

POLICEJNÍ AKADEMIE ČESKÉ REPUBLIKY V PRAZE

Fakulta bezpečnostního managementu

Katedra managementu a informatiky

Ekonomika veřejnoprávních médií v České republice

Bakalářská práce

Economy of Czech public media

Bachelor thesis

VEDOUCÍ PRÁCE

Ing. Jan URBANEC

AUTOR PRÁCE

Kamila WANNEROVÁ

**PRAHA
2023**

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z kterých jsem čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Praze, dne 1.3.2023

Kamila Wannerová

Poděkování

Ráda bych poděkovala panu Ing. Janu Urbancovi za cenné rady a vstřícnost v průběhu zpracování práce.

Anotace

Hlavním zaměřením této bakalářské práce je seznámení s ekonomikou veřejnoprávních médií, tedy České televize, Českého rozhlasu a České tiskové kanceláře a analýza jejich hospodaření. První část práce je věnovaná médiím, jejich rozdělení a koncesionářskému poplatku. Druhá část práce se zabývá bližší analýzou hospodaření zmíněných veřejnoprávních médií v daných časových úsecích a komparací celkových hospodářských výsledků. V závěrečné třetí části jsou rozebrány aktuální otázky týkající se potencionálního navýšení koncesionářského poplatku, dále pak dopad výsledku nadcházejících voleb generálních ředitelů České televize a České tiskové kanceláře na budoucí vývoj těchto médií a porovnání veřejnoprávního vysílání Německa a Lotyšska s Českou republikou.

Klíčová slova

veřejnoprávní média, Český rozhlas, Česká televize, Česká tisková kancelář, vysílání, média, koncesionářský poplatek

Annotation

The focus of this bachelor's thesis is an introduction to the economics of public media, thus Czech Television, Czech Radio and the Czech Press Office, and an analysis of their management. The first part of the paper is devoted to the media, their classification, and the licence fee. The second part of the thesis deals with a closer analysis of the management of the mentioned public media in a given time period and a comparison of the overall economic results. In the final third part are discussed current issues regarding the potential increase in the price of the licence fee, the impact of the upcoming elections of the directors general of Czech Television and the Czech Press Office on the future development of these media, and a comparison of public broadcasting in Germany and Latvia with the Czech Republic.

Key words

public media, Czech Radio, Czech Television, Czech Press Office, Broadcasting, media, licence fee

Obsah

Úvod	8
2. Média a masmédia	10
2.1. Veřejnoprávní média	10
2.2. Soukromá média	11
2.3. Rozdíly mezi veřejnoprávními a soukromými médii	11
2.4. Televizní a rozhlasové poplatky	12
2.4.1. Koncesionářské poplatky	12
2.4.2. Plátce koncesionářského poplatku	13
2.4.3. Výše koncesionářského poplatku	13
2.4.4. Výjimky z platby koncesionářských poplatků	14
2.4.5. Sankce za neplacení koncesionářského poplatku	15
3. Česká televize jakožto veřejnoprávní médium	15
3.1. Financování České televize	17
3.1.1 Reklamy v České televizi	17
3.1.2. Product placement v ČT	20
3.1.3. Sponzoring České televize	21
3.2. Hospodaření České televize	22
4. Český rozhlas jakožto veřejnoprávní médium	23
4.1. Financování Českého rozhlasu	25
4.1.1 Reklamy v Českém rozhlasu	25
4.1.2 Sponzoring Českého rozhlasu	26
4.2. Hospodaření Českého rozhlasu	27
5. Česká tisková kancelář jakožto veřejnoprávní médium	28
5.1. PR služby České tiskové kanceláře	29
6. Analýza hospodaření veřejnoprávních médií	30
6.1. Hospodaření České televize	31
6.1.1. Hospodaření České televize v roce 2001	31
6.1.2. Činnosti České televize v roce 2001	33

6.1.3. Hospodaření České televize v roce 2011	34
6.1.4. Činnosti České televize v roce 2011	36
6.1.5. Hospodaření České televize v roce 2021	37
6.1.6. Činnosti České televize v roce 2021	38
6.1.7. Komparace hospodaření České televize za léta 2001, 2011 a 2021	39
6.2. Hospodaření Českého rozhlasu	40
6.2.1. Hospodaření Českého rozhlasu v roce 2015	40
6.2.2. Hospodaření Českého rozhlasu v roce 2018	43
6.2.3. Hospodaření Českého rozhlasu v roce 2021	46
6.2.4. Komparace hospodaření Českého rozhlasu za léta 2015, 2018 a 2021	48
6.3. Hospodaření České tiskové kanceláře	49
6.3.1. Hospodaření České tiskové kanceláře za rok 2015	49
6.3.2. Hospodaření České tiskové kanceláře za rok 2018	51
6.3.3. Hospodaření České tiskové kanceláře za rok 2021	53
6.3.4. Shrnutí hospodaření České tiskové kanceláře v letech 2015, 2018 a 2021	54
7. Zvyšování výše koncesionářského poplatku	54
8. Nadcházející volby generálního ředitele České televize a generálního ředitele České tiskové kanceláře 2023	56
9. Komparace veřejnoprávního vysílání Německa a Lotyšska s Českou republikou	58
9.1. Veřejnoprávní vysílání v Německu	58
9.2. Veřejnoprávní vysílání v Lotyšsku	60
Závěr	62
Seznam použité literatury	64

Úvod

Veřejnoprávní média jsou konzumovaná obyvateli téměř každý den, avšak většina z nich nemá povědomí o jejich fungování, ekonomice, či financování. Je obecně známo, že existují televizní a rozhlasové poplatky neboli tzv. koncesionářské poplatky, které jsou placeny každým, kdo vlastní televizní či rozhlasový vysílač. Méně známo je proč se vlastně poplatky platí, jak je s nimi hospodařeno, nebo že ve světě existují i jiné modely financování veřejnoprávních médií. V této práci se proto pokusím zmíněnou problematiku objasnit.

Cílem této práce je nastínit problematiku ekonomiky veřejnoprávních médií, jejich způsob financování a hospodaření. Dále pak komparace modelu financování České republiky s vybranými státy, také přiblížení aktuální problematiky výše koncesionářského poplatku a nadcházejících voleb na pozici generálních ředitelů České televize a České tiskové kanceláře a jejich dopad na vývoj těchto médií. Práci jsem rozdělila do třech částí. První část je dedikována objasnění významu médií, jak se od sebe liší veřejnoprávní a soukromá média. V této části se budu zabývat také tzv. koncesionářskými poplatky, jejich dělení na televizní a rozhlasové poplatky, jejich výši nyní a jak se tato výše spolu s reálnou hodnotou měnila v průběhu let díky nárustu inflace. Koho si představit pod pojmem plátce koncesionářského poplatku, jaké osoby jsou z této povinnosti oprostěny a jaké sankce nastanou při porušení již zmíněné povinnosti. Samotná analýza hospodaření jednotlivých veřejnoprávních médií bude obsažena ve druhé části práce. Analýza bude provedena napříč časovými obdobími dvaceti let pro Českou televizi a šesti let pro Český rozhlas a Českou tiskovou kancelář. Cílem této analýzy je přiblížení ekonomických výsledků veřejnoprávních médií za zmíněná období, shrnutí dosažených výsledků a posouzení, jaké interní či externí faktory zde hrály roli. Závěrečná třetí část se bude zabývat aktuální problematikou a komparací finančního modelu veřejnoprávního vysílání České republiky s Německem a Lotyšskem. První problematika týkající se možného navyšování koncesionářského poplatku je velmi aktuálním tématem a to díky faktu, že koncesionářské poplatky činí většinu příjmů České televize a Českého rozhlasu, avšak se stále rostoucí inflací a cenou energií ztrácí poplatky reálnou hodnotu, čímž kompromitují kvalitu tvorby a vysílání zmíněných médií. Z toho důvodu je

druhá aktuální problematika výsledku nadcházejících voleb generálního ředitele České televize a České tiskové kanceláře klíčová pro zajištění budoucího rozvoje a zachování tvůrčí kvality. Třetí část bude zakončena již zmíněnou komparací finančních modelů. Pro komparaci jsem zvolila Německo, jakožto stát s obdobným finančním modelem, jako má Česká republika, avšak vyšší ekonomickou vyspělostí a Lotyšsko pro předvedení odlišného modelu financování, nežli jaký pozorujeme v České republice.

2. Média a masmédia

Média jako taková, jsou zprostředkovateli informací o dění ve společnosti. Jejich ekonomický význam nám udává míra zvyšování informovanosti občanů, což je klíčové pro racionální rozhodování nejen společnosti, ale také ekonomických subjektů. Jedná se například o vzdělávání občanů, upevňování vlasteneckých a demokratických zásad a hodnot, nebo také makroekonomický vývoj. Ve veřejném sektoru se tedy odráží funkce jak ekonomické, tak sociální.

Nejvýznamnější roli hrají masmédia neboli sdělovací prostředky hromadného charakteru, jako je televize, internet, rozhlas, či tisk. Masmédia dělíme do několika typů, dle jejich cílů, financování, umístění, ale také dle možné přítomnosti politických vazeb. Soukromá a veřejnoprávní média, jakožto média dělená podle způsobu financování a jejich právní podstaty. Nezávislá média a hlásné trouby dle jejich politických vazeb. Lokalizovaná a decentralizovaná pak dle umístění masmédia.^{1,2}

2.1. Veřejnoprávní média

Pod pojmem veřejnoprávní médium, neboli médium veřejné služby, si můžeme představit určitý druh sdělovacího prostředku, jehož hlavním příjmem jsou veřejné prostředky, má zákonem definované povinnosti a rozsah. Jejich hlavním úkolem je nejen zabránění zneužití médií politickými stranami, zajištění mediálního prostoru pro nekomerční výstupy, ale také podpora médií jakožto pilíře demokracie. Toho se snaží docílit poskytováním dat, faktů a informací v nezkreslené, aktuální a objektivní podobě. V České republice tuto funkci plní Česká televize, Český rozhlas a Česká tisková kancelář.

Veřejnoprávní médium má jako takové obvykle tři hlavní role – regulační, poskytovatelskou a klientskou. Regulační nám udává regulaci, ovlivňování a omezování působení médií. Poskytovatelská, v které se odráží rozdíl v uplatňování politického vlivu, způsob financování média, nebo také přítomnost cenzury. Klientská poukazuje na to, že stát je samozřejmě také příjemce výstupů

¹ Ing. Urbanec, Jan, *Ekonomika vybraných odvětví – veřejnoprávní média*, prezentace z přednášky do předmětu – Veřejná správa a finance veřejného sektoru (BEZ420) [cit. 2023-02-09]. Dostupné z SIS

² PEKOVÁ, Jitka, Jaroslav PILNÝ a Marek JETMAR. *Veřejný sektor - řízení a financování*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. ISBN 978-80-7357-936-4.

masmédií a využívá je jako zdroj informací pro vlastní činnost, ale také komunikaci vůči občanům. Zřizovatelem veřejnoprávních médií je stát.^{3,4,5}

2.2. Soukromá média

Hlavní charakteristikou soukromého, neboli také komerčního média je způsob jeho financování a forma vlastnictví. Jejich provoz se řadí do odvětví podnikání a proto je jeho hlavním cílem nikoli nutně aktuálnost či objektivnost, ale vytváření finančního zisku. To ale není jediný cíl, v některých případech se snaží o ovlivnění názorů jejich diváků a to určitým politickým směrem s cílem získání nebo posílení politické moci. Soukromá média jsou financovaná převážně z reklamy, čím větší publikum mají, tím více si mohou za reklamy říci, je proto v jejich největším zájmu pro získání nejvyššího finančního zisku, aby vytvářela obsah, který bude jak efektivní z hlediska nákladů, ale také takový, který zaujme co nejširší možné publikum. Soukromá média představují většinu existujících masmédií v České republice.⁶

2.3. Rozdíly mezi veřejnoprávními a soukromými médii

Abychom byli schopni odlišit od sebe soukromá média a veřejnoprávní média, musíme se zaměřit na jejich specifické a hlavní rozdíly. Už jen z podstaty věci, kdy jsou regulována zvláštním zákonem, mají veřejnoprávní média uložena splňování většího množství povinností nežli média soukromá. Důležitý je také rozdíl ve financování. Český rozhlas a Česká televize mají převážnou většinu svých příjmů z koncesionářských poplatků. Ty jsou odváděny od všech domácností s televizním nebo rozhlasovým přijímačem. Další důležitý rozdíl mezi veřejnoprávním a soukromým médiem představuje jeho cílová skupina. Veřejnoprávní média mají za povinnost vytvářet takovou nabídku svých pořadů,

³ Příspěvatelé Wikipedie, *Veřejnoprávní médium* [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2023, Datum poslední revize 6.01.2023, 10:27 UTC, [citováno 27.01.2023]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Ve%C5%99ejnopr%C3%A1vn%C3%AD_m%C3%A9di%C3%99um&oldid=22308382

⁴ JSNS, Média veřejné služby. *Jsns.cz* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/3.-dil-media-verejne-sluzby>

⁵ Ing. Urbanec, Jan, *Ekonomika vybraných odvětví – veřejnoprávní média*, prezentace z přednášky do předmětu – Veřejná správa a finance veřejného sektoru (BEZ420) [cit. 2023-02-09]. Dostupné z SIS

⁶ JSNS, Soukromá média. *Jsns.cz* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/4.-dil-soukroma-media>

která je vyvážená pro všechny skupiny obyvatel, jako například pro národnostní menšiny nebo různé druhy náboženského vyznání či politického přesvědčení. Soukromá média se pak naopak obvykle soustředí na mnohem užší cílovou skupinu a té se snaží přizpůsobovat svůj obsah. Důležitým aspektem je také nezávislost médií. Vzhledem k tomu, že většina soukromých médií většího rozsahu byla po roce 2000 skoupena českými podnikateli, může zde být snaha o využití soukromých médií právě k vytvoření či upevnění politické moci a vlivu. To by u veřejnoprávních médií obecně hrozit nemělo, jelikož nemají klasické vlastníky, nýbrž jsou spravována osobami, které jsou do své funkce voleni v rámci veřejné volby. Nelze však vyloučit, že i zde se mohou prosadit konkrétní politické zájmy, proběhne-li např. volba generálního ředitele takzvaně „na sílu“, tj. neodráží-li širší politický konsensus v parlamentu, ale pouze aktuální politickou převahu. Pro úplnost dodejme, že generální ředitelé veřejnoprávních médií jsou v Česku voleni radami – Radou Českého rozhlasu (9 členů), Radou České televize (15 členů) a Radou České tiskové kanceláře (7 členů).^{7,8}

2.4. Televizní a rozhlasové poplatky

Veřejnoprávní média jsou financována primárně z veřejných zdrojů. Aby si však veřejnoprávní média zachovala svou apolitičnost, nemohou být financována ze státního rozpočtu, jelikož by pak byla závislá na rozhodnutí politiků, kteří v danou chvíli sestavují státní rozpočet. To je dáno zákonem o rozhlasových a televizních poplatcích č. 348/2005 Sb. Z toho důvodu máme takzvané koncesionářské poplatky.⁹

2.4.1. Koncesionářské poplatky

Jedná se o poplatky placené všemi poplatníky, kteří doma mají televizní přijímač, či rádio. Platí se jen jeden poplatek za domácnost, bez ohledu na to, kolik přijímačů se v ní nachází. Přitom ale nezáleží, jestli je přijímač vůbec využíván.

⁷ JSNS, Média veřejné služby. *Jsns.cz* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/3.-dil-media-verejne-sluzby>

⁸ JSNS, Soukromá média. *Jsns.cz* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/4.-dil-soukroma-media>

⁹ Ing. Urbanec, Jan, *Ekonomika vybraných odvětví – veřejnoprávní média*, prezentace z přednášky do předmětu – Veřejná správa a finance veřejného sektoru (BEZ420) [cit. 2023-02-09]. Dostupné z SIS

Koncesionářské poplatky jsou placeny domácnostmi pravidelně měsíčně, domácnosti se však k jeho placení musí samy přihlásit a to do 15 dní od nastěhování se do nového bydliště, ve kterém se přijímač nachází, nebo od nabytí televizního či rozhlasového přijímače. Pokud tak domácnost neučiní, obdrží od České televize nebo Českého rozhlasu nejprve upomínku, při stálém nedbání ani po obdržení upomínky následuje pokuta. Výše poplatku zůstává stejná jako z předchozích let, již od roku 2008 je výše neměnná a to 135 Kč za televizi a 45 Kč za rozhlasový přijímač. Koncesionářské poplatky jsou povinni platit i podnikatelé pokud vlastní televizní či rozhlasový přijímač, bez ohledu jeho účelu pro podnikání. Zde je pak rozdíl v četnosti platby, která je v případě podnikatelů jednou za čtvrt roku. Jsou zde však i výjimky z platby poplatku.¹⁰

2.4.2. Plátce koncesionářského poplatku

Plátcem koncesionářského poplatku je fyzická nebo právnická osoba, která je vlastníkem televizního nebo rozhlasového přijímače.

Pokud se fyzická nebo právnická osoba stane držitelem rozhlasového či televizního přijímače na dobu delší než jednoho měsíce, přesto že není vlastníkem takového přijímače, stává se plátcem koncesionářského poplatku tato osoba, nikoliv vlastník přijímače.¹¹

2.4.3. Výše koncesionářského poplatku

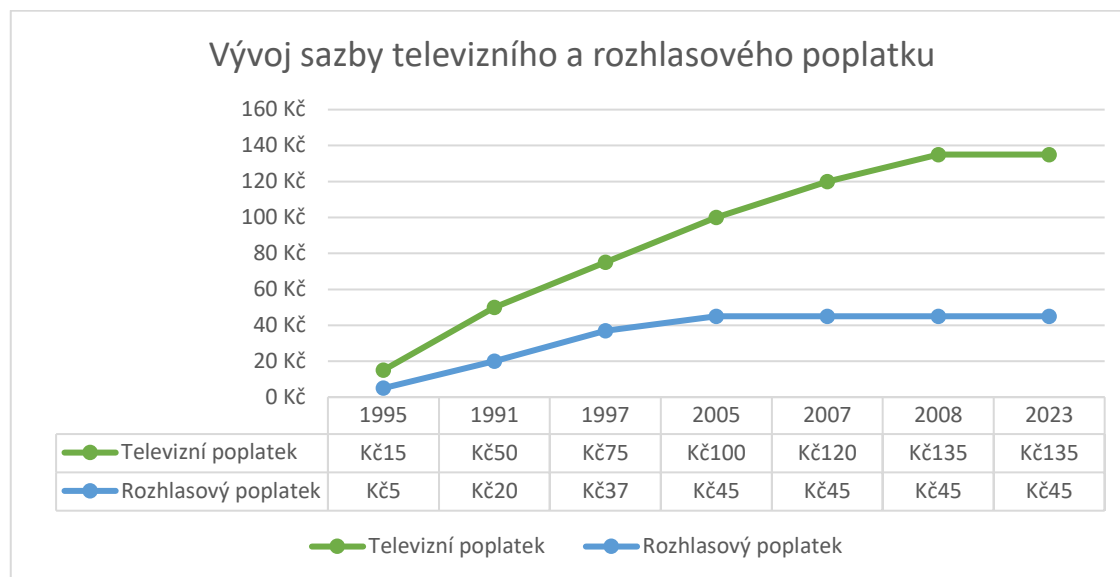
Sazba koncesionářského poplatku sice zůstává od roku 2008 dodnes stejná, 135 Kč za televizní poplatek a 45 Kč za poplatek rozhlasový, vždy tomu tak ale nebylo, sazba poplatku vzrostla od roku 1995 o 120 Kč u televizního a o 40 Kč u rozhlasového poplatku. Televizní poplatek se během let zvyšoval častěji

¹⁰ TANCEROVÁ, Tereza. Koncesionářské poplatky: kolik činí a kdo je musí platit?. *Měšec.cz* [online]. 2022, 16.5. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/koncesionarske-poplatky/>

¹¹ Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích

než rozhlasový, ten je stejný již od roku 2005, nikoliv od roku 2008 jak tomu je u televizního poplatku. Jedná se o měsíční poplatek.

V grafu níže můžeme vidět vývoj poplatku obou médií od roku 1995 dodnes (do roku 2023)¹²



Graf 1 Vývoj sazby televizního a rozhlasového poplatku od roku 1995 do roku 2023

Zdroj: Měšec.cz

2.4.4. Výjimky z platby koncesionářských poplatků

Mezi první možné výjimky spadá domácnost, která nemá rozhlasový ani televizní přijímač. Taková domácnost musí však zaslat čestné prohlášení o tom, že skutečně žádné přijímače nevlastní, přímo Českému rozhlasu a České televizi. Další výjimkou jsou jednotlivci či domácnosti s velmi nízkými příjmy (pokud je čistý příjem za čtvrtletí nižší než 2.15násobek životního minima). Ty mohou zažádat o osvobození od poplatku.

Od poplatku jsou osvobozeny také chaty a chalupy, je-li poplatek již placen v domácnosti. Dále poplatku nepodléhají ty přijímače, které jsou součástí muzejních sbírek, či přijímače míněné jako součást soudního řízení. Pokud cizinci nebylo na území České republiky uděleno povolení k dlouhodobému nebo

¹² BUKAČ, Petr. Koncesionářské poplatky: Lobbing zvítězil, občané plaťte!. Měšec.cz [online]. 2005, 12.08 [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/koncesionarske-poplatky-lobbing-zvitezil-obcane-placte/>

trvalému pobytu, je i on osvobozen od placení zmíněného poplatku. Dále osoby postižené slepotou nebo hluchotou. Poplatku také nepodléhají členové Rady pro televizní vysílání, ani členové Rady pro rozhlasové vysílání. Nakonec jsou od poplatku osvobozeny instituce jako například školy, licencovaní provozovatelé vysílání, zastupitelské úřady České republiky v zahraničí.¹³

2.4.5. Sankce za neplacení koncesionářského poplatku

Při neplacení poplatku přichází nejdříve upomínka. Pokud však ani poté není poplatek uhrazen, přichází od České televize a Českého rozhlasu pokuta.

Pokuta ze neplacení koncesionářského poplatku se může vyšplhat až na 10 000 Kč od České televize a 5 000 Kč od Českého rozhlasu. V takovém případě se ČT a ČRo uchylují k žalobě za dlužné na televizním či rozhlasovém poplatku.¹⁴

3. Česká televize jakožto veřejnoprávní médium

Česká televize (ČT) se sídlem Na hřebenech II 1132/4, 140 70 Praha 4 – Kavčí hory, byla zřízena ke dni 1. ledna 1992 zákonem České národní rady č. 483/1991 Sb., o České televizi, a to jakožto právnická osoba, což znamená že Česká televize neodpovídá za závazky státu a stát neodpovídá za závazky České televize.^{15,16} Jedná se o službu veřejnosti, která je prováděna jak tvorbou ale také šířením televizních programů na území České republiky. Může vyvíjet podnikatelskou činnost, ale pouze v takové míře a takovým způsobem, který souvisí s předmětem její činnosti a při němž není plnění jejích hlavních úkolů nijak ohroženo.

Vznik České televize se datuje k 1.1. 1992 a to zakotvením v zákoně č. 483/1991 Sb., o České televizi.¹⁷ Prvotní pokusy o televizní vysílání jsou však zaznamenány vědci z Vojenského technického ústavu již v bývalém

¹³ M1ssF0rtune. Koncesionářské poplatky - jak se přihlásit a kdy je platit. *Skutečnost* [online]. 2022, 09.03. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: https://www.skutečnost.cz/rubriky/finance/koncesionarske-poplatky-jak-se-prihlasit-a-kdy-je-platit_1011.html

¹⁴ TANCEROVÁ, Tereza. Koncesionářské poplatky: kolik činí a kdo je musí platit?. *Měšec.cz* [online]. 2022, 16.5. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/koncesionarske-poplatky/>

¹⁵ Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi.

¹⁶ ČT, Základní informace o ČT. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

¹⁷ ČT. *Vznik a první kroky* [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/>

Československu, v Tanvaldu v roce 1948. Roku 1953 byla pro účely prvního televizního vysílače upravena petřínská rozhledna v Praze. Tento vysílač byl využíván v té době zatím zkušebním Studiem Praha, které bylo o necelý rok později prohlášeno za pravidelné. V průběhu let 1953 až 1958 byl počet televizních vysílání postupně navýšen ze dvou dnů v týdnu na každodenní vysílání. O rok později v roce 1959 byla založena Československá televize. Se stále rostoucím počtem diváků začala vznikat další televizní studia – Studio Ostrava (1955), Studio Bratislava (1956), Studio Brno (1961), Studio Košice (1962). Česká televize se v roce 1996 ocitla v nepříjemné finanční situaci, která vyústila v nutnost přijmutí deficitního rozpočtu. Rozpočtovému schodku (deficitu), který dosahoval výše 363,6 milionu Kč, se zásluhou zvýšených příjmů z televizní reklamy však podařilo zabránit. V roce 2020 byla spuštěna dočasná stanice ČT3 (Nikoliv stanice ČT3 fungující pouze v roce 1993). ČT3 (2020) vysílala převážně dřívější pořady z archivu České televize. Stanice byla určena hlavně pro seniory, kteří byli nuceni covidovou pandemií zůstat většinu času v domácnostech a ve většině případů sami.^{18,19}

Statutárním orgánem České televize je generální ředitel, který je jmenován a odvoláván Radou České televize, na šestileté období. Od 1. října 2011 je generálním ředitelem České televize Petr Dvořák, který je od roku 2014 také členem představenstva EBU (Evropské vysílací unie) a od 1. ledna 2021 viceprezidentem EBU.²⁰ Kontrolní orgán ČT je Rada České televize. Jedná se o patnácti člennou radu, kterou volí a odvolává Poslanecká sněmovna. Ta by měla přitom usilovat, aby byla složena z různých významných politických, sociálních, regionálních, ale také kulturních názorových proudů. Člen rady nesmí zastávat žádnou funkci v politických stranách nebo v politických hnutích. Členové rady jsou voleni na funkční období šesti let, s tím že každé tři roky je volena jedna třetina členů. Členové mohou být zvoleni opětovně. Rada se schází na veřejných jednání,

¹⁸ ČT. *Prehistorie* [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/>

¹⁹ Příspěvatelé Wikipedie, [online], Wikipedie: *Česká televize*, Otevřená encyklopedie, c2023, [citováno 16. 02. 2023] https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1_televize

²⁰ Příspěvatelé Wikipedie, *Petr Dvořák (manažer)* [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2023, [citováno 28. 01. 2023] [https://cs.wikipedia.org/wiki/Petr_Dvořák_\(manažer\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Petr_Dvořák_(manažer))

která upravuje jednací řád. Do působnosti rady spadá nejen již zmíněné jmenování a odvolání generálního ředitele, schvalování a kontrola plnění rozpočtu a závěrečného účtu České televize, ale také předkládání Kodexu ČT Poslanecké sněmovně ke schválení, a naplňování zásad, které z již zmíněného Kodexu ČT vyplývají.²¹

Kodex České televize je dokumentem schváleným Poslaneckou sněmovnou 2. července 2003. Jedná se o soubor zásad plnění veřejné služby. Kodex ČT obsahuje preambuli (úvodní část), 26 článků, etický panel a závěrečná ustanovení. Porušení tohoto kodexu se kvalifikují jakožto porušení pracovní kázně dle zákoníku práce.²²

3.1. Financování České televize

Hlavní část financování České televize zastávají koncesionářské poplatky, jejichž výše činí 135 Kč měsíčně. Vedlejší část financování ČT zastávají reklamy.

3.1.1 Reklamy v České televizi

Prodej reklam napomáhá ČT nezvyšovat televizní poplatek, přitom se stále snažit zkvalitňovat jejich vysílané programy. Vysílání reklam a jejich podmínky upravuje více podrobně zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy. Tento zákon upravuje podmínky či zákaz reklam na tabákové výrobky, alkoholické nápoje, humánní léčivé přípravky, nebo hazardní hry.²³

Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi nám udává, že čas vyhrazený pro reklamy nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času, to pouze na stanicích ČT2 a ČT sport. Na ostatních stanicích je reklama zakázána, s výjimkou sportovních a kulturních televizních přenosů na programu ČT1 a ČT24 a to pouze pokud je vysílání této reklamy podmínkou k získání daných vysílacích práv pro vysílání zmíněné sportovní či kulturní události. ČT2 směřuje své výnosy z reklam Státnímu fondu kultury ČR. ČT4 soustředí výnosy z reklam na zkvalitnění výroby

²¹ ČT, Co je Rada ČT. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/co-je-rada-ct/>

²² ČT. Kodex České televize. *Česká televize* [online]. 2003, 2.7. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf>

²³ Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

a vysílání sportovně založených pořadů.^{24,25} Teleshopping je pak úplně zakázán ve vysílání České televize. Teleshoppingem, se dle zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání 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 nebo obdobnou protihodnotu*“.²⁶

Cena televizní reklamy ČT pro rok 2023 je uvedena v nově vydaném ceníku pro zmíněný rok. Ten kalkulaci ceny definuje jako kombinaci CPP (cena za ratingový bod) a cenových indexů.

CPP je cena za zásah 1 % cílové skupiny (z hlediska ČT všichni diváci starší patnácti let). CPP České televize je pro období 1.1.2023 – 31.12.2023 stanoveno na 30 800 Kč, a to bez DPH. Tento CPP základ se poté násobí nejen procentuálním koeficientem sledovanosti diváckou cílovou skupinou za daná období, v kterém se má reklamní spot odehrát (sezonní koeficient 0.8 – 1.45), ale dalšími cenovými indexy – stopážové indexy (délka reklamního spotu, koeficient 0.55 – 2.6), speciální příplatky za zvolení pozice v reklamním bloku (reklamní blok neboli shluk reklam, příplatek 20 % či 30 %), speciální příplatek za druhý reklamní produkt (příplatek 15 %) a speciální cenové indexy za speciální programovou událost (Mistrovství světa v ledním hokeji 2023, koeficient 1.5). Například zvolili bychom si jakožto reklamní klient reklamní spot na květen (koeficient 1.45), o délce 30 sekund (koeficient 1.35), který by se odehrával při vysílání Mistrovství světa v ledním hokeji 2023 (koeficient 1.5), byla by cena takového reklamního spotu okolo 90 436 Kč.^{27,28}

²⁴ ČT. Dlouhodobé plány programového, technického, personálního a ekonomického rozvoje české televize: Na léta 2022-2026. *Česká televize* [online]. 2020, 9.2. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1890.pdf>

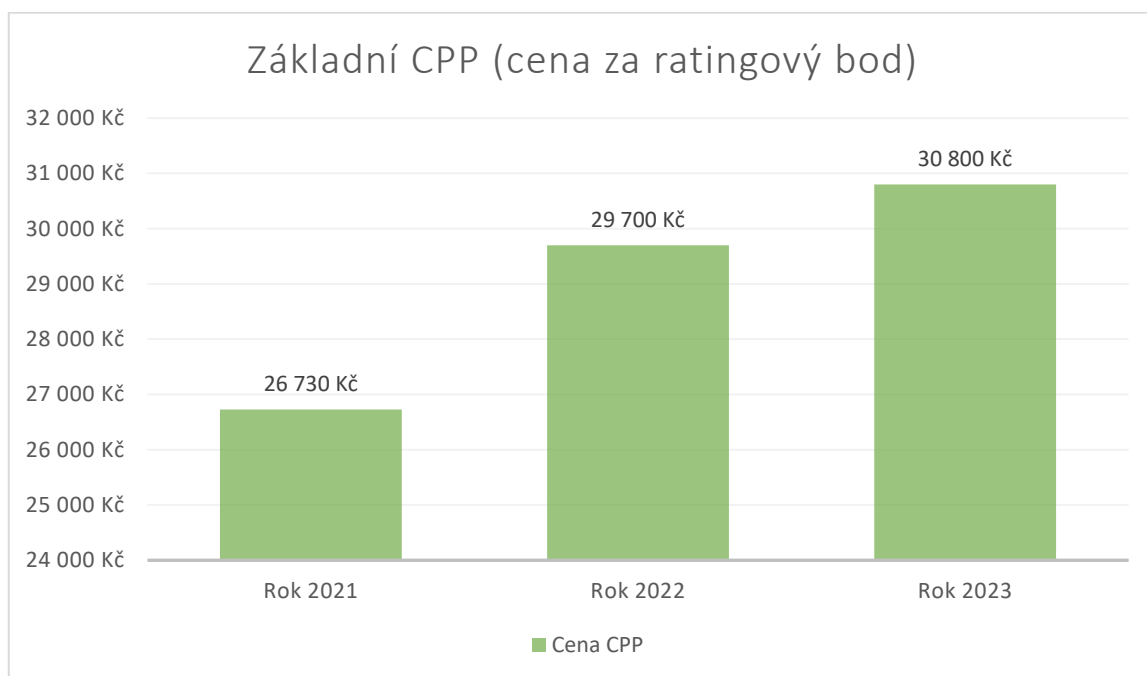
²⁵ ČT, Reklama: Zákonný rámec. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/zakonny-ramec/>

²⁶ Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. [cit. 2023-02-016]

²⁷ MediaGuru. Mediální slovník: CPP – Cost per Point. *MediaGuru* [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/cpp-cost-per-point/>

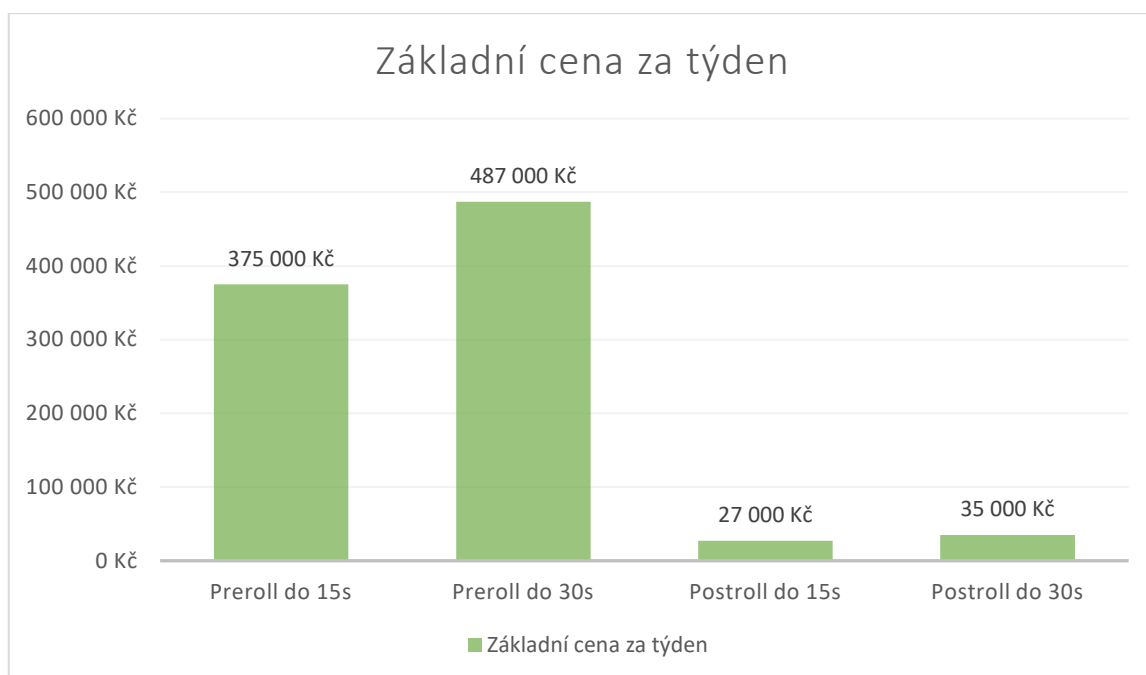
²⁸ ČT, Reklama: Televizní reklama. *Česká televize* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/televizni-reklama/>

ČT také poskytuje možnost internetových reklam v iVysílání. K základní ceně se zde připočítávají příplatky jmenované v ceníku pro internetové vysílání 2023. Základní cena se jako taková dělí do dvou základních kategorií, tzv. preroll a postroll. Preroll je reklama, která se začne přehrávat před obsahovým videem, přičemž postroll je naopak přehrán za obsahovým videem. Obsahovým videem se rozumí video samotného vysílaného pořadu v iVysílání, prerollem reklamou běžící před vysíláním pořadu a postrollem reklamou běžící po dokončení pořadového vysílání. Tyto dva základní druhy se pak dělí podle jejich délky, až na 15sekundovou reklamu, či až na 30sekundovou reklamu. Veškeré ceny jsou uvedeny bez DPH.²⁹



Graf 2 Základní CPP pro televizní reklamy ČT
Zdroj: Česká televize

²⁹ ČT, Reklama: Internetová reklama. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/internetova-reklama/>



Graf 3 Základní cena internetové reklamy ČT za týden
Zdroj: Česká televize

3.1.2. Product placement v ČT

Product placement, neboli umísťování produktů v pořadech televizního vysílání ČT musí být v souladu s Kodexem České televize, zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Jedná se o umístění produktu, výrobku, či služby do pořadu a to za finanční obnos, který je roven hodnotě samotného produktu. Produkt se umísťuje pouze přímo do pořadů, stává se součástí děje pořadu. Doba zařazení produktu do vysílání a jeho obsah musí splňovat všechny zákonné požadavky, nesmí jím být dotčena nezávislost a redakční odpovědnost České televize. Redakční odpovědností se rozumí dle zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání – „výkon rozhodujícího vlivu na výběr pořadů a dalších částí vysílání a jejich chronologické uspořádání v programové skladbě“.³⁰ Umístění daného produktu nesmí přímo nabádat k nákupu ani k pronájmu služeb nebo zboží, také nesmí docházet k nepatřičnému zmiňování a zdůrazňování produktu. Aby zde byla jistota, že diváci jsou s umístěním produktu obeznámeni,

³⁰ Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně dalších zákonů. [online]. [cit. 2023-02-016]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2010-132>

musí být na začátku a konci pořadu umístěn symbol „PP“ označující product placement.³¹

3.1.3. Sponzoring České televize

Sponzorství znamená přispění k financování pořadu či programu, přímé nebo nepřímé, určené k propagaci názvu sponzora, nebo k propagaci jeho výrobku a činnosti veřejnosti. Sponzorem je právnická osoba nebo fyzická osoba. Ze zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy plyne že sponzor nemůže nijak ovlivnit obsah ani časovou stránku programu nebo jakékoli jeho části. Sponzorem nesmí být osoba, která má jako hlavní činnost podnikání výrobu či prodej tabákových výrobků nebo poskytování jakékoliv činnosti která by byla v rozporu se zákonem. Sponzoring dětských pořadů a pořadů pro mládež je zakázán pro osoby s hlavním předmětem podnikání kterou je výroba nebo prodej alkoholických nápojů. Sponzoring programu ČT24 je zakázáno.

Sponzorování musí být vždy jasně označeno a oznámeno. Musí být vždy jasné, že sdělení je v zájmu sponzora, nikoliv České televize. Sdělení nesmí podněcovat k přímé koupi produktu nebo služby.

Maximální délka sponzorského vzkazu je 15 sekund. Maximální délka injecktáže pak 5 sekund, přičemž injecktáží se rozumí strategické umístění loga sponzorského subjektu nebo přímo obrázku produktu na část obrazovky. Nejedná se o reklamu, proto sdělení nesmí mít charakter reklamy. Účelem sponzoringu není propagace a prodej produktu či služby, jako je toho u reklamy, nýbrž vytvoření nebo posílení dobré pověsti neboli dobrého jména sponzora. Dobrou pověstí (dobrým jménem) se rozumí vlastnosti, které jsou objektivně uznávané jako kvalitativní.

Sponzorované sdělení obsahuje:

Pro pořady

- oznámení, že se jedná o sponzorovaný pořad

³¹ ČT. Interní sdělení: Všeobecné podmínky pro umístování produktů v pořadech v televizním vysílání České televize. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1037.pdf>

- logo, název, výrobek či službu

Pro programy

- oznámení, že se jedná o sponzorovaný program
- název či jméno
- předmět činnosti sponzora³²

3.2. Hospodaření České televize

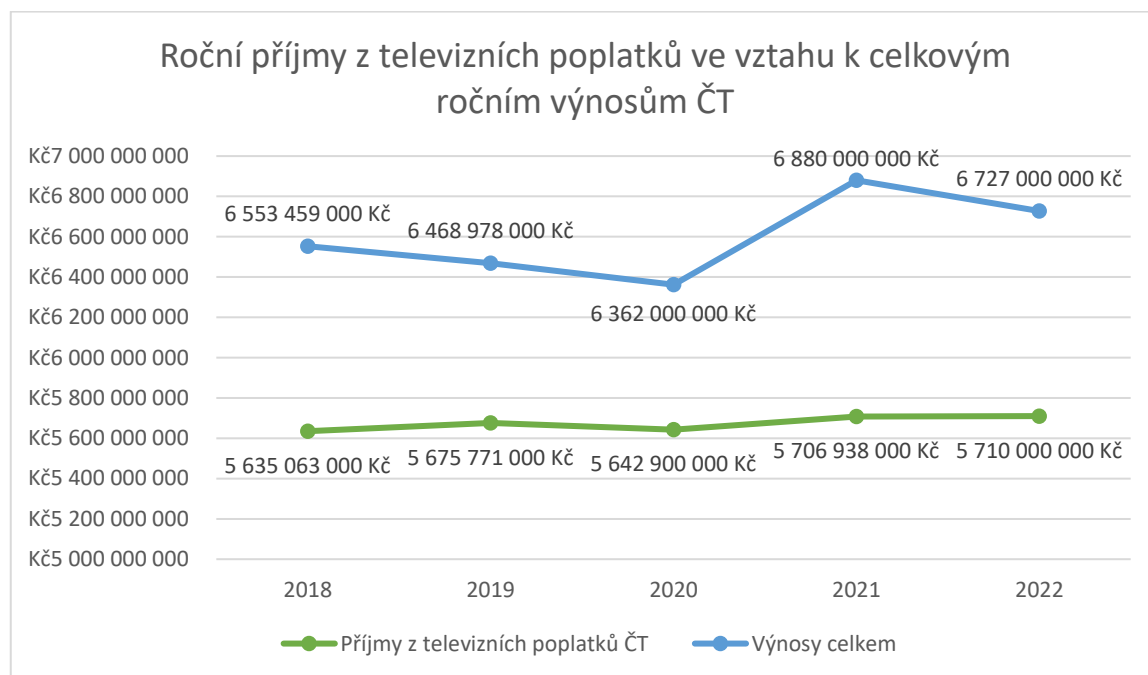
Jakožto právnická osoba nakládá Česká televize se svým majetkem a financemi sama, přitom musí však jakožto veřejnoprávní subjekt postupovat v souladu se zákonnými povinnostmi.

Česká televize má jako hlavní zdroj svých finančních příjmů televizní poplatky, které pokrývají velkou většinu jejich příjmů, okolo 80-90 % z celkových ročních příjmů ČT (viz graf 3). Zákon o poplatcích České televizi však dovoluje získávání komplementárních zdrojů příjmů a to vlastní podnikatelskou činností. Do této kategorie činností spadají reklamy, product placement a sponzoring.

Inflace spolu s průměrnou mzdou jsou nejdůležitějšími faktory hospodaření České televize. Z toho důvodu jsou tyto dva faktory indikátory pro plán ekonomického rozvoje ČT. Pokud dochází k nárůstu výše průměrné mzdy či k inflaci, znehodnocuje to nejen reálnou hodnotu televizního poplatku, ale také reálný příjem ze zmíněného poplatku. To znamená, že pokud se průměrná výše mzdy zvýší, zvýší se také mzdové náklady ČT. Při velkém zvýšení průměrné mzdy by to mohlo vést k propouštění zaměstnanců ve snaze o snížení mzdových nákladů. Inflace zasahuje nejen přímo výrobu pořadů či náklady na poskytování služby ČT, ovlivňuje reálnou hodnotu televizního poplatku, který činní většinové příjmy České televize, neboli dochází ke snižování reálné hodnoty hlavních příjmů České televize a jelikož tyto koncesionářské poplatky tvoří až 80-90 % ročních příjmů ČT, při růstu inflace ztrácí poplatek drasticky na své hodnotě. Poplatek činí 135 Kč, to již od roku 2008. Jeho reálná hodnota se však každým rokem snižuje. K roku 2023 se reálná hodnota poplatku blíží k částce 93 Kč, to znamená, že od

³² ČT. Všeobecné smluvní podmínky pro sponzorování pořadů a programů v televizním vysílání České televize. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1036.pdf?v=2>

roku 2008 se reálná hodnota poplatku snížila o 31 %. Dle predikcí založených na inflačním cíli ČNB by tato hodnota poplatku měla zaznamenat pokles až na 36 % v roce 2026. To by znamenalo že v roce 2023 jsou roční reálné příjmy z poplatku nižší o 32 % než v roce 2008, což by činilo reálnou ztracenou hodnotu až 1,8 mld Kč.^{33,34,35,36}



Graf 4 Roční příjmy z televizních poplatků vs celkové roční výnosy ČT
Zdroj: Česká televize

4. Český rozhlas jakožto veřejnoprávní médium

Na adrese Praha 2, Vinohradská 12, 120 99 se nachází sídlo Českého rozhlasu. Ten byl zřízen zákonem č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu. Jeho pravidelné rozhlasové vysílání však začíná již 18. května 1923, ze zapůjčeného stanu v Kbelích, soukromou společností Radiojournal. Hlavním zdrojem příjmů této společnosti se staly koncese, respektive poplatky za vlastnění rozhlasových přijímačů. Tyto poplatky však nestačili na řádný rozvoj vysílání, tak se o dva roky

³³ BŘINČIL, David. Rozpočet České televize na rok 2023. *Česká televize* [online]. 2022, 2.11. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1957.pdf>

³⁴ BŘINČIL, David. Rozpočet České televize na rok 2022. *Česká televize* [online]. 2021 [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1862.pdf>

³⁵ BŘINČIL, David. Rozpočet České televize na rok 2021. *Česká televize* [online]. 2020, 14.12. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1732.pdf>

³⁶ ČT. Dlouhodobé plány programového, technického, personálního a ekonomického rozvoje české televize: Na léta 2022-2026. *Česká televize* [online]. 2020, 9.2. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1890.pdf>

později, v roce 1925, stal většinovým vlastníkem společnosti Radiojournal, prostřednictvím Ministerstva pošt, stát.³⁷

Ve 30 letech 20. století začal Radiojournal vysílat také do zahraničí s využitím krátkých vln. Vysílání probíhalo čtyři hodiny denně, a to v pěti jazycích. Toto vysílání však bylo omezeno na dvě hodiny a pouze v češtině. V průběhu druhé světové války čelilo nespočtu problémů, ale po sametové revoluci 1989 se Československý rozhlas začal opět vracet ke svým hlavním cílům, jako je vzdělávat, bavit a poskytovat nezáužaté informace svým posluchačům.

Český rozhlas jako takový vznikl po zániku Československa v roce 1993. Po roce 2000 došlo k vzniku spousty nových stanic, jednou z nich je například stanice Rádio Česko. Tato stanice dodávala do vysílání BBC (British Broadcasting Corporation) český program. Po roce 2011 došlo k novým úsporným opatřením, která měla za následek přerušení zahraničního vysílání Radio Praha, to po dlouhých 75 letech jeho fungování. Nedošlo k jeho kompletnímu zrušení, nýbrž k přesunu na internetové stránky, kde může dále šířit své programy.³⁸

Dnes Český rozhlas provozuje nemalé množství rozhlasových stanic, 12 stanic celoplošných (z toho jedna zahraniční), a 14 regionálních. Mezi nejznámější jsou Radiožurnál, Dvojka, Plus, či Vltava. Český rozhlas také provozuje mezinárodní vysílání a to v šesti světových jazycích.

Český rozhlas (ČRo) má téměř totožnou organizační strukturu jako Česká televize. Je zde generální ředitel, jakožto statutární orgán, Rada Českého rozhlasu jako orgán kontrolní. Rada generálního ředitele jmenuje na šestileté funkční období. V nynější době je generálním ředitelem ČRo René Zavoral, který byl do funkce zvolen v roce 2016. Rada Českého rozhlasu je devíti členná a mezi její hlavní úkoly spadá nejen již zmíněné jmenování či odvolávání generálního ředitele

³⁷ ČRo, O Českém rozhlase: O rozhlase. *Český rozhlas* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/o-rozhlase-7752675>

³⁸ KRUPÍČKA, Miroslav a Dita KŘÍŽOVÁ. Historie rozhlasu v kostce. *Český rozhlas* [online]. 2017, 25.9. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://temata.rozhlas.cz/historie-rozhlasu-v-kostce-7983541>

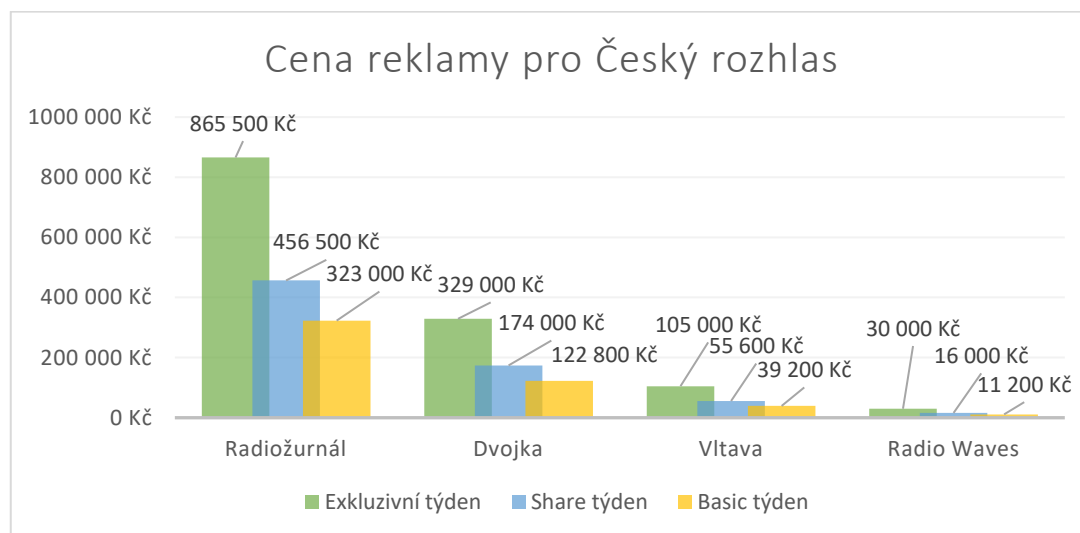
ČRo, ale také předkládání výročních zpráv Poslanecké sněmovně nebo schvalování a kontrola rozpočtu.^{39,40}

4.1. Financování Českého rozhlasu

Český rozhlas je financován převážně z koncesionářského poplatku, jehož výše činí 45 Kč měsíčně a také z reklamy.

4.1.1 Reklamy v Českém rozhlase

Reklamy v ČRo jsou stejně jako reklamy v ČT regulovány. Reklamy nesmí překročit více než 3 minuty za den (lokální stanice mají limit 5 minut za den). Cena reklamy se dělí do tří hlavních kategorií, exkluzivní týden, share týden, a basic týden. Tzv. exkluzivní týden vyhrazuje veškerý týdenní reklamní čas jen pro jednoho reklamního klienta, tudíž tři minuty reklamy za den po dobu jednoho týdne. Tzv. share týden dělí reklamní týdenní čas mezi dva reklamní klienty, oba reklamní klienti tak mají k dispozici minutu a půl reklamy na den po dobu jednoho týdne. Tzv. basic týden vyhrazuje reklamní prostor mezi až třemi různými reklamními klienty, jejichž možný reklamní čas je tedy poté dělen na jednu minutu denně po dobu jednoho týdne.⁴¹



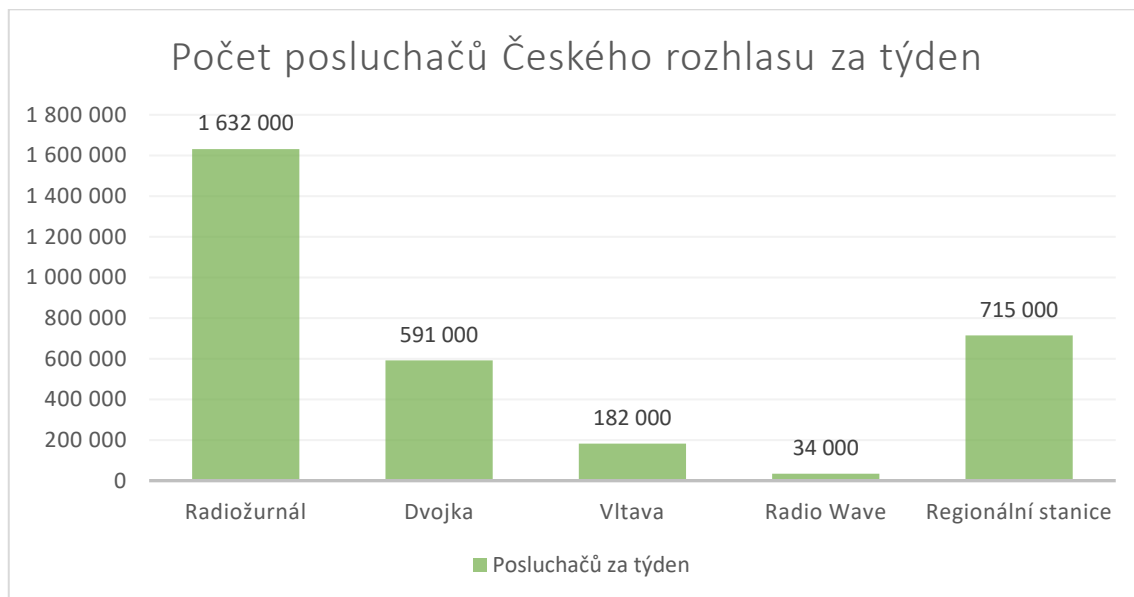
Graf 5 Cena reklamy pro Český rozhlas u vybraných nejpoužívanějších stanic Českého rozhlasu
Zdroj: Český rozhlas

³⁹ Příspěvatelé Wikipedie, Český rozhlas [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2023, [citováno 28. 01. 2023] https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%BD_rozhlas

⁴⁰ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlase [cit. 11. 2. 2023]

⁴¹ ČRo. Radiožurnál: Ceník reklamy a sponzoringu. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/17711c87570f4f90a7c70d45f550a408.pdf>

Každá stanice ČRo má danou jinou výši ceny za reklamy. Výše ceny se přímo odvíjí od počtu posluchačů dané stanice, neboli jejich popularity. Čím větší je jejich populárnost a poslechovost, tím více lidí potenciální reklama může oslovit, proto rozdíl v ceně reklamy může dosahovat až více než půl milionu korun.



Graf 6 Poslechovost nejpoblárnějších radiových stanic Českého rozhlasu

Zdroj: Český rozhlas

4.1.2 Sponzoring Českého rozhlasu

Český rozhlas nabízí kromě možnosti reklamy, také možnost stát se sponzorem. Sponzorský vzkaz je pak propojen přímo s konkrétním pořadem či blokem v rozhlasovém programu. Sdělení musí splňovat obsahovou a technickou strukturu. Musí být v souladu se zákonnými předpisy o rozhlasovém vysílání. Délka sdělení je 10 sekund, v některých případech tento časový úsek může být prodloužen až na sekund 15. V sponzorské správě musí být jasně uvedeno, že se jedná o sponzorovaný pořad, sponzor je tak jasně jmenován.

Sdělení nesmí obsahovat zavádějící zvuky, jako zvuková označení složek integrovaného záchranného systému, zvuky z možných situací v dopravním provozu, ani zvuky vydávané předměty možného ohrožení (střelba).⁴²

⁴² ČRo obchodní oddělení. Sponzoring. Český rozhlas [online]. 2022, 13.10. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/nalezitosti-sponzorskeho-vzkazu-7966535>

4.2. Hospodaření Českého rozhlasu

Český rozhlas má většinu svých příjmů z výnosu rozhlasového poplatku. Jako doplňující zdroje příjmu jsou zde nejen tržby z reklamy, a sponzoringu, ale také výnosy z mezinárodního vysílání. V rozpočtu na rok 2023 Český rozhlas uvádí velikost předpokládaných výnosů z rozhlasových poplatků až 92.15 %, což by činilo necelých 2 060 000 000 Kč, reklamy a sponzoring až 3.90 %, tedy 87 300 000 Kč a výnosy ze zahraničního vysílání necelých 1.48 %, neboli 33 000 000 Kč. Předpokládaný odhad ukazuje, že výnosy z ostatních tržeb prodeje služeb by měli činit 22 650 000 Kč (1.01 %) a výnosy ze zúčtování fondu 19 000 000 Kč (0.85 %). Výše ostatních provozních výnosů se odhaduje na 13 450 000 Kč, neboli 0.60 % z celkového odhadu na provozní výnosy tohoto roku (2023). Celkem jsou provozní výnosy za rok 2023 odhadovány na 2 235 400 000 Kč.

Tabulka 1 Přehled předpokládaných výší provozních výnosů pro rok 2023
Zdroj: Český rozhlas

	Předpoklad výše	Procentuální vyobrazení předpokladu
Výnosy z rozhlasových poplatků	2 060 000 000 Kč	92.15 %
Výnosy z reklamy a sponzoringu	87 300 000 Kč	3.90 %
Výnosy ze zahraničního vysílání	33 000 000 Kč	1.48 %
Výnosy z ostatní tržby prodeje služeb	22 650 000 Kč	1.01 %
Výnosy ze zúčtování fondu	19 000 000 Kč	0.85 %
Ostatní provozní výnosy	13 450 000 Kč	0.60 %
Provozní výnosy za rok 2023 celkem	2 235 400 000 Kč	100 %

Obdobně jako u České televize, inflace a průměrná mzda jsou pro Český rozhlas také velmi aktuálním faktorem, to nejen při sestavování rozpočtů, či ekonomických plánů, ale také při každodenním provozu. Český rozhlas čerpá až 90 % svým příjmů z koncesionářských poplatků, proto zvýšení průměrné mzdy vedoucí k nutnosti vyčlenění více finančních prostředků pro mzdové náklady může mít stejný finanční dopad na ČRo, jako inflace, která zvyšuje cenu za produkty a služby používané například při provozování radiového vysílání. Dlouhodobě rostoucí křivku mzdových nákladů se snaží prolomit optimalizací počtu zaměstnanců. Zatím takové optimalizace proběhly dvě, v roce 2018 a 2022. Při obou došlo ke snížení zaměstnanců o několik desítek. Před první optimalizací v roce 2017 byl počet zaměstnanců 1490. Po optimalizaci 2018, tedy v roce 2019, byl počet zaměstnanců snížen na 1420. Podobný plán je i pro optimalizaci druhou. Dle Českého rozhlasu je plánovaný počet zaměstnanců pro 2023 okolo 1350.^{43,44,45}

5. Česká tisková kancelář jakožto veřejnoprávní médium

Česká tisková kancelář (ČTK) byla založena Emilem Čermákem v letech 1920-1930. ČTK napomohla k založení organizace evropských tiskových agentur, která byla první svého druhu. Ne vždy se však jednalo o nezávislou instituci. V roce 1948 se stává nástrojem komunistické propagandy, nastává zde také silná cenzura, přesto že dle formální stránky bylo ČTK podřízeno vládě, sloužilo jako politická propaganda ústředního výboru Komunistické strany Československa. V roce 1988 došlo k vytvoření první databanky ČTK a to díky modernizaci, jelikož byly do činnosti zapojeny počítače. Jakožto veřejnoprávní instituce byla Česká tisková kancelář zřízena na základě zákona č. 517/1992 Sb., tento zákon upravuje především úkoly a fungování agentury.⁴⁶

⁴³ ČRo. Hospodaření Českého rozhlasu – ekonomické ukazatele. *Český rozhlas* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-ekonomicke-ukazatele-7961146>

⁴⁴ ČRo. Hospodaření Českého rozhlasu – rozpočet 2023. *Český rozhlas* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-rozpocet-2023-8921649>

⁴⁵ ČRo. Výroční zprávy Rady ČT za období 2014-2021. *Český rozhlas* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-vyrocní-zpravy-7961150>

⁴⁶ ČTK. Historie. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/historie/#1

Hlavním cílem ČTK dnes je poskytování co nejobjektivnějších informací, proto je jako instituce politicky nezávislá, aby nemohlo dojít k ohrožení objektivnosti a nezávislosti poskytovaných informací od ČTK.

Sídlo České tiskové kanceláře se nachází v Praze 1 v Opletalově ulici. V jeho čele stojí od roku 2011 Jiří Majstr. Kontrolu nad ČTK provádí Rada České tiskové kanceláře. Jedná se o sedmičlennou radu jejíž hlavním cílem je kontrola nad udržováním nestrannosti, objektivity a apolitičnosti ČTK. Rada jmenuje a odvolává generálního ředitele, schvaluje a dohlíží nad řádným plněním rozpočtů a schvaluje Statut agentury. Členové Rady jsou Poslaneckou sněmovnou voleni na pětileté funkční období. ČTK má jakožto své hlavní finanční příjmy poskytování svých služeb za úplatu, jelikož veřejnoprávní příjmy jako takové nemá. Na rozdíl od ČT a ČRo, ČTK může obdržet příjmy i ze státního rozpočtu, to však pouze jako dotace a pouze pokud dotace není poskytnuta pro účely krytí ztráty z vlastního hospodaření.⁴⁷ V případě, že ČTK obdrží již zmíněné dotace ze státního rozpočtu, je úkolem Rady České tiskové kanceláře, aby kontrolovala jejich řádné využití. Avšak ČTK nepobírala dotace ze státního rozpočtu od roku 1996.⁴⁸

5.1. PR služby České tiskové kanceláře

Česká tisková kancelář není financována veřejnými prostředky jako ostatní veřejnoprávní média (ČT, ČRo). ČTK nepobírá koncesionářské poplatky, namísto toho jakožto další zdroj příjmů nabízí PR služby, služby Protext či služby Akademie ČTK.

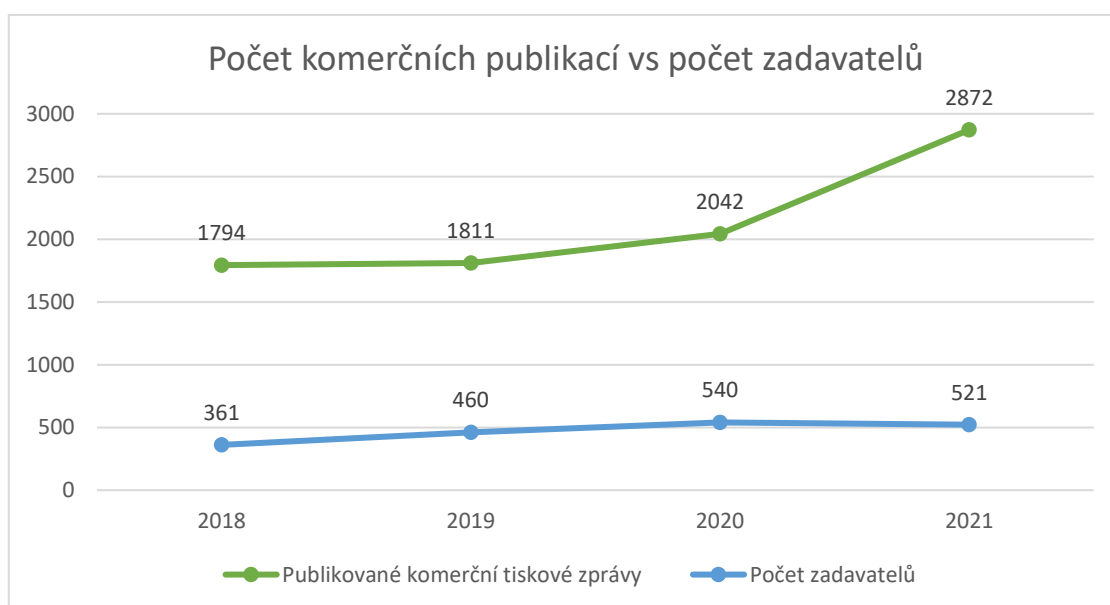
Služba Protext je v provozu již od roku 1999. Ze začátku byla však určena pouze jakožto distributor tiskových zpráv, nyní však mohou nejen veřejné subjekty, ale také jednotlivci tuto službu využít k šíření vlastních tiskových sdělení. Sdělení musí být označena jakožto komerční sdělení objednavatele, musí být tedy jasně zdůrazněno, že se nejedná o přímou součást České tiskové kanceláře.⁴⁹

⁴⁷ Zákon č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři

⁴⁸ ČTK. Rada České tiskové kanceláře. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/rada_ctk/

⁴⁹ ČTK. PR služby. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/sluzby/protext/>

V letech 2018 až 2021 jsme mohli pozorovat nárůst publikovaných komerčních sdělení o necelých 37.5 %. V roce 2018 byl tento počet 1794. O rok později (2019) došlo k zvýšení pouze o 1 %, na 1811. K třinácti procentnímu navýšení dochází v roce 2020, na 2042 komerčních zpráv. Prozatím největší skok v ročním navýšení činí rok 2021, ve kterém navýšení dosáhlo 27 % než v předchozím roce, celkem v tomto roce tedy bylo vytištěno komerčních sdělení 2872. Na rozdíl od stále rostoucího počtu komerčních sdělení, počet zadavatelů (objednavatelů) těchto sdělení se za poslední rok snížil o 19 (neboli o 3.5 %). To však neovlivnilo stálý rychlý nárůst komerčních zpráv jako takových. V drtivé většině se jedná o české zadavatele, pouze v roce 2020 zde figurovaly také zadavatelé zahraniční.⁵⁰



Graf 7 Vztah počtu objednavatelů (zadavatelů) a počtu publikovaných komerčních tiskových zpráv
Zdroj: Česká tisková kancelář

6. Analýza hospodaření veřejnoprávních médií

Jako hlavní informační zdroj, pro analýzu hospodaření veřejnoprávních médií, jsem se rozhodla využít výroční zprávy jednotlivých veřejnoprávních médií z vybraných let a analyzovat vývoj hospodaření veřejnoprávních médií nejen z hlediska financí, ale také činností daného média.

⁵⁰ ČTK. Výroční zprávy ČTK za léta 1993-2021. Česká tisková kancelář [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

Výroční zpráva je dokumentem, jehož hlavním účelem je podat komplexní a ucelené informace o hospodářském postavení, činnosti a výkonnosti zpracovatele. Výroční zprávu musí zpracovávat každá účetní jednotka, která má za povinnost zpracovat účetní uzávěrku s ověřením auditora. Právně ukotvená v zákoně 563/1991 Sb., o účetnictví, výroční zpráva musí obsahovat nejen nefinanční a finanční informace, které jsou dle zvláštních předpisů požadovány, ale také nefinanční a finanční informace:

- a) o činnostech v oblasti vývoje a výzkumu,
- b) o domnělém vývoji činností účetního útvaru,
- c) o nabytí vlastních podílů či akcií,
- d) o činnostech v okruhu pracovněprávních vztahů a ochraně životního prostředí,
- e) o skutečnostech nastalých až po rozvahovém dni, které jsou však významné k naplnění účelu výroční zprávy,
- f) o tom, má-li účetní útvar část obchodního závodu či pobočku mimo Českou republiku.⁵¹

6.1. Hospodaření České televize

Výroční zpráva České televize je schvalována a předkládána Poslanecké sněmovně Radou České televize na základě § 8 odstavce 2, zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi.

Výroční zpráva o hospodaření ČT musí být Poslanecké sněmovně předložena do 31. srpna následujícího kalendářního roku. Výroční zpráva o činnosti ČT je Poslanecké sněmovně pak předkládána do 31. března následujícího kalendářního roku.⁵²

6.1.1. Hospodaření České televize v roce 2001

Část výroční zprávy, která obsahuje přiblížení hospodaření ČT za rok 2001 byla schválena Radou České televize 28.8. 2002 a předána Poslanecké sněmovně ke dni 30.8. 2002.

⁵¹ Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví.

⁵² Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi.

Rada České televize zde projevila snahu o implementování dlouhodobého plánování a zavedení kontrolního systému, s cílem zamezit vytváření korupčního prostředí, nejen pro rok 2001, ale jakožto dlouhodobé kontinuální opatření. Zásadní cíle pro rok 2001 Rada stanovila takto:

- a) sestavit rozpočet pro rok 2002
- b) připravit se na zvolení řádného generálního ředitele (Jiří Hodač: funkční období prosinec 2000–leden 2001, Jiří Balvín: funkční období únor 2001–listopad 2002)
- c) připravit hloubkové změny v České televizi
- d) připravit a zavést kontrolní protikorupční systém
- e) odstartovat práce na Kodexu České televize
- f) dohlížet na plnění úkolů televizního vysílání jakožto veřejné služby

Radě České televize do působnosti také dle zákona č. 483/1991 Sb. náleží rozhodování o stížnostech, které se týkají generálního ředitele. Za rok 2001 obdržela Rada 5 stížností na generálního ředitele Jiřího Hodače, všechny z ledna 2001, týkající se stížností na cenzuru vysílání a porušení zákona o České televizi. Na generálního ředitele Jiřího Balvína obdržela Rada celkem 7 stížností za zbytek roku 2001. Je nutno zdůraznit, jak důležitý úkol Rady je rozhodování o těchto stížnostech. Generální ředitel ČT, je brán veřejností jakožto její představitel. To znamená, že pokud by generální ředitel ČT projevoval jakékoli kontroverzní názory, či porušoval zákon, může to mít ohromný vliv nejen na pověst a dobré jméno České televize, jakožto veřejného nestranného a apolitického média, ale také na ekonomickou budoucnost ČT.

Díky dlouhodobé krizi, která vyvrcholila ke konci roku 2000, se Rada snažila o provedení zásadních změn v České televizi. Byl zaveden nový pracovní charakter, který měl za cíl restrukturalizovat systém České televize a to díky přechodu na integrovaný model řízení ČT.

Jelikož ekonomické postavení ČT bylo po krizi nestabilní, měla před sebou Rada velmi nelehký úkol, nalézt možný způsob, jak pomoci stabilizaci ekonomických procesů. Způsob sestavování rozpočtu byl založen na stejných pravidlech, jako v minulých letech, avšak došlo k zjištění, že v předneseném

schodkovém rozpočtovém návrhu nebyly zahrnuty některé náklady. Tyto náklady by přispěly k ještě většímu schodkovému prohloubení. Schodek se podařilo korigovat a zamezit tak jeho originálnímu nezvladatelnému propadu v hodnotě 400 mil. Kč, jen díky provádění měsíčních kontrol.

Česká televize utrpěla při svém hospodaření za rok 2001 ztráty 354,5 milionů Kč, přitom očekávané ztráty byly jen 138 milionů Kč. Mezi hlavní důvody nespadá jen nadměrné čerpání nákladů oproti danému plánu, při již zmíněné krizi na přelomu minulého roku (2000/2001), ale také snížení zisků z vysílání reklam a z televizních poplatků. Ve snaze o vyvážení hospodářské situace se Česká televize rozhodla snížit velikost osobních nákladu.

Takřka od svého počátku čelí Česká televize systémovému rozporu v příjmech a nákladech, to se zde odráží nejen ve financování, ale také v samotném rozvoji České televize, to nejen kvůli stále inflačně rostoucím nákladům, ale také kvůli omezením, které na příjmy ČT dopadají. Jedním z příkladů je zákonné omezení reklamy ve veřejnoprávních médiích, či restrikce takového podnikání, které by nesouviselo s hlavní funkcí České televize.⁵³

6.1.2. Činnosti České televize v roce 2001

Část obsahující výroční zprávy obsahující činnosti a aktivity ČT v roce 2001 byla vydána v březnu roku 2002.

Výroční zpráva o činnosti ČT blíže popisuje nejen události za rok 2001 jako takové, ale také analýzu následků krize z přelomu let 2000 a 2001, jak z ekonomického, tak i provozního charakteru. Jednou z hlavních příčin krize jsou neočekávané náklady, které se odehráli v období od 24.12 2000 do 9.1.2001. Výdaje činily za rok 2000 výše 5 830 095 Kč, zatímco v roce 2001 až 13 200 623 Kč. Celková výše za tyto neplánované výdaje se rovnala 19 030 718 Kč, z čehož sama sankce pro Sazka a.s. za losování, které nebylo odvysíláno, činila necelé 4 miliony Kč.

Ohromný ekonomický dopad na Českou televizi mělo také přerušované vysílání ČT, které bylo implementované tehdejší generálním ředitelem Jiřím

⁵³ ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

Hodačem. To zapříčinilo finanční ztráty z reklamních úseků, teletextu i sponzorských zpráv. Celkové finanční ztráty byly orientačně posouzeny na výši 50 milionů Kč společností ARBO Media.

Nejednalo se však pouze o ztráty finanční. Budoucí ekonomika České televize díky těmto událostem přišla také o část sponzorů a klientely z oblasti reklamy, ale také kvůli vysílacím výpadkům bylo poškozené dobré jméno ČT, jak ze sociálního, tak do blízké budoucnosti i ekonomického hlediska.

S nástupem nového generálního ředitele Jiřího Balvína přišla řada personálních změn, které alespoň částečně nejen stabilizovaly, ale také přeorientovaly dosavadní interní systém a management v ČT.⁵⁴

6.1.3. Hospodaření České televize v roce 2011

Komponent výroční zprávy obsahující hospodaření ČT za rok 2011 byl schválen Radou České televize 29.8. 2012.

I v roce 2011 prošla České televize interní restrukturalizací, to v první polovině roku 2011. Tato reorganizace započala rezignací tehdejšího generálního ředitele Jiřího Janečka, a nástupem nového generálního ředitele, Petra Dvořáka, který je generálním ředitelem ČT dosud (2023).

Pro rok 2011 vycházel rozpočet z dlouhodobého ekonomického a technického plánu na léta 2008-2012. Tento prováděcí plán zajišťoval, že hlavní cíle ČT, jakožto veřejnoprávního média, budou plněny stejně jako hlavní záměry České televize ohledně zaměření se na plánování výroby pořadů.

Struktura tohoto prováděcího plánu vytyčila primární ukazatele hospodaření ČT takto:

- a) investice
- b) finance
- c) zaměstnanost
- d) uskutečněná výroba a vysílání
- e) zaznamenané příjmy

⁵⁴ ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

f) finanční příjmy z televizních poplatků

Plnění prováděcího plánu bylo každý měsíc analyzováno a zaznamenáváno z důvodu kontroly jeho řádného plnění a jakožto základ pro vedoucí pracovníky, který jim měl pomoci v provádění běžných, ale také potencionálně takových rozhodnutí, které mají vliv na ekonomický rozkvět ČT. Ve snaze zajistit, aby vedoucí pracovníci dbali co nejvíce na plnění již zmíněného plánu, učinila ČT pohyblivou část jejich čtvrtletní výplaty závislou na míře plnění plánových ukazatelů.

V průběhu roku 2011 se hodnota finančního majetku ČT snížila o necelých 33 956 000 Kč díky nákladům na pořízení stálých aktiv (velikost stálých aktiv - 3,5 milionu Kč celkem na konci roku 2011) a nákladům na zvýšení zásob o 280 479 000 Kč (na začátku roku 2011 činily zásoby 992 373 000 Kč, ke konci roku 2011 pak 1 272 852 000 Kč).

Roku 2011 nastaly změny limitů reklamy dle zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Od 14.10. 2011 byl původní limit snížen z 0.75 % denního vysílacího času na ČT1 a 0.5 % denního vysílacího času na programech ČT24, ČT4 a ČT2, na limit 0.5 % denního vysílacího času pouze na programech ČT4 a ČT2. Na programech ČT1 a ČT24 došlo k úplnému uzavření vysílání reklamy. Vysílání teleshopping bylo zrušeno na všech programech České televize. Avšak novelizací zákona č. 210/2001 Sb. (o provozování rozhlasového a televizního vysílání) byl představen nový způsob komerční interakce, tzv. product placement (umístění produktu), který poskytl České televizi novou příležitost na přilákání další klientely a rozšíření o nové potencionální příjmy.

Rozpočet plánovaný pro rok 2011 (7 200 000 000 Kč) nebyl naplněn o necelých 535 375 000 Kč, tedy o 7.4 %, přičemž hlavními důvody byl pokles výnosu z čerpání fondu televizních poplatků (o 451 899 000 Kč méně, než rozpočet předpokládal) a novelty upravující již zmíněné reklamy (o 248 945 méně než rozpočtová výše). Změny, které s sebou již zmíněná novelizace přinesla měly dopad nejen na plnění rozpočtového plánu pro rok 2011, ale také na vztah a potencionálnost budoucí další spolupráce, kvůli omezení vysílání reklamy, což

vedlo k nemožnosti odvysílání některé reklamy a škodě na prostředcích klienta do této reklamy vložených.

Výše nákladů za výrobu a vysílání pořadů pro tento rok (2011) činila 5 514 528 000 Kč (neboli 82.7 % z celkové výše nákladů 6 664 625 000 Kč). Tuto částku si můžeme rozdělit do tří podskupin: tzv. samostatná výše nákladů na výrobu pořadů, tzv. výše nákladů na šíření televizního signálu, a tzv. výše společných nákladů na výrobu a vysílání. Tzv. výše nákladů na výrobu pořadů činila 4 075 320 000 Kč, obsahovala přímé náklady za výrobu pořadů a nákupu vysílacích práv. Tzv. výše nákladů na šíření signálu dosáhla 464 803 000 Kč. Došlo zde k lehkému poklesu nákladů (pokles o 131 610 000 Kč) oproti rozpočtové výši, to díky přechodu na vysílání digitální a z toho plynoucímu odpojení technických kapacit. Do tzv. výše společných nákladů na výrobu a vysílání spadají například členské příspěvky EBU (European Broadcasting Union) a Euronews, či náklady vydané pro soudní vymáhání neuhrazených (dlužných) televizních poplatků. Celkový výše těchto nákladů tvořila 974 405 000 Kč.

Česká televize zahájila v roce 2010 restrukturalizační program s vidinou podpory rozvoje ČT a snížení celkových nákladů. Tento plán byl však zastaven spolu s rezignací tehdejšího generálního ředitele (Jiří Janeček). To vedlo k zabránění faktického provedení plánu a provedení jakýkoliv větších změn ve fungování České televize.⁵⁵

6.1.4. Činnosti České televize v roce 2011

Díličí část, která obsahuje činnosti ČT za rok 2011 byla Radou ČT projednána a schválena 28.3 2012. Cílem této zprávy bylo blíže zhodnotit plnění zákonem daných povinností ČT jakožto veřejnoprávního média a její činnosti, které napomáhaly k tvorbě a vysílání programů ČT, za časové období roku 2011.

Ekonomická situace České televize se odráží od celkové hospodářské situace. Výše televizního poplatku, hlavního finančního příjmu ČT, zůstává již od roku 2008 stejná (135 Kč), tudíž i v roce 2011 poskytuje ČT stálý příjem zdrojů, což může vyvolat dojem, že situace ČT se nijak neodráží v celkové hospodářské

⁵⁵ ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

situaci, tomu tak ovšem není. Inflační zvyšování provozních cen, změny v televizním trhu způsobené digitalizací, či změny komerčních limitů mají vliv jak na nynější ekonomiku ČT (2011) ale také na budoucí plány a budoucí ekonomiku jako takovou. Dalším ovlivňujícím faktorem se stal nepředvídatelný vývoj globální ekonomické sféry. To vedlo k realizaci úspory ve vlastní výrobě televizních pořadů.

Denní sledovanost České televize dosáhla za rok 2011 70,5 %, a to od cílové skupiny „všichni 15+“, což činí okolo 6 215 000 jedinců z této skupiny.⁵⁶

6.1.5. Hospodaření České televize v roce 2021

Segmentová část, obsahující hospodaření ČT za rok 2021 byla Radou ČT předložena Poslanecké sněmovně dle náležitostí zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi.

Hlavním cílem České televize bylo v roce 2021 finanční hospodaření dle rozpočtu zpracovaného pro tento rok a věnovat co nejvíce finančních prostředků do zkvalitnění pořadů vyráběných Českou televizí. Dalším cílem ČT bylo, aby byl ke konci kalendářního roku 2021 zůstatek finančního majetku alespoň ve výši jednoho milionu Kč, což se ČT podařilo naplnit výší 1.432 mld. Kč.

Díky důrazu kladenému na již zmíněné zkvalitňování pořadů vyráběných Českou televizí bylo pro tento účel věnováno 77 % nákladů. Zbýlých 23 % bylo rozděleno takto: 10 % pro podporu výroby (provozní náklady), 7 % pro obecnou podporu do které spadají výdaje provozu společnosti jako jsou například vzdělávání zaměstnanců, členský příspěvek EBU (European Broadcasting Union), či náklady spojené s odstupným a 6 % na šíření televizního signálu. Česká televize vyrobila za tento rok (2021) 19 261 hodin vlastních pořadů a odvysílala celkem 51 101 hodin všech pořadů (nejedná se pouze o vlastní výrobu ani pouze o pořadové premiéry) na svých 7 programech.

Stejně jakožto v předchozí dekádě, je i v roce 2021 Česká televize ekonomicky ovlivňována mírou inflace, globální situací a výší průměrných mezd. V porovnání s rokem 2008 zaznamenala průměrná mzda v České republice

⁵⁶ ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

nárůst o 67 %, tedy o 15 000 Kč, avšak u České televize došlo k navýšení o pouhých 40 %. V roce 2021 byla výše průměrné (hrubé) mzdy v České televizi 46 239 Kč.

Mimo jiné Českou televizi tento rok ekonomicky, ale také ze sociálního hlediska ovlivňovala globální pandemie COVID-19, dopad na ČT se však podařilo stabilizovat.

Oproti minulému roku (2020) stouply výnosy z tzv. tržeb za vlastní zboží a výkony za rok 2021 o 31 %. Do této kategorie, tzv. tržby za vlastní zboží a výkony, spadají výnosy za vysílané reklamy, sponzoring a product placement (umístění produktu) a prodej televizních práv. Pouze výnosy za samotné odvysílané reklamy vzrostly oproti roku 2020 o 70 819 000 Kč, což činí 115 %. Mnohem menší nárůst byl sledován z již zmíněného sponzoringu a product placement (nárůst výnosů o 26 %) a z prodeje televizních práv (nárůst výnosů o 13 %). Naproti tomu výnosy se v porovnání k roku 2020 zvýšili o necelých 5 % (314 592 000 Kč). Důvodem je již zmíněná pandemie COVID-19, která měla za příčinu zrušení, ale také přesunutí výroby některých pořadů z roku 2020 do roku 2021, což vedlo k zvýšení celkových nákladů. Tyto celkové náklady proto činily v roce 2021 téměř 6 778 710 000 Kč.⁵⁷

6.1.6. Činnosti České televize v roce 2021

Segment výroční zprávy, který obsahuje činnosti České televize za rok 2021 byl Poslanecké sněmovně předložen Radou České televize 31.8. 2022, na základě stejného zákona.

V roce 2021 dala Česká televize vzniku nejen novým pořadům, ale také tzv. iVysílání. Jedná se o archiv pořadů, které byly na programech České televize odvysílány, což otevřelo další možný zdroj z reklamních příjmů. iVysílání se stalo velmi populární, průměrně tuto funkci využilo téměř 700 000 jednotlivců.

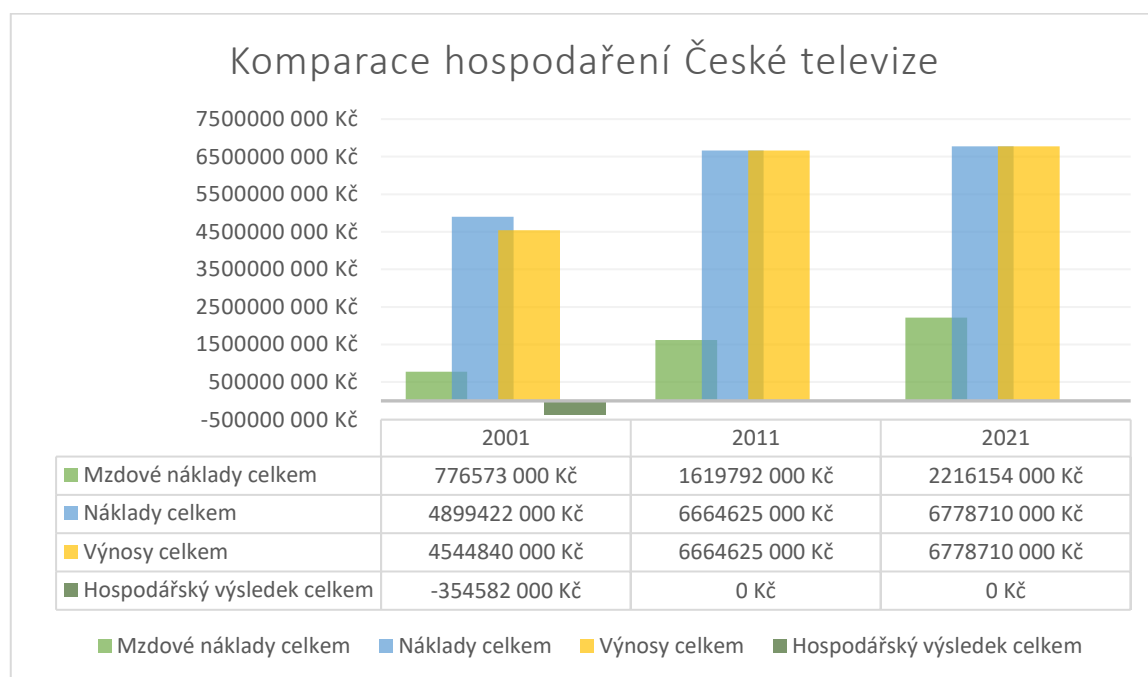
Česká televize v tomto roce (2021) podporovala na 85 projektů charitativních organizací. Benefiční pořady (23) a nekomerční kampaně (60)

⁵⁷ ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

odvysílané Českou televizí dosáhly v roce 2021 116 000 000 Kč. Jedná se například o pořady Pomozte dětem nebo Adventní koncerty ČT.⁵⁸

6.1.7. Komparace hospodaření České televize za léta 2001, 2011 a 2021

Abychom mohli porovnat hospodaření České televize z těchto let, musíme brát v potaz veškeré ekonomické ale také sociální faktory, které se v jejich okolních letech odehrály. Ať už jde o finanční rozdíly způsobené počtem zaměstnanců a stále rostoucí výší průměrné mzdy, vypořádávání se s inflací a jejím dopadem na reálnou hodnotu výše televizního poplatku, regulací reklamy a jejích limitů, či s globální pandemií COVID-19, je nutné konstatovat, že alespoň v posledních desetiletí se s těmito nepředvídatelnými faktory Česká televize vypořádává lépe. To je možno vidět i na grafu číslo 8 kde, přestože se Česká televize vypořádávala s některými již zmíněnými faktory, její hospodářský výsledek se nepropadl do mínusových hodnot, jako tomu bylo v roce 2001.



Graf 8 Komparace hospodaření České televize v letech 2001, 2011 a 2021 dle výročních zpráv z příslušných let
Zdroj: Česká televize

⁵⁸ ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

6.2. Hospodaření Českého rozhlasu

Výroční zpráva Českého rozhlasu je schvalována a předkládána Poslanecké sněmovně Radou Českého rozhlasu dle § 8 odstavce 2, zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu.

Výroční zpráva Českého rozhlasu o jeho hospodaření musí být Poslanecké sněmovně předložena do 31. srpna následujícího kalendářního roku.⁵⁹

6.2.1. Hospodaření Českého rozhlasu v roce 2015

Rozpočet pro období roku 2015 byl sestaven jakožto rozpočet vyrovnaný, tudíž že se výše nákladů bude rovnat výši výnosů, a to ve výši 2 233 000 000 Kč.

Mimořádné výnosy v roce 2015 byly původně naplánovány ve výši 2 000 000 Kč pro zúčtování rezerv v účetnictví, avšak z důvodu změn v metodách provádění účetnictví došlo u zmíněných rezerv ke změně účtování jakožto tzv. storno náklady. Mimořádné náklady zaznamenaly saldo -274 000 Kč. Z důvodu přetrvávajícího soudního sporu s Finanční správou České republiky byla vytvořena účetní rezerva 29 369 000 Kč. Tento soudní spor započal již v roce 2004, díky názoru Českého rozhlasu spočívajícího v tom, že jeho činnosti při získávání koncesionářských poplatků, jakožto činností veřejnoprávního média, nespadají do činností zdanitelných daní z přidané hodnoty. Na druhou stranu Finanční správa ČR byla toho názoru, že zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty stanovuje, že televizní a rozhlasové vysílání je osvobozeno od daně bez nároku na odpočet DPH. Nejvyšší správní úřad požádal SDEU (Soudní dvůr Evropské unie) o pomoc vlastním posouzením. Rozhodnutí SDEU se přiklonilo ve prospěch Českého rozhlasu. Takové bylo také rozhodnutí Nejvyššího správního soudu roku 2016, ten však zde uvedl nutnost bližšího posouzení výše uplatnění nároku na odpočet daně z přidané hodnoty Českého rozhlasu.⁶⁰

Výnosy pro rok 2015 dosáhly výše 2 249 258 Kč, tedy o 0.7 % výše, nežli se očekávalo. Rozhlasové poplatky naplily rozpočtový předpoklad na 100.9 %,

⁵⁹ Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

⁶⁰ KOLÁŘ, Milan. *Rozhodnutí Nejvyššího správního soudu v letitém sporu Českého rozhlasu*. Grant Thornton News [online]. 2017, 13.1. [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://www.gtnews.cz/publikace/rozhodnuti-nejvyssiho-spravniho-soudu-v-letitem-sporu-ceskeho-rozhlasu/>

tedy 2 046 157 000 Kč a to z důvodu přirážky poplatku 5 000 Kč u necelých 3 000 jednotlivců jakožto sankčního poplatku za nezaplacení rozhlasového poplatku. U reklamy a ostatních obchodních služeb (84 357 000 Kč) došlo k nenaplnění rozpočtové výše o 1 268 000 Kč, avšak to převážně z důvodu barterových obchodních operací (neboli výměně zboží či služeb za jiné zboží nebo služby). Český rozhlas obdržel od Ministerstva zahraničních věcí České republiky dotaci ve výši 27 200 000 Kč na podporu zahraničního vysílání. Ostatní provozní výnosy ve výši 60 046 000 Kč se skládaly převážně ze zúčtování opravných položek z hlediska rozhlasových poplatků, či soudní poplatky jakožto výnosy z řízení vedených Českým rozhlasem proti jednotlivcům nedodržujícím povinnost platit koncesionářský poplatek. Ostatní tržby z prodeje služeb dosáhly 107 % (26 544 000 Kč), to díky vybranému vstupnému z lístků na symfonické koncerty Českého rozhlasu a ze zapůjčování hudebních nástrojů. Finanční výnosy o objemu 4 955 000 Kč navýšily o 10.7 % díky proaktivní reakci Českého rozhlasu a využití poklesu úrokových sazeb na termínovaných vkladech.



Graf 9 Rozdělení výnosů Českého rozhlasu za rok 2015
Zdroj: Český rozhlas

Z hlediska celkových nákladů Český rozhlas v roce 2015 dosáhl výše 2 231 807 000 Kč, tedy o 1 193 000 Kč (0.1 %) méně, než bylo předpokládáno. Osobní náklady ve výši 944 449 000 Kč přesáhly rozpočet o 0.8 % z důvodu

vyplácení odstupného a odchodného zaměstnancům, kterých došlo k uvolnění ze strany Českého rozhlasu. Služební náklady (výše 822 645 000 Kč) zaznamenaly úsporu 5.5 %, tedy 47 706 000 Kč, převážně díky úspoře na nákladech poradenských služeb či nákladech na výzkum poslechovosti, který Český rozhlas pořádal. Náklady na provoz také zaznamenaly poměrně velké úspore oproti rozpočtovému plánu díky úspoře na nákladech za údržbu a opravy majetku či náklady za energie, došlo zde tedy o snížení předpokládaných nákladů o 15 %, tedy z 73 596 000 Kč na 62 370 000 Kč. Materiální náklady překročily plánovaný objem o necelých 23 % (7 459 000 Kč), jejich celková výše činila 39 862 000 Kč, což bylo způsobeno nákupem dlouhodobého hmotného majetku a propagačních předmětů. Ostatní provozní náklady (199 795 000 Kč) přesáhly rozpočtový plán o 16.5 % díky výši odpisů pohledávek z rozhlasových poplatků a z odpisů dlouhodobého majetku. U výše daňových nákladů došlo k 9% zvýšení na 14 296 000 Kč díky zvýšení daně z přidané hodnoty bez nároku na odpočet. Za to nedaňové náklady byly objemově o 73 000 Kč nižší z důvodu ušetření nákladů za reprezentaci, celková výše nedaňových nákladů činila 11 375 000 Kč.⁶¹



Graf 10 Rozdělení nákladů Českého rozhlasu za rok 2015
Zdroj: Český rozhlas

⁶¹ ČRo. *Hospodaření Českého rozhlasu - výroční zprávy*. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-vyrocní-zpravy-7961150>

6.2.2. Hospodaření Českého rozhlasu v roce 2018

V roce 2018 nastala rozpočtová aktualizace, nejednalo se však o změnu jeho výše, avšak změně v složení nákladů. Tento rozpočet dosahoval výše 2 253 000 000 Kč. Přesto, že byl rozpočet pro tento rok (2018) plánován jakožto vyrovnaný, celkový výsledek hospodaření byl o 39 335 000 Kč vyšší (po zdanění), než s jakým rozpočet počítal. Toho bylo možné dosáhnout překročením původně naplánovaných výnosů (o 11 413 000 Kč), a nákladovou úsporou (28 205 000 Kč).

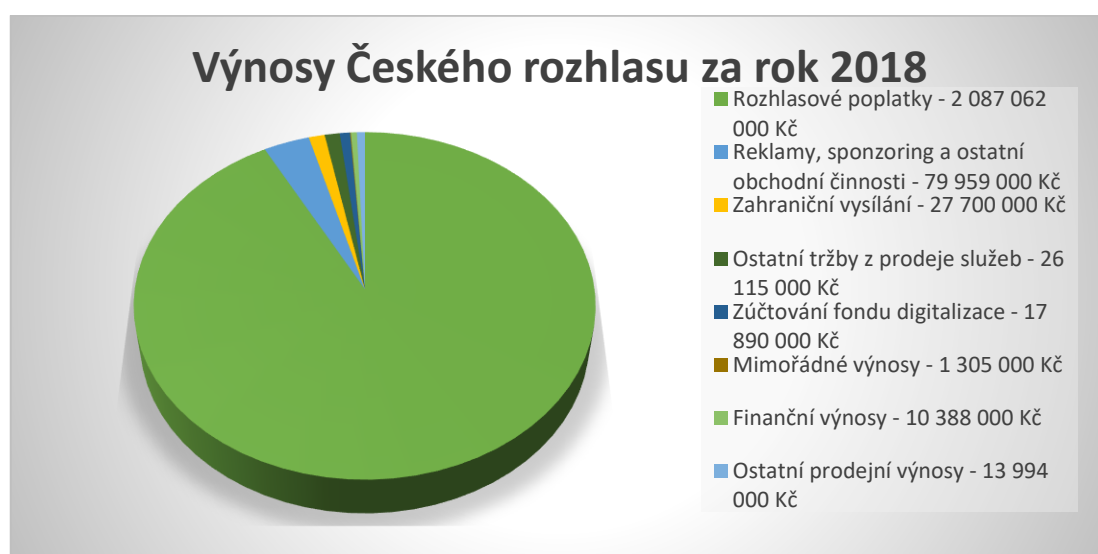
Mimořádné výnosy Českého rozhlasu v roce 2018 dosáhly výše 1 305 000 Kč. Do této kategorie spadá zúčtování rezervního fondu v souvislosti s dodatečným vyměřením DPH. Mimořádné náklady pak dosáhly výše 5 976 000 Kč. Do těchto nákladů spadá rušení rezerv pro soudní spory, které vedla v té době Finanční správa České republiky s Českým rozhlasem.

V roce 2018 obdržel Český rozhlas dotaci na zahraniční vysílání od Ministerstva zahraničních věcí. Výše této dotace dosahovala 27 700 000 Kč, což je o 500 000 Kč vyšší, než dotace obdržená Ministerstva zahraničních věcí rok předešlý (2017).

Celkové výnosy dosáhly za rok 2018 výše 2 264 413 000 Kč, což je o 33 620 000 Kč méně (1.5 %), než jaký byl celkový výnos za rok předchozí (2017). Také u celkových nákladů došlo k poklesu oproti předchozímu roku a to o necelých 33 705 000 Kč (1.5 %). Výše celkových nákladů za rok 2018 tedy činila 2 224 512 000 Kč. Hlavním důvodem tohoto propadu v celkových výnosech a nákladech je soudní spor Českého rozhlasu s Finanční správou České republiky, jehož dlouhodobé trvání mělo vliv na Český rozhlas i v roce 2018.

Počet zaměstnanců byl v roce 2018 snížen o necelé jedno procento ve snaze optimalizovat mzdové náklady. Průměrný počet zaměstnanců za rok 2018 činil 1 477. Mzdové náklady (včetně zákonných pojištění) pro tento rok činily výše 996 782 000 Kč. Průměrná mzda zaměstnanců ČRo navýšila meziročně o 1 493 Kč, tudíž průměrná měsíční mzda činila za rok 2018 výše 39 394 Kč.

Rozhlasové poplatky vynesly v roce 2018 Českému rozhlasu 2 087 062 000 Kč, což činilo 92 % celkových výnosů. Celkové výnosy z těchto rozhlasových poplatků překonaly původní rozpočtový plán o 0.6 % (12 457 000 Kč), díky rozhlasovým poplatkům vybraných od podnikatelských subjektů. Vysílání reklamy a sponzoring zaujímali druhé místo ve výši výnosů pro tento rok (2018). Přesto, že výše výnosů zde byla 79 959 000 Kč, nebyl rozpočtový plán naplněn o necelých 5 041 000 Kč. Výnosy z oblasti zahraničního vysílání činily již zmíněných 27 700 000 Kč, které byly Českému rozhlasu dotovány Ministerstvem zahraničních věcí České republiky. Ostatní tržby z prodeje služeb dosáhly 26 115 000 Kč. Nejvyšší přínos do této kategorie přinesl pronájem nebytových prostor ČRo, finanční příjmy získané ze vstupného na symfonické koncerty, které Český rozhlas pořádá. Výnosy zúčtování fondu digitalizace dosáhly výše 17 890 000 Kč, tedy o 12 610 000 Kč nižší než předpokládaný objem. Do kategorie mimořádných výnosů spadají zúčtování financí z rezervního fondu, přičemž výše těchto mimořádných výnosů činila 1 305 000 Kč. Finanční výnosy za rok 2018 dosáhly výše 10 388 000 Kč, o 6 506 000 Kč více nežli rozpočtový plán na tento rok udával. Do ostatních provozních výnosů spadají převážně dotace, které Český rozhlas obdržel pro provedení projektů týkajících se historických výročí. Výše těchto výnosů dosáhla 13 994 000 Kč. Celkové výnosy tedy činily pro rok 2018 2 264 413 000 Kč.



Graf 11 Rozdělení výnosů Českého rozhlasu za rok 2018
Zdroj: Český rozhlas

Náklady Českého rozhlasu za rok 2018 činily 2 224 512 000 Kč (s daní z příjmů). Osobní náklady dosáhly více 1 016 501 000 Kč, zabírají tedy nejrozsáhlejší podíl z celkových nákladů za tento rok. Do této kategorie spadají převážně mzdové náklady. Jakožto druhý nejrozsáhlejší podíl z celkových nákladů byly služební náklady ve výši 903 476 000 Kč. Tyto náklady obsahují náklady na vysílače, které byly o 2 655 000 Kč nižší, než s čím pojednával rozpočet. Ostatní provozní náklady, dosahující částce 162 093 000 Kč, se skládaly převážně z nižšího počtu odpisů pohledávek z rozhlasových poplatků. 61 709 000 Kč z celkových nákladů zastávaly provozní náklady. Náklady na provoz byly nižší, než rozpočet očekával (o 4 510 000 Kč) a to primárně díky energetickým úsporám, cestovním úsporám redaktorů Českého rozhlasu při zpravodajské účasti na Zimních olympijských hrách 2018 v Koreji. Výše materiálních nákladů překročila rozpočtový plán (48 996 000 Kč) o 4 377 000 Kč a to převážně z důvodu nákupu mobilních telefonů, počítačových monitorů a klávesnic pro Český rozhlas. Kategorie daně a poplatky se týká nejen nákladů na uhrazení poplatků, ale také všech daní kromě daně z příjmu. Tato kategorie dosáhla nákladů ve výši 17 113 000 Kč. Samotná daň z příjmu činila 283 000 Kč. Do nedaňových nákladů spadají provedené akce a kampaně, které jsou tzv. daňově neuznatelné náklady. Jedná se tedy o náklady, které nijak neslouží k zajišťování nebo k dosažení zdanitelných příjmů, jde například o občerstvení, nebo dary ve formě zboží či zásob.⁶² Mimořádné náklady činící 5 976 000 Kč jsou způsobeny již dříve zmíněným soudním sporem Českého rozhlasu a Finanční správy České republiky.⁶³

⁶² KUBÁTOVÁ, Bc. Alena Haas. Daňově uznatelné a neuznatelné náklady. *Portál pohoda* [online]. 2021, 11.6. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/ucetnictvi/danove-uznatelne-a-neuznatelne-naklady/>

⁶³ ČRo. *Hospodaření Českého rozhlasu - výroční zpráva*. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-vyrocní-zpravy-7961150>



Graf 12 Rozdělení nákladů Českého rozhlasu za rok 2018
Zdroj: Český rozhlas

6.2.3. Hospodaření Českého rozhlasu v roce 2021

Rozpočet Českého rozhlasu pro rok 2021 činil ve vyrovnané výši výnosů a nákladů 2 313 000 000 Kč. Celkové náklady dosáhly 2 318 572 000 Kč (před zdaněním), což je 0.2% (8 342 000 Kč) nárůst oproti rozpočtu. Avšak celkové výnosy zaznamenaly nárůst 0.4 % (5 572 000 Kč), tudíž celková výše výnosů stoupla na 2 321 342 000 Kč.

Český rozhlas v roce 2021 vytvořil nové digitální stanice, tzv. Radiožurnál Sport, jehož hlavním cílem je přinášet nejnovější informace z oblasti sportu, a tzv. Český rozhlas Pohoda, který vysílá především archivní vysílání. Přesto, že se tento rok Český rozhlas stejně jako celý svět potýkal s následky pandemie COVID-19, dokázal se ČRo Radiožurnál v České republice vyšplhat na příčku nejposlouchanějšího rádia, čehož se stalo poprvé za období patnácti let.

Co se týče rozhlasového poplatku, ČRo naplnilo rozpočtové očekávání na 100.1 %, tudíž na výši 2 078 374 000 Kč. Sponzoring a reklamy dosáhly za rok 2021 výnosů 92 741 000 Kč. Kategorie zúčtování fondu digitalizace zaznamenala výši výnosů o 11 % nižší (9 817 000 Kč), než co rozpočtový plán očekával, kategorie tedy dosáhla celkových výnosů 79 183 000 Kč. Český rozhlas byl tento

rok opět dotován Ministerstvem zahraničních věcí České republiky výší 28 500 000 Kč na zahraniční vysílání. Ostatní tržby z prodeje služeb dosáhly nenaplnění rozpočtového objemu (o 3 554 000 Kč nižší) z důvodu nekonaných symfonických koncertů Českého rozhlasu z důvodů stále probíhající kovidové situace.



Graf 13 Rozdělení výnosů Českého rozhlasu za rok 2021
Zdroj: Český rozhlas

Výše celkových nákladů Českého rozhlasu pro rok 2021 byla překročena o 0.1 %, tedy o 2 616 000 Kč, skutečná celková výše nákladů tedy činila 2 315 616 000 Kč. Struktura těchto nákladů zůstává výší jednotlivých nákladů téměř nezměněná od komparativních let 2015 a 2018, což znamená že na první pozici v objemu výše nákladů zůstávají osobní náklady s částkou 1 037 993 000 Kč, o necelých 0.5 % (4 993 000 Kč) více než co predikoval rozpočet a to i přestože největší část osobních nákladů tvoří mzdové náklady a za rok 2021 neproběhla žádná restrukturalizace z pohledu zaměstnanosti. Naopak služební náklady, ve výši 989 480 000 Kč, byly na konci roku 2021 o 0.8 % nižší z důvodu snížení nákladů na vysílače Českého rozhlasu, nutnosti zrušení kulturních akcí, které ČRo nemohl kvůli pandemii COVID-19 provést. COVID-19 měl také vliv na

11.7% snížení výše nákladů na provoz díky snížení cestovních nákladů. Tato výše dosáhla 51 899 000 Kč.⁶⁴



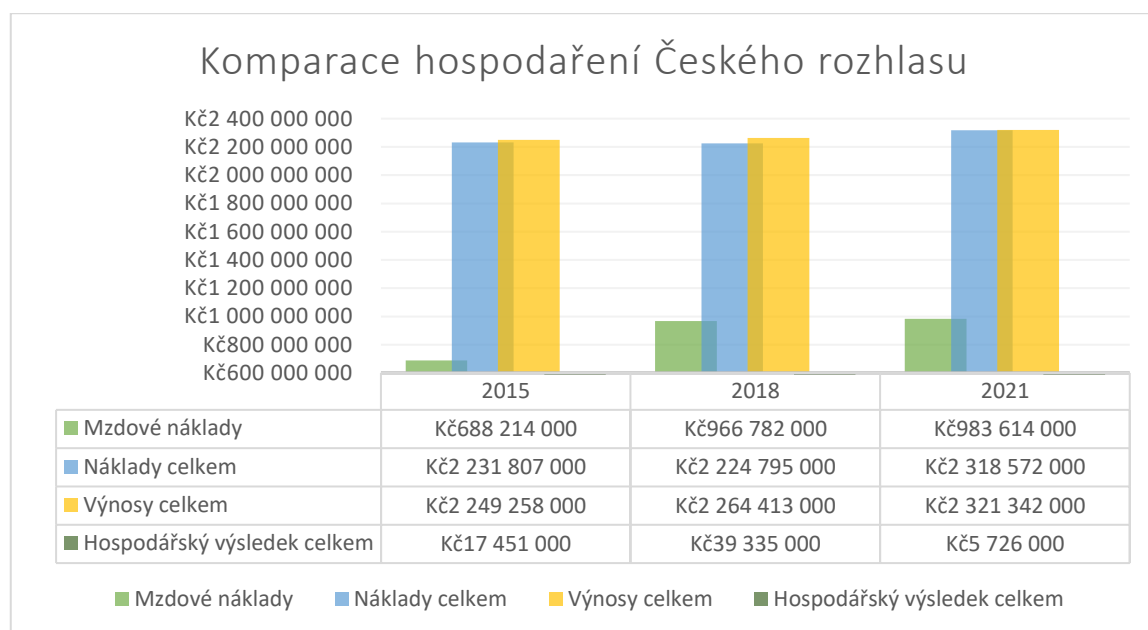
Graf 14 Rozdělení nákladů Českého rozhlasu za rok 2021
Zdroj: Český rozhlas

6.2.4. Komparace hospodaření Českého rozhlasu za léta 2015, 2018 a 2021

Český rozhlas se v těchto letech (2015, 2018, 2021) potýkal se spoustou nepříznivých faktorů. Příkladem je dlouhodobý soudní spor Českého rozhlasu s Finanční správou České republiky táhnoucí se od roku 2004 do roku 2016. Tento spor ovlivnil nejen rozpočtové plánování ČRo, ale také po jeho rozhodnutí měl vliv na hospodaření Českého rozhlasu jako takové. Dalším ovlivňujícím faktorem byla jakožto i u České televize inflace a výše průměrné mzdy, její odražení se v nutnosti navyšování mzdových nákladů. Klesající reálná hodnota rozhlasového poplatku je i zde problémem, s kterým se bude muset dříve či později pracovat. Je zde proto zásadní otázka, zda by mělo dojít k zvýšení výše poplatku, a pokud ano jaké by to mělo dopady nejen na veřejnoprávní média ale také na obyvatelstvo a jejich

⁶⁴ ČRo. *Hospodaření Českého rozhlasu - výroční zprávy*. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-vyrocní-zpravy-7961150>

vztah k těmto médiím, proto jsem se rozhodla otázce věnovat vlastní kapitulu (viz kapitola č. 7). Rok 2021 byl ovlivněn již zmíněnou pandemií COVID-19. Český rozhlas tuto pandemii zvládl z hospodářského hlediska pozitivně, přestože zde byly ztráty na sportovních a kulturních akcích, které byly z důvodu pandemie zrušeny, jelikož byly zrušeny také reportážní cesty díky čemuž došlo ke snížení nákladů. Nejobjemnější hospodářský výsledek pozorujeme v roce 2018, to ve výši 39 335 000 Kč a i přesto, že jen mzdové náklady oproti roku 2015 stouply o 591 536 000 Kč.



*Graf 15 Komparace hospodaření Českého rozhlasu v letech 2015, 2018 a 2021 dle výročních zpráv z příslušných let
Zdroj: Český rozhlas*

6.3. Hospodaření České tiskové kanceláře

Česká tisková kancelář již dlouhá léta hospodaří se záměrem kladného hospodářského ukazatele, bez požadavků na státní rozpočet či jiné státní zdroje.

Výroční zprávu České tiskové kanceláře předkládá Rada ČTK České národní radě na základě zákona č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři.⁶⁵

6.3.1. Hospodaření České tiskové kanceláře za rok 2015

Česká tisková kancelář se dlouhodobě potýká s problémem nezákonného využívání jejich fotek či zpráv dalšími osobami bez pořízení licence k jejich použití.

⁶⁵ Zákon č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři

Nejen že se jedná o nezákonné jednání, ale zmíněný materiál může být použit ve snaze pošpinit dobré jméno ČTK.

Česká tisková kancelář měla z obchodního hlediska pro rok 2015 vytyčeny tři zásadní úkoly:

- Zvýšit ochranu vlastního obsahu České tiskové kanceláře
- Uvést do chodu Infobanku ČTK
- Odstartovat novou službu ČTK Live

V roce 2015 došlo k odstartování nové zpravodajské služby ČTK Live. ČTK Live je zpravodajský portál obsahující video záznamy, fotografie či audia zabývající se nejaktuálnějšími tématy serveru České tiskové kanceláře. ČTK Online, internetové portály České tiskové kanceláře, prošly v tomto roce (2015) změnou. Z důvodu snahy o snížení nákladů na webové portály, se ČTK rozhodla provést redesign svých webových portálů (České noviny, Sportovní noviny). Také se podařilo uvést na trh tzv. Infobanku ČTK. Jedná se o archiv obsahující dokumenty a periodika, jak v jazyce Českém, tak i Anglickém. Při ochraně vlastního obsahu se ČTK snažila veřejnosti zdůraznit, že využití obsahu ČTK je zdarma, avšak nikoliv pokud by se z tohoto obsahu jednotlivec obohacoval.

Akademie ČTK dosáhla výnosů za rok 2015 ve výši 1 153 556 Kč (bez DPH). Nejvíce využívanými kurzy této akademie se staly kurzy tzv. Člověk před mikrofonem a kamerou (kurz vhodný pro manažery pro zdokonalení schopnosti hovořit před kamerou, ale také před větším publikem jako takovým), tzv. Kurz základů žurnalistiky (vhodný pro začínající žurnalisty), či tzv. Kurz Češtiny v úředním styku (vhodný pro pracovníky veřejné správy pro zdokonalování komunikačních schopností)

Celkové hospodářské zisky České tiskové kanceláře za rok 2015 činily výše 5 622 000 Kč. Výnosy z tržeb za výrobky a služby dovršily výše 249 500 000 Kč, což je o necelý milion Kč větší, než jaký byl rozpočtově přepokládáný. Avšak výnosy za zpravodajský servis činící 184 000 000 Kč pocítily 4 milionové meziroční snížení. Podobně na tom byly tržby z reklamy (3 800 000 Kč), u kterých došlo o meziroční snížení 300 000 Kč. Výnosy za ostatní služby, obsahující výnosy z již zmíněné Akademie, a z databanky ČTK, dosáhly výše 26 900 000 Kč.

Finanční výnosy činily 1 400 000 Kč, a jedná se převážně o výnosy z dluhopisů či z úroků. Z hlediska nákladů zaujímaly jejich nejobjemnější část osobní výnosy dosahující výše 166 991 000 Kč, snížení počtu zaměstnanců zde mělo za následek snížení těchto osobních nákladů o 1.8 % než byl rozpočtový předpoklad. Druhým největším nákladem pro ČTK byly nakupované služby, jejichž celkové náklady spadají na 39 574 342 Kč. Do této kategorie spadají například cestovní náklady, opravy, ale také nákup zpravodajství. Česká tisková kancelář nakupuje zpravodajství od světových agentur jako jsou například americká tisková agentura AP (Associated Press), francouzská tisková agentura AFP (Agence France-Presse), či britská tisková agentura Reuters. Materiální a energetické náklady pro tento rok (2015) dosáhly výše 11 000 000 Kč. Mzdové náklady dosáhly výše 119 480 000 Kč. Za rok 2015 vzrostla průměrná mzda v ČTK o 1.5 %, vrostla tedy na 39 966 Kč.

Již od roku 2014 je Česká tisková kancelář každým rokem oceňována Czech Stability Award ratingem AAA. Tento rating značí, do jaké míry je subjekt ekonomicky stabilní, hodnotí jak finanční ale také nefinanční faktory daného subjektu. Za rating je získán certifikát, ten říká, že Česká tisková kancelář je subjektem s minimálním rizikem z hlediska úvěru či úpadku a že pravděpodobnosti jeho dlouhodobého naplňování obchodních závazků dosahuje vysoké výše. Certifikát s ratingem AAA obdrží každým rokem necelé 1 procento společností v České republice.⁶⁶

6.3.2. Hospodaření České tiskové kanceláře za rok 2018

Česká tisková kancelář byla i v roce 2018 oceněna ratingovým certifikátem AAA Czech Stability Awards díky její finanční i nefinanční stabilitě. Podobně jako v předchozích letech se ČTK potýká se zneužíváním jejího obsahu a se snahou pošpinění dobrého jména ČTK.

V roce 2018 dosáhla Česká tisková kancelář zisku ve výši 4 322 000 Kč. Zisk sice není zákonem stanovený hlavní cíl České tiskové kanceláře, hlavním cílem je poskytování apolitického a objektivního zpravodajství, avšak aby ČTK

⁶⁶ ČTK. Výroční zprávy. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

v této činnosti mohla pokračovat, zisky na podporu provozu jsou stěžejní, jelikož stát na provoz České tiskové kanceláři nijak finančně nepřispívá. Z předcházejících let má tak ČTK zhruba 35 000 000 Kč v podobě nerozděleného zisku. Část zisku, která není přidána do těchto nerozdělených zisků je rozdělena do fondů jako jsou sociální fond, fond vzdělávání, fond digitalizace, fond propagace, fond rozvoje nebo fond sociálního a penzijního pojištění. Celkem mají tyto fondy konečný zůstatek v roce 2018 ve výši 10 042 000 Kč.

Po testování v roce 2017 Česká tisková kancelář tento rok (2018) spustila dvě nové služby, tzv. ČTK Videostream a tzv. ČTK Datové vizualizace. Tzv. ČTK Videostream obsahuje záznamy z živých přenosů i samotné přímé přenosy. Tzv. ČTK Datová vizualizace pak napomáhá k možnosti přehlednějšího zobrazení komplexnějších a obsáhlejších dat. Tato služba byla hojně využita jak v testovací fázi při parlamentních volbách v roce 2017 a při plném spuštění služby například u dat z prezidentských voleb v roce 2018.⁶⁷

Hospodářský výsledek ČTK za účetní období dosáhl již zmíněné výše 4 322 000 Kč, avšak hospodářský výsledek z hlavních činností činil 9 855 000 Kč. Do této kategorie (hospodářský výsledek z hlavních činností) spadají převážně výnosy ze zpravodajských středisek, databanky, Akademie ČTK, online služby ČTK, či ekonomické a obchodní úseky. ČTK dosáhla výnosů 2 000 000 Kč z internetové reklamy, ve snaze o navýšení těchto výnosů navázala pro své internetové noviny České noviny spolupráci s internetovou doménou Seznam.cz. Výnosy Akademie ČTK činily 1 001 885 Kč. V roce 2018 se nejpopulárnějším kurzy nabízené Akademií ČT staly tzv. Člověk před mikrofonem a kamerou, s výší výnosu 241 000 Kč, tzv. Jak komunikovat s novináři, vynášející tento rok 111 220 Kč, a nakonec tzv. Tvůrčí psaní s výnosy činícími necelých 100 500 Kč. Výnosy z výrobků a služeb dosahující hodnot 256 800 000 Kč převýšily rozpočtové očekávání o 8 500 000 Kč, tedy necelých 3.5 %.

Osobní náklady činily 1 893 141 Kč, z toho 1 412 791 Kč se týkalo mzdových nákladů a 480 350 Kč nákladů na sociální a zdravotní pojištění. Za rok

⁶⁷ ČTK, Novinky: ČTK nabídne v servisu živá videa a datové vizualizace. *Česká tisková kancelář* [online]. 2017, 07.12. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=2675>

2018 byla průměrná měsíční mzda ČTK navýšena o 1.7 %, tedy průměrně na 42 675 Kč. Náklady za energie a materiál byly sníženy o 800 000 Kč. Služby zaznamenaly celkových nákladů ve výši 46 283 250 Kč, řadíme zde náklady na cestovné, úklid, reklamu, ostrahu, či opravy a údržbu.⁶⁸

6.3.3. Hospodaření České tiskové kanceláře za rok 2021

Rok 2021 byl jak pro již dříve zmíněná veřejnoprávní média, tak také pro Českou tiskovou kancelář rokem náročnějším z důvodu pandemie COVID-19. Pandemie COVID-19 měla vliv na ČTK jak z hlediska ekonomického ale také sociálního díky nutnosti implementovat mnohá opatření zasahující na všechny jednotlivce v České tiskové kanceláři.

Neoprávněné využívání fotografického, vidového či jiného vlastnictví České tiskové kanceláře je problém, který se ČTK snaží vyřešit již léta, proto si obstarala aplikaci, která by tento problém mohla pomoci alespoň trochu vyřešit. Tato elektronická aplikace monitoruje míru, v jaké je využíváno obsahové vlastnictví České tiskové kanceláře. Aplikace monitoruje míru využívání jak u smluvních partnerů ČTK, tak u jednotlivců s neoprávněným použitím obsahu. Aplikace má také schopnost odhalit obecné porušování práv České tiskové kanceláře.

Česká tisková kancelář dosáhla za rok 2021 hospodářského zisku za účetní období ve výši 4 206 000 Kč a hospodářského výsledku hlavních činností 5 902 000 Kč. Akademie ČTK jakožto v pandemickém režimu operovala většinu roku 2021 režimem online, kurzy tedy probíhaly přes internetové meetingové aplikace. Výnosy Akademie ČTK za tento rok činily rekordní výše 1 400 000 Kč, překonávající prozatímní rekordní výnos z roku 2017 dosahující objemu 1 191 930 Kč. Fondy ze zisku činily celkem zůstatek 12 109 000 Kč, přičemž celkový zůstatek nerozdělených zisků dosahoval objemu 29 844 000 Kč. Mzdové náklady činily 1 572 000 Kč, přičemž průměrná měsíční mzda ČTK vrostla o 7.2 %, tedy na 48 157 Kč.⁶⁹

⁶⁸ ČTK. Výroční zprávy. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

⁶⁹ ČTK. Výroční zprávy. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

I tento rok byla Česká tisková kancelář oceněná ratingem AAA Czech Stability Awards, jakožto ekonomicky stabilní subjekt.⁷⁰

6.3.4. Shrnutí hospodaření České tiskové kanceláře v letech 2015, 2018 a 2021

České tiskové kanceláři se za tato léta dařilo dosahovat hospodářského zisku, což je pro ČTK stěžejní, jelikož narozdíl od České televize či Českého rozhlasu nedostává finanční nástroje z koncesionářských poplatků, nýbrž je financována převážně ze své obchodní činnosti, reklamy a občasné dotace projektů například na zahraniční vysílání od Ministerstva zahraničí České republiky.

Podobně jako Česká televize a Český rozhlas se i Česká tisková kancelář potýkala kromě stále rostoucího problému inflace, či pandemie, také s dlouhodobě taženým soudním řízením s Finanční správou České republiky. Z důvodu očekávaných (např. inflace) ale také neočekávaných (např. pandemie) ekonomických situací má ČTK finanční rezervy ve formě tzv. nerozdělených zisků. K roku 2021 se tato rezerva pohybovala ve výši necelých 29 845 000 Kč. Této rezervy je možno využít, pokud by se Česká tisková kancelář po dobu dokonce několika let pohybovala nikoliv ve finančním zisku, nýbrž finanční ztrátě, a stále přitom naplňovat svojí zákonnou podstatu veřejnoprávního média, tedy přinášet objektivní a nestranné zpravodajství.

7. Zvyšování výše koncesionářského poplatku

Výše koncesionářského poplatku je od roku 2008 neměnná, 135 Kč televizní a 45 Kč rozhlasový poplatek. Ekonomická situace se však od roku 2008 změnila natolik, že reálná výše poplatku stále klesá, to vyzdvihuje zásadní otázku, měla by být výše koncesionářských poplatků navýšena, popřípadě jaké další možnosti kromě navýšení ceny poplatku by bylo možné zavést. Tato otázka je pro Českou televizi a Český rozhlas velmi aktuální, jelikož mají výnosy z koncesionářských poplatků jako svůj hlavní zdroj příjmů. Poplatky tedy financují schopnost obou médií plnit svou zákonnou povinnost jakožto veřejnoprávní

⁷⁰ ČTK. Novinky: Bisnode opět potvrdil, že ČTK patří mezi nejstabilnější firmy v České republice. *Česká tisková kancelář* [online]. 2022, 22.06 [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=3448>

médium, napomáhají nejen technologickému rozvoji těchto médií, ale také umožňují vlastní tvorbu pořadů a vysílání. Se stále rostoucí inflací a nyní také cenou energií zapříčiněnou válkou na Ukrajině a jejími ekonomickými dopady po celé Evropě, ztrácí poplatek čím dál tím více na své reálné hodnotě. Navýšení výše poplatku je tedy v následujících letech nejspíše nevyhnutelné. To je možné provést několika způsoby, buďto fixním zvýšením poplatku, nebo přeměnou poplatku na poplatek flexibilní, to by znamenalo že v době inflace bude poplatek navýšen do takové výše, která bude mít reálný vliv na kladné hospodaření České televize a Českého rozhlasu, přičemž bude přijatelná, a nikoliv nadbytečná z pohledu jeho plátců, ale zároveň pokud by došlo k deflaci výše poplatku by se flexibilně snížila na hospodářsky přijatelnou hladinu.

Samotná výše poplatku není jediný aktuální problém. Se stále technicky pokročilejší dobou přichází nový problém a to problém zákonem definovaného poplatníka koncesionářského poplatku. Dle zákona č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích, je poplatník definován jako fyzická nebo právnická osoba vlastnící rozhlasový či televizní přijímač, avšak v dnešní době není přijímač jediný, v mnoha případech ani preferovaný způsob konzumace těchto médií převážně v mladších generacích. Dalším způsobem jejich konzumace jsou skrz mobilní telefony, tablety či počítače, na tyto zařízení se však televizní ani rozhlasový poplatek nevztahuje. To na první pohled nemusí působit jako problém, jelikož se poplatek nevztahuje na další televizní a rozhlasová zařízení v jedné domácnosti, z jakého důvodu by tedy mělo využívání ČT či ČRo na zařízeních jako je mobilní telefon či tablet být problémové? Stále více jedinců dnes nevyužívá, tedy ani nevlastní televizní či rozhlasové přijímače, to právě z toho důvodu, že jim jejich mobilní telefony umožňují díky technologickým pokrokům využívat Českou televizi a Český rozhlas bez nutnosti vlastnění přijímače. Na tyto jedince se však koncesionářský poplatek nevztahuje, proto je

novelizace zákonné definice poplatníka televizního a rozhlasového poplatku stejně důležitá, jako zvýšení samotného poplatku.^{71,72}

8. Nadcházející volby generálního ředitele České televize a generálního ředitele České tiskové kanceláře 2023

Jak Rada České tiskové kanceláři, tak i Rada České televize vyhlásila výběrové řízení pro funkci generálního ředitele.

V červnu letošního roku (2023) bude zvolen generální ředitel České televize pro roky 2023 až 2029. Dosavadní generální ředitel ČT Petr Dvořák prozatím neoznámil, zda bude znovu usilovat o funkci. Dvořák je v čele ČT od roku 2011, přičemž znovu zvolen byl v roce 2017. Díky možnosti opakovaného zvolení stejného kandidáta se zde nachází šance, že bude Dvořák kandidovat i pro nadcházející funkční období. Generálního ředitele volí Rada ČT počtem alespoň deseti z celkových patnácti hlasů a to podle zákona č. 483/1991 S., o České televizi, avšak Poslanecká sněmovna nyní projednává novelu zákona o České televizi a novelu zákona o Českém rozhlasu (zákon č. 484/1991 Sb.). Pokud by tyto novely byly přijaty, nevolil by se generální ředitel počtem hlasů alespoň deset z patnácti, ale počtem nadpoloviční většiny hlasů členů Rady České televize a Rady Českého rozhlasu. Novely by také ovlivnily celkový počet členů pro ČT z nynějších patnácti na osmnáct. Problémovým faktorem je zde načasování, pokud by novela byla přijata předtím, nežli proběhne volba generálního ředitele ČT, rada by byla nucena nalézt řešení, nejspíše tedy posunout volbu nového generálního ředitele do doby, než by dosáhla novelou požadovaného počtu členů.

V požadavcích Rady České televize, které byly v únoru 2023 schváleny, se uvádí, že žadatel musí mít mimo jiné magisterské vysokoškolské vzdělání, manažerské a osobnostní předpoklady, či aktivně ovládat alespoň jeden světový jazyk. Přihlášky také musí obsahovat pěti až desetistránkový plán toho, jak by se televize vyvíjela a fungovala během funkčního období kandidáta. Pro Radu ČT je zde důležité nahlédnout do vize kandidátů hlavně z hlediska financování. Ze

⁷¹ VOKÁL, Vladimír. Nastal čas na zvyšování koncesionářských poplatků, říká šéf Rady ČT. *IDnes.cz* [online]. 2023, 22.2 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ct-ctk-prezidentske-volby-david-soukup-karel-novak-rozstrel.A230221_092351_domaci_vov

⁷² Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích

strany vlády byl potvrzen zájem o jednání o budoucím financování veřejnoprávních médií a potenciálním zvýšení koncesionářského poplatku, avšak poplatek není jediný faktor ovlivňující ekonomiku České televize. Došlo by k zvýšení televizního poplatku a tím navýšení finančních prostředků ČT, pořád by zde byl faktor inflace a reálné hodnoty poplatku. Reálná hodnota poplatku činí okolo 86 Kč, přičemž výše poplatku je 135 Kč. To značí, že i přes navýšení výše televizního poplatku, reálná výše bude nižší než výše poplatku. Je tedy důležité, aby vize a plán nového generálního ředitele obsahovala i způsoby, jak a kde ušetřit, aby se Česká televize dokázala vypořádat s rostoucí cenou energií a inflací, přitom pokračovat v co nejkvalitnější výrobě vlastních pořadů a naplňování své podstaty jakožto veřejnoprávní médium.^{73,74}

Nový generální ředitel pro Českou tiskovou kancelář by měl být Radou ČTK zvolen v březnu 2023. Dosavadní generální ředitel Jiří Majstr, poprvé zvolen v roce 2011 a podruhé 2017, konstatoval že znovu kandidovat nebude.

Kandidát musí předložit plán obdobný jakožto kandidát na funkci generálního ředitele ČT, tedy plán koncepce hospodaření a činnosti České tiskové kanceláře pro roky 2023–2029. Také je zde nutnost magisterského vysokoškolského vzdělání, prokázána manažerská zručnost a praxe v médiích. To je důležité hlavně z důvodu momentálního schodkového rozpočtu ČTK, který počítá se ztrátou 4 800 000 Kč. Důvodem stavu ztráty je inflace a skokový nárůst cen energií. Dle nynějšího předsedy rady České tiskové kanceláře by nový generální ředitel mohl stále ztrátu přeměnit na zisk, z toho důvodu je nyní pro ČTK klíčové zvolení takového kandidáta, jehož finanční vize dokáže napomoci dosáhnutí hospodářského zisku pro rok 2023. Avšak pro tyto případy má Česká tisková kancelář tzv. nerozdělené výnosy z předchozích let, které činí jako finanční rezerva umožňující České tiskové kanceláři fungovat a naplňovat svou

⁷³ iRozhlas. Rada České televize vypsala tendr na nového generálního ředitele. Dvořákovi vyprší mandát v září. *iRozhlas* [online]. Praha, 2023, 15.2. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rada-ceska-televize-vyberove-rizeni-generalni-reditel-petr-dvorak_2302151620_pat

⁷⁴ Mav. Nový generální ředitel České televize se bude volit v červnu. *MediaGuru* [online]. 2023, 11.1. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/novy-generalni-reditel-ceske-televize-se-bude-volit-v-cervnu/>

veřejnoprávní zákonnou podstatu po dobu až několika let i přes potencionální dlouhodobý schodkový rozpočet.⁷⁵

9. Komparace veřejnoprávního vysílání Německa a Lotyšska s Českou republikou

Pro komparaci jsem zvolila Německo jakožto stát se stejným modelem financování veřejnoprávních médií, avšak vyspělejší ekonomikou a Lotyšsko jakožto stát s modelem financování veřejnoprávního vysílání veřejnými prostředky.

9.1. Veřejnoprávní vysílání v Německu

Německo po druhé světové válce opustilo svou vládou kontrolovanou politiku vysílání, byl zde podporován nový systém vysílání zakládající se na třech klíčových principech: pluralita (zajištění několika různých názorů a informací z různých zdrojů), federalismus (zajištění soužití těchto odlišných názorů a informačních zdrojů) a státní nezávislost. Tzv. pluralita má zajistit různých názorů, proto zde bylo důležité nejen dosáhnout rozmanitosti názorů, ale zajistit, aby rady rozhlasových a televizních vysílání zastupovaly různé společenské skupiny. Z toho důvodu se pluralita neodráží pouze v obsahu, ale také ve vnitřní struktuře, proto je pestrost hlasu stejně důležitá jako pestrost zdrojů samotných. Další zásadou německého veřejnoprávního vysílání je tzv. federalismus. Tento kooperativní federalismus popisuje spolupráci německých spolkových zemí v oblasti regulace vysílání, která však neomezuje pravomoc zmíněných jednotlivých spolkových zemí v oblasti veřejnoprávního vysílání. Avšak zde došlo k ekonomickému a politickému konfliktu, spolkové země mají různé zájmy, a jejich politické strany upřednostňovaly média vyhovující jejím zájmům. Z toho důvodu zde byly uzavírány mezistátní smlouvy mezi spolkovými zeměmi, které blíže udávaly detaily regulací vysílání. Státní nezávislost je pro zajištění veřejnoprávního apolitického vysílání nejhlavnějším aspektem. Nejprve zde bylo šest regionálních stanic, které založily celostátní vysílací společnost ARD (v překladu: Asociace veřejnoprávních vysílacích společností ve Spolkové republice

⁷⁵ ČTK. Rada ČTK vypsala výběrové řízení na generálního ředitele agentury. *IDnes.cz* [online]. 2023, 24.1. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/vyberove-řízení-generalni-reditel-ctk-media.A230124_091932_mediahub_jpl

Německo). Záruka nezávislosti veřejnoprávních médií na státu byla zajištěna decentralizací (přenesení pravomoci vyšších úrovní na úrovně nižší) veřejnoprávního vysílání.

Pro dosažení politické nezávislosti byla přijata zákonná opatření, veřejnoprávní vysílání je tedy chráněné ústavou. Německá ústava zakotvila význam a zajištění individuálních i institucionálních svobod rozhlasu, televize a tisku. Byla zde také implementována programová nezávislost, tedy možnost vytváření vlastní tvorby programů. Ústavní soud uložil tzv. záruku kontinuity a rozvoje vládě spolkových zemí ve snaze o zachování nezávislosti veřejnoprávních médií na státu. Vláda má sice zajistit, aby veřejnoprávní média mohla pokračovat ve své činnosti, a svou činnost zdokonalovat, nesmí ale do činnosti samotné zasahovat.⁷⁶

V roce 2023 činí výše poplatku na podporu veřejnoprávních médií (Rundfunkbeitrag) 18.36 euro za měsíc, v přepočtu 431 Kč. Tento poplatek financuje již zmíněné ARD, ale také Deutschlandradio (německé veřejnoprávní rádiové vysílání) či ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen, v překladu Druhá německá televize). Výše poplatku je stanovena předsedy vlády spolkových zemí a adaptována parlamentem. Výše poplatku se stanovuje na tzv. poplatkové období, které je zpravidla čtyři roky. Poplatek platí nejen obyvatelstvo, ale také společnosti, instituce a orgány ochrany veřejného zájmu. Je možné zažádat o vyjmutí z povinnosti placení toho poplatku pro osoby neslyšící či slepé. Pro osoby se závažným postižením je zde možnost zažádání o snížení výše poplatku, v takovém případě se platí třetina původní ceny poplatku, tedy 6.12 euro měsíčně, v přepočtu necelých 144 Kč.⁷⁷

Přesto, že Německo zastává stejný model financování veřejnoprávních médií jako ČR, odlišuje se ve výši koncesionářského poplatku, který je zde trojnásobný nežli ten v České republice. Je nutno však dodat že výše průměrné mzdy pro rok 2023 dosáhla zhruba 50 000 Kč, tedy o necelých 10 000 Kč více,

⁷⁶ DONDERS, Karen. *Public Service Media and Policy in Europe*. Palgrave Macmillan, 2012. ISBN 978-1-349-33177-2.

⁷⁷ The Licence Fee. *Rundfunkbeitrag.de* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: https://www.rundfunkbeitrag.de/welcome/englisch/index_ger.html#the_licence_fee

nežli průměrná mzda v ČR pro rok 2023 která činí 40 324 Kč. Německo také poskytuje výrazné snížení ceny tohoto poplatku pro osoby se závažným postižením, což Česká republika neuděluje.

9.2. Veřejnoprávní vysílání v Lotyšsku

Lotyšský rozhlas, tzv. Latvijas Radio (LR) i lotyšská televize, tzv. Latvijas Televīzija (LTV) jsou právně uznány jako nezávislá veřejnoprávní média již od roku 1992. Od roku 2013 byl spuštěn také zpravodajský portál LSM.lv sdílený mezi LTV a LR, který poskytuje zpravodajské služby v lotyštině a angličtině.⁷⁸

Na činnost LTV a LR dohlíží jeden kontrolní orgán tzv. Rada pro veřejná elektronická média (Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, neboli SEPLP). Tato rada se skládá ze tří členů. Jeden je zvolen Prezidentem, druhý Parlamentem, třetí zvolený radou zabývající se spoluprací mezi nevládními organizacemi a kabinetem ministrů. Členové musí disponovat zkušenostmi nejen z hlediska médií, ale také kultury a vědy. Činnosti rady se řídí na základě zákona o veřejných elektronických médiích a jejich správě, zákona o elektronických médiích a Národní strategie rozvoje odvětví elektronických médií, která se zpracovávají pro určitá časová období (nejnovější pro období 2023-2027).

Veřejnoprávní média jsou zde uzákoněna dle zákona o veřejných elektronických médiích a jejich správě, jakožto kapitálové společnosti, stát zde vlastní veškeré kapitálové podíly. Tento zákon udává, že reklamy jsou na obou médiích veřejné služby (LTV a LR) zakázány a to včetně internetové reklamy. Avšak tento zákon zcela nedořešil problém financování veřejnoprávních médií, jelikož změnil systém financování z financování ročního rozpočtu na financování, které závisí na politických rozhodnutích, což by mohlo vést k politické snaze o ovlivnění médií veřejné služby. Z toho důvodu došlo k předložení dvou konceptů Parlamentu k projednání. Jednalo se o koncept způsobu financování médií veřejné služby a o jejich možném sloučení. K samotnému projednání ovšem prozatím nedošlo, kvůli vypuknutí války na Ukrajině. Nabídka sloučit obě média je

⁷⁸ DIMANTS, Ainars. Latvian public service broadcasting (PSB) at a media policy crossroads on the path to public service media (PSM). ResearchGate [online]. 2016 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z:

https://www.researchgate.net/publication/322722066_Latvian_public_service_broadcasting_PSB_at_a_media_policy_crossroads_on_the_path_to_public_service_media_PSM

přesto nadále aktuální a nejspíše se dá očekávat k roku 2024. Toto sloučení by znamenalo sloučení nejen symbolické, ale také fyzické, tedy sloučení obou médií do jednoho budovního komplexu, s tím, že rozpočet by navázal na rozpočet z určitých daňových příjmů.^{79,80,81}

Jakožto stát zastávající model financování veřejnoprávních médií z veřejných prostředků se v tomto od České republiky Lotyšsko zásadně odlišuje, nejsou zde tedy žádné koncesionářské poplatky hrazené obyvateli. V roce 2021 vzešel v platnost nový zákon o veřejných elektronických médiích a jejich správě, tento zákon zakázal příjem veřejnoprávních médií jak z reklamy televizní a radiové, ale také i z reklamy internetové. Tento zákon však plně neujasnil, jak bude financování veřejnoprávních médií realizováno, což s sebou přináší nejistotu pro tato média. Tento model financování, kde stát hraje roli vlastníka všech kapitálových podílů veřejnoprávních médií, má větší potencionální riziko pro média veřejné služby být ovlivněna stávající vládou, nežli model, který praktikuje Česká republika, což jej ale nečiní méně úspěšným modelem financování.

⁷⁹ LTV. Par LTV. *LTV.lv* [online]. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://ltv.lsm.lv/lv/par-ltv>

⁸⁰ KINCIS, Jānis a Madara LĪCĪTE. Saeima pieņem Sabiedrisko mediju likumu; galveno redaktoru apstiprinās padome. *Lsm.lv* [online]. 2020, 19.11. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/saeima-pienem-sabiedrisko-mediju-likumu-galveno-redaktoru-apstiprinas-padome.a382296/>

⁸¹ PUĶE, Ieva. Saeimā spriež par sabiedrisko mediju apvienošanu un finansējumu. *Lsm.lv* [online]. 2022, 7.12 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/saeima-spriez-par-sabiedrisko-mediju-apvienosanu-un-finansejumu.a485940/>

Závěr

Cílem práce bylo přiblížení problematiky ekonomiky médií veřejné služby a nastínění jejich způsobu financování a analýza jejich hospodaření. Nejprve jsem nastínila pojem veřejnoprávních médií s hlavním soustředěním na jejich financování, většinové příjmy z koncesionářských poplatků a zbytkové z vlastní obchodní činnosti.

Pro provedení samotné analýzy hospodaření veřejnoprávních médií jsem se rozhodla čerpat z výročních zpráv těchto médií. Přiblížila jsem ekonomické výsledky jednotlivých médií za určená období, pro Českou televizi jsem zvolila komparaci z období 2001, 2011 a 2021. Pro Český rozhlas a Českou tiskovou kancelář pak komparaci z období 2015, 2018 a 2021. Cílem této analýzy bylo promítnout, jak se jednotlivá média vypořádala s interními a externími faktory, jako jsou inflace, nárůst výše průměrné mzdy, hospodářské krize, prozatím neměnná výše koncesionářského poplatku, jehož reálná hodnota takřka každoročně upadá, či pandemie COVID-19. U České televize jsem zaznamenala jako jediné problémové období rok 2001, kde hospodářský výsledek spadl do záporných čísel. Výsledky hospodaření Českého rozhlasu prokazovaly stálý nárůst skrz sledované období, to i napříč vypořádávání se s pandemickou situací kovidu. Česká tisková kancelář se od zmíněných médií odlišovala, to díky tzv. nerozděleným ziskům, které využívá jako finanční zásobu, pokud by se její hospodářské výsledky začaly pohybovat v záporných hodnotách, což je pro ni klíčové, jelikož není financována koncesionářskými poplatky.

Dále jsem se věnovala problematice možnosti navýšení koncesionářského poplatku a nadcházejících voleb generálních ředitelů České televize a České tiskové kanceláře. Navýšení poplatku je se stále rostoucími cenami energií a inflací rozhodující, otázkou zde však je o kolik provést navýšení poplatku, aby výše byla schopna nejen podpořit kvalitní tvorbu veřejnoprávních médií, ale také aby neměla negativní vliv na způsob vnímání těchto médií obyvateli. Pro rok 2023 počítá Česká televize se schodkovým rozpočtem, avšak pokud by byla provedena zásadní změna v rozložení rozpočtu a snaha o ušetření, byla by možné dosáhnout alespoň vyrovnaného rozpočtu. Proto je zde výsledek nadcházejících voleb generálního ředitele klíčová pro zajištění kvalitního chodu těchto médií.

Závěr práce byl věnován komparaci způsobu financování veřejnoprávních médií v České republice s Německem a Lotyšskem. Německo bylo modelem financování takřka stejné, jako financování veřejnoprávního vysílání v České republice, důvod této komparace bylo nastínit, jak vypadá stejný model financování na ekonomicky vyspělejší státu. Výše poplatku v Německu byla v souvislosti s průměrnou měsíční mzdou o 0.5 % vyšší než v České republice. Pro porovnání odlišného modelu financování veřejnoprávního vysílání jsem zvolila Lotyšsko, ve kterém tato média nejsou financována koncesionářskými poplatky, nýbrž veřejnými prostředky. Zásadní problém zde činilo přijetí nového zákona, který těmto médiím zakázal provozování reklamy, ale zároveň nestanovil, jakým způsobem budou média financována, což vyneslo návrh na sloučení Lotyšských veřejnoprávních médií do jednoho. Nebylo možné jasně stanovit, jaký model financování byl objektivně nadřazenější či výhodnější, avšak můžeme říci, že různé modely prospívají v určitém ekonomickém podnebí lépe nežli jiné.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje:

DONDERS, Karen. Public Service Media and Policy in Europe. Palgrave Macmillan, 2012. ISBN 978-1-349-33177-2.

PEKOVÁ, Jitka, Jaroslav PILNÝ a Marek JETMAR. *Veřejný sektor – řízení a financování*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. ISBN 978-80-7357-936-4.

Právní předpisy:

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

Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi

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

Zákon č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři

Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví

Elektronické zdroje:

BŘINČIL, David. Rozpočet České televize na rok 2022. Česká televize [online]. 2021 [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1862.pdf>

BŘINČIL, David. Rozpočet České televize na rok 2023. Česká televize [online]. 2022, 2.11. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1957.pdf>

BŘINČIL, David. Rozpočet České televize na rok 2021. Česká televize [online]. 2020, 14.12. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1732.pdf>

BUKAČ, Petr. Koncesionářské poplatky: Lobbying zvítězil, občané plačte!. Měsíc.cz [online]. 2005, 12.08 [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/koncesionarske-poplatky-lobbying-zvitezil-obcane-placte/>

ČRo. Dvojka: Ceník reklamy a sponzoringu. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/81eda09cd9ea1626ac2b9f593b6c2e9f.pdf>

ČRo. Hospodaření Českého rozhlasu – ekonomické ukazatele. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-ekonomicke-ukazatele-7961146>

ČRo. Hospodaření Českého rozhlasu – rozpočet 2023. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-rozpocet-2023-8921649>

ČRo. Hospodaření Českého rozhlasu - výroční zprávy. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-vyrocní-zpravy-7961150>

ČRo obchodní oddělení. Sponzoring. Český rozhlas [online]. 2022, 13.10. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/nalezitosti-sponzorskeho-vzkazu-7966535>

ČRo, O Českém rozhlasu: O rozhlasu. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/o-rozhlasu-7752675>

ČRo. Radiožurnál: Ceník reklamy a sponzoringu. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/17711c87570f4f90a7c70d45f550a408.pdf>

ČRo. Radio Wave: Ceník reklamy a sponzoringu. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/620bab5d295f6c7d574bf10a3c81c813.pdf>

ČRo. Vltava: Ceník reklamy a sponzoringu. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/sites/default/files/documents/eac7bc38175e378c1e0924430ba5c277.pdf>

ČRo. Výroční zprávy Rady ČT za období 2014-2021. Český rozhlas [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/hospodareni-ceskeho-rozhlasu-vyrocní-zpravy-7961150>

ČT, Co je Rada ČT. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/co-je-rada-ct/>

ČT. Dlouhodobé plány programového, technického, personálního a ekonomického rozvoje české televize: Na léta 2022-2026. Česká televize [online]. 2020, 9.2. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1890.pdf>

ČT. Interní sdělení: Všeobecné podmínky pro umístování produktů v pořadech v televizním vysílání České televize. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1037.pdf>

ČT. Kodex České televize. Česká televize [online]. 2003, 2.7. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf>

ČT. *Prehistorie* [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/>

ČT, Reklama: Internetová reklama. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/internetova-reklama/>

ČT, Reklama: Televizní reklama. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/televizni-reklama/>

ČT, Reklama: Zákonný rámec. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/zakonny-ramec/>

ČT. Všeobecné smluvní podmínky pro sponzorování pořadů a programů v televizním vysílání České televize. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1036.pdf?v=2>

ČT. Výroční zprávy, Česká televize [online]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/vyrocní-zpravy/>

ČT. Vznik a první kroky [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/>

ČT, Základní informace o ČT. Česká televize [online]. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/zakladni-informace-o-ct/>

ČTK. Historie. Česká tisková kancelář [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/historie/#1

ČTK. Novinky: Bisnode opět potvrdil, že ČTK patří mezi nejstabilnější firmy v České republice. Česká tisková kancelář [online]. 2022, 22.06 [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=3448>

ČTK, Novinky: ČTK nabídne v servisu živá videa a datové vizualizace. Česká tisková kancelář [online]. 2017, 07.12. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/novinky/?id=2675>

ČTK. PR služby. Česká tisková kancelář [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/sluzby/protext/>

ČTK. Rada České tiskové kanceláře. Česká tisková kancelář [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/rada_ctk/

ČTK. Rada ČTK vypsalá výberové řízení na generálního ředitele agentury. IDnes.cz [online]. 2023, 24.1. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/vyberove-řízení-generalni-reditel-ctk-media.A230124_091932_mediahub_jpl

ČTK. Výroční zprávy. Česká tisková kancelář [online]. [cit. 2023-02-23]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

ČTK. Výroční zprávy ČTK za léta 1993-2021. Česká tisková kancelář [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné z: https://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

DIMANTS, Ainars. Latvian public service broadcasting (PSB) at a media policy crossroads on the path to public service media (PSM). ResearchGate [online]. 2016 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/322722066_Latvian_public_service_broadcasting_PSB_at_a_media_policy_crossroads_on_the_path_to_public_service_media_PSM

Ing. Urbanec, Jan, Ekonomika vybraných odvětví – veřejnoprávní média, prezentace z přednášky do předmětu – Veřejná správa a finance veřejného sektoru (BEZ420) [cit. 2023-02-09]. Dostupné z SIS

iRozhlas. Rada České televize vypsalá tendr na nového generálního ředitele. Dvořákovi vyprší mandát v září. iRozhlas [online]. Praha, 2023, 15.2. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rada-ceska-televize-vyberove-řízení-generalni-reditel-petr-dvorak_2302151620_pat

JSNS, Média veřejné služby. Jsns.cz [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/3.-dil-media-verejne-sluzby>

JSNS, Soukromá média. Jsns.cz [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.jsns.cz/projekty/medialni-vzdelavani/bulletin-medialni-vzdelavani/ceska-medialni-krajina/4.-dil-soukroma-media>

KINCIS, Jānis a Madara LĪCĪTE. Saeima pieņem Sabiedrisko mediju likumu; galveno redaktoru apstiprinās padome. Lsm.lv [online]. 2020, 19.11. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/saeima-pienem-sabiedrisko-mediju-likumu-galveno-redaktoru-apstiprinas-padome.a382296/>

KOLÁŘ, Milan. Rozhodnutí Nejvyššího správního soudu v letitém sporu Českého rozhlasu. GrantThornton News [online]. 2017, 13.1. [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://www.gtnews.cz/publikace/rozhodnuti-nejvyssiho-spravniho-soudu-v-letitem-sporu-ceskeho-rozhlasu/>

KUBÁTOVÁ, Bc. Alena Haas. Daňové uznatelné a neuznatelné náklady. Portál pohoda [online]. 2021, 11.6. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/ucetnictvi/danove-uznatelne-a-neuznatelne-naklady/>

KRUPIČKA, Miroslav a Dita KŘÍŽOVÁ. Historie rozhlasu v kostce. Český rozhlas [online]. 2017, 25.9. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://temata.rozhlas.cz/historie-rozhlasu-v-kostce-7983541>

LIŠKOVÁ, Karolína. Financování veřejnoprávních médií v České republice [online]. Praha, 2020 [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: <https://katalog.polac.cz/Record/POLAC.116767>. Bakalářská práce. Policejní akademie ČR. Vedoucí práce Ing. Jan Urbanec.

LTV. Par LTV. LTV.lv [online]. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://ltv.lsm.lv/lv/par-ltv>

M1ssF0rtune. Koncesionářské poplatky - jak se přihlásit a kdy je platit. Skutečnost [online]. 2022, 09.03. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: https://www.skutecnost.cz/rubriky/finance/koncesionarske-poplatky-jak-se-prihlasit-a-kdy-je-platit_1011.html

Mav. Nový generální ředitel České televize se bude volit v červnu. MediaGuru [online]. 2023, 11.1. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/novy-generalni-reditel-ceske-televize-se-bude-volit-v-cervnu/>

Mav. Reklamní ceny zvyšuje i ČT, pro rok 2022 zdrazí o 10 %. MediaGuru [online]. 2021, 16.12 [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/12/reklamni-ceny-zvysuje-i-ct-pro-rok-2022-zdrazi-o-10/>

MediaGuru. Mediální slovník: CPP – Cost per Point. MediaGuru [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/cpp-cost-per-point/>

Přispěvatelé Wikipedie, [online], Wikipedie: Česká televize ,Otevřená encyklopedie, c2023, [citováno 16. 02. 2023] https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1_televize

Přispěvatelé Wikipedie, Český rozhlas [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2023, [citováno 28. 01. 2023] https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%BD_rozhlas

Přispěvatelé Wikipedie, Petr Dvořák (manažer) [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2023, [citováno 28. 01. 2023] [https://cs.wikipedia.org/wiki/Petr_Dvo%C5%99%C3%A1k_\(mana%C5%BEer\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Petr_Dvo%C5%99%C3%A1k_(mana%C5%BEer))

Přispěvatelé Wikipedie, Veřejnoprávní médium [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2023, Datum poslední revize 6. 01. 2023, 10:27 UTC, [citováno 27. 01. 2023]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Ve%C5%99ejnopr%C3%A1vn%C3%AD_m%C3%A9dium&oldid=22308382

PUĶE, Ieva. Saeimā spriež par sabiedrisko mediju apvienošanu un finansējumu. Lsm.lv [online]. 2022, 7.12 [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/saeima-spriez-par-sabiedrisko-mediju-apvienosanu-un-finansejumu.a485940/>

TANCEROVÁ, Tereza. Koncesionářské poplatky: kolik činí a kdo je musí platit?. Měsec.cz [online]. 2022, 16.5. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/koncesionarske-poplatky/>

The Licence Fee. Rundfunkbeitrag.de [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: https://www.rundfunkbeitrag.de/welcome/englisch/index_ger.html#the_licence_fee

VOKÁL, Vladimír. Nastal čas na zvyšování koncesionářských poplatků, říká šéf Rady ČT. IDnes.cz [online]. 2023, 22.2 [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ct-ctk-prezidentske-volby-david-soukup-karel-novak-rozstrel.A230221_092351_domaci_vov