

Média veřejné služby v Česku: očekávání a hodnocení ze strany veřejnosti

Výzkumná zpráva

Autorka: Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.

Členové a členky projektového týmu podílejícího se na přípravě
dotazníkového šetření: Mgr. Klára Smejkal; Mgr. Lukáš Slavík; doc. Mgr.

Jakub Macek, Ph.D.; Mgr. Lucie Čejková

Katedra mediálních studií a žurnalistiky

Fakulta sociálních studií

Masarykova univerzita

Brno 2024

Obsah

Úvod.....	3
Shrnutí	5
A. Představy o financování a ochota platit za média veřejné služby	8
B. Podpora konceptu médií veřejné služby	14
C. Očekávání od médií veřejné služby	18
D. Konzumace médií veřejné služby a komerčních médií	22
E. Hodnocení a spokojenost s médii veřejné služby.....	25
F. Placení za mediální obsah a podpora navrhovaných změn v oblasti financování médií veřejné služby	34

Úvod

Tato výzkumná zpráva sumarizuje základní výsledky **dotazníkového šetření**, jehož cílem bylo **prozkoumat postoje české veřejnosti k médiím veřejné služby, zejména její očekávání, hodnocení a představy o jejich financování**. Toto šetření je součástí tříletého výzkumného projektu „*Re-konceptualizace role českých médií veřejné služby: očekávání, výzvy a příležitosti*“ řešeného na Katedře mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity (KMSŽ FSS MU) v letech 2021 až 2024, který je financován Grantovou agenturou České republiky.¹ Cílem projektu je prozkoumat postoje a očekávání od médií veřejné služby z pohledu několika klíčových skupin aktérů: vedle široké veřejnosti také politiků, členů mediálních rad a novinářů a manažerů České televize a Českého rozhlasu.

Dotazníkové šetření bylo realizováno na výzkumném souboru 1 700 respondentů, který je reprezentativní pro českou populaci ve věku 18+ let z hlediska pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště, kraje a četnosti užívání internetu. Technikami sběru dat bylo online dotazování (zaměřeno na denní a téměř denní uživatele internetu; tímto způsobem bylo získáno 76 % vyplněných dotazníků) a osobní face-to-face dotazování (zaměřeno na slabé uživatele internetu a neuživatele; 24 % vyplněných dotazníků).² Dotazník připravil projektový tým na KMSŽ FSS MU³ a sběr dat na základě zadání projektového týmu v listopadu a prosinci 2023 realizovala agentura Focus – Marketing & Social Research. Základní informace o sběru dat sumarizuje Box 1.

Dotazník měl celkem šest sekcí: A. představy o financování a ochota platit za média veřejné služby, B. podpora konceptu médií veřejné služby, C. očekávání od médií veřejné služby, D. konzumace médií veřejné služby a komerčních médií, E. hodnocení a spokojenost s médii veřejné služby, F. placení za mediální obsah a podpora navrhovaných změn v oblasti financování médií veřejné služby.

Primárním akademickým cílem dotazníkového šetření bylo navázat na zahraniční studie zkoumající ochotu platit (willingness-to-pay) za mediální obsah⁴ a prozkoumat

¹ Kód projektu: GA22-30563S. Stručný popis projektu je zde: <https://www.fss.muni.cz/vyzkum/resene-projekty/64012>.

² V souladu s daty Českého statistického úřadu o užívání internetu v české populaci (dle publikace *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami za období 2022*).

³ Znění dotazníku bylo také konzultováno se zástupci výzkumných oddělení České televize a Českého rozhlasu; na základě konzultace došlo k mírným formulačním zpřesněním u několika položek (např. přidání příkladů jednotlivých typů pořadů apod.). Před započítáním sběru dat byla také realizována pilotáž; v rámci ní bylo dotázáno celkem 65 respondentů a respondentek reprezentujících různé sociodemografické skupiny, které pak byly zastoupeny v hlavním výzkumném souboru. Na základě pilotáže došlo k dílčím úpravám u tří otázek dotazníku.

⁴ Viz např. Sehl, A. (2023). Public Service Media and Public Funding: A Three-Country Study of Willingness to Pay Versus Perceived Dispensability. *European Journal of Communication*, 38(6), 608-624. Háló, G., Campos Rueda, M. & Goyanes, M. (2023). Consumers' Paying Intent for Public Service Media in Spain: The Effect of RTVE Service Quality, Citizens' Expenditure, and the Moderating Role of Age. *Journalism Studies*, 24(11), 1476-1495. Ichikawa, Y. & Tsuji, M. (2016). Evaluating the Product Portfolio of NHK, the Japanese Public Service Broadcaster: A Propensity Score Matching Approach. *International Journal on Media Management*, 18(2), 117-136.

prediktory ochoty platit za média veřejné služby ze strany české veřejnosti (včetně otestování vysvětlujících modelů). Tomu byl také do velké míry podřízen obsah dotazníku a řazení otázek. Klíčové otázky zkoumající hlavní závislou proměnnou – výšku televizního a rozhlasového poplatku, kterou respondenti a respondentky považují za adekvátní – proto byly zařazeny hned na začátek dotazníku, abychom předešli případnému zkreslení způsobenému řazením otázek.

Vzhledem k tomu, že nedlouho před finalizací dotazníku oznámilo Ministerstvo kultury ČR svůj záměr zvýšit rozhlasové a televizní poplatky a rozšířit definici poplatníka⁵, do dotazníku byla také zařazena samostatná sekce mapující postoje veřejnosti k navrhovaným změnám, aby byla získaná data užitečná nejen pro akademický výzkum, ale i pro širší veřejnou diskusi.

Box 1 Základní informace o dotazníkovém šetření

- Zadavatel: Katedra mediálních studií a žurnalistiky, Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita (KMSŽ)
- Realizátor sběru dat: Focus – Marketing & Social Research
- Financování výzkumu: Grantová agentura České republiky a KMSŽ FSS MU
- Termín sběru dat: listopad až prosinec 2023
- Metoda: standardizované face-to-face rozhovory s využitím elektronického dotazníku v notebooku (CAPI; celkem 65 tazatelů) a on-line vyplňování (CAWI)⁶
- Populace: obyvatelé ČR ve věku 18 a více let
- Výběr výzkumného souboru: kvótní výběr (kvótní znaky: pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště, kraj, četnost užívání internetu)⁷
- Zdroj dat pro kvótní výběr a vážení dat: Český statistický úřad
- Velikost výzkumného souboru: 1 700 respondentů a respondentek (z toho 76 % sesbíráno metodou CAWI a 24 % metodou CAPI)
- Výběrová chyba: max. $\pm 2,38$ %
- Průměrná délka vyplňování: 28 minut

Tato výzkumná zpráva má za cíl přinést základní výsledky dotazníkového šetření; hlubší a podrobnější analýzu přinesou navazující akademické publikace. Její struktura kopíruje strukturu dotazníku; pod grafy, případně tabulkami je vždy uvedeno číslo a znění otázky. Pokud není uvedeno jinak, počet respondentů odpovídajících na danou otázku se vždy rovná 1 700.

⁵ Viz <https://www.mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/5386cs-ministr-kultury-martin-baxa-se-zastupci-koalice-predstavil-tzv-velkou-medialni-novelu>.

⁶ Online dotazování bylo realizováno přes panel respondentů (Český národní panel).

⁷ Kvóta byla vypočtena na základě dat poskytovaných Českým statistickým úřadem dle Sčítání lidu, domů a bytů 2021 v Česku (pohlaví, věk, vzdělání, velikost obce a kraj) a dle publikace *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami za období 2022* (četnost užívání internetu).

Shrnutí

Tato zpráva sumarizuje výsledky dotazníkového šetření realizovaného na vzorku 1 700 respondentů reprezentativním pro českou populaci ve věku 18+ z hlediska pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště, kraje a četnosti užívání internetu. Průzkum se zaměřil zejména na představy o financování a ochotu platit za média veřejné služby a očekávání a hodnocení ve vztahu k České televizi (ČT) a Českému rozhlasu (ČRo). Výsledky naznačují, že hlavní část veřejnosti vnímá Českou televizi i Český rozhlas jako důležité společenské instituce a média veřejné služby obecně považuje za potřebná. Zjevný je také příklon k širokému vymezení jejich poslání: veřejnost od ČT a ČRo očekává naplňování celé řady úkolů a funkcí, včetně té zábavné. Celkově je hlavní část veřejnosti se službami ČT a ČRo převážně spokojena. Podíl nespokojené části, která je k médiím veřejné služby kritická a nepovažuje je za důležité, dosahuje zhruba čtvrtiny až třetiny (v závislosti na přesné formulaci otázky). Navzdory rozsáhlým očekáváním a převážně spokojenosti ale většina lidí se zvýšením rozhlasového a televizního poplatku nesouhlasí.

Hlavní zjištění lze shrnout následovně:

- Hlavní, i když nikoliv nadpoloviční část dotazovaných (46 %) se kloní k tomu, aby média veřejné služby platila přímo veřejnost (ať už prostřednictvím televizních nebo rozhlasových poplatků, nebo, hypoteticky, z předplatného nebo dobrovolných příspěvků). Státní rozpočet by pak měl být hlavním zdrojem podle 31 % dotazovaných a reklama dle 22 % dotazovaných (zbylé 1 % volilo jiný model).
- Co se týče představ o okruhu plátců televizního a rozhlasového poplatku, největší, i když nikoliv nadpoloviční část respondentů (37 %) se přiklání k univerzální platbě, tj. aby za média veřejné služby platily všechny domácnosti, s možným osvobozením pro nízkopříjmové domácnosti, případně aby poplatek platily všechny domácnosti, které odebírají elektřinu nebo mají přístup na internet. Srovnatelný podíl dotazovaných, celkem 33 %, by povinnost platby navázal na vlastnictví přístroje, tj. rozhlasového a televizního přijímače (zde jde specificky o 22 %), případně i počítače, tabletu či chytrého telefonu (zde jde specificky o 11 %). Čtvrtina dotazovaných (25 %) má za to, že televizní a rozhlasové poplatky by měly platit pouze ty domácnosti, které uvedou, že služby České televize a Českého rozhlasu využívají.
- Pokud by respondenti byli poslanci a mohli by určit výši měsíčního poplatku za domácnost pro celou zemi, úhrnná výše televizního a rozhlasového poplatku by v průměru dosáhla 242 Kč (místo současných 180 Kč), což je ještě více než v rámci novely navrhuje Ministerstvo kultury ČR (215 Kč). Průměrná navrhovaná výše televizního poplatku je 146 Kč (medián je 102 Kč), průměrná navrhovaná výše rozhlasového poplatku je 96 Kč (medián je 51 Kč). Podíl těch, kteří spontánně navrhli částku přesahující současnou celkovou výši poplatků (tj. 181 Kč a více), a těch, kteří navrhli částku nižší nebo stejnou (tj. 0 až 180 Kč), je zhruba vyrovnaný (47 % a 53 %).
- Pokud by respondenti byli poslanci a v Poslanecké sněmovně by se hlasovalo o zachování nebo zrušení ČT a ČRo, hlavní část z nich, 58 % v případě ČT a 48 % v případě ČRo, by hlasovala pro zachování. Menšina, i když nikoliv zanedbatelná

- (25 % v případě ČT a 33 % v případě ČRo) by hlasovala pro zrušení. Zbýlých 17 %, resp. 19 % volilo střední, neutrální možnost (ani zrušit, ani nezrušit).
- Těsná většina dotazovaných (51 %) souhlasí s výrokem, že naše společnost potřebuje média veřejné služby, tedy média placená občany, která nemá pod kontrolou vláda ani soukromý vlastník. Necelá čtvrtina (24 %) nepovažuje média veřejné služby za potřebná; zbylá čtvrtina (25 %) volila střední, neutrální možnost.
 - Výsledky také naznačují, že česká veřejnost se jasně kloní k širokému vymezení mandátu médií veřejné služby. Od ČT a ČRo očekává naplňování celé řady úkolů a funkcí, a to od informační a vzdělávací funkce, podpory národních tradic a rozvoje domácí i zahraniční kultury a umění přes zábavní funkci, vysílání programů pro děti a pro různé menšiny, vysílání sportovních pořadů až k naplňování funkce veřejného fóra, kde mohou obyčejní lidé diskutovat a vyjádřit svůj názor, a funkce podpory a rozvoje občanství. Všechny nabídnuté funkce a úkoly médií veřejné služby považuje za důležité nadpoloviční většina dotazovaných (54 % až 83 %).
 - O podpoře širokého mandátu pro média veřejné služby svědčí i to, že většina dotazovaných vnímá téměř všechny služby, jež v současnosti poskytuje ČT a ČRo, za součást jejich poslání, a to například včetně vysílání zábavních pořadů jako StarDance nebo provozování zpravodajského webového portálu s vlastní redakcí, jako je například iRozhlas.cz. Jedinými výjimkami, které nemají podporu hlavní části veřejnosti, jsou provoz vlastního hudebního souboru a provoz profilů na sociálních sítích.
 - Hlavní část dotazovaných je s tím, jak ČT a ČRo naplňují své úkoly, spokojena (podíl spokojených je až na výjimky vyšší než podíl nespokojených). Spokojenost panuje zejména s naplňováním těch funkcí a úkolů, které lidé zároveň považují za nejdůležitější: informovat, přispívat k rozvoji kultury a umění, uchovávat a rozvíjet národní tradice, podporovat domácí kulturu, vzdělávat publikum, přinášet domácí a zahraniční sport. Naopak nejmenší spokojenost panuje s tím, do jaké míry ČT a ČRo umožňují obyčejným lidem vyjádřit svůj názor, s kontrolou politických a ekonomických elit a odhalováním skandálů a také s přispíváním k boji proti dezinformacím. Co se týče naplňování různých žurnalistických pravidel, lidé zejména oceňují, že ČT i ČRo má profesionální a dobře připravené moderátory a redaktory, přináší podstatné informace a činí tak bez zbytečných emocí a senzací. Naopak nejmenší spokojenost panuje v oblasti vnímané nezávislosti na politických tlacích, neutrality a objektivitě.
 - Dominantní část dotazovaných, kolem 40 %, považuje vysílání ČT a ČRo za neutrální a vyvážené. Politické zabarvení ve vysílání ČT vnímá zhruba třetina respondentů (zbylá zhruba čtvrtina neví nebo nemá názor), v případě ČRo zhruba čtvrtina respondentů (zbylá zhruba třetina neví nebo nemá názor). Vnímané zabarvení je jasně pravicové (na ose levice/pravice), s mírným příklonem ke konzervativismu (na ose liberalismus/konzervativismus).
 - Většina, zhruba 60 % dotazovaných, nesouhlasí se zvýšením televizního a rozhlasového poplatku ze 180 Kč na 215 Kč, které aktuálně navrhuje Ministerstvo kultury ČR⁸ (souhlas vyjádřilo 23 % a zbylých 17 % na tuto otázku nemělo názor).

⁸ Viz <https://www.mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/5386cs-ministr-kultury-martin-baxa-se-zastupci-koalice-predstavil-tzv-velkou-medialni-novelu>.

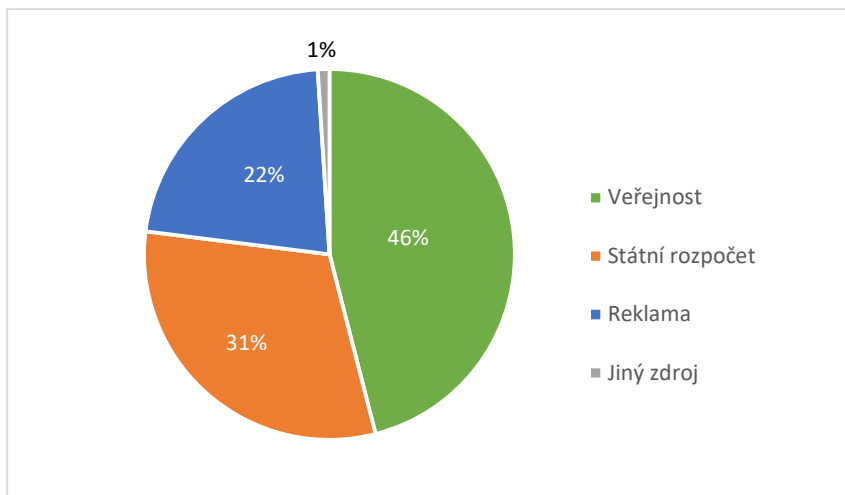
Tento výsledek je v rozporu s tím, že pokud měli respondenti v úvodu dotazníku sami zvolit výši poplatku, kterou považují za adekvátní, průměrná navrhovaná suma dosáhla 242 Kč, což je více než je navrhované zvýšení na 215 Kč. Část lidí tedy zřejmě pocituje vůči aktu zvyšování poplatků odpor, i když spontánně oceňuje služby ČT a ČRo sumou, která navrhované zvýšení dosahuje nebo přesahuje.

- Celkově je zhruba čtvrtina až třetina respondentů (v závislosti na přesné formulaci otázky) vůči médiím veřejné služby kritická: není s nimi spokojena, nedůvěřuje jim, nepovažuje je za důležité pro sebe a své blízké ani pro společnost a hlasovala by pro jejich zrušení. Obecně jde statisticky významně častěji o lidi bez vysokoškolského vzdělání; ty, kteří uvádějí, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se uskromňovat nebo si půjčovat); lidi deklarující příklon k levici; ty, kteří v posledních parlamentních volbách volili jiné strany než strany současné vládní pětikoalice; ty, kteří uvedli, že je nezajímá politika a veřejné dění; ty, kteří uvedli, že jsou nespokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie; a ty, kteří uvedli, že ČT a ČRo sledují méně než jednou týdně a že nepatří k jejich hlavním informačním zdrojům.

A. Představy o financování a ochota platit za média veřejné služby

I když média veřejné služby byla v Evropě tradičně financována z poplatků placených přímo občany (v České republice z tzv. televizního a rozhlasového poplatku), v posledních letech od tohoto systému hned několik zemí ustoupilo.⁹ První otázka dotazníku se proto týkala představ o hlavním zdroji financování médií veřejné služby. Jak ukazuje Graf 1, hlavní část dotazovaných (46 %) se kloní k tomu, aby média veřejné služby platila přímo veřejnost, ať už prostřednictvím televizních nebo rozhlasových poplatků, nebo, hypoteticky, předplatného nebo dobrovolných příspěvků. Státní rozpočet by pak měl být hlavním zdrojem podle 31 % dotazovaných a reklama dle 22 % dotazovaných.

Graf 1 Představy o hlavním zdroji financování médií veřejné služby



Znění otázky: Q1. Co by mělo podle Vás být hlavním zdrojem financování médií veřejné služby, tedy České televize a Českého rozhlasu? Zvolte prosím jednu možnost. (veřejnost = rekódované odpovědi televizní a rozhlasové poplatky, lidově nazývané „koncesionářské poplatky“ + dobrovolné příspěvky občanů + předplatné od občanů, které by jim, na rozdíl od neplatících, zajistilo přístup k obsahu; státní rozpočet; reklama; jiný zdroj).

Podrobnější vhled do představ dotazovaných o hlavním zdroji financování médií veřejné služby pak přináší Graf 2. Z konkrétních možností, které měli respondenti na výběr, má nejvyšší podporu financování ze státního rozpočtu (31 % dotazovaných) a financování z televizních a rozhlasových poplatků, což je v současnosti používaný systém (28 %). Zhruba pětina dotazovaných (22 %) se přiklání k financování z reklamy. Další možnosti, například předplatné nebo dobrovolné příspěvky od občanů, pak měly menší podporu.

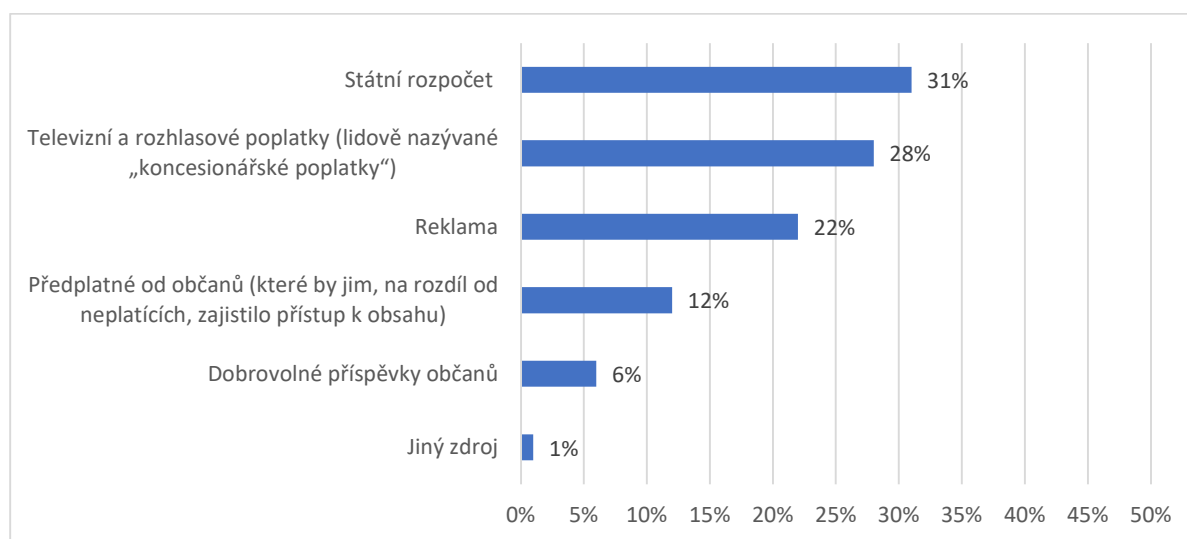
Financování ze státního rozpočtu statisticky významně častěji volili lidé ve věku 55 a více let; ti kloní se k levici; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany SPD a ČSSD; ti, kteří uvedli, že jsou nespokojeni se životem, který vedou, a ani se

⁹ European Broadcasting Union (2023). *Licence Fee. Where? How? What's New?* Public Version. Geneva: European Broadcasting Union.

https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/login_only/funding/EBU-MIS_Licence_Fee_2023-public.pdf

současnou politickou a ekonomickou situací v Česku. Naopak financování z televizních a rozhlasových poplatků statisticky významně častěji volili nejmladší respondenti do 24 let; ti, kteří finanční situaci své domácnosti hodnotí jako dobrou; ti, kteří se kloní k pravici; ti, kteří uvedli, že se zajímají o politiku a veřejné dění; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany vládní pětikoalice; ti, kteří uvedli, že jsou spokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie; a také ti, kteří uvedli, že Českou televizi (ČT) a Český rozhlas (ČRo) sledují alespoň jednou týdně a že ČT a ČRo patří k jejich hlavním informačním zdrojům.

Graf 2 Představy o způsobu financování médií veřejné služby

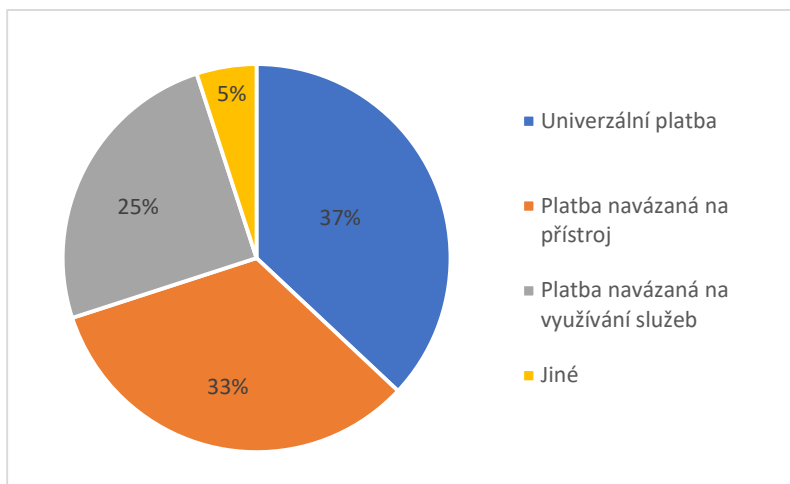


Znění otázky: Q1. Co by mělo podle Vás být hlavním zdrojem financování médií veřejné služby, tedy České televize a Českého rozhlasu? Zvolte prosím jednu možnost.

U systému postaveného na poplatcích od veřejnosti je další otázkou definice poplatníka. Představy o tom, kdo má platit televizní a rozhlasový poplatek, sumarizuje Graf 3. Největší, i když nikoliv nadpoloviční část respondentů (37 %) se přiklání k univerzální platbě, tj. k tomu, aby za média veřejné služby platily všechny domácnosti, s možným osvobozením pro nízkopříjmové domácnosti, případně aby platily všechny domácnosti, které odebírají elektřinu nebo mají přístup na internet. Srovnatelný podíl, třetina dotazovaných (33 %), by povinnost platby navázala na vlastnictví přístroje, tj. rozhlasového a televizního přijímače, případně i počítače, tabletu či chytrého telefonu. Čtvrtina dotazovaných (25 %) má za to, že televizní a rozhlasové poplatky by měly platit pouze ty domácnosti, které uvedou, že služby České televize a Českého rozhlasu využívají.

Univerzální nastavení poplatků za média veřejné služby statisticky významně častěji volili dotazovaní mladší 55 let; ti, kteří uvedli, že ČT a ČRo sledují alespoň jednou týdně; ti, kteří uvedli, že ČT a ČRo patří k jejich hlavním informačním zdrojům; a ti, kteří uvedli, že jsou spokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie.

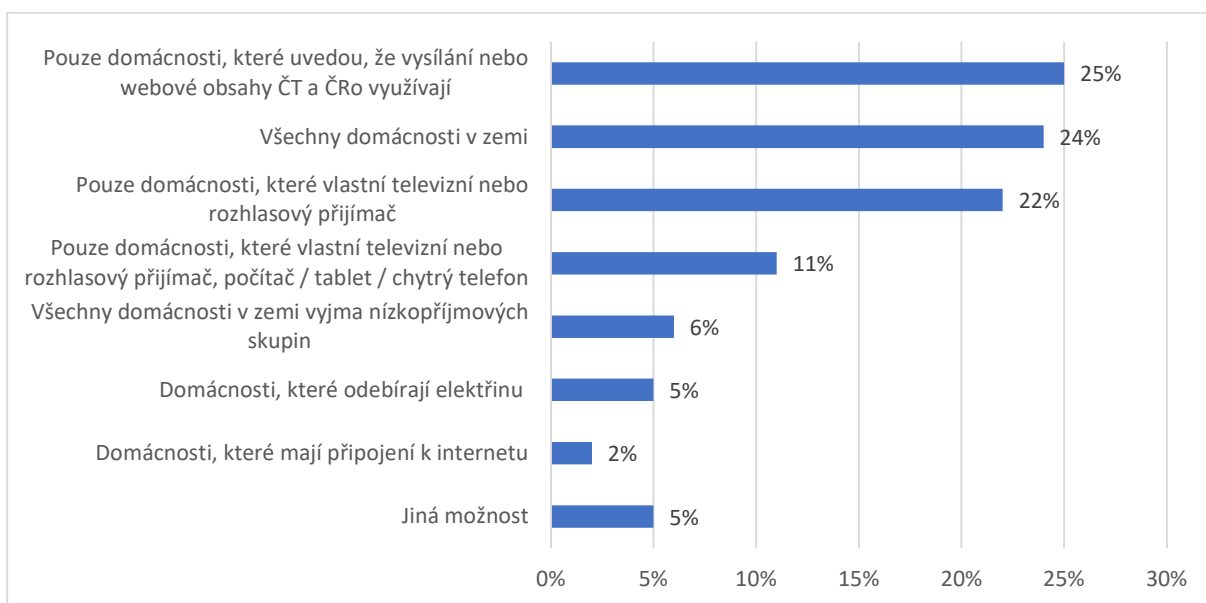
Graf 3 Představy o definici platby za média veřejné služby



Znění otázky: Q2. Pokud se nadále budou Česká televize a Český rozhlas financovat zejména z televizních a rozhlasových poplatků („koncesionářských poplatků“), kdo by je měl podle Vás platit? Zvolte prosím jednu možnost. (univerzální platba = rekodované odpovědi všechny domácnosti v zemi; všechny domácnosti v zemi vyjma nízkopříjmových skupin; domácnosti, které odebírají elektřinu; domácnosti, které mají připojení k internetu; platba navázaná na přístroj = domácnosti, které vlastní televizní nebo rozhlasový přijímač, počítač / tablet / chytrý telefon; domácnosti, které vlastní televizní nebo rozhlasový přijímač; platba navázaná na využívání služeb = domácnosti, které uvedou, že vysílání nebo webové obsahy České televize a Českého rozhlasu využívají; jiná možnost).

Podrobnější vhled do představ o adekvátní definici poplatníka přináší Graf 4. Nejvyšší podporu mají tři modely: platba vztahující se pouze na domácnosti, které uvedou, že služby ČT a ČRo využívají (25 %), univerzální platba pro všechny domácnosti v zemi (24 %) a platba navázaná na vlastnictví televizního nebo rozhlasového přijímače (22 %). Další možnosti pak měly menší podporu.

Graf 4 Představy o definici poplatníka



Znění otázky: Q2. Pokud se nadále budou Česká televize a Český rozhlas financovat zejména z televizních a rozhlasových poplatků („koncesionářských poplatků“), kdo by je měl podle Vás platit? Zvolte prosím jednu možnost.

Dotazník se dále zaměřil na představy o adekvátní výši rozhlasového a televizního poplatku. Respondenti si měli představit, že jsou poslanci v Poslanecké sněmovně a mají moc nastavit pro celou zemi výši měsíčního poplatku za Českou televizi a Český rozhlas za jednu domácnost.¹⁰ Stejně jako dosud by byl poplatek hlavním zdrojem příjmu ČT a ČRo, možnosti příjmu z reklamy by nadále zůstaly velice omezené a tato média by nedostávala žádný příspěvek ze státního rozpočtu. Respondenti mohli volit libovolnou sumu od 0 Kč do 1 000 Kč měsíčně.¹¹ Jelikož cílem bylo získat spontánní odpověď, otázka zároveň respondentům nijak nepřipomínala aktuální výši poplatků.

Jak ukazuje Tab. 1, průměrná navrhovaná výše televizního poplatku dosahuje 146 Kč (v současnosti představuje jeho výše 135 Kč) a v případě rozhlasového poplatku jde o 96 Kč (v současnosti jde o 45 Kč). Pokud by tedy o výši poplatků rozhodovala veřejnost, místo současných 180 Kč by domácnosti platily televizní a rozhlasový poplatek v průměrné výši 242 Kč (95% interval spolehlivosti pro průměr se pohybuje mezi 229 a 256 Kč), což je ještě více, než v novele navrhuje Ministerstvo kultury ČR (215 Kč).¹²

Tab. 1 Průměrná navrhovaná výše televizního a rozhlasového poplatku

	ČT	ČRo
Průměr	146 Kč	96 Kč
Směrodatná odchylka	154	147
Medián	102 Kč	51 Kč
95% interval spolehlivosti pro průměr	139–154 Kč	89–103 Kč

Znění otázky: Q3. Představte si, že jste poslancem nebo poslankyní v Poslanecké sněmovně a máte moc nastavit pro celou zemi výši měsíčního televizního poplatku za Českou televizi za jednu domácnost. Jak vysoký by tento televizní poplatek měl být – kolik měsíčně by podle Vás měly domácnosti platit? Tak jako dosud by televizní poplatek byl hlavním zdrojem příjmu České televize. Možnosti příjmu z reklamy by zůstaly velice omezené a Česká televize by nedostávala žádný příspěvek ze státního rozpočtu. 0 Kč měsíčně až 1 000 Kč měsíčně (posuvná lišta se stupnicí). Q4. Stejná formulace pro Český rozhlas.

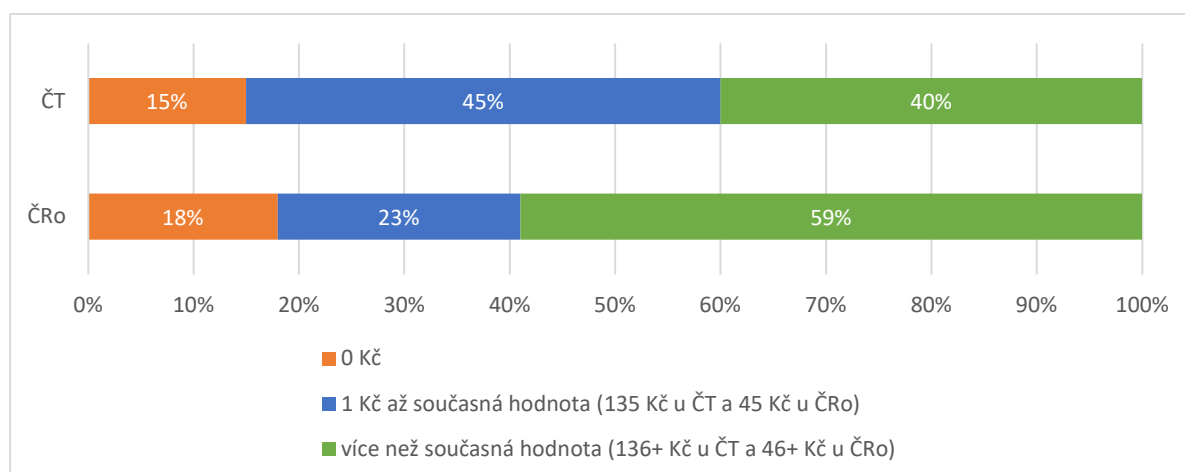
Představy respondentů o adekvátní výši poplatku se ale značně liší (Graf 5). Nezanedbatelná část (15 % v případě televizního poplatku a 18 % v případě rozhlasového poplatku) uvedla, že poplatek by měl být ve výši 0 Kč, a tedy de facto navrhla jeho zrušení. Srovnání navrhované sumy a aktuální výše poplatku ukazuje, že v případě televizního poplatku hlavní část dotazovaných (45 %) zvolila sumu, která je menší nebo rovna současné výši poplatku, ale v případě rozhlasového poplatku se hlavní (a nadpoloviční) část (59 %) přiklonila k sumě, která současnou výši přesahuje.

¹⁰ Tento formát otázky zkoumající představu o adekvátní výši poplatku pro všechny domácnosti (tj. pro celou společnost) byl zvolen kvůli minimalizaci vlivu dalších faktorů (např. aktuální osobní finanční situace respondenta) na odpověď.

¹¹ Tento interval byl nastaven v návaznosti na dřívější studii postavenou na skupinových rozhovorech se zástupci české veřejnosti, která kromě jiného zkoumala představy o adekvátní výši poplatků, viz Urbániková, M. a Smejkal, K. (2023). Trust and Distrust in Public Service Media: A Case Study from the Czech Republic. *Media and Communication*, 11(4), 297-307.

¹² Viz <https://www.mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/5386cs-ministr-kultury-martin-baxa-se-zastupci-koalice-predstavil-tzv-velkou-medialni-novelu>.

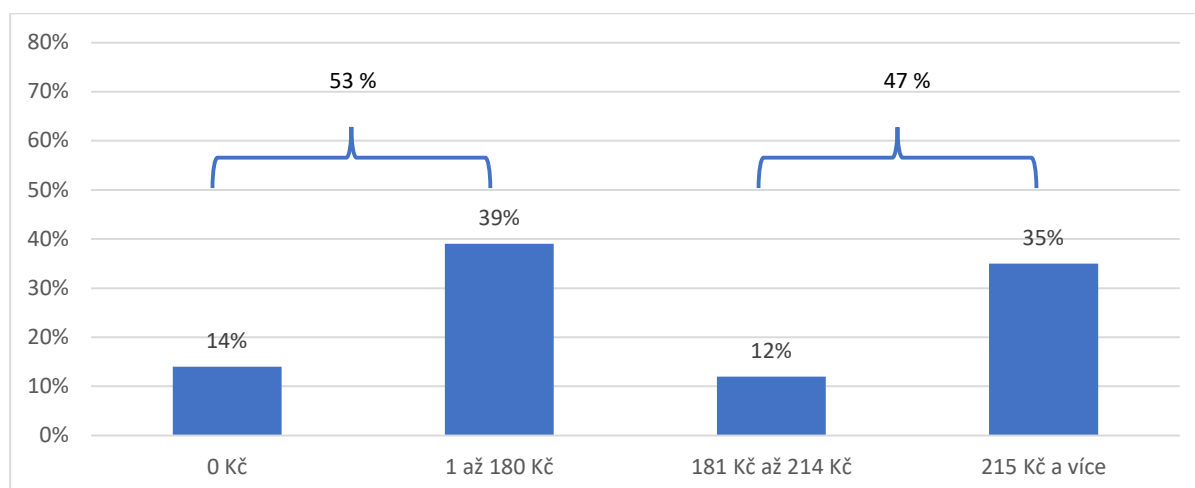
Graf 5 Představy o adekvátní výši televizního a rozhlasového poplatku



Znění otázky: Viz Tab. 1.

Srovnání celkové výše poplatků navrhované respondenty se současným stavem a s návrhem Ministerstva kultury ČR (MK ČR)¹³ pak ukazuje Graf 6. Těsná nadpoloviční většina dotazovaných (53 %) uvedla sumu, která je rovna nebo nižší, než je současná celková výše televizních a rozhlasových poplatků (tj. od 0 do 180 Kč). Tato skupina se rozpadá na dvě subkategorie: 39 % zvolilo poplatky v celkové výši od 1 do 180 Kč a 14 % poplatky jako takové odmítá a uvedlo sumu ve výši 0 Kč. Těsná menšina dotazovaných (47 %) naopak uvedla sumu přesahující současnou celkovou výši poplatků (tj. 181 Kč a více). I tato skupina se rozpadá na dvě subkategorie: 35 % dotazovaných uvedlo sumu rovnou nebo vyšší, než je suma navrhovaná ministerstvem (215 Kč a více), a 12 % dotazovaných uvedlo sumu, která je vyšší než současná výše poplatků, ale nižší než suma navrhovaná ministerstvem (181 Kč až 214 Kč).

Graf 6 Srovnání celkové výše poplatků za média veřejné služby navrhované respondenty se současným stavem a s návrhem MK ČR

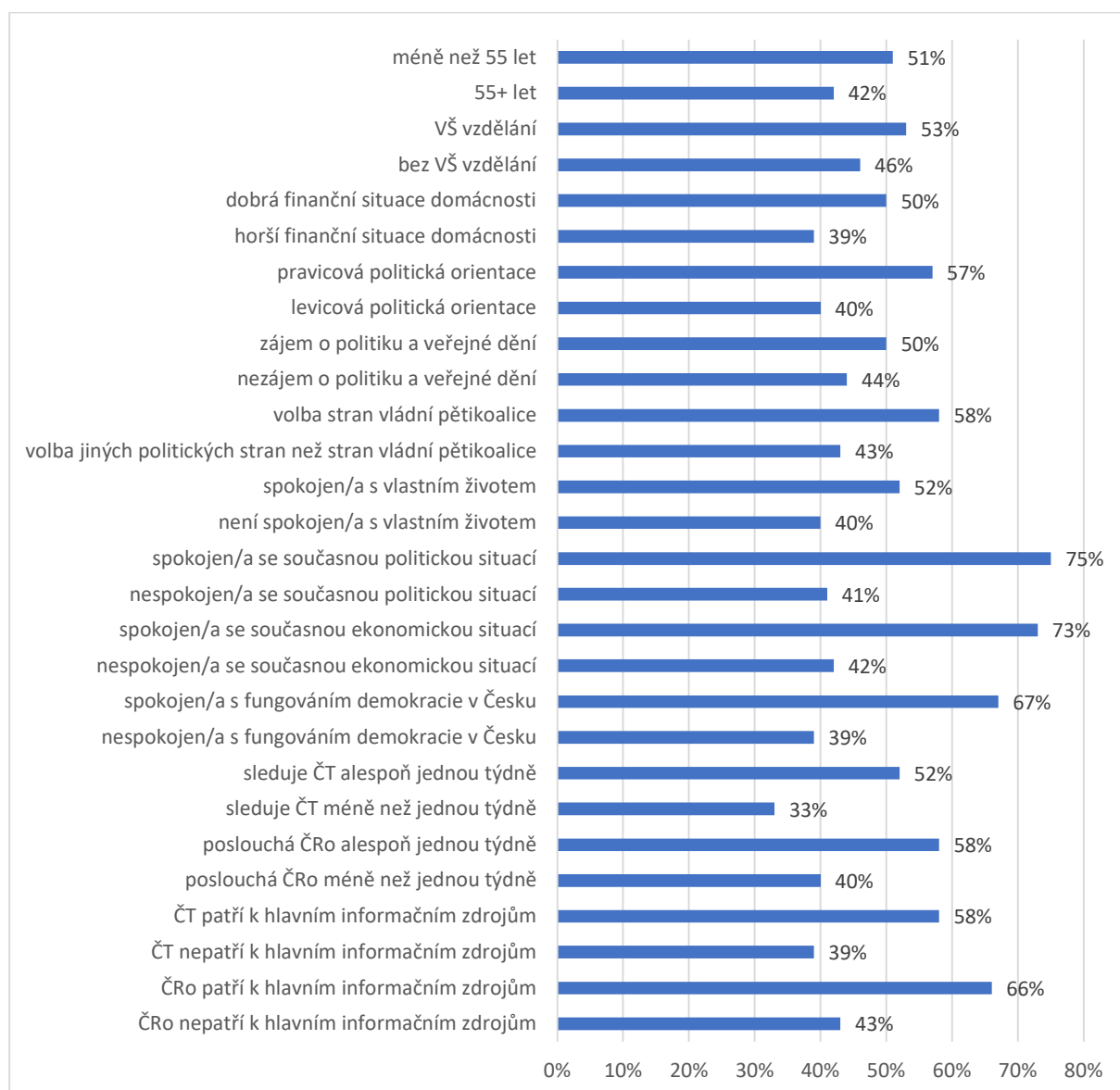


Znění otázky: Viz Tab. 1

¹³ Viz <https://www.mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/5386cs-ministr-kultury-martin-baxa-se-zastupci-koalice-predstavil-tzv-velkou-medialni-novelu>.

Sumu přesahující současnou celkovou výši poplatků (tj. 181 Kč a více) statisticky významně častěji volili respondenti mladší 55 let; ti s vysokoškolským vzděláním; ti, kteří finanční situaci své domácnosti hodnotí jako dobrou; ti, kteří uvedli, že ČT a ČRo sledují alespoň jednou týdně a že ČT a ČRo patří k jejich hlavním informačním zdrojům; ti, kteří deklarují příklon k pravici; ti, kteří uvedli, že se zajímají o politiku a veřejné dění; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany vládní pětikoalice; a ti, kteří uvedli, že jsou spokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie. Velikost rozdílů pak zachycuje Graf 7.

Graf 7 Podíl respondentů, kteří navrhli televizní a rozhlasové poplatky v celkové sumě přesahující jejich současnou výši 180 Kč (srovnání různých sociodemografických skupin)

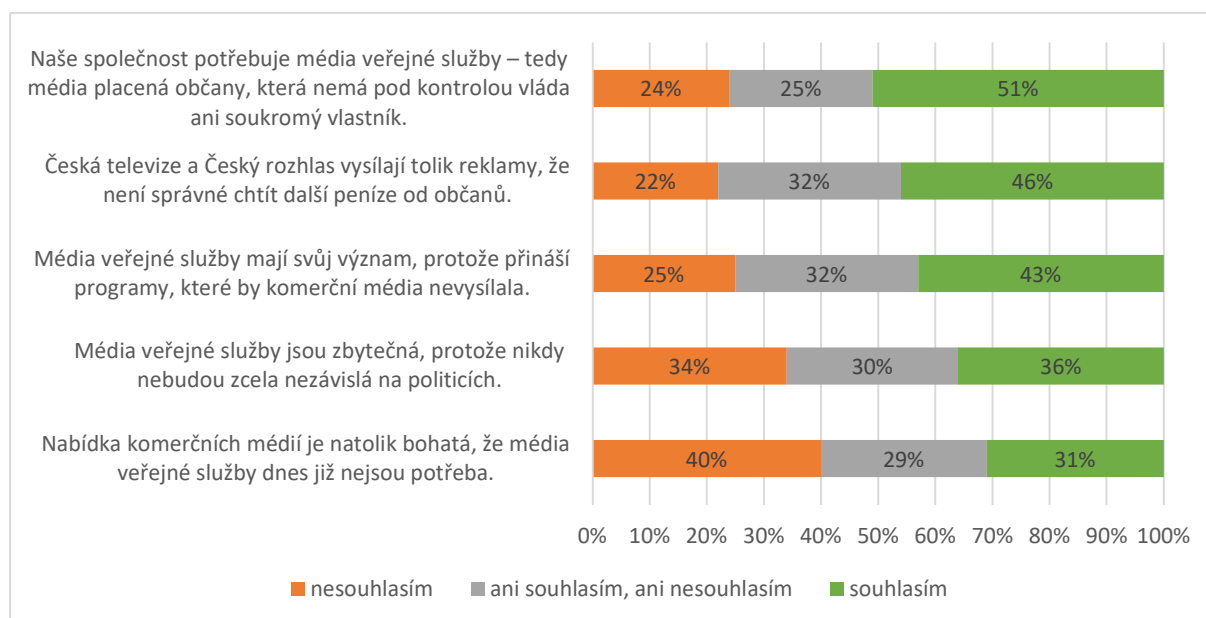


Znění otázky: Viz Tab. 1.

B. Podpora konceptu médií veřejné služby

Druhá sekce dotazníku zkoumala podporu konceptu médií veřejné služby. Jak ukazuje Graf 8, těsná většina dotazovaných (51 %) souhlasí s výrokem, že naše společnost potřebuje média veřejné služby, tedy média placená občany, která nemá pod kontrolou vláda ani soukromý vlastník. Největší, i když nikoliv nadpoloviční část respondentů (43 %) také souhlasí s tím, že média veřejné služby mají svůj význam, protože přináší programy, které by komerční média nevysílala. S výroky opačného charakteru, například že média veřejné služby jsou zbytečná, protože nikdy nebudou zcela nezávislá na politicích, nebo že nabídka komerčních médií je natolik bohatá, že média veřejné služby dnes již nejsou třeba, souhlasí zhruba třetina dotazovaných (36 %, resp. 31 %). Významná část respondentů (46 %) si také myslí, že ČT a ČRo vysílají tolik reklamy, že není správné chtít další peníze od občanů, což nekoresponduje se současnou právní úpravou, která možnosti reklamy v médiích veřejné služby výrazně omezuje.

Graf 8 Podpora konceptu médií veřejné služby

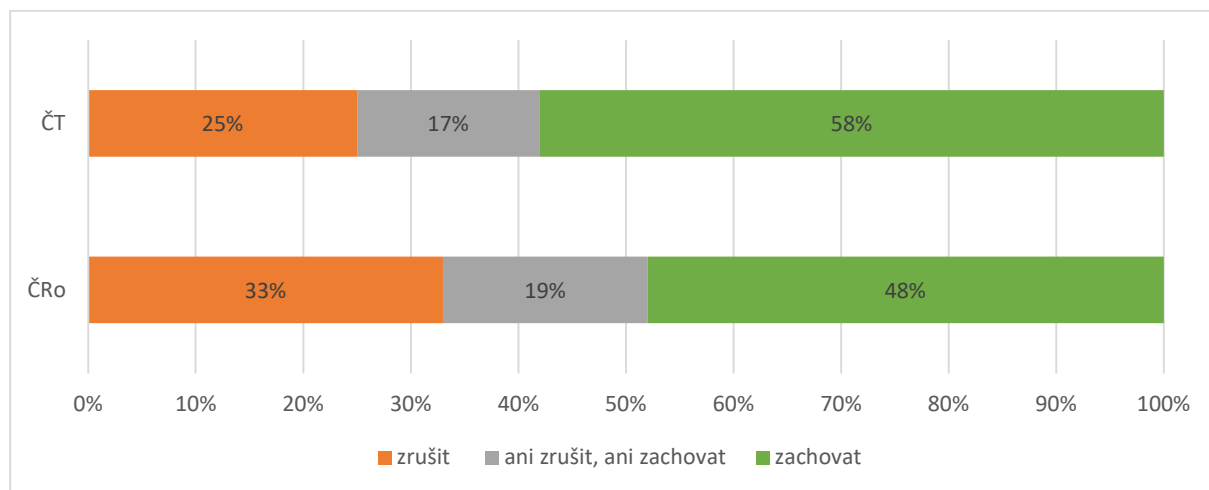


Znění otázky: Q5. *Nakolik souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími výroky týkajícími se médií veřejné služby? Média veřejné služby, nebo také veřejnoprávní média, jsou u nás například Česká televize a Český rozhlas. (rozhodně nesouhlasím 1–2–3–4–5 rozhodně souhlasím; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).*

Co se týče rozdílů mezi jednotlivými skupinami respondentů, média veřejné služby považují za potřebná pro naši společnost (první položka v Grafu 8) statisticky významně častěji lidé s vysokoškolským vzděláním; ti, kteří deklarují příklon k pravici; ti, kteří uvedli, že se zajímají o politiku a veřejné dění; lidé, kteří se zúčastnili posledních parlamentních voleb (tj. nejsou nevoliči); ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany vládní pětikoalice; ti, kteří finanční situaci své domácnosti hodnotí jako dobrou; ti, kteří uvedli, že jsou spokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou situací v Česku a s fungováním demokracie; a ti, kteří uvedli, že ČT a ČRo sledují alespoň jednou týdně a že tato média patří k jejich hlavním informačním zdrojům.

Dotazník se dále zaměřil na názor na zachování nebo zrušení ČT a ČRo. Podobně jako u představ o adekvátní výši rozhlasového a televizního poplatku, i v tomto případě si respondenti měli představit, že jsou poslanci v Poslanecké sněmovně a hlasuje se o zachování nebo zrušení ČT a ČRo. Jak ukazuje Graf 9, největší část dotazovaných, 58 % v případě ČT a 48 % v případě ČRo, by hlasovala pro zachování; pouze menšina, i když nikoliv zanedbatelná (25 % v případě ČT a 33 % v případě ČRo), by hlasovala pro zrušení.

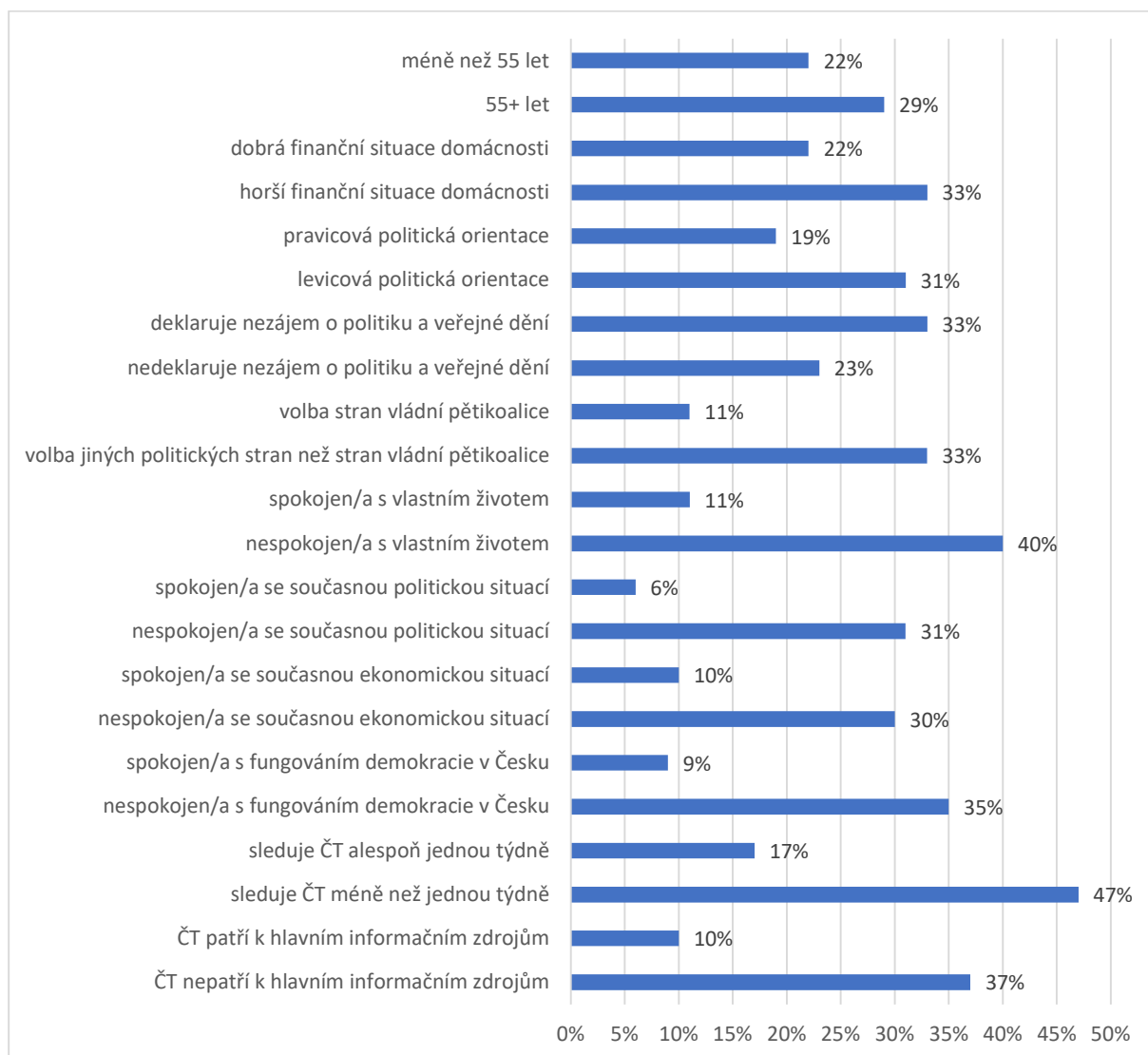
Graf 9 Postoj k zachování nebo zrušení ČT a ČRo



Znění otázky: Q6. Představte si, že jste poslancem nebo poslankyní v Poslanecké sněmovně a hlasuje se o tom, zda se ČT a ČRo zachová, nebo se zruší. Jak byste hlasoval/a? (rozhodně zrušit 1-2-3-4-5 rozhodně zachovat; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).

Pro zrušení ČT by statisticky významně častěji hlasovali lidé ve věku 55+ let; ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se uskromňovat nebo si půjčovat); lidé deklarující příklon k levici; ti, kteří uvedli, že je nezajímá politika a veřejné dění; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili jiné strany než strany současné vládní pětikoalice; ti, kteří uvedli, že jsou nespokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie; a ti, kteří uvedli, že ČT sledují méně než jednou týdně a že nepatří k jejich hlavním informačním zdrojům. Rozdíly mezi skupinami pak zachycuje Graf 10.

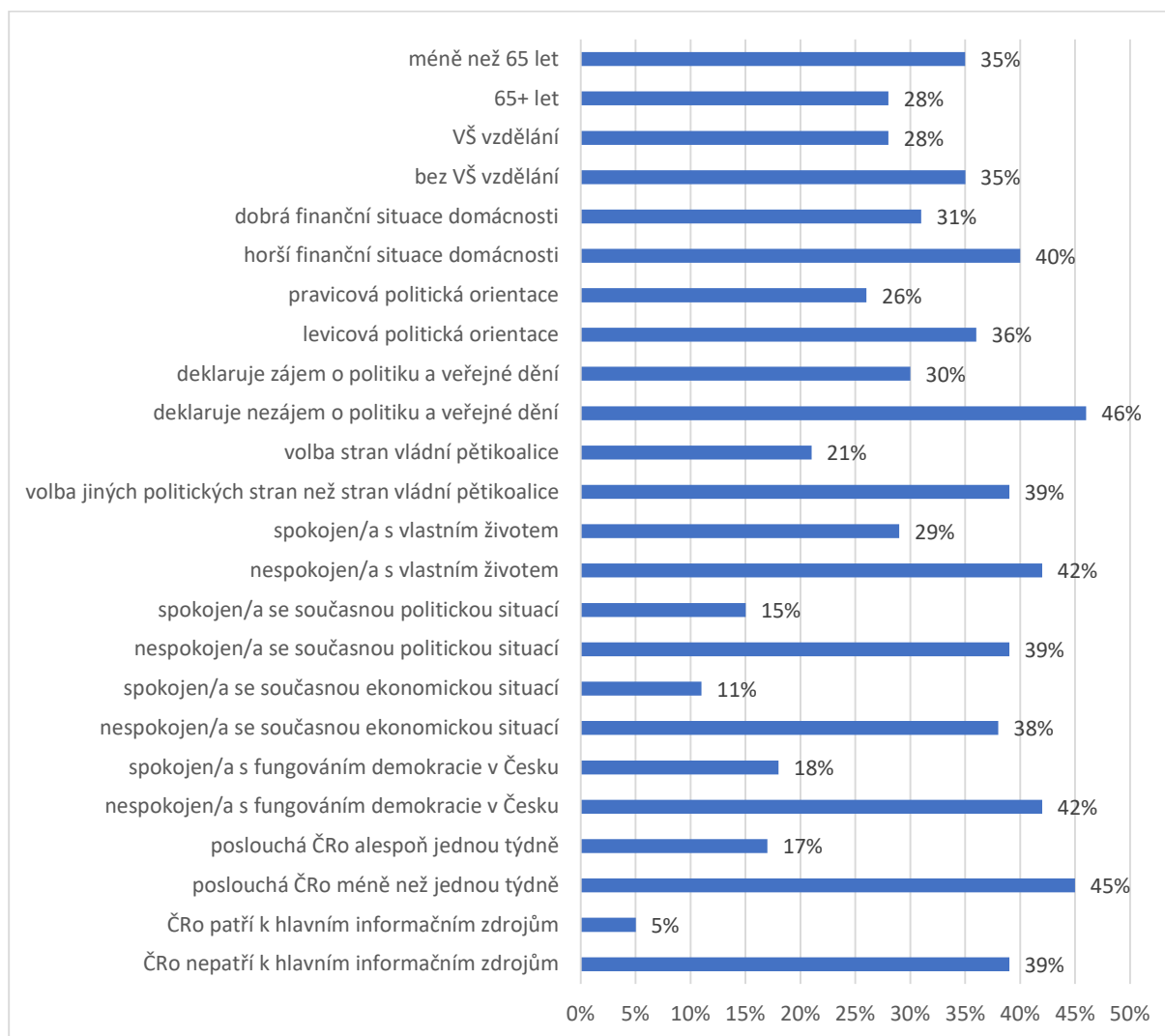
Graf 10 Podíl respondentů, kteří by hlasovali pro zrušení ČT (srovnání různých sociodemografických skupin)



Znění otázky: Viz Graf 9.

Pro zrušení ČRo by statisticky významně častěji hlasovali lidé ve věku do 65 let; ti bez vysokoškolského vzdělání; ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se usmířovat nebo si půjčovat); lidé deklarující příklon k levici; ti, kteří uvedli, že je nezajímá politika a veřejné dění; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili jiné strany než strany současné vládní pětikoalice; ti, kteří uvedli, že jsou nespokojeni se životem, který vedou, ani se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie; a ti, kteří uvedli, že ČRo poslouchají méně než jednou týdně a že nepatří k jejich hlavním informačním zdrojům. Rozdíly mezi skupinami pak zachycuje Graf 11.

Graf 11 Podíl respondentů, kteří by hlasovali pro zrušení ČRo (srovnání různých sociodemografických skupin)



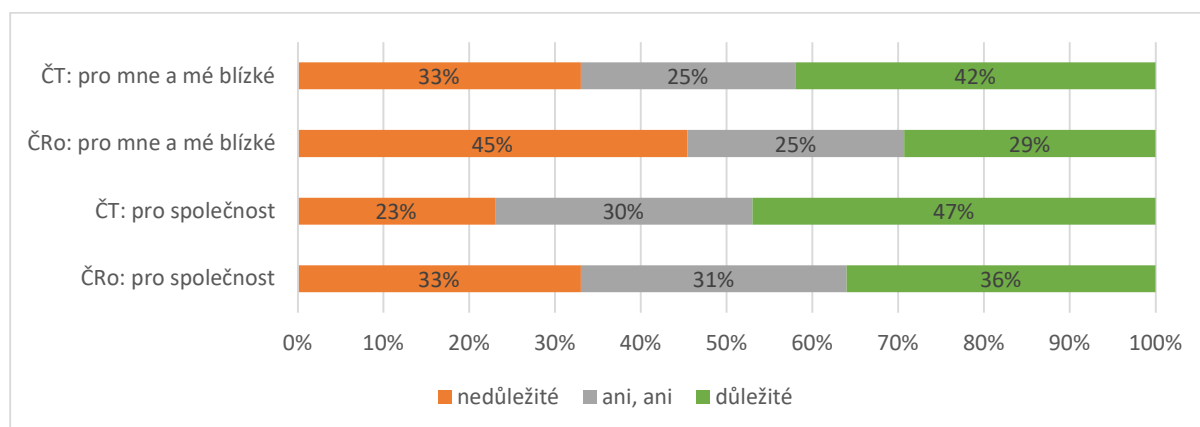
Znění otázky: Viz Graf 9.

Vnímanou důležitost ČT a ČRo pak zobrazuje Graf 12. Vnímaná důležitost pro společnost v případě obou médií přesahuje vnímanou osobní důležitost. Hlavní, ale nikoliv nadpoloviční část dotazovaných, vnímá ČT jako důležitou pro sebe a své blízké (42 %) a také pro společnost (47 %). V případě ČRo platí, že hlavní část dotazovaných jej nepovažuje za důležitý pro sebe a své blízké (45 %); hlavní část respondentů a respondentek (36 %) jej ale považuje za důležitý pro společnost. Zde je nutno upozornit, že rozhlas jako médium je obecně méně populární a ve srovnání s televizí zasahuje menší část publika; to platí jak v případě komerčních rozhlasových stanic, tak v případě ČRo (viz dále Graf 16). Kromě toho značná část respondentů (čtvrtina v případě osobní důležitosti a necelá třetina v případě společenské důležitosti) volila u ČT i ČRo střední, neutrální možnost.

Charakteristika lidí, kteří ČT a ČRo nepovažují za důležité ani pro sebe a své blízké, ani pro společnost, je v souladu s výše popsanou charakteristikou těch, kteří by hlasovali pro zrušení ČT a ČRo. Statisticky významně častěji jde o lidi, kteří mají jiné než

vysokoškolské vzdělání; ty, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se usmýšlet nebo si půjčovat); ty, kteří uvedli, že je nezajímá politika a veřejné dění; lidé s jinou než pravicovou politickou orientací; ty, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany ANO, SPD a Trikolóra / Svobodní / Soukromníci; ty, kteří uvedli, že nejsou spokojeni se životem, který vedou, ani se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie; ty, kteří uvedli, že ČT a ČRo nesledují; a ty, kteří uvedli, že ČT a ČRo nepatří k jejich hlavním informačním zdrojům.

Graf 12 Vnímaná důležitost ČT a ČRo

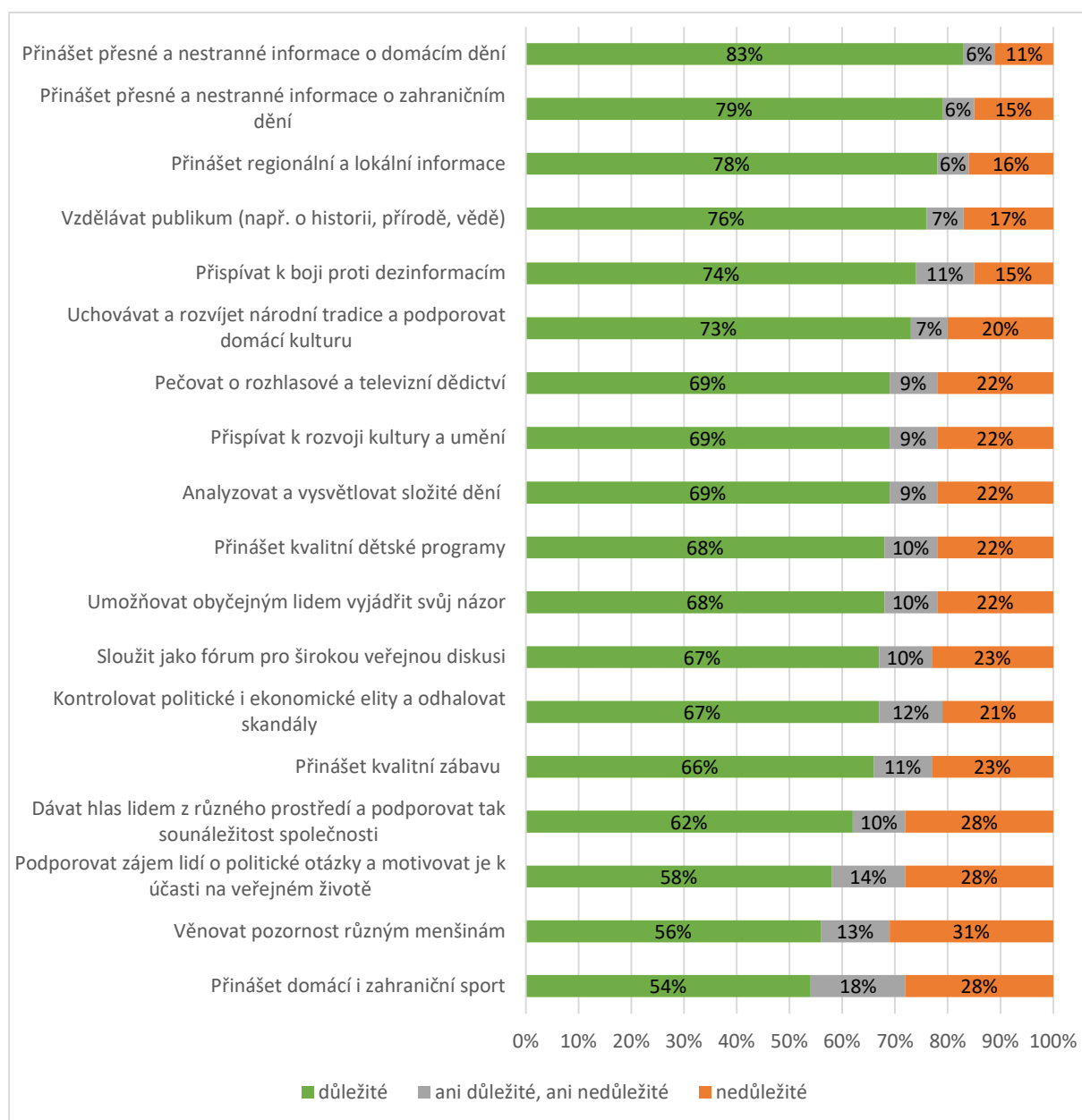


Znění otázky: Q7. Jak důležité jsou Česká televize a Český rozhlas pro Vás a Vaše blízké? A jak důležité jsou podle Vás pro českou společnost? (rozhodně nedůležité 1–2–3–4–5 rozhodně důležité; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).

C. Očekávání od médií veřejné služby

Třetí sekce dotazníku mapovala očekávání veřejnosti od médií veřejné služby. Obecně lze říct, že česká veřejnost se jasně klání k širokému poslání a mandátu médií veřejné služby a od ČT a ČRo očekává naplňování celé řady úkolů a funkcí (Graf 13). Takřka univerzální shoda panuje na důležitosti informační funkce (přinášet přesné a nestranné informace o domácím, zahraničním a regionálním i lokálním dění; přispívat k boji proti dezinformacím), vzdělávací funkce (vzdělávat publikum) a funkce podpory národních tradic a domácí kultury (uchovávat a rozvíjet národní tradici a podporovat domácí kulturu). Naplňování těchto úkolů považuje za důležité 73 % až 83 % dotazovaných. Zhruba dvě třetiny respondentů také považují za důležitou kulturní a uměleckou funkci (přispívat k rozvoji kultury a umění; pečovat o rozhlasové a televizní dědictví), klasické žurnalistické funkce v podobě analýzy dění a kontroly politických a ekonomických elit, vysílání programů pro děti, zábavní funkci (vysílání kvalitních zábavních programů), a pak také funkci veřejného fóra (aby média veřejné služby umožňovala obyčejným lidem vyjádřit svůj názor a sloužila jako fórum pro širokou veřejnou diskusi). Více než polovina dotazovaných také považuje za důležitou sociálně-kohezivní funkci (dát hlas lidem z různého prostředí a podporovat tak soudržnost společnosti), funkci podpory občanství (podporovat zájem lidí o politické otázky a motivovat je k účasti na veřejném životě), tvorbu obsahu pro různé menšiny a také přinášení domácího a zahraničního sportu.

Graf 13 Představy o úkolech a funkcích, které by měly ČT a ČRo naplňovat



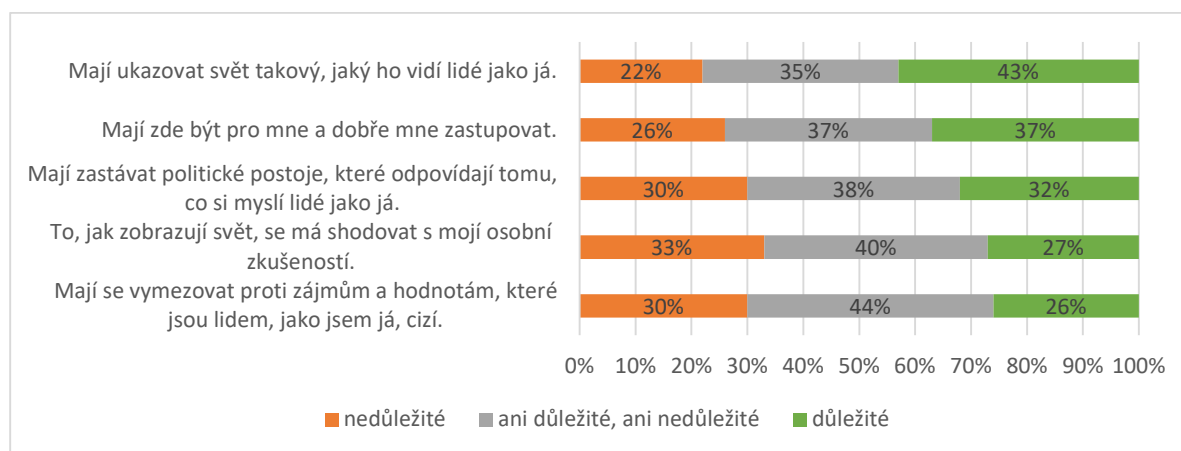
Znění otázky: Q8. Jak důležité nebo nedůležité jsou z Vašeho pohledu následující úkoly a funkce, které by měla média veřejné služby, tedy Česká televize a Český rozhlas, naplňovat? (rozhodně nedůležité 1–2–3–4–5 rozhodně důležité; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).

Relativně nižší vnímaná důležitost některých úkolů neznamena, že by byly nutně irelevantní. Projevuje se zde to, že zatímco na základních funkcích se většina lidí shodne, u těch dalších mají různé skupiny různé potřeby a preference. Například dotazovaní ve věku nad 55 let statisticky významně častěji považují za důležitou podporu kultury a umění, rozvíjení národních tradic a kvalitní zábavu; mladší lidé zase častěji považují za důležitý boj proti dezinformacím a podporu zájmu o politiku a veřejné dění. Ženy přikládají vyšší důležitost kvalitní zábavě a obsahu pro menšiny, muži zase sportovním programům. Lidé bez vysokoškolského vzdělání, v horší ekonomické situaci, s levicovou politickou orientací, voliči ANO a ti, kteří nejsou spokojeni se svým životem, se současnou politickou a ekonomickou situací a s fungováním demokracie v Česku, zase

častěji považují za důležité, aby média veřejné služby umožňovala obyčejným lidem vyjádřit svůj názor.

Vedle tradičních úkolů médií veřejné služby se dotazník zaměřil také na mapování očekávání ohledně toho, jak mají tato média zobrazovat svět (Graf 14). Kohezivní funkce ve smyslu reprezentace „nás“ a vymezování se proti „cizím“ má pouze relativně malou, zhruba třetinovou podporu. Jistou výjimkou je očekávání, že média veřejné služby „mají ukazovat svět takový, jaký ho vidí lidé jako já“, s čímž se ztotožňuje 43 % dotazovaných. Lze tedy shrnout, že česká společnost od médií veřejné služby očekává zejména naplňování tradičních úkolů a funkcí, zatímco očekávání v podobě obrany skupinových hodnot a vymezování se vůči „cizím“ hodnotám má mnohem menší podporu.

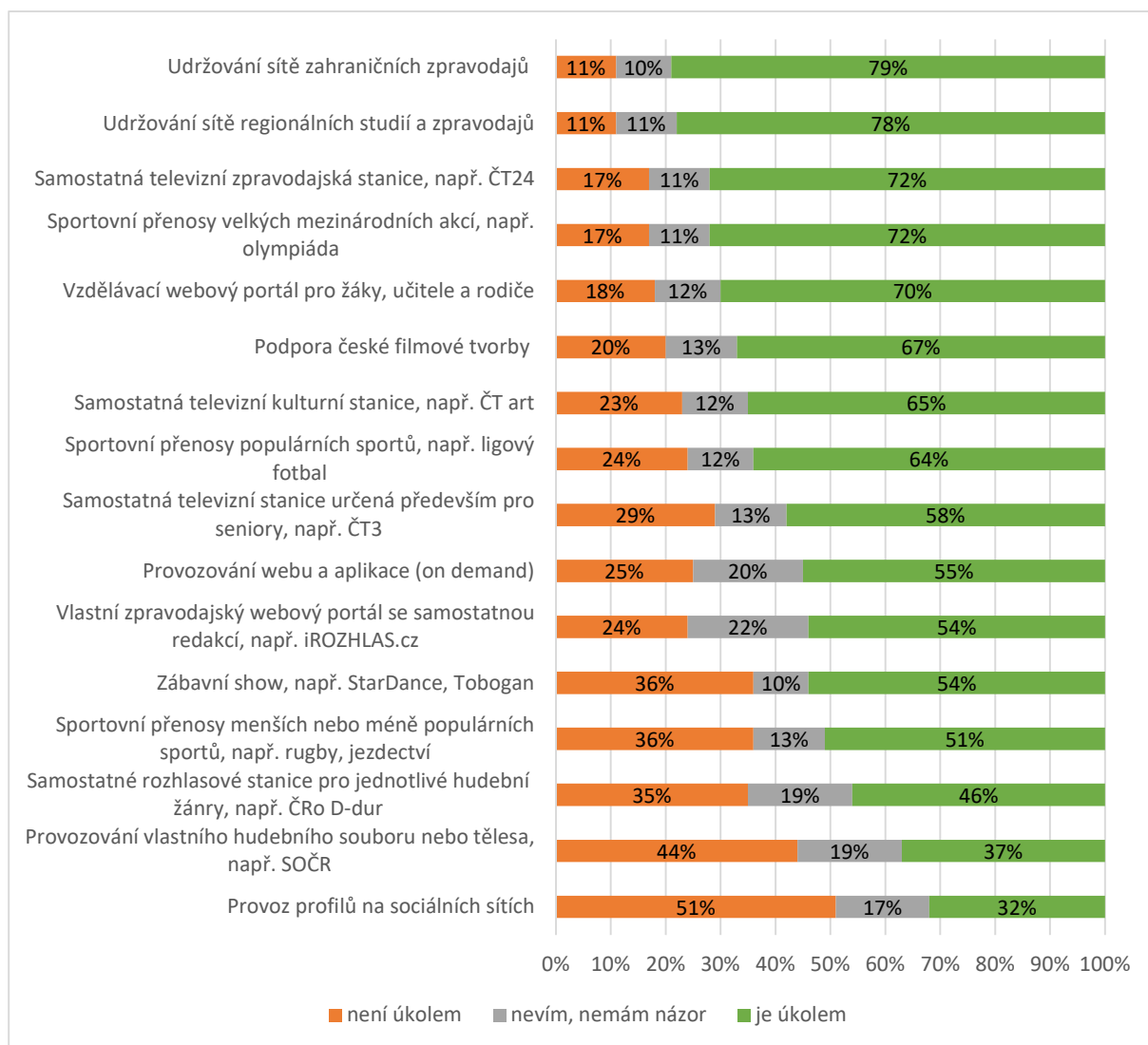
Graf 14 Představy o tom, jak by média veřejné služby měla zobrazovat svět



Znění otázky: Q9. Jak důležité nebo nedůležité je, aby média veřejné služby, tedy Česká televize a Český rozhlas, naplňovala následující charakteristiky? (rozhodně nedůležité 1–2–3–4–5 rozhodně důležité; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).

Jelikož rozsah poslání médií veřejné služby je někdy předmětem diskusí, dotazník mapoval také představy veřejnosti o jeho hranicích (Graf 15). Ty jsou obecně v souladu s výše popsány očekávanými rolemi a funkcemi. Vysoká shoda panuje v oblasti poskytování různých služeb souvisejících s naplňováním informační funkce, jako je udržování sítě zahraničních zpravodajů, sítě regionálních studií a zpravodajů a provoz samostatné zpravodajské stanice: to za součást veřejné služby považuje 72 % až 79 % dotazovaných. Vysokou podporu má i vysílání velkých sportovních akcí jako například olympiády (72 %), naplňování vzdělávací funkce prostřednictvím provozu vzdělávacího webového portálu pro žáky, učitele a rodiče (70 %) a rozvoj domácí kultury prostřednictvím podpory českého filmu (67 %). Kromě toho více než polovina dotazovaných považuje za součást veřejné služby provoz samostatné kulturní stanice (např. ČT art) a stanice pro seniory (např. ČT3), sportovní přenosy populárních i méně populárních sportů, provoz vlastního webu a aplikace umožňující sledování a poslech na vyžádání (tzv. on demand), provoz vlastního webového zpravodajského portálu jako je iRozhlas.cz a produkci zábavních pořadů (např. StarDance nebo Tobogan). Hlavní, i když nikoliv nadpoloviční část dotazovaných (46 %), považuje za součást veřejné služby také provoz samostatných žánrových rozhlasových stanic, jako je například ČRo D-dur. Pouze menšina tak ale vnímá provoz vlastního hudebního souboru a provoz profilů na sociálních sítích.

Graf 15 Představy o hranicích veřejné služby



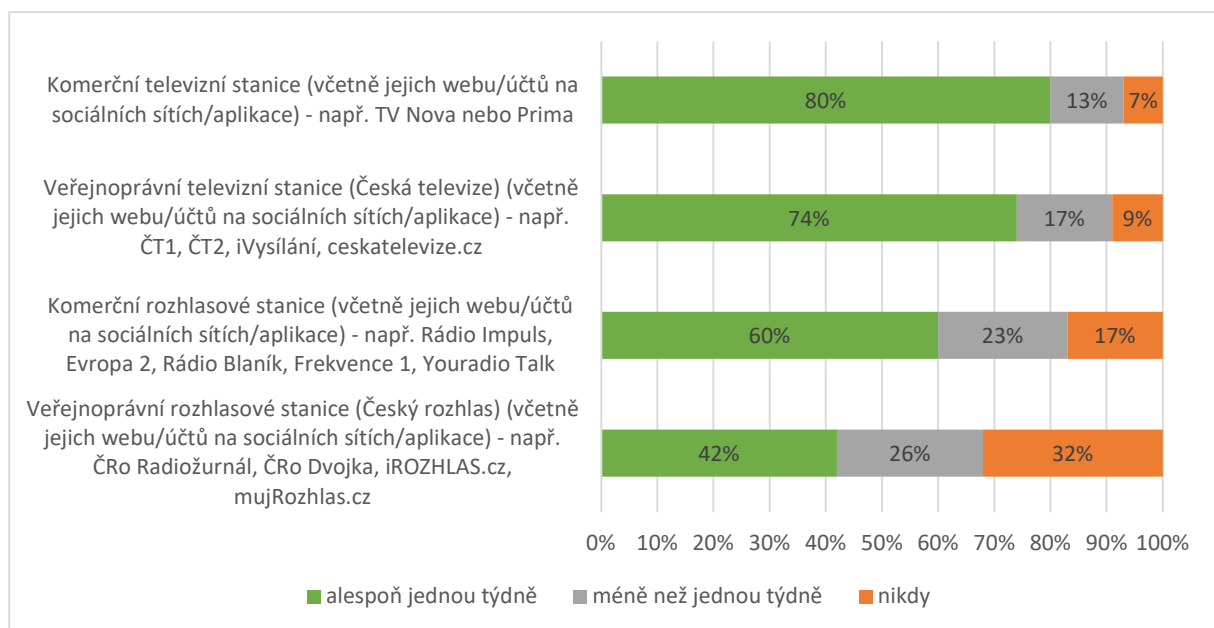
Znění otázky: Q28. Do jaké míry podle Vás je nebo naopak není poskytování následujících služeb úkolem médií veřejné služby (ČT a ČRo)? (rozhodně není úkolem; spíše není úkolem; spíše je úkolem; rozhodně je úkolem; nevím, nemám názor; rekodované odpovědi rozhodně + spíše není úkolem; rozhodně + spíše je úkolem; nevím, nemám názor).

I zde platí, že různé sociodemografické skupiny mají různé preference, a některé služby, i když nemají masovou podporu, mohou být pro média veřejné služby cenným způsobem, jak danou cílovou skupinu oslovit. Například provoz webového portálu a aplikace, které slouží pro sledování nebo poslech živého vysílání i vysílání z online archivu (např. iVysílání nebo mujRozhlas.cz), a také provoz profilů na sociálních sítích považují statisticky významně častěji za součást veřejné služby mladší lidé do 45 let věku. Naopak starší generace nad 65 let tak častěji vnímá provoz stanice určené především pro seniory. Muži obecně a pak také lidé, kteří v posledních parlamentních volbách volili stranu ANO, častěji vnímají jako součást veřejné služby přenosy populárních sportů jako je ligový fotbal nebo hokej. Ženy, voliči strany ANO a lidé bez vysokoškolského vzdělání za součást veřejné služby častěji považují zábavní pořady.

D. Konzumace médií veřejné služby a komerčních médií

Čtvrtá sekce dotazníku zkoumala sledovanost a poslechovost médií veřejné služby a komerčních médií.¹⁴ Některou z komerčních televizních stanic (včetně jejich webu/účetů na sociálních sítích nebo aplikací), jako je TV Nova nebo Prima, alespoň jednou týdně sleduje 80 % dotazovaných; v případě České televize jde o 74 % (Graf 16). Poslechovost rozhlasových stanic je pak obecně nižší. Některou z komerčních rozhlasových stanic (opět včetně jejich webu/účetů na sociálních sítích nebo aplikací) poslouchá alespoň jednou týdně 60 % dotazovaných, zatímco v případě stanic Českého rozhlasu jde o 42 %.

Graf 16 Sledovanost a poslechovost komerčních médií a médií veřejné služby



Znění otázky: Q10. Jak často obvykle sledujete následující televizní a rozhlasové stanice? (každý den nebo téměř každý den; dva až třikrát týdně; jednou týdně; méně než jednou týdně; nikdy; rekódované odpovědi každý den nebo téměř každý den + dva až třikrát týdně + jednou týdně; méně než jednou týdně; nikdy).

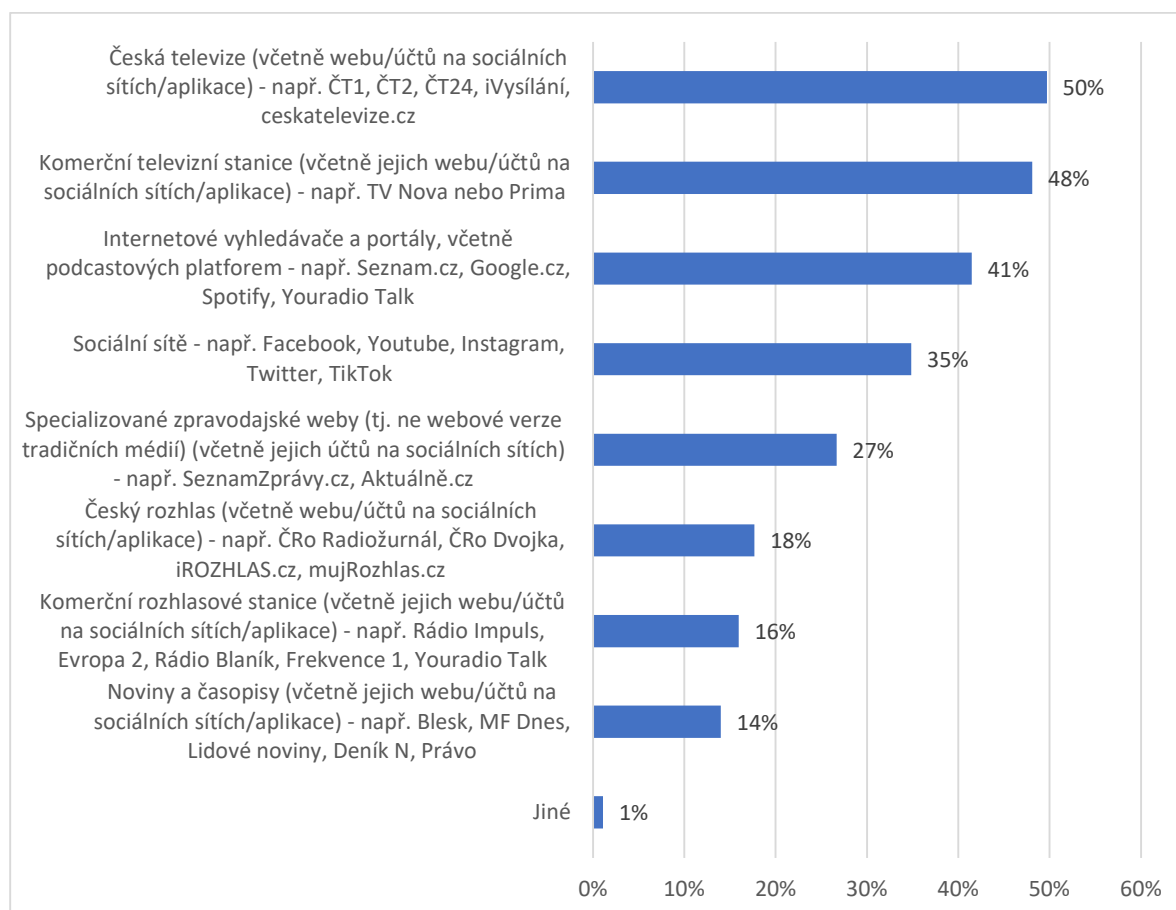
Českou televizi a Český rozhlas alespoň jednou týdně statisticky významně častěji sledují lidé s vysokoškolským vzděláním; ti s deklarovanou pravicovou politickou orientací; ti, kteří v posledních volbách volili koalici SPOLU; ti, kteří ekonomickou situaci své domácnosti hodnotí jako dobrou; ti, kteří deklarují spokojenost s životem, jaký vedou, a také s politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie; a ti se zájmem o politiku a veřejné dění. Rozdíl zde spočívá ve věku, kdy ČT alespoň jednou týdně statisticky významně častěji sledují lidé nad 45 let, zatímco v případě ČRo jsou to lidé nad 65 let. Komerční televizní stanice alespoň jednou týdně statisticky významně častěji sledují lidé bez vysokoškolského vzdělání; ti se zájmem o politiku a veřejné dění; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili stranu ANO; a ti, kteří deklarují

¹⁴ Pro srovnání, podrobnější data o sledovanosti jednotlivých televizních stanic na základě robustnějšího výzkumného souboru pravidelně přináší měření Asociace televizních organizací (<https://www.ato.cz/>; viz také <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-data-o-vysilani/grafy-divackeho-ohlasu-kolace/>), data o poslechovosti pak Radioprojekt (<https://www.median.eu/cs/?p=3219>).

nespokojenost s životem, jaký vedou. Komerční rozhlasové stanice alespoň jednou týdně statisticky významně častěji sledují lidé, kteří ekonomickou situaci své domácnosti hodnotí jako dobrou; u dalších charakteristik nebyl patrný výraznější rozdíl.

Vedle obecné sledovanosti se dotazník zaměřil také na hlavní informační zdroje respondentů o aktuálním dění (Graf 17). Celkem 14 % dotazovaných uvedlo, že informace o aktuálním dění nesleduje vůbec nebo jen zřídka. Zbylí dotazovaní (86 % z celkového počtu) pak mohli označit až tři různé zdroje, ze kterých nejčastěji čerpají informace. Nejvyšší podíl z nich, až 50 %, označil Českou televizi, následovanou komerčními televizními stanicemi (48 %) a internetovými vyhledávací a portály včetně podcastových platforem (41 %). Zhruba třetina (35 %) má mezi hlavními zdroji informací také sociální sítě, zhruba čtvrtina (27 %) specializované zpravodajské weby. Další možnosti pak byly méně časté. Charakteristiky lidí, kteří statisticky významně častěji uvádějí jako své hlavní informační zdroje ČT a ČRo, se obecně shodují s výše uvedenými charakteristikami těch, kteří ČT a ČRo sledují alespoň jednou týdně.

Graf 17 Hlavní zdroje informací o aktuálním dění

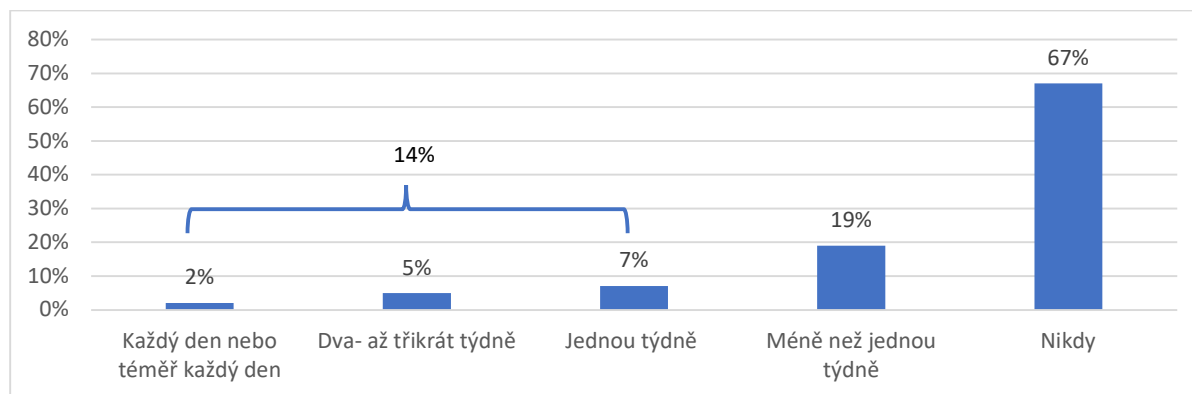


Znění otázky: Q11. Jaké jsou Vaše hlavní zdroje informací o aktuálním dění? Označte nejvíce tři možnosti. N = 1466.

Další otázka směřovala na konzumaci obsahů od tzv. alternativních médií nebo osobností (konkrétní znění otázky je uvedeno pod Grafem 18). Přibližně dvě třetiny dotazovaných uvedly, že produkci takových médií nebo osobností vůbec nesledují. Celkem 14 % je sleduje alespoň jednou týdně a dalších 19 % méně než jednou týdně. Tato média a

osobnosti alespoň někdy statisticky významně častěji sledují lidé, kteří se posledních parlamentních voleb neúčastnili nebo v nich volili strany ANO a SPD; ti, kteří deklarují nezájem o politiku a veřejné dění, nespokojenost s životem, jaký vedou, a také s politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie.

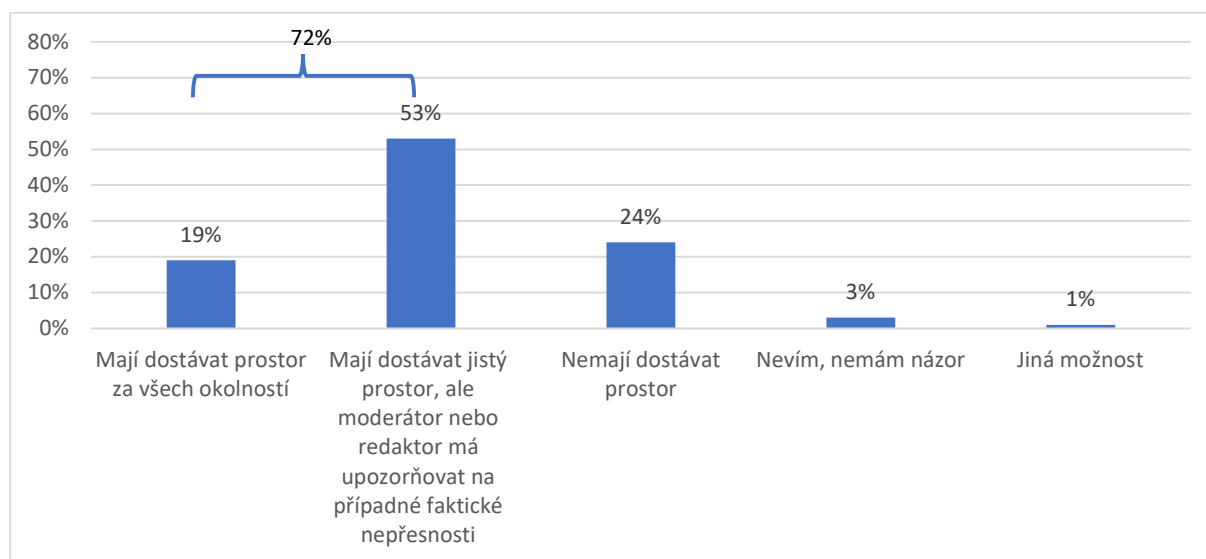
Graf 18 Sledování tzv. alternativních médií nebo osobností



Znění otázky: Q12. Kromě médií hlavního proudu sledují někteří lidé i tzv. alternativní média (např. CZ24 News, Sputnik, Aeronet, apod.) nebo osobnosti (např. Patrik Tušl, Jindřich Rajchl, Jana Peterková), které přináší jiný pohled na svět. Jak často sledujete nebo čtete obsahy z takových médií nebo od takových lidí?

Dotazník zkoumal také to, zda a v jaké podobě by podle respondentů měly názory z těchto alternativních médií dostávat prostor i v médiích veřejné služby. Jak ukazuje Graf 19, celkem téměř tři čtvrtiny dotazovaných si myslí, že i tyto názory by zde prostor dostat měly. Podrobněji, více než polovina (53 %) se přiklání k tomu, aby zde sice jistý prostor dostaly, ale aby moderátor nebo redaktor zároveň upozorňoval na případné faktické nepřesnosti; další téměř pětina (19 %) se však domnívá, že by tyto názory měly dostat prostor za všech okolností, tj. i bez korekce. Necelá čtvrtina (24 %) si myslí, že tyto názory by v médiích veřejné služby neměly dostat prostor za žádných okolností.

Graf 19 Představy o prostoru, jaký mají v médiích veřejné služby dostávat názory z alternativních médií



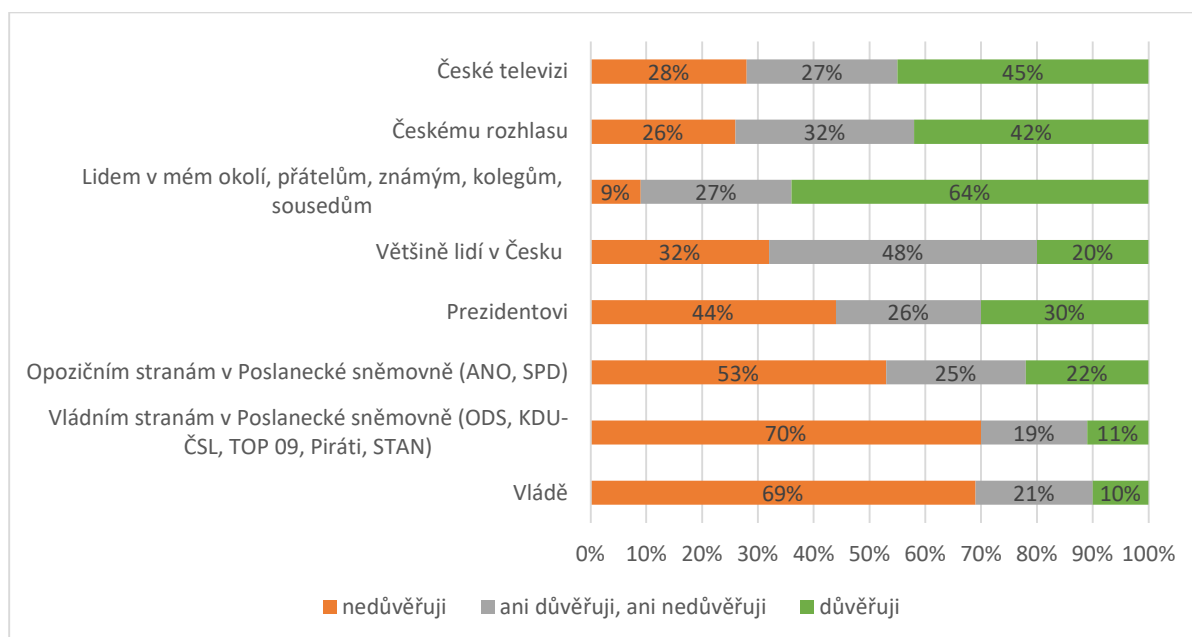
Znění otázky: Q13. Do jaké míry podle Vás mají nebo nemají názory z těchto alternativních médií dostávat prostor v médiích veřejné služby?

E. Hodnocení a spokojenost s médii veřejné služby

Pátá sekce dotazníku se zaměřila na hodnocení a spokojenost s médii veřejné služby. V první řadě, z hlediska důvěry lze říct, že největší (i když nikoliv nadpoloviční) část dotazovaných České televizi a Českému rozhlasu důvěřuje (45 %, resp. 42 %). Další část (27 %, resp. 32 %) volila střední, neutrální možnost, což může být projevem jisté opatrnosti a obezřetnosti, nebo také nezájmu či nerozhodnosti. Zbylí respondenti pak deklarovali nedůvěru (28 %, resp. 26 %). Dotazník přímo nesrovnával míru důvěry v média veřejné služby a komerční média, jelikož tato otázka je součástí pravidelných sběrů dat v rámci studií Reuters Digital News Report a Eurobarometer. Podle obou zdrojů¹⁵ jsou pro českou veřejnost dvěma nejdůvěryhodnějšími zdroji informací Česká televize a Český rozhlas, před komerčními médii.

Samostatná otázka se pak ptala na interpersonální důvěru a důvěru vybraným ústavním institucím; pro snadnější srovnání jsou pak výsledky společně zobrazeny v Grafu 20. Respondenti celkově nejvíce důvěřují lidem ve svém okolí (64 %). Naopak klíčovým ústavním institucím (prezidentovi, opozičním a koaličním stranám, vládě) a také obecně všem lidem v Česku pak důvěřuje pouze menšina dotazovaných.

Graf 20 Důvěra médiím veřejné služby, interpersonální důvěra a důvěra vybraným ústavním institucím



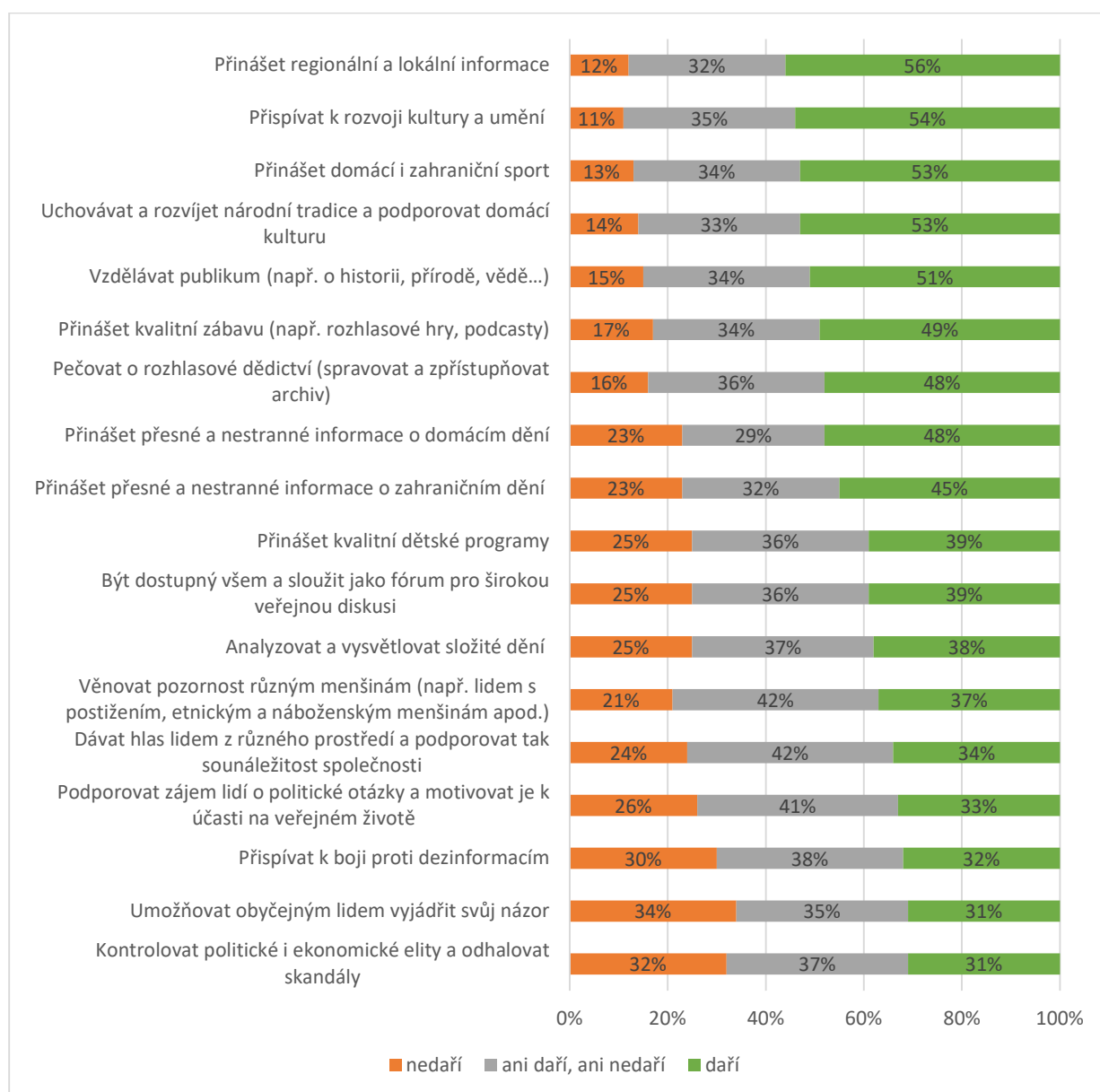
Znění otázky: Q14. *Nakolik Vy osobně důvěřujete nebo nedůvěřujete médiím veřejné služby, tedy České televizi a Českému rozhlasu?* Q31. *Nakolik důvěřujete lidem, vládě, parlamentní koalici, parlamentní opozici a prezidentovi? (vůbec nedůvěřuji 1–2–3–4–5 zcela důvěřuji; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).*

¹⁵ Štětka, V. (2023). Czech Republic. In Newman, N. et al., *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/czech-republic>

European Union (2023). *News & Media Survey 2023*. Flash Eurobarometer. <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=89601>

Další otázky se týkaly hodnocení toho, jak dobře nebo špatně ČT a ČRo a naplňují své úkoly. V případě Českého rozhlasu platí, že u velké většiny úkolů podíl spokojených převyšuje podíl nespokojených (Graf 21). Shoda na kladném hodnocení se týká zejména těch úkolů, které v předchozí sekci respondenti nejčastěji označili za významné (Graf 13). Podle více než poloviny dotazovaných se ČRo dobře daří přinášet regionální a lokální informace, přispívat k rozvoji kultury a umění, přinášet sport, uchovávat a rozvíjet národní tradice a podporovat domácí kulturu a také vzdělávat publikum. Pouze u naplňování tří úkolů – umožňovat obyčejným lidem vyjádřit svůj názor; kontrolovat politické i ekonomické elity a odhalovat skandály; přispívat k boji proti dezinformacím – je podíl spokojených a nespokojených zhruba vyrovnaný. Zároveň je třeba doplnit, že více než čtvrtina respondentů vždy volila možnost nevím/nemám názor (do grafu proto nejsou zahrnuti); jde vesměs o ty, kteří zároveň uvedli, že ČRo nikdy neposlouchají.

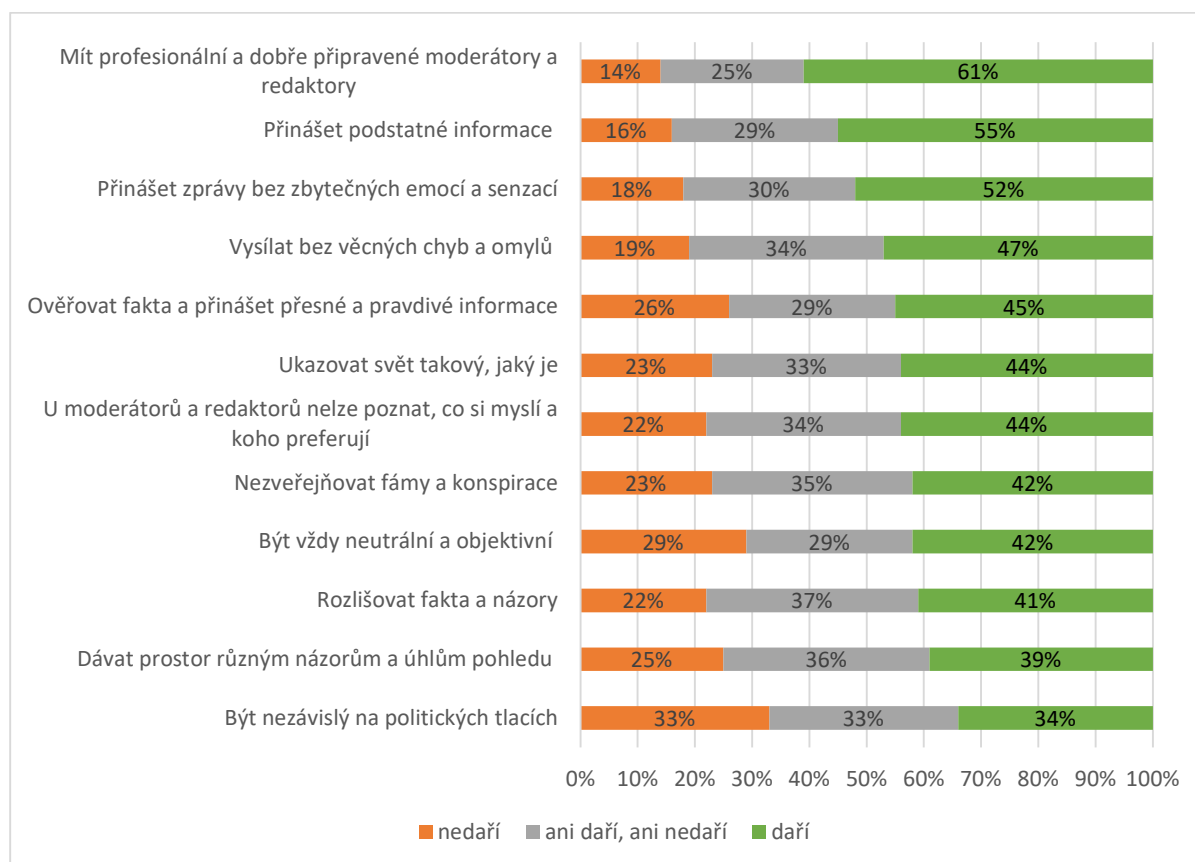
Graf 21 Český rozhlas: spokojenost s naplňováním úkolů médií veřejné služby



Znění otázky: Q15. Jak dobře nebo špatně se podle Vás daří Českému rozhlasu naplňovat následující úkoly? (vůbec nedaří 1–2–3–4–5 zcela daří; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1137 až 1304.

Lidé hodnotí Český rozhlas převážně kladně i z hlediska dodržování základních žurnalistických pravidel (Graf 22). U všech pravidel je podíl respondentů, podle nichž je ČRo dodržuje, vyšší než podíl těch, kteří si myslí opak. Nejvyšší podíl respondentů, více než polovina, oceňuje, že ČRo má profesionální a dobře připravené moderátory a redaktory, přináší podstatné informace a činí tak bez zbytečných emocí a senzací. Naopak relativně nejmenší spokojenost panuje v oblasti vnímané nezávislosti na politických tlacích; zde je podíl spokojených a nespokojených zhruba stejný. I v tomto případě platí, že více než čtvrtina vždy volila možnost nevím/nemám názor (v grafu nejsou zahrnuti), což opět souvisí s tím, že část respondentů Český rozhlas neposlouchá.

Graf 22 Český rozhlas: spokojenost s dodržováním žurnalistických pravidel

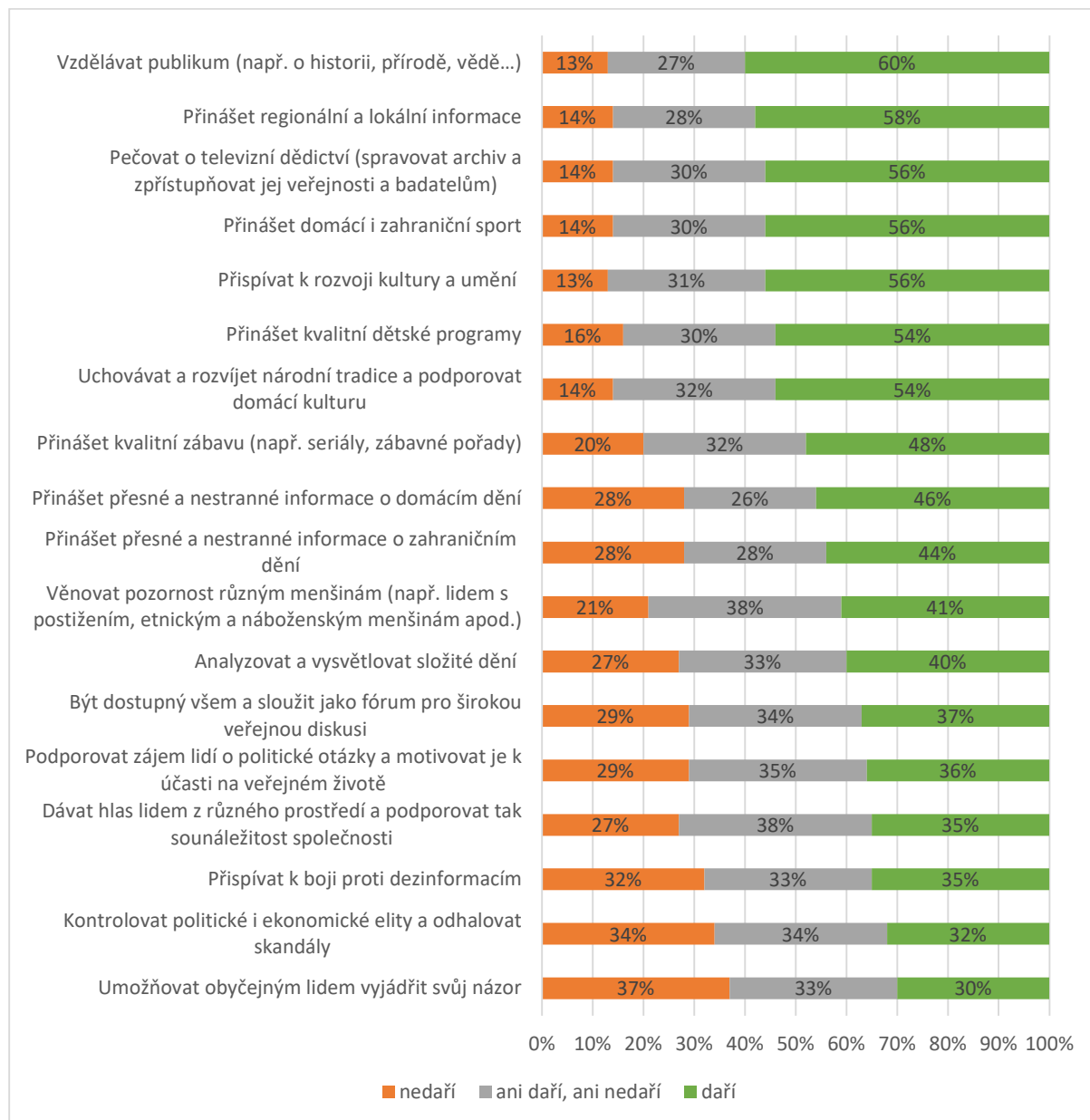


Znění otázky: Q16. Jak se podle Vás Českému rozhlasu daří nebo naopak nedaří dodržovat následující žurnalistická pravidla? (vůbec nedaří 1–2–3–4–5 zcela daří; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1195 až 1331.

I v případě České televize je hodnocení toho, jak dobře coby médium veřejné služby naplňuje své úkoly, vesměs pozitivní (Graf 23). I zde u velké většiny úkolů podíl spokojených převyšuje podíl nespokojených. Shoda na kladném hodnocení se týká zejména těch úkolů, které v předchozí sekci respondenti nejčastěji označili za významné (Graf 13). Podle více než poloviny dotazovaných se České televizi dobře daří vzdělávat publikum, přinášet regionální a lokální informace, pečovat o televizní dědictví, přinášet domácí a zahraniční sport, přispívat k rozvoji kultury a umění, přinášet kvalitní dětské programy a také uchovávat a rozvíjet národní tradice a podporovat domácí kulturu. Naopak nejmenší spokojenost panuje s tím, do jaké míry ČT umožňuje obyčejným lidem

vyjádřit svůj názor (zde podíl nespokojených jasně převyšuje podíl spokojených) a také s přispíváním k boji proti dezinformacím a s kontrolou politických a ekonomických elit a odhalováním skandálů (zde je podíl spokojených a nespokojených zhruba vyrovnaný).

Graf 23 Česká televize: spokojenost s naplňováním úkolů médií veřejné služby

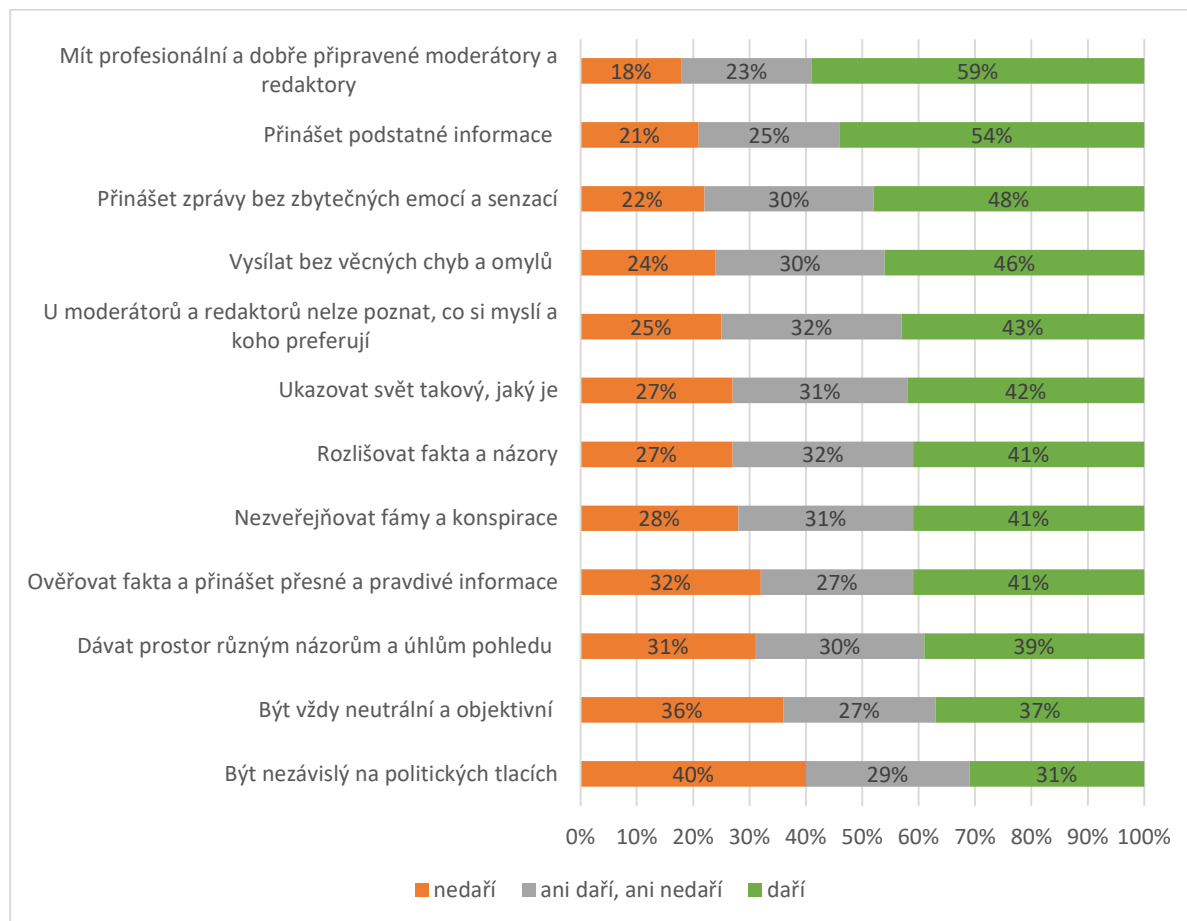


Znění otázky: Q17. Jak dobře nebo špatně se podle Vás daří České televizi naplňovat následující úkoly? (Vůbec nedaří 1–2–3–4–5 Zcela daří; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1467 až 1580.

Převážně kladné je i hodnocení toho, jak dobře se České televizi daří naplňovat různá žurnalistická pravidla (Graf 24). S výjimkou vnímané nezávislosti na politických tlacích je u všech položek podíl těch, dle kterých ČT dané pravidlo dodržuje, vyšší než podíl těch, kteří si myslí opak. Podobně jako v případě Českého rozhlasu nejvyšší podíl respondentů oceňuje, že má ČT profesionální a dobře připravené moderátory a redaktory a že přináší podstatné informace a činí tak bez zbytečných emocí a senzací. Naopak nejmenší spokojenost panuje v oblasti vnímané nezávislosti na politických tlacích, neutrality a

objektivitu (zde podíl nespokojených jasně převyšuje podíl spokojených) a také v oblasti poskytování prostoru různým názorům a úhlům pohledu (zde je podíl spokojených a nespokojených zhruba vyrovnaný).

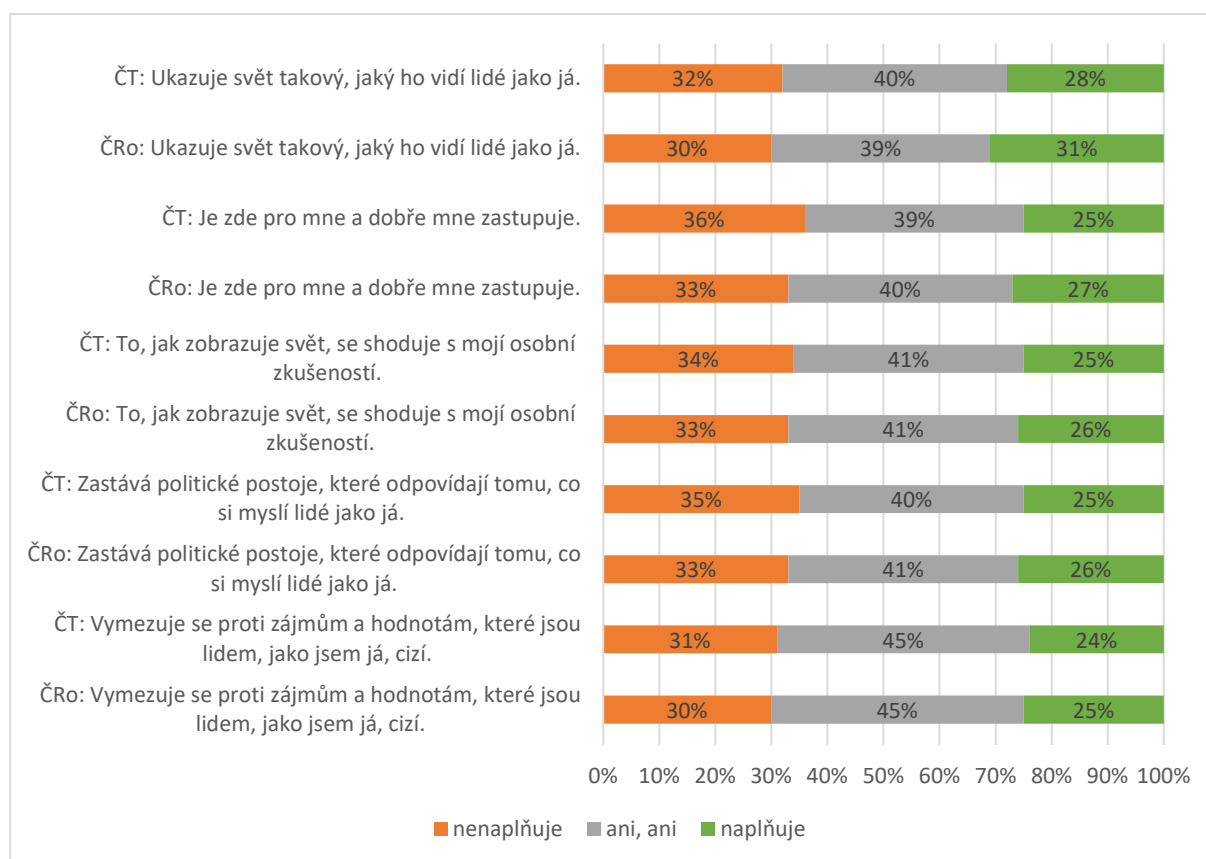
Graf 24 Česká televize: spokojenost s dodržováním žurnalistických pravidel



Znění otázky: Q18. Jak se podle Vás České televizi daří nebo naopak nedaří dodržovat následující žurnalistická pravidla? (vůbec nedaří 1–2–3–4–5 zcela daří; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1467 až 1580.

Dotazník dále zkoumal naplňování představ respondentů o tom, jak by Česká televize a Český rozhlas měly zobrazovat svět (Graf 25). To, že ČT a ČRo dobře zastupují respondenty, že se jejich zobrazování světa shoduje se zkušeností respondentů, nebo že zastávají politické postoje, které jsou lidem jako jsou respondenti blízké, a naopak se vymezují proti politickým postojům, které jsou jim cizí, si myslí pouze menšina dotazovaných (v průměru zhruba čtvrtina). Je ale třeba připomenout, že vnímaná důležitost kohezivní funkce ve smyslu reprezentace „nás“ a vymezování se proti „cizím“ je nízká a za důležitou ji považuje pouze menšina respondentů (Graf 14). V průměru 16 % dotazovaných v případě ČT a 27 % v případě ČRo zvolilo možnost nevím/nemám názor (v grafu zahrnuti nejsou).

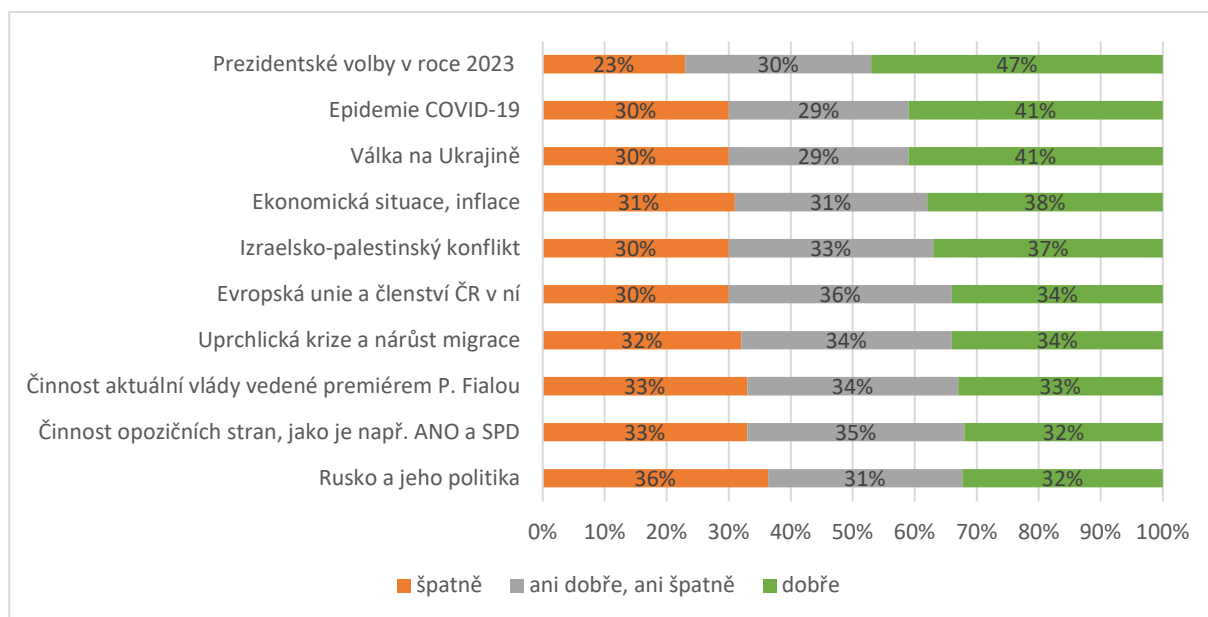
Graf 25 Naplňování představ o tom, jak by ČT a ČRo měly zobrazovat svět



Znění otázky: Q19. Nakolik podle Vás média veřejné služby, tedy Česká televize a Český rozhlas, naplňují následující charakteristiky? Český rozhlas (vůbec nenaplnuje 1–2–3–4–5 zcela naplňuje; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1228 až 1262 (ČRo) a N=1395 až 1460 (ČT).

Další dimenze spokojenosti se týká spokojenosti s pokrytím vybraných témat, na něž mají různé segmenty veřejnosti různé názory. Jak ukazuje Graf 26, v případě Českého rozhlasu je s pokrytím většiny témat hlavní (i když nikoliv nadpoloviční) část dotazovaných spokojena. Podíl spokojených převyšuje podíl nespokojených zejména v oblasti pokrytí prezidentských voleb v roce 2023, epidemie COVID-19 a války na Ukrajině. Na druhé straně menší spokojenost panuje s pokrytím uprchlické krize a nárůstu migrace, činnosti aktuální vlády vedené Petrem Fialou a činnosti opozičních stran jako je ANO a SPD; zde je podíl spokojených a nespokojených zhruba vyrovnaný. Podíl nespokojených jasně převyšuje podíl spokojených pouze v případě pokrývání Ruska a jeho politiky. I zde je třeba dodat, že zhruba třetina dotazovaných uvedla, že na tuto otázku nemá názor (a nejsou tedy zahrnuti v grafu).

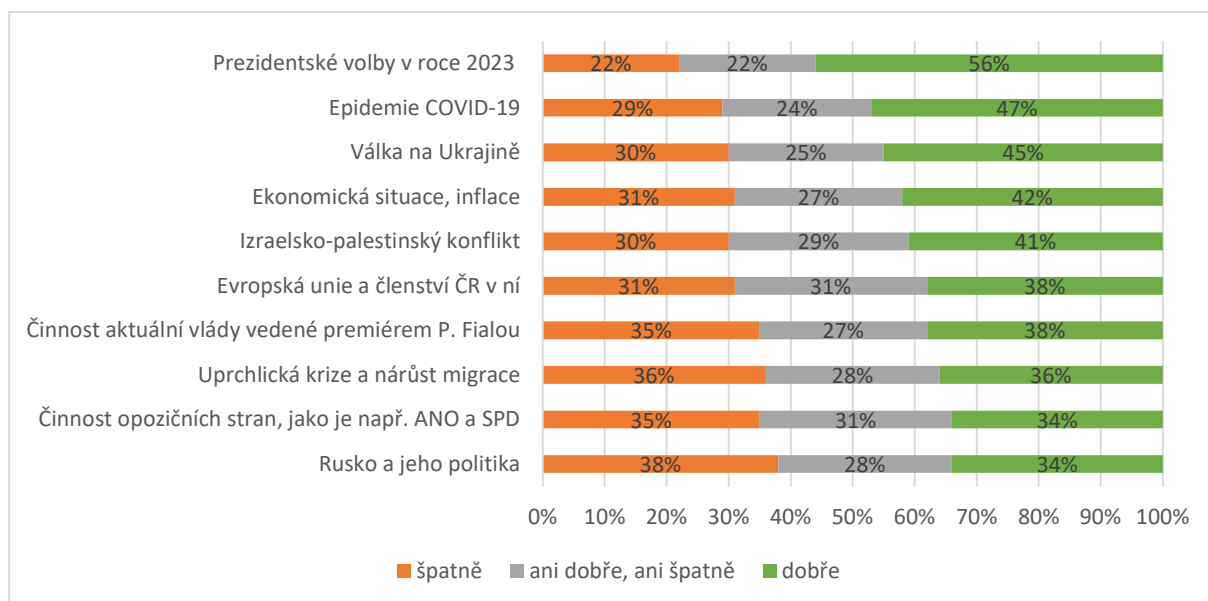
Graf 26 Český rozhlas: spokojenost s pokrytím vybraných témat



Znění otázky: Q20. Jak dobře nebo špatně podle Vás Česká televize a Český rozhlas plnily nebo plní své úkoly při informování o následujících tématech? Český rozhlas (velmi špatně 1–2–3–4–5 velmi dobře; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N = 1087 až 1152 (ČRo).

Podobných výsledků pak dosahuje i Česká televize (Graf 27). I v jejím případě je s pokrytím většiny témat hlavní (i když s jedinou výjimkou nikoliv nadpoloviční) část dotazovaných spokojena. Podíl nespokojených jasně převyšuje podíl spokojených pouze v případě pokrývání Ruska a jeho politiky. V případě pokrývání činnosti aktuální vlády, činnosti opozičních stran jako je ANO a SPD a uprchlické krize a nárůstu migrace je podíl spokojených a nespokojených srovnatelný.

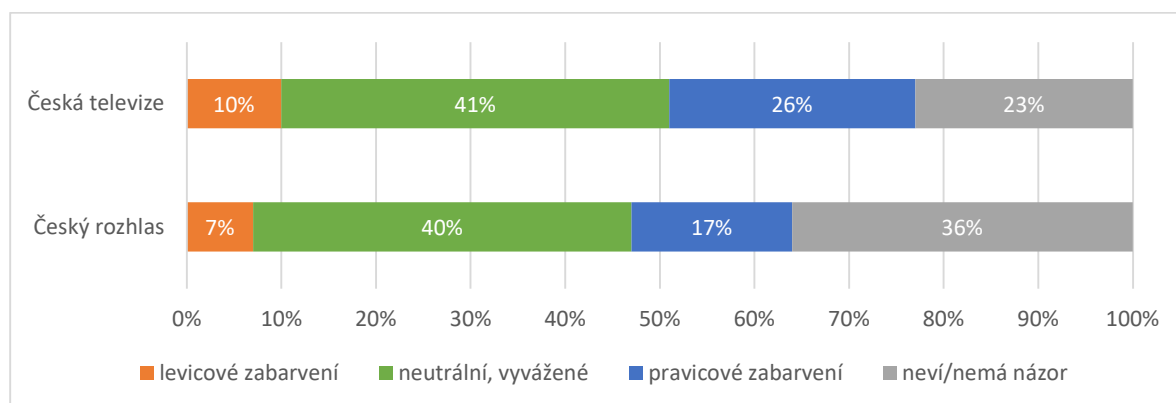
Graf 27 Česká televize: spokojenost s pokrytím vybraných témat



Znění otázky: Q20. Jak dobře nebo špatně podle Vás Česká televize a Český rozhlas plnily nebo plní své úkoly při informování o následujících tématech? Český rozhlas (velmi špatně 1–2–3–4–5 velmi dobře; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1446 až 1561 (ČT).

Další otázky se zaměřily na vnímanou přítomnost politického zabarvení, ať už levicového/pravicového nebo konzervativního/liberálního. Jak ukazuje Graf 28, z hlediska vnímaného levicového/pravicového zabarvení platí, že dominantní část dotazovaných, kolem 40 %, považuje vysílání ČT a ČRo za neutrální a vyvážené. V případě ČT ale více než třetina dotazovaných a v případě ČRo zhruba čtvrtina dotazovaných vnímá v jejich vysílání politické zabarvení. Toto vnímané zabarvení je zejména pravicové; pouze menší část naopak vnímá zabarvení levicové.

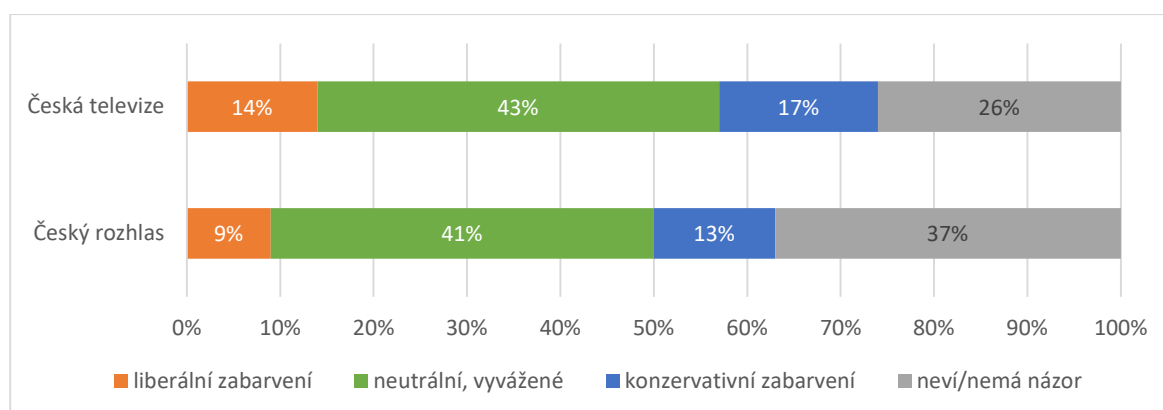
Graf 28 Vnímaná přítomnost levicového/pravicového politického zabarvení



Znění otázky: Q21. *Nakolik je podle Vás ve vysílání a v obsazích České televize a Českého rozhlasu přítomno nebo naopak nepřítomno politické zabarvení? (levicové zabarvení 1–2–3 neutrální, vyvážené –4–5 pravicové zabarvení; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).*

Z hlediska přítomnosti konzervativního nebo liberálního politického zabarvení jsou výsledky podobné (Graf 29). I zde se největší část, zhruba 40 % dotazovaných, domnívá, že vysílání ČT a ČRo je neutrální a vyvážené; opak si myslí necelá třetina dotazovaných v případě ČT a zhruba pětina v případě ČRo. Na rozdíl od zabarvení na ose levice/pravice ale platí, že směr vnímaného zabarvení zde není jednoznačný: podíl lidí, kteří ve vysílání ČT a ČRo cítí liberální zabarvení, je srovnatelný s podílem lidí, kteří zde vnímají konzervativní zabarvení (i když druhá zmíněná pozice je zastoupena mírně více).

Graf 29 Vnímaná přítomnost konzervativního/liberálního politického zabarvení

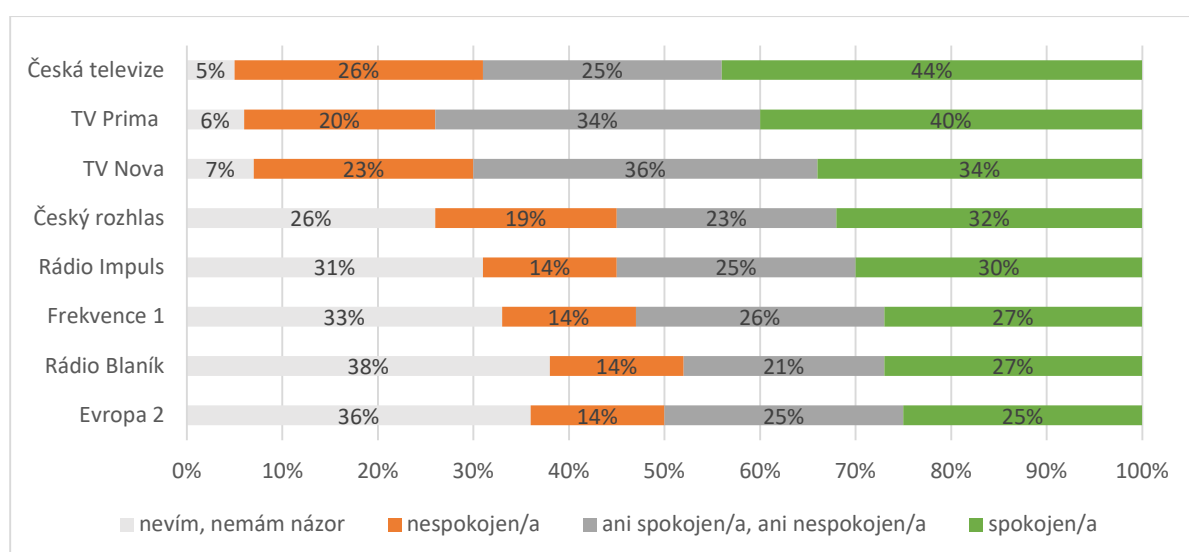


Znění otázky: Q21. *Nakolik je podle Vás ve vysílání a v obsazích České televize a Českého rozhlasu přítomno nebo naopak nepřítomno politické zabarvení? (liberální zabarvení 1–2–3 neutrální, vyvážené –4–5 konzervativní zabarvení; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).*

Z hlediska vnímaného levicového/pravicového i konzervativního/liberálního zabarvení platí, že vysílání ČT považují statisticky významně méně často za neutrální a vyvážené respondenti ve věku 55+ let; lidé kloní se k levici; ti, kteří se posledních parlamentních voleb neúčastnili a pokud ano, tak volili strany ANO, SPD, KSČM, ČSSD nebo Trikolóra / Svobodní / Soukromníci; ti, kteří uvedli, že je politika a veřejné dění spíše nezajímá; a ti, kteří uvedli, že nejsou spokojeni se životem, který vedou, ani se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie. Obdobně vysílání ČRo považují méně často za neutrální a vyvážené starší respondenti ve věku 65+ let; ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se usmířovat nebo si půjčovat); lidé kloní se k levici; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany ANO, SPD nebo Trikolóra / Svobodní / Soukromníci; ti, kteří uvedli, že je politika a veřejné dění spíše nezajímá; a ti, kteří uvedli, že nejsou spokojeni se životem, který vedou, ani se současnou politickou a ekonomickou situací a s fungováním demokracie v Česku.

Obecně, co se týče celkové spokojenosti se službami různých stanic (Graf 30), nejvyšší podíl dotazovaných vyjádřil spokojenost s médii veřejné služby, tedy v televizním segmentu s ČT (s ní je spokojeno 44 % dotazovaných) a rozhlasovém segmentu s ČRo (s ním je spokojeno 32 % dotazovaných; zde je míra spokojenosti srovnatelná s Rádiem Impuls). V případě komerčních stanic pak byl podíl spokojených vždy mírně nižší. Nespokojenost s ČT a ČRo statisticky významně častěji deklarují lidé bez vysokoškolského vzdělání; ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se usmířovat nebo si půjčovat); lidé kloní se k levici; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany ANO a SPD; a ti, kteří uvedli, že jsou nespokojeni se životem, který vedou, a také se současnou politickou a ekonomickou situací v Česku a s fungováním demokracie. Kromě toho nespokojenost s ČT častěji deklarují také lidé ve věku 65+ let a voliči stran KSČM nebo Trikolóra / Svobodní / Soukromníci; nespokojenost s ČRo zase ti, kteří deklarují, že je nezajímá politika a veřejné dění, a ti, kteří se posledních parlamentních voleb neúčastnili.

Graf 30 Celková spokojenost se službami různých televizních a rozhlasových stanic

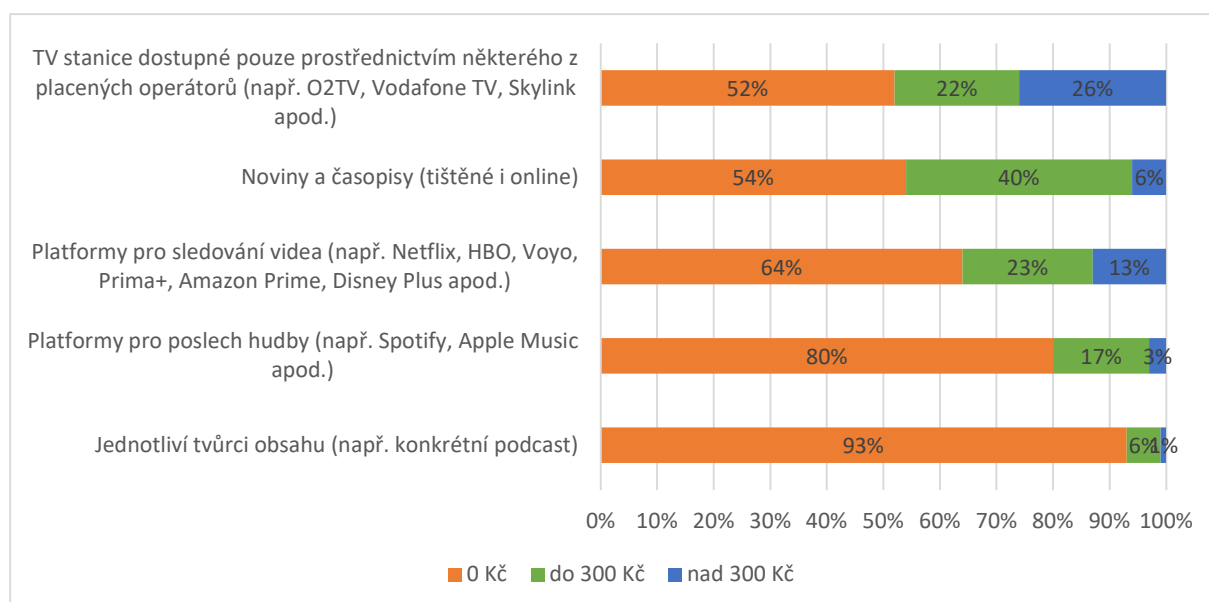


Znění otázky: Q22. Celkově, nakolik jste Vy osobně spokojen/a nebo nespokojen/a s obsahem vysílání a službami následujících televizí a rádií? (velmi nespokojen/a 1–2–3–4–5 velmi spokojen/a; nevím, nemám názor, nesleduji; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5).

F. Placení za mediální obsah a podpora navrhovaných změn v oblasti financování médií veřejné služby

Poslední, šestá sekce dotazníku se zaměřila na placení za mediální obsah a míru podpory navrhovaných změn v oblasti financování médií veřejné služby. Co se týče placení za mediální obsah (Graf 31), nejvyšší podíl dotazovaných platí za různé TV stanice (48 %) a noviny a časopisy (46 %), pak za platformy pro sledování videa (36 %) a platformy pro poslech hudby (20 %); malý podíl dotazovaných také uvedl, že platí jednotlivým tvůrcům obsahu (7 %). S výjimkou platby za TV stanice jde většinou o platby ve výši do 300 Kč měsíčně. Pouze 20 % dotazovaných uvedlo, že měsíčně za mediální obsah nic neutratí. Za mediální obsah statisticky významně častěji platí mladí lidé do 34 let; ti, kteří deklarují zájem o politiku a veřejné dění a účastnili se posledních parlamentních voleb; a ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v dobré finanční situaci (nemusí se usmrvňovat nebo si půjčovat).

Graf 31 Měsíční útrata za mediální služby a obsahy



Znění otázky: Q23. Kolik Vaše domácnost obvykle měsíčně utratí za platby za různá média? Může jít o jednorázové platby i předplatné. (0 Kč; 1 až 300 Kč; 301 až 600 Kč; 601 až 1000 Kč; více než 1000 Kč; rekódované odpovědi 1; 2; 3+4+5).

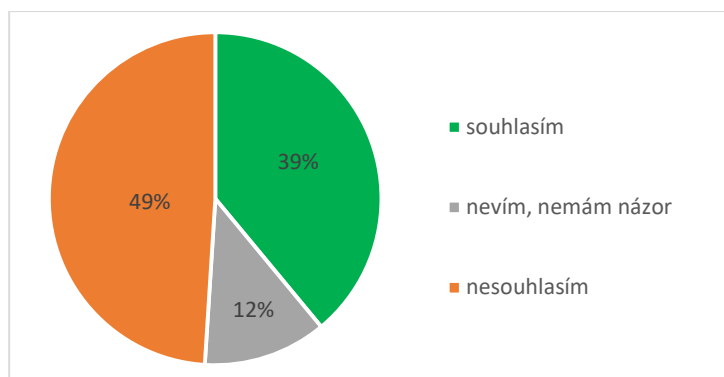
Závěr dotazníku pak zkoumal míru souhlasu nebo nesouhlasu s jednotlivými prvky navrhované novely týkající se financování médií veřejné služby, kterou v září 2023 představilo Ministerstvo kultury ČR.¹⁶ Jedna z navrhovaných změn se týká definice okruhu plátců. Na rozdíl od dosavadní úpravy by se povinnost platit televizní a rozhlasový poplatek vztahovala nejen na domácnosti, které vlastní televizní a rozhlasový přijímač, ale na všechny domácnosti vlastníci jakékoliv zařízení, které může přijímat a reprodukovat rozhlasové nebo televizní vysílání, tedy například i počítač, chytrý telefon, tablet nebo jiné zařízení připojené na internet. Jak ukazuje Graf 32, téměř polovina

¹⁶ Viz <https://www.mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/5386cs-ministr-kultury-martin-baxa-se-zastupci-koalice-predstavil-tzv-velkou-medialni-novelu>.

dotazovaných (49 %) s tímto rozšířením nesouhlasí; souhlas naopak vyjádřilo 39 % lidí (zbylých 12 % na tuto otázku nemělo názor). Tento výsledek je víceméně v souladu s představami dotazovaných o definici poplatníka zjišťovanými na začátku dotazníku (Graf 4) – i tehdy zhruba polovina respondentů volila model, kdy poplatek platí pouze domácnosti, které vlastní televizní nebo rozhlasový přijímač, případně pouze domácnosti, které uvedou, že služby ČT a ČRo využívají; druhá zhruba polovina respondentů volila širší vymezení (všechny domácnosti v zemi s případnou výjimkou pro nízkopříjmové skupiny; domácnosti odebírající elektřinu nebo s připojením na internet; případně domácnosti, které vlastní televizní/rozhlasový přijímač nebo počítač, tablet či chytrý telefon).

S navrhovaným rozšířením okruhu plátců televizního a rozhlasového poplatku statisticky významně častěji nesouhlasí lidé bez vysokoškolského vzdělání; ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se uskromňovat nebo si půjčovat); ti, kteří deklarují jinou než pravicovou politickou orientaci; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili stranu SPD nebo koalici Trikolóra / Svobodní / Soukromníci; a ti, kteří deklarují nespokojenost s vlastním životem, politickou i ekonomickou situací v zemi a s fungováním demokracie v Česku.

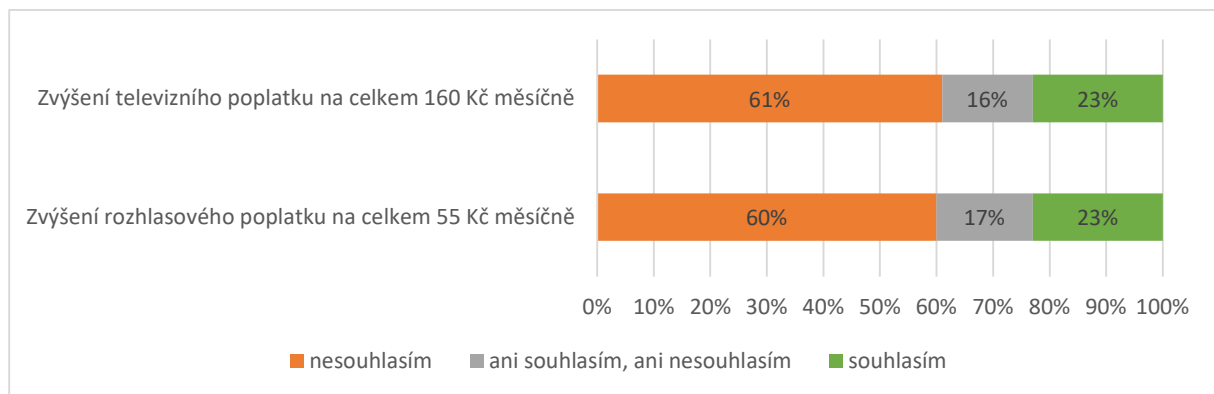
Graf 32 Souhlas s rozšířením definice plátce televizního a rozhlasového poplatku



Znění otázky: Q24. Česká televize a Český rozhlas nabízejí své služby také přes internet. Nakolik souhlasíte nebo nesouhlasíte s tím, aby televizní a rozhlasové poplatky platily i ty domácnosti, které klasickou televizi a rádio nemají, ale vlastní například počítač, chytrý telefon, tablet, nebo jiné zařízení připojené na internet? (rozhodně nesouhlasím; spíše nesouhlasím; spíše souhlasím; rozhodně souhlasím; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3+4; 5).

Ještě vyšší podíl lidí pak nesouhlasí s navrhovaným zvýšením televizního a rozhlasového poplatku; v obou případech jde zhruba o 60 % dotazovaných (Graf 33). Naopak souhlas vyjádřila méně než čtvrtina (v případě obou poplatků jde o 23 %) a necelá pětina na tuto otázku neměla názor. Tento výsledek je v rozporu s tím, že pokud měli respondenti v úvodu dotazníku sami zvolit výši poplatku, kterou považují za adekvátní, průměrná navrhovaná suma dosáhla 242 Kč (Tab. 1), což je více, než je navrhované zvýšení na 215 Kč. Kromě toho, sumu, která se rovná nebo přesahuje navrhovanou výši poplatků, spontánně navrhlo celkem 35 % dotazovaných (Graf 6), ale když byla otázka explicitně formulovaná jako souhlas se zvýšením na tuto sumu, kladně odpovědělo pouze zmiňovaných 23 % (Graf 33). Část lidí tedy zjevně pocituje vůči aktu zvyšování poplatků odpor, i když spontánně oceňuje služby ČT a ČRo částkou, která navrhované zvýšení dosahuje nebo přesahuje.

Graf 33 Souhlas se zvýšením televizního a rozhlasového poplatku

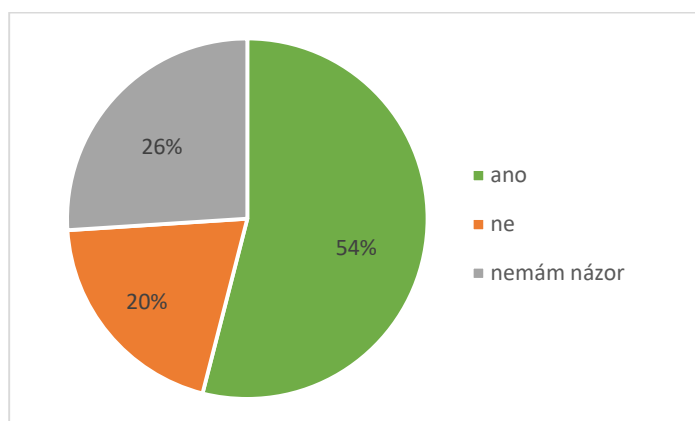


Znění otázky: Q25. Výše televizního a rozhlasového poplatku je stejná již více než patnáct let. Do jaké míry byste souhlasil/a nebo nesouhlasil/a s navýšením televizního poplatku pro Českou televizi o 25 Kč na 160 Kč měsíčně a rozhlasového poplatku pro Český rozhlas o 10 Kč na 55 Kč měsíčně? Jde o měsíční platbu za jednu domácnost. Tak jako dosud by poplatky byly hlavním zdrojem příjmu České televize a Českého rozhlasu. Možnosti příjmu z reklamy by zůstaly velice omezené a Česká televize ani Český rozhlas by nedostávaly žádný příspěvek ze státního rozpočtu. (rozhodně nesouhlasím 1–2–3–4–5 rozhodně souhlasím; nevím, nemám názor; rekódované odpovědi 1+2; 3; 4+5). N=1660 (ČT), N=1641 (ČRo).

Se zvýšením poplatků častěji nesouhlasí lidé bez vysokoškolského vzdělání; ti, kteří uvedli, že jejich domácnost je v horší finanční situaci (musí se usmýšlet nebo si půjčovat); ti, kteří deklarují nezájem o politiku a veřejné dění; ti s levicovou politickou orientací; ti, kteří v posledních parlamentních volbách volili strany ANO, SPD nebo KSČM; a ti, kteří deklarují nespokojenost s vlastním životem, politickou i ekonomickou situací v zemi a s fungováním demokracie v Česku. V případě nesouhlasu se zvýšením televizních poplatků jde také statisticky významně častěji o lidi ve věku 65+ a ty, kteří se posledních parlamentních voleb v roce 2021 neúčastnili.

Většina dotazovaných, 54 %, souhlasí s tím, aby se povinnost platit televizní a rozhlasový poplatek tak jako doposud vztahovala i na právnické osoby (Graf 34). Nesouhlasí pětina lidí (20 %) a zbylá zhruba čtvrtina (26 %) na tuto otázku nemá názor.

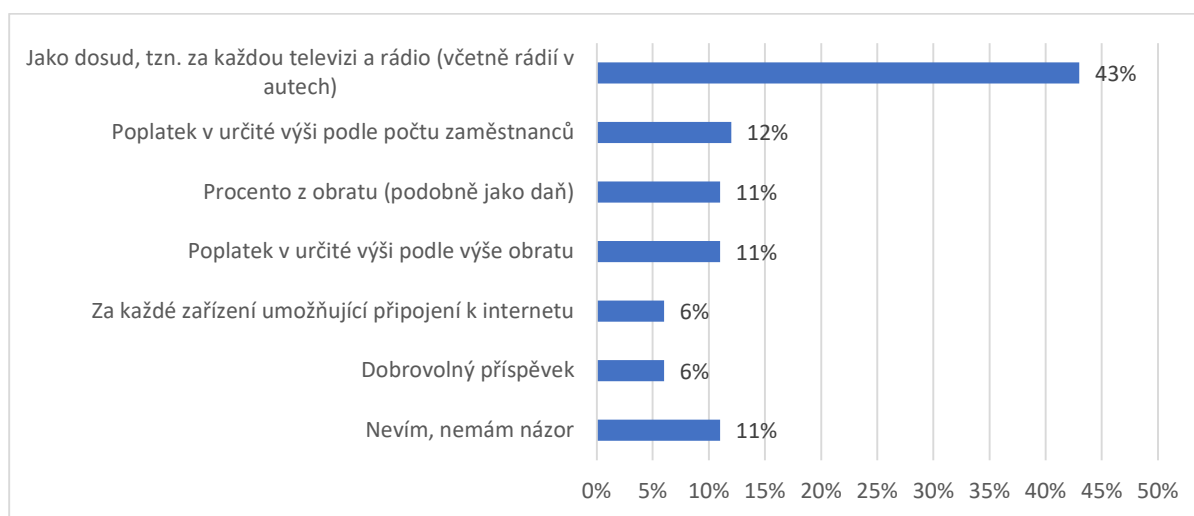
Graf 34 Názor na povinnost platit televizní a rozhlasový poplatek pro právnické osoby



Znění otázky: Q26. Měli by podle Vás na média veřejné služby přispívat také právnické osoby (firmy a organizace) a podnikatelé?

Respondentů, kteří v předchozí otázce uvedli, že by právnické osoby podle jejich názoru měly platit televizní a rozhlasové poplatky, jsme se také zeptali na preferovaný způsob nastavení těchto poplatků (Graf 35). Největší část dotazovaných, 42 %, se přiklání k zachování současného systému, tj. aby právnické osoby platily za každý televizní a rozhlasový přijímač. Další možnosti, jako například poplatků v určité výši podle počtu zaměstnanců nebo výše obrátu, případně procento z obrátu, volila vždy zhruba desetina dotazovaných. Zbylé možnosti pak byly ještě méně časté a 11 % dotazovaných na tuto otázku nemělo názor.

Graf 35 Názor na způsob nastavení televizního a rozhlasového poplatku pro právnické osoby



Znění otázky: Q27. Jak by podle Vás měl být nastaven televizní a rozhlasový poplatek pro právnické osoby (firmy a organizace) a podnikatele? N = 913.