

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2013–2016

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Petr Čenský

Financování audiovizuálních médií veřejné služby v ČR

Praha 2016

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Helena Havlíková

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL-TIME STUDIES

2013-2016

DIPLOMA THESIS

Petr Čenský

**Financing of audiovisual media public service in the Czech
Republic**

Prague 2016

The Diploma Thesis Work Supervisor:

PhDr. Helena Havlíková

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená

diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne.....

Petr Čenský

Poděkování

Děkuji vedoucí mé diplomové práce paní PhDr. Heleně Havlíkové za odborné vedení a cenné rady, které mi velice pomohly při zpracování.

Anotace

Diplomová práce je rozdělena na dvě základní části. V teoretické části se práce zabývá historií České televize a Českého rozhlasu, financováním České televize a Českého rozhlasu, dále také způsobem financování televize a rozhlasu v jiných zemích, a to v Německu, Francii, Velké Británii, Finsku a Maďarsku. V následující praktické části se tato diplomová práce zabývá výzkumem informovanosti respondentů o financování veřejnoprávních médií v České republice. Podkladem pro tento výzkum bylo provedené samostatné dotazníkové šetření, jehož výsledky jsou přehledně v této práci vyhodnoceny. Výsledky dotazníkového šetření jsou podkladem pro posouzení v rámci výzkumu definovaných hypotéz.

Klíčová slova

Dotazníkové šetření, Česká televize, Český rozhlas, financování, hypotézy, média, média veřejné služby, televizní a rozhlasové poplatky.

Annotation

The thesis in the theoretical part deals with the history of Czech Television and Czech Radio, the financing of Czech Television and Czech Radio, as well as a form of financing television and radio in other countries, namely Germany, France, Great Britain, Finland and Hungary. The practical part of this thesis contains a research of level of awareness of respondents regarding the funding of public service media in the Czech Republic. The research was conducted based on the questionnaire type of survey, which is then evaluated in different hypotheses.

Keywords

Czech Television, Czech Radio, hypotheses, public service media, finance, Questionnaire type of survey, media, television and radio fees charges.

ÚVOD.....	10
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 ZÁKLADNÍ PRAVIDLA FINANCOVÁNÍ MÉDIÍ OBECNĚ, MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY A KOMERČNÍCH PROVOZOVATELŮ VYSÍLÁNÍ	11
1.1 Média obecně.....	11
1.2 Reklama a teleshopping.....	13
1.3 Sponzoring a umístění produktu.....	15
1.4 Média veřejné služby a jejich financování	16
1.4.1 Základní přehled přístupů k financování.....	16
1.5 Komerční média v České republice	17
2 LEGISLATIVNÍ PRAVIDLA FINANCOVÁNÍ MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY V ČR	19
2.1 Přehled legislativních pravidel financování médií veřejné služby v ČR.....	19
2.1.1 Financování ČT a ČRo z vlastní podnikatelské činnosti	22
2.1.2 Kontrola hospodaření ČT a ČRo	23
2.1.3 Rada České televize a Českého rozhlasu.....	23
3 HISTORIE FINANCOVÁNÍ ČESKÉHO ROZHLASU A ČESKÉ TELEVIZE.....	25
3.1 Český rozhlas	25
3.1.1 Vývoj rozhlasového poplatku.....	26
3.1.2 Vývoj rozhlasového poplatku v datech	27
3.1.3 Současné financování Českého rozhlasu.....	30
3.1.4 Celkové výsledky hospodaření Českého rozhlasu	32
3.2 Česká televize	34
3.2.1 Vývoj televizního poplatku.....	34
3.2.2 Vývoj televizního poplatku v datech	35
3.2.3 Současné financování České televize	36
3.2.4 Celkové výsledky hospodaření České televize	38
4 HISTORIE FINANCOVÁNÍ AUDIOVIZUÁLNÍCH MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY VE VYBRANÝCH ZEMÍCH.....	41
4.1 Německo.....	41
4.1.1 Způsob financování.....	42
4.2 Francie	44

4.2.1	Způsob financování	44
4.3	Velká Británie.....	45
4.3.1	Způsob financování	46
4.4	Finsko.....	47
4.4.1	Způsob financování	47
4.5	Maďarsko.....	49
4.5.1	Způsob financování	50
5	ÚKOLY A NAPLŇOVÁNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY V HISTORICKÉM A LEGISLATIVNÍM KONTEXTU	51
5.1	Rozdělení veřejnoprávních médií	52
5.2	Naplňování veřejné služby Českou televizí	53
5.2.1	Úkoly a jejich naplňování	53
5.2.2	Naplňování veřejné služby Českým rozhlasem	54
	PRAKTICKÁ ČÁST	56
6	VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE.....	56
6.1	Hypotézy	56
7	VÝZKUMNÁ METODIKA	59
7.1	Organizace výzkumu	59
7.2	Výzkumný vzorek	60
8	VÝSLEDKY VÝZKUMU	61
8.1	Analytická část výzkumu	61
8.2	Tematická část výzkumu	65
8.3	Realizace výzkumu	78
8.3.1	Hypotéza 1	78
8.3.2	Hypotéza 2	80
8.3.3	Hypotéza 3	81
8.3.4	Hypotéza 4	83
8.3.5	Hypotéza 5	84
	ZÁVĚR	85
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	86
	SEZNAM ZKRATEK	94
	SEZNAM GRAFŮ A TUBULEK.....	95

SEZNAM PŘÍLOH.....	97
---------------------------	-----------

ÚVOD

Téma této práce s názvem *Financování audiovizuálních médií veřejné služby v ČR* si autor zvolil především z důvodu osobního zájmu o tuto problematiku. Tato práce přináší ucelený přehled o způsobu financování veřejnoprávních médií v České republice. V práci jsou také uvedeny odlišné přístupy k financování médií veřejné služby ve vybraných evropských zemích.

Tato diplomová práce je psána jako teoreticko-empirická a je rozdělena na část teoretickou a na část praktickou. V teoretické části se autor zaměřuje na historické aspekty financování médií veřejné služby jak v České republice, tak i ve vybraných evropských zemích. Dále nastíní rozdíly financování veřejnoprávních médií a médií komerčních neboli soukromých. V neposlední řadě bude v teoretické části práce vymezen pojem veřejnoprávní a veřejná služba popřípadě další důležité pojmy včetně historického kontextu.

V praktické části si pak tato práce dává za cíl ověřit výzkumem informovanost respondentů o financování veřejnoprávních médií v České republice. V rámci výzkumu byly nejprve autorem definovány hypotézy, navazující na vybraná témata z teoretické části práce. Pro ověření těchto hypotéz bylo sestaveno a provedeno dotazníkové šetření, které je v této práci podrobně popsáno a vyhodnoceno.

V rámci dotazníkového šetření zkoumá praktická část předkládané práce názory náhodně vybraných občanů na financování médií veřejné služby. Zejména z hlediska smyslu vybírání poplatků, a také fungování současného systému výběru poplatků. Zvláštní pozornost autor v praktické části věnuje především výši aktuálně vybíraných poplatků. Zkoumá, zda stanovená částka je pro občany adekvátní a popřípadě navrhuje změny.

V neposlední řadě se praktická část zaměřuje také na aktuální legislativní způsob vybírání poplatků. Závěrem autor této práce interpretuje výsledky dotazníkového šetření a navrhne otázky k další diskuzi na právě prozkoumanou problematikou financování médií veřejné služby v České republice.

TEORETICKÁ ČÁST

1 ZÁKLADNÍ PRAVIDLA FINANCOVÁNÍ MÉDIÍ OBECNĚ, MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY A KOMERČNÍCH PROVOZOVATELŮ VYSÍLÁNÍ

Tato úvodní kapitola se zabývá obecnou formulací pojmu média a popisem rozdílu mezi médii veřejné služby a soukromými provozovateli vysílání. V této kapitole jsou také popsána obchodní sdělení, jako je reklama, sponzoring a umístění produktu nebo teleshopping. Tyto pojmy jsou popsány především z legislativního hlediska.

1.1 Média obecně

Na úvod je důležité určit, jaká média jsou pro tuto práci stěžejní. Výraz „medium“ pochází z latiny a znamená střed nebo také uprostřed. Za medium bývá také označován člověk, který dokáže zprostředkovat styk s nadpřirozenými světy. (Giles, 2012, s. 13)

Slovem medium v moderní době označujeme také jakýkoliv nosič dat. V případě této práce chápeme médium jako prostředek pro přenos dat a informací. Nejčastěji je s pojmem média spojován rozhlas, televize a tisk. Tento pojem však zahrnuje i prostředky masové komunikace, jako například filmy, knihy, audiovizuální záznamy. Všechny tyto jmenované prostředky jsou však pouze nosiči sdělení. Média jsou však i samotné instituce v procesu mediální komunikace, tedy například firma, která vydává noviny, zajišťuje televizní či rozhlasové vysílání. (Pospíšil, 2011, s. 26-27)

Pojem masová komunikace uvádějí ve své knize Jan Jiráček a Barbora Köpplová, kteří se zmiňují, že čím dál častěji se s tímto pojmem setkáváme už i ve veřejných sděleních na internetu, například zpravodajské portály, servery typu YouTube či autorské blogy.

Jedná se o historicky a společensky podmíněné formy sociální komunikace. Problematika masové komunikace však není pro tuto práci stěžejní. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 23)

Vedle dělení podle technických a technologických kritérií na média klasická a nová je neméně důležité odlišit od sebe média na základě společenských vztahů, které je mají nebo mohou vytvářet či podporovat, jak dále uvádějí Jirák a Köpplová. Existuje kategorie médií podporujících interpersonální komunikaci, tedy dorozumívání mezi dvěma jednotlivci, kteří se navzájem považují za jedinečné osobnosti. Interpersonální média umožňují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách. Patří mezi ně například korespondence či telefon. Proti nim stojí média sloužící celospolečenské komunikaci a masová média. Masová média zajišťují zpravidla komunikaci mezi jedním výchozím bodem a blíže neurčeným, ale vysokým počtem bodů cílových. Jejich výrazným rysem je skutečnost, že nepodporují vzájemnou interakci komunikátorů, ale že jeden konkrétní vysílatel komunikuje s větším množstvím příjemců, kteří mezi sebou mají pouze slabé nebo žádné sociální vazby, tvoří tak masu. Mezi masová média patří noviny, knihy, rozhlas, televize a jejich elektronické ekvivalenty v prostředí internetu. (Jirák, Köpplová, 2009, s. 23-24)

Jak již bylo řečeno masová média, a mediální instituce dělíme podle typu technologie použité k přenosu informací. Rozhlas přenáší sdělení za pomoci zvuku (audiální medium), televize za pomoci obrazu a zvuku (audiovizuálně), tisk za pomoci textu a obrazu. Tištěná média lze dále dělit na tištěná a elektronická. Dále lze média dělit podle působnosti na mezinárodní, národní, regionální a lokální. Podle zaměření na zpravodajské, publicistické, zábavné a mnoho dalších kategorií. Podle periodicity například televize zařazuje každý den ve stejnou hodinu stejný pořad. Podle četnosti vydávání se tisková média dělí na měsíčníky, týdeníky a deníky a opět je zde možno použít mnoho rozdělení. Podstatné je, že média jsou umístěna ve veřejném prostoru a zabývají se veřejnými záležitostmi za veřejným účelem a pracují pro veřejnost. (Pospíšil, 2003 s. 26-27)

1.2 Reklama a teleshopping

Slovo reklama pochází z latinského *reklamare*, což v překladu znamená vyvolávat nebo také znovu křičeti. Tento latinský překlad odpovídá antické obchodní komunikaci, kdy obchodníci na trzích křikem upozorňovali na své výrobky k prodeji. (Verner, 2011 s 167)

Reklama je druhem sociální komunikace, jejímž cílem je motivovat konzumenty ke konkrétnímu jednání. Nemusí se jednat jenom o nákup výrobku či služby. Příkladem může být politická reklama, která má za úkol propagovat politický postoj. (Musil, 2010, s. 36-37)

V České republice se vysílání reklamy v rozhlasu a televizi řídí především zákonem č. 40/1995 Sb., ze dne 9. února 1995 o regulaci reklamy a také zákonem č. 231/2001 Sb., ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Dále však regulace reklamy probíhá také na základě mnoha přijatých směrnic Evropské unie. Jako příklad lze uvést směrnice 92/28/EHS o reklamě humanitárních léčiv, 84/450/EHS týkající se srovnávací reklamy a mnoho dalších. (Rozeňal, 2004, s. 117)

Zákon č. 231/2001 Sb., §2, odstavec 1., písmeno r, chápe teleshopping následovně: *“Teleshoppingem se rozumí přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do rozhlasového či televizního vysílání za úplatu či jinou protihodnotu.“* (Zákon č. 231/2001 Sb.) Rozdíl oproti reklamě je ten, že reklama je chápána jako veřejné sdělení, kdežto teleshopping jako přímá nabídka veřejnosti. Na teleshopping se vztahují stejné omezení obsahu jako na reklamu.

Ve stručnosti lze říci, že je zakázáno vysílat nebo zobrazovat ve všech médiích v České republice následující druhy reklamy. Reklamu na zboží nebo služby, jejichž prodej, poskytování nebo šíření je v rozporu s právními předpisy České republiky. Jsou to například drogy, chemické zbraně, státem neuznaná náboženství ale i nabízení podvodných certifikátů a podobně. (Rozeňal, 2004, s122, 123)

Dále je zakázána podprahová reklama. Jedná se o takovou reklamu, která má vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by jí tato osoba vědomě vnímala. Jde o druh reklamy, který je ve všech civilizovaných státech považován za nebezpečný, protože že umožňuje

manipulaci s vědomím člověka, aniž by si toho byl posluchač či divák vědom. (Rozeňnal, 2004, s. 122-123)

Reklama skrytá, je taková reklama, u níž je obtížné rozlišit, zda jde o reklamu či nikoliv, neboť není jako reklama označena. Jako příklad lze uvést zmínku o určitém produktu či používání toho produktu v rámci článku či pořadu, který není označen jako reklama. (Rozeňnal, 2004, s. 123)

Reklama klamavá je takové jednání, které šíří údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích nebo výkonech, které vyvolávají představu o nadřazenosti jednoho subjektu na úkor druhého. (Rozeňnal, 2004, s. 124)

Problematika vysílání a regulace reklamy je daleko obsáhlejší, zde byly uvedeny jen některé příklady. Pro tuto práci je důležitější vysílání reklamy ve veřejnoprávních médiích, neboli vysílatelů ze zákona. Tedy konkrétně v České televizi, dále jen ČT, a na Českém rozhlasu, dále jen ČRo. Pravidla pro rozsah vysílané reklamy upravuje již zmiňovaný zákon č. 231/2001 Sb..

Časový rozsah reklamy v televizním vysílání stanovuje zákon č. 231/2001 Sb. konkrétně § 50. Odstavec 1. se týká ČT jako provozovatele vysílání ze zákona. Podle tohoto ustanovení ČT může reklamu vysílat pouze na programech ČT 2 a ČT 4, přičemž čas vyhrazený reklamě nesmí přesáhnout 0,5% denního vysílacího času na každém z těchto programů. Další omezení se týká denní doby vysílání. Od 19:00 do 22:00 nesmí v průběhu jedné vysílací hodiny reklama přesáhnout 6 minut. Na ostatních programech České televize se reklama vysílat nesmí. Jedinou výjimkou jsou případy, kdy pro získání licence je vysílání takovéto reklamy podmínkou. Lze tak postupovat však pouze u kulturních či sportovních událostí. Vysílání teleshoppingu je v ČT zakázáno. (Zákon č. 231/2001 Sb.)

Vysílání reklamy na ČRo stanovuje také zákon č. 231/2001 Sb. avšak §51, je opět ČRo chápán jako provozovatel vysílání ze zákona. Na celoplošném vysílacím okruhu nesmí reklama přesahovat 3 minuty denního vysílacího času, v případě místního okruhu se jedná o 5 minut.

Reklama se nesmí zařazovat do programů zaměřených na zpravodajství, publicistiku a také do vzdělávacích pořadů. Také u rozhlasu platí již zmiňovaná výjimka, kdy je

vysílání reklamy podmínkou pro získání licence. Vysílání teleshoppingu v ČRo je zakázáno. (Zákon č. 231/2001 Sb.)

1.3 Sponzoring a umístění produktu

Sponzoring chápe zákon č. 231/2001 Sb. následovně: *“Sponzorováním se rozumí příspěvek poskytnutý s cílem podporovat výrobu nebo prodej zboží, poskytování služeb nebo jiné výkony sponzora. Sponzorem se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která takový příspěvek k tomuto účelu poskytne.”* (Zákon č. 231/2001 Sb.)

Umístění sponzoringu má svá přesná pravidla uvedená, v zákoně č. 231/2001 Sb. o rozhlasovém a televizním vysílání, konkrétně v §53. Je zakázáno sponzorovat zpravodajské a politicko-publicistické pořady. Sponzorovat však dle zákona nelze ani celé televizní kanály, u nichž nadpoloviční podíl vysílacího času tvoří zpravodajství nebo publicistika. Tímto odstavcem v zákoně je tedy zakázáno vysílat sponzoring například na zpravodajském kanálu České televize ČT 24. Sponzorem nesmí být osoba, která má jako hlavní podnikatelskou činnost výrobu nebo prodej tabákových výrobků. Je také zakázáno propagovat léčiva a léčebné přípravky, je dovoleno propagovat pouze název či logo společnosti zabývající se jejich výrobou. Sponzorovaný pořad musí být vždy zřetelně označen. (Zákon č. 231/2001 Sb.)

V případě umístění produktu se jedná o cílenou propagaci určitého produktu v audiovizuálním vysílání. Umístění produktu upravuje §53a zákona č. 231/2001 Sb.. Umístění produktu je možné využít pouze v kinematografický dílech, filmech, seriálech nebo ve sportovních a zábavných pořadech. Nesmí se však jednat o pořady pro děti. Dále je také možné užít umístění produktu, pokud se neprovádí žádná platba, ale je pouze poskytováno určité zboží nebo služby s cílem zařadit je do pořadu. Jako příklad lze uvést například ceny pro soutěžící.

1.4 Média veřejné služby a jejich financování

V této kapitole se autor zaměřuje na financování médií veřejné služby. Definice veřejné služby není nikde přesně uvedena. Autor této práce se přiklání k definici pronesené PhDr. Antonínem Kostlánem CSc., historikem z Akademie věd České republiky, který při panelové diskusi na téma Veřejná služba definoval veřejnou službu takto: „*Veřejnoprávní instituce se vyznačuje tím, že je hrazena víceméně z veřejných zdrojů a je oddělena jak od komerční sféry i od politické moci, od státu a politických stran.*“ (Potužník, [online], cit. 2015-9-12)

Jako první médium veřejné služby je uváděna britská BBC, která vznikla v roce 1922, avšak transformace na médium veřejné služby proběhlo až v roce 1927. V České republice reprezentuje média veřejné služby Český rozhlas a Česká televize.

Karel Hvizďala uvádí důležité zásady médií veřejné služby. Média veřejné služby jsou pluralisticky a stranicky neutrální, nezávislé na politických stranách a zajišťují přístup do média všem za stejných podmínek. Musí být zajištěna objektivita média, objektivní zpravodajství, které má být nestranné, věcné a věrné skutečnosti. Zprávy by měly být ověřeny nejméně ze dvou na sobě nezávislých zdrojů. Vyvážený prostor v médiu je určen nejen pro majoritní názory, ale i ty relevantní menšinové. (Hvizďala, 2003, s. 236-242)

1.4.1 Základní přehled přístupů k financování

V Evropské unii rozlišujeme několik přístupů k financování médií veřejné služby. Většinou je užívána kombinace možných přístupů. První způsob je dotace ze státního rozpočtu. V nejvyšší míře tento způsob využívá Maďarsko, kde v roce 2002 bylo zrušeno vybírání poplatků od občanů kvůli špatné platební morálce, a také jako součást volebního slibu. Druhým přístupem je příjem z rozhlasového a televizního poplatku. Poplatky mají v evropských zemích různou podobu, a to buď samostatný poplatek, nebo jako součást daní. V některých zemích je poplatek za rozhlas a televizi sjednocen. Dalším zdrojem financování jsou sponzorské příspěvky na výrobu a vysílání pořadů. Dále také příjmy z vysílané reklamy, výnosy z koncese či odvodů komerčních televizí. Přehled vychází ze správy Evropské vysílací unie EBU Funding of Public Service

Media 2013. EBU v současné době sdružuje padesát tři vysílatelů veřejné služby z třiceti šesti zemí Evropy a středomoří. (Parabola, [online], cit. 2015-10-20)

Nejvyšší podíl příjmů z reklamy v rámci členských zemí EBU má Polsko, každoročně kolem šedesáti procent. Následují příjmy z poplatků, které jsou zhruba sedmnáct procent a ze sponzoringu, které činí šest procent, zbytek tvoří ostatní druhy financování. V zemích jako je Rakousko, Česká Republika, Chorvatsko, Dánsko, Finsko, Itálie, Norsko, Švédsko, Švýcarsko, je příjem z reklamy zanedbatelný a převažuje příjem z vybraných poplatků. (Parabola, [online], cit. 2015-10-20)

Obsáhnout veškeré přístupy k financování veřejné služby v Evropě je velmi rozsáhlý a složitý problém, jelikož neexistuje ucelený model, a každá země má své individuální přístupy k této problematice. Jednotlivé přístupy k financování u vybraných zemí jsou popsány ve čtvrté kapitole.

1.5 Komerční média v České republice

Slovník mediální komunikace definuje komerční média jako soukromé společnosti s cílem vytvářet zisk. Podstatou ekonomického fungování komerčních médií a hlavním zdrojem jejich příjmů je výnos z reklamy, tedy prodeje tiskové plochy či vysílacího času inzerentů. (Reifová, 2011, s. 137)

Podstatným pojmem pro zajištění výnosů komerčních médií je obchodování s ratingem a sharem. Rating z anglického slova *rate*, znamená hodnocení, míra nebo poměr. Jedná se o sledovanost časového úseku vysílání určitého televizního programu. Při výpočtu ratingu se sleduje populace nad 15 let a uvádí se, kolik procent populace se na určitý úsek televizního programu dívalo. Share stanovuje procentuální sledovanost jen z populace, která se skutečně v určený čas dívala na některý televizní program. Zatím co rating se počítá ze všech osob, které měly možnost si televizní program zapnout. Podle těchto výpočtů se poté určuje například cena reklamního prostoru. (Reifová, 2011, s. 205)

První soukromou televizí s celorepublikovou působností v České republice se stala v roce 1994 televize Nova. Avšak úplně první soukromou televizí se stala v roce 1993 FTV Premiéra, která vysílala pouze pro Prahu a střední Čechy. Od roku 1997 se tato stanice jmenuje TV Prima a již se také řadí mezi celoplošně vysílané kanály. V roce 2009 začala vysílat TV Barrandov, která šíří signál pomocí digitálního vysílání a svou sledovaností se řadí mezi čtvrtou nejsledovanější televizi v České republice. (Czech, [online], cit. 2015-10-20)

Soukromá neboli komerční média, nejsou při své činnosti přímo ovlivňována státem. Hlavní důvod existence komerčních médií, jak název napovídá, je vytváření zisku. Příjmy plynou od inzerentů, kteří za úplatu prezentují ve vysílacím čase svůj produkt. Základní podmínkou fungování komerčních médií je dostatečná sledovanost. Čím vyšší má soukromé médium sledovanost, tím draž může prodávat svůj reklamní čas. Kvůli přilákání dostatečného počtu konzumentů soukromého média musí společnosti přizpůsobovat svůj obsah, a to tak, aby byl poutavý pro co nejširší publikum. Míra vysílání reklamy na komerčních televizích je regulována zákonem.(Pospíšil, 2003, s. 27)

2 LEGISLATIVNÍ PRAVIDLA FINANCOVÁNÍ MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY V ČR

V této kapitole se autor bude blíže zabývat pouze legislativními aspekty financování médií veřejné služby. I když i ostatní aspekty fungování a regulace veřejnoprávních médií skýtají mnohé zajímavé podněty, přesto jim není věnována pozornost, protože přesahují téma této práce.

2.1 Přehled legislativních pravidel financování médií veřejné služby v ČR

Způsob financování České televize a Českého rozhlasu je zakotven v zákonech č. 483/1991 Sb., ze dne 7. listopadu 1991, o České televizi a č. 484/1991 Sb., také ze dne 7. listopadu 1991, o Českém rozhlasu. Financováním se přímo zabývají v obou zákonech §10 a §11. §10 financování České televize a Českého rozhlasu stanovuje, že finančními zdroji jsou zejména poplatky, které jsou vybírány podle zvláštního právního předpisu, tedy zákona č. 348/2005 Sb., ze dne 5. srpna 2005, o rozhlasových a televizních poplatcích. Druhým způsobem financování je příjem z vlastní podnikatelské činnosti.

Televizní a rozhlasové poplatky jsou vybírány na základě Zákona č. 348/2005 Sb., ze dne 5. srpna 2005 o rozhlasových a televizních poplatcích, dále také uváděn jen jako zákon o poplatcích. §2, odstavce 1 tohoto zákona uvádí, že rozhlasový poplatek je placen za zařízení technicky způsobilé k individuální reprodukci rozhlasového vysílání. §2, odstavec 2 zákona uvádí, že televizní poplatek je placen ze zařízení technicky způsobilého k individuálně volitelné reprodukci televizního vysílání. Závěrečný odstavec 3 téhož paragrafu uvádí, že ze zařízení, která jsou způsobilá k příjmu jak televizního, tak rozhlasového vysílání, se platí rozhlasový i televizní poplatek.

Zákon č 348/2005 Sb. dále v §2 odstavci 4 uvádí výjimky ze zákona, kdy není poplatek placen. Poplatku nepodléhají například příjemce muzejní povahy zapsané v centrální

evidenci sbírek, přijímače určené pro soudní řízení, další výjimkou jsou rozhlasové nebo televizní přijímače, které jsou nedílnou součástí koncových mobilních telekomunikačních zařízení.

§3 Zákona o poplatcích určuje, kdo je považován za poplatníka a to následovně:

„(1) Poplatníkem rozhlasového poplatku je fyzická osoba nebo právnická osoba, která vlastní rozhlasový přijímač. Jestliže drží nebo z jiného právního důvodu alespoň 1 měsíc užívá rozhlasový přijímač fyzická osoba nebo právnická osoba, která není jeho vlastníkem, je poplatníkem tato osoba.

(2) Poplatníkem televizního poplatku je fyzická osoba nebo právnická osoba, která vlastní televizní přijímač. Jestliže drží nebo z jiného právního důvodu alespoň 1 měsíc užívá televizní přijímač fyzická osoba nebo právnická osoba, která není jeho vlastníkem, je poplatníkem tato osoba.

(3) Je-li rozhlasový nebo televizní přijímač příslušenstvím dopravního prostředku, poplatníkem je provozovatel dopravního prostředku.

(4) Jestliže je fyzická osoba nebo právnická osoba, která není přihlášená v evidenci poplatníků rozhlasového poplatku nebo v evidenci poplatníků televizního poplatku, odběratelem elektřiny připojeným k distribuční soustavě, považuje se za poplatníka rozhlasového a televizního poplatku s povinností platit, pokud Českému rozhlasu nebo České televizi (dále jen "provozovatel vysílání ze zákona") po jejich písemné výzvě neoznámí písemným čestným prohlášením opak, a to s účinností od marného uplynutí lhůty 30 dnů ode dne doručení této výzvy. Součástí výzvy musí být poučení o následcích neprokázání opaku v takto stanovené lhůtě.

(5) Práva a povinnosti právnické osoby, stanovené tímto zákonem, se vztahují na organizační složku státu a územního samosprávného celku obdobně.“ (Zákon č. 348/2005 Sb.)

§4 stanovuje, kdo je od placení rozhlasového a televizního poplatku osvobozen. Zákon o poplatcích uvádí výčet výjimek ve dvou odstavcích, a to následovně:

„(1) Od rozhlasového a televizního poplatku jsou osvobozeni

a) zastupitelské úřady České republiky v zahraničí a osoby, které požívají výsad a imunit podle mezinárodních smluv, jimiž je Česká republika vázána,

b) cizinci, kterým nebylo na území České republiky uděleno povolení k trvalému nebo dlouhodobému pobytu,

- c) provozovatel vysílání ze zákona,*
 - d) Rada pro rozhlasové a televizní vysílání,*
 - e) držitelé licence opravňující k rozhlasovému vysílání, jde-li o rozhlasový poplatek,*
 - f) držitelé licence opravňující k televiznímu vysílání, jde-li o televizní poplatek,*
 - g) osoby s úplnou nebo praktickou slepotou obou očí a osoby s oboustrannou úplnou nebo praktickou hluchotou, pokud jsou osaměle žijící; osvobozeny jsou tyto osoby rovněž v případě, kdy žijí společně v jedné domácnosti,*
 - h) školy zapsané ve školském rejstříku podle zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon).*
- (2) Od rozhlasového a televizního poplatku je dále osvobozena fyzická osoba,*
- a) jde-li o jednotlivce, jehož čistý příjem za uplynulé kalendářní čtvrtletí je nižší než 2,15násobek životního minima,*
 - b) žije-li v těžce domácnosti s dalšími osobami a součet jejího čistého příjmu a čistých příjmů těchto osob za uplynulé kalendářní čtvrtletí je nižší než 2,15násobek životního minima osob žijících v této domácnosti.*

Při zjišťování příjmů se postupuje podle zvláštního zákona.“ (Zákon č. 348/2005 Sb.)

Zvláštním zákonem pro zjišťování příjmů poplatníků je myšlen Zákon č. 110/2006 Sb. o životním a existenčním minimu.

§5 stanovuje základ televizního a rozhlasového poplatku. Dle odstavce 1, poplatník, který je fyzickou osobou, platí televizní a rozhlasový poplatek z jednoho příjemce, a to i v případě, že jich vlastní, drží nebo z jiného právního důvodu užívá více. V odstavci 2 se uvádí, že poplatek neplatí fyzická osoba žijící s poplatníkem televizního nebo rozhlasového poplatku ve společné domácnosti. Odstavec 3 uvádí, že fyzická osoba, která je zároveň podnikatelem, platí poplatky z každého televizního a rozhlasového příjemce, který používá k podnikání nebo v souvislosti s ním.

§6 zákona o poplatcích stanovuje měsíční výši televizního poplatku na 135 Kč. Rozhlasový poplatek je stanoven ve výši 45 Kč za měsíc.

§7 určuje, jakým způsobem mají být poplatky hrazeny. Odstavec jedna udává povinnost rozhlasový nebo televizní poplatek hradit provozovateli vysílání ze zákona buď přímo, nebo prostřednictvím pověřené osoby. Odstavec 2 určuje lhůty pro splatnost poplatků. Je-li poplatníkem fyzická osoba, je poplatek splatný nejpozději do patnáctého dne každého

kalendářního měsíce. Podmínky pro placení podnikatelů a právnických osob upravuje odstavec 3. Je-li poplatníkem podnikatel nebo právnická osoba, poplatek je hrazen čtvrtletně nejpozději do patnáctého dne prvního měsíce každého kalendářního čtvrtletí. Následující odstavce 4 a 5 upravují možnosti platby a účinnost změny platby poplatku. To znamená, že poplatník může po dohodě s provozovatelem vysílání uhradit poplatek předem za více měsíců, avšak nejvíce na jeden kalendářní rok dopředu. Změnou platby poplatku je myšlena změna počtu evidovaných příjemců.

§8 se obsáhle zabývá evidencí poplatníků a jejich obecnými právy a povinnostmi při udávání osobních údajů. Zejména stanovuje v odstavci 1 správcem poplatků provozovatele vysílání ze zákona. Televizní poplatek tedy spravuje Česká televize a rozhlasový poplatek Český rozhlas. Dle toho odstavce může také provozovatel zmocnit k evidenci poplatků jinou osobu, to však není aktuálně ani jedním z provozovatelů uplatňováno. Odstavce 2 až 8 stanovují povinnosti, jak musí probíhat přihlašování i odhlašování příjemců. Odstavec 9 opravňuje vést evidenci neplatičů, kdy tento odstavec zní konkrétně takto: „*Provozovatel vysílání ze zákona je za účelem kontroly dodržování tohoto zákona oprávněn zjišťovat údaje o neevidovaných poplatnících a vést jejich evidenci v rozsahu stanoveném v odstavci 10.*“ (Zákon č. 348/2005 Sb.)

Odstavec 10 ve stručnosti umožňuje spolupráci mezi provozovatelem vysílání ze zákona a dodavatelem elektrické energie. Provozovatel je oprávněn požadovat data o odběratelích elektrické energie za účelem výběru rozhlasových a televizních poplatků. Závěrečný odstavec 11 umožňuje, aby si vysílatelé mohli ze zákona získaná data o poplatnících vzájemně vyměňovat.

2.1.1 Financování ČT a ČRo z vlastní podnikatelské činnosti

Zákon č. 463/1991 Sb. o České televizi, §11, odstavec 1, opravňuje Českou televizi vykonávat za podmínek stanovených právními předpisy podnikatelskou činnost, která souvisí s předmětem její činnosti, avšak nesmí ohrozit ani omezit její základní úlohu stanovenou zákonem. Odstavec 3 nařizuje, aby Česká televize čtvrtletně převáděla výnos z reklam vysílaných na programu ČT 2 Státnímu fondu kultury České republiky. Z výnosu z reklam vysílaných na tomto programu si Česká televize odečte prokázané

účelně vynaložené náklady spojené s výběrem a se správou výnosu z reklam vysílaných na programu ČT 2. Výnos z reklam vysílaných na programu ČT 4 použije ČT na výrobu a vysílání pořadů se sportovní tematikou.

§11a stanovuje způsoby vedení účetnictví. Dle odstavce 1 vede Česká televize účetnictví podle zvláštního právního předpisu, kterým je zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví ve znění pozdějších předpisů. Odstavec 2 ukládá povinnost organizačně oddělit činnosti spočívající v poskytování veřejné služby v oblasti televizního vysílání od podnikatelské činnosti. Česká televize je povinna účtovat tak, aby účetnictví umožňovalo rozlišení nákladů a výnosů z jednotlivých oblastí.

Zákon č. 483/1991 Sb. o Českém rozhlasu, §10, odstavec 2 uvádí, že náklady spojené s vysíláním Českého rozhlasu do zahraničí hradí stát ze svého rozpočtu. §11, odstavec 1 opravňuje Český rozhlas vykonávat podnikatelskou činnost, a to pouze za podmínky, které souvisejí s předmětem jeho činnosti, kdy tato podnikatelská činnost nesmí ohrozit jeho úkoly dané zákonem. V §11, v odstavci 2, je oproti podmínkám stanoveným pro Českou televizi stanoveno, že Český rozhlas využívá výnosy ze své podnikatelské činnosti pouze k plnění svých úkolů stanovených zákonem č. 483/1991 Sb. a neodvádí žádné prostředky jiným organizacím nebo institucím. Zákon neukládá povinnost vést speciální formu účetnictví, jak je to stanoveno v případě České televize.

2.1.2 Kontrola hospodaření ČT a ČRo

Média veřejné služby v České republice jsou zřizována speciálními právními úpravami, kterými jsou již uvedené zákony č. 483/1991 Sb. o Českém rozhlasu a č. 463/1991 Sb. o České televizi. S tím souvisí i zvláštní forma dohledu nad hospodařením těchto institucí. Tato činnost je svěřena na základě těchto zákonů dvěma kontrolním orgánům. Radě České televize, která provádí kontrolu hospodaření ČT, a Radě Českého rozhlasu, která vykonává kontrolu financování ČRo.

2.1.3 Rada České televize a Českého rozhlasu

Rada ČT a Rada ČRo jsou kontrolním orgánem, kterým se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu ČT a ČRo jakožto vysílatelů ze zákona. Rady zřizuje Zákon o České televizi a

Zákon o Českém rozhlase. Rady volí a odvolává Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky.

Členem Rady může být zvolen občan České republiky, který splňuje zákonem stanovené požadavky. Člen rady musí být způsobilý k právním úkonům, trestně bezúhonný a mít trvalý pobyt na území České republiky. Rada ČT má patnáct členů a Rada ČRo členů devět. Z důvodu možného střetu zájmů nesmějí členové Rady vykonávat souběžně některé další zákonem stanovené veřejné funkce. Například nesmí vykonávat funkci generálního ředitele ČT nebo ČRo nebo člena dozorčí komise. Je také zakázáno, aby osoba blízká byla zaměstnána ve veřejnoprávních médiích, a to jak během funkčního období, tak i dva roky po skončení funkce v Radě. Tyto požadavky jsou kladeny i na členy dozorčí komise, kteří musí mít navíc i odborné předpoklady pro výkon této funkce.

Dozorčí komise je poradním orgánem Rady ve věcech kontroly hospodaření. Úkolem komise je sledování hospodárného využívání finančních prostředků ČT a ČRo. Dozorčí komise se skládá z pěti členů, které volí Rada. Členové jsou voleni z občanů České republiky, kteří mají odborné předpoklady pro vykonávání funkce v dozorčí komisi. Členové dozorčí komise mohou s vědomím generálního ředitele nahlížet do veškerého účetnictví obou organizací. Členové dozorčí komise jsou vázáni mlčenlivostí o zjištěných skutečnostech. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

3 HISTORIE FINANCOVÁNÍ ČESKÉHO ROZHLASU A ČESKÉ TELEVIZE

Autor si v této kapitole dává za cíl zmapování historie financování Českého rozhlasu a České televize od počátku jejich vzniku až do současnosti.

3.1 Český rozhlas

Na začátek této kapitoly autor uvádí stručnou historii vzniku Českého rozhlasu, dále jen ČRo. Dne 23. března 1923 byl přijat zákon č. 60/1923 Sb. o telegrafech, který stanovil, že stát má monopolní právo na provozování radiofonního vysílání. Soukromé společnosti mohly obdržet koncesi k radiofonnímu vysílání po přísné kontrole ministerstva průmyslu, ministerstva obchodu a ministerstva živností. (Ješutová, 2003 s. 11)

Dne 7. června 1923 zakládají podnikatel Ing. Eduard Svoboda a kulturní redaktor Miloš Čtrnáctý společnost s názvem Radiojournal, společnost s r. o. Společnost se ze začátku potýkala se značnými finančními potížemi, za tři roky svého působení byla v deficitu 220 000 korun. Tyto finanční problémy ustaly se vstupem státu do vedení Radiojournalu. Vstupem státu do Radiojournalu nebyla posílena jen morální autorita firmy, ale i její finanční situace za pomoci státních dotací. (Ješutová, 2003 s. 13)

Posluchačská základna v počátcích rozhlasového vysílání nebyla velká, jelikož pořízení přijímače a také poplatky spojené s příjmem vysílání byly vysoké. Vývoj poplatků je popsán v následující podkapitole 3.1.1 Vývoj rozhlasového poplatku.

Výběr poplatků za poslech Radiojournalu však nestačil na pokrytí nákladů spojených s provozem, a tak si společnost s povolením od ministerstva obchodu dále vypomáhala prodejem rozhlasových přijímačů z firmy Radioslavia, která také patřila Ing. Eduardu Svobodovi a Miloši Čtrnáctému. Nejčastěji se prodávaly francouzské přijímače Standart dodávané Radioslavií. Další zdroj příjmů plynul z prodeje placené reklamy ve vysílání.

I přesto skončilo hospodaření společnosti za rok 1923 deficitem 83 181,09 Kč. V souhrnu se Radiojournal za tři roky své existence propadl až na již výše zmíněný deficit 220 000 Kč. (Ješutová, 2003 s13,30)

Dalším mezníkem v historii bylo kvůli špatným výsledkům hospodaření, navýšení kmenového kapitálu Radiojournalu za přispění státu. *“Kmenový kapitál Radiojournalu byl zvýšen z pěti set tisíc na milion korun. Zároveň byl změněn obchodní název společnosti na „Radiojournal, čs. zpravodajství radiotelefonické, společnost s r. o., v Praze.“* (Ješutová, 2003 s36) Stát tímto vstupem získal 51% majetkového podílu ve společnosti Radijournal.

Dalšími přelomovými body v historii byl vznik Československého rozhlasu a poté Českého rozhlasu. Československý rozhlas byl vytvořen jako nástupnická organizace Radiojournalu 28. prosince 1938. Samostatný Český rozhlas vznikl 1. ledna 1992, po rozpadu Československé republiky. (Ješutová, 2003 s595,610)

3.1.1 Vývoj rozhlasového poplatku

Pro účely této práce považuje autor za nezbytně nutné definovat pojem “koncese“, potažmo “koncesionářské poplatky“. Až do dnešních dní je běžně v médiích i veřejnosti užíván pojem “koncesionářské poplatky“. Avšak v současném znění zákonů o České televizi č. 483/1991 Sb., Českém rozhlasu č. 483/1991 Sb. a v zákoně o Rozhlasových a televizních poplatcích č. 348/2005 Sb., se s pojmem “koncese“ nesečkááme. Pokud by se opravdu jednalo o koncesionářské poplatky, musely by provozovatelé veřejnoprávního vysílání uzavírat s každým odběratelem jejich vysílání koncesionářské smlouvy.

Zákon č. 139/2006 Sb. o koncesních smlouvách a koncesním řízení v §16 odstavci 1 uvádí toto: *“Koncesní smlouvou se koncesionář zavazuje poskytovat služby nebo i provést dílo a zadavatel se zavazuje umožnit koncesionáři brát užitky vyplývající z poskytování služeb nebo z využívání provedeného díla, popřípadě spolu s poskytnutím části plnění v penězích.“* S formou koncesionářských poplatků se v dějinách Českého rozhlasu setkáváme pouze do roku 1924, poté se již jedná o rozhlasové poplatky.

Autor si však uvědomuje, že pojem koncesionářské poplatky je historicky zakořeněn a obecně není spojován s koncesním zákonem, ale právě s financováním médií veřejné služby a stal se tak sice věcně nesprávným, nicméně ustáleným pojmem.

3.1.2 Vývoj rozhlasového poplatku v datech

První poplatky byly zavedeny 10. října 1923, jednalo se o dva poplatky. Tuto problematiku dvou poplatků objasňuje kniha dějiny českých médií 20. století. *“Zákon o telegrafech chápal komunikační výměnu pouze v rovině dvou subjektů, nikoli v podmínkách veřejné masové komunikace. Výsledkem byla nutnost, aby každý zájemce o rozhlasový přijímač žádal o koncesi umožňující jeho držbu.”* (Končelík, Večera, 2010 s. 57)

První poplatek byl takzvaný evidenční a platil se poštovní správě. Výše tohoto poplatku byla 50 Kč ročně, což nebylo pro mnohé občany dostupné. Druhý poplatek, označovaný jako měsíční předplatné, byl hrazen přímo poskytovateli vysílání, tedy společnosti Radiojournal, a jeho výše byla také 50 Kč. Tento poplatek se hradil měsíčně. (Ješutová, 2003, s. 18)

V roce 1923 byl průběrný příjem 27 Kč za odpracovanou směnu. Kromě poplatků je zapotřebí si také započítat cenu rozhlasového přijímače, která se pohybovala od 7000 do 9000 korun. Poslech rozhlasu v počátcích jeho vzniku tedy byl nákladnou záležitostí. (Ješutová, 2003, s. 18-20)

Koncesionářský poplatek prodělal největší změnu 17. dubna 1924, kdy se poplatky z nařízení vlády o koncesích č. 78/1924 rozdělily do více kategorií. Evidenční poplatky odváděné poštovní správě se dělily následovně. Pro soukromé účely zůstal stávající poplatek 50 Kč ročně. Za veřejný poslech a příjem šifrovaného burzovního zpravodajství byl zaveden poplatek ve výši 100 Kč ročně. Dočasná koncese pro veřejný poslech byla zpoplatněna do dvou dnů provozování na 10 Kč ročně, nad 2 dny 100 Kč ročně. Nestátní školy hradily 25 Kč ročně. Státní instituce byly od poplatku osvobozeny. (Ješutová, 2003 s. 612)

Měsíční poplatek poskytovateli vysílání, byl upraven následovně: Pro veřejný poslech, příjem šifrovaného burzovního zpravodajství a výdělečnou činnost byl stanoven poplatek 100 Kč měsíčně. Pro soukromý poslech byl poplatek snížen na 30 Kč měsíčně. Nestátní školy byly od poplatku osvobozeny. (Ješutová, 2003 s. 612)

Osoba, která chtěla provozovat rozhlas za účelem veřejného poslechu, tedy musela odvádět v souhrnu 1300 Kč ročně za oba poplatky. Osoby, které chtěly jen soukromý poslech, hradily 410 Kč ročně v souhrnu. (Ješutová, 2003 s. 612)

Ještě téhož roku 1. dubna 1925 byl poplatek provozovateli za soukromý poslech snížen na 20 Kč měsíčně. 1. srpna 1924 zaveden jednotný poplatek provozovateli 20 Kč měsíčně pro soukromý poslech a 100 Kč měsíčně pro veřejný poslech nebo, burzovní zpravodajství. (Ješutová, 2003 s. 612)

Větší změna ve výběru poplatků se udála 1. srpna 1925. Poplatek provozovateli vysílání byl stanoven na 180 Kč ročně za soukromý poslech a 600 Kč ročně za poslech veřejný. Evidenční poplatky hrazené poštovní správě byly zrušeny. 1. prosince 1925 byl poplatek za soukromý i veřejný poslech sjednocen na 15 Kč měsíčně. Následující tabulka již jen stručně zobrazuje vývoj poplatků. (Ješutová, 2003 s. 612)

Tabulka č. 1 Vývoj rozhlasového poplatku

Rok platnosti	Poplatek	Popis
1. prosince 1925	15 Kč	Hrazeno měsíčně
1. dubna 1926	10 Kč	Hrazeno měsíčně
1935	10 Kč	Měsíčně z každého přijímače
1937	10 Kč	Za každý přijímač, který byl provozován odděleně (ne v jedné domácnosti)
1946-1947	15 Kčs	Hrazeno měsíčně
1951-1954	25 Kčs	Poplatek vybírala poštovní správa. Československému rozhlasu náleželo 15 Kčs
2. čtvrtletí 1954	5 Kčs	Hrazeno měsíčně
1967	5 Kčs	Bez ohledu na počet přijímačů v domácnosti. Dalších 5 Kčs hrazeno za autorádio a rozhlas po drátě.
1969	10 Kčs	Hrazeno měsíčně
1. ledna 1986	10 Kčs	Zrušen poplatek za autorádio u soukromých osob. U organizací zůstal poplatek zachován
1. dubna 1991	20 Kčs	Hrazeno měsíčně
1. dubna 1995	25 Kč	Zákon č. 252/1994 Sb.
1. července 1997	37 Kč	Doplňující Zákon č. 135/1997 Sb.
5. září 2005	45 Kč	Hrazeno měsíčně

Zdroj: Ješutová, 2003 s. 612

S účinností od 1. července 1997 byl přijat zákon č. 135/1997 Sb., který mimo jiné doplnil zákon č. 252/1994 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích a v §4 zvýšil rozhlasový poplatek na 37 Kč za měsíc. Tento přijatý zákon č. 135/1997 Sb i jemu podléhající zákon následně nahradil zákon č. 348/2005 Sb..

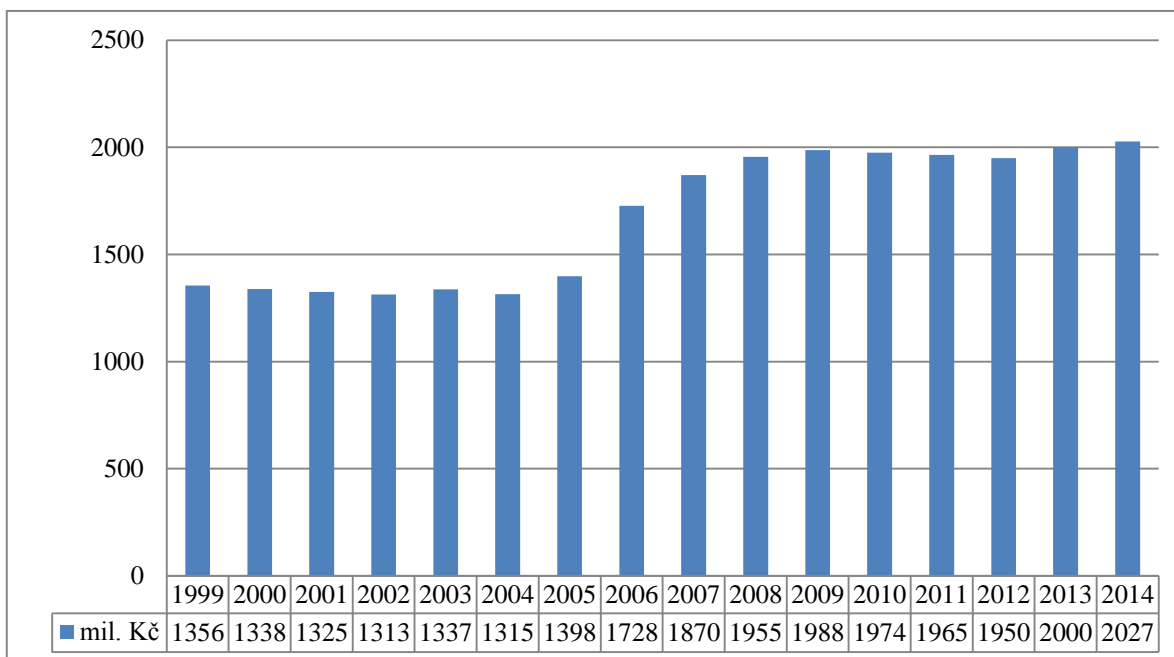
V roce 2005 byl přijat již zmiňovaný zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů. Tento zákon mimo jiné stanovil měsíční rozhlasový poplatek 45 Kč za měsíc s účinností od 5. prosince 2005. Kdo je považován za poplatníka uvádí §3 odstavec 1 uvedeného zákona: *“Poplatníkem rozhlasového poplatku je fyzická osoba nebo právnická osoba, která vlastní rozhlasový přijímač. Jestliže drží nebo z jiného právního důvodu alespoň 1 měsíc užívá rozhlasový přijímač fyzická osoba nebo právnická osoba, která není jeho vlastníkem, je poplatníkem tato osoba.“*

3.1.3 Současné financování Českého rozhlasu

Způsoby financování Českého rozhlasu dále jen ČRo, jsou stanoveny zákonem o Českém rozhlasu č. 484/1991 Sb.. Dle aktuálně platného znění tohoto zákona je ČRo financován následovně.

Dle §10, zákona č. 484/1991 Sb., finančními zdroji ČRo jsou zejména rozhlasové poplatky, vybírané podle zvláštního právního předpisu. Tímto předpisem je již mnohokrát uváděný Zákon č. 348/2005 Sb. Druhým povoleným příjmem dle §10 je příjem z vlastní podnikatelské činnosti. §11 upravuje rozsah podnikatelské činnosti, tato činnost nesmí být v rozporu s úkoly ČRo, stanovené §2. Náklady spojené s vysíláním ČRo do zahraničí hradí Česká republika ze státního rozpočtu. Příjmy ČRo z vybraných poplatků jsou uvedeny v následujícím grafu.

Graf č. 1 Výběr rozhlasových poplatků ČRo



Zdroj: Výroční zprávy o hospodaření ČRo z let 1999-2014

Z výše uvedené tabulky je patrné značné navýšení výběru poplatků v roce 2006. Toto navýšení o 330 mil. Kč., je zapříčiněno především již výše zmíněným navýšením částky měsíčního rozhlasového poplatku z 37 Kč na 45 Kč. Pozitivní trend v efektivnějším výběru rozhlasových poplatků pokračoval až do roku 2009. Tuto stoupající tendenci lze přičíst ke snaze ČRo o přímější komunikaci s poplatníky a efektivnější upomínání dlužníků ve spolupráci s Českou poštou. V roce 2010 nastal propad o 14 mil. Kč., tento klesající trend pokračoval až do roku 2012. Úbytek příjmu z poplatků v letech 2010-2012 přikládá ČRo novelizaci zákona č. 348/2005 o televizních a rozhlasových poplatcích. Tato novela zrušila povinnost platit poplatek za mobilní telefony s rozhlasovým přijímačem u právnických osob. Dále se také ve výročních zprávách z let 2010 a 2011 shledáme s pojmem “ekonomická krize“, která dle zprávy má také za příčinu úbytek poplatníků. (Výroční zprávy ČRo 2010-2012)

Pokles ve výběru poplatků se zastavil až v roce 2013. V tomto roce byly zdokonaleny

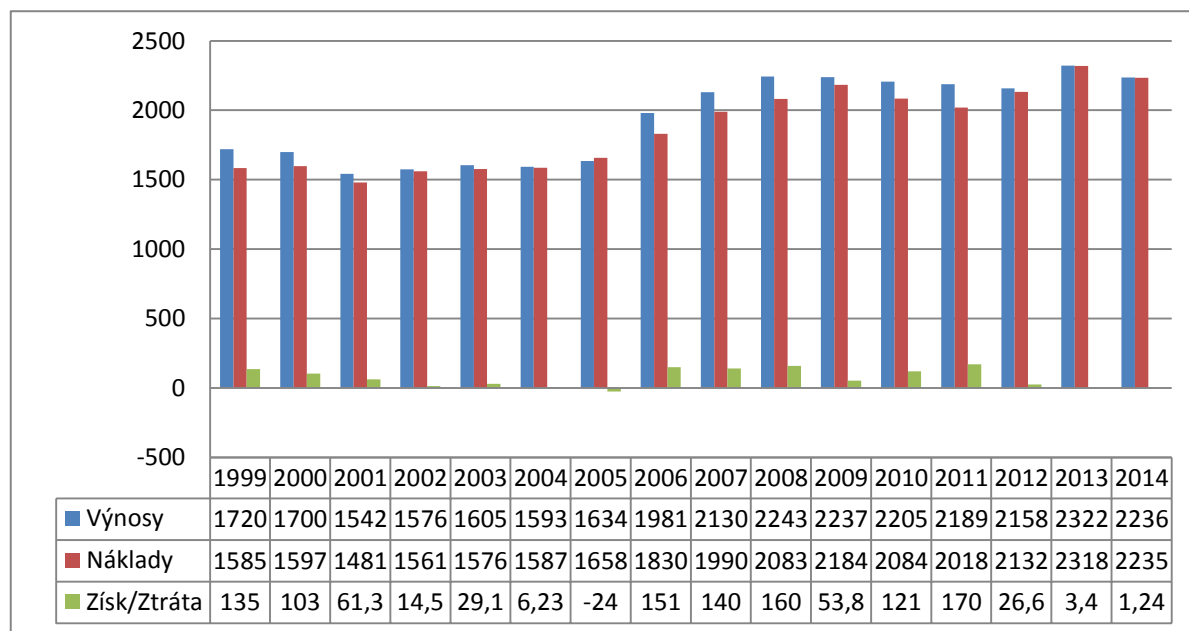
stávající upomínkové akce pro neplatiče a zavedeny nové způsoby na vymáhání poplatků. Dle výroční zprávy z roku 2013 měly nejpozitivnější vliv na zvýšení počtu poplatníků následující kroky. *“V kategorii poplatníků fyzické podnikající osoby a právnické osoby se na pozitivní bilanci ke konci roku 2013 podílely akviziční akce „DB Autoparky“, „ENERGO 2013“, dále individuální obchodní činnost realizovaná z nově zřízené pozice „specialista rozhlasových poplatků“ a komunikační kampaň “Normální je platit“. Tyto akce přinesly přes 60 tis. nově evidovaných příjemců (finančně vyjádřeno 32,4 mil. Kč/rok).“* (Výroční zpráva ČRo, 2013, s. 24)

Důslednější vymáhání poplatků a informování o nutnosti platit poplatky probíhalo i v roce 2014.

3.1.4 Celkové výsledky hospodaření Českého rozhlasu

Celkové příjmy a výdaje ČRo z let 1999 až 2014 zobrazuje následující graf.

Graf č. 2 Náklady a výnosy ČRo



Zdroj: Výroční zprávy o hospodaření ČRo z let 1999-2014

Graf v mil. Kč., sestavený z výročních zpráv o hospodaření ČRo z let 1991-2014

Jak je z výše uvedeného grafu patrné, výnosy ČRo vždy kromě roku 2005 pokrývaly náklady. Propad ČRo do ztráty byl dle výroční zprávy z roku 2004 plánován již v rozpočtu na rok 2004, avšak díky úsporným opatřením a vyšším ziskům se tak nestalo. Ve výroční zprávě je konkrétně uvedeno toto. *“Podle úpravy v posledním čtvrtletí roku byla rozpočtována ztráta 47,4 mil. Kč. Vliv na dosažení mírného zisku byl dán souhrnem vyšších výnosů, přesunem části čerpání zdrojů na rekonstrukci do dalšího roku a dosaženými úsporami v nákladech.”* (Výroční zpráva ČRo 2004 s. 10)

V roce 2005 však již ke ztrátě došlo. Dle Výroční zprávy o hospodaření ČRo z roku 2005 byly důvody propadu následující. *“Hlavním důvodem k přijetí schodkového rozpočtu byla nedostačující výše rozhlasového poplatku včetně nežádoucího trendu v počtu platících poplatníků, tudíž nedostatečná příjmová strana rozpočtu. Dřívější silná restrikce v oblasti nákladů vedla k nutnosti zohlednit nejpalcivější požadavky v oblasti oprav, obnovy výpočetní a rozhlasové techniky. I přes celkově nepříznivou situaci bylo nutno přistoupit k dílčímu řešení zhoršující se situace v oblasti odměňování vlastních zaměstnanců. Rovněž bylo nutno dokončit 1. etapu rekonstrukčních prací na historické budově rozhlasu v Praze, která i díky časovému posunu z titulu delšího řízení o veřejné zakázce přešla z velké části do roku 2005.”* (Výroční zpráva ČRo 2005 s. 4) Zvýšení rozhlasového poplatku vstoupilo v platnost 5. září a mělo za následek snížení plánovaného schodku rozpočtu. *“Hlavní příčinou byl poměrně nečekaný vývoj v oblasti inkasa rozhlasových poplatků v posledních měsících roku po přijetí nového zákona. Toto společně s nastavením bezpečných limitů čerpání jednotlivých divizí přineslo zlepšení celkového výsledku.”* (Výroční zpráva ČRo 2005 s. 5)

V následujících letech již ČRo hospodařil s kladnými rozpočty.

3.2 Česká televize

Na úvod této kapitoly autor uvede stručnou historii Československé televize, dále jen ČST a pozdější České televize, dále jen ČT.

Počátky vysílání Československé televize se datují k 1. květnu 1953, kdy bylo zahájeno veřejné zkušební vysílání. První název oficiálního studia byl Československý rozhlas – Televizní studio Praha umístěné v Měšťanské besedě na Praze 1. dne 25. února 1954 bylo vysílání prohlášeno za pravidelné. (Končelík, Večera, 2010, s. 158)

Od roku 1952 komunistická vláda Československa žádá urychlení výzkumu v oblasti televizního vysílání. Motivem komunistické vlády byla nejspíše snaha následovat sovětský vzor a předstihnout kapitalistický svět. Českoslovenští diváci se stali po sovětských a východoněmeckých třetími, kteří mohli na svých obrazovkách sledovat domácí vysílání. Masivnímu rozšíření televizních přijímačů do domácností bránila jejich vysoká pořizovací cena, která v roce 1955 například u televizního přijímače Tesla 4001 orientačně činila 4000 Kč, průměrný měsíční příjem se tehdy pohyboval kolem 1300 Kč. (Končelík, Večera, 2010 s. 160, Bednařík, Jirák, 2011 s 272)

3.2.1 Vývoj televizního poplatku

Československo přejalo v té době v Evropě běžný systém organizace televizního vysílání, kdy stát jako monopolní poskytovatel televizního vysílání vybíral televizní poplatek. Počet evidovaných poplatníků v roce 1955 činil 32 119. (Köpplová, 2003 s. 198)

K masivnímu rozšíření televizních přijímačů došlo až v roce 1962, kdy stál průměrný televizní přijímač 2500 Kč. V září 1962 bylo evidováno již milion diváků platících televizní poplatek. (Končelík, Večera, 2010 s. 160)

Přijetím zákona č. 18/1964 Sb. o Československé televizi, bylo určeno základní poslání a úkoly televize ve společnosti. Byla vymezena její působnost jako prostředek masové informace a kulturní instituce. Ústřední ředitel televize byl jmenován vládou ČSSR, které se i zodpovídal. Po ideové stránce televizi řídil ÚV KSČ. Dvou miliónů poplatníků dosáhla televize 1 března 1965. (Köpplová, 2003 s. 223, 226)

Rok 1967 byly ve znamení změn ve financování ČST. Dne 1. ledna 1967 televize začala fungovat jako příspěvková organizace. Do té doby byla samostatnou kapitolou ve státním rozpočtu. Jako příspěvková organizace dostávala tedy příspěvek ze státního rozpočtu na základě plánovaného hospodářského výsledku. Případné přebytky hospodaření ČST mohla televize užít k plnění svých úkolů nebo převést do rezervního fondu. Tři miliónů poplatníků dosáhla televize 1. prosince 1969. (Kópplová, 2003 s. 230, 237, 243)

Z pohledu financování ČST se až do roku 1991, kromě změn výše poplatku, neudály již žádné změny. Česká národní rada přijala 7. listopadu 1991 Zákon č. 483/1991 o České televizi. Tento zákon definoval Českou televizi jako právnickou osobu, která hospodaří s vlastním majetkem a její základní majetek je převeden z Československé televize. ČT je nezávislá na státním rozpočtu. Tímto zákonem byla zřízena i Rada České televize, která navrhuje a schvaluje rozpočet ČT. Česká televize vzniká k 1. lednu 1992. (Kópplová, 2003, s. 276)

3.2.2 Vývoj televizního poplatku v datech

Oproti předchozí kapitole o ČRo nebyl vývoj televizních poplatků natolik bouřlivý. Následující tabulka ukazuje vývoj televizního poplatku v datech.

Tabulka č. 2 Vývoj televizního poplatku

Rok	Poplatek	Popis
1. ledna 1955	15 Kč	Usnesení vlády č. 232
1. července 1969	25 Kč	
5. dubna 1991	50 Kč	Vyhláška č.100/1991 Sb.
1. dubna 1995	50 Kč	Zákon 252/1994 Sb.
1. července 1997	75 Kč	Zákon 135/1997 Sb.
13. září 2005	100 Kč	Zákon 348/2005 Sb.
1. ledna 2007	120 Kč	Novela 348/2005 Sb
1. ledna 2008	135 Kč	Novela 348/2005 Sb

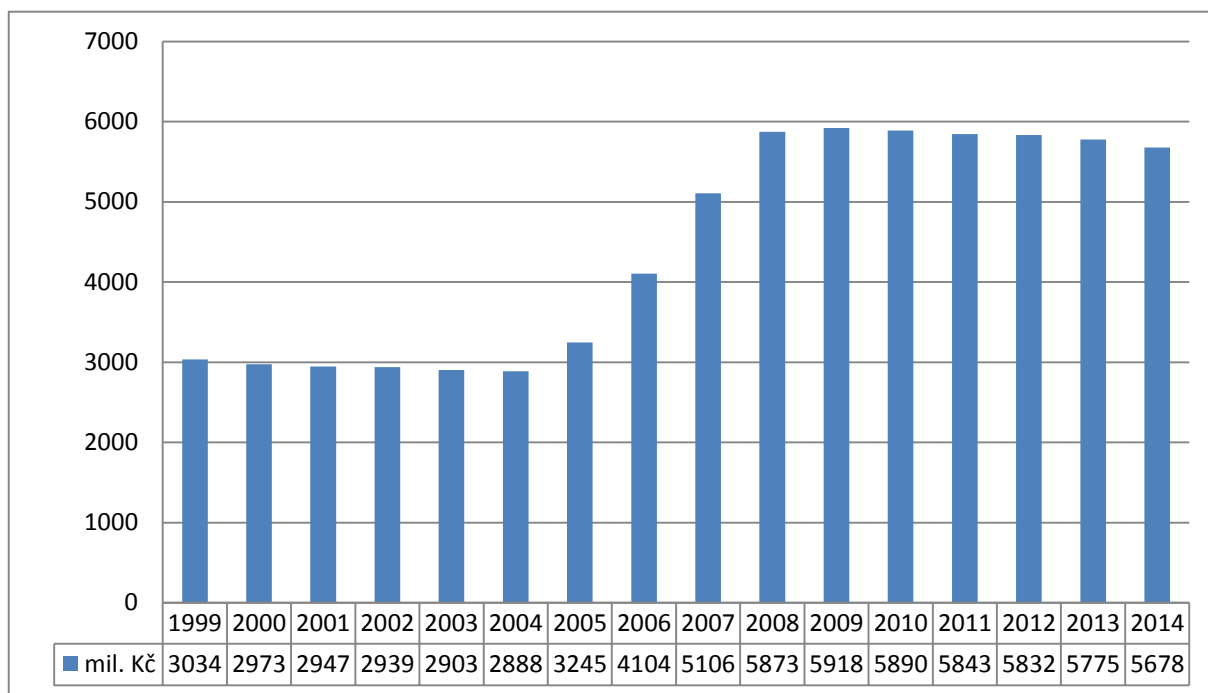
Zdroj: Kopplova, 2003 s, 196, 240, 275,309. Česká televize b, [online], cit. 2016-1-25

Do roku 1995 byl televizní poplatek vybírán jen na základě vyhlášek. Vyhláška federativního shromáždění č. 100/1991 Sb., byla po rozdělení Československé republiky nahrazena zákonem 252/1994 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích. S účinností od 1. července 1997 byl přijat zákon č. 135/1997 Sb. který mimo jiné doplnil zákon č. 252/1994 Sb. a v §4 zvýšil televizní a rozhlasový poplatek. Zákon č. 335/2005 Sb. poté Zákon č. 135/1997 Sb. a č. 348/1994 Sb. zrušil.

3.2.3 Současné financování České televize

Z hlediska aktuálního finančního stavu České televize je potřeba, stejně jako u výše uvedeného Českého rozhlasu, nahlédnout do výsledků hospodaření České televize. Analýza bude opět provedena za roky 1999 až 2014. Příjmy ČT z vybraných poplatků jsou uvedeny v následujícím grafu.

Graf č. 3 Výběr televizních poplatků ČT



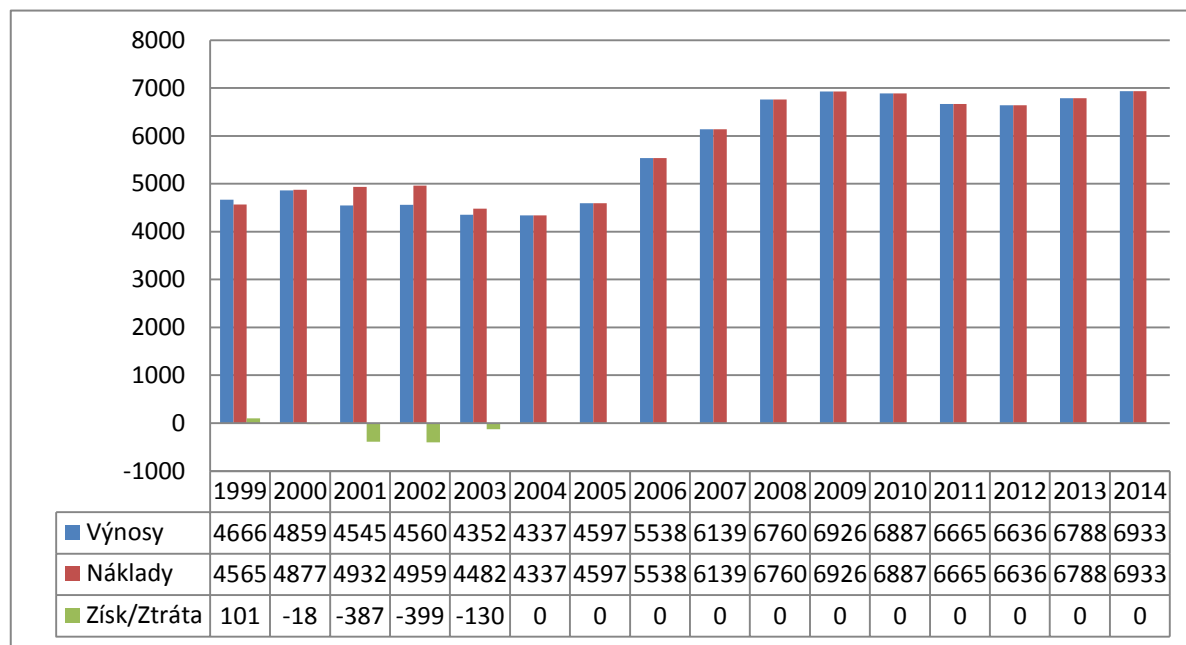
Zdroj: Výroční zprávy o hospodaření ČT z let 1999-2014

Počátek nárůstu příjmů z poplatků v roce 2005 je důsledkem zvýšení televizního poplatku na 100 Kč od 13. září 2005. Toto skokové navýšení lze sledovat také v letech 2007 a 2008, kdy se také zvyšovaly částky vybírané na poplatcích, viz. tabulka v předchozí kapitole. Od roku 2009 lze z grafu vyzorovat mírné soustavné klesání vybrané částky. Vinu za to lze přikládat soustavnému poklesu registrovaných televizních přijímačů. Tato problematika je podobná jako u Českého rozhlasu, avšak zde se propad nepodařilo zastavit. ČT se na rozdíl od ČRo ve svých výročních zprávách nezmiňuje o žádném soustavném pokusu o zefektivnění výběru poplatků.

3.2.4 Celkové výsledky hospodaření České televize

Celkové příjmy a výdaje ČT z let 1999 až 2014 zobrazuje následující graf v mil. Kč.

Graf č. 4 Náklady a výnosy ČT



Zdroj: Výroční zprávy o hospodaření ČT z let 1999-2014

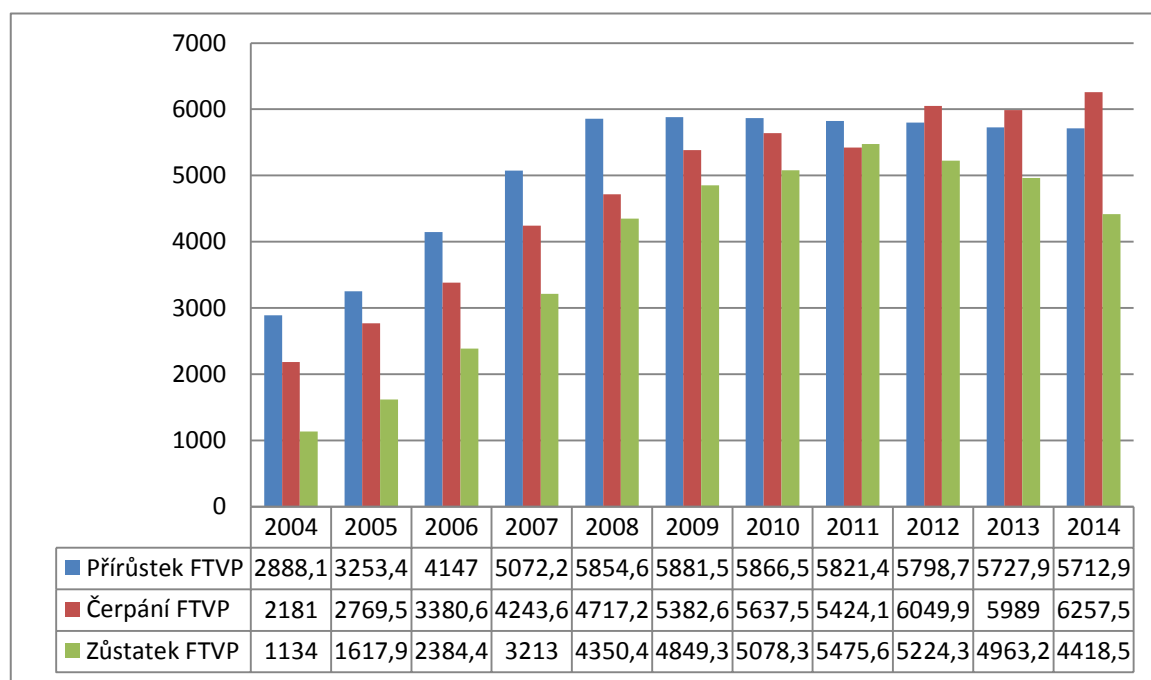
Jak je z grafu patrné, Česká televize od roku 2004 hospodaří z vyrovnaného rozpočtu. Od roku 2004 kryje ČT případné ztráty na výnosech z fondu televizních poplatků. Do konce roku 2003 byly televizní poplatky účtovány do výnosů v okamžiku jejich inkasa. Fond televizních poplatků lze popsat jako účet, na kterém se shromažďují přebytečné finanční prostředky vybrané na televizních poplatcích. Názorně lze přiblížit nesoulad mezi účtováním příjmů a nákladů, na následné citaci z Výroční zprávy o hospodaření České televize za rok 2013.

„Tento časový nesoulad nejlépe ilustruje příklad velkých sportovních akcí. Televizní práva na tyto akce se musí ve většině případů zaplatit v plné výši mnohem dříve, než se akce uskuteční. Úbytek finančních prostředků v okamžiku platby tedy může nastat v roce, kdy se daná sportovní akce nekoná. V okamžiku odvysílání sportovní akce v roce

následujícím se prostředky vynaložené na televizní práva a na samotnou výrobu stávají nákladem a až v tuto chvíli je také čerpán fond televizních poplatků na jejich krytí.“ (Výroční zpráva ČT 2013 s 51)

Následující graf zobrazuje stav fondu televizních poplatků dále jen FTVP od roku jeho založení. Graf zobrazuje roční přírůsty do FTVP, celkové čerpání prostředků z fondu a celkový zůstatek fondu. Počáteční stav výše fondu nebyl autorem dohledán, autor tedy vychází z výroční zprávy ČT z roku 2004, kde se stav fondu k 31.12.2004 uvádí ve výši 1 134,0 mil. Kč. Následující graf zobrazuje vývoj fondu televizních poplatků v mil. Kč.

Graf č. 5 Fond televizních poplatků



Zdroj: Výroční zprávy o hospodaření ČT z let 2004-2014

Jak je z výše uvedeného grafu patrné, k překročení výše čerpání fondu oproti přírůstku došlo poprvé v roce 2012. Dle výroční zprávy ČT toto bylo zapříčiněno poklesem výnosů ČT z důvodu zrušení vysílání reklamy a také navýšením nákladů spojených s placením DPH. Pokles v dalším roce byl podle výroční zprávy z roku 2013 způsoben hlavně zintenzivněním výroby pořadů pro následující roky. Pokles v roce 2014 je

komentován ČT takto: *“Čerpání fondu tv poplatků převyšovalo tvorbu fondu v roce 2014 o 545 mil. Kč, ale finanční majetek České televize poklesl pouze o 32 mil. Kč. Z toho je jasně vidět, že tvorbu a čerpání fondu není možné samostatně a izolovaně vykládat jako výsledek hospodaření a hodnotit hospodaření České televize. Tvorba a čerpání fondu zahrnuje ve stejné výši i odpis nedobytných pohledávek z titulu předepsaných televizních poplatků.”* (Výroční zpráva ČT 2014 s 55)

4 HISTORIE FINANCOVÁNÍ AUDIOVIZUÁLNÍCH MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY VE VYBRANÝCH ZEMÍCH

Tato kapitola popisuje různé přístupy k financování audiovizuálních médií veřejné služby ve vybraných zemích. Z důvodu značných odlišností ve vzniku a fungování médií po právní stránce ve vybraných zemích, autor pouze uvede velice stručnou historii vzniku a fungování a poté se již bude zabývat jen způsobem financování. Pro tuto práci byly vybrány následující země, Spolková republika Německo, Francie, Velká Británie, Finsko a Maďarsko.

4.1 Německo

Spolková republika Německo, dále jen SRN je federací šestnácti spolkových zemí. Každé spolkové zemi dle německé ústavy náleží kompetence v kulturních otázkách, mezi které patří i rozhlasové a televizní vysílání. Každá spolková země má svůj vlastní zákon, upravující rozhlasové a televizní vysílání a jeho regulaci. V SRN působí více veřejnoprávních vysílatelů rozhlasu a televize, kteří jsou zřizovány buďto přímo jednotlivými spolkovými zeměmi, nebo na základě jejich vzájemných aliančních dohod. (Šmíd, 2011 s. 19)

V SRN funguje čtrnáct regulátorů veřejnoprávního vysílání a deset vysílatelů veřejné služby. Jak již bylo řečeno, každý orgán je zřizován na základě zákonů s rozdílným organizačním uspořádáním. Bylo by tedy velice obtížné tuto legislativu srozumitelně a stručně představit. Základním vysílacím zákonem je Státní smlouva o vysílání (Rundfunkstaatsvertrag) z roku 1991. Tento zákon je platný pro všechny spolkové republiky. (Šmíd, 2011 s. 20)

Milan Šmíd ve své případové studii popisuje zákon takto. *“Státní smlouva o vysílání určuje rámcová pravidla pro organizování veřejnoprávního i soukromého vysílání, pro udělování licencí, stanovuje základní obsahové standardy (právo na odpověď, zajištění názorové plurality, pravidla vysílání reklamy, sponzoringu, teleshoppingu). Některé detaily si však řeší spolkové země ve svých vlastních právních předpisech, kterými si*

zřizují „vysílací rady“ (Landesmedienanstalten), jež vykonávají státní správu v oblasti vysílání. Podobná situace je i u zákonů, kterými si spolkové země zřizují vlastní veřejnoprávní rozhlasové a televizní organizace.“ Tento zákon je platný dodnes, prošel však mnohými novelami. (Šmíd, 2011 s. 20)

Veřejnoprávní vysílání v SRN zastupují tři organizace, které sdružují jednotlivé provozovatele. První je organizace s názvem ARD celým názvem Arbeitsgemeinschaft der Deutschen Rundfunkanstalten. ARD je dobrovolnou federací veřejnoprávních vysílatelů rozhlasu a televize v jednotlivých spolkových zemích. Druhou organizací je ZDF Zweites Deutsches Fernsehen, která provozuje výhradně televizní vysílání, tato organizace je jednou z největších organizací tohoto typu v Evropě. ZDF vlastní podíl v poslední veřejnoprávní organizaci a to Deutschlandradio, které produkuje tři celostátní rozhlasové programy. (Šmíd, 2011 s. 19)

4.1.1 Způsob financování

Základem pro financování medií veřejné služby ve Spolkové republice Německo je výběr poplatků a příjem z reklamy. Výše zmíněné organizace ARD, ZDF a Deutschlandradio založili centrálu pro správu a výběr poplatků, Gebühreneinzugszentrale ve zkratce GEZ. Vybrané poplatky se rozdělují dle zákona mezi jednotlivé vysílatele veřejných služeb, část náleží také regulačním orgánům, které z poplatků financují neziskové projekty. Společnosti ARD a ZDF mají smíšený systém financování dle zákona a mohou vysílat až dvacet minut reklamy denně. Omezení se týká vysílání od osmi hodin večer a vysílání o státních svátcích, kdy se žádné reklamy nevysílají. Vysílání reklamy na ARD pokrývá asi 5% rozpočtu, ZDF asi 7%. (Šmíd, 2011 s.24) (Rundfunkbeitrag, [online], cit. 2016-1-20)

V SRN do roku 2007 probíhal výběr poplatků za vlastnění televizního nebo rozhlasového přijímače. V případě vlastnictví pouze rozhlasového přijímače poplatek činil 5,76 euro měsíčně. Neexistoval však samostatný televizní poplatek, tedy při vlastnictví televize byl účtován souhrnný poplatek 17,98 euro měsíčně. Platilo se pouze za vlastnictví jednoho tv nebo rádio přijímače. Podle nového zákona, který platí od roku 2013, se již neplatí za vlastnictví přijímače, ale novým modelem - domácnost rovná se

poplatek. Poplatek byl sjednocen a již bylo jedno, zda se platí za rozhlas či televizi, částka zůstala ve výši 17,98 euro měsíčně. Výše poplatku byla upravena k 1.dubnu 2015 na 17,50 euro. Výjimky tvoří specifické sociální skupiny (důchodci, studenti, sociálně slabí občané atd.) Tyto skupiny jsou buď od poplatku zcela osvobozeny nebo hradí nižší sazbu, která činí 5,83 euro měsíčně. (Šmíd, 2011 s.23) (Rundfunkbeitrag b, [online], cit. 2016-1-20)

V případě právnických osob je výběr poplatků následující. Výše poplatku je například u výrobních podniků určována dle níže uvedené tabulky, která určuje počet stálých zaměstnanců na jednu provozovnu a od toho odvíjející se poplatek. Ke každé provozovně je možno provozovat jedno vozidlo s rádiem zdarma, každé další vozidlo je zpoplatněno 5,83 eury. Hotely, restaurace a jim podobná zařízení, platí podle níže uvedené tabulky podle počtu zaměstnanců, navíc však za každou místnost s přijímačem.

Tabulka č. 3 Poplatky Německo

Počet stálých zaměstnanců	Měsíční poplatek
0-8	5,83 €
9-19	17,50 €
20-49	35 €
50-249	87,50 €
250-499	175 €
500-999	350 €
1000-4999	700 €
5000-9999	1 400 €
10000-19999	2 100 €
Nad 20000	3 150 €

Zdroj: Rundfunkbeitrag c, [online], cit. 2016-1-29

4.2 Francie

Financování médií veřejné služby ve Francii je smíšené. Francouzská veřejnoprávní média byla dlouhou dobu monopolem řízeným státem. V současné době na území Francie existují následující veřejnoprávní média: France Télévisions, Radio France a Arte-France, která zajišťuje vysílání do zahraničí. První soukromou televizí byla stanice Canal plus (C+) v roce 1984. V roce 1986 následovaly kanály La Cinq a TV-6. (Šmíd, 2011 s. 23)

France Télévisions v současné době provozuje šest celostátních televizních kanálů. Radio France provozuje 8 celostátních rozhlasových stanic. Arte-France celým názvem Association Relative à la Télévision Européenne, je provozován ve spolupráci s SRN. Francouzskou stranu zastupuje Arte France a za SRN je to společnost Arte TV GmbH. Tyto dvě organizace dodávají každá 40% vysílaného obsahu. Zbýlých 20% je dodáváno od ostatních spolupracovníků Arte. (Šmíd, 2011 s. 23)

4.2.1 Způsob financování

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole, financování Francouzských veřejnoprávních médií probíhá smíšeně. Hlavními zdroji jsou poplatky, sponzoring a příspěvek ze státního rozpočtu. Tento příspěvek ze státního rozpočtu je částečně tvořen obdobou televizního poplatku, který je vybírán jako součást domovní daně. Jeho fungování je popsáno níže. Do roku 2011 byla na veřejnoprávních televizích a rádiích vysílána i reklama, s výjimkou kanálů Arte a parlamentních kanálů, ve Francii funguje parlamentní stanice pod názvem La Chaîne Parlementaire (LCP). Od roku 2012 byla veškerá reklama zrušena. (Šmíd, 2011 s. 23, RadioTv, [online], cit. 2016-1-22)

Výpadek příjmů z reklam byl kompenzován zdaněním soukromých provozovatelů vysílání, kteří musejí odvádět daň z odvysílané reklamy v rozmezí 1,5 až 3%. Nejvyšší odvod 3% se týká soukromých provozovatelů s ročním obratem vyšším než 11 mil. euro. Tuto daň odvádějí také operátoři elektronických komunikačních médií, jako jsou například internetové televize, avšak daň činí pouze 0,9%. Maximální povolený čas vysílání reklamy u soukromých provozovatelů byl zvýšen ze šesti na devět minut v jedné vysílací hodině. (Šmíd, 2011 s.29, 30)

Financování veřejnoprávních médií ze státního rozpočtu probíhá tak že, poplatky za vysílání jsou od občanů vybírány jako součást domovní daně. Od daně jsou osvobozeny osoby se zdravotním postižením, osvobozené od domovní daně nebo také osoby nad 75 let věku, které v daném roce nemají zdanitelný příjem. O výběr této daně se stará Ministerstvo financí. Pro rok 2016 byla daň stanovena ve výši 137 euro ročně pro poplatníky na území Francie a 87 euro pro zámořské departmenty, poplatek je jednotný pro rozhlasové i televizní přijímače. Tento poplatek je každý rok upravován o výši inflace. Stát kromě těchto vybraných daní dále také poskytuje vysílatelům dotace ze státního rozpočtu. (Šmíd 2011 s. 29, Service-public [online], cit. 2016-1-29)

4.3 Velká Británie

Britský systém veřejnoprávních médií je odlišný od ostatních, a to z důvodu jiného právního systému země, založeného na tradicích a precedencích. Základní organizační strukturu zdejšího provozovatele veřejnoprávního vysílání BBC (British Broadcasting Corporation) určuje Královská charta BBC (Royal Charter BCC), která ustanovuje BBC jako společnost, která uzavírá s vládou Rámcovou dohodu (Framework Agreement) o plnění konkrétních úkolů. Současná platná dohoda je uzavřena na určité období, aktuálně od roku 2007 až do roku 2016. (Šmíd, 2011 s. 13)

Na území Velké Británie působí jako vysílatel veřejnoprávního rozhlasu od roku 1922 a televize od roku 1936 již zmiňovaná BBC. V roce 1955 vzniká konkurenční celostátní ITV (Independent Television). Tento program vytvářelo společně patnáct licencovaných regionálních komerčních stanic. Roku 1982 začal vysílat program Chanel 4, jednalo se o komerční kanál původně provozovaný stanicemi ITV, dnes je Chanel 4 vlastněn zcela neziskovou organizací. V roce 1997 začal vysílat další komerční program Chanel 5, ten však nepůsobil celoplošně. Soukromé programy Chanel 3, Chanel 4, Chanel 5 byly však licenčními podmínkami natolik regulovány, regulaci provádí společnost Ofcom, že byly zařazeny do programů nabízejících veřejnou službu. Neregulovanou komerční konkurencí se pro BBC staly až v 80. letech importované americké kabelové programy. (Šmíd, 2011 s. 13, 14)

4.3.1 Způsob financování

Rozhlasový a televizní poplatek ve Velké Británii se stále nazývá licenční poplatek (licence fee) z dob, kdy bylo nutné ke sledování televize zakoupit licenci. Platit poplatky má povinnost každý, kdo je vlastníkem jakéhokoliv televizního přijímače. Definice toho, co je považováno za televizní přijímač, je stanovena speciálním nařízením. Vládní nařízení číslo 31 definuje televizní přijímač jako zařízení, které je schopné přijímat vysílaný televizní program. To se vztahuje i na počítač, který je k tomu vybavený. V roce 2009 vyzval BBC Trust britské zákonodárce, aby reagovali na tyto technologické změny. (Šmíd, 2011 s. 16)

Licenční poplatek je ve Velké Británii vybírán společně pro rozhlas i pro televizi. Jeho výše činí 145,50 liber ročně (přibližně 188 €). Zajímavostí je stálá platnost poplatku za černobílou televizi ve výši 48 liber ročně. Občané starší 75 let jsou od poplatků osvobozeni, za tyto občany dostává BBC náhradu od Ministerstva práce a důchodů. Poplatníci, kteří trpí slepotou mají slevu z poplatku ve výši 50%. Pro hotely a penziony a další zařízení je udáván následující výpočet podobný s modelem v SRN. Pokud provozovatel chce vybavit přijímačem maximálně 15 obytných jednotek, je vybírán poplatek ve výši 145,50 liber. Za každých dodatečných 5 jednotek je vybíráno dalších 145,50 liber. (Šmíd, 2011, s. 16, TV Licensing [online], cit. 2016-1-29)

Výběrem a správou poplatků pověřila BCC společnost TV Licensing se sídlem v Bristolu. Dalším zdrojem příjmů BCC jsou příjmy z vlastní podnikatelské činnosti a státní příspěvek pro kanál BBC Worldwide, který vysílá do zahraničí. (Šmíd, 2011 s. 16)

Nejvyšší část komerčních příjmů tvoří především prodej časopisů a knih, zvukových i obrazových kazet, prodej pořadů BBC do zahraničí, jazykové kurzy, publikační činnosti a inkaso za poskytování programů BBC satelitním a kabelovým distributorům. Zbytek příjmů tvoří poskytování dalších služeb. Komerční činnost je BBC umožněna, pouze pokud je institucionálně i účetně oddělena od poskytování veřejné služby v domácím prostředí. (Šmíd, 2011 s. 16)

4.4 Finsko

Veřejnoprávní rozhlasové a televizní vysílání ve Finsku, zajišťuje společnost Yleisradio OI, dále jen Yle. Společnost vznikla již v roce 1926. V roce 1957 vznikla komerční televize Mainos-TVReklam OI, dále jen MTV. Tato televize měla svými příjmy z reklamy podpořit financování Yle. Zpočátku Yle poskytovala MTV za úplatu svůj vysílací čas. V roce 1987 však MTV opustila programy Yle a začala vysílat na svém vlastním celoplošném kanálu a stala se tak samostatnou komerční televizí. (Šmíd 2011, s. 60)

Současná právní podoba společnosti Yle vzniká v roce 1993 kdy je přijat zákon o Yleisradio Oy společnost s ručením omezeným, jejím zřizovatelem je Ministerstvo dopravy a komunikací. Zákon stanovuje, že podíl státu ve společnosti nesmí klesnout pod 70%, nyní podíl státu přesahuje 99%. Yle vysílá ve finštině a švédštině, která je druhým úředním jazykem. (Šmíd 2011, s. 61)

4.4.1 Způsob financování

Veřejnoprávní televize a rozhlas Yle jsou financovány z 95% z vybraných poplatků. Reklama se na stanicích nevysílá. Výběr a správu poplatků má na starosti agentura FICORA. Tato společnost spravuje Státní rozhlasový a televizní fond, do kterého plynou jednak příjmy z poplatků, ale také další zdroje, jako například poplatky za licence od komerčních vysílatelů, jejichž výše je určována podle ročního obratu společnosti. Dalšími příjmovými fondy jsou například pokuty od neplatičů poplatků. (Šmíd, 2011, s. 62)

Do roku 2012 byl poplatek vybírán od občanů vlastníků televizní nebo rozhlasový přijímač, platba probíhala za podobně jako v ČR, takže stačilo platit pouze za jeden televizní nebo rozhlasový přijímač v domácnosti. Poplatek byl vybírán ve výši 21,15 euro měsíčně tedy 253,8 euro ročně. Ve Finsku však nastala stejná situace jako v ostatních Evropských zemích a bylo těžké určit, co vše je považováno za přijímač. (Šmíd, 2011, s. 62-63)

V roce 2013 proběhla zásadní novela zákona. Správcem je stále společnost FICORA, avšak poplatek je zrušen a nahrazen daní. Daň je vybírána daňovým úřadem a poté předávána správci. Daň se neplatí jako například v již zmiňovaném Německu za domácnost, ale je strhávána ze zdanitelného příjmu podle níže uvedené tabulky. Daň je stanovena ve výši 0,68% ze zdanitelného příjmu. Od platby jsou osvobozeny osoby, které jsou mladší 18 let a občané s ročním příjmem do 7352 eur. Poplatek také neplatí obyvatelé Alandských ostrovů. Průměrná měsíční mzda se ve Finsku pohybuje kolem 2300 euro. Maximální výše poplatku je 140 eur ročně. (MAM [online], cit. 2016-1-29, Vero [online], cit. 2016-1-29)

Tabulka č. 4 Poplatky Finsko

Roční příjem za rok	Platba
0-7352 €	0 €
do 8 091 €	55 €
Do 8565 €	58 €
Do 15600 €	106 €
Do 40 000 €	140 €
Nad 40 000 €	140 €

Zdroj: Vero [online], cit. 2016-1-29

V levém sloupci tabulky můžeme vidět výše příjmů občanů a následně v pravém sloupci jsou znázorněny výše poplatků, které jsou občanům ročně strhávány v podobě daní z příjmů.

Oproti dřívějšímu poplatku, který činil již zmíněných 253,8 euro ročně, je tedy i maximální výše současné daně výrazně nižší. Yle uvádí, že i při maximálním odvodu tedy 140 euro je denní platba jen 39 centů.

Aktuální povinnost sice nutí platit každého jednotlivce bez ohledu na to, zda televizi či rozhlas vlastní nebo ne, avšak Yle se hájí tím, že poskytuje i jiné služby, jako například internetové stránky. (MAM [online], cit. 2016-1-29)

4.5 Maďarsko

V novodobých dějinách Maďarska nebyl vývoj veřejnoprávních médií vůbec jednoduchý. Vývoj ovlivnily politické dohody z roku 1989. Nově nastupující politické strany zanesly do ústavy podmínku, podle které se musely všechny mediální zákony přijímat dvoutřetinovou většinou hlasů. Tato podmínka se nazývala moratorium na frekvence. Schválení Zákona o rozhlasovém a televizním vysílání však trvalo až do února 1996. Do té doby byl hlavním celostátním monopolním vysílatelem maďarský státní rozhlas a maďarská státní televize. O kontrolu tohoto rozhlasu a televize usilovala vláda s opozicí. To mělo za následek, že léta 1990 až 1993 byla označována jako léta „mediálních válek“. V roce 1993 bylo moratorium na frekvence částečně uvolněno. Kvůli tlaku veřejnosti umožnila vláda vznik nezávislých a neziskových lokálních televizí a rozhlasů. (Šmíd 2011, s. 45)

Odstátnění maďarské televize a rozhlasu proběhlo až ve zmiňovaném roce 1996. Na jaře roku 2010 nová vláda získala v parlamentu ústavní dvoutřetinovou většinu, která byla nezbytná ke změnám mediální legislativy. Začátkem července roku 2010 se měnil článek 61 Ústavy o svobodě projevu a tisku. K tomuto článku byl přidán odstavec o nezbytnosti veřejné služby médií ve prospěch posilování evropské a maďarské identity a o kontrole této služby veřejností. V listopadu 2010 reforma mediální legislativy pokračovala přijetím Zákona o svobodě tisku a základních pravidlech médií. Tento zákon se vztahoval nejen na tisk, ale i na všechny tzv. mediální služby (rozhlas, televizi, internetové služby). Znění zákona bylo sestaveno z definic převzatých z Evropské unie, takže unie neměla k tomuto zákonu námitky. Poté však následoval Zákon o masmédiích a mediálních službách, který mimo jiné nařizoval povinnost vyváženosti zpravodajství v elektronických médiích pod pohrůzkou sankcí. Tento zákon se již setkal s protesty Evropské unie a na základě těchto protestů došlo k jeho pozměnění.

Zákon byl změněn tak, aby splňoval směrnici Evropského parlamentu o koordinaci určitých ustanovení zakotvených v zákonech, předpisech nebo správních předpisech členských zemí týkající se poskytování audiovizuálních a mediálních služeb. (Šmíd 2011, s. 45-47, Jogtár [online], cit. 2016-1-29)

4.5.1 Způsob financování

V Maďarsku probíhá smíšené financování veřejnoprávní televize a rozhlasu. Skládá se ze zisků z vysílání reklam, z komerčních činností a z veřejných prostředků. Do roku 2001 byly vybírány také poplatky za veřejnoprávní televizi a rozhlas od občanů, avšak od doby již zmiňovaných mediálních válek v letech 1990 až 1993 neustále klesala důvěra poplatníku v tyto instituce a tím i vybrané finanční prostředky. V roce 2002 byly tedy poplatky zcela zrušeny- Zrušení poplatků bylo i součástí volebního programu tehdy nastupující politické strany. Zákon o vysílání z roku 1996 zřídil zvláštní Vysílací fond (Műsorszolgáltatási Alap), kterým se dotovalo veřejnoprávní vysílání a podporovaly některé neziskové projekty a lokální stanice. Do tohoto fondu přicházely výnosy, které platí komerční vysílatelé za získání licence, případné výnosy z pokut udělené regulátorem vysílání a také dotace ze státního rozpočtu. (Šmíd 2011, s. 45-47)

V září 2010 vláda přijala výnos o zřízení Nadace veřejné služby. Tento výnos přejmenoval Vysílací fond na Fond pro podporu mediálních služeb a správu majetku (Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap) a svěřil ho do správy nově vzniklé Mediální rady. Kromě již výše zmíněných příjmů starého fondu přibyl jeden nový příjem a to konkrétně 2,5% odvod z reklamních příjmů komerčních vysílatelů. Výnos předpokládá, že větší část financí si veřejnoprávní vysílatelé pořídí z vlastní komerční činnosti. Stát do fondu přispívá podle počtu domácností, které audiovizuálních služeb využívají. (Šmíd 2011, s. 46-48)

5 ÚKOLY A NAPLŇOVÁNÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY V HISTORICKÉM A LEGISLATIVNÍM KONTEXTU

Jednoznačně definovat pojem “veřejná služba“ není téměř možné, neboť na tuto problematiku má mnoho odborníků rozdílné názory. Ve vztahu k médiím je veřejná služba definována pouze tak, že každé médium má plnit určitá kritéria, aby bylo považováno za médium veřejné služby.

„Na úrovni EU je role veřejnoprávního vysílání uznána Protokolem 29 připojeným ke Smlouvě o fungování EU a důležitost systému tzv. duálního vysílání uvádí směrnice o audiovizuálních mediálních službách. Tyto předpisy jsou podpořeny řadou doporučení a deklarácí Evropského Parlamentu, Rady ministrů, a Rady Evropy. Zejména Rada Evropy jakožto organizace, jejíž hlavní poslání je ochrana lidských práv a podpora právního státu, považuje existenci veřejnoprávního vysílání za nezbytnou a důležitou pro současnou společnost.“ (Ministerstvo kultury, [online], cit. 2016-1-29)

Na úvod je nutné odlišit státní a veřejnoprávní média. Státní média jsou přímo podřízena státnímu aparátu a vládě. V zemích s autoritářským režimem jsou mu jednostranně podřízeny a bezvýhradně mu slouží. Naproti tomu veřejnoprávní média jsou odpovědná a podřízena občanům a jejich reprezentantům. Tedy jejich činnost se řídí zájmy veřejnosti nikoliv zájmy vlády a státu.

O používání výrazu “veřejnoprávní“ se mezi některými odborníky vedou spory, neboť původní význam je převzatý z německého “öffentlich-rechtliche“ označuje překlad “veřejnoprávní“ pouze právní formu vysílací organizace, neurčuje však náplň nebo charakter její činnosti. Zde je tedy důležité vysvětlit další pojem a tím je “veřejná služba“. Pro média totiž není zavazující, zdali mají statut veřejnoprávního média, ale zdali vykonávají veřejnou službu. Proto se v některých textech můžeme setkat místo pojmu veřejnoprávní médium s pojmem médium veřejné služby. Tento rozdíl je jasně patrný v zákoně jak o České televizi, tak o Českém rozhlasu. (Hvížd'ala, 2003 s. 236-242)

Karel Hvižd'ala ve své publikaci „Moc a nemoc médií“ uvádí zásadní body, které by měly zastávat média veřejné služby, kterými jsou: pluralisticko stranická neutralita, vyváženost a etický kodex média redaktora. (Hvižd'ala, 2003 s. 236-242)

Pluralisticko stranická neutralita.

Média jsou nezávislá na politických stranách a hospodářských korporacích. Přístup do média je umožněn všem za stejných podmínek. Objektivní míra kvality zprávy by měla být věrnou reprodukcí zprávy skutečné události. Mimo jiné je vyžadováno ověření nejméně ze dvou nezávislých zdrojů. Objektivní zpravodajství má být nestranné, věcné a věrné skutečnosti.

Vyváženost.

Prostor ve veřejnoprávním médiu je určen nejen pro majoritní názory, ale i pro relevantní menšinové. Pro přesnější definici vyváženosti uvádí Hvižd'ala Okrentův zákon: “Snaha dosáhnout (v komentáři) rovnováhu může vést k nerovnováze, protože někdy je taková i skutečnost.” (Hvižd'ala, 2003 s. 236-242)

Etický kodex média a redaktora.

Tento bod vychází ze zásad Mezinárodní federace novinářů z roku 1954 a rezoluce Rady Evropy. Řeší odpovědnost novinářů za pravdivost, práci se zdroji, respektování soukromí a míru vztahu k politickým stranám. V neposlední řadě také zdali je etické vystupovat v jiných médiích, reklamách nebo jiné formě komerce. (Hvižd'ala, 2003 s. 236-242)

5.1 Rozdělení veřejnoprávních médií

Veřejnoprávní média lze rozdělit podle dvou základních kritérií, a to podle jejich vzniku a právního postavení. Do první kategorie řadíme jakákoliv média, která slouží veřejnému zájmu a konají tedy již zmíněnou veřejnou službu. Jsou financována z veřejných zdrojů, nejčastěji jsou to média s místní a regionální působností. Nejčastěji se můžeme setkat v tištěných periodikách obecních úřadů nebo s obecním rozhlasem. Provozování takového média je dobrovolné, zaleží pouze na vůli jejich zřizovatele,

kterými jsou nejčastěji kraje nebo obce. (Hvízd'ala, 2003 s.242)

Do druhé kategorie řadíme již mnohokrát zmiňovaná veřejnoprávní média, která jsou zřizována na základě zákona. V České republice je to Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, konkrétně §3 odstavec 1. V České republice existují dva veřejnoprávní vysílatele Česká televize a Český rozhlas. Obě tyto instituce jsou zřizovány na základě v této práci již mnohokrát zmiňovaných zákonech o České televizi a Českém rozhlase. (Zákon č. 231/2001 Sb.)

5.2 Naplňování veřejné služby Českou televizí

K naplňování veřejné služby zavazuje Českou televizi Zákon č. 483/1991 Sb. ze dne 7. listopadu 1991 o České televizi. Důležitý je §1 odstavec 3, který uvádí, že stát neodpovídá za závazky České televize a Česká televize neodpovídá za závazky státu.

Zákon definuje v §2 odstavci 1 veřejnou službu pro potřeby tohoto zákona takto. „*Česká televize poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovat mediální pluralitu (dále jen „veřejná služba v oblasti televizního vysílání“)*“. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

5.2.1 Úkoly a jejich naplňování

V odstavci 2 téhož paragrafu jsou vypsány hlavní úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání. Poskytovat objektivní, ověřené a ve svém celku vyvážené informace pro svobodné vytváření názorů. Přispívat k právnímu vědomí obyvatel České republiky. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

Vytvářet a šířit programy, jejichž nabídka je vyvážená pro všechny skupiny obyvatel. Zvláštní zřetel je brán na náboženskou víru, přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, věk a pohlaví. Nabídka pořadů by měla odrážet rozmanitost názorů, politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů. Cílem nabízených

pořadů je posílení vzájemného porozumění a tolerance ve společnosti. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

Dalším úkolem je výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů. Česká televize tyto úkoly veřejné služby naplňuje zejména tím, že provozuje analogové a digitální vysílání. Společně s Českým rozhlasem sestavuje souhrnný datový tok a odpovídá za jeho chod. Zřizuje vlastní síť zpravodajů a televizních studií. V současné době v ČT pracuje přes 80 zpravodajů, rozdělených do 17 redakcí v České republice. Jsou zřízena tři stálá televizní studia v Praze, Brně a Ostravě. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

Česká televize vytváří archivní fondy, udržuje a podílí se na jejich využívání.

„Archiv dokumentuje zpravodajské materiály, provádí odborné rešerše, vytváří metodiku vyhledávání v databázích a dodává podklady právnímu útvaru pro smluvní zajištění práv u archivních pořadů. V depozitářích v areálu Kavčích hor a v televizních studiích v Brně a Ostravě je uloženo na 250 tisíc hodin audiovizuálních záznamů na různých typech nosičů a kromě nich jsou v archivu uchovávány i zvukové a písemné záznamy archivní hodnoty. V roce 2010 zahájil APF digitalizaci svých fondů, která je zásadním krokem pro zpřístupnění v rámci digitálních technologií a uchování archivního dědictví České televize (dále jen ČT) i pro budoucí generace.“ (Česká televize, [online], cit. 2016-1-29)

Zákon dále uvádí dalších deset způsobů, kterými ČT naplňuje úkoly dané §2 odstavci 2. Dle autora mezi stěžejní dále patří vysílání domácí a zahraniční tvorby, podpora českých kulturních a filmových projektů a vysílání pořadů přizpůsobených pro zrakově a sluchově postižené. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

5.2.2 Naplňování veřejné služby Českým rozhlasem

Hlavní úkoly pro naplňování podstaty veřejné služby jsou pro Český rozhlas shodné s úkoly uvedenými v předchozí kapitole o České televizi. I v případě naplňování těchto úkolů jsou mnohé body shodné, jen technicky se jedná o šíření rozhlasového, nikoliv

televizního signálu. Rozdílem oproti ČT je dle zákona o Českém rozhlasu §3 odstavce 2 provozování rozhlasového vysílání do zahraničí. Vysílání do zahraničí musí přispívat k propagaci dobrého jména České republiky. (Zákon č. 483/1991 Sb.)

PRAKTICKÁ ČÁST

6 VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE

Praktická část této práce si dává za cíl ověřit a zhodnotit informovanost občanů České republiky o financování audiovizuálních médií veřejné služby v České republice, tedy České televize a Českého rozhlasu. Autor této práce si na počátku tohoto výzkumu stanovil pět hypotéz, týkajících se této zkoumané problematiky. K dosažení stanoveného cíle jsou v praktické části práce tyto stanovené hypotézy vyhodnoceny, včetně zdůvodnění tohoto vyhodnocení, a každá z hypotéz je potvrzena nebo naopak vyvrácena. V kapitolách, které předcházejí samotnému provedení ověření a následnému vyhodnocení, je uveden popis metodiky, která byla pro toto ověření použita.

Následně je definováno dvacet otázek, které jsou zařazeny do vlastního dotazníkového průzkumu. Provedením tohoto dotazníkového průzkumu mezi náhodně vybranými občany České republiky si autor zajistil podklady k následnému vyhodnocení stanovených hypotéz o obecném povědomí financování médií a o smyslu vybírání a užívání rozhlasových a televizních poplatků. Z podkladů vlastního průzkumu dále také hodnotí, zdali je současný způsob výběru a výše poplatků pro občany vyhovující.

6.1 Hypotézy

Pro naplnění cíle praktické části této práce si autor stanovil pět hypotéz, které byly stanoveny na základě teoretických znalostí a poznatků o médiích veřejné služby v České republice. Hypotézy jsou stanoveny tak, aby je bylo možno buď vyvrátit či potvrdit. K potvrzení či vyvrácení bylo použito výsledků z odpovědí na otázky položené v rámci dotazníkového šetření. Hypotézy jsou formulovány tak, aby byly srozumitelné, a to ne pouze odborné veřejnosti, ale pro případ širšího užití výsledků této práce i pro občany, kteří nejsou podrobně obeznámeni s problematikou televizních a rozhlasových poplatků. Stanovené hypotézy slouží k naplnění cíle této práce.

HYPOTÉZA 1: Občané České republiky jsou srozuměni s důvodem vybírání poplatků.

Tato hypotéza byla stanovena za účelem zjištění dostatečného povědomí občanů o důvodech financování médií veřejné služby v České republice a o smyslu poplatků za Český rozhlas a Českou televizi. I když si autor myslí, že stávající právní úprava nebude většinově správně interpretována, přesto předpokládá, že hypotéza bude potvrzena.

HYPOTÉZA 2: Stávající výše poplatků za Český rozhlas a Českou televizi jsou pro občany adekvátní.

Druhá hypotéza si dává za cíl zmapovat názor občanů České republiky na současnou výši televizních a rozhlasových poplatků. Jak již bylo uvedeno v teoretické části této práce, poplatek odváděný České televizi je ve výši 135 Kč za měsíc. V případě Českého rozhlasu je poplatek stanoven na 45 Kč za měsíc. Autor předpokládá potvrzení této hypotézy.

HYPOTÉZA 3: Občané České republiky jsou se současným způsobem výběru poplatků spokojeni.

Tato hypotéza je sestavena na základě poznatků o historii financování médií veřejné služby ve vybraných evropských zemích. Cílem hypotézy je zjistit spokojenost občanů České republiky se současným způsobem výběru poplatků, ať již z hlediska jeho měsíčního výběru, ale také z hlediska, zda je současný způsob výběru poplatků řízený zákonem o rozhlasových a televizních poplatcích pro občany vyhovující. Autor si netroufá dopředu určit, zda bude hypotéza potvrzena nebo vyvrácena.

HYPOTÉZA 4: Občané České republiky jsou proti případnému zvýšení podílu vysílané reklamy na České televizi a Českém rozhlasu

Tato hypotéza si dává za cíl zjistit, zda jsou občané české republiky ochotni akceptovat případný nárůst vysílané reklamy v České televizi a na vlnách Českého rozhlasu. Autor předpokládá záporné stanovisko respondentů k zvyšování podílu reklamy na vysílání, a proto hypotézu postavil na negaci.

HYPOTÉZA 5: Vlastnictví televizního či rozhlasového přijímače je v současnosti považováno v České republice za běžné.

Závěrečná hypotéza má za úkol zjistit všeobecný názor na vybavenost českých domácností a provozoven rozhlasovými a televizními přijímači. Zjišťuje se názor na četnost výskytu rozhlasových a televizních přijímačů u zkoumaných respondentů. Autor se domnívá, že televizní či rozhlasový přijímač je běžnou součástí domácnosti. Autor očekává kladné vyhodnocení této hypotézy.

7 VÝZKUMNÁ METODIKA

Pro účely této práce byla zvolena kvantitativní výzkumná metoda a to formou veřejného elektronického dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření bylo prováděno anonymně. Pro teoretická východiska tohoto šetření autor čerpal především z literatury a zdrojů uváděných v teoretické části práce.

Byla použita kvantitativní metoda výzkumu, touto metodou rozumíme takový sběr dat, který je zaměřen na velké množství respondentů. Respondenti nejčastěji odpovídají formou dotazníků na otázky, které jsou následně zpracovány a statisticky vyhodnoceny. Pro přehledné vyhodnocení dotazníků je žádoucí použití grafů či tabulek pro zlepšení orientace. (Průcha, 2014. s. 105)

Základním znakem kvantitativního výzkumu je především velký počet respondentů. Výzkum je prováděn nejčastěji za pomoci dotazníku. Problém je za pomoci této metody zkoumán pouze okrajově. Oproti kvalitativní metodě výzkumu bývá časově méně náročný. Zpracování získaných dat z dotazníků probíhá za pomoci statistických metod. (Průcha, 2014 s. 106)

Při sestavování dotazníku bylo použito kromě již zmíněných analytických otázek také otázek meritorních. Meritorními otázkami rozumíme takové otázky, které se týkají názorů a chování respondentů.

Otázky použité v dotazníku byly dvojího typu, uzavřené a polo uzavřené. V případě uzavřených otázek mohly respondenti vybírat pouze z předem uvedených odpovědí. Druhou variantou byly otázky polo uzavřené, respondenti si mohli vybrat z nabízených možností nebo uvést svou vlastní písemnou variantu.

7.1 Organizace výzkumu

Autor si připravil a sestavil 20 otázek ve formě dotazníku, který je v Příloze A této práce. Otázky byly sestavovány na základě podnětů a znalosti zkoumané problematiky, které jsou zároveň využívány při vypracování teoretické části této práce. Dotazník byl

publikován v průběhu měsíce května 2015 přes aplikaci na internetové stránce *www.vyplnto.cz*. Na této webové stránce byl dotazník přístupný volně k vyplnění asi po dobu tří týdnů. Poté co autor zjistil, že dotazník vyplnilo sto respondentů, rozhodl se dotazník z webových stránek stáhnout a zahájil jeho vyhodnocení. Toto šíření dotazníku pro sběr dat potřebných pro výzkum prostřednictvím internetu fungovalo dle mínění autora velice dobře.

7.2 Výzkumný vzorek

Zvolená forma výzkumné metody prostřednictvím internetového dotazníku znamenala, že výzkumný vzorek pro tuto práci byl zvolen náhodným výběrem. Odkaz na tento dotazník byl sdílen také na několika internetových stránkách, což napomohlo tomu, že odezva byla úspěšná a pro sběr dat byl dotazník spuštěn na očekávanou dobu. Výzkumný vzorek byl v rámci dotazníku zkoumán za pomoci analytických otázek.

Analytické neboli třídící a identifikační otázky vedou k získání identifikačních údajů od dotazovaných. Takovými dotazy jsou například pohlaví, věk, dosažené vzdělání, místo bydliště, státní příslušnost a další. Tyto analytické otázky jsou v dotazníku záměrně řazeny na začátek pod čísly 1 až 5, aby jednotlivé účastníky průzkumu zaujaly a hned v úvodu od vyplňování neodradily.

Výzkumu se zúčastnilo přesně sto respondentů a všichni odpověděli na zadané otázky.

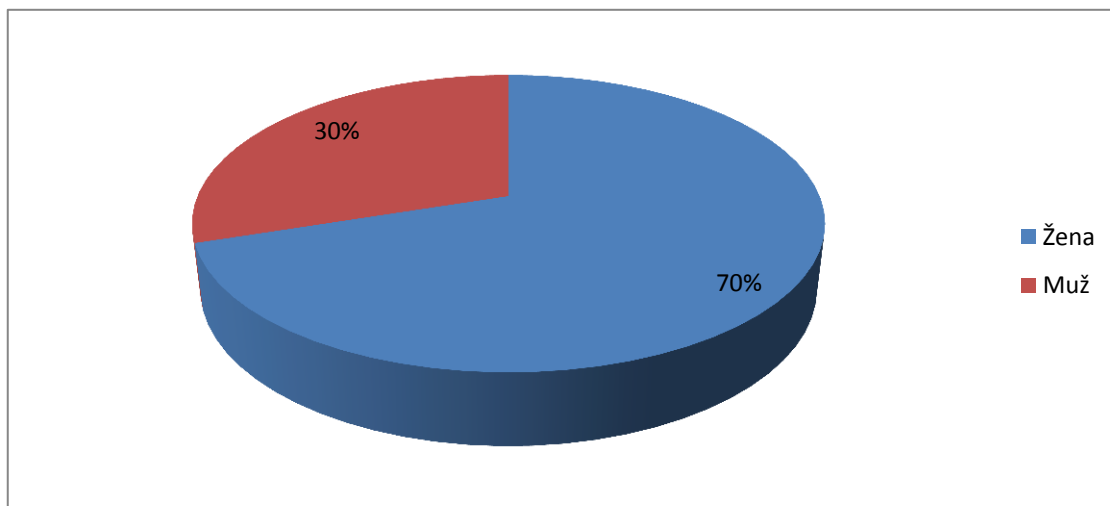
8 VÝSLEDKY VÝZKUMU

Zvolená forma provedení vlastního výzkumu pomocí aplikace na stránkách *www.vyplnto.cz* umožnila sběr rozsáhlého souboru dat, která tvoří podklad pro dosažení cíle této práce a slouží k ověření stanovených hypotéz. Výsledky z odpovědí se dělí na dvě kategorie a to na kategorii otázek analytických, které určují výzkumný vzorek, a na kategorii otázek tematických, které slouží k vyhodnocení pro samotné vyvrácení nebo ověření stanovených hypotéz.

8.1 Analytická část výzkumu

Data získaná z analytických otázek dotazníkového šetření byla zpracována a každá jednotlivá otázka byla statisticky zpracována a její výsledky jsou prezentovány v přehledných grafech.

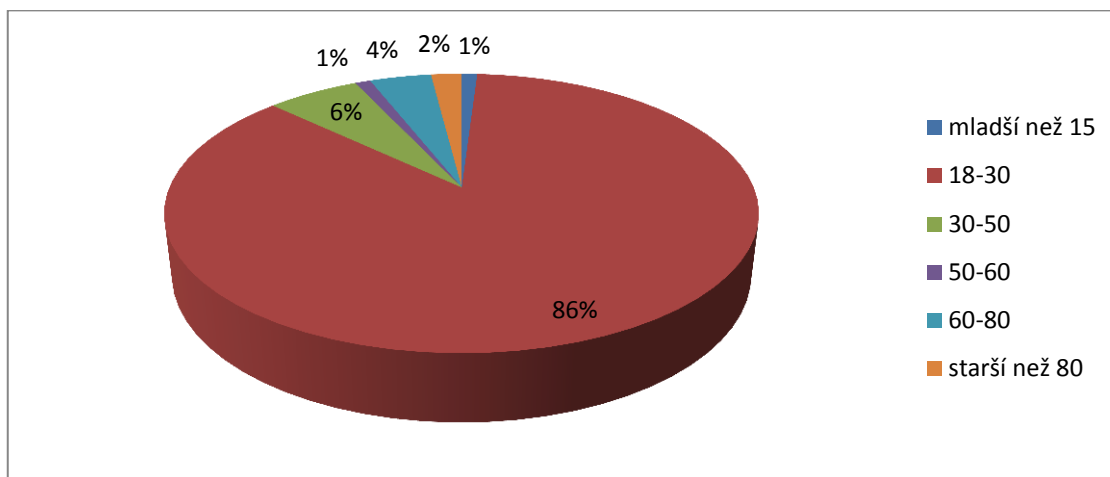
Graf č. 6- Otázka č. 1: Jaké je vaše pohlaví?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Z celkového počtu sta respondentů se průzkumu zúčastnilo 70% žen a 30% mužů.

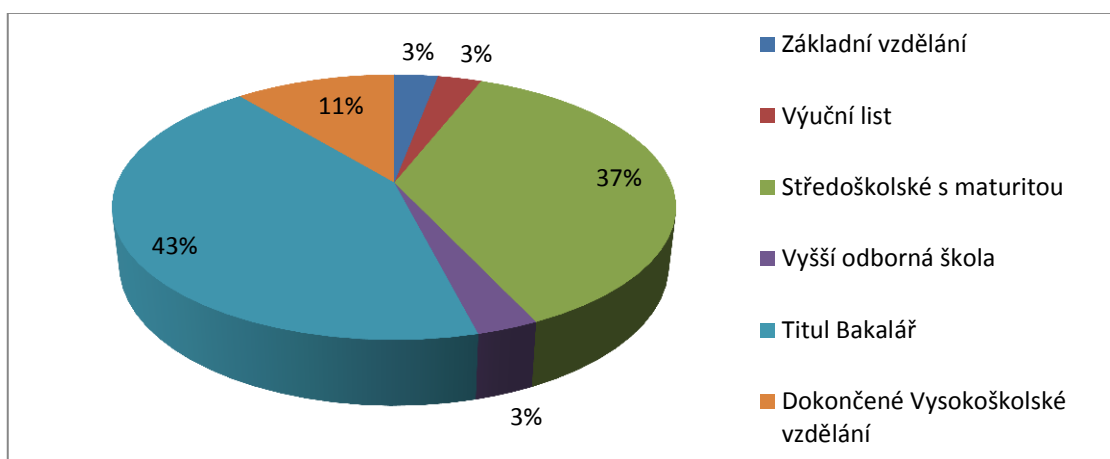
Graf č. 7 - Otázka č. 2: Jaký je váš věk?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Jak je z grafu patrné největší zastoupení v dotazníku měla věková skupina mezi osmnáctým a třicátým rokem života a hned po ní největší zastoupení má skupina 30 až 50 let. Nejmenší zastoupení má věková kategorie starší 80 let, a to pouhá 2%, a respondenti mladší 15 let, kdy odpověděl pouhé 1 procento dotázaných.

Graf č. 8 - Otázka č. 3: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

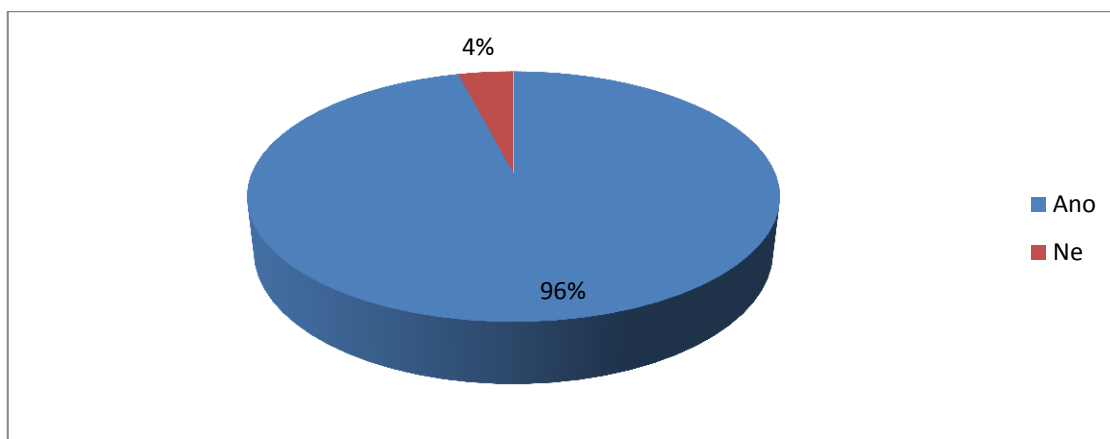


Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Nejvyšší podíl respondentů tvoří skupina, jejíž nejvyšší dosažené vzdělání je titul

Bakalář, a to 43%. Druhá nejvíce zastoupená skupina dosáhla středoškolského vzdělání s maturitou a to, 37% dotázaných. Naopak nejméně respondentů má základní vzdělání a výuční list a to pouhá 3% dotázaných.

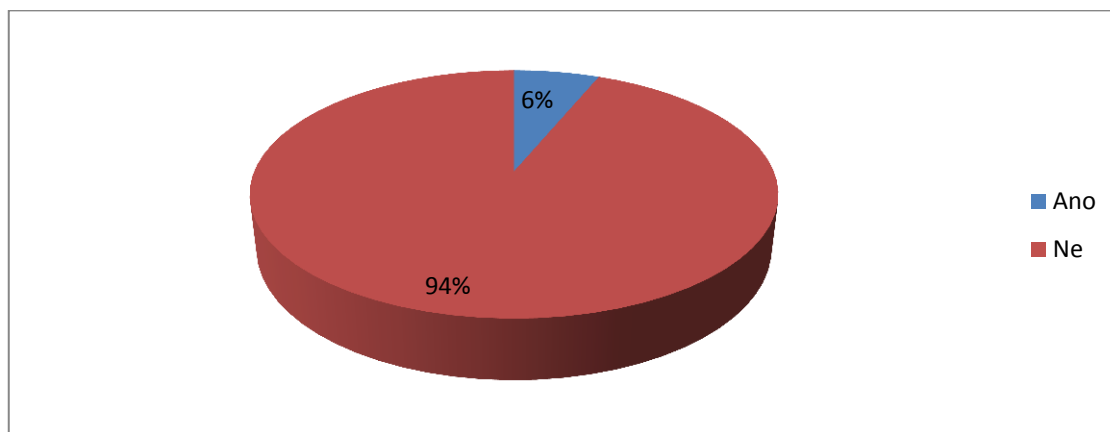
Graf č. 9 - Otázka č. 4: Jste občanem České republiky?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Na otázku, zdali jsou respondenti občané české republiky, odpovědělo 96% dotázaných kladně. Pouhá 4% dotázaných odpovědělo, že nejsou občany České republiky. Pokud dotazovaný nebyl občanem České republiky, byl z dotazníkového šetření vyřazen a již mu nebyly položeny další otázky. Dotazníkové šetření tedy po skončení analytických otázek probíhalo již jen s 96 respondenty.

Graf č. 10 - Otázka č. 5: Jste podnikatel?



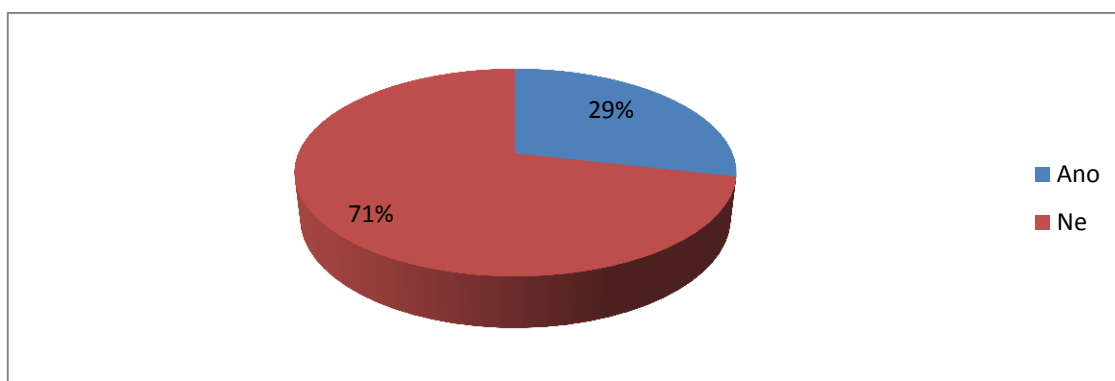
Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka mapovala procentuální zastoupení podnikajících osob. Na otázku, zdali jsou podnikatelé, odpovědělo z 96 respondentů 6 respondentů kladně. Tento počet respondentů je dle autora velice nízký pro vytváření nějakých závěrů. Autor tedy po vyhodnocení následujících dvou otázek, které byly položeny pouze osobám, které uvedly, že jsou podnikateli, dále již nakládal jako s ostatními respondenty, bez přihlídnutí k jejich podnikání.

8.2 Tematická část výzkumu

Zbývající část otázek je přímo zaměřena k získání podkladů pro ověření cíle této práce, tj. k ověření informovanosti občanů České republiky o financování audiovizuálních médií veřejné služby v České republice. Také v této části jsou všechny otázky vlastního dotazníkového šetření přehledně zpracovány a každá jednotlivá otázka je statisticky vyhodnocena a její výsledky jsou prezentovány v přehledných grafech.

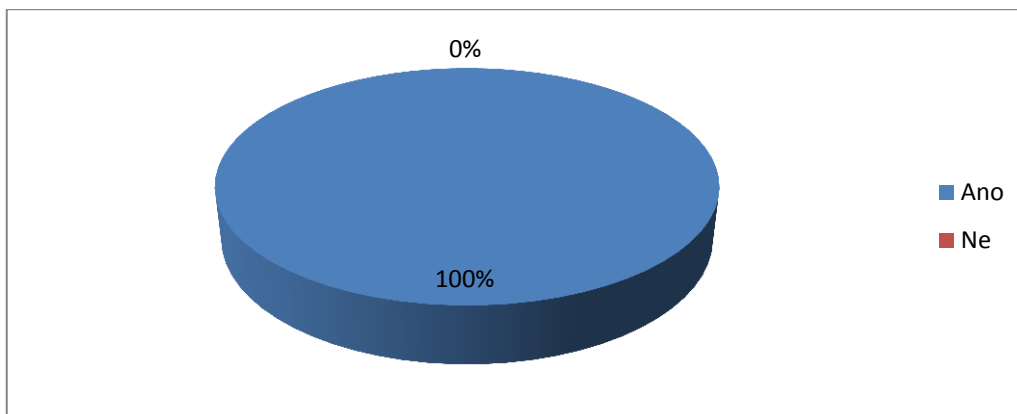
Graf č. 11 - Otázka č. 6: Užíváte ve svém podnikání televizní či rozhlasový přijímač?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Z již zmíněných 6 respondentů, kteří odpověděli kladně na otázku, zda jsou podnikateli, jen 2 z dotázaných odpověděli, že užívají rozhlasový nebo televizní přijímač ke svému podnikání.

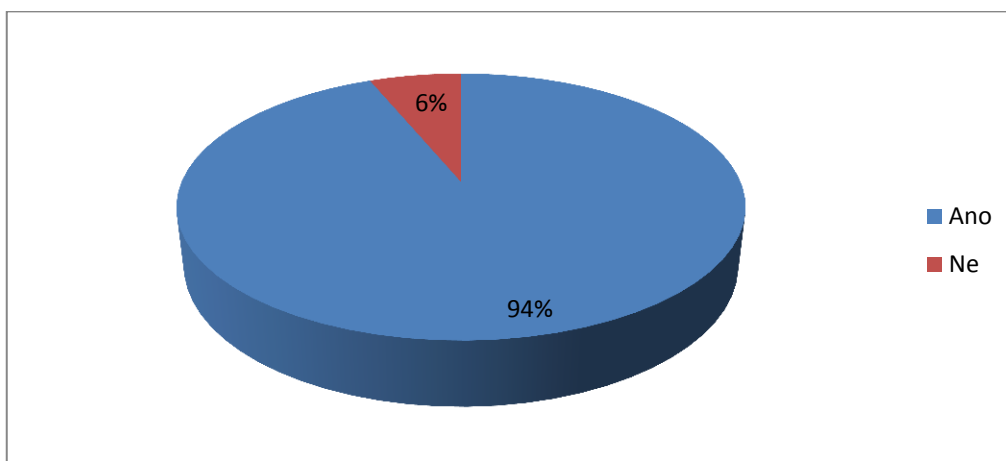
Graf č. 12- Otázka č. 7: Jste obeznámen s faktem, že jako podnikatel musíte platit poplatek za každý přijímač užívaný k podnikání?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Oba dva respondenti následně odpověděli kladně na navazující otázku, že jsou obeznámeni s faktem, že jako podnikatelé musí platit poplatky za každý přijímač užívaný k podnikání.

Graf č. 13 - Otázka č. 8: Nachází se ve vaší domácnosti televizní nebo rozhlasový přijímač?

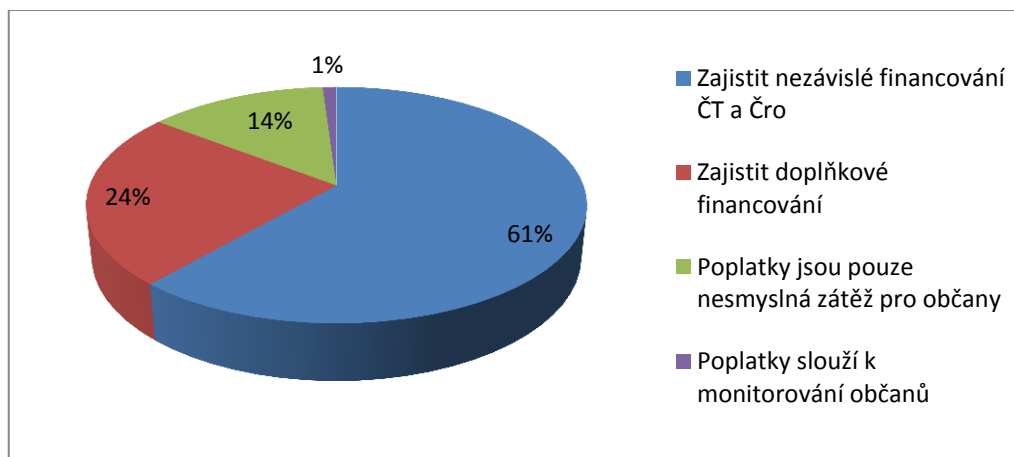


Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato a další navazující otázky již byly opět pro všechny zúčastněné respondenty, kteří prošli analytickou částí dotazníku, pro připomenutí se jedná o 96 respondentů. Na

otázku, zdali se v domácnosti respondentů nachází rozhlasový nebo televizní přijímač, odpovědělo 90 respondentů kladně.

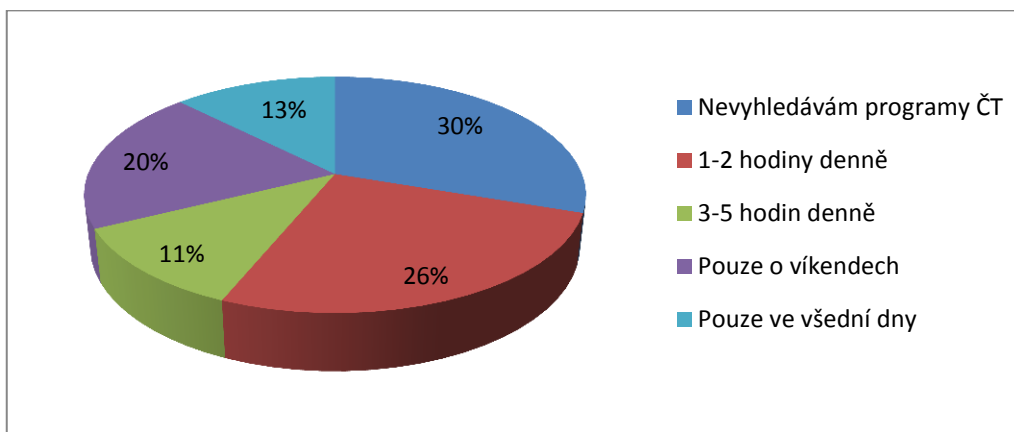
Graf č. 14 - Otázka č. 9: Jaký je podle vás smysl vybírání poplatků?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka se již konkrétně zaměřovala na názory respondentů ohledně smyslu vybírání poplatků. Cíleně k dotazníkovému šetření nebyly u dotazníku poskytnuty žádné podklady týkající se financování veřejnoprávních médií. Tato otázka tedy měla za úkol zjistit obecné povědomí o financování těchto médií v České republice. 59 respondentů uvedlo, že smyslem poplatků je zajistit nezávislé financování ČT a ČRo. Druhou nejčastější odpovědí, kterou zvolilo 23 respondentů, bylo zajištění doplňkového financování. Další dvě odpovědi byly autorem záměrně zvoleny jako matoucí, aby byli respondenti nuceni se nad otázkou zamyslet. Matoucí odpovědí, že poplatky jsou jen nesmyslná zátěž, a že slouží k monitorování občanů, zvolilo souhrnně 14 respondentů.

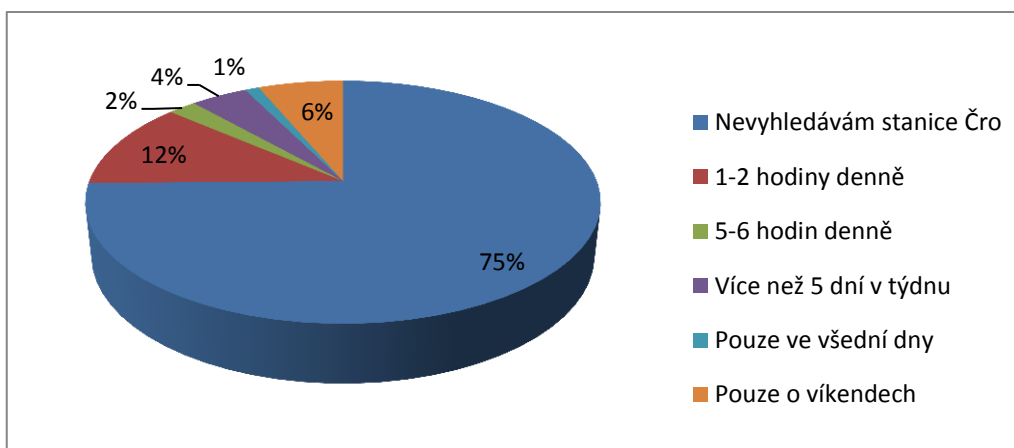
Graf č. 15 - Otázka č. 10: Jak často sledujete některý z programů České televize?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka byla zaměřena na sledovanost kanálů České televize. Výsledky nejlépe interpretuje výše uvedený graf. Nejvíce respondentů, konkrétně 29, uvedlo, že nevyhledávají žádný program ČT. Následovala odpověď 1-2 hodiny denně, kterou zvolilo 25 respondentů.

Graf č. 16 - Otázka č. 11: Jak často posloucháte některou ze stanic ČRo?

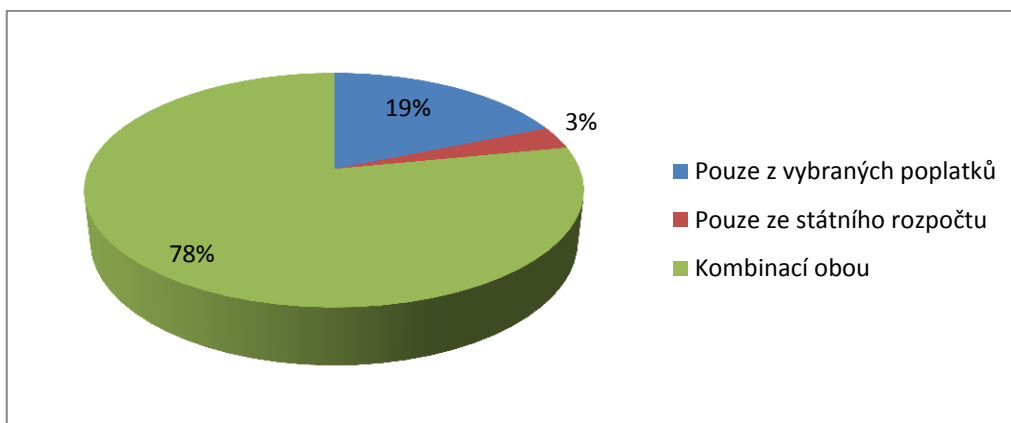


Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka se týkala poslechovosti ČRo. Nejvíce respondentů, konkrétně 71, v této otázce zvolilo možnost, že nevyhledávají stanice ČRo. Další nejčtenější odpovědí bylo,

že respondenti poslouchají některou ze stanic ČRo 1 až 2 hodiny denně, tuto odpověď zvolilo 12 respondentů.

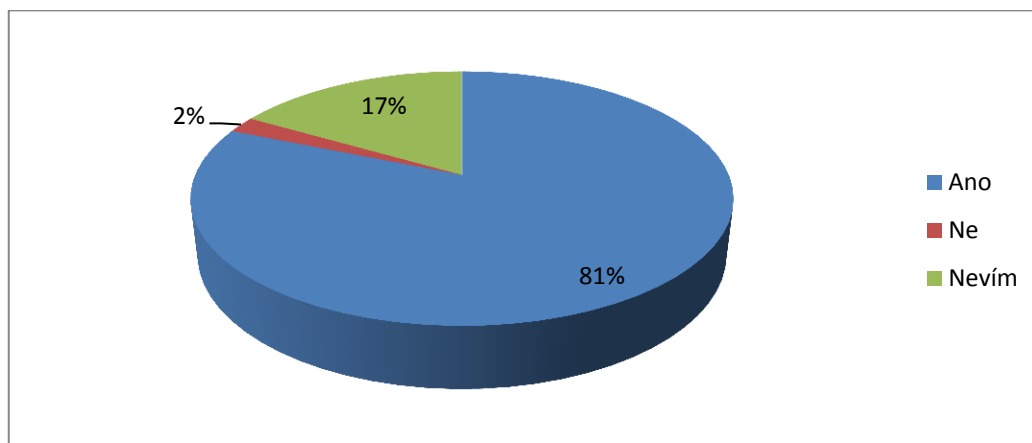
Graf č. 17 - Otázka č. 12: Jakým způsobem jsou podle vašeho názoru tyto instituce financovány?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka byla zaměřena na způsob financování médií veřejné služby. Opět, jako u otázky o smyslu vybírání poplatků, nebyly respondentům cíleně poskytnuty žádné informace. Nejvíce respondentů, konkrétně 76, zvolilo odpověď, že veřejnoprávní média jsou financována kombinací vybíraných poplatků a dotací ze státního rozpočtu. Druhou nejčastější odpovědí, kterou zvolilo 18 procent respondentů, byla možnost, že financování probíhá pouze z vybraných televizních a rozhlasových poplatků.

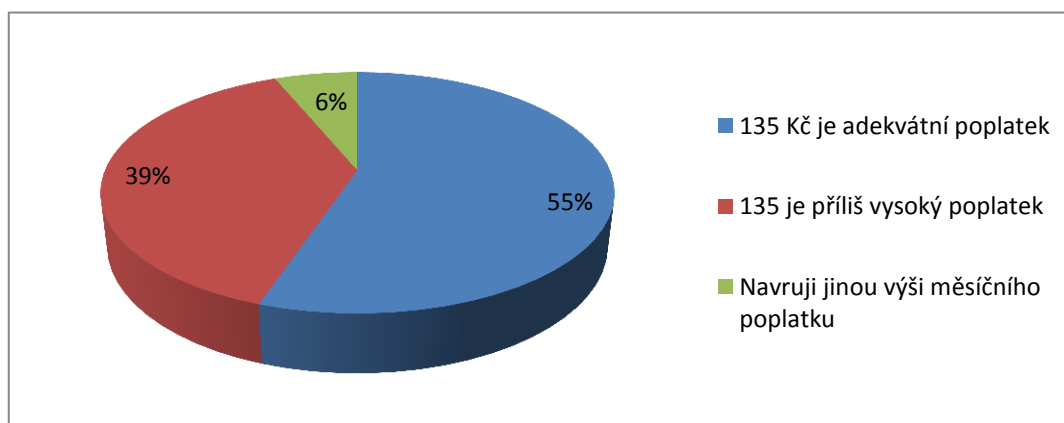
Graf č. 18 -Otázka č. 13: Je podle vás placení poplatků povinné ze zákona?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Otázka se zabývala povědomím respondentů o zákonné povinnosti placení televizních a rozhlasových poplatků. 78 respondentů odpovědělo kladně, pouze 2 respondenti záporně a 16 respondentů uvedlo, že nevědí.

Graf č. 19 - Otázka č. 14: Výše televizního poplatku činí 135 Kč za měsíc



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Respondenti měli u otázky týkající se výše televizního poplatku možnost zvolit buďto odpověď, že stávající výše poplatku je adekvátní, tuto možnost zvolilo 53 respondentů, nebo naopak neadekvátní, tuto možnost zvolilo 37 respondentů. Další možností bylo

zvolení odpovědi “navrhuji jinou výši měsíčního poplatku“, po zvolení této možnosti byly respondenti vyzváni k písemnému odůvodnění své volby. Tuto možnost využilo 6 respondentů. Autor dotazníku zvolil tuto formu otevřené možnosti odpovědi z důvodu možného odhalení hlubšího zájmu dotazovaných o problematiku financování veřejnoprávních médií.

Následný doslovný výčet uvádí odpovědi respondentů. Pod každou odpovědí je uveden komentář autora dotazníku.

1. Platím jinému, proč platit dvakrát za stejnou věc.

První respondent evidentně nepochopil znění otázky, která je o jeho názoru na výši stávajícího poplatku.

2. Poplatek by mohl být i vyšší, oproti např. VB, kde činí poplatek ročně přes 100 liber je u nás poplatek zanedbatelný.

Druhý respondent, který využil samostatné odpovědi, se již vyjádřil správně. Dle jeho názoru by bylo možné současné poplatky zvýšit, neboť jak uvádí, například ve Velké Británii jsou poplatky vyšší. Aktuálně, jak se uváděno v teoretické části této práce, se jedná o částku v přepočtu přibližně 400 Kč za měsíc s přihlédnutím k aktuálním směnným kurzům. Je však nutno říci, že tento poplatek je odváděn souhrnně za televizi i rozhlas.

3. Mohlo by to být i více, ale pouze u lidí, kteří skutečně veřejnoprávní TV využívají.

V pořadí třetí respondent by byl také ochotný hradit vyšší poplatky za televizní vysílání, avšak pouze u osob, které veřejnoprávní vysílání prokazatelně využívají.

4. Je to zastaralý a dnes už zbytečný systém

Čtvrtý respondent se opět nevyjadřuje k problematice výše poplatků.

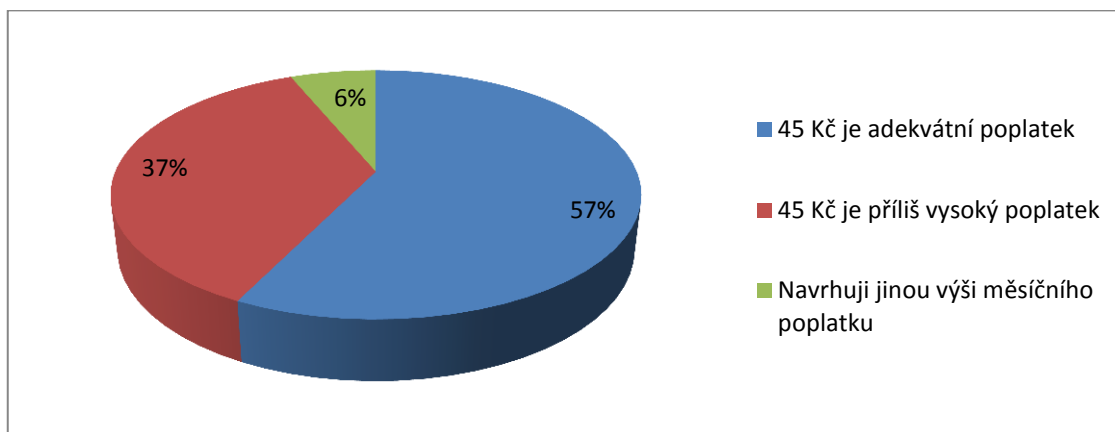
5. Výše poplatku dle doby sledování programu

Pátý respondent by platil poplatek dle doby sledování veřejnoprávního vysílání.

6. Navrhuji, aby to bylo dobrovolné.

Poslední šestý respondent, který zvolil možnost vlastní písemné odpovědi, by rád zavedl dobrovolnou výši poplatku.

Graf č. 20 - Otázka č. 15: Výše rozhlasového poplatku činí 45 Kč za měsíc



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka byla sestavena shodně, jako otázka předchozí, jedná se však o poplatek za Český Rozhlas. Zde 56 respondentů uvedlo, že poplatek 45 Kč za měsíc je pro ně adekvátní, 35 zvolilo možnost že poplatek je příliš vysoký a opět 6 respondentů zvolilo možnost “navrhuji jinou výši měsíčního poplatku“, a byli vyzváni k písemné odpovědi. Tyto byly následující:

1. *Také by to mohlo být výše u lidí, kteří tuto službu využívají. Na druhou stranu je podle mě mimo, aby za služby platili ti, co je nevyužívali.*

Obsahově shodná odpověď respondenta, jako v případě ČT, který není spokojen s paušální plošnou výší poplatku.

2. *Totéž.*

Respondent se tímto odkazuje na svou předchozí písemnou odpověď, která se týkala poplatku za televizní vysílání. Konkrétní odpověď je rozepsána pod číslem 2 předchozí otázky.

3. *Výše poplatku dle doby sledování programu*

Opět shodná odpověď jako v případě ČT, která opět míří proti paušální výši poplatku.

4. *Zrušit!!*

Respondent se nevyjadřuje k výši, ale existenci poplatku.

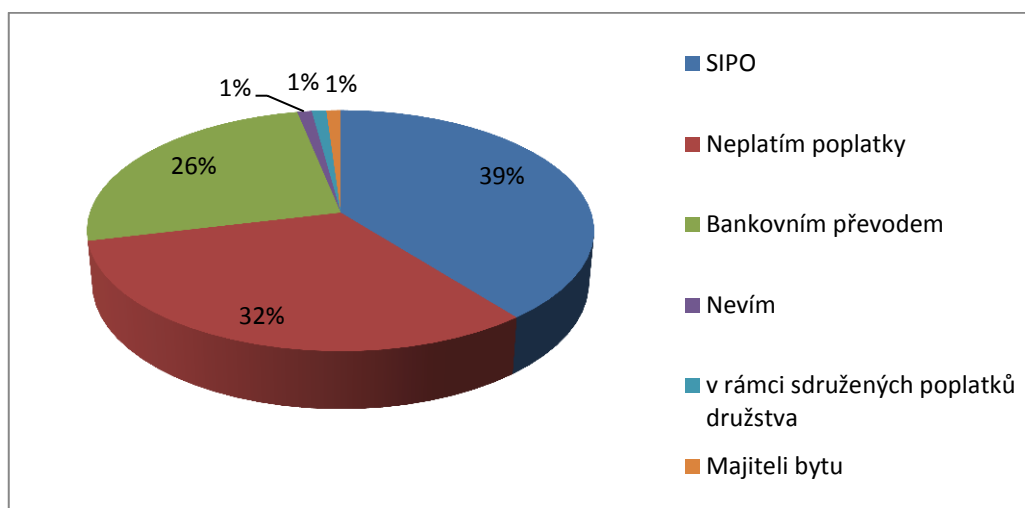
5. Za rozhlas by se platit nemělo, dnes je stejně hojně využíván přes internet. Navíc je to plně reklam.

Respondent se domnívá, že poplatky by měly být zrušeny, neboť je možnost přijímat rozhlas přes internet. Autor práce bere na vědomí chybné povědomí respondenta, ale neztotožňuje se s touto odpovědí, neboť je nutno pochopit, že poplatek není hrazen jen za možnost příjmu vysílání po radiových vlnách, ale především je hrazen za účelem zajištění tvorby pořadů a provozuschopnosti instituce ČRo jako takové.

6. Je to naprosto nesmyslný poplatek. Pokud za to mám platit, chtěl bych alespoň, aby tam běžely hodnotné pořady.

Respondent se nevyjadřuje k výši, ale existenci poplatku.

Graf č. 21 - Otázka č. 16: Jak platíte poplatky?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka byla zaměřena na to, jakým způsobem respondenti platí rozhlasové a televizní poplatky. Respondenti měli možnost volit ze tří předdefinovaných odpovědí. Platba probíhá za pomoci služby SIPO, tuto možnost zvolilo 37 respondentů. Prostřednictvím bankovního převodu, zvolilo 24 respondentů. Poslední, předdefinovaná možnost, byla odpověď - neplatím poplatky. Tuto možnost zvolilo celých 30

respondentů. Další možností u této otázky byla opět vlastní odpověď. Tuto možnost zvolilo 5 respondentů, kteří by se ale také dali přiřadit k výše připraveným odpovědím.

1. *Nevím*

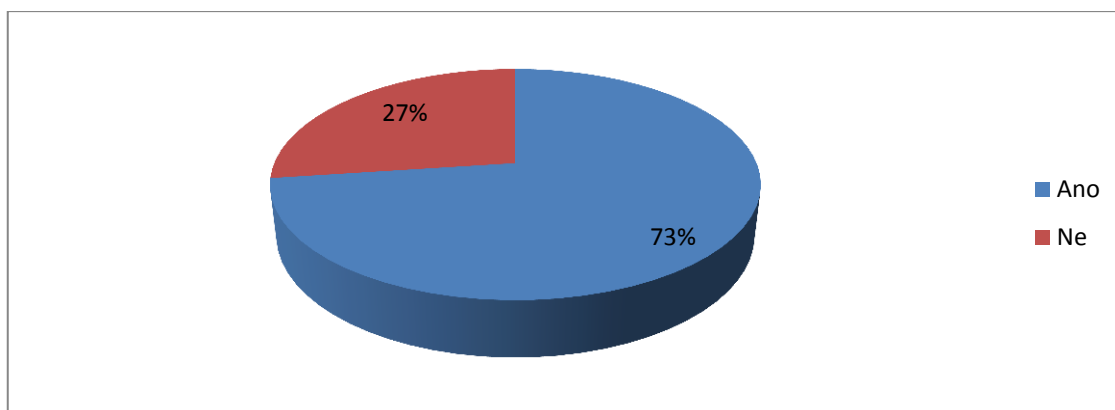
2. *V rámci sdružených poplatků družstva.*

3. *Majiteli bytu.*

4. *V nájmu.*

5. *Popravdě nevím, jestli vůbec. Spíše asi neplatím, protože to nijak nehlídám.*

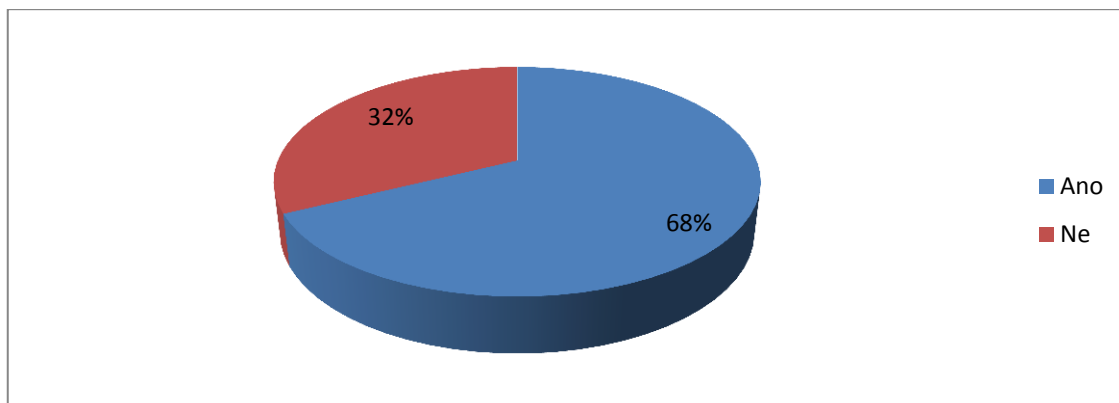
Graf č. 22 - Otázka č. 17: Vyhovuje vám současný měsíční způsob poplatků?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka byla zaměřena na vyhovující stav měsíčního placení poplatků pro respondenty. Za vyhovující stav označilo 70 respondentů a jako nevyhovující 26. Na tuto otázku přímo navazuje otázka následující.

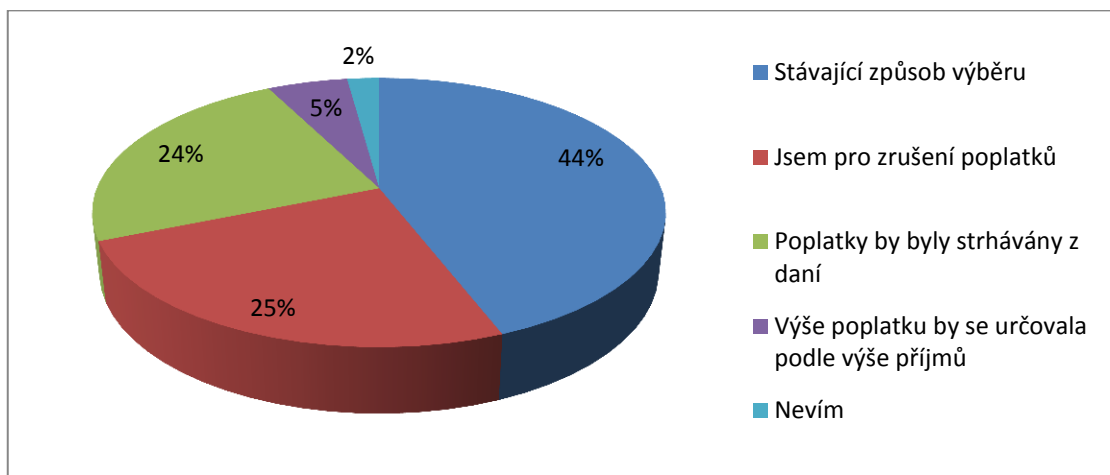
Graf č. 23 - Otázka č. 18: Byl byste ochoten akceptovat jiný způsob výběru poplatků?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

V návaznosti na předchozí otázku by bylo ochotno akceptovat změnu více než dvě třetiny respondentů. Proti by byla necelá třetina odpovídajících. Z předchozích dvou otázek lze tedy vyvodit, že většině respondentů by nevadila změna systému platby poplatků, i když jsou se současným způsobem spokojeni.

Graf č. 24 - Otázka č. 19: Jaký způsob výběru poplatků by byl pro vás adekvátní?

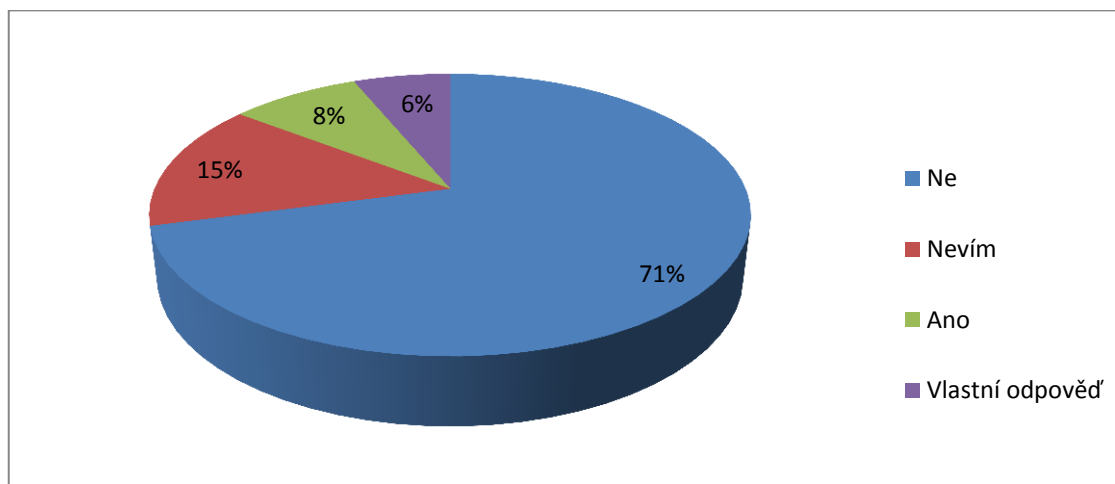


Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Tato otázka si dala za cíl prozkoumat ochotu respondentů k možným změnám v systému výběru poplatků. Odpovědi byly zvoleny také na základě znalostí, které jsou popsány v kapitole 4 této práce, ve které je pojednáváno o různých typech výběru poplatku v evropských zemích.

U stávajícího způsobu výběru by zůstalo 43 respondentů. Celých 23 respondentů by poplatky zrušilo. Pro strhávání poplatků z daní by bylo 22 dotázaných. K finskému modelu, neboli určování poplatku podle výše příjmu, by přistoupilo 6 respondentů a odpověď „nevím“ uvedli 2 respondenti.

Graf č. 25 - Otázka č. 20: Jste pro zavedení vysílání reklamy na ČT 1?



Zdroj: Autor práce (dotazníkové šetření)

Poslední otázka byla autorem zvolena záměrně s třemi předdefinovanými odpověďmi „ano“, „ne“, „nevím“ a možností vlastní odpovědi. Od vlastní odpovědi si autor sliboval zjištění názorů respondentů na vysílání reklamy na programu ČT 1. Tímto chtěl získat podněty k názoru občanů na spojení dvou témat a to financování formou poplatků a příjmem z reklamy. Pro zavedení reklamy by bylo 8 respondentů, proti 68. Odpověď nevím zvolilo 14 dotazovaných. Vlastní odpovědi využilo 6 respondentů, odpovědi byly následující.

1. *Ano, v rozumné míře, dnes se reklamou financuje prakticky vše.*
2. *ČT měla být nekomerční a i tak ji mají pod palcem jiná média, takže původní princip se zcela ztrácí. Smlouva mezi státem a komerční TV by byla mnohem logičtější.*

Respondent pochybuje o nezaujatosti České televize jako média veřejné služby.

3. *Ano, nikomu to neublíží a alespoň se zruší poplatky*

Zde tento respondent, stejně jako někteří následující, vidí možnou spojitost mezi náhradou příjmů z poplatků formou příjmů z reklamy. Není ale zřejmé, zda toto respondent chápe ve světle televizního vysílání na ČT 1 jako poskytování veřejné služby.

4. *Je to rušící element, ale asi nezbytný pro financování ČT*

5. *V žádném případě, už takhle si tam vysílají vlastní (teleshopping).*

Reklama se v současné době vysílá pouze na kanálech ČT 2 a ČT 4. Teleshopping se nevysílá na žádném kanálu ČT.

6. *Když se zruší poplatky, tak ano.*

8.3 Realizace výzkumu

Hypotézy, stanovené v kapitole 6.1 praktické části, jsou v této části práce posouzeny se získanými odpověďmi z dotazníkového šetření. V následující části této kapitoly jsou jednotlivé hypotézy podrobně posouzeny tak, aby byly potvrzeny či vyvráceny, neboli odbornou tematikou verifikovány nebo falzifikovány. Vyhodnocení jednotlivých meritorních otázek je popsáno u jednotlivých hypotéz. Na všechny uvedené otázky odpovídal stejný vzorek v počtu sta, potažmo 96, respondentů.

8.3.1 Hypotéza 1

První hypotéza zní: Občané České republiky jsou srozuměni s důvodem vybírání poplatků.

Otázka, vztahující se k této hypotéze, je: „Jaký je podle vás smysl vybírání poplatků?“

Převážná většina respondentů odpověděla, že smyslem poplatků je zajistit nezávislé financování České televize a Českého rozhlasu. Toto je správná odpověď. Další zvolené možnosti tedy byly chybné. Druhou nejčastější odpovědí bylo, že smyslem poplatků je zajistit pouze doplňkové financování České televize a Českého rozhlasu. Tuto odpověď zvolila asi pětina dotázaných, kdy se respondenti domnívají, že hlavním zdrojem financování jsou jiné činnosti, možná ve světle povědomí o komerčních televizích a rádiích. Zbývající názory, že poplatky jsou pouze nesmyslnou zátěží pro občany nebo, že slouží k monitorování občanů, jsou spíše chápány ve světle nespokojenosti části občanů s placením čehokoli.

Z vyhodnocení této otázky vyplývá, že respondenti jsou dostatečně srozuměni s důvodem vybírání poplatků, což hypotézu **potvrzuje**.

Další otázka vztahující se k této hypotéze zněla „Jakým způsobem jsou podle vašeho názoru tyto instituce financovány?“

Respondenti měli možnost volby ze tří možností, pouze ze státního rozpočtu, pouze z vybraných poplatků nebo možnost kombinací obojího. Na správnou odpověď, že média veřejné služby jsou financována pouze z vybraných poplatků, odpovědělo jen dvacet tři procent respondentů. Na možnost, že jsou financována pouze ze státního rozpočtu, odpověděli dvě procenta dotázaných. Nejčastější odpovědí byla odpověď kombinací obojího, na což odpovědělo sedmdesát pět procent respondentů. Zde se patrně respondenti v odpovědích odchýlili od nabídnutých odpovědí, kdy třetí možností je kombinace financování pouze ze státního rozpočtu a pouze z vybraných poplatků. Patrně si možnost „kombinaci obou“ představili jako kombinaci více dalších zdrojů, které ale nebyly v možnostech odpovědí uvedeny.

Z vyhodnocení této otázky vyplývá, že drtivá většina respondentů se mylně domnívá, že veřejnoprávní média jsou financována z více zdrojů. Tato otázka tedy hypotézu **vyvrací**.

Závěrečnou otázkou, vztahující se k této hypotéze, je otázka: „Je podle vás placení poplatků povinné ze zákona?“. Respondenti mohli vybírat buď z kladné odpovědi, tedy „Ano“, záporné odpovědi, tedy „Ne“ a z otázky na kterou neznají odpověď, tedy „Nevím“. Správná a také nejčastější odpověď byla odpověď kladná, tedy „Ano“, na kterou odpovědělo osmdesát dva procent dotázaných. Pouze dvě procenta respondentů zvolila zápornou odpověď a šestnáct procent respondentů uvedlo odpověď „Nevím“.

Z vyhodnocení otázky vyplývá, že tato otázka hypotézu **potvrzuje**.

Až na závěr dáváme ještě otázku „Jste obeznámen s faktem, že jako podnikatel musíte platit poplatek za každý přijímač užívaný k podnikání?“ Tato otázka byla pokládána pouze respondentům, kteří v otázce před ní odpověděli kladně, a tedy že jsou podnikatelé. Je zřejmé, že z tak malého počtu odpovědí nelze hodnotit potvrzení hypotézy, ale posouzení je zde uváděno pro úplnost. Ze sta respondentů odpovědělo na otázku, zdali jsou podnikateli 6 respondentů. Z toho pouze 2 respondenti uvedli

v navazující otázce že, užívají ke svému podnikání rozhlasový nebo televizní přijímač a jsou obeznámeni s nutností platit jako podnikatel z těchto přijímačů poplatky.

Pokud by i tato otázka byla zahrnuta do ověřování hypotézy 1, pak sto procent dotázaných odpovědělo, že je s faktem nutnosti platit poplatky obeznámeno. Tato otázka by tedy hypotézu potvrdila, ale nebyla do posouzení zahrnuta.

Na základě všech výše popsanych skutečností, kdy dvě ze tří otázek hypotézu potvrzují a jedna jí vyvrací, je třeba podotknout, že otázka na to, zda občané mají povědomí o celém způsobu financování ČT a ČRo, i když z jejich peněz, jde již nad rámec běžně veřejně komunikovaných informací a také obecného zájmu občanů. I z tohoto důvodu je hypotéza 1, že jsou občané České republiky srozuměni se smyslem výběru poplatků, **potvrzena**.

8.3.2 Hypotéza 2

Druhá hypotéza zní: Stávající výše poplatků je pro občany adekvátní.

Tato hypotéza byla ověřována na základě výsledků z odpovědí na tyto otázky.

První otázka „Výše televizního poplatku činí 135 korun za měsíc“. Tato otázka byla položená jako polo uzavřená. Respondenti mohli odpovídat na tři předdefinované odpovědi. Těsně přes polovinu všech dotázaných zvolila možnost odpovědi, že výše poplatku je adekvátní, tj. jsou s výší spokojeni nebo jí berou na vědomí a alespoň jí tolerují. Odpověď, že 135 Kč měsíčně je příliš vysoký poplatek, zvolila více než třetina respondentů, to znamená i část respondentů, kteří jsou obeznámeni se systémem financování veřejnoprávních médií. Přesto považují poplatek za vysoký. Tato kategorie jistě zahrnuje i respondenty obecně a ve všem požadující slevy. Třetí odpověď navrhuje jinou výši měsíčního poplatku, tuto možnost zvolilo třináct procent, avšak respondenti se svými slovy vyjadřují buď pro zvýšení, nebo pro snížení poplatků. Tato otevřená odpověď nepřinesla pro autora žádný zajímavý výsledek. Z vyhodnocení této otázky vyplývá, že hypotéza je **potvrzena**.

Druhá otázka ve znění „Výše rozhlasového poplatku činí 45 korun za měsíc“, byla stejně jako otázka předchozí polo uzavřená.

Respondenti opět měli možnost vybrat mezi třemi odpověďmi, zdali je poplatek příliš vysoký nebo nízký, popřípadě vlastní odpověď.

Téměř šedesát procent dotázaných odpovědělo, že současná výše poplatku je adekvátní. Je to o něco více než u poplatku televizního, což je očekávatelné, protože poplatek je podstatně nižší pro ČRo než poplatek pro ČT. Stejně jako u ČT více než třetina respondentů odpověděla, že výše poplatku je příliš vysoká. Třetí možnost otevřené odpovědi, stejně jako u předchozí otázky, nepřinesla významně podnětnou odpověď. Stejně tak tedy i tato otázka stanovenou hypotézu **potvrzuje**.

Na základě výše uvedených popsanych skutečností lze hypotézu 2 **potvrdit**.

8.3.3 Hypotéza 3

Třetí hypotéza zní: „Občané jsou spokojeni se současným způsobem vybírání poplatků“

Také tato hypotéza byla zkoumána na základě získaných odpovědí dotazníkových otázek. Pro ověření této hypotézy byly použity následující otázky.

První otázka byla položena jako polo uzavřená. Znění této otázky je: „Jakým způsobem platíte poplatky?“ Nejvíce dotázaných, třicet devět procent, zvolilo uzavřenou odpověď, že platí poplatky za pomoci sdruženého inkasa plateb obyvatelstva neboli SIPO. Tento způsob platby je prováděn přes Českou poštu. Třetina respondentů uvedlo, že poplatky neplatí vůbec. Tato situace, může být zapříčiněná buďto tím, že dotazovaný respondent žije ve společné domácnosti s poplatníkem nebo druhou možností je fakt, že respondent se k poplatkům nepřihlásil. Čtvrtina všech dotázaných zvolilo uzavřenou odpověď, že platí poplatky za pomoci bankovního převodu. Vlastní způsob odpovědi zvolilo devět procent dotázaných, z toho většina respondentů uvedlo, že neví, jak platí poplatky. Ve zbývajících třech procentech respondenti uvedli, že poplatky platí buď družstvu, nebo majiteli bytu. Z odpovědí lze vyvodit, že respondenti mají přehled, jakým způsobem poplatky hradí a využívají poměrně dobře rozložené moderní „automatické“ metody placení poplatků. Lze tedy vyvodit, že občané jsou se způsobem vybírání, potažmo tedy formou placení poplatků spokojeni. Tato otázka tedy hypotézu **potvrzuje**.

Další otázka k ověření této hypotézy zní „Zdali občanům vyhovuje současný měsíční způsob výběru poplatků?“

Více jak dvě třetiny dotázaných odpovědělo kladně, tedy „Ano“. Zbývající respondenti odpověděli záporně, tedy „Ne“. Lze se ale domnívat, že do této kategorie odpovědí jsou zahrnuti i ti respondenti, kteří např. nechtějí platit žádné poplatky a proto jim ani měsíční výběr poplatků nevyhovuje. Výsledky průzkumu na základě odpovědí na tuto otázku hypotézu **potvrzují**.

Na tuto otázku dále navazuje otázka, zdali by byli občané ochotni akceptovat jiný způsob výběru poplatku. Opět dvoutřetinová většina respondentů uvedla, že ano a třicet dva procent uvedlo, že ne. V návaznosti na předchozí otázku lze uvést, že ačkoliv jsou občané se současným způsobem výběru spokojeni, byli by ve většině případů ochotni akceptovat jiný způsob výběru poplatků. Přes spokojenost se současným výběrem poplatků je většina ochotná ke změně, kterou lze chápat v přechodu na jiný způsob úhrady, který ale bude stejně „automatický“, jako jeden ze zvolených tří dnes většinových způsobů úhrady poplatků. Na základě této konstrukce vysvětlení odpovědí, ale nelze hypotézu jasně ověřit, ale na druhé straně ani vyvrátit. Z tohoto pohledu se autor domnívá, že volba formulace této otázky není pro ověření hypotézy 3 správná. Otázka měla být tedy formulována například takto: „Souhlasíte se zákonným přechodem na roční platbu poplatků?“

Čtvrtá otázka zní „Jaký způsob výběru poplatků by byl pro vás adekvátní?“ Polovina respondentů zvolila jako odpověď, že je pro ně stávající způsob výběru vyhovující. K zamyšlení a jako podnět z průzkumu je to, že celá pětina dotázaných by bylo ochotno přistoupit na to, že jim poplatky budou strhávány z daní. Pouze při této formě výběru poplatku by bylo možné aplikovat některé ze scénářů diferencovaných plateb dle výše příjmu poplatníka. Tento model je uveden v další odpovědi, kdy pět procent dotázaných by bylo ochotno přistoupit na Finský model financování, který byl podrobně rozepsán v teoretické části a právě diferencuje platby podle kritérií závislých na výši příjmu. Opět přes pětinu respondentů zvolilo odpověď, že je pro zrušení poplatků. Polovina respondentů zvolilo odpověď, že je pro ně stávající způsob výběru poplatků vyhovující, hypotézu tedy lze **potvrdit**.

Z vyhodnocení těchto tří otázek vztahující se k hypotéze, zdali jsou občané spokojeni se současným stavem výběru poplatků, je hypotéza 3 **potvrzena**.

8.3.4 Hypotéza 4

Hypotéza 4 zní: Občané jsou proti zvýšení podílu vysílané reklamy ve veřejnoprávních médiích

První otázka k ověření této stanovené hypotézy byla položena v tomto znění. Jste pro zavedení vysílání reklamy na ČT 1? Tato otázka byla položena jako uzavřená, kdy pouze třináct procent dotázaných zvolilo možnost, že jsou pro zavedení vysílání reklamy. Osmnáct procent dotázaných zvolilo odpověď neutrální nebo vyhýbavou, tedy že na tuto problematiku nemají názor. Přes dvě třetiny dotázaných, tedy podstatná většina, zvolila zápornou odpověď, tedy že jsou proti zavedení vysílání reklamy ve veřejnoprávních médiích. Z výsledků otázky lze tedy usoudit, že občané jsou proti zavedení reklamy ve veřejnoprávních médiích. Hypotézu lze tedy touto otázkou **potvrdit**. Autor si je vědom, že na České televizi je již reklama na programech ČT 2 a ČT 4 vysílána, avšak v tak malé míře, že nepovažoval za nutné tímto faktem respondenty zatěžovat.

Další dvě otázky vztahující se k této hypotéze byly položeny v těchto zněních. Jak často sledujete některý z programů České televize? Jak často posloucháte některou ze stanic Českého rozhlasu? Tyto otázky použil autor jako nástroj pro relevantnost otázky předchozí, o zavedení vysílání reklamy ve veřejnoprávních médiích. A to z důvodu zjištění, kolik procent respondentů reálně využívá médií veřejné služby. Je patrné, že většina respondentů vyhledává některý z kanálů České televize. Avšak téměř osmdesát procent dotázaných nevyhledává některou ze stanic Českého rozhlasu. Tento jev si autor vysvětluje tím, že největší podíl respondentů dotazníkového šetření je v nízkém věkovém průměru. Třicet šest procent dotázaných uvedlo svůj věk mezi osmnáctým a třicátým rokem života, kdy se autor subjektivně domnívá, že zájem o veřejnoprávní rozhlasové vysílání ve světle velké konkurence komerčních vysílání je velmi malý. Posun směrem k ČRo přichází až ve středním věku a dále. Vyhodnocením těchto dvou otázek dostáváme potvrzení správnosti volby předchozí otázky č. 20, která směřuje pouze na ČT 1. Relevantnost dotazu na zvedení (správněji navýšení) reklamy na ČRo je malá, protože její dopad, dle výsledků tohoto šetření, je oproti ČT malý.

Hypotézu 4, že občané jsou proti zvýšení podílu vysílané reklamy ve veřejnoprávních médiích lze tedy **potvrdit**.

8.3.5 Hypotéza 5

Vlastnictví televizního či rozhlasového přijímače je v současnosti považováno v České republice za běžné.

Vzhledem k tomu, že hypotéza byla stanovena velmi konkrétně, je možné k ověření nebo vyvrácení této hypotézy použít tuto konkrétní otázku, která zní, zdali se nachází v domácnosti tazatelů televizní nebo rozhlasový přijímač. Naprostá většina respondentů, devadesát čtyři procent, odpověděla „ano“, že vlastní televizní nebo rozhlasový přijímač. Zbývající dotázaní odpověděli, že ne. Hypotézu lze tedy za pomoci této otázky **potvrdit**.

Ověřením hypotézy 4 lze tedy říci, že vlastnictví televizního nebo rozhlasového přijímače lze v České republice považovat za běžné.

ZÁVĚR

Tato diplomová práce s názvem „*Financování audiovizuálních médií veřejné služby v ČR*“ pojednává v teoretické části především o financování Českého rozhlasu a České televize, jakožto médiích veřejné služby. Přínosem této práce je ucelený přehled o principech financování veřejnoprávních médií v České republice do roku 2015.

Součástí této diplomové práce je také popis historických aspektů financování médií veřejné služby v České republice. Pro ucelený přehled jsou na příkladech několika evropských zemí představeny jiné přístupy k financování veřejnoprávních médií.

Zkoumaná problematika financování audiovizuálních médií je velice obsáhlá a pro její pochopení je zapotřebí, aby čtenář této práce měl alespoň základní povědomí o fungování médií obecně. Úvod do problematiky médií autor uvedl v první kapitole. Dále je také zapotřebí porozumět legislativnímu rámci, který definuje právní prostor pro fungování médií v České republice. Autor práce se snažil udělat vše pro to, aby práci zbytečně nezahlcovoval nepodstatnými fakty. Je si však plně vědom, že v kapitolách věnujících se legislativní problematice se rozsáhlejšímu a někdy možná lehce monotónnímu popisu nelze vyhnout.

V praktické části práce autor popsal problematiku financování audiovizuálních médií veřejné služby z pohledu neodborné veřejnosti. V úvodu praktické části si autor stanovil hypotézy, na jejichž ověření následně vytvořil dotazníkové šetření. Za pomoci tohoto šetření se dotazoval respondentů na otázky spojené s financováním veřejnoprávních médií v České republice. Všechny tyto hypotézy se autorovi v závěru potvrdily. Po vyhodnocení praktické části autor došel k následujícímu závěru. Povědomí občanů České republiky o financování audiovizuálních médií veřejné služby je dostačující.

Téma této práce, jak již bylo řečeno, je opravdu velice rozsáhlé a zajisté by bylo možno ho dále rozpracovat. Možnost rozšíření práce shledává autor například v provedení podrobné analýzy financování České televize nebo Českého rozhlasu. Dále by bylo možné práci rozšířit o způsoby financování a legislativního fungování veřejnoprávních médií mimo Evropu.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8

JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Vyd. 1. Praha: Český rozhlas, 2003, 667 s. ISBN 80-867-6200-9.

JIRÁK, KÖPPLOVÁ, *Masová média*. V Praze: Portál, 2009, 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 310, xxxii s. příl. ISBN 978-807-3676-988.

KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. V Praze: Karolinum, 2003, 461 s. ISBN 8024606321.

MUSIL, Josef. *Sociální a mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, 256 s. ISBN 978-80-7452-002-0.

HVÍŽDALA, Karel. *Moc a nemoc médií: rozhovory, eseje a články 2000-2003*. 1. vyd. Praha: Máj, 2003, 268 s. ISBN 80-86643-07-7.

POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011, 119 s. ISBN 978-80-7402-071-1.

PRŮCHA, Jan. *Andragogický výzkum*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014, 152 s. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-5232-7.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-7178-926-7

ROZEHNAL, Aleš. *Mediální právo*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2004. Právnícké učebnice (Aleš Čeněk). ISBN 80-86473-79-1.

GILES, David. *Psychologie médií*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012, 185 s. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2.

VERNER, Pavel. *Propaganda a manipulace*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011, 192 s. ISBN 978-80-7452-015-0.

Seznam použitých internetových zdrojů

CZECH *Rozhlasové a televizní vysílání v ČR* [online]. JENERÁLOVÁ, Ivana. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Zivot-a-prace/Jak-to-v-CR-funguje/Komunikace/Radio/Rozhlasove-a-televizni-vysilani-v-CR>

ČESKÁ TELEVIZE. *Archiv a fondy* [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/archiv-a-programove-fondy-ct/>

ČESKÁ TELEVIZE b. *Často kladené dotazy* [online]. [cit. 2016-01-25]. Dostupné z: <https://karty.ceskatelevize.cz/custom/faq.php>

JOGTÁR. *ELSŐ RÉSZ* [online]. [cit. 2016-1-29]. Dostupné z: http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1000185.TV

MAM. *Finská velvyslankyně* [online]. [cit. 2016-1-29]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/media/c1-64385540-finska-velvyslankyne-koncesionarske-poplatky-byly-unavne-nahradila-je-dan>

MINISTERSTVO KULTURY. *Veřejnoprávní vysílání* [online]. [cit. 2016-01-29]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/rozhlasove-a-televizni-vysilani/verejnopravni-vysilani-81273/>

PARABOLA. *Způsoby financování veřejnoprávních médií v Evropě* [online]. [cit. 2016-10-20]. Dostupné z: www.parabola.cz/clanky/5245/zpusoby-financovani-

verejnoprávních-medii-v-evrope/

POTUŽNÍK, Jiří F. (ed.). *Veřejná služba: Panelová diskuse* [online]. In: . [cit. 2015-9-12]. Dostupné z:

www.aras.cz/content/files/download/Co%20je%20veřejná%20služba.doc

RADIOTV. *Veřejnoprávní vysílání v Evropě* [online]. [cit. 2016-01-22]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/verejnopravni-televize-v-evrope-odkud-berou-penize-na-financovani/

RUNDFUNKBEITRAG. *Informieren* [online]. [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: http://www.rundfunkbeitrag.de/informationen/buergerinnen_und_buerger/index_ger.html

RUNDFUNKBEITRAG b. *Bürgerinnen und Bürger* [online]. [cit. 2016-01-20].

Dostupné z:

http://www.rundfunkbeitrag.de/informationen/buergerinnen_und_buerger/index_ger.html

RUNDFUNKBEITRAG c. *Unternehmen und Institutionen* [online]. [cit. 2016-01-29].

Dostupné z:

http://www.rundfunkbeitrag.de/informationen/unternehmen_und_institutionen/index_ger.html

SERVICE-PUBLIC. *Contribution* [online]. [cit. 2016-1-29]. Dostupné z:

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F88>

ŠMÍD, Milan, *Vysílání veřejné služby v zemích Evropské Unie, jeho organizace a fungování*. [online]. Praha, 2011. [cit.2016-1-22]. případová studie pro Parlament České republiky. FSV UK. Dostupné z: <http://www.louc.cz/pril01/VVSEU.pdf>

TV LICENSING. *Types and costs* [online]. [cit. 2016-1-29]. Dostupné z:

<http://www.tvlicensing.co.uk/check-if-you-need-one/topics/tv-licence-types-and-costs-top2>

VERO. *Public broadcasting tax* [online]. [cit. 2016-01-29]. Dostupné z:

https://www.vero.fi/en-US/Individuals/Payments/Public_broadcasting_tax

ZÁKON č. 139/2006 Sb. ze dne 14. března 2006 o koncesních smlouvách a koncesním řízení (koncesní zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2006, částka 47, s. 1727-1735. ISSN 1211-1244. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=139&r=2006>

ZÁKON č. 231/2001 Sb. ze dne 17. května 2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2001, částka 87, s. 5038-5064. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?r=2001&cz=231>

ZÁKON č. 348/2005 Sb. ze dne 5. srpna 2005 o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2005, částka 122, s. 6041-6046. ISSN 1211-1244. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=348&r=2005>

ZÁKON č. 483/1991 Sb. ze dne 7. listopadu 1991 o České televizi. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 93, s. 2301-2303. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=483&r=1991>

ZÁKON č. 484/1991 Sb. ze dne 7. listopadu 1991 o České televizi. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 93, s. 2303-2305. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?r=1991&cz=484>

RADA, ČRo. *Zpráva o výsledcích hospodaření Českého rozhlasu za rok 1999* [online]. Praha, 2000. [cit. 2016-01-27] Dostupné z: <http://www2.rozhlas.cz/radacro/hosp99.htm>

RADA, ČRo. *Zpráva o výsledcích hospodaření Českého rozhlasu za rok 2000* [online]. Praha, 2001. [cit. 2016-01-27]

Dostupné z: <http://www2.rozhlas.cz/radacro/hosp2000.htm>

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2001* [online]. Praha, 2002. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

<http://www2.rozhlas.cz/radacro/hosp2001/index.htm>

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2002* [online]. Praha, 2003. [cit. 2016-01-27]

Dostupné z: http://www2.rozhlas.cz/radacro/vz2002/rada_cro_vzhosp2002.pdf

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2003* [online]. Praha, 2004. [cit. 2016-01-27]

Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_binary/00224222.pdf

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2004* [online]. Praha, 2005. [cit. 2016-01-27].

Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-ohospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2004--188506

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2005* [online]. Praha, 2006. [cit. 2016-01-27]

Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-ohospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2005--270622

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2006* [online]. Praha, 2007. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-ohospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2006-s-prilohami-doc-a-xls--418316

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2007* [online]. Praha, 2008. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-ohospodareni-cro-za-r-2007--629018

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2008* [online]. Praha, 2009. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-rady-ceskeho-rozhlasu-ohospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2008--628602

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2009* [online]. Praha, 2010. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-rady-ceskeho-rozhlasu-ohospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2009--806445

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2010* [online]. Praha, 2011. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-rady-ceskeho-rozhlasu-o-hospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2010--941159

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2011* [online]. Praha, 2012. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-rady-ceskeho-rozhlasu-o-hospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2011--1101188

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2012* [online]. Praha, 2013. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-o-hospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2012--1250984

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2013* [online]. Praha, 2014. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-o-hospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2013--1391155

RADA, ČRo. *Výroční zpráva o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2014* [online]. Praha, 2015. [cit. 2016-01-27] Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/vyrocnizprava-o-hospodareni-ceskeho-rozhlasu-za-rok-2014--1527664

RADA, ČT. *Výroční zpráva Rady České televize o hospodaření České televize za rok 1999* [online]. Praha, 2000. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

<http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocnizpravy/zprava1999.pdf>

RADA, ČT. *Výroční zpráva Rady České televize o hospodaření České televize za rok 2000* [online]. Praha, 2001. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

<http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocnizpravy/zprava2000.pdf>

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2001* [online]. Praha, 2002. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocnizpravy/zprava2001_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2002* [online]. Praha, 2003. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/hospodareni_2002.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2003* [online]. Praha, 2004. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/Vzh03-F.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2004* [online]. Praha, 2005. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2004_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2005* [online]. Praha, 2006. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2005_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2006* [online]. Praha, 2007. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2006_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2007* [online]. Praha, 2008. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2007_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2008* [online]. Praha, 2009. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2008_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2009* [online]. Praha, 2010. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2009_hospodareni.pdf?ver=2

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2010* [online]. Praha, 2011. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2010_hospodareni.pdf?ver=2

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2011* [online]. Praha, 2012. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/dokumenty/VZ_CT-2011-hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2012* [online]. Praha, 2013. [cit. 2016-01-28] Dostupné z: "

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2012_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2013* [online]. Praha, 2014. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2013_hospodareni.pdf

RADA, ČT. *Výroční zpráva o hospodaření České televize za rok 2014* [online]. Praha, 2015. [cit. 2016-01-28] Dostupné z:

http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/zprava2014_hospodareni.pdf

SEZNAM ZKRATEK

ARD.....	Arbeitsgemeinschaft der Deutschen Rundfunkanstalten
ARTE.....	Association Relative à la Télévision Européenne
BBC.....	British Broadcasting Corporation
ČT.....	Česká televize
ČST.....	Československá televize
ČRo.....	Český rozhlas
EBU.....	European Broadcasting Union
GEZ.....	Gebühreneinzugszentrale
ITV.....	Independent Television
SIPO.....	Soustředěné inkaso plateb obyvatelstva
SRN.....	Spolková republika Německo
ZDF.....	Zweites Deutsches Fernsehen

SEZNAM GRAFŮ A TUBULEK

Seznam grafů

Graf č. 1 Výběr rozhlasových poplatků ČRo.....	31
Graf č. 2 Náklady a výnosy ČRo	32
Graf č. 3 Výběr televizních poplatků ČT.....	37
Graf č. 4 Náklady a výnosy ČT	38
Graf č. 5 Fond televizních poplatků.....	39
Graf č. 6- Otázka č. 1: Jaké je vaše pohlaví?	61
Graf č. 7 - Otázka č. 2: Jaký je váš věk?.....	62
Graf č. 8 - Otázka č. 3: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?.....	62
Graf č. 9 - Otázka č. 4: Jste občanem České republiky?.....	63
Graf č. 10 - Otázka č. 5: Jste podnikatel?	64
Graf č. 11 - Otázka č. 6: Užíváte ve svém podnikání televizní či rozhlasový přijímač?	65
Graf č. 12- Otázka č. 7: Jste obeznámen s faktem, že jako podnikatel musíte platit poplatek za každý přijímač užívaný k podnikání?.....	66
Graf č. 13 - Otázka č. 8: Nachází se ve vaší domácnosti televizní nebo rozhlasový přijímač?	66
Graf č. 14 - Otázka č. 9: Jaký je podle vás smysl vybírání poplatků?	67
Graf č. 15 - Otázka č. 10: Jak často sledujete některý z programů České televize?. 68	

Graf č. 16 - Otázka č. 11: Jak často posloucháte některou ze stanic ČRo?	68
Graf č. 17 - Otázka č. 12: Jakým způsobem jsou podle vašeho názoru tyto instituce financovány?.....	69
Graf č. 18 - Otázka č. 13: Je podle vás placení poplatků povinné ze zákona?	70
Graf č. 19 - Otázka č. 14: Výše televizního poplatku činí 135 Kč za měsíc	70
Graf č. 20 - Otázka č. 15: Výše rozhlasového poplatku činí 45 Kč za měsíc.....	72
Graf č. 21 - Otázka č. 16: Jak platíte poplatky?.....	73
Graf č. 22 - Otázka č. 17: Vyhovuje vám současný měsíční způsob poplatků?	74
Graf č. 23 - Otázka č. 18: Byl byste ochoten akceptovat jiný způsob výběru poplatků?.....	75
Graf č. 24 - Otázka č. 19: Jaký způsob výběru poplatků by byl pro vás adekvátní?	76
Graf č. 25 - Otázka č. 20: Jste pro zavedení vysílání reklamy na ČT 1?	77

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 Vývoj rozhlasového poplatku	29
Tabulka č. 2 Vývoj televizního poplatku.....	36
Tabulka č. 3 Poplatky Německo	43
Tabulka č. 4 Poplatky Finsko	48

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník	I
----------------------------	---

Poplatky za Českou televizi a rozhlas

Zadavatel průzkumu:	Petr Čenský
Kontakt na zadavatele:	petr@censky.cz
Termín sběru dat:	3. 5. 2015 – 24. 5. 2015
Počet responsí:	100
Průměrná délka vyplňování:	00.09:21



Odповědi

1) Jaké je vaše pohlaví?

1	muž
2	žena

2) Jaký je váš věk?

1	mladší než 15 let
2	15–18
3	18–30
4	30–50
5	50–60
6	60–80
7	starší než 80

3) Jaké je vaše dosažené vzdělání?

1	Základní vzdělání
2	Výuční list
3	Středoškolské s maturitou
4	Vyšší odborná škola
5	Titul Bakalář (Bc.)
6	Dokončené Vysokoškolské vzdělání

4) Jste občanem České republiky?

1	Ano
2	Ne

5) Jste podnikatel?

1	ano
2	ne

6) Užíváte ve svém podnikání televizní či rozhlasový přijímač?

1	Ano
2	Ne

- 7) Jste obeznámen s faktem že jako podnikatel musíme platit poplatek za každý přijímač užívaný k podnikání?

1	ano
2	ne

- 8) Nachází se ve vaší domácnosti televizní nebo rozhlasový přijímač?

1	ano
2	ne

- 9) Jaký je podle vás smysl vybírání poplatků?

1	Zajistit nezávisle financování ČT a ČRo
2	Zajistit doplňkové financování
3	Poplatky jsou pouze nesmyslná zátěž pro občany
4	Poplatky slouží k monitorování občanů

- 10) Jak často sledujete některý z programů české televize?

1	5-6 hodin denně
2	3-5 hodin denně
3	2-1 hodinu denně
4	Více než 5 dní v týdnu
5	Pouze ve všední dny
6	Pouze o víkendech
7	Nevyhledávám programy ČT

- 11) Jak často posloucháte některou ze stanic Českého Rozhlasu?

1	5-6 hodin denně
2	3-5 hodin denně
3	2-1 hodinu denně
4	Více než 5 dní v týdnu
5	Pouze ve všední dny
6	Pouze o víkendech
7	Nevyhledávám stanice ČRo

- 12) Jakým způsobem jsou podle vašeho názoru tyto instituce financovány?

1	Pouze ze státního rozpočtu
2	Pouze z vybraných poplatků
3	Kombinací obou

- 13) Je podle vás placení poplatků povinné ze zákona?

1	ano
2	nevím
3	ne

14) Výše televizního poplatků činí 135 Kč za měsíc

1	135 Kč je adekvátní poplatek
2	135 Kč je příliš vysoký poplatek
3	Navrhuji jinou výši měsíčního poplatku

15) Výše rozhlasového poplatků činí 45 Kč za měsíc

1	45 Kč je adekvátní poplatek
2	45 Kč je příliš vysoký poplatek
3	Navrhuji jinou výši měsíčního poplatku

16) Jak platíte poplatky?

1	SIPO
2	Bankovním převodem
3	Neplatím poplatky

17) Vyhovuje vám současný měsíční způsob výběru poplatků?

1	ano
2	ne

18) Byl byste ochoten akceptovat jiný způsob výběru poplatků?

1	ano
2	ne

19) Jaký způsob výběru poplatků by byl pro vás adekvátní?

1	Stávající způsob výběru
2	Poplatky by byly strhávány z daní
3	Výše poplatků by se určovala podle výše příjmu
4	Jsem pro zrušení poplatků

20) Jste pro zavedení vysílání reklamy na ČT1?

1	Ano
2	Ne
3	Nevím

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Petr Čenský

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Prezenční

Název práce: Financování audiovizuálních médií veřejné služby v ČR

Rok: 2016

Počet stran textu bez příloh: 76

Celkový počet stran příloh: 4

Počet titulů českých použitých zdrojů: 13

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 52

Vedoucí práce: PhDr. Helena Havlíková