

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



Bakalářská práce

Český rozhlas jako veřejnoprávní subjekt zvláštního poslání, Jeho právní statut, vznik, vývoj, společenské poslání. Financování a hospodaření ČRo

Jan Barvínek

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jan Barvínek

Podnikání a administrativa

Název práce

Český rozhlas jako veřejnoprávní subjekt zvláštního poslání, Jeho právní statut, vznik, vývoj, společenské poslání. Financování a hospodaření ČRo

Název anglicky

The Czech Radio as a public entity of special function. Legal status, origin, development, social function. Financing and management of the Czech Radio.

Cíle práce

Hlavním CÍLEM této "BP" je zodpovědět otázku, zda je Český rozhlas schopen konkurence vůči komerčním rozhlasovým stanicím.

Dílčím cílem je zjišťování, jaké jsou legální preference ČRo a zda je účelem legislativy, kterou se rozhlas řídí, jeho ekonomická i kulturní konkurenceschopnost a udržení se na trhu, nebo zda se legislativou upřednostňují jiné vlastnosti a jiná poslání ČRo

Metodika

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou (empirickou) část.

Klíčovými metodami je v zvl. teoretické části

komparace (zejména legislativy) a postavení a fungování ČRo a jiných, soukromých vysílatelů (soukromých stanic);

analýza zákona o ČRo, zákona o rozhlasovém a televizním vysílání

popis, rešerše z odborné literatury a jiných zdrojů (např. z judikatury soudů); uplatněny budou tyto metody zvl. v teoretické části

Hlavní metodou v praktické (empirické) části bude sběr dat zaměřený na stanoviska běžné populace, jaký postoj zaujímají k ČRo (četnost poslechu, výběr pořadů, pravidelnost sledování některých, důvody apod.) Hlavní metoda bude statistická (kvantitativní)

Při tvorbě dotazníku a zjišťování empirických dat využije autor konzultací s odborníky z katedry statistiky a katedry humanitních věd (sociologický výzkum) na PEF ČZU.

Autork bude zkoumat problém zejména pomocí: odborné literatury, právních předpisů a na zjištěných empirických datech.



Doporučený rozsah práce

30 – 40

Klíčová slova

Český rozhlas, legislativa, soukromé rozhlasové stanice, financování, reklama, konkurence, veřejnost

Doporučené zdroje informací

Kindl M., Rozehnal A., Nový občanský zákoník. Problémy a úskalí. Aleš Čeněk, Plzeň 2014

ROZEHNAL, A. Mediální právo. Plzeň : vyd. Aleš Čeněk s.r.o. 2012

Telec, Tůma – Autorský zákon – velký komentář (2007)

Zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání

Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník



Předběžný termín obhajoby

2015/16 LS – PEF

Vedoucí práce

JUDr. Eva Kadlecová

Garantující pracoviště

Katedra práva

Konzultant

obdobní pedagogičtí pracovníci katedry humanitních věd PEF ČZU

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2015

JUDr. Jana Borská

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 10. 11. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 15. 02. 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Český rozhlas jako veřejnoprávní subjekt zvláštního poslání, Jeho právní statut, vznik, vývoj, společenské poslání. Financování a hospodaření ČRo" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2017

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval JUDr. Evě Kadlecové za odborné vedení při vypracovávání této práce a své rodině za celoživotní podporu.

Český rozhlas jako veřejnoprávní subjekt zvláštního poslání, Jeho právní statut, vznik, vývoj, společenské poslání. Financování a hospodaření ČRo

Souhrn

Práce pojednává o základních rozdílnostech mezi Českým rozhlasem a soukromými provozovateli rozhlasového vysílání s cílem stanovení vzájemné konkurenceschopnosti. V první části teoretické práce jsou vymezeny pojmy jako média, rozhlasový trh a historický vývoj rozhlasového vysílání. Nejrozsáhleji se práce zabývá Českým rozhlasem jako veřejnoprávní institucí zvláštního poslání a definuje vznik, programovou složku, financování a dozorcující orgány Českého rozhlasu. Poslání je definováno v podobě veřejné služby, Statutu Českého rozhlasu, Kodexu Českého rozhlasu a pomocí dalších názorů na veřejnoprávní vysílání. Programová složka vychází z nabízeného obsahu jednotlivých stanic. Z pohledu financováním se práce zabývá především rozhlasovým poplatkem a reklamou. Další část v podobě soukromých provozovatelů ukazuje rozdílnosti mezi veřejnou službou a soukromou, která je provozována na základě licence. Poslední část se věnuje důležitosti základních lidských hodnot, na kterých jsou postavena média a ani nezapomíná na kontrolní orgány rozhlasového vysílání. Praktická část je založena na dotazníkovém šetření, které prezentuje názory občanů České republiky na danou problematiku a napomáhá k vytvoření závěrů této práce. Vzájemnou konkurenci těchto subjektů nelze jednoznačně určit, ale na základě zjištěných poznatků se lze přiklonit k názoru, že spíše neexistuje, protože zde existují markantní rozdíly.

Klíčová slova: Český rozhlas, provozování rozhlasového vysílání, financování, komerční rádia, provozovatelé s licenci, rozhlasový poplatek, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, rozhlasová reklama, rozhlasový trh, svoboda slova, veřejná služba

The Czech Radio as a public entity of special function. Legal status, origin, development, social function. Financing and management of the Czech Radio

Summary

This study deals with basic differences between Czech Radio and private radio broadcasters, aiming to determine their competitiveness. The first part of the theoretical section defines terms such as “the media”, “radio market”, and “the historical development of radio broadcasting”. The study pays most attention to Czech Radio as a public institution with a special mission, and defines its origin, programme, financing, and supervisory bodies. The mission is defined as public service, Statute of Czech Radio, Code of Czech Radio and others opinions on a public service. The programme is based on content offered by radio stations. From the financing standpoint, the work deals mainly with license fee and advertising. Another part uses private providers to show differences between a public and private, licensed service. The last part addresses the importance of fundamental human values upon which the media is built, not omitting to mention radio broadcasting supervisory bodies. The practical section is based on a questionnaire survey which presents the opinions of Czech citizens on the issue and contributes to the study’s conclusions. Competition between these entities cannot be clearly determined, but can be assumed based on established facts that competition do not exist, because there are significant differences.

Keywords: Czech Radio; running a radio broadcast; financing; commercial radio stations; licensed providers; broadcast fee; The Council for Radio and Television Broadcasting; radio advertising; radio market; freedom of speech; public service;

Obsah

1 Úvod	13
2 Cíl práce a metodika	15
2.1 Cíl práce	15
2.2 Metodika	15
3 Teoretická východiska	17
3.1 Základní vymezení	17
3.1.1 Masová média a jejich funkce	17
3.1.1.1 Funkce médií	17
3.1.2 Historický vývoj rozhlasového vysílání	18
3.1.3 Druhy rozhlasového vysílání	24
3.1.3.1 Druhy rozhlasového vysílání podle pokrytí obyvatel.....	24
3.1.4 Rozhlasový trh v České republice	24
3.1.4.1 Výzkum rozhlasového trhu.....	25
3.1.5 Specifika rozhlasové reklamy	29
3.2 Český rozhlas	30
3.2.1 Veřejná služba.....	30
3.2.2 Statut Českého rozhlasu.....	31
3.2.3 Kodex Českého rozhlasu	33
3.2.4 Veřejná služba z pohledu komerčních vysílatelů.....	36
3.2.5 Veřejnoprávní média v Evropě	37
3.2.6 Druhy rozhlasových stanic.....	38
3.2.6.1 Specifikace jednotlivých celoplošných stanic Českého rozhlasu.....	39
3.2.6.2 Příjem rozhlasových stanic.....	41
3.2.7 Dozorující orgány Českého rozhlasu	42
3.2.7.1 Generální ředitel Českého rozhlasu.....	42
3.2.7.2 Rada Českého rozhlasu.....	43
3.2.7.3 Dozorčí komise Českého rozhlasu	44
3.2.8 Financování Českého rozhlasu	45
3.2.8.1 Rozhlasové poplatky	45
3.2.8.2 Podnikatelská činnost	47
3.3 Soukromé rozhlasové stanice	48
3.3.1 Licenční řízení	48
3.3.1.1 Posuzovaná kritéria při výběru účastníka licenčního řízení	50
3.3.2 Organizační struktura.....	51

3.3.3	Programová skladba vybraných rozhlasových stanic	51
3.3.3.1	Vybrané rozhlasové stanice na základě denní poslouchovosti	51
3.3.3.2	Možný příjem vybraných soukromých stanic	54
3.3.4	Přehled největších komerčních vysílatelů s nástinem jejich žánrů.....	55
3.3.5	Zajištění plurality informací	56
3.3.6	Financování soukromých stanic.....	56
3.4	Regulace obsahu rozhlasového vysílání	57
3.4.1	Svoboda projevu	57
3.4.2	Cenzura	58
3.4.3	Rada pro reklamu.....	59
3.4.4	Rada pro rozhlasové a televizní vysílání	60
4	Vlastní práce	62
4.1	Dotazníkové šetření.....	62
4.1.1	Otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“	63
4.1.2	Otázka č. 2 „Pomocí jakého zařízení nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“	64
4.1.3	Otázka č. 3 „Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“	65
4.1.4	Otázka č. 4 „Jaké rozhlasové stanice preferujete?“	66
4.1.5	Otázka č. 5 „Jaký typ programu posloucháte?“	67
4.1.6	Otázka č. 6 „Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?“	68
4.1.7	Otázka č. 7 „Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?“	69
4.1.8	Otázka č. 8 „Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)“	70
4.1.9	Otázka č. 9 „Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?“	71
4.1.10	Otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“	72
4.1.11	Otázka č. 11 „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“	73
4.1.12	Otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“	74
4.1.13	Otázka č. 13 „Jaké je Vaše pohlaví?“	75
5	Výsledky a diskuze	76
5.1	Charakteristika respondentů.....	76
5.2	Vyhodnocení dotazníkového šetření	76
6	Závěr.....	78
7	Seznam použitých zdrojů	81
7.1	Literatura	81
7.2	Legislativa	82
7.3	Internetové zdroje.....	83
8	Přílohy.....	87

8.1	Dotazníkové šetření.....	87
-----	--------------------------	----

Seznam obrázků

Obrázek č. 1	Protektorátní visačka na přijímač	20
Obrázek č. 2	Logo Český rozhlas Radiožurnál.....	39
Obrázek č. 3	Logo Český rozhlas Dvojka.....	39
Obrázek č. 4	Logo Český rozhlas Vltava.....	39
Obrázek č. 5	Český rozhlas Plus	39
Obrázek č. 6	Český rozhlas Radio Wave	40
Obrázek č. 7	Český rozhlas Radio Junior	40
Obrázek č. 8	Česká rozhlas D-dur.....	40
Obrázek č. 9	Český rozhlas Jazz	40
Obrázek č. 10	Logo Rádio Impuls	51
Obrázek č. 11	Logo Frekvence 1	52
Obrázek č. 12	Logo Evropa 2	52
Obrázek č. 13	Logo Rádio Blaník.....	53
Obrázek č. 14	Logo Rádio Beat	53
Obrázek č. 15	Logo Country rádio.....	54

Seznam tabulek

Tabulka č. 1	Srovnání výhod a nevýhod rozhlasové reklamy.....	29
Tabulka č. 2	Možný způsob příjmu celoplošných stanic Českého rozhlasu.....	41
Tabulka č. 3	Možné způsoby příjmu vybraných soukromých stanic	54
Tabulka č. 4	Přehled největších komerčních vysílatelů rozhlasového vysílání prostřednictvím pozemních vysílačů a jejich obsahovým zaměřením.....	55
Tabulka č. 5	Dotazník otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“	63
Tabulka č. 6	Dotazník otázka č. 2 „Pomocí jakého zařízení nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“	64
Tabulka č. 7	Dotazník otázka č. 3 „Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“	65
Tabulka č. 8	Dotazník otázka č. 4 „Jaké rozhlasové stanice preferujete?“	66
Tabulka č. 9	Dotazník otázka č. 5 „Jaký typ programu posloucháte?“	67
Tabulka č. 10	Dotazník otázka č. 6 „Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?“	68
Tabulka č. 11	Dotazník otázka č. 7 „Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?“	69
Tabulka č. 12	Dotazník otázka č. 8 „Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)“	70
Tabulka č. 13	Dotazník otázka č. 9 „Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?“	71

Tabulka č. 14 Dotazník otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“	72
Tabulka č. 15 Dotazník otázka č. 11 „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“	73
Tabulka č. 16 Dotazník otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“	74
Tabulka č. 17 Dotazník otázka č. 13 „Jaké je Vaše pohlaví?“	75

Seznam grafů

Graf č. 1 Odhadovaný podíl rozhlasových stanic na trhu v České republice.....	26
Graf č. 2 Odhadovaný vývoj denní poslouchivosti vybraných stanic – část 1.....	27
Graf č. 3 Odhadovaný vývoj denní poslouchivosti vybraných stanic – část 2.....	28
Graf č. 4 Dotazník otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“	63
Graf č. 5 Dotazník otázka č. 2 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“	64
Graf č. 6 Dotazník otázka č. 3 „Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“	65
Graf č. 7 Dotazník otázka č. 4 „Jaké rozhlasové stanice preferujete?“	66
Graf č. 8 Dotazník otázka č. 5 „Jaký typ programu posloucháte?“	67
Graf č. 9 Dotazník otázka č. 6 „Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?“	68
Graf č. 10 Dotazník otázka č. 7 „Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?“	69
Graf č. 11 Dotazník otázka č. 8 „Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)“	70
Graf č. 12 Dotazník otázka č. 9 „Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?“ ...	71
Graf č. 13 Dotazník otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“	72
Graf č. 14 Dotazník otázka č. 11 „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“	73
Graf č. 15 Dotazník otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“	74
Graf č. 16 Dotazník otázka č. 13 „Jaké je Vaše pohlaví?“	75

1 Úvod

Má vůbec smysl zabývat se v dnešní době rozhlasovým vysíláním, potažmo slovem, když v ústech mnoha lidí znějí jako prázdné fráze? Mnoho lidí využívá slova k obhájení vlastních selhání, neschopnosti nebo k ovlivňování druhých. Nebo se na slova můžeme koukat z druhé strany, jako nástroj idejí, rozvoje či případně změny. Ať lidé využívají slova jakýmkoliv způsobem, předpokladem k volnému použití slov je demokratický režim.

„Svoboda slova je jedním ze základních znaků demokratické společnosti a jednou ze základních podmínek vývoje člověka a jeho osobního naplnění.“¹

Počátky svobody slova můžeme nalézt v 18. století v dílech Herberta Geoga Wellse, který popisuje moderní vládu jako společnost tolerantní, antibyrokratickou, bez tajemství a s právní ochranou jednotlivých občanů. Následovníkem těchto myšlenek byl Franklin Delano Roosevelt, zprávou nazvanou „Projev čtyř dohod“ v roce 1941. Stanovil čtyři základní hodnoty pro každého člověka na zemi. Těmito hodnotami jsou svoboda slova, svoboda vyznání, svoboda od nedostatku a svoboda od strachu. Při naplnění těchto hodnot by měl nastat světový mír.

V současnosti je svoboda slova chráněna v podobě **Listiny základních práv a svobod** a v dalších mezinárodních úmluvách, např. v **Úmluvě o ochraně lidských práv a základních svobod.**²

V podobě slov nejčastěji přijímáme informace a různé zprávy, kterých máme každý den přehršel. Víme o všech událostech okamžitě a máme přehled o celém světě, ale ve většině případů nejsme schopni ověřit pravdivost těchto informací. Přicházejí v úvahu různé otázky: Jsou slova, která přijímáme, svobodná? Jakým zdrojům můžeme věřit? Chrání nás dostatečně zákony? Je důležitější pravdivost informace nebo ekonomický zájem? Tyto otázky se pokusím zodpovědět z pohledu rozhlasového vysílání v České republice. Především z pohledu vysílání Českého rozhlasu jako veřejnoprávního média, ale i soukromých rozhlasových stanic a na základě zjištěných skutečností určit vzájemnou

¹ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 173.

² Tamtéž, s. 169.

konkurenceschopnost. Myslím si, že nejenom z kulturního hlediska, ale i z ekonomického jsou tyto otázky velice důležité, protože bez pravdivých informací se nemůžeme správně a svobodně rozhodovat.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je stanovení rozdílností mezi Českým rozhlasem a soukromými subjekty provozující rozhlasové vysílání na základě licence. Ze zjištěných skutečností posoudit vzájemnou konkurenceschopnost těchto subjektů. Především se bude jednat o způsob vzniku, programovou nabídku a financování.

Dílčím cílem bude odpovědět na otázku, zda zákony upravující vysílání Českého rozhlasu berou v úvahu ekonomické cíle nebo jsou tvořeny spíše jinými hodnotami (např. filozofickými, politickými, historickými apod.). Žádná legislativa nemá smysl bez moci výkonné. Tudíž vedlejším cílem bude specifikace zákonných prostředků a subjektů, které sledují dodržování rozhlasové legislativy.

Analytická část bude vypracována pomocí dotazníkového šetření. Obsahem dotazníkového šetření budou zjišťovány názory obyvatelstva na rozhlasové vysílání z hlediska jejich potřeb, tak i naplňování současně platných právních předpisů. Dále bude dotazníkové šetření obsahovat otázky zabývající se ekonomickou stránkou Českého rozhlasu. Na základě výsledků šetření vznikne pohled obyvatelstva na rozhlasovou problematiku.

V závěru ze zjištěných skutečností bude definováno poslání Českého rozhlasu, stanovení konkurenceschopnosti vůči komerčním subjektům a porovnání těchto skutečností s názory zjištěnými v dotazníkovém šetření.

2.2 Metodika

V teoretické části bude text zpracovaný na základě jednotlivých zákonů k danému tématu, odborné literatury a internetových pramenů. Z těchto materiálů budou vybrány podstatné informace a názory autorů, především pomocí kompilace, popisu a nepřímých citací. Práce bude především vycházet ze zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu a zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Metoda dotazníkového šetření bude využita v praktické části. Otázky budou vycházet z teoretických východisek s cílem ověření těchto skutečností. Získané údaje budou vyhodnoceny pomocí relativní a absolutní četnosti a budou prezentovány pomocí grafů a tabulek, takto získané hodnoty budou slovně vyhodnoceny.

V závěru bude využita metoda komparace pro porovnání zjištěných skutečností a zodpovězení cílů bakalářské práce.

3 Teoretická východiska

3.1 Základní vymezení

3.1.1 Masová média a jejich funkce

Název **masová média**, případně *masmédia* vychází z anglického slova „*mass media*“. Pro masová média je typické zasažení velkého počtu odběratelů s různým zaměřením v pravidelných intervalech. V češtině se setkáme s označením hromadné sdělovací prostředky, prostředky masová informace či komunikace. Mezi hromadné sdělovací prostředky řadíme **rozhlas**, televizi, kinematografii, časopisy, noviny, knihy, obrazové a zvukové záznamy masově šířené především pomocí internetu.

Obecně můžeme média přirovnat k otevřenému oknu. Z okna můžeme vidět velký celek civilizační a geografický, ale nikdy neuvidíme celý svět a veškeré dění.³ Dále víme, že značně ovlivňují chování společnosti a vytvářejí sociální realitu. Přesvědčují o výhodnosti, správnosti a normativnosti chování v podobě reklamních sdělení, zpravodajství, dramatu a zábavě. Mnohdy lidé tráví více času s médii v podobě televize nebo internetu než s rodinou.

Důležitým faktorem je zprostředkovatel informací. Každé médium je ovlivněno vlastníky, řídicími prvky a lidským faktorem. Může docházet k **masifikaci společnosti**, jedná se o manipulování jedince v zájmu různých politických subjektů, ekonomických a mocenských. Výsledkem je frustrace z bezmoci ovlivňovat svoji situaci a dochází k pasivitě nebo i k podlehnutí jedince.⁴

3.1.1.1 Funkce médií

První, kdo se zabýval funkcí médií, byl ve čtyřicátých letech 20. století Harold Lassell. Funkcionální pojetí popisuje média z hlediska potřeb společnosti a jednotlivce. Toto pojetí je významné především z hlediska utváření požadavků na mediální legislativu.⁵

³ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*, s. 48, 52.

⁴ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*, s. 20, 84-86.

⁵ Tamtéž, s. 83.

Hlavní funkce médií podle funkcionalistického přístupu:

Informování o událostech, podmínkách života, mocenských vztazích a usnadňování inovací a pokroku.

Socializace společnosti v podobě popisování společenských norem, vytváření konsenzu společenských norem a informování o společenských událostech.

Kontinuita kulturních vzorců společnosti a objevování dalších subkultur.

Zábava v podobě oslabování sociálního napětí a poskytování pobavení a rozptýlení.

Získávání společnosti pro společensky významné cíle v různých oblastech společenského zájmu.⁶

Spektrum médií je rozmanité s různými cíli a není nutné, aby každé médium naplňovalo všechny funkce. Problém nastává, pokud by celý trh rezignoval na mediální funkce, a nebo tzv. seriózní média zařazovala do vážných pořadů prvky zábavní a emoční.⁷

3.1.2 Historický vývoj rozhlasového vysílání

Odborníci z Československé republiky prof. Dr. K. Domalípa a ing. L. Šimek z Českého vysokého učení technického v Praze představili možnost přenosu informace vzduchem roku 1908 v rámci Obchodní a průmyslné výstavy v Praze. Přenos byl uskutečněn z Karlových Varů na Pražské výstaviště a opačně. Jednalo se o tzv. radiotelegrafii. Veškerý technický pokrok byl pozastaven první světovou válkou.

Roku 1918 byla zřízena v Praze na Petříně radiostanice pod vojenskou správou určená k příjmu vojenských depeší. Následující rok došlo k **prvnímu vysílání řeči a hudby bez drátu** označovanému jako radiotelefonické vysílání. Přenos se uskutečnil z pražského Petřína do kabinetu prof. Dr. A. Žáčka na Univerzitu Karlovu Na Karlově. K druhému vysílání došlo 28. října 1920 k příležitosti druhého roku samostatnosti Československé republiky. Třetí pokus byl prvním hromadným poslechem na zemědělské výstavě v Praze roku 1922.

⁶ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*, s. 83.

⁷ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*, s. 50, 51.

Správa radiotelegrafie byla svěřena nově vzniklému Úřadu pro správu pošt, telegrafů a telefonů roku 1920, který se stal později ministerstvem. Ministerstvo pošt a telegrafů zřídilo vysílače v Praze v budově poštovního úřadu, Komárově u Brna a v Kbelích u Prahy. První právní norma o telegrafii vznikla roku 1923, jednalo se o **zákon č. 60/1923 Sb., o telegrafech**, obsahem bylo především výsostné postavení státu na trhu. Provozování bylo možné na základě získání koncese udělované státními institucemi. K dalším legislativním úpravám došlo v listopadu roku 1923, který stanovil základ pro činnost rozhlasu.⁸ Pravidelného vysílání se Pražané dočkali 18. května 1923 z Kbel u Prahy.

Založení první obchodní společnosti provozující vysílání došlo 7. června roku 1923 pod názvem Radiojournal, společnost s r. o. Po prvním roce hospodaření dosáhla společnost ztráty 83 181,09 Kč, vlastníci hledali cesty navýšení příjmu ve formě reklamních akcí a propagací, ale nedostavil se kýžený úspěch. Roku 1925 vstoupil do společnosti Československý stát a došlo k reorganizaci společnosti. Základní kapitál ve výši 1 milion korun byl přerozdělen mezi Československou poštu s podílem 51 %, Radioslávii s 15 %, ostatní koncesovaní výrobci radioelektrických přístrojů a zařízení 14 %, skupina žurnalistů 12 % a skupina zemědělských interesentů 8 %. Se vstupem státního kapitálu narůstá i počet koncesionářů, rozvíjí se programový obsah a dochází ke stabilizaci technické i personální. Posluchači začínají vnímat obrovský potenciál, který rozhlasové vysílání přináší v podobě přenosu informací o událostech v jeden den z různých koutů světa.⁹

Zvrat nastává se vznikem **Protektorátu Čechy a Morava**, po záboru československého pohraničí nastaly vynucené změny. Došlo ke ztrátám vysílačů v pohraničí a nastaly personální změny v souvislosti s cenzurou. Cenzura fungovala již dříve v rozhlase, ale ne v takové míře. Spočívala především v absolutní kontrole nad vysílaným obsahem a omezování časů vysílání pořadů, aby nemohla být podněcována národní hrdost. **15. března 1939** rozhlas opakuje krátkou zprávu, o obsazování Čech a Moravy německou armádou.

1. září 1939 Ministerská rada pro obranu Říše v Berlíně vydává nařízení o mimořádných opatřeních, které zakazuje poslech zahraničního vysílání a na každém

⁸ MARŠÍK, Josef. První pokusy s rozhlasovým vysíláním, s. 8-11. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01074878.pdf>.

⁹ MARŠÍK, Josef. Průkopníci rozhlasového vysílání 1923–1925, s. 13, 21-52. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01074898.pdf>.

aparátu byla visačka obrázek č. 1 se slovy „Pamatuj, že poslouchání zahraničního rozhlasu je zakázáno a trestá se kázníci nebo i smrtí“.¹⁰

Obrázek č. 1 Protektorátní visačka na přijímač



Zdroj: *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí Českého rozhlasu*

V letech 1939 až 1941 byl rozhlas poměrně svobodný oproti nadcházejícím letům. Některé vysílače vysílaly česky nebo alespoň z poloviny vysílacího času a pořady byly hlášeny v němčině a následně v češtině. S příchodem říšského protektora R. Heydricha došlo k jmenování nové vlády, a ta měla za úkol změnit dosavadní dvojí správu státu. Došlo ke sloučení Českého rozhlasu do skupiny Sendegruppe Böhmen und Mähren, reorganizaci podle berlínského vzoru a kapitál připadnul Říšské rozhlasové společnosti.¹¹

S blížícím se koncem války začaly přípravy na obsazení Českého rozhlasu. V dubnu 1945 se spojily ilegální odbojové skupiny v jednu a začaly spolupracovat s vojenskými složkami odboje. Dne 4. května 1945 němečtí strážníci opevnili okolí Českého rozhlasu za pomoci drátěných překážek a těžkých kulometů a obsadili technická pracoviště, aby nemohlo dojít k případné sabotáži. **Dne 5. května 1945** začíná vysílání Zdeňka Mančala slovy „*Je sechs hodin*“ a další vysílání bylo pouze v češtině. Do budovy rozhlasu byly povolány další jednotky, které měly zabránit vysílání, ale ani jim se nepodařilo nalézt, odkud se vysílá. V půl jedné pronikají do budovy čeští policisté a ve dvanáct hodin a třicet tři minut se ozývá z rozhlasu „*Voláme českou policii, české četnictvo a vládní vojsko na pomoc Českému rozhlasu.*“ Zpráva se opakovala přes tři čtvrtě hodiny. Pomoci rozhlasu přišly stovky lidí, i se špatnou vojenskou výbavou se podařilo rozhlas dobýt a do šesti

¹⁰ HRDLIČKA, František. *Rozhlas v okupaci 1939–1945*, s. 147-153, 158. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075576.pdf>.

¹¹ Tamtéž, s. 153,154.

hodin Němci kapitulovali. Rozhlas vysílal na vlně 415,5 m až do 9. května 1945, dokdy probíhaly boje o rozhlas jako strategického bodu. Ve snaze dobýt rozhlas zpět do německých rukou byl rozhlas bombardován, ostřelován a byla nasazena pěchota. Devátého května brzy ráno proniká Rudá armáda na okraj Prahy a v osm hodin byla vojska ve středu Prahy. Rozhlas přináší jásavou atmosféru z centra Prahy a prvního dne svobody. Praha byla jediným rozhlasovým městem, které nepřestalo vysílat i v době bojů. Vysílání rozhlasu ke konci války bylo **největší a nejslavnější službou národu** v historii.¹²

Léta 1945 až 1948, před návratem Československého rozhlasu do původních kolejí, bylo nezbytné zlikvidovat škody způsobené válkou. Opravovala se vysílací infrastruktura, vysílače a budovy. Nedostávalo se požadovaného množství záznamového, technického zařízení a zkušených pracovníků, začínalo se od znovu.

Dne 13. dubna 1948 je schválen zákon č. 137/1948 Sb., o postátnění Československého rozhlasu, vzniká Československý rozhlas. Rozhlas začíná plnit funkci **organizátora veřejného života**. Pomáhal s organizací zničené a vyčerpané země v podobě předávání informací občanům nejrychlejší cestou.

Rozhlas se zabývá politickými tématy a postupně přestává být nestranný, hlásá názory KSČ. Demokratické strany rozhlas kritizují a označují ho za nástroj propagandy jedné strany. Postupem času obsazují důležité funkce členové KSČ a zbavují se nepohodlných zaměstnanců. V únoru 1948 plní rozhlas důležitou roli spoluorganizátora akcí podporující Gottwaldovu vládu. Dne 24. února agituje celorepublikovou stávkou zaměstnanců a 26. února oznamuje novou vládu **Národní fronty**¹³. Dne 2. června 1948 dochází k zavedení milice Československého rozhlasu k zabezpečení „správného“ rozhlasu.¹⁴

V letech 1948 až 1951 dochází k další personální čistce a ke ztrátě kvalitních a zkušených pracovníků, nahradili je mladí revoluční lidé. V padesátých letech dvacátého století dochází k rozvoji dalších stanic **Radia Svobodná Evropa, Hlas Ameriky, BBC**, které bylo možno zachytit na našem území. Reakcí komunistické vlády je tzv. **radioobrana**, spočívající v rušení radiových vln „nepřátelského“ vysílání. Postavilo se

¹² HRDLIČKA, František. Rozhlas v okupaci 1939–1945, s. 175-179. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075576.pdf>.

¹³ Seskupení politických stran v čele s KSČ

¹⁴ JEŠUTOVÁ, Eva. Budovatelský rozhlas 1945–1948, s. 188-210, 232. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075578.pdf>.

devět rušících center k zajištění radioobrany.¹⁵ Poslední rušící vysílač byl vypnut roku 1988.¹⁶

Od roku 1953 vzniká **rozhlas po drátě**, jedná se o kabelové spojení, které má být bezpečnější v případě válečného konfliktu. Vysílače byly shledány jako snadný cíl. Nabízí pouze jeden program a není schopný pokrýt celé území. Rozvoj postupem času začíná stagnovat a postupně zaniká.¹⁷

Další vývoj ovlivnil vstup **vojsk Varšavské smlouvy** na území Československé socialistické republiky roku 1968. Jedním z úkolů vojsk bylo obsazení rozhlasu jako nástroje propagandy k šíření „správných“ informací. Rozhlas znovu sehrál klíčovou roli v organizaci občanů podobně jako v květnu 1945, lidé se společně postavili na odpor. Vojska postupovala směrem k Československému rozhlasu, po cestě lidé připravili zátarasy z tramvají, aut a nákladních vozů. Začalo se střílet a umírali první lidé. Celkem zahynulo patnáct lidí. Budova rozhlasu byla obsazena a postupně vyliďněna, ale dařilo se stále vysílat s menšími odmlkami. Vysílání se postupně přesouvalo do různých vysílacích studií, tomuto přepojování se začalo říkat **štafeta**.¹⁸

Dne 27. srpna 1968 je velké očekávání tiskové konference Alexandera Dubčeka po návratu z jednání v Moskvě. Prohlášení v rozhlase mělo působit optimisticky, ale bylo plné zklamání a povzdechů. Československo se podřídlilo diktátu z Moskvy.

Důsledky na rozhlas dopadly takřka okamžitě v podobě zákona č. 127/1968 Sb., o některých přechodných opatřeních v oblasti tisku a ostatních hromadných informačních prostředků. Na základě tohoto nařízení mohla média publikovat pouze obsah ztotožňující se s vnitřní politikou. Dne 9. září 1968 bylo obnoveno vysílání.

Někteří rozhlasoví pracovníci emigrovali, rezignovali, a byli propuštěni. Odhadovaný počet byl, že celkem odešlo 859 pracovníků. Poddimenzování a neprofesionalita nových pracovníků s sebou nesla pokles úrovně Československého rozhlasu.

¹⁵ BĚHAL, Rostislav. Rozhlas po nástupu totality 1949–1958, s. 235-238. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075580.pdf>.

¹⁶ JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV, Přílohy, s. 602. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01079380.pdf>.

¹⁷ BĚHAL, Rostislav. Rozhlas po nástupu totality 1949–1958, s. 238, 252, 253. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075580.pdf>.

¹⁸ BOUČEK, Zdeněk a Jiří HUBIČKA. Období normalizace 1968–1989, s. 337-345. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075583.pdf>.

V **osmdesátých letech** byl Československý rozhlas samostatnou organizací s celostátní působností na úrovni ústředního orgánu a z hospodářského hlediska příspěvkovou organizací. Dne 27. února 1987 byl vydán organizační řád, předtím neexistoval a byl nahrazován statuty Československého rozhlasu. Jednalo se o čtyřstupňové řízení. První stupeň byl ředitel, další stupeň náměstkové, třetí šéfredaktoři, vedoucí úseku, ředitelé krajských studií a poslední stupeň byl střední článek řízení.¹⁹

Český rozhlas o událostech **listopadu 1989** informoval velice stroze v duchu socialistické ideologie. Zdrojem pravdivých a politicky nestranných informací byly rozhlasové stanice Rádio Svobodná Evropa, BBC a Hlas Ameriky. Období vrcholí zrušením vlády KSČ a zvolením Václava Havla prezidentem ČSSR 29. prosince 1989.

S novým režimem vzniká velký tlak na demonopolizaci médií. V rozhlasovém a televizním vysílání je přijat zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání č. 468/1991 Sb., který zavedl v § 3 tzv. duální systém. Na něj navazuje zákon č. 484/1991 Sb. O Českém rozhlase, který osamostatnil **Český rozhlas k 1. lednu 1992**.²⁰

Duální systém umožňuje vznik komerčních vysílatelů, dochází ke zrušení státního monopolu. Licence udělovalo sdružení českých a slovenských občanů na dobu 12 let. Veškeré technické vybavení a kvalifikovaná pracovní síla ve státě spočívala v rukou veřejnoprávní instituce. Soukromí vysílatelé byli odkázáni na externího investora, což způsobovalo další legislativní problémy, které zákonodárci neuměli řešit vzhledem ke zkušenostem v této oblasti.

Až se zákonem č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání **dochází k rozlišení dle typu oprávnění. Konkrétně na vysílatele, který provozuje vysílání na základě zvláštních právních předpisů a provozovatele vysílání s licenci**.²¹

¹⁹ BOUČEK, Zdeněk a Jiří HUBIČKA. Období normalizace 1968–1989, s. 345, 351-355, 360. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075583.pdf>.

²⁰ MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990–2003, s. 397-424. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/01075620.pdf>.

²¹ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 47-51.

3.1.3 Druhy rozhlasového vysílání

Na rozhlasovém trhu v České republice se setkáváme s veřejnoprávním a soukromým vysílatelem. Veřejnoprávní vysílatel je zřízen na základě zákonů a měl by se zodpovídat celé společnosti, neboť slouží celé společnosti. Soukromý či komerční vysílatel je společnost založená na základě soukromého práva a hlavním zdrojem financování jsou příjmy z podnikatelské činnosti.²² Více o jednotlivých vysílatelích v kapitole 3.2 Český rozhlas a 3.3 Soukromé rozhlasové stanice.

3.1.3.1 Druhy rozhlasového vysílání podle pokrytí obyvatel

Vysílání můžeme rozdělit na základě pokrytí obyvatel České republiky na **celoplošné vysílání**, které musí pokrýt alespoň 80 % obyvatel, **regionální vysílání** s pokrytím od 1 % do 80 % a **místní vysílání**, které nesmí překročit více než 1 % obyvatel. Množství obyvatel se stanovuje na základě posledního sčítání lidu. Rozhlasové stanice mohou působit v rámci **programové sítě**, kterou definuje podle § 2 odst. 1 písm. d jako „*společné sestavování programů nebo jejich podstatných částí nebo vzájemné přejímání programů nebo jejich podstatných částí nebo jejich současné šíření více provozovateli*“. Programová síť může maximálně pokrývat 80 % obyvatel České republiky.²³

3.1.4 Rozhlasový trh v České republice

Rozhlasové vysílání řadíme mezi elektronická média. Jedná se o média, která využívají elektronickou cestu ke sdílení informací. Specifikem pro elektronická média je omezené množství možných médií na trhu. V důsledku toho dochází k přísnější, kognitnější a rozsáhlejší intervenci státu oproti tištěným médiím, které mohou teoreticky existovat v neomezené míře.²⁴

Na trhu v České republice dominují soukromá média, která jsou určena k zisku.²⁵ Ale přesto je rozhlasové vysílání v České republice označováno jako nedůvěryhodnější

²²ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 48-50.

²³ § 2 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

²⁴ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 47.

²⁵ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*, s. 143.

zdroj informací. V porovnání s televizí, novinami, internetem a sociálními sítěmi, ale je nutností dodat, že tato důvěra v posledních letech klesá.²⁶

3.1.4.1 Výzkum rozhlasového trhu

Mapováním rozhlasového trhu se zabývají společnosti STEM/MARK a MEDIAN od roku 2006 v podobě projektu **Národní výzkum poslechovosti RADIOPROJEKT**. Zadavateli výzkumu jsou Sdružení reklamních agentur a Sdružení komunikačních a mediálních organizací České republiky. Společnosti provádějí kontinuální měření poslechovosti rozhlasových stanic. Výsledky jsou využívány rozhlasovými stanicemi především za účelem prodeje reklamního prostoru a pro analýzu programu.

Výzkum probíhá kontinuálně 50 týdnů v roce. Formou telefonních rozhovorů s respondenty ve věkovém rozmezí od 12 do 79 let, kteří jsou vybíráni náhodně. Náhodný výběr je z 30 % databáze pevných linek a 70 % činí náhodně vygenerovaná mobilní čísla. Ročně je osloveno 30 000 respondentů a průměrná délka hovoru činí 17 minut.²⁷

3.1.4.1.1 Podíl rozhlasových stanic na trhu

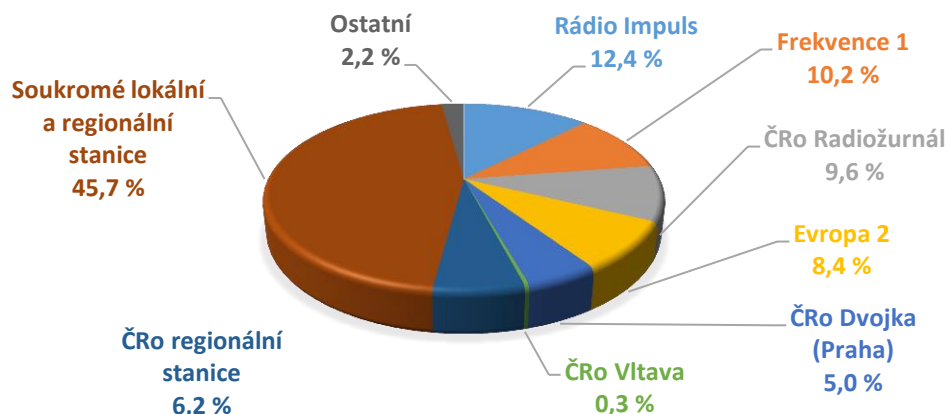
Výsledky výzkumu RADIOPROJEKT v období od 1. 7. 2016 do 17. 12. 2016. Na vzorku 14 906 náhodně vybraných respondentů z celé České republiky. Výsledky jsou zobrazeny v grafu č. 1 *Odhadovaný podíl rozhlasových stanic na trhu v České republice*.²⁸

²⁶ EBU. TRUST IN MEDIA 2016: MEDIA INTELLIGENCE SERVICE, s. 4-11. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Trust%20in%20Media%202016.pdf>

²⁷ Kontinuální měření čtenosti a poslechovosti a exklusivní ad-hoc výzkumy na míru: Národní výzkum poslechovosti RADIOPROJEKT. Dostupné z: <http://www.median.eu/cs/medialni-vyzkumy/>.

²⁸ STEM/MARK a MEDIAN. RADIOPROJEKT 2016: 01. 07. 2016 - 17. 12. 2016. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2016_3_4Q_zprava.pdf. a RADIOPROJEKT: VÝZKUM POSLECHOVOSTI ROZHLASOVÝCH STANIC Prezentace výsledků III. + IV. čtvrtletí 2016. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2016_3_4Q_prezentace.pdf.

Graf č. 1 Odhadovaný podíl rozhlasových stanic na trhu v České republice



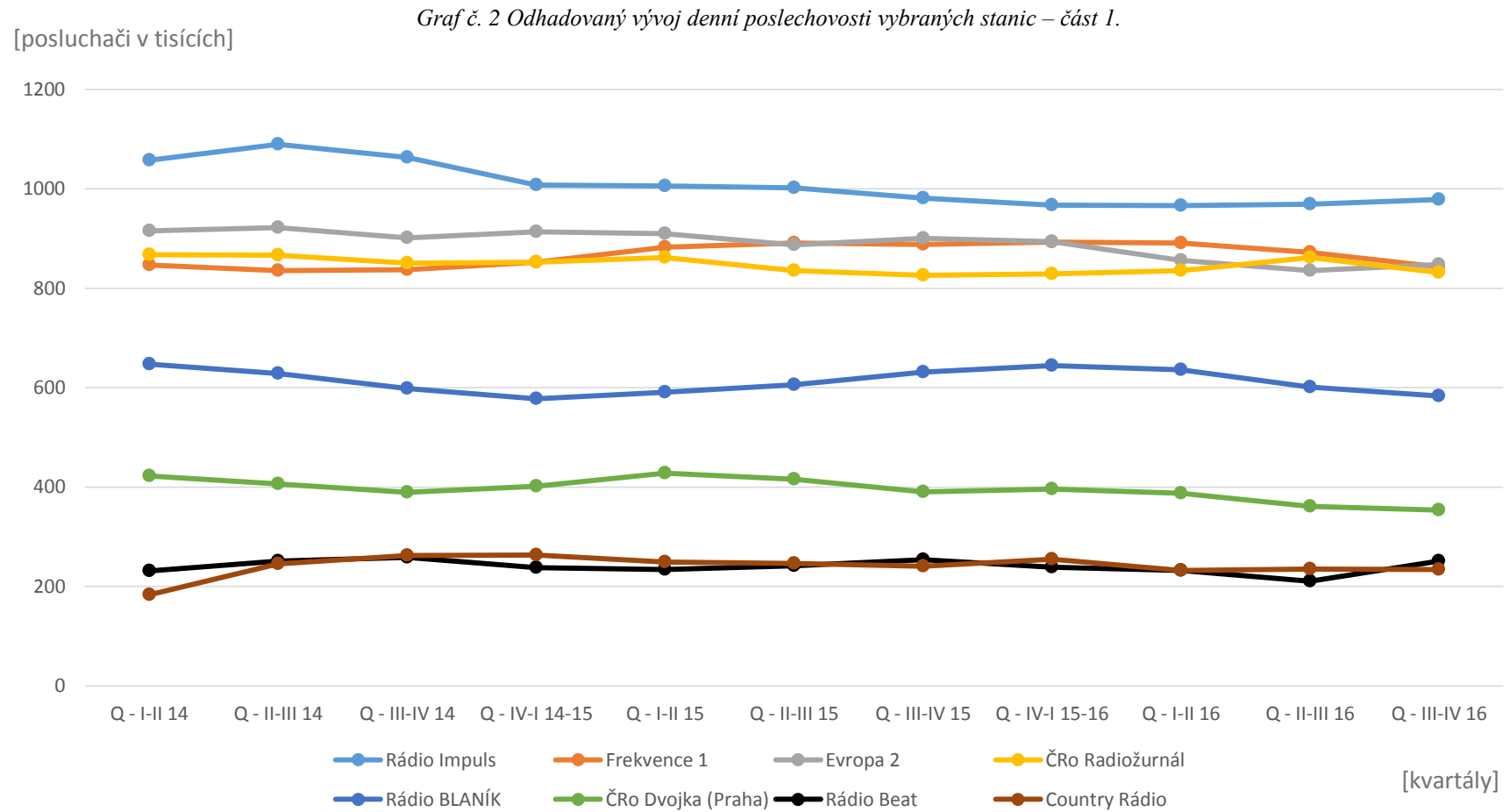
Zdroj: STEM/MARK a MEDIAN; vlastní zpracování

3.1.4.1.2 Odhadovaný vývoj denní poslechnosti vybraných rozhlasových stanic

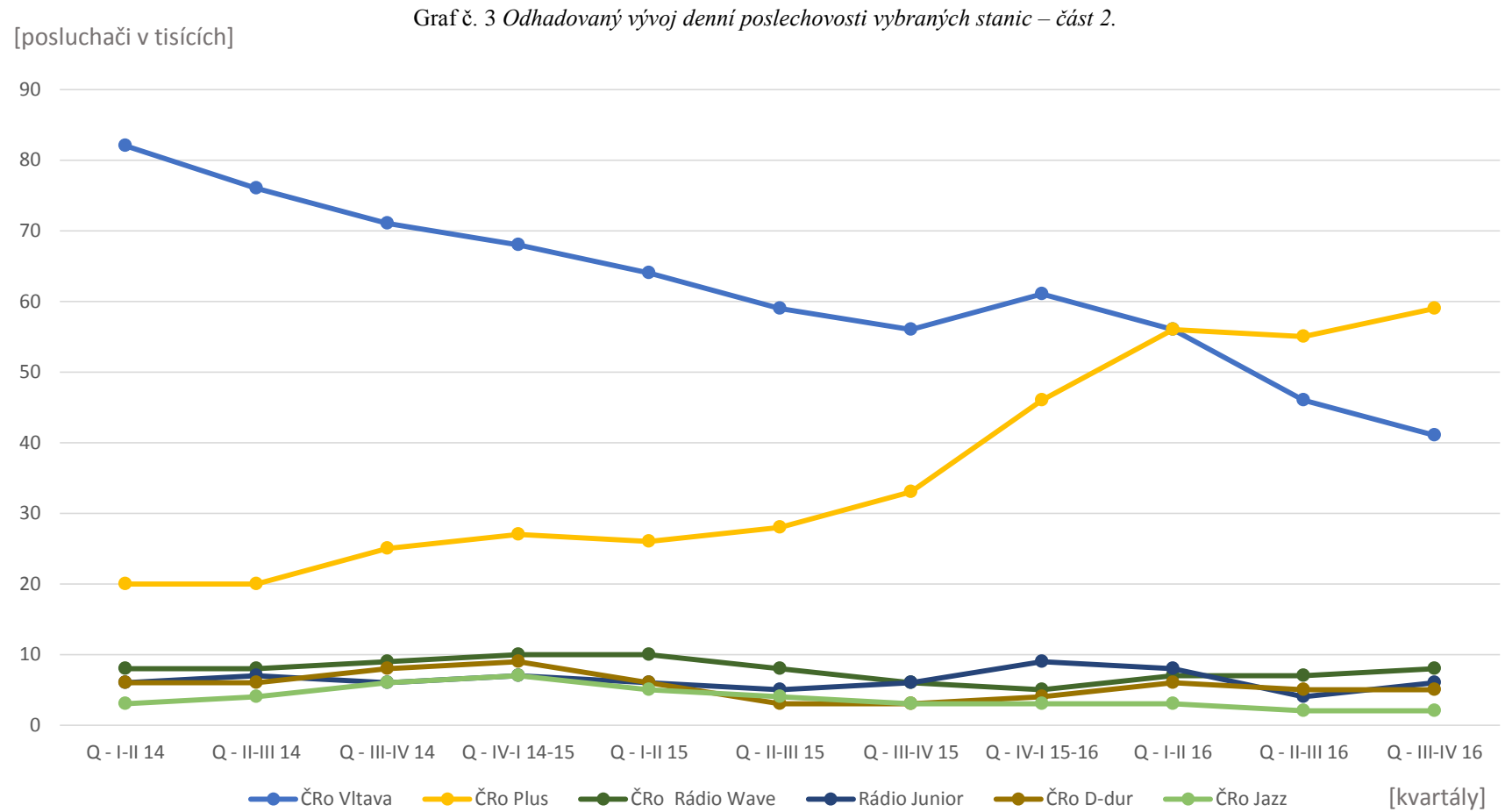
Ke grafickému zpracování byly vybrány nejposlouchanější stanice z průzkumu společnosti STEM/MARK a MEDIAN v roce 2016 pro 3. a 4. kvartál. Konkrétně celoplošné rozhlasové stanice provozující Český rozhlas (Český rozhlas Radiožurnál, Dvojka, Vltava, Plus, Radio Wave, Radio Junior, D-dur a Jazz) a tři soukromé stanice z celoplošných (Rádio Impuls, Frekvence 1 a Evropa 2) a tři regionální (Rádio BLANÍK, Rádio Beat a Country rádio).²⁹ Výsledky jsou rozděleny do dvou grafů č. 2 *Odhadovaný vývoj denní poslechnosti vybraných stanic – část 1.* a grafu č. 2 *Odhadovaný vývoj denní poslechnosti vybraných stanic – část 2.* pro větší přehlednost.³⁰

²⁹ STEM/MARK a MEDIAN. RADIOPROJEKT 2016: 01. 07. 2016 - 17. 12. 2016. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2016_3_4Q_zprava.pdf.

³⁰ Pozn. autora: Grafy jsou zpracovány na základě dostupných PDF souborů z webové stránky: Kontinuální měření čtenosti a poslechnosti a exklusivní ad-hoc výzkumy na míru: Národní výzkum poslechnosti RADIOPROJEKT. Dostupné z: <http://www.median.eu/cs/medialni-vyzkumy/>.



Zdroj: STEM/MARK a MEDIAN; vlastní zpracování



Zdroj: STEM/MARK a MEDIAN; vlastní zpracování

3.1.5 Specifika rozhlasové reklamy

Rozhlasovou reklamu využívají především místní a nové společnosti s omezeným rozpočtem. Klíčem k úspěchu v rozhlasové reklamě je správný výběr rozhlasové stanice, „chytlivá“ reklama a vysílací čas. Nejvhodnějším časem je pracovní doba, často lidé poslouchají rozhlas v práci nebo případně cestou do práce či z práce. Pro efektivní a komplexní reklamní sdělení je dobré využít i další média a vytvořit ucelený reklamní produkt. Problémem je dálka reklamních sdělení. Studie ze Spojených států ukazuje, že stačí šest reklam za sebou, aby došlo k poklesu posluchačů o 80 %.³¹ Nejdůležitější je vzbudit v posluchači pozornost, aby zaregistroval reklamní sdělení. Další výhody a nevýhody jsou uvedeny v tabulce č. 1 *Srovnání výhod a nevýhod rozhlasové reklamy*.³²

Tabulka č. 1 Srovnání výhod a nevýhod rozhlasové reklamy

Výhody	Nevýhody
Vysoká segmentace rozhlasového vysílání, zasažení správné cílové skupiny.	Lidé většinou nevěnují rozhlasu plnou pozornost, provádějí jinou činnost při poslechu.
Cenová dostupnost oproti jiným formám reklamy.	Roztříštěnost posluchačů, zasažení menšího množství oproti jiným médiím.
Krátká doba přípravy a realizace reklamy.	Přeplněnost reklamami a horší možnost zapamatovatelnosti.
Osobní forma oslovení při využití známých moderátorů.	

Zdroj: Reklama: jak dělat reklamu; vlastní zpracování

Reklamní trh funguje na principu nabídky služby inzerentům a posluchači jsou zbožím k prodeji. Na základě potřeb inzerenta, z hlediska cílové skupiny reklamního sdělení, dochází k výběru vhodného média a společnosti. S globalizací světa dochází k větší konkurenci. Čím je větší konkurence, tím je větší potřeba inzerovat. Prostředky vynakládané na reklamu neustále rostou a nejsou v zásadě ovlivňovány hospodářskými cykly. Reklama se stala součástí každého dne a dotváří společenský prostor.³³

³¹ CLOW, Kenneth E. a Donald BAACK. *Reklama, propagace a marketingová komunikace*, s. 234, 236.

³² VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*, s. 37, 38.

³³ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média.*, s. 133-137.

3.2 Český rozhlas

Český rozhlas je zřízen na základě zákona č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu. Vzniká jako právnická osoba se sídlem v Praze. Hospodaří s vlastním majetkem, který byl převeden z Československého rozhlasu na základě zákona č. 136/1991 Sb. o rozdělení působnosti mezi Českou a Slovenskou Federativní Republikou a Českou republikou a Slovenskou republikou ve věcech tisku a jiných informačních prostředků. Český rozhlas neodpovídá za závazky státu a naopak.³⁴

3.2.1 Veřejná služba

Český rozhlas poskytuje **veřejnou službu** tvorbou a šířením rozhlasových programů, včetně dalších multimediálních a doplňkových služeb na celém území České republiky a do zahraničí. Zřizuje celoplošné³⁵ rozhlasové vysílání v rozsahu minimálně tří stanic a regionální stanice pomocí analogového a zemského digitálního vysílání.

Hlavní úkoly veřejné služby stanovuje § 2 odst. 2 zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, jako poskytování objektivních, ověřených, všestranných a vyvážených informací pro svobodné vytváření názorů. Veřejná služba přispívá k rozvoji právního vědomí a kulturní identity obyvatel České republiky. Český rozhlas vyrábí a vysílá pořady zpravodajské, publicistické, dokumentární, umělecké, dramatické, sportovní, zábavné, vzdělávací a pořady pro děti a mládež. Nabídka pořadů musí být vyvážená a rozmanitá pro všechny skupiny obyvatel a musí odrážet názory ve společnosti.³⁶

Obsah veřejné služby je především o programových cílech, nikoliv o příkazujících normách či zakazování určitého chování. Veřejná služba není striktně vymezena, neboť se obsah může v průběhu času měnit. Nejrozumnější se zdá být cesta, samoregulace veřejnoprávních médií, kdy se obsah veřejné služby naplní sám v praxi poskytovanými službami.³⁷

³⁴ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů.

³⁵ Celoplošné rozhlasové vysílání pokrývá alespoň 95 % obyvatel podle § 3 odst. 4 zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu.

³⁶ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů.

³⁷ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 49.

3.2.2 Statut Českého rozhlasu

Statut Českého rozhlasu má třináct článků a je schválen Radou Českého rozhlasu na návrh generálního ředitele podle zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu.³⁸

Čl. 1 Základní ustanovení stanovuje název, zkratku, definuje další jazykové mutace a určuje sídlo. Název je stanoven na ČESKÝ ROZHLAS se sídlem v Praze, Vinohradská 12, 120 99 Praha 2.

Čl. 2 Postavení Českého rozhlasu. Naplňuje úlohu veřejné služby, jako provozovatele vysílání ze zákona a slouží veřejnosti, která ho z větší části financuje a kontroluje. Jedná se o právnickou osobu s úkoly a závazky, která není zapsána v obchodním rejstříku. Statutární orgán Českého rozhlasu je generální ředitel Českého rozhlasu.

Čl. 3 Kontrola veřejnosti spočívá v přenesení této moci na Radu Českého rozhlasu viz kapitola 3.2.7.2 Rada Českého rozhlasu. Dalším kontrolním orgánem je dozorčí komise, která kontroluje hospodaření Českého rozhlasu viz kapitola 3.2.7.3 Dozorčí komise Českého rozhlasu.

Čl. 4 Veřejná služba Českého rozhlasu. Provozuje alespoň jednu 24 hod. rozhlasovou stanici se zaměřením na aktuální zpravodajství. Pořizuje zvukové záznamy a vytváří archivní fond, který je součástí národního kulturního bohatství. Podporuje českou rozhlasovou tvorbu, nové technologie a zřizuje síť zpravodajců. Doplňkovou činnost může provozovat v souladu s platnou legislativou a podnikatelskými předpisy, ale nesmí dojít k ohrožení jeho úkolů podle zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu. Vytváří aktivity v rámci členství v Evropské vysílací unii (EBU/UER), kde rozvíjí spolupráci se zahraničními partnery. Hlavní úkoly veřejné služby viz kapitola 3.2.1 Veřejná služba.

Čl. 5 Programové zásady. Veřejnoprávní službu plní především v podobě vysílání vlastních programů, které jsou definovány v právních předpisech, Statutu, Kodexu Českého rozhlasu a v dalších dokumentech Českého rozhlasu. Také je oprávněn vysílat programy a pořady od jiných rozhlasových stanic na základě sjednaných smluv.

Čl. 6 Šíření vysílání Českého rozhlasu se uskutečňuje na základě vyhrazených rádiových kmitočtů, sítích elektronických komunikací, internetu a jiných technických

³⁸ Statut Českého rozhlasu: 2. novela. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/03747671.pdf>.

prostředků, případně může Český rozhlas zřídit vlastní síť. Využívá nové technologie k šíření svých programových cílů a podílí se na jejich vývoji.

Čl. 7 Generální ředitel jedná jménem Českého rozhlasu a řídí jeho činnost. Zodpovídá se Radě Českého rozhlasu a může se zúčastňovat jejich jednání. Dále připojuje svůj podpis k písemným právním úkonům vytištěným nebo nadepsaným názvem Českého rozhlasu, vydává vnitřní předpisy a jmenuje a odvolává vedoucí zaměstnance. Předkládá Radě Českého rozhlasu ke schválení rozpočet, Kodex Českého rozhlasu, Statut Českého rozhlasu, návrhy na změnu rozhlasových studií, jmenování a odvolávání ředitelů studií, pronájmy nemovitostí, programové plány a další návrhy podle zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu.

Čl. 8 Zásady organizace a řízení jsou určeny na základě Organizačního řádu Českého rozhlasu, který určuje posloupnost pravomocí, odpovědnost a jednotlivé stupně řízení. Hospodaření Českého rozhlasu upravují Pravidla ekonomického řízení.

Čl. 9 Hospodaření Českého rozhlasu se řídí obecně platnými právními předpisy a požadavky Evropské unie na transparentnost veřejnoprávních subjektů. Český rozhlas hospodaří odpovědně, účelně a hospodárně s vlastními finančními prostředky a majetkem. Zdroje financí mají tři podoby: rozhlasové poplatky, vlastní podnikatelská činnost a příjmy ze státního rozpočtu viz kapitola 3.2.8 Financování Českého rozhlasu.

Čl. 10 Přístup k informacím je řízen zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů. Český rozhlas má povinnost poskytovat a zveřejňovat informace za pomoci prostředků umožňující dálkový přístup a zároveň musí chránit obchodní tajemství a duševní vlastnictví.

Čl. 11 Změny Statut Českého rozhlasu navrhuje generální ředitel Českého rozhlasu a musí je schválit Rada Českého rozhlasu. Statut Českého rozhlasu musí být veřejně přístupný.

Čl. 12 Zrušení Českého rozhlasu je možné pouze zákonem.

Čl. 13 Závěrečná ustanovení informují o změnách ve Statutu Českého rozhlasu a o usnesení Rady Českého rozhlasu ve smyslu změn statutu. Poslední platný Statut Českého rozhlasu je účinný ke dni 1. března 2016.³⁹

³⁹ Statut Českého rozhlasu: 2. novela. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/03747671.pdf>.

3.2.3 Kodex Českého rozhlasu

Kodexem Českého rozhlasu se rozumí práva a povinnosti rozhlasu a zaměstnanců vůči veřejnosti.⁴⁰ Obsahem kodexu je preambule, výklady pojmů a tři hlavy, které obsahují celkem dvacet sedm článků.⁴¹

Preambule vymezuje postavení Českého rozhlasu jako služby veřejnosti v souladu s Radou Evropy a Evropské unie. Definuje chování Českého rozhlasu, program a jeho úkoly. Program má být svobodný, nezávislý, rozmanitý, etický a pro všechny obyvatele. Specifickými znaky jsou otevřenost, nezávislost, nestrannost, tolerantnost a kritičnost. Hlavní úkoly spočívají v propojování obyvatelstva a podpoře menšin. Veškeré konání Českého rozhlasu vede ke svobodě slova a podpoře demokracie.⁴²

Hlava I. Aktéři služby veřejnosti v oblasti rozhlasového vysílání

Čl. 1 Český rozhlas jako instituce vyvíjí svoji činnost nezávisle, nestranně, neutrálně a nesmí podlehnout vnějším tlakům. Veškerý obsah musí pečlivě posuzovat, aby nedocházelo k politickým a ekonomickým tendencím. V rámci nestrannosti a neutrality nesmí publikovat své názory ve věci veřejného zájmu, kromě případů stanovených zákonem.

Čl. 2 Posluchač na prvním místě znamená vytvoření vhodného prostoru pro vzájemnou rozpravu s velkou názorovou rozmanitostí. Veřejnoprávní služba by měla pokrýt témata, kterými se ostatní rozhlasové stanice nezabývají nebo pouze v omezené míře. Rozhlasové vysílání musí odrážet potřeby posluchačů, především z pohledu kvalitativního. Na případné podmínky a reklamace posluchačů reagovat bez zbytečného odkladu. Posluchač musí mít přístup ke zdrojům podávaných informací.

Čl. 3 Zvláštní pozornost dětskému posluchači. Český rozhlas pomáhá dětským posluchačům objevovat svět a přijímat etické hodnoty demokratické společnosti. Seznamuje děti s českými i světovými tradicemi, nabízí rozhlasové hry pro děti, výchovné pořady, vzdělávací pořady a organizuje soutěže. Český rozhlas je hlavním a jediným poskytovatelem rozhlasového vysílání pro děti a mládež.

⁴⁰ Kodex Českého rozhlasu: Dokumenty a legislativa. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/informace/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--794563.

⁴¹ Kodex Českého rozhlasu. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/00730694.pdf.

⁴² Tamtéž

Čl. 4 Poplatník rozhlasového poplatku – otevřený vztah. Český rozhlas musí s rozhlasovými poplatky nakládat s péčí řádného hospodáře a na vyžádání poskytnout informace o hospodaření podle zákona o svobodném přístupu k informacím. Fyzické a právnické osoby informuje na vyžádání o právech a povinnostech v oblasti rozhlasových poplatků. Informace k rozhlasovým poplatkům musí uveřejňovat na internetu.

Čl. 5 Tvůrce – základní předpoklad úspěchu a naplnění veřejné služby. Český rozhlas by měl vytvářet dobré pracovní prostředí pro tvůrčí činnost a rovné podmínky s jasnými pravidly pro svobodnou konkurenci nápadů. Pokud se tvůrce ocitne v nebezpečí v souvislosti s plněním profesních povinností, musí Český rozhlas tvůrci pomoci a jednat solidárně. Tvůrce může odmítnout práci na díle, pokud by to bylo v rozporu s jeho přesvědčením.⁴³

Hlava II. Specifické typy pořadů a některé další činnosti Českého rozhlasu

Čl. 6 Zpravodajské a publicistické pořady a péče o informace v těchto pořadech. Základním prvkem programové nabídky Českého rozhlasu jsou zpravodajské a publicistické pořady. Poskytované informace musí umožňovat svobodné vytváření názorů, všestranný přehled a musejí být přesné, nestranné a ověřené. Rozhlas musí striktně dbát na rozdíl mezi ověřenou informací a komentářem. Ověření informace se provádí za pomoci dvou na sobě nezávislých zdrojů, aby tato informace mohla být publikována. Případně je možné využít jeden zdroj, pokud informace vychází z věřených institucí a renomovaných informačních agentur. Ve výjimečných případech je možné využít jeden zdroj, ale posluchač musí být upozorněn na tuto skutečnost. Za obsah je odpovědný šéfredaktor stanice. Zařazování informací je v rámci stanice autonomní, pouze generální ředitel a ředitel stanice může zasáhnout do obsahu, pokud by došlo nebo hrozilo porušení zákona.

Čl. 7 Diskuzní pořady a pluralita ve vysílání napomáhá k vytvoření prostoru pro otázky veřejného zájmu. Hlavní názorové proudy mají dostat stejný prostor ve vysílání, pokud to není možné, moderátor pořadu sehraje roli oponenta. Moderátoři musejí být nestranní a nesmí být poznat jejich osobní názor na dané téma. Politické názory musí být vyvážené z celého spektra politických stran, ale přihlíží se k reálnému postavení stran ve společnosti a politice.

⁴³ Kodex Českého rozhlasu. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/00730694.pdf>.

Čl. 8 Umělecké pořady ve vysílání přispívají ke kulturnímu obohacení posluchačů a rozvoji umění a kultury v České republice.

Čl. 9 Vzdělávací a osvětové pořady cílí na všechny zájmové skupiny s různou věkovou hranicí. Obsah těchto pořadů může být doplněn o odkazy na další zdroje pro samostudium.

Čl. 10 Zábavní pořady v Českém rozhlasu musí odrážet programové poslání a měly by poskytovat především rozvoj a uměleckou hodnotu. Vysílání zábavných pořadů nesmí propagovat spotřební chování a manipulovat s publikem.

Čl. 12 Vysílání do zahraničí poskytuje vyvážené informace se zaměřením na krajanskou komunitu v zahraničí a vytváří objektivní obraz České republiky.

Čl. 13 Péče o archivní fond spočívá ve shromažďování a udržování archivního fondu za účelem vytvoření kulturního dědictví. Český rozhlas archivuje zvukové záznamy podle zákona o archivnictví. Umožňuje přístup k materiálům za účelem studia a vědeckého bádání, pokud tím nejsou ohroženy samotné materiály. Archivní materiály zařazuje do vysílání.

Čl. 14 Komerční části programu jsou možné pouze v dovořených formách podle zákona. Český rozhlas se musí řídit ekonomickým principem a snažit se o co největší zisk z prodeje vysílacího času. Inzerent nesmí mít vliv na obsahovou složku programu, kromě části programu, kterou si objednal. Posluchač musí umět oddělit reklamní čas a programovou složku. Skrytá a podprahová reklama je zakázána.⁴⁴

Hlava III. Profesionální a etické otázky a některé postupy při jejich řešení

Čl. 16 Jazykový projev musí být kultivovaný, protože mu mohou posluchači přikládat normotvorný význam. Moderátoři, redaktoři a hlasatelé musí používat spisovný jazyk, vyvarovat se populárním výrazům a obrátům. V případě nejasností si vyžádat posouzení jazykového odborníka.

Čl. 18 Zákaz diskriminace a utváření představy o nadřazenosti rasy, národa, etnika a sociální skupiny. Dále nesmí Český rozhlas diskriminovat ve svém provozu a programu z důvodu pohlaví, věku, sexuální orientace, názorů a náboženství.

Čl. 19 Respekt k soukromí každého občana a práva s tím spojená v podobě ochrany osobnosti, života, zdraví, důstojnosti, cti, jména a projevům osobní povahy. Český

⁴⁴ Kodex Českého rozhlasu. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/00730694.pdf>.

rozhlas nesmí pořizovat zvukové záznamy bez souhlasu nahrávané osoby, pokud se nejedná o veřejný zájem nebo osobu, která svým soukromým chováním zasahuje do veřejného zájmu.

Čl. 23 Kritické situace. Český rozhlas může změnit rozhlasový program při mimořádných a vážných událostech ohrožujících nebo narušujících běžný život většího množství obyvatel. Jedná se o teroristické činy, válečné akty, přírodní katastrofy, dopravní a technologické havárie.

Čl. 25 Střet zájmů je nepřipustný. Nastává při pochybnostech o nestrannosti nebo předpojatosti osoby připravující obsah vysílání. Střet zájmů nastává v případech příbuzenských, přátelských, pracovních, smluvních, a nebo při přijímání výhody či požitku od dané osoby. Také je nepřipustné využívat informační výhodu v podobě časového náskoku k hospodářskému prospěchu.

Čl. 26 Základní pravidla hospodaření. Český rozhlas hospodaří s péčí řádného hospodáře, musí jednat ve svůj prospěch po stránce ekonomické a má povinnost šetrně využívat zdroje a životní prostředí. Svůj majetek Český rozhlas využívá k poskytování veřejné služby, pečuje o něj a využívá ho tak, aby nedocházelo ke snižování jeho hodnoty. Nepotřebný majetek odprodává za tržní cenu, pokud to není výhodné z hlediska ekonomického, přenechá majetek k charitativním a humanitárním účelům.

V **závěrečném ustanovení** se stanovuje, že Kodex Českého rozhlasu není nadřazen právním předpisům České republiky a ani profesním pravidlům v oboru. Každý zaměstnanec Českého rozhlasu musí být s Kodexem Českého rozhlasu seznámen a musí se těmito pokyny řídit. Kodex musí reagovat na vývoj v rozhlasovém vysílání a společnosti.⁴⁵

3.2.4 Veřejná služba z pohledu komerčních vysílatelů

Komerční stanice se vesměs shodují na principu vyplňování prázdných míst na trhu, za pomoci veřejnoprávního média. Veřejnoprávní vysílání by zajišťovalo především vysílání pro menšiny a zpravodajství bez ekonomických a politických vlivů. Z ekonomického pohledu je nepochopitelné, proč veřejnoprávní média vysílají obsah, který je možný zajistit soukromými subjekty. Na druhou stranu nelze požadovat od koncesionářů, aby platili obsah, který je neoslovuje a pouze by přispívali na vysílání pro

⁴⁵ Kodex Českého rozhlasu. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/00730694.pdf>.

jiné posluchače.⁴⁶ Především mladší generace, která čerpá většinu informací online, nerozumí potřebě platit veřejnoprávní službu.⁴⁷

S menšími požadavky na veřejnoprávní vysílání by docházelo k poklesu koncesionářských poplatků a bylo by logické přejít na systém objednávání veřejné služby. V českém právním prostředí není stále dobře formulovaný veřejný zájem a nebylo by jisté, jestli by veřejnoprávní služba fungovala efektivněji a kvalitněji. Ale lze předpokládat, že v digitální době se tímto směrem bude veřejnoprávní vysílání ubírat, protože v současné době jsou koncesionářské poplatky na hraně nepovolené podpory.⁴⁸

Na druhé straně neexistuje všeobecná shoda na úkolech a posláních veřejné služby, ale nelze říci, že by soukromý provozovatelé plně pokryli potřeby posluchačů, především v oblastech kultury a informací. Většina posluchačů neověřuje informace a spoléhá na novináře. Z tohoto pohledu může veřejnoprávní vysílatel zastávat roli „vztažného bodu“, který naplní mediální očekávání společnosti.⁴⁹

3.2.5 Veřejnoprávní média v Evropě

Ve většině západní Evropy jsou veřejnoprávní média považována za univerzální média se specifickými úkoly. Univerzálnost znamená, že jejich programová skladba není striktně vymezená. Poslání veřejnoprávních médií je v ostatních zemích podobné, spíše se v Evropě diskutuje postavení na mediálním trhu. Příčinou diskuzí jsou obavy z deformace mediálního trhu, v podobě zvýhodnění veřejné služby finančními dotacemi vůči soukromým provozovatelům. Situaci nelze řešit plošně, protože je nutné do problematiky zahrnout národní specifika ekonomická, politická a společenská. Dochází ke snahám v Evropské unii stanovit ekonomické hranice veřejnoprávní službě, aby právě nedocházelo k pokřivení trhu. Ve většině zemí veřejnoprávní média zaujímají vedoucí postavení na trhu, protože do svého programu zařazují komerční formáty.⁵⁰ Díky tomu dochází ke smazávání rozdílů mezi veřejnoprávními vysílateli a komerčními. Příčinu lze hledat v

⁴⁶ PUNČOCHÁŘ, Jan. *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí?: Veřejná služba: plný formát, nebo vyplňování tržních nik?*, s. 4-6.

⁴⁷ EBU. LEGAL FOCUS: PUBLIC FUNDING PRINCIPLES FOR PUBLIC SERVICE MEDIA, s. 9. Dostupné z: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Gov-Prin_EN.pdf

⁴⁸ PUNČOCHÁŘ, Jan. *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí?: Veřejná služba: plný formát, nebo vyplňování tržních nik?*, s. 6.

⁴⁹ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*, s. 217, 218.

⁵⁰ ROŽÁNEK, Filip. *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí?: Veřejná služba v evropském kontextu.*, s. 7-9.

souvislosti s nedostatečnými materiálními zdroji a nedostatkem legislativních nástrojů pro poskytování veřejné služby. V důsledku toho dochází k přeorientování na programy oslovující masu a generující výnosy, což není v souladu s veřejnou službou.⁵¹ Z politického pohledu nelze veřejnoprávní média zrušit ani privatizovat, muselo by dojít ke změně mezinárodních smluv.⁵²

V roce 2012 Evropská vysílací unie (EBU) definovala náplň a nepostradatelnost veřejnoprávních médií v demokratických společnostech na šesti klíčových hodnotách:

Univerzalita umožňuje zapojení všech občanů a vrstev bez rozdílu.

Nezávislost ve všech oblastech programové, řídicí a ideologické.

Kvalita spočívá ve snaze vytvoření vzoru pro mediální trh a poskytování kvalitního obsahu pro všechny diváky.

Rozmanitost dává prostor pro všechny názorové proudy.

Odpovědnost znamená transparentnost stanic, možnost veřejné kontroly a snahy o efektivnost.

Inovace hnací síla v oblasti rozvoje technologií.⁵³

3.2.6 Druhy rozhlasových stanic

Český rozhlas provozuje celoplošné, regionální a zahraniční rozhlasové vysílání. Zahraniční vysílání zajišťuje stanice Rádio Praha. Vysílání celoplošné zabezpečují stanice Radiožurnál, Dvojka, Vltava, Plus, Radio Wave, Radio Junior, D-dur a Jazz.⁵⁴

V každém kraji České republiky se nachází jedna regionální stanice, celkem Český rozhlas provozuje 14 regionálních stanic. Jmenovitě regionální stanice Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Karlovy Vary, Olomouc, Ostrava, Pardubice, Plzeň, Regina, Regina – střední Čechy, Region-Vysočina, Sever, Sever-Liberec a Zlín. Hlavním cílem regionálních stanic je vysílání zaměřené na regionální události, zpravodajství, kulturu, hudbu a interakci s posluchačem. Sloganem těchto stanic je „Rádio vašeho kraje“.⁵⁵

⁵¹ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 49.

⁵² ROŽÁNEK, Filip. *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí?: Veřejná služba v evropském kontextu*, s. 8

⁵³ EBU. PUBLIC SERVICE VALUES: EDITORIAL PRINCIPLES AND GUIDELINES, s. 3-5. Dostupné z: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Public_Service_Values.pdf

⁵⁴ ODDĚLENÍ KOMUNIKACE. Základní informace: Český rozhlas. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/informace/informace/>

⁵⁵ O regionálním vysílání. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/kraje/vysilani/>.

3.2.6.1 Specifikace jednotlivých celoplošných stanic Českého rozhlasu.

Obrázek č. 2 Logo Český rozhlas Radiožurnál

Český rozhlas Radiožurnál

Moderní zpravodajsko-publicistická stanice nabízející informační servis dvacet čtyři hodin denně.

Přináší okamžité a rychlé zpravodajství po celý den, které má přednost před plánovaným programem. Informuje o událostech doma i v zahraničí napříč tématy a přináší aktuální dopravní informace.⁵⁶



Zdroj: Český rozhlas

Český rozhlas Dvojka

Stanice určená pro celou rodinu se širokým záběrem témat. Vysílá aktuální komentáře známých osobností k událostem a publicistické pořady. Pro milovníky mluveného slova přináší víkendové rozhlasové hry a večerní četbu. Dětem rozvíjí fantazii skřítek Hajaja po několik generací a populárně-vědecká témata přináší magazín Meteor.⁵⁷

Obrázek č. 3 Logo Český rozhlas Dvojka



Zdroj: Český rozhlas

Český rozhlas Vltava

Český rozhlas Vltava vznikl v roce 1972 a přináší klasickou hudbu, jazzovou a alternativní. Informuje o událostech v širokém spektru kulturní sféry a vysílá živé koncerty. Také vysílá dokumenty, literaturu a rozhlasové hry. Moderátoři se odlišují od komerčních rádií, ale stále přinášejí živý obsah.⁵⁸

Obrázek č. 4 Logo Český rozhlas Vltava



Zdroj: Český rozhlas

Český rozhlas Plus

Vznikl 1. března 2013 a navazuje na stanice Český rozhlas 6, Rádio Česko a Český rozhlas Leonardo. Působí jako přidaná hodnota vůči ostatním stanicím Českého rozhlasu, ale i vůči televiznímu zpravodajství ČT24.

Obrázek č. 5 Český rozhlas Plus



Zdroj: Český rozhlas

⁵⁶ Radiožurnál: O stanici. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/ostanici/>.

⁵⁷ Dvojka: O stanici. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/dvojka/ostanici/>.

⁵⁸ Vltava: O stanici. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/vltava/ostanici/>.

Programem stanice je analytická publicistika, reportáže, aktuální dění v širších souvislostech, věda, politika, byznys a společnost. Do vysílání stanice se zapojují posluchači, renomovaní komentátoři a vědci. Mottem stanice je „*Když chcete vědět víc*“.⁵⁹

Český rozhlas Radio Wave

Stanice, která se snaží posluchače odtrhnout od stereotypu středního proudu. Nejedná se o stanici pouze pro mladé, ale mladě smýšlející posluchače. Hudební složku tvoří především elektropop, kvalitní taneční hudba, rock, indie a urban muzika. Nezapomíná ani na ostatní žánry, v podobě žánrových pořadů zabývajících se dalšími hudebními směry. Nabízí exkluzivní záznamy a živé přenosy z festivalů, koncertů a klubů.⁶⁰

Obrázek č. 6 Český rozhlas Radio Wave



Zdroj: Český rozhlas

Český rozhlas Radio Junior

Stanice určená výhradně dětem. Vysílá písničky, pohádky, zprávičky, vtipné hlášky a dobrodružné příběhy. Zapojuje děti do soutěží, kvízů a her.⁶¹

Obrázek č. 7 Český rozhlas Radio Junior



Zdroj: Český rozhlas

Český rozhlas D-dur

Rozhlasová stanice, která nabízí klasickou hudbu od renesance až do současnosti. Vysílá dvacet čtyři hodin denně a je určená odborná i laické veřejnosti.⁶²

Obrázek č. 8 Český rozhlas D-dur



Zdroj: Český rozhlas

Český rozhlas Jazz

Český rozhlas Jazz vysílá jazzovou hudbu dvacet čtyři hodin denně. Nabízí široké spektrum od počátku jazzu až do současnosti a dává prostor české produkci. Přináší zpravodajství a tipy na koncerty z jazzové kultury.⁶³

Obrázek č. 9 Český rozhlas Jazz



Zdroj: Český rozhlas

⁵⁹ Plus: O stanici. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/plus/ostanici/>.

⁶⁰ Radio Wave: O stanici. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/radiowave/ostanici/zprava/o-stanici--781919>.

⁶¹ Rádio Junior: Rádio Junior je stanice plná pohádek a písniček. Dostupné z: <http://www.radiojunior.cz/o-stanici-radio-junior>.

⁶² D-dur: Český rozhlas D-dur. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/d-dur/ostanici/>.

3.2.6.2 Příjem rozhlasových stanic

Dostupnost stanice pro posluchače ovlivňuje druh zvolené technologie. Český rozhlas využívá analogové a digitální vysílání. Od analogového vysílání se postupně upouští a vypnutí se plánuje okolo roku 2025.⁶⁴ Digitální vysílání lze přijímat formou DAB⁶⁵, DVB-T⁶⁶, satelitního vysílání, kabelovou televizí a internetovou sítí.

Digitálním rozhlasovým vysíláním (DAB) je pokryto téměř 50 % obyvatel České republiky k roku 2015 a dále se rozšiřuje. Vysílání naladí pouze přijímače s podporou DAB/DAB+.

Pro pozemní televizní vysílání Český rozhlas využívá multiplex České televize. Celá Česká republika je pokryta DVB-T signálem a rozhlasové vysílání lze přijímat na každém televizoru podporujícím tuto technologii.

Veškerá vysílání Českého rozhlasu je možné poslouchat přes internetové sítě a na platformách typu počítač, mobilní telefon a tablet.⁶⁷ Možný příjem jednotlivých stanic je uveden v tabulce č. 2 *Možný způsob příjmu celoplošných stanic Českého rozhlasu*.⁶⁸

Tabulka č. 2 *Možný způsob příjmu celoplošných stanic Českého rozhlasu*

stanice Českého rozhlasu	analogové vysílání	DVB-T	DAB	kabelová televize	satelitní televize	internet
Radiožurnál	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Dvojka	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Vltava	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Plus	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Radio Wave	X	✓	✓	✓	✓	✓
Radio Junior	X	✓	✓	✓	✓	✓
D-dur	X	✓	✓	✓	✓	✓
Jazz	X	✓	✓	✓	✓	✓

Zdroj: Oficiální webové stránky Českého rozhlasu; vlastní zpracování

⁶³ VIDOMUS, Petr. Jazz: O stanici. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/jazz/ostanici/zprava/o-stanici--823339>

⁶⁴ MLD. Rozhlas začíná vysílat digitálně, až deset let vydrží i analog. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1560868-rozhlas-zacina-vysilat-digitalne-az-deset-let-vydrzi-i-analog>

⁶⁵ Zkratka **DAB** vychází z anglického slova „*Digital Audio Broadcasting*“ a jedná se o náhradu za analogové vysílání.

⁶⁶ V překladu **DVB-T** znamená „*Digital Video Broadcasting – Terrestrial*“ a jedná se o vysílání prostřednictvím televizní pozemní sítě.

⁶⁷ ROŽÁNEK, Filip. Poslouchejte stanice Českého rozhlasu digitálně. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/digital/jaknasnaladite/zprava/1458918>.

⁶⁸ Jak nás naladíte. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/vysilace/portal/>.

3.2.7 Dozorující orgány Českého rozhlasu

3.2.7.1 Generální ředitel Českého rozhlasu

Generální ředitel je statutárním orgánem Českého rozhlasu a je odpovědný Radě pro rozhlasové a televizní vysílání. Více o právech a povinnostech generálního ředitele v kapitole 3.2.2 Statut Českého rozhlasu.

Funkční období je stanoveno na šest let a je volen Radou pro rozhlasové a televizní vysílání na základě výběrového řízení. Musí splňovat základní předpoklady k vykonávání funkce, jako jsou způsobilost k právním úkonům, být trestně bezúhonný a mít trvalý pobyt v České republice. Funkce je neslučitelná s některými funkcemi podle § 5 zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, tento paragraf je určen pro člena Rady Českého rozhlasu, ale platí obdobně na generálního ředitele Českého rozhlasu, viz v kapitole 3.2.7.2 Rada Českého rozhlasu.

Odvolání generálního ředitele je možné Radou pro rozhlasové a televizní vysílání v případech, kdy nedochází k plnění veřejné služby, Kodexu Českého rozhlasu, Statutu Českého rozhlasu anebo pro porušení povinností. V případě, že je generální ředitel odvolán nebo uplyne funkční období, případně se vzdá své funkce. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání jmenuje prozatímního ředitele Českého rozhlasu a má tři měsíce na jmenování nového ředitele.⁶⁹ Současným generálním ředitelem Českého rozhlasu je **Mgr. René Zavoral** od 21. ledna 2016.⁷⁰

⁶⁹ § 9 zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů.

⁷⁰ ZAVORAL, René. Lidé: Mgr. René Zavoral - generální ředitel Českého rozhlasu. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/lide/vedeni/zprava/mgr-rene-zavoral--1171912>

3.2.7.2 Rada Českého rozhlasu

Rada Českého rozhlasu je orgán, který uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu činnosti Českého rozhlasu a je odpovědná Poslanecké sněmovně.

Skládá se z **devíti členů**⁷¹, které volí Poslanecká sněmovna. Na základě návrhu organizací a sdružení, které se zabývají kulturními, regionálními, sociálními, odborovými, zemědělskými, náboženskými, vzdělávacími, vědeckými, ekologickými a národními zájmy a v těchto organizacích jsou zastoupeny významné názorové proudy regionální, politické, sociální a kulturní. Členové jsou voleni na 6 let maximálně na dvě funkční období a každé dva roky je volena jedna třetina. Člen Rady musí být způsobilý k právním úkonům, mít trvalý pobyt na území České republiky a být bezúhonný. (§ 4)

Funkce je neslučitelná podle § 5 zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, s funkcemi prezident republiky, poslanec, senátor, člena vlády, soudce, státní zástupce, člena Nejvyššího kontrolního úřadu, člena bankovní rady České národní banky, Veřejného ochránce práv, s jakoukoliv funkcí ve veřejné správě, člena Rady České televize, člena Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, člena Rady České tiskové kanceláře, s funkcí generálního ředitele České televize a s funkcí člena dozorčí rady České televize nebo člena dozorčí komise Českého rozhlasu. Dále nesmí zastávat žádnou funkci v politických stranách nebo v politických hnutích, společenských organizacích a sdruženích, občanských iniciativách a podobně, ani nesmí jejich jménem vystupovat nebo působit v jejich prospěch nebo ve prospěch jiných skupinových zájmů při výkonu své funkce v Radě. Nesmí být členem společnosti, která působí v oblasti hromadných společenských prostředků, ani zastupovat její obchodní zájmy, které by mohly ovlivňovat jeho nestrannost. Člen Rady a osoba jemu blízká nesmí mít žádný majetkový prospěch z provozování rozhlasového vysílání a tyto osoby nesmí být v pracovněprávním vztahu s Českým rozhlasem až dva roky od ukončení členství.

Poslanecká sněmovna **odvolá člena** za předpokladu, že neplnění výše zmíněný § 5, člen přestane být nezávislý nebo nestranný, poškodí závažným způsobem důstojnost

⁷¹ Členové Rady Českého rozhlasu: **Mgr. Hana Dohnálková, dipl. um.** – předsedkyně od 27. 4. 2016; členka od 26. 3. 2014, **PhDr. Jiří Vejvoda** – místopředseda a tiskový mluvčí od 27. 4. 2016; člen od 26. 3. 2014, **Bc. Tomáš Kňourek** – místopředseda od 27. 4. 2016; člen od 19. 2. 2013, **Ing. Miroslav Dittrich** – člen od 18. 1. 2017, **Th.Mgr. Ervín Kukuczka** – člen od 8. 6. 2011, **doc. PhDr. Michal Stehlík, Ph. D.** – člen od 8. 6. 2011, **PhDr. Petr Šfařík** – člen od 20. 6. 2012, **Bc. Ivan Tesař** – člen od 8. 6. 2011, **Ivan Vodochotský** – člen od 14. 5. 2014. Zdroj: Rada Českého rozhlasu: Členové rady. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/clenove>.

funkce člena Rady Českého rozhlasu nebo svou funkci nevykonává déle než 3 měsíce. (§ 6 odst. 2)

Působnost Rady spočívá ve jmenování a odvolávání generálního ředitele, schvalování rozpočtu, kontrolování plnění rozpočtu, schvalování závěrečného účtu, schvalování Statutu Českého rozhlasu, vytváření Kodexu Českého rozhlasu, který musí schválit Poslanecká sněmovna, rušení nebo zřizování rozhlasových studií na základě návrhu generálního ředitele, řešení stížností týkajících se generálního ředitele, dohlížení na dodržování úkolů veřejné služby, schvalování plánů programových, technických a ekonomických a určování mzdy generálního ředitele. Povinností Rady je předložení Výroční zprávy o činnosti a hospodaření Českého rozhlasu Poslanecké sněmovně. Financování Rady Českého rozhlasu je hrazeno ze zvláštní výdajové položky Českého rozhlasu.⁷² (§ 8)

3.2.7.3 Dozorčí komise Českého rozhlasu

Dozorčí komise je poradním orgánem Rady Českého rozhlasu ve věci kontroly hospodaření a musí je upozorňovat na nedostatky a navrhnout případná řešení. Sledují hospodárnost a účelnost při vynakládání finančních prostředků a majetku Českého rozhlasu.

Členové⁷³ jsou voleni Radou Českého rozhlasu na dva roky s maximální působností dvě členská období po sobě jdoucí. Dozorčí komise se skládá z pěti členů, kteří vykonávají veřejnou funkci. Členové volí svého předsedu a místopředsedu, a také ho odvolávají.

Dozorčí rada vyhotovuje každé čtvrtletí písemnou zprávu o hospodaření rozhlasu pro Radu Českého rozhlasu. Zpráva je využita jako podklad pro Výroční zprávu o hospodaření Českého rozhlasu. **Členové mohou** nahlížet do všech písemností a účetních dokladů a mohou požadovat i písemná vysvětlení po zaměstnancích Českého rozhlasu. **Povinnost člena** dozorčí komise je mlčenlivost i po skončení funkčního období. Předseda Rady Českého rozhlasu může zbavit mlčenlivosti člena dozorčí komise.⁷⁴

⁷² Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů.

⁷³ Členové dozorčí komise: **Mgr. Ing. Filip Hejl** – předseda od 13. 2. 2017; člen od 1. 2. 2017, **Mgr. Robert Cholenský, Ph.D.** – místopředseda od 13. 2. 2017, člen od 1. 2. 2015, **JUDr. Jakub Chytil** – člen od 1. 2. 2015, **Ing. Lu'bica Mocková** – členka od 1. 2. 2017, **Ing. Marek Vích** – člen od 1. 2. 201. Zdroj: Dozorčí komise: Členové. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/komise>.

⁷⁴ § 8a zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů.

3.2.8 Financování Českého rozhlasu

Český rozhlas je financován rozhlasovými poplatky podle zvláštního právního předpisu, příjmy z vlastní podnikatelské činnosti a vysílání do zahraničí hradí Česká republika ze státního rozpočtu. (§ 10) Finanční zdroje využívá k plnění svých úkolů viz kapitoly 3.2.2 Statut Českého rozhlasu a 3.2.3 Kodex Českého rozhlasu.⁷⁵ (§ 11 odst. 2)

3.2.8.1 Rozhlasové poplatky

V České republice je rozhlasový poplatek vybírán od držitelů rozhlasového přijímače a slouží k částečné⁷⁶ úhradě provozu vysílání. Tato platba je stanovena s cílem zajištění nezávislosti Českého rozhlasu na státním rozpočtu.⁷⁷

Rozhlasové poplatky dále upravuje zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích, který stanovuje předmět poplatků, poplatníka, výši a způsob úhrady.

Za rozhlasový přijímač se považuje zařízení, které umí reprodukovat rádiové vlny v určeném rozhlasovém pásmu, i když je upraveno k jinému účelu. Za rozhlasový přijímač k individuálnímu poslechu se platí rozhlasový poplatek. Vyjma zařízení určených ke kontrole, muzejních exemplářů zapsaných v centrální evidenci sbírek a neoddělitelných mobilních telekomunikačních zařízeních. (§ 2)

Poplatníkem se stává fyzická nebo právnická osoba, která drží rozhlasové zařízení alespoň měsíc a nemusí být jeho vlastníkem. (§ 3) Osoba to musí oznámit Českému rozhlasu do patnácti dnů od vzniku této skutečnosti. (§ 8 odst. 2) Pokud osoba drží více přijímačů, platí poplatek z jednoho přijímače. Osoby žijící ve společné domácnosti s poplatníkem neplatí rozhlasový poplatek. (§ 5)

Fyzická osoba, která podniká a využívá rozhlasové zařízení k podnikání nebo v souvislosti s ním platí rozhlasový poplatek za tyto zařízení. **Právnická osoba** platí poplatek za každé rozhlasové zařízení. (§ 5)

⁷⁵ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů.

⁷⁶ Podíl výnosu z rozhlasových poplatků na celkovém výnosu od roku 2010:

90 % (1,97 mld. Kč) - 2010, 90 % (1,96 mld. Kč) - 2011, 90 % (1,95 mld. Kč) - 2012, 86 % (2,00 mld. Kč) - 2013, 91 % (2,01 mld. Kč) - 2014, 91 % (2,03 mld. Kč) - 2015 [zaokrouhleno]. Zdroj: Dokumenty Rady ČRo: Výroční zprávy Rady ČRo o hospodaření Českého rozhlasu pro příslušné roky. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty> a průměr pro veřejnoprávní média v EBU činní pro rok 2015 **78,4 %** Zdroj: EBU. FUNDING OF PUBLIC SERVICE MEDIA 2016: PUBLIC VERSION, s. 8. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Funding%20of%20PSM%202016%20-%20Public%20Version.pdf>.

⁷⁷ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*, s. 207, 208.

Výše poplatku⁷⁸ je stanovena na **45 Kč**⁷⁹ za rozhlasové zařízení. (§ 6)

Od poplatku jsou osvobozeni zastupitelské úřady České republiky, cizinci bez trvalého pobytu, provozovatelé ze zákona, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, držitelé licence k provozování rozhlasového vysílání, osoby s oboustrannou nebo praktickou hluchotou a školy zapsané ve školském rejstříku. Dále fyzické osoby nebo skupiny ve společné domácnosti, které nedosahují čtvrtletně příjmu 2,15násobku životního minima. (§ 4)

Odhlášení poplatníka je možné v případě, že přestal splňovat zákonné požadavky na poplatníka.

Správce evidence rozhlasových poplatků je Český rozhlas, pokud nezmocní pověřenou osobu pro vedení této činnosti.⁸⁰ (§ 8)

Úkoly veřejné služby zapříčiňují vznik veřejnoprávních vysílatelů, ale i poplatků, protože je nutné zajistit financování institucím oddělených od státu. Při vysokém poplatku by docházelo k zamezení přístupu k informacím a při nízkém poplatku k nenaplnění veřejné služby. Za chybu lze považovat nezapojení nezávislého odborníka při stanovování výše poplatku a nedefinování zákonné úpravy, která by se zabývala navyšováním poplatků.⁸¹

⁷⁸ Průměr poplatku v roce 2015 pro veřejnoprávní média v oblasti působnosti EBU byl **7,37 EUR** na domácnost. Zdroj: EBU. FUNDING OF PUBLIC SERVICE MEDIA 2016: PUBLIC VERSION, s. 10. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Funding%20of%20PSM%202016%20-%20Public%20Version.pdf>.

⁷⁹ Změny poplatku po roce 1989: **20 Kčs** – od 1. 4. 1991, **25 Kč** – od 1. 4. 1995, **37 Kč** – 1. 7. 1997, **45 Kč** – 1. 1. 2008. Zdroj: Přehled vývoje koncesionářských poplatků a počtu koncesionářů. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/olomouc/ostanici/zprava/prehled-vyvoje-koncesionarskych-poplatku-a-poctu-koncesionaru--1427138>.

⁸⁰ Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

⁸¹ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*, s. 218.

3.2.8.2 Podnikatelská činnost

Podnikatelskou činnost smí Český rozhlas vykonávat v souladu s právními předpisy pro podnikatelskou činnost a musí být v souladu s jeho činností a nesmí ohrozit úkoly, které musí plnit ze zákona. Český rozhlas může nabízet vysílací čas pro reklamu, sponzoring a teleshopping.⁸² Maximální délka reklamy a teleshoppingu na celoplošných stanicích je 3 minuty denně a 5 minut na stanicích místního okruhu. Stanice určená ke zpravodajství a publicistice podle § 3 odst. 1 písm. b) zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, nesmí zařazovat do vysílání reklamu. Pouze v případě přímého spojení s vysíláním kulturních nebo sportovních událostí, které to vyžadují k získání práv. Reklama, která je spojená s pořady, zbožím a službami Českého rozhlasu, se nezapočítává do omezeného reklamního času.⁸³

Další podnikatelskou činnost nalezneme na webových stránkách v podobě pronájmu nahrávacích studií, přenosových vozů či zapůjčení zvukové techniky.⁸⁴

Při zrušení podnikatelské činnosti Českého rozhlasu by došlo k navýšení potřeby rozhlasového poplatku.⁸⁵

⁸² POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*, s. 205.

⁸³ § 51 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

⁸⁴ OBCHODNÍ ODDĚLENÍ. Reklama a obchod: Pronájem. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/reklama/pronajmy/>.

⁸⁵ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*, s. 218.

3.3 Soukromé rozhlasové stanice

Vznikají na základě speciálního podnikatelského oprávnění, které se nazývá „licence“. Subjekty označujeme jako provozovatelé s licencií nebo soukromoprávní, soukromí a komerční vysílatelé. Licence opravňuje držitele k provozování rozhlasového nebo televizního vysílání.⁸⁶ O licenci může požádat právnická nebo fyzická osoba. Žadatel o udělení licence nemusí prokazovat odbornou způsobilost.⁸⁷

3.3.1 Licenční řízení

Licence je udělována podle 3. části hlavy I zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Licenci uděluje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ve správním řízení, které se nazývá licenční řízení. Žadatel musí splňovat předpoklady pro udělení licence a doručit svou žádost ve stanovené lhůtě. Udělená licence je platná osm let a lze jednou prodloužit. Licenční řízení se provádí z důvodu omezenosti zdrojů, v podobě omezené velikosti kmitočtového pásma.⁸⁸

O licenci může požádat **fyzická nebo právnická osoba** a musí splňovat podmínky pro podnikání v České republice podle obchodního zákoníku. Osoba, která nemá trvalý pobyt nebo organizační složku na našem území, musí ustanovit zástupce, který jedná jejím jménem. (§ 3a)

Žadatel musí být bezúhonný a nesmí být pravomocně odsouzen za trestný čin spáchaný úmyslně. Dále nesmí mít majetek v likvidaci nebo v úpadku, daňové nedoplatky, nedoplatky na veřejném zdravotním pojištění a sociálním pojištění a zrušenou licenci nebo registraci v posledních pěti letech.⁸⁹ (§ 13 odst. 3) Fyzická osoba musí mít být zletilá a mít trvalý pobyt na území České republiky. Právnické osoby musí mít formu obchodní společnosti a svou činnost provádět soustavnou činností, samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Konkrétně se jedná o veřejnou obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným a akciovou společnost s transparentní⁹⁰ strukturou.⁹¹

⁸⁶ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 76.

⁸⁷ POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*, s. 125.

⁸⁸ Tamtéž, s. 124-130.

⁸⁹ Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

⁹⁰ Rozhodnutí městského soudu v Praze, sp. Zn. 10 Ca 423/2009, ze dne 6. 10. 2009.

⁹¹ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 78, 79.

V žádosti o licenci musí být uvedené charakteristické znaky k identifikaci žadatele. Dále v případě právnických osob identifikační údaje o společnících, členech statutárního nebo kontrolního orgánu, výše základního kapitálu, vklady jednotlivých společníků a jejich hlasovací práva. Údaje týkající se charakteristiky programu jako název programu, čas a územní rozsah vysílání, programová charakteristika stanice, obchodní plán a množství prostředků k zajištění vysílání. (§ 14 odst. 1)

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání **zahájí licenčního řízení** ze svého podnětu nebo z podnětu uchazeče o licenci. K zahájení řízení je nutné stanovisko Českého telekomunikačního úřadu, který se vyjádří k územnímu rozsahu vysílání. Pokud to stanovisko umožňuje, musí Rada zahájit licenční řízení do 30 dnů od obdržení tohoto stanoviska. (§ 15 odst. 1) Pro celoplošné vysílání Rada pro rozhlasové a televizní vysílání stanoví základní požadavky na programovou specifikaci. (§ 15 odst. 2)

Ve **veřejném slyšení** žadatelé navrhnou znění licenčních podmínek a dochází k projednání programové skladby. Konání veřejného slyšení nařizuje předseda Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. Z veřejného slyšení se pořizuje záznam zvukový a písemný, v němž jsou zaznamenány návrhy, stanoviska a vystoupení jednotlivých účastníků řízení.⁹² (§ 16)

K rozhodnutí o udělení licence dochází na neveřejném zasedání. Účastníci jsou písemně informováni o udělení či neudělení licence s odůvodněním a popsány kritérii, které vedly k rozhodnutí. Na udělení licence není právní nárok, ale účastníci se mohou dovolat k soudu, pokud by došlo k porušení pravidel a procesních postupů pro udělení licence. Licence je platná dnem nabytí právní moci a provozovatel rozhlasového vysílání musí do 180 dnů začít vysílat. Převod licence na jiný subjekt není možný, pouze za předpokladu převodu z fyzické osoby na právnickou, ve které má fyzická osoba stoprocentní majetkový podíl.

Po dobu trvání licence je po vysílateli vyžadováno plnění slíbených kritérií a programu, které byly při licenčním řízení stanoveny. Vysílatel může požádat o změnu Radu pro rozhlasové a televizní vysílání, která posoudí adekvátnost změn. Změna nesmí vést k popření výsledků licenčního řízení.⁹³

⁹² Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

⁹³ POUPEŘOVÁ, Olga. *Regulace médií*, s. 126-135.

3.3.1.1 Posuzovaná kritéria při výběru účastníka licenčního řízení

U žadatelů o licenci se hodnotí především ekonomická připravenost, organizační připravenost, technická připravenost a dosavadní výsledky v podnikání v této oblasti.⁹⁴

Hodnocená **ekonomická kritéria** lze shrnout do ekonomické stability, zdraví, postavení, pověsti a věrohodnosti žadatele. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání hodnotí především kapitál žadatelů, strukturu kapitálu, předešlou existenci uchazeče, množství dostupných investičních prostředků a poměr mezi zdroji vlastními a cizími. Zdrojem pro hodnocení jsou údaje ze zákona požadované od žadatelů, veřejné databáze jako jsou obchodní rejstříky, katastr nemovitostí, registr ekonomických subjektů, internetové zdroje dlužníků, živnostenský rejstřík a další. Na základě těchto údajů se stanovuje základní ekonomický rating a připravenost žadatele k zahájení vysílání ke stanovenému termínu.

V **organizační připravenosti** se hodnotí navrhovaná organizační struktura společnosti a personální zajištění vysílání. Dále smluvní zajištění vysílání v podobě uzavřených smluv, budoucích a připravených k podpisu. Zdrojem údajů jsou především skutečnosti známé Radě pro rozhlasové a televizní vysílání plynoucí z její činnosti a dodané údaje žadatelů.

V **technickém hodnocení** se hodnotí technické prostředky k zajištění vysílání, kterými žadatel disponuje nebo má nasmlouvané a předchozí zkušenosti v rozhlasovém vysílání. Hodnotí se transparentnost vlastnických vztahů, přínos programové skladby, přínos vlastní tvorby a schopnost žadatele zajistit kulturní rozvoj národní, menšinový a etnický. Transparentnost se hodnotí nejenom z pohledu ekonomického, ale také z politického a mocenského, aby nemohlo dojít ke zneužití moci média. Program se hodnotí především z hlediska obohacení stávající nabídky a na základě požadavků posluchačů. Žadatelův záměr pokrýt určitý druh menšin se hodnotí z hlediska početnosti menšiny a aktuálního stavu pokrytí. Dále se u vysílání určeného menšinám hodnotí způsob oslovení, žánr stanice, zapojení menšiny do přípravy programu a zastoupení ve vysílání.

Na základě dílčích hodnocení je stanoveno **komplexní hodnocení** žadatele, kde jsou stanoveny oblasti, ve kterých žadatel splňuje, nebo nesplňuje požadavky pro udělení licence.⁹⁵

⁹⁴ § 17 odst. 1 písm. a zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

3.3.2 Organizační struktura

Struktura komerčních rozhlasových stanic odráží jejich cíle, tedy tvorbu zisku. Hlavními znaky oproti veřejnoprávnímu médiu je menší počet řídicích pracovníků, důraz na zpětnou vazbu od posluchačů z hlediska finančních cílů, delegování odpovědnosti na nižší organizační strukturu a pružnost, iniciativu a kreativitu pracovníků.

Komerční stanice mají silné marketingové oddělení s výkonnými a tvořivými pracovníky, kteří mají za úkol zajistit přísun finančních prostředků. Na druhé straně stojí finanční a administrativní oddělení, ze kterého jsou peníze odváděny v podobě nákladů, platů, a honorářů. Generální ředitel kontroluje dodržování cílů a tvorbu zisku.⁹⁶

3.3.3 Programová skladba vybraných rozhlasových stanic

Při žádosti o licenci na rozhlasové vysílání Rada pro rozhlasové a televizní vysílání stanoví požadavky na základní programovou skladbu, která bude převažovat ve vysílání daného subjektu. Stanovení programové skladby je problematické, vzhledem k délce udělované licence. Preference posluchačů se mění a vysílání z 90. let by dnes neuspělo na rozhlasovém trhu.⁹⁷

3.3.3.1 Vybrané rozhlasové stanice na základě denní poslechového

Rádio Impuls

Cílem rozhlasové stanice je informovat a bavit moderním, inteligentním a živým způsobem. Posluchačům naslouchat, poskytovat jim současnou českou hudbu a zprávy podávat současným a zajímavým stylem.⁹⁸ V licenčních podmínkách je stanice definována jako celoplošná zpravodajská, informační a hudební rádiová stanice se zaměřením na českou hudební produkci z 65 % celkové hudební reprodukce. Poměr hudební složky není exaktně stanoven, různě se vyvíjí dle času vysílání, ale neklesá pod 50 % vysílacího času. Zpravodajský servis poskytuje

Obrázek č. 10 Logo Rádio Impuls



Zdroj: Oficiální webové stránky
Rádia Impuls

⁹⁵ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 85-90.

⁹⁶ STOLIČNÝ, Peter. *Management mediálních procesů*, s. 117-119.

⁹⁷ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*, s. 81, 82.

⁹⁸ O nás: CO JE RÁÁÁÁADIO?. Dostupné z: <http://www.impuls.cz/info/o-nas/>.

rozhlasová stanice v čase od 5 do 20 hodin, alespoň jednou za hodinu. Celkový podíl mluveného slova je stanoven na 20 až 25 % za 24 hodin, původně hodnota dosahovala 42 % ve vysílání od 5 ráno do 20 hodin.⁹⁹

Frekvence 1

Čtyřiadvacetihodinová celoplošná rozhlasová stanice s všeobecným zaměřením na zábavu a informace. Především zaměřená na rodinu v cílové skupině 29 až 49 let. Snahou stanice je pokrýt svojí nabídkou všechny občany České republiky a vyhnout se upřednostňování velkých měst. Hudební program stanice je zaměřený na hity z 60. až 80. let, ale v nabídce nalezneme i aktuální díla. Z celkového hudebního vysílání zaujímá česká produkce 40 %. Zpravodajství pokrývá formou ranního, odpoledního, večerního informování a pravidelného hodinového servisu v čase od 9 až 16 hodin. Stanice pravidelně zve hosty do studia, aby byla zachována názorová rozmanitost. Používaná čeština je definována jako přátelská, přirozená a dobrá.¹⁰⁰

Obrázek č. 11 Logo Frekvence 1



Zdroj: Oficiální webové stránky Frekvence 1

Evropa 2¹⁰¹

Hudební rozhlasová stanice zaměřená na cílovou skupinu posluchačů ve věku 20 až 35 let. Hudební program reflektuje současné hity středního proudu a je doplněn o hity z 80. a 90. let. Program doplňují zpravodajské vstupy, kulturní a informační rubriky. Zpravodajství je aktuální, rychlé, stručné a zaměřené na cílovou skupinu posluchačů. Z toho vychází i forma podání, která se prezentuje jako dynamická, srozumitelná bez použití agenturního jazyka. Specifickým prvkem stanice jsou

Obrázek č. 12 Logo Evropa 2



Zdroj: Oficiální webové stránky Evropy 2

⁹⁹ RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Rádio Impuls. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/12127.pdf>.

¹⁰⁰ RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Frekvence 1. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/8655.pdf>.

¹⁰¹ Pozn. autora: Evropa 2 je někdy chybně označována za celoplošnou stanici, ale funguje v režimu programové sítě viz kapitola 3.1.3 Druhy rozhlasového vysílání, protože není možné, aby jeden majitel provozoval více než jednu analogovou rozhlasovou stanici viz kapitola 3.3.5 Zajištění plurality informací.

vysílací lokální okna s celkovou délkou 80 minut na vysílání od 6 do 18 hodin, kdy vstupují do vysílání lokální informace a reklama daného regionu.¹⁰²

Rádio BLANÍK

Rádio Blaník je dvacetičtyřhodinová hudební stanice působící regionálně. Informuje o aktualitách a životě v daném regionu. Hudební obsah je směřován na dospělou populaci ve věku 20 až 39 let. Hudební program v ranních a dopoledních hodinách nepřesahuje 90 % a ve večerních hodinách se dostává až k 95 %. Cílem zpravodajství stanice je věnovat se regionálním informacím a nekonkurovat celoplošným stanicím. Mluvené slovo má podíl na raním vysílání 15 % až 20 %, odpoledním 7 % až 10 % a dopoledním 6 % až 9 %.¹⁰³

Obrázek č. 13 Logo Rádio Blaník



*Zdroj: Oficiální webové stránky
Rádio BLANÍK*

Radio Beat

Lokální hudební stanice s dvacetičtyřhodinovým vysíláním s cílovou skupinou posluchačů v rozmezí 35 až 55 let. Hudební složka je složena z historických a nových nahrávek se zaměřením na rockovou hudbu, z toho je 10 % české tvorby. Zpravodajství stanice není rozsáhlé, ale je přesné, výstižné a přehledné. Rádio Beat klade důraz na sportovní zpravodajství, protože cílová skupina je tvořena především mužskou populací. Zprávy vysílá v pracovní dny jednou za hodinu, v časech od 6 do 10 hodin a od 14 do 18 hodin. Podíl mluveného slova dosahuje 10 % v čase vysílání od 6 do 18 hodin.¹⁰⁴

Obrázek č. 14 Logo Rádio Beat



*Zdroj: Oficiální webové stránky
Rádía Beat*

¹⁰² RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: EVROPA 2. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/7966.pdf>.

¹⁰³ RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Blaník 95 FM. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/6277.pdf>.

¹⁰⁴ RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Rádio Zeppelin (Radio Beat). Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/5987.pdf>.

Country radio

Obrázek č. 15 Logo Country rádio

Jedná se o čtyřiaadvacetihodinovou hudební stanici se zaměřením na country, folk a podobné žánry. Především české country, americké country, americký protestsong, folk, trampská hudba, gospel, folklor a rock. Z hudebního programu zaujímá česká produkce 60 % vysílacího času a 40 % zahraniční produkce. Zpravodajství má spíše doplňkový charakter k hudbě, probíhá v ranních hodinách každou půl hodinu od 6 do 9 hodin a odpoledních hodinách každou hodinu od 15 do 18 hodin. Mluvené slovo má působit klidně a přirozeně a ve vysílání je s podílem 8 %. Hlavní cílovou skupinou jsou lidé ve věku 25 až 49 let s poměrným zastoupením mužů i žen.¹⁰⁵



Zdroj: Oficiální webové stránky Country rádia

3.3.3.2 Možný příjem vybraných soukromých stanic

Více o jednotlivých druzích příjmu v kapitole 3.2.6.2 Příjem rozhlasových stanic. Nalezené údaje o možném příjmu jednotlivých stanic jsou zobrazeny v tabulce č. 3 *Možné způsoby příjmu vybraných soukromých stanic*.

Tabulka č. 3 Možné způsoby příjmu vybraných soukromých stanic

Stanice Český rozhlas	Analogové vysílání	DVB-T	DAB	kabelová televize	satelitní televize	internet
Rádio Impuls	✓	-	✓	-	-	✓
Frekvence 1	✓	-	✓	✓	-	✓
Evropa 2	✓	-	✓	✓	-	✓
Rádio Blaník	✓	-	✓	✓	-	✓
Rádio Beat	✓	-	✓	✓	✓	✓
Country rádio	✓	-		✓	✓	✓

Zdroj: Oficiální webové stránky jednotlivých stanic¹⁰⁶; vlastní zpracování

¹⁰⁵ RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: COUNTRY RADIO. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/6510.pdf>.

¹⁰⁶ Pozn. autora: Některé údaje nelze dohledat z oficiálních webových stránek a často závisí na poskytovateli služby.

3.3.4 Přehled největších komerčních vysílatelů s nástinem jejich žánrů

Tabulka č. 4 Přehled největších komerčních vysílatelů rozhlasového vysílání prostřednictvím pozemních vysílačů a jejich obsahovým zaměřením

Společnost, vlastník nebo akcionář	Duck Sauce, SE IČO: 018 77 585	MEDIA BOHEMIA HOLDINGS LIMITED se sídlem na Kypru	LAGARDERE ACTIVE RADIO INTERNATIONAL se sídlem ve Francii	LAGARDERE ACTIVE RADIO INTERNATIONAL se sídlem ve Francii	Ing. MIROSLVA PÝCHA, dat. nar. 26. února 1957	AGROFERT, a.s. IČO: 261 85 610	MEDIA BOHEMIA HOLDINGS LIMITED se sídlem na Kyperských ostrovech	LAGARDERE ACTIVE RADIO INTERNATIONAL se sídlem ve Francii	MARTIN ČERNÝ, dat. nar. 19. ledna 1965	Podíl na základním kapitálu 50 % MEDIA BOHEMIA HOLDINGS LIMITED, 25 % PAVEL MICHAL, dat. nar. 8. října 1959, 25 % TOMÁŠ HASIL, dat. nar. 1. října 1961	Ing. MARTIN HOLÍK, dat. nar. 20. května 1960	GES GROUP HOLDING B.V. se sídlem v Nizozemské m království
Provozovatel	4S PRODUCTION, a.s.	AZ Rádio, s.r.o.	EVROPA 2, spol. s r.o.	Frekvence 1, a.s.	JOE Media s.r.o.	LONDA spol. s r. o.	MEDIA BOHEMIA a.s.	RADIO BONTON a.s.	Radio Černá Hora II. s.r.o.	Rádio Dobrý den, spol. s r.o.	RADIO PROGLAS s.r.o.	RADIO UNITED BROADCASTING s. r. o.
Název stanic	EXPRES FM	Hitrádio City	EVROPA 2	FREKVENCE 1	Rádio Sázava, HEY Radio	RÁDIO IMPULS, Rock Zone 105,9	Rádio BLANÍK, Fajn Radio Hity, Hitrádio, Fajn radio, Rock Radio, HELAX, City 93.7 FM, Rock Radio	Radio Bonton	RADIO ČERNÁ HORA	Rock Radio, Hitrádio FM	RADIO PROGLAS	SIGNÁL RÁDIO, RADIO 1, Kiss, Radio Beat, COUNTRY RADIO
Převažující druh vysílání	hudební, zábavné rádio	hudební stanice se zpravodajským servisem	hudební rádio	zábavně informační	hudební a zábavné rádio s informačním servisem	zpravodajské, informační a hudební rádio se zaměřením na českou produkci; hudební stanice s informačním servisem	převážně hudební stanice s různým zaměřením	hudební stanice	hudební stanice s lokálním zpravodajstvím	hudební rozhlasová stanice s informačním servisem; přátelské rádio pro široké spektrum posluchačů s důrazem na regionální informace	rodinné rádio s důrazem na křesťanské hodnoty	převážně hudební stanice s různým zaměřením

Zdroj: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a Ministerstvo spravedlnosti České republiky; vlastní zpracování

3.3.5 Zajištění plurality informací

Provozovatelé s licenci nesmějí provozovat více než jednu celoplošnou analogovou rozhlasovou stanici a ani se majetkově podílet na jiné celoplošné stanici nebo se s celoplošnými stanicemi slučovat. (§ 55) Podobné ustanovení platí i u digitálního vysílání s rozdílem maximální držby dvou licencí celoplošných stanic. (§ 55a)

Pokud je provozovatel s licenci držitelem více regionálních a místních stanic, nesmí vysílání těchto stanic pokrýt více než 300 %¹⁰⁷ obyvatel České republiky, to znamená, že se každý obyvatel započítává tolikrát, kolikrát je pokryt každou jednou rozhlasovou stanicí od tohoto provozovatele. Provozovatel s licenci se v podobě fyzické nebo právnické osoby může podílet majetkově na jiných regionálních a místních stanicích, ale musí být dodrženo výše uvedené pravidlo o pokrytí v maximálním rozsahu 300 % obyvatel. O množství pokrytých obyvatel se rozhoduje na základě posledního sčítání lidu.¹⁰⁸ (§ 56)

3.3.6 Financování soukromých stanic

Soukromí vysílatelé nemají žádné zákonné příjmy jako Český rozhlas a většinou získávají finanční prostředky na základě umístování reklamy¹⁰⁹ třetích stran ve svém vysílání. K posouzení ekonomické schopnosti vysílatele dochází již při udělování licence viz kapitola 3.3.1 Licenční řízení.¹¹⁰ Komerční vysílatelé mohou věnovat dennímu reklamnímu času maximálně 25 % vysílání.¹¹¹

¹⁰⁷ Zastoupení společností na trhu vzhledem k pokrytí obyvatel v roce 2015 [násobné pokrytí]:

GES GROUP HOLDING B.V. - 239,2 % (Country radio – 59,4%), **MEDIA BOHEMIA a.s. - 238,2 %** (Rádio BLANÍK – 65,4 %), **LAGARDERE ACTIVE RADIO INTERNATIONAL - 134 %** (Evropa 2 – 68,6 %). Zdroj: ČTÚ. Výpočet počtu obyvatel ČR pokrytých signálem rozhlasového vysílání. Dostupné z: http://www.rrtv.cz/files/106/RRTV_2601_2015-STR.pdf.

¹⁰⁸ Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁰⁹ Podíl tržeb za reklamní čas na výnosu z běžné činnosti [zaokrouhleno]:

Frekvence 1, a.s. – 94 % (113 mil. Kč) – 2015, 96 % (107 mil. Kč) – 2014; Evropa 2, spol. s r.o. – 91 % (98 mil. Kč) – 2015, 97 % (104 mil. Kč) – 2014; RADIO UNITED BROADCASTING, s.r.o. (Country radio, Radio Beat...) – **98 % (81 mil. Kč) – 2015, 99 % (85 mil. Kč) – 2014.** Zdroj: Veřejný rejstřík a Sbírka listin: Výroční zprávy jednotlivých společností pro příslušné roky. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>.

¹¹⁰ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo.*, s. 76.

¹¹¹ § 51 odst. 2 zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

3.4 Regulace obsahu rozhlasového vysílání

3.4.1 Svoboda projevu

Základním obsahovým tématem médií je svoboda projevu, která je v demokratické společnosti omezena právními limity. Svoboda projevu vychází ze základních lidských práv v podobě Listiny základních práv a svobod a Úmluvy o ochraně lidských práv a základních svobod.¹¹²

Úmluva o ochraně lidských práv říká, že všichni občané mají právo na svobodu projevu, mohou šířit a přijímat informace nebo myšlenky. Tyto hodnoty mohou být omezeny a sankcionovány v zájmu národní bezpečnosti, územní celistvosti, veřejné bezpečnosti, ochrany zdraví a morálky, ochrany pověsti, zabránění úniku důvěrných informací a zachování autority či nestrannosti moci soudní. Svoboda projevu není v rozporu s udělováním rozhlasových práv.¹¹³ V podobném duchu chrání čl. 17 **Listiny základních práv a svobod** a dále stanovuje, že každý má právo na ochranu svého jména, osobní cti, lidské důstojnosti a dobré pověsti. Nesmí být neoprávněně zasahováno do soukromého a rodinného života. Zakázáno je nezákonné shromažďování osobních údajů, zveřejňování nebo jejich jiné zneužití¹¹⁴

Svoboda projevu existuje s vnějšími limity v podobě zákonných předpisů a vnitřními v podobě odpovědnosti za tento projev, ale jedná se o kategorii právní než morální či filozofickou. Vnějšími limity upravuje především trestní zákoník a trestní řád, předpisy o ochraně osobnosti, předpisy upravující reklamu a další normy elektronických médií.

Demokratický stát stojí na pilířích pluralismu, tolerance a svobodomyšlnosti. Mezi možnosti svobody projevu patří i rozdílné, útočné a šokující názory a informace. Svobodný stát neklade překážky k projevovalí názorů, ale trest za nepatřičnost je po zveřejnění možný.

Svoboda dnešních médií spočívá v možnosti zveřejňování nepříjemných informací o nadnárodních korporacích, vládách a veřejných osobách. Nadnárodní korporace jsou

¹¹² ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo.*, s. 169.

¹¹³ čl. 10 úmluva č. 209/1992 Sb., o ochraně lidských práv a základních svobod.

¹¹⁴ čl. 10 usnesení č. 2/1993 Sb., o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součásti ústavního pořádku České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

mnohdy bohatší než státy a mají větší vliv. Demokracie není možná bez dobré informační sítě a bez svobodných informací.¹¹⁵

3.4.2 Cenzura

Cenzuru je nepřipustná.¹¹⁶ Ve smyslu zákona cenzuru definujeme jako **předběžnou kontrolu orgánů státní moci**, která je nepřipustná. Ale obsahovou kontrolu vedoucím pracovníkem před vydáním sdělení lze považovat za nutnou, vzhledem k odpovědnosti vydavatele za zveřejněný obsah. V některých případech může dojít k rozporu s jiným ústavně garantovaným právem nebo veřejným zájmem. Jednotlivé případy je nutné posuzovat individuálně podle principu proporcionality. Předběžný zákaz zveřejnění nějakého obsahu může být Ústavním soudem shledán za legitimní v konkrétních případech například ve věci dětské pornografie či vzhledem k obsahu publikace.¹¹⁷

Vznikají nové druhy cenzury bez legislativní úpravy „**demokratická cenzura**“, která spočívá v nadbytku informací. V důsledku toho dochází ke zkomolení informací a zkreslení. Moc cenzury přebírají distributoři informací v podobě obchodních společností, které mají za cíl především výdělek. Tlak konkurence zapříčiňuje honbu za senzacemi a rychlost je konkurenční výhodou, dochází k menšímu ověřování informací. Hodnotu informace určuje společenská zajímavost, sledovanost a emoční stránka sdělení.

Další druh cenzury je „**novinářská cenzura**“, která spočívá v kariérismu novinářů a nemožnosti dostatečně kritizovat novinářské kolegy. Podaná informace je pouze přebírána bez dostatečné objektivit. Obraz společnosti není tvořen demokraticky zvolenými politiky, ale novináři, kteří vytvářejí názory na politickou a společenskou situaci a nejsou nikomu odpovědní. Prostor pro diskusi poskytují média a určují, o čem se bude hovořit, kdo a s jakými argumenty. Pravda je to, co uznají média.¹¹⁸

¹¹⁵ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo.*, s. 170-174.

¹¹⁶ čl. 17 odst. 3 usnesení č. 2/1993 Sb., o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součásti ústavního pořádku České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

¹¹⁷ POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií.*, s. 168-171.

¹¹⁸ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo.*, s. 175-177.

3.4.3 Rada pro reklamu

Rada pro reklamu vznikla za účelem dodržování a stanovování etiky v reklamě. Funguje jako občanské sdružení a definuje, co je v propagaci mravné a co není. Vydává kodexy reklamní činnosti, provádí expertní činnost v reklamní etice a zřizuje Arbitrážní komisi k rozhodování ve sporech o reklamě.

Členem¹¹⁹ Rady může být organizace činná v médiích, marketingu nebo reklamě, zadavatel reklamy s významným postavením na reklamním trhu a organizace, která hájí zájmy spotřebitelů. Žadatel se stává členem na základě rozhodnutí Výkonného výboru, které musí být schváleno valnou hromadou na nejbližším zasedání, poté se žadatel stává řádným členem se všemi právy. Délka členství není omezena časem.

Valná hromada je nejvyšším orgánem Rady pro reklamu. Volí a odvolává orgány prezidenta, viceprezidenta, Arbitrážní komisi, Výkonný výbor a dozorčí komisi. Stanovuje Kodex reklamní činnosti. K rozhodnutí je zapotřebí většiny přítomných na valné hromadě.

Arbitrážní komise vydává nálezy na základě písmenných podnětů od občanů nebo z vlastního rozhodnutí, podnět nesmí podat člen Arbitrážní komise nebo státní orgán. Nálezy hodnotí, zda reklama není v rozporu s etickým Kodexem Rady pro reklamu. Arbitrážní komise nesmí posuzovat reklamy z hlediska zákona, ale pouze se zabývá etickým hlediskem na základě Kodexu pro reklamu. Proti nálezu není opravný prostředek a jednání je neveřejné. Členů je třináct a mohou to být členové Rady pro reklamu i jiné osoby s funkčním obdobím na dva roky s možností opětovného zvolení.¹²⁰

¹¹⁹ Členové Rady pro reklamu: Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace, Asociace komunikačních agentur, CET 21 spol s r.o., Česká bankovní asociace, Česká pojišťovna a.s., Česká televize, České sdružení pro značkové výrobky, Český rozhlas, Český svaz pivovarů a sladoven, ČEZ, a.s., Ferrero Česká s.r.o., FTV Prima, spol. s r.o., Nestlé Česko s.r.o., Pivovary Staropramen a.s., Plzeňský Prazdroj, a.s., Potravinářská komora ČR, Radiohouse, Raiffeisenbank a. s., Reklamní společnost McDonald's s.r.o., SAZKA a.s., Unie vydavatelů. Zdroj: Seznam členů. Dostupné z: <http://www.rpr.cz/cz/clenove.php>.

¹²⁰ ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo.*, s. 161-164.

3.4.4 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je **správní orgán**, který spravuje rozhlasové a televizní vysílání a audiovizuální mediální služby na vyžádání. **Hlavní úkol** je udělování licencí pro rozhlasové a televizní vysílání, evidence poskytovatelů audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání a regulace obsahu či udělování sankcí. Dohlíží nejenom na veřejnoprávní vysílatele, ale i na soukromé.¹²¹ Dále Rada pro rozhlasové a televizní vysílání kontroluje dodržování legislativy, vydává prováděcí předpisy, monitoruje obsah vysílání a spolupracuje s Českým telekomunikačním úřadem v rozsahu podle zvláštních právních předpisů. Návrhy a stanovisky se Rada podílí na vytváření státní politiky České republiky ve vztahu k vysílání a utváří koncepci pro zvýšení mediální gramotnosti. Spolupracuje s orgány Evropské unie, členskými státy a plní úkoly plynoucí ze členství v Evropské unii. (§ 5)

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se skládá z třinácti členů s funkčním obdobím na šest let s maximální působností dvě členská období po sobě jdoucí. Rada volí a odvolá předsedu a tři místopředsedy.¹²² (§ 7) Členy jmenuje a odvolává předseda vlády na základě návrhu Poslanecké sněmovny, tento systém návrhu je ojedinělý ve státní správě České republiky. Může docházet k politickým vlivům prostřednictvím tohoto systému. Odvolání člena je možné za předpokladu, že neplní podmínky pro funkci, nevykonává funkci řádně a nebo není nestranný či nezávislý.

Členem¹²³ **Rady** může být občan České republiky s trvalým pobytem v České republice, plně způsobilý k právním úkonům, bezúhonný a má alespoň 25 let. Požadavky na vzdělání a zkušenosti nejsou stanoveny.¹²⁴ Členství je neslučitelné s funkcí prezidenta republiky, poslance, senátora, člena vlády, člena Nejvyššího kontrolního úřadu, člena bankovní rady České národní banky, člena Rady České tiskové kanceláře, člena Rady České televize, člena Rady Českého rozhlasu, státního zástupce a soudce. (§ 7 odst. 9)

¹²¹ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií.*, s. 50.

¹²² Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

¹²³ Členové Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ke dni 27. 7. 2015: **Bc. Ivan Krejčí** – předseda od 2. 6. 2015; člen od 24. 5. 2015, **Mgr. Martin Bezouška** – místopředseda od 2. 6. 2015; člen od 24. 5. 2015, **Mgr. Václav Jehlička** – místopředseda od 2. 6. 2015; člen od 29. 6. 2011, **Ing. arch. Václav Mencl** – místopředseda od 27. 7. 2015; člen od 24. 5. 2015, **Mgr. Bc. Radka Burketová** – členka od 24. 5. 2015, **Mgr., MgA. Dana Jaklová** – členka od 24. 5. 2015, **Kasalová Jana, PhDr.** – členka od 30. 6. 2014, **Doc. JUDr. Ing. Daniel Novák, CSc.** – člen od 24. 5. 2015, **Ing. Marek Poledníček** – člen od 24. 5. 2015, **Mgr. Milada Richterová** – členka od 1. 10. 2012, **PhDr. Richard Svoboda, MBA** – člen od 6. 3. 2013, **Ing. Dagmar Zvěřinová** – členka od 27. 7. 2015. Zdroj: Členové Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.

Dostupné z: <http://www.rtv.cz/cz/static/o-rade/slozeni-rady/index.htm>.

¹²⁴ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií.*, s. 52-56.

Dále není členství slučitelné s členstvím v politických stranách a hnutích, funkcí ve sdělovacích prostředcích, audiovizí a reklamě a při dalších činnostech, které by mohly ohrozit nezávislost a nestrannost Rady pro rozhlasové a televizní vysílání podle § 7 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

K usnesení je zapotřebí, aby byla přítomna nadpoloviční většina členů a alespoň jeden místopředseda nebo předseda Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. Rada rozhoduje nadpoloviční většinou. V případech udělování, prodlužování a odnětí licence, a nebo zrušení registrace je zapotřebí rozhodnutí devíti členů.¹²⁵ (§ 8)

Proti rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání není přípustný rozklad ani jiný opravný prostředek, pouze je možná žaloba ke správnímu soudu, proto je potřeba nezávislosti této instituce.

Obecně je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání **nezávislý správní úřad**, který má největší množství formálních pojistek spolu s Úřadem pro ochranu osobních údajů. Příkladem může být kolegiální uspořádání, které spočívá v rozhodování úřadu na základě jednotlivých vůlí fyzických osob. Předpokládá se, že kolegium lze hůře zmanipulovat a rozhodnutí je bráno jako více nestranné.

Ale žádný správní úřad nemůže být absolutně nezávislý, protože musí být nějak financován a někým ustanoven. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je financována ze státního rozpočtu na základě zákona o státním rozpočtu, sama navrhuje Poslanecké sněmovně množství finančních prostředků. Poslanecká sněmovna nemusí návrh schválit, a proto je možné ovlivnit funkčnost úřadu z pohledu přidělených prostředků. V rámci hospodaření s přidělenými prostředky je rozhodování autonomní. Dále je rozsah volnosti Rady omezen parlamentem v podobě legislativy, kterou se musí řídit.¹²⁶

„Pokud mají média plnit svou roli hlídacích psů demokracie, musí být nezávislá, a pokud mají být nezávislá, pak i ten, kdo vykonává v této oblasti regulaci, musí být nezávislý.“¹²⁷

¹²⁵ Zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

¹²⁶ POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*, s. 66-68, 71, 83, 98, 99.

¹²⁷ Tamtéž, s. 219.

4 Vlastní práce

4.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo provedené **za pomoci webové stránky vyplnto.cz** v období od 13. 2. 2017 do 25. 2. 2017. Dotazník obsahuje **13 otázek**, z toho je první otázka filtrační a poslední čtyři identifikační, všechny otázky jsou uzavřené. Celkový počet respondentů byl 208, z toho bylo odfiltrováno 21 dotázaných, protože neposlouchají rozhlasové vysílání. Těmto respondentům nebylo umožněno odpovídat na otázky týkající se rozhlasového vysílání. Návratnost dotazníků byla 84,3 %.

4.1.1 Otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“

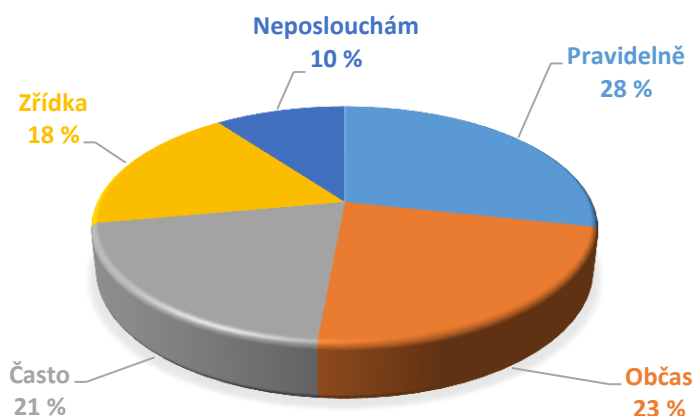
Z celkového počtu 208 respondentů většina uvedla, že alespoň někdy poslouchá rozhlasové vysílání, pouze 10 % neposlouchá. Otázka poskytovala posluchačům čtyři možné druhy odpovědi podle jejich četnosti poslechu. Druhy a četnost těchto odpovědí jsou uvedeny v tabulce č. 5 *Dotazník otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“*. Pokud bychom tyto hodnoty spojili do dvou skupin, dostáváme, že okolo 49 % (pravidelně, často) dotazovaných lidí rozhlasové vysílání poslouchá ve větší míře a 41 % (občas, zřídka) v menší míře.

Tabulka č. 5 Dotazník otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“

Otázka č. 1 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Pravidelně	59	28,37
Občas	48	23,08
Často	43	20,67
Zřídka	37	17,79
Neposlouchám	21	10,10
Celkem	208	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 4 Dotazník otázka č. 1 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo odfiltrovat respondenty na dvě skupiny. První skupinu tvořili respondenti, kteří poslouchají rozhlasové vysílání alespoň v omezené míře a u této skupiny určit rámcově četnost poslechu. Druhou skupinu tvořili respondenti, kteří neposlouchají rozhlasové vysílání.

4.1.2 Otázka č. 2 „Pomocí jakého zařízení nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“

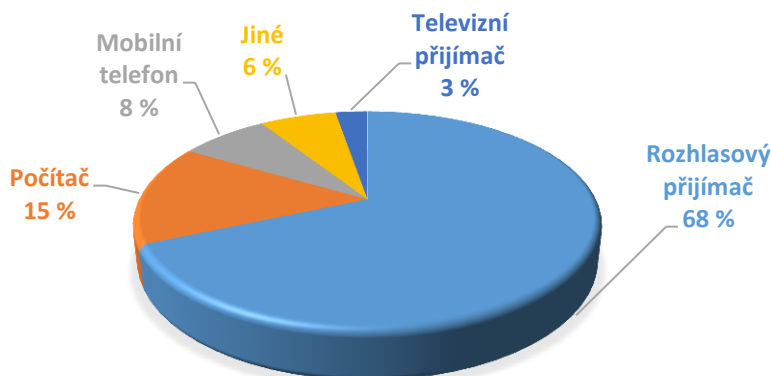
U druhé otázky celkový počet respondentů klesl z 208 na 187, protože následující otázky byly směřovány pouze na posluchače rozhlasového vysílání. Největší část 68 % respondentů uvedlo, že využívá k příjmu rozhlasového vysílání **rozhlasový přijímač** a druhým nejčastěji zmiňovaným zařízením byl **počítač** v 15% zastoupení. Poté následovaly odpovědi **mobilní telefon** 8 %, **jiné** 6 % a **televizní přijímač** s 3% zastoupením na celkovém dotazníkovém šetření.

Tabulka č. 6 Dotazník otázka č. 2 „Pomocí jakého zařízení nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“

Otázka č. 2 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Rozhlasový přijímač	128	68,45
Počítač	28	14,97
Mobilní telefon	14	7,49
Jiné	12	6,42
Televizní přijímač	5	2,67
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5 Dotazník otázka č. 2 „Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo nalezení nejčastěji využívaných zařízení k poslechu rozhlasového vysílání a tím i stanovení preferenční sítě, kterou posluchači využívají. Konkurenceschopnost subjektů lze zkoumat z pohledu možných druhů příjmu rozhlasového vysílání, protože poskytovatelé mohou využívat rozdílné sítě viz kapitola 3.2.6.2 Příjem rozhlasových stanic.

4.1.3 Otázka č. 3 „Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“

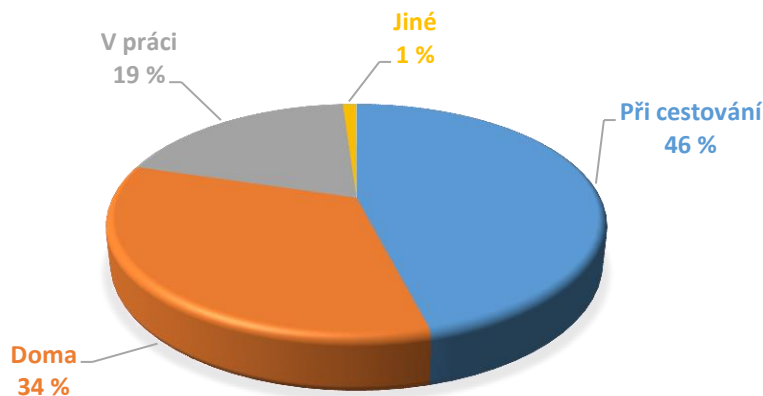
Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 46 % dotázaných posluchačů, rozhlasové vysílání poslouchá **při cestování**, 34 % **doma** a 19 % **v práci**. Dva respondenti uvedli odpověď **jiné** s 1% podílem na celkovém dotazníkovém šetření, tato odpověď je v celkovém hodnocení zanedbatelná.

Tabulka č. 7 Dotazník otázka č. 3 „Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“

Otázka č. 3 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Při cestování (např.: auto, vlak...)	86	45,99
Doma	63	33,69
V práci	36	19,25
Jiné	2	1,07
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 6 Dotazník otázka č. 3 „Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo zjistit, při jaké činnosti respondenti nejčastěji poslouchají rozhlasové vysílání a potažmo zjistit jejich soustředění na vysílání obsah. Ověřit tím poznatky z kapitoly 3.1.5 Specifika rozhlasové reklamy.

4.1.4 Otázka č. 4 „Jaké rozhlasové stanice preferujete?“

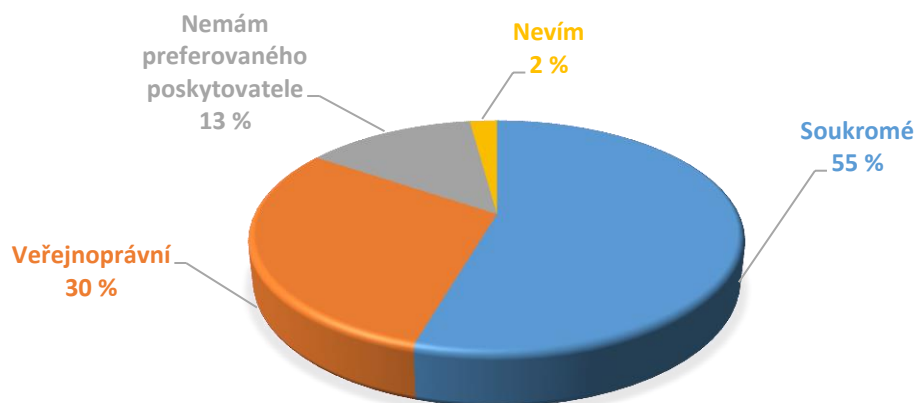
Více jak polovina, 55 % posluchačů **preferuje soukromé stanice** a 30 % dává přednost **veřejnoprávním stanicím**. Z celkového počtu respondentů uvedlo 13 %, že **nemá preferovaného poskytovatele** rozhlasového vysílání a 2 % označili odpověď **nevím**.

Tabulka č. 8 Dotazník otázka č. 4 „Jaké rozhlasové stanice preferujete?“

Otázka č. 4 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Soukromé (např.: Rádio Impuls, Frekvence 1, Evropa 2, Rádio Blaník...)	102	54,55
Veřejnoprávní (např.: Český rozhlas Radiožurnál, Dvojka, regionální stanice ČRo...)	56	29,95
Nemám preferovaného poskytovatele	25	13,37
Nevím	4	2,14
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 7 Dotazník otázka č. 4 „Jaké rozhlasové stanice preferujete?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo nalezení preferenčního poskytovatele rozhlasového vysílání a ověřit skutečnosti nalezené v teoretické části práce viz kapitola 3.1.4.1 Výzkum rozhlasového trhu.

4.1.5 Otázka č. 5 „Jaký typ programu posloucháte?“

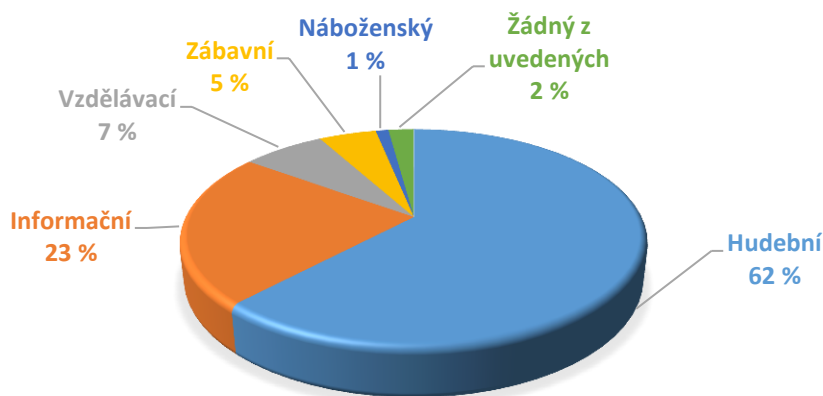
Z celkového počtu 187 respondentů, 116 uvedlo jako preferovaný program **hudební** s podílem 62 % na celkovém šetření. Druhým nejčastěji uváděným programem byl **informační** s podílem 23 %, zde je vidět rozdíl 39 %. Poté následovaly odpovědi **vzdělávací** 7 %, **zábavní** 6 %, **žádný z uvedených** 2 % a **náboženský** s 1% zastoupením na celkovém dotazníkovém šetření.

Tabulka č. 9 Dotazník otázka č. 5 „Jaký typ programu posloucháte?“

Otázka č. 5 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Hudební	116	62,03
Informační	43	22,99
Vzdělávací	13	6,95
Zábavní	9	4,81
Žádný z uvedených	4	2,14
Náboženský	2	1,07
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 8 Dotazník otázka č. 5 „Jaký typ programu posloucháte?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo nalezení preferenčního programu posluchačů a ověření otázky č. 4 z dotazníkového šetření. Tato otázka úzce souvisí s konkurenceschopností, protože existují určité legislativní požadavky na Český rozhlas, které byly nalezeny v teoretické části a na druhé straně je zde požadavek posluchačů na určitou programovou nabídku. Více o programové nabídce rozhlasových stanic v kapitolách 3.2.6 Druhy rozhlasových stanic a 3.3.3 Programová skladba vybraných rozhlasových stanic.

4.1.6 Otázka č. 6 „Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?“

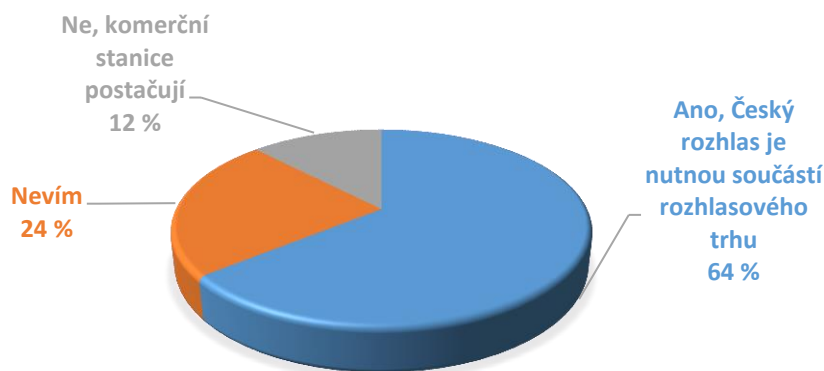
Většina respondentů uvedla, že vnímají **Český rozhlas jako důležitý prvek** na trhu s rozhlasovým vysíláním. Z celkového počtu 187 lidí se takto vyjádřilo 120, což je 64 %. Na otázku nedokázalo odpovědět 24 % dotázaných a pouze 12 % respondentů se domnívá, že **postačují soukromé stanice**.

Tabulka č. 10 Dotazník otázka č. 6 „Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?“

Otázka č. 6 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Ano, Český rozhlas je nutnou součástí rozhlasového trhu	120	64,17
Nevím	44	23,53
Ne, komerční stanice postačují	23	12,30
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 9 Dotazník otázka č. 6 „Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo posouzení důležitosti Českého rozhlasu či nadbytečnosti na rozhlasovém trhu z pohledu posluchačů. Částečně odpovědi mohou poukazovat na potřeby posluchačů a povědomí o poslání a náplni Českého rozhlasu jako veřejné služby.

4.1.7 Otázka č. 7 „Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?“

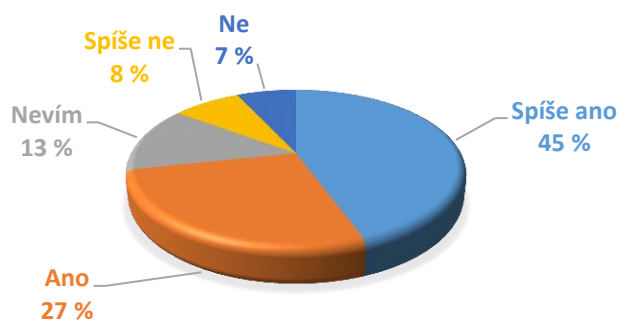
Respondenti nejčastěji uváděli odpověď **spíše ano** s podílem 44 % a **ano** s podílem 27 %. Domnívám se, že lidé, kteří uvedli odpověď **spíše ano** důvěřují rozhlasu, ale jsou si vědomy určitých rizik při zprostředkovávání informací. Pokud bychom tyto hodnoty spojily dohromady, dostáváme se téměř na 72 % důvěryhodnosti informací, které poskytuje Český rozhlas. Na druhé straně byli respondenti, kteří uvedli **spíše ne** 8 % a **ne** 7 %. Pokud aplikujeme stejnou logiku, dostáváme se na 15 % nedůvěry v Český rozhlas z hlediska poskytovaných informací. Zbýlých 13 % respondentů uvedlo odpověď **nevím**.

Tabulka č. 11 Dotazník otázka č. 7 „Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?“

Otázka č. 7 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Spíše ano	83	44,39
Ano	51	27,27
Nevím	25	13,37
Spíše ne	15	8,02
Ne	13	6,95
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 10 Dotazník otázka č. 7 „Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cíl této otázky vychází z poslání Českého rozhlasu. Legislativní předpisy stanovují informační povinnosti Českému rozhlasu, viz především kapitola 3.2.1 Veřejná služba. Důležité je nejenom naplňování těchto legislativních předpisů, ale i subjektivní pohled posluchačů na danou problematiku, protože rozhlas slouží především občanům.

4.1.8 Otázka č. 8 „Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)“

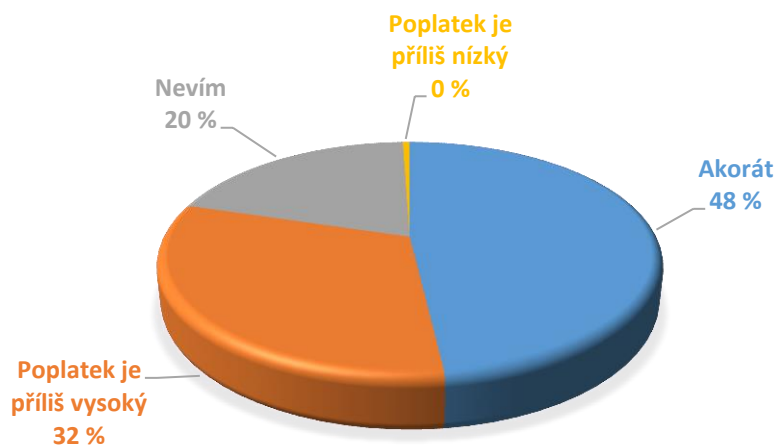
Ukázalo se, že 48 % respondentů **souhlasí s aktuální výší rozhlasového poplatku**, ale druhá nejčastěji zastoupená odpověď byla **poplatek je příliš vysoký** s podílem 32 %. Dotazovaní z 20 % nedokázali odpovědět na otázku a jeden respondent uvedl, že je **poplatek příliš nízký**.

Tabulka č. 12 Dotazník otázka č. 8 „Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)“

Otázka č. 8 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Akorát	90	48,13
Poplatek je příliš vysoký	59	31,55
Nevím	37	19,79
Poplatek je příliš nízký	1	0,53
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 11 Dotazník otázka č. 8 „Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo stanovení vnímání výše rozhlasového poplatku z hlediska posluchačů. Především z důvodu, že financování Českého rozhlasu je z největší části na tomto poplatku založené, viz kapitola 3.2.8 Financování Českého rozhlasu.

4.1.9 Otázka č. 9 „Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?“

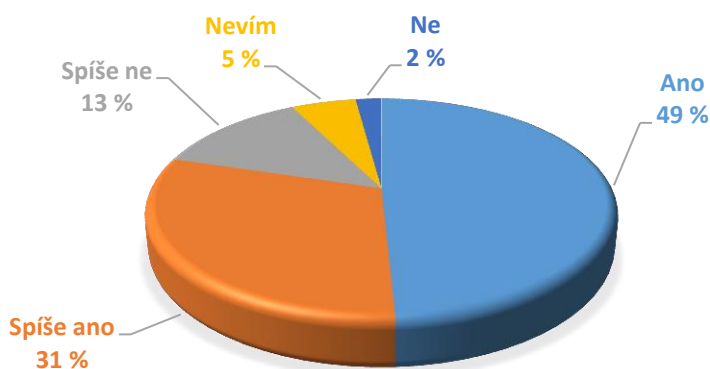
Většina posluchačů uvedla, že je reklama v rozhlasovém vysílání obtěžuje v podobě odpovědi **ano** s podílem 49 % a **spíše ano** s podílem 31 %. Celkově můžeme říci, že 80 % posluchačů vadí reklama v rozhlasovém vysílání. Odpověď **spíše ne** uvedlo téměř 13 % posluchačů a **ne** okolo 2 %, což by dohromady činilo 15 % respondentů, kterým v zásadě reklama ve vysílání nevadí. K otázce se nedokázalo vyjádřit deset respondentů s 5% podílem v dotazníkovém šetření.

Tabulka č. 13 Dotazník otázka č. 9 „Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?“

Otázka č. 9 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Ano	92	49,20
Spíše ano	57	30,48
Spíše ne	24	12,83
Nevím	10	5,35
Ne	4	2,14
Celkem	187	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 12 Dotazník otázka č. 9 „Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo zjistit, jak posluchači vnímají rozhlasovou reklamu ve vysílání, protože rozhlasová reklama je nejdůležitějším prvkem financování soukromých rozhlasových stanic. Z tohoto pohledu má legislativa v oblasti rozhlasové reklamy výrazný vliv na ekonomiku stanic a vzájemnou konkurenceschopnost.

4.1.10 Otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“

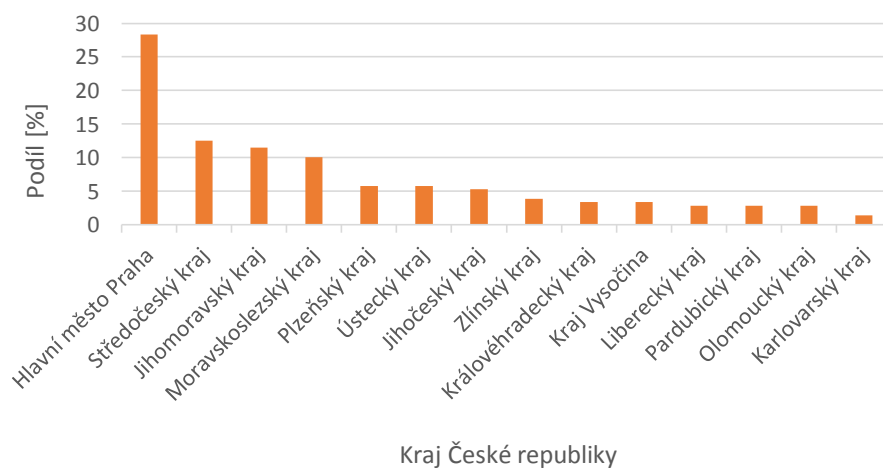
Následující otázky se týkaly identifikace respondenta. Z první identifikační otázky je patrné největší zastoupení **Hlavního města Prahy 28 %**, **Středočeského kraje 13 %**, **Jihomoravského kraje 12 %** a **Moravskoslezského kraje 10 %**. Další pořadí jednotlivých krajů je uvedeno v tabulce č. 14 *Dotazník otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“*.

Tabulka č. 14 *Dotazník otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“*

Otázka č. 10 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Hlavní město Praha	59	28,37
Středočeský kraj	26	12,50
Jihomoravský kraj	24	11,54
Moravskoslezský kraj	21	10,10
Plzeňský kraj	12	5,77
Ústecký kraj	12	5,77
Jihočeský kraj	11	5,29
Zlínský kraj	8	3,85
Královéhradecký kraj	7	3,37
Kraj Vysočina	7	3,37
Liberecký kraj	6	2,88
Pardubický kraj	6	2,88
Olomoucký kraj	6	2,88
Karlovarský kraj	3	1,44
Celkem	208	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 13 *Dotazník otázka č. 10 „V jakém kraji České republiky žijete?“*



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo stanovit zastoupení jednotlivých krajů v dotazníkovém šetření, aby bylo možné určit pokrytí obyvatel České republiky.

4.1.11 Otázka č. 11 „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“

Z výsledků je patrné, že největší zastoupení měli respondenti se **středoškolským vzděláním s maturitou** s podílem 42 % a **vysokoškolsky** vzdělání lidé s podílem 39 %. V menší míře byli zasaženi lidé se vzděláním **základním** v podobě 8 %, **středoškolsky vzdělání s výučním listem** 6 % a **vyšší odborné** vzdělání s podílem 5 %.

Tabulka č. 15 Dotazník otázka č. 11 „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“

Otázka č. 11 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Středoškolské s maturitou	87	41,83
Vysokoškolské	82	39,42
Základní	16	7,69
Středoškolské s výučním listem	12	5,77
Vyšší odborné vzdělání	11	5,29
Celkem	208	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 14 Dotazník otázka č. 11 „Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky byla identifikace respondentů a konkrétně zjištění dosaženého vzdělání a jejich podíl na dotazníkovém šetření.

4.1.12 Otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“

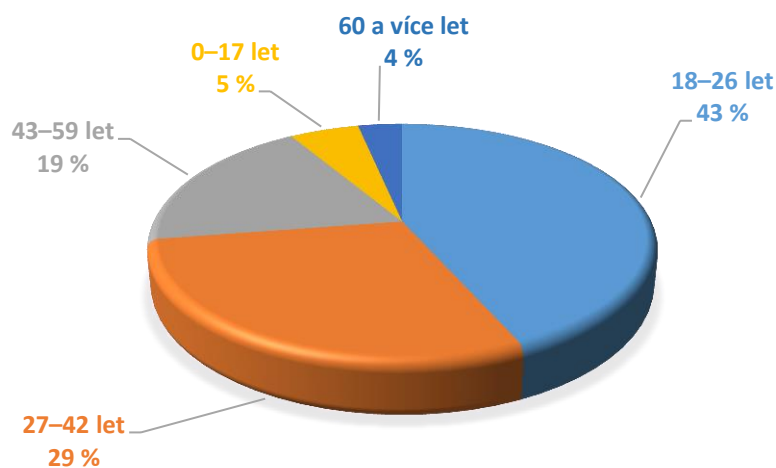
Největší počet respondentů 43 % tvořili lidé ve věku **od 18 do 26 let** a další nejpočetnější skupina byla ve věku **od 27 do 42 let** s podílem 29 % na celkovém dotazníkovém šetření. Další pořadí je uvedeno v tabulce č. 16 *Dotazník otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“*.

Tabulka č. 16 Dotazník otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“

Otázka č. 12 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
18-26 let	90	43,27
27-42 let	61	29,33
43-59 let	39	18,75
0-17 let	11	5,29
60 a více let	7	3,37
Celkem	208	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 15 Dotazník otázka č. 12 „Kolik Vám je let?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo zjištění zastoupení jednotlivých věkových skupin v dotazníkovém šetření.

4.1.13 Otázka č. 13 „Jaké je Vaše pohlaví?“

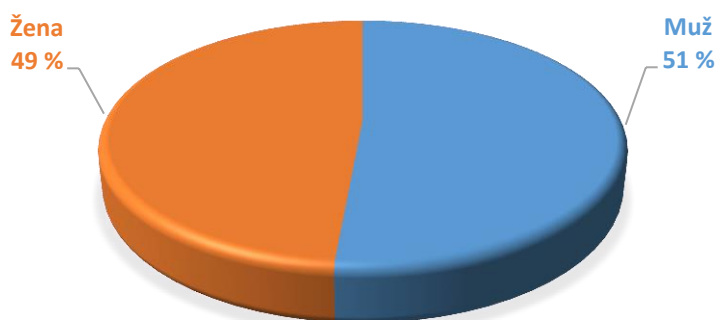
Dotazníkové šetření z pohledu genderové vyváženosti bylo **téměř spravedlivé**, mužů se zúčastnilo 107 a žen 101 s procentuálním podílem 51 % a 49 %.

Tabulka č. 17 Dotazník otázka č. 13 „Jaké je Vaše pohlaví?“

Otázka č. 13 - odpovědi	Počet	Podíl [%]
Muž	107	51,44
Žena	101	48,56
Celkem	208	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 16 Dotazník otázka č. 13 „Jaké je Vaše pohlaví?“



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem otázky bylo zjistit zastoupení jednotlivých pohlaví v dotazníkovém šetření.

5 Výsledky a diskuze

5.1 Charakteristika respondentů

Celkový počet respondentů byl 208 a z tohoto počtu 187 lidí odpovědělo, že alespoň někdy poslouchá rozhlasové vysílání, to je 90 %. Z hlediska zastoupení pohlaví byl dotazníkový průzkum vyrovnaný, protože pouze lehce převládali muži, konkrétně o 6 respondentů. Podle věku se šetření zúčastnili lidé především v rozmezí 18 až 26 let 43 %, 27 až 42 let 29 % a 43 až 59 let 19 %. Z toho lze odhadovat, že se zúčastnili především studenti a lidé v produktivním věku. Vzhledem k zastoupení především mladší generace může být šetření zkreslené. Nejvíce zastoupené vzdělání bylo středoškolského s maturitou 42 % a vysokoškolské 39 %. Je pravděpodobné, že tito lidé jsou lépe placeni, a proto může být otázka tykající se výše rozhlasového poplatku zkreslená. Podařilo se získat respondenty z každého kraje České republiky, ale nepodařilo se získat rovnoměrné zastoupení. Převládali respondenti z hlavního města Prahy 28 %, Středočeského kraje 13 %, Jihomoravského kraje 12 % a Moravskoslezského kraje 10 %. Rozdíl mezi Karlovarským krajem, který byl nejméně zastoupen a nejvíce zastoupeným krajem bylo 56 respondentů, což je více než jedna čtvrtina dotázaných.

5.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Nejzásadnější otázka celého šetření vycházela z poslání Českého rozhlasu jako zdroje nezávislých a nestranných informací. V součtu odpovědí ano a spíše ano, získal Český rozhlas důvěru 72 % respondentů a naopak 15 % nevěří poskytovaným informacím. Z tohoto pohledu můžeme činnost Českého rozhlasu hodnotit velice kladně, protože úkolem je především služba občanům a pokud většina dotázaných důvěřuje rozhlasu, tak se můžeme domnívat, že rozhlas naplňuje své poslání řádně. Samozřejmě nelze opominout názory, které nedůvěřují Českému rozhlasu. Tyto názory mohou napomáhat k lepší kontrole a vytvářejí větší tlak na udržení nezávislosti. Zbýlých 13 % nedokázalo na otázku odpovědět.

Dále se ukázalo, že nejvíce respondenti preferují soukromé stanice - z 55 % a Český rozhlas upřednostňuje pouze 30 %. Došlo k potvrzení teoretických východisek z kapitoly 3.1.4 Rozhlasový trh v České republice. Zbýlých 13 % uvedlo, že nemají preferovaného poskytovatele a 2 % neví. S upřednostňováním soukromých stanic souvisí požadavek 62 % dotázaných na hudební program a 23 % dává přednost informačnímu.

Ostatní zbylé preference jsou téměř zanedbatelné, protože zbylých 15 % je rozloženo do více kategorií. Na základě těchto poznatků je překvapující, že téměř 80 % respondentů uvedlo, že jim vadí reklamy v rozhlasovém vysílání, protože právě pro soukromé stanice je reklama primárním zdrojem financí. Částečně se tím může potvrzovat zjištění o preferování soukromých stanic, protože množství reklamy ve vysílání Českého rozhlasu je značně omezené.

Zásadní otázkou bylo, jakou důležitost lidé přikládají Českému rozhlasu na rozhlasovém trhu. Většina 64 % respondentů uvedla, že Český rozhlas je nutnou součástí trhu a 12 % by se spokojilo pouze s komerčními stanicemi. Tedy je patrné, že lidé vnímají důležitost Českého rozhlasu, i když preferují soukromé stanice. Ostatní respondenti nedokázali na tuto otázku odpovědět.

S výší rozhlasového poplatku je 48 % respondentů spokojeno a 32 % si myslí, že poplatek je příliš vysoký. Téměř 20 % nezná odpověď na tuto otázku a pouze jeden respondent uvedl, že poplatek je příliš nízký. Lze předpokládat, že tato otázka je závislá na finančních možnostech respondentů.

Za vedlejší otázku můžeme považovat druh nejčastěji používaného přijímače. Přes 68 % dotázaných uvedlo, že využívají k poslechu rozhlasový přijímač. Překvapivě pouze necelé 3 % využívají k poslechu televizní přijímač i přesto, že 34 % posluchačů uvedlo, že nejčastěji poslouchají rozhlasové vysílání doma. Svědčí to o tom, že televizní vysílání je atraktivnější než rozhlasové. Konkurenční výhoda Českého rozhlasu v podobě pokrytí velkého množství obyvatel oproti soukromým stanicím, které v podstatě tento druh vysílání neposkytují, je zanedbatelná, protože je tato služba málo využívaná.

Pokud výsledek dotazníkového šetření zjednodušíme a shrneme do jedné věty, lidé preferují soukromé stanice, protože lépe vystihují jejich potřeby, ale zároveň si uvědomují potřebu Českého rozhlasu a mají v tuto instituci důvěru.

6 Závěr

Na počátku práce byla stanovena základní otázka. Může Český rozhlas konkurovat soukromým rozhlasovým stanicím? Ukázalo se, že odpověď na tuto otázku není úplně jednoduchá a je zapotřebí do odpovědi zahrnout více úhlů pohledu. Český rozhlas má definované poslání, které především spočívá v poskytování informací všem obyvatelům České republiky a tyto informace mají být nestranné, nezávislé a objektivní. Obsah vysílání musí být kvalitní a vzorem pro ostatní média. Dále musí tvořit a spravovat archivní fond a podílet se na rozvoji nových technologií. Tyto úkoly mohou působit doplňkově, ale jsou nesmírně důležité z kulturního a technického hlediska. Nastává otázka, zda rozhlas své poslání naplňuje a jestli existuje společenská poptávka po těchto hodnotách. Na druhé straně na rozhlasovém trhu fungují komerční stanice, které mají striktněji vymezený program a tento program má především ekonomické cíle.

Poslání Českého rozhlasu vychází ze základních demokratických a lidskoprávních hodnot. Každý člověk by měl mít možnost přístupu ke svobodným informacím. Dříve tyto hodnoty byly omezovány v podobě cenzury, ale i dnes se můžeme setkat s podobným omezováním obsahu. Největší vliv na vysílaný obsah mají vlastníci stanic a dokazování určitého tendenčního informování je hodně složitý proces pro kontrolní orgány. Z tohoto pohledu se ukazuje důležitost Českého rozhlasu, protože ovlivnit jeho vysílaný obsah je jednoznačně složitější, vzhledem k množství legislativních pojistek.

Pozice Českého rozhlasu na trhu vychází z historických skutečností. Prokázal velké zásluhy v revolučních a válečných dobách, ale je nutné říci, že sloužil všem ideologiím a stranám. Kdo ovládal rozhlas, potažmo sdělovací prostředky, vládl lidu, respektive masám. Z toho plyne, že je nutností zajistit nezávislost Českému rozhlasu a soukromým subjektům, ale v soukromém sektoru je to složitá a mnohdy i neřešitelná otázka. Můžeme to demonstrovat na stanici Rádio Impuls, která je vlastněná společností Agrofert, a.s., samotné vlastnění nepředstavuje žádný problém, pokud by vlastníkem této společnosti nebyl ministr financí a politik. Po tomto vzoru by mohlo dojít k tomu, že by všechny soukromé stanice vlastnili politici a na ostatní strany by nezbyl žádný mediální prostor. Tento problém se snaží řešit novela č. 14/2017 Sb. s účinností od 1. 9. 2017, která mění zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmu, ve znění pozdějších předpisů. Veřejný funkcionář podle § 2 odst. 1 tohoto zákona, nesmí provozovat rozhlasové vysílání, televizní vysílání a vydávat periodický tisk. Tato osoba nesmí být společníkem, členem a ani ovládající

osobou právnické osoby, která výše zmíněné činnosti provádí.¹²⁸ Funkčnost této legislativní úpravy ukáže čas, ale domnívám se, že to je krok správným směrem.

V dnešní společnosti tvoří protipól lidským hodnotám ekonomická stránka věci, neustále se setkáváme se střetem těchto dvou hodnot. Neexistuje obecné uznávané pravidlo, které by tento problém řešilo. Český rozhlas je z největší části financován rozhlasovými poplatky, které si vybírá sám, což má zajistit nezávislost na státním rozpočtu, a tedy i na ekonomice. Toto řešení lze považovat v současné době za nejlepší. Ale velkým problémem je stanovování výše poplatků, protože velikost poplatku je závislá na Parlamentu České republiky, tedy na zvolených politických stranách. Neexistuje zákonná úprava, která by regulovala zvýšení či snížení rozhlasového poplatku v závislosti na ekonomických parametrech a jejich změnách. Ale na základě údajů Evropské vysílací unie veřejnoprávní poplatek inklinuje k průměru a v dotazníkovém šetření 48 % respondentů uvedlo, že je poplatek akorát. Druhá možnost výdělků je podnikatelská činnost, která je značně omezená v porovnání se soukromými subjekty. A proto se nelze divit, že většina výnosů Českého rozhlasu pochází z rozhlasových poplatků. Protože je podnikatelská činnost značně omezena, nemůže docházet ze strany veřejnoprávní služby k dostatečné konkurenci na reklamním trhu. Na druhé straně soukromé společnosti nemají v podstatě jinou možnost podnikání než pronajímáním vysílacího času. Dochází ke spekulacím a dohadům, jestli rozhlasové poplatky nelze považovat za nedovolenou podporu. Na tuto otázku neexistuje jednoznačná odpověď, dokud nedojde ke shodě na přesnější definici poslání Českého rozhlasu.

Z těchto otázek se dostáváme až k programové nabídce jednotlivých stanic, protože ty nám mohou odpovědět na otázku vzájemné konkurenceschopnosti. Programová nabídka Českého rozhlasu vychází z jeho poslání, stanice nabízejí především program informační, zpravodajský, publicistický, poznávací, diskuzní, zaměřený na děti a hudební část je spíše doplňková, a nebo zaměřená na alternativní žánry. Většina komerčních stanic je zaměřená na hudební program, toto zaměření vychází z požadavků posluchačů, které byly ověřeny v dotazníkovém šetření. Stanice se liší především druhem poskytované hudby a cílovou skupinou posluchačů. Ale existují i stanice, které se snaží o informační servis a alternativní programy. Ale nelze si myslet, že by soukromé stanice dokázaly v současné době nahradit nabídku Českého rozhlasu. Na program jednotlivých stanic má vliv Rada pro rozhlasové

¹²⁸ Zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění pozdějších předpisů.

a televizní vysílání. Již při udělování licencí dochází k posouzení programové skladby žadatele a možného obohacení rozhlasového trhu, tedy programové nabídky stanic by se neměly výrazným způsobem překrývat.

Možná, že se síla rozhlasu přeceňuje, protože v dnešní době se do popředí informačních zdrojů dostávají především sociální sítě a internet. Ale stále nelze rozhlasové vysílání podceňovat, protože stačí vyjít na ulici a uvidět obrovské množství automobilů, které mají rozhlasový přijímač. V dotazníkového šetření se ukázalo, že Český rozhlas má značnou důvěru posluchačů a výsledky průzkumu Evropské vysílací unie z roku 2015 dokládají, že rozhlasové vysílání je nejdůvěryhodnější zdroj informací v České republice. Samozřejmě veškeré průzkumu je nutné brát s určitou rezervou.

Shrnutí závěru, Český rozhlas má na rozhlasovém trhu neodmyslitelné místo nejenom z pohledu společenských hodnot a právních, ale i historických. Soukromé stanice neposkytují takovou nabídku, která by se střetávala s posláním Českého rozhlasu ať z hlediska právního, tak i reálného vysílání. V dotazníkovém šetření se ukázalo, že lidé Českému rozhlasu věří a vnímají jeho důležitost na trhu i přesto, že preferují soukromé stanice. Z ekonomického hlediska se Český rozhlas musí chovat jako řádný hospodář a finanční prostředky využívat k plnění svých úkolů. Konkurence mezi Českým rozhlasem a komerčními subjekty existuje, neboť společně působí na jednom trhu, ale rozdílnost stanic je tak markantní, že v podstatě nejde hovořit o vzájemné konkurenci. Cílem veřejné služby není konkurence a spíše se vylučuje s komerčním pojetím vysílání. Pouze otázkou zůstává, jaké změny přinese do rozhlasového vysílání doba, kdy dojde k vypnutí analogového vysílání, protože na trh může přijít mnoho nových vysílatelů, ale to ukáže až čas. Bakalářská práce zapověděla stanovený cíl.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Literatura

CLOW, Kenneth E. a Donald BAACK. *Reklama, propagace a marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2008, 484 s. ISBN 978-80-251-1769-9.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, 392 s. ISBN 978-80-262-0743-6.

POUPEROVÁ, Olga. *Regulace médií*. Praha: Leges, 2010, 272 s. ISBN 978-80-87212-48-6.

POUPEROVÁ, Olga. *Institucionální aspekty regulace médií*. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 256 s. ISBN 978-80-7552-335-8.

PUNČOCHÁŘ, Jan. *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí?: Veřejná služba: plný formát, nebo vyplňování tržních nik?* Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalis. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2009, 40 s. ISBN 978-80-254-6814-2.

ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012, 399 s. ISBN 978-80-7380-382-7.

ROŽÁNEK, Filip. *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí?: Veřejná služba v evropském kontextu*. Sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalis. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 2009, 40 s. ISBN 978-80-254-6814-2.

STOLIČNÝ, Peter. *Management mediálních procesů*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 158 s. ISBN 978-80-86578-83-5.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011, 240 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 9788024735634.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, 192 s. ISBN 978-80-247-2001-2.

7.2 Legislativa

Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu. In: *Sbírka zákonů*. 1991, částka 93, s. 2303-2305. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2505>

Úmluva č. 209/1992 Sb., o ochraně lidských práv a základních svobod. In: *Sbírka zákonů*. 1992, částka 41, s. 1073-1087. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2564>

Usnesení č. 2/1993 Sb., o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součásti ústavního pořádku České republiky. In: *Sbírka zákonů*. 1993, částka 1, s. 17-23. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=5989>

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *Sbírka zákonů*. 2001, částka 87, s. 5038-5064. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3665>

Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů*. 2005, částka 122, s. 6041-6046. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4720>

Zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů. In: *Sbírka zákonů*. 2006, částka 55, s. 1941-1949. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4901>

7.3 Internetové zdroje

BĚHAL, Rostislav. Rozhlas po nástupu totality 1949–1958. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 235-288 [cit. 2017-03-02]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01075580.pdf

BOUČEK, Zdeněk a Jiří HUBIČKA. Období normalizace 1968–1989. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 337-396 [cit. 2017-03-02]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01075583.pdf

ČTÚ. Výpočet počtu obyvatel ČR pokrytých signálem rozhlasového vysílání. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. 2015 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: http://www.rtv.cz/files/106/RRTV_2601_2015-STR.pdf

EBU. FUNDING OF PUBLIC SERVICE MEDIA 2016: PUBLIC VERSION. In: *EBU* [online]. 2016 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Funding%20of%20PSM%202016%20-%20Public%20Version.pdf>

EBU. LEGAL FOCUS: PUBLIC FUNDING PRINCIPLES FOR PUBLIC SERVICE MEDIA. In: *EBU: OPERATING EUROVISION AND EURORADIO* [online]. 2016 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Gov-Prin_EN.pdf

EBU. PUBLIC SERVICE VALUES: EDITORIAL PRINCIPLES AND GUIDELINES. In: *EBU: OPERATING EUROVISION AND EURORADIO* [online]. [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Public_Service_Values.pdf

EBU. TRUST IN MEDIA 2016: MEDIA INTELLIGENCE SERVICE. In: *EBU: OPERATING EUROVISION AND EURORADIO* [online]. 2016 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Trust%20in%20Media%202016.pdf>

HRDLIČKA, František. Rozhlas v okupaci 1939–1945. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 147-182 [cit. 2017-03-02]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01075576.pdf

JEŠUTOVÁ, Eva. Budovatelský rozhlas 1945–1948. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 183-234 [cit. 2017-03-02]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01075578.pdf

Přílohy. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 591-668 [cit. 2017-03-02]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01079380.pdf

MARŠÍK, Josef. Průkopníci rozhlasového vysílání 1923–1925. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 13-54 [cit. 2017-03-01]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01074898.pdf

MARŠÍK, Josef. První pokusy s rozhlasovým vysíláním. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 7-12 [cit. 2017-03-01]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01074878.pdf

MLD. Rozhlas začíná vysílat digitálně, až deset let vydrží i analog. In: *Česká televize* [online]. 2015 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1560868-rozhlas-zacina-vysilat-digitalne-az-deset-let-vydrzi-i-analog>

MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990–2003. JEŠUTOVÁ, Eva a KOLEKTIV. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu* [online]. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 397-484 [cit. 2017-03-02]. ISBN 80-86762-00-9. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/01075620.pdf

OBCHODNÍ ODDĚLENÍ. Reklama a obchod: Pronájmy. In: *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/reklama/pronajmy/>

ODDĚLENÍ KOMUNIKACE. Základní informace: Český rozhlas. In: *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/informace/informace/>

ROŽÁNEK, Filip. Poslouchejte stanice Českého rozhlasu digitálně. In: *Český rozhlas* [online]. 2015 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/digital/jaknasnaladite/_zprava/1458918

RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Blaník 95 FM. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/6277.pdf>

RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: COUNTRY RADIO. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/6510.pdf>

RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: EVROPA 2. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/7966.pdf>

RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Frekvence 1. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/8655.pdf>

RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Rádio Impuls. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/12127.pdf>

RRTV. Rozhodnutí o udělení licence: Rádio Zeppelin (Radio Beat). In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/5987.pdf>

STEM/MARK a MEDIAN. RADIOPROJEKT 2016: 01. 07. 2016 - 17. 12. 2016. In: *MEDIAN* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2016_3_4Q_zprava.pdf

VIDOMUS, Petr. Jazz: O stanici. In: *Český rozhlas* [online]. 2013 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/jazz/ostanici/zprava/o-stanici--823339>

ZAVORAL, René. Lidé: Mgr. René Zavoral - generální ředitel Českého rozhlasu. In: *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/lide/vedeni/zprava/mgr-rene-zavoral--1171912>

Členové Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/slozeni-rady/index.htm>

Jak nás naladíte. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/vysilace/portal/>

D-dur: Český rozhlas D-dur. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/d-dur/ostanici/>

Dokumenty Rady ČRo: Výroční zprávy Rady ČRo o hospodaření Českého rozhlasu pro příslušné roky. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty>

Dozorčí komise: Členové. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/komise>

Kodex Českého rozhlasu: Dokumenty a legislativa. In: *Český rozhlas* [online]. 2010 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/informace/legislativa/_zprava/kodex-ceskeho-rozhlasu--794563

Dvojka: O stanici. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/dvojka/ostanici/>

Kodex Českého rozhlasu. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/00730694.pdf>

Kontinuální měření čtenosti a poslechovosti a exklusivní ad-hoc výzkumy na míru: Národní výzkum poslechovosti RADIOPROJEKT. *MEDIAN* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.median.eu/cs/medialni-vyzkumy/>

O nás: CO JE RÁÁÁÁDIO? *Rádio Impuls* [online]. [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.impuls.cz/info/o-nas/>

O regionálním vysílání. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/kraje/vysilani/>

Plus: O stanici. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/plus/ostanici/>

Přehled vývoje koncesionářských poplatků a počtu koncesionářů. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/olomouc/ostanici/_zprava/prehled-vyvoje-koncesionarskych-poplatku-a-poctu-koncesionaru--1427138

Rada Českého rozhlasu: Členové rady. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/rada/clenove>

Rádio Junior: Rádio Junior je stanice plná pohádek a písniček. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.radiojunior.cz/o-stanici-radio-junior>

Radiožurnál: O stanici. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/ostanici/>

Radio Wave: O stanici. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radiowave/ostanici/_zprava/o-stanici--781919

RADIOPROJEKT: VÝZKUM POSLECHOVOSTI ROZHLASOVÝCH STANIC
Prezentace výsledků III. + IV. čtvrtletí 2016. In: *MEDIAN* [online]. [cit. 2017-03-02].
Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2016_3_4Q_prezentace.pdf

Seznam členů. *Rada pro reklamu* [online]. ©2005 [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: <http://www.rpr.cz/cz/clenove.php>

Statut Českého rozhlasu: 2. novela. In: *Český rozhlas* [online]. 2016 [cit. 2017-03-02].
Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/03747671.pdf
Veřejný rejstřík a Sbírka listin: Výroční zprávy jednotlivých společností pro příslušné roky. *Ministerstvo spravedlnosti České republiky* [online]. ©2012-2015 [cit. 2017-03-02].
Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>

Vltava: O stanici. *Český rozhlas* [online]. ©1997-2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/vltava/ostanici/>

8 Přílohy

8.1 Dotazníkové šetření

1. Jak často posloucháte rozhlasové vysílání?
 - a. Pravidelně
 - b. Často
 - c. Občas
 - d. Zřídka
 - e. Neposlouchám

2. Pomocí jakého zařízení nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?
 - a. Rozhlasový přijímač
 - b. Počítač
 - c. Mobilní telefon
 - d. Televizní přijímač
 - e. Jiné

3. Kde nejčastěji posloucháte rozhlasové vysílání?
 - a. Při cestování (např.: auto, tramvaj, vlak...)
 - b. V práci
 - c. Doma
 - d. Jiné

4. Jaké rozhlasové stanice preferujete?
 - a. Veřejnoprávní (Např.: Český rozhlas Radiožurnál, Dvojka, Vltava, Plus, Radio Wave, Radio Junior, D-dur, Jazz a případně regionální stanice Českého rozhlasu)
 - b. Soukromé (Např.: Rádio Impuls, Frekvence 1, Evropa 2, Rádio Blaník, RADIO ČERNÁ HORA a další)
 - c. Jiné

5. Jaký typ programu posloucháte?
 - a. Informační
 - b. Vzdělávací
 - c. Hudební
 - d. Zábavní
 - e. Náboženský
 - f. Žádný z uvedených

6. Vnímáte Český rozhlas jako důležitý prvek na trhu s rozhlasovým vysíláním?
 - a. Ano, Český rozhlas je nutnou součástí rozhlasového trhu
 - b. Nevím
 - c. Ne, komerční stanice postačují

7. Důvěřujete Českému rozhlasu z hlediska poskytovaných informací?
- Ano
 - Spíše ano
 - Nevím
 - Spíše ne
 - Ne
8. Souhlasíte s výší rozhlasového poplatku? (Rozhlasový poplatek je ve výši 45 Kč za domácnost)
- Poplatek je příliš vysoký
 - Akorát
 - Poplatek je příliš nízký
 - Nevím
9. Obtěžuje Vás reklama v rozhlasovém vysílání?
- Ano
 - Spíše ano
 - Nevím
 - Spíše ne
 - Ne
10. V jakém kraji České republiky žijete?
- Hlavní město Praha
 - Středočeský kraj
 - Jihočeský kraj
 - Plzeňský kraj
 - Karlovarský kraj
 - Ústecký kraj
 - Liberecký kraj
 - Královéhradecký kraj
 - Pardubický kraj
 - Kraj Vysočina
 - Jihomoravský kraj
 - Olomoucký kraj
 - Moravskoslezský kraj
 - Zlínský kraj
11. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
- základní
 - středoškolské s výučním listem
 - středoškolské s maturitou
 - vyšší odborné vzdělání
 - vysokoškolské

12. Kolik Vám je let?

- a. 0-17 let
- b. 18-26 let
- c. 27-42 let
- d. 43-59 let
- e. 60 a více let

13. Jaké je Vaše pohlaví?

- a. muž
- b. žena