezdrátového připojení přes Wi-fi sítě (přes Wi-fi se k internetu připojuje polovina uživatelů mobilního telefonu).
129. Do infrastruktury patří i problematika online kanálů neformální distribuce a lokální specifická „ekologie“ online distribuce audiovizuálních obsahů. Charakteristice neformální distribuce se věnujeme detailněji v kap. 2.10.
130. Souhrnně lze konstatovat, že infrastruktura v ČR je v mezinárodním srovnání na kvalitativně nadstandardní úrovni. V evropském srovnání patří mezi hlavní infrastrukturní problémy brzdicí rozvoj audiovizuálního průmyslu pravděpodobně nízká datová spotřeba v oblasti placeného mobilního internetu.

## II 2.8 TYPOLOGIE SPOTŘEBITELŮ AUDIOVIZUÁLNÍCH OBSAHŮ

131. Digitalizace je spojená s technologickou, obsahovou a kulturní konvergencí. Během ní dochází ke sblížení a prolínání mediálních forem, v jejichž důsledku mají spotřebitelé možnost sledovat obsahy nezávisle na časové struktuře lineárního vysílání a prostřednictvím libovolného technologicky způsobilého koncového zařízení. Tato skutečnost komplikuje klasické „demograficky“ orientované mapy mediálních publik. V plně digitalizovaném a konvergentním mediálním ekosystému se volby technologických rozhraní a zdrojů obsahů stávají jedněmi z klíčových proměnných, jež spotřebitele audiovizuálních obsahů charakterizují.
132. Tato a následující kapitola staví na zjištěních primárního výzkumu vedeného v letech 2013–2015 na Masarykově univerzitě a na publikacích z něj vycházejících.<sup>95</sup> Tento výzkum poměrně jednoznačně ukazuje, které parametry musí charakterizace a typologizace mediálních publik vedle sociodemografických ukazatelů (věk, gender, indikátory socioekonomického statusu [vzdělání, příjem], rodinný/vztahový status atd.) a intenzity sledování obsahů (silní/slabí konzumenti, disponibilní volný čas) zahrnovat.
133. Jsou jimi: (a) *Míra konvergentnosti spotřeby obsahů*. Typologie musí rozlišovat spotřebitele dle stupně konvergentnosti jejich jednání (tj. od užívání televizoru a televizního vysílání jako jediného zdroje obsahů až po simultánní užívání celé palety technologických objektů a obsahových zdrojů). (b) *Technické preference*, tj. preference konkrétních technologických objektů a rozhraní i preference konkrétních zdrojů obsahů. (c) *Obsahové preference*, tj. preference typů obsahů. (d) *Důležitost připisovaná členy publik spotřebě audiovizuálních obsahů i jednotlivým typům obsahů*.

95 Macek, Jakub, *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*, op. cit.; Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic. In: Hick, D. H. – Schmücker, R. (eds.). *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury, 2016, s. 335–358; Macek, Jakub, Traditional and Convergent Domestic Audiences: Towards a Typology of the Transforming Czech Viewership of Films and TV Series. *Illuminace*. 2017, roč. 29, č. 2, s. 7–24.