

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2023

Bc. Kamila Hanáčková

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Veřejnoprávní rozhlas v Česku, jeho současná
a budoucí pozice ve společnosti pohledem mileniálů**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Kamila Hanáčková

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Martin Groman, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Kamila Hanáčková

Bibliografický záznam

HANÁČKOVÁ, Kamila. *Veřejnoprávní rozhlas v Česku, jeho současná a budoucí pozice ve společnosti pohledem mileniálů*. Praha, 2023. 65 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Martin Groman, Ph.D.

Rozsah práce: 104 585 znaků včetně mezer

Abstrakt

Tato práce se zabývá analýzou poslechu veřejnoprávního rozhlasu v Česku mezi mileniály. Chce zjistit jejich poslechové návyky a chování, motivaci poslechu a vnímání současné pozice a budoucí role veřejnoprávního rozhlasu ve společnosti. Teoretická část práce vysvětluje základní pojmy, které jsou pro práci zásadní, představuje metodologii a obsah celé práce, také uvádí teoretické přístupy kulturních studií, o které se práce opírá. Ty vychází zejména z konceptu aktivního publika, teorie selektivity a poznatků tzv. birminghamské školy. Stručně popisuje historický vývoj a úlohu rozhlasu v Čechách a jeho současnou podobu. V praktické části práce interpretuje vlastní empirický výzkum, v čem spočívá, jak byl proveden a jaké jsou jeho závěry. Ten byl proveden kvalitativní metodou a formou hloubkových rozhovorů s dvanácti respondenty, přičemž se ptal na dvacet otevřených otázek, které zjišťovaly poslech, motivaci a vnímání českého veřejnoprávního rozhlasu účastníků. Pomocí metody tzv. zakotvené teorie se skrze otevřené, axiální a selektivní kódování vytvořily kategorie, pomocí nichž mohla být zpracována kategorie centrální, na jejímž základě se vystavila finální zakotvená teorie shrnující výsledky výzkumu. Na závěr dokument shrnuje klíčové poznatky teoretické i praktické části a kriticky hodnotí celou práci.

Abstract

This thesis deals with the analysis of listening to public radio in the Czech Republic among millennials. It wants to find out their listening habits and behaviour, their motivation for listening and their perception of the current position and future role of public radio in society. The theoretical part of the thesis explains the basic concepts that are essential for the thesis, introduces the methodology and content of the whole thesis, and also presents the theoretical approaches of cultural studies on which the thesis is based. These are mainly based on the concept of active audience, the theory of selectivity and the findings of the so-called Birmingham School. It briefly describes the historical development and role of radio in the Czech Republic and its current form. In the practical part of the thesis, it interprets its own empirical research, what it consists of, how it was conducted and what its conclusions are. This was carried out using a qualitative method and in-depth interviews with twelve respondents, asking twenty open-ended questions that explored participants' listening, motivations and perceptions of Czech public radio. Using the method of grounded theory, categories were created through open, axial and

selective coding, which could be used to elaborate a central category, on the basis of which a final grounded theory summarising the research findings was issued. Finally, the paper summarises the key findings of the theoretical and practical sections and critically evaluates the work.

Klíčová slova

rozhlas, podcast, veřejnoprávní média, mileniálové, aktivní publikum

Keywords

radio, podcast, public media, millennials, active audience

Title

Public radio in the Czech Republic, its current and future position in society from the perspective of millennials

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu své práce, panu doktorovi Martinu Gromanovi, za jeho profesionální a zároveň lidský přístup, a také všem účastníkům výzkumu za jejich čas a ochotu.

Obsah

ÚVOD	1
METODOLOGIE	2
1.1 CÍL VÝZKUMU A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	2
1.2 METODA VÝZKUMU.....	2
1.3 VÝZKUMNÝ VZOREK	3
1.4 SBĚR A VYHODNOCENÍ DAT	3
2 VYMEZENÍ POJMŮ	3
2.1 ROZHLAS.....	4
2.2 VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIA	4
2.3 PODCAST	5
2.4 MEDIÁLNÍ PUBLIKA	6
3 HISTORICKÁ POZICE ROZHLASU VE SPOLEČNOSTI A JEHO VÝVOJ DO DNEŠNÍ PODOBY	8
3.1 POČÁTKY ROZHLASU (19. STOLETÍ).....	8
3.2 MEZIVÁLEČNÉ OBDOBÍ (1923–1939) A VZNIK RADIOJOURNALU	9
3.3 ROZHLAS BĚHEM MNICHOVSKÉ DOHODY A OKUPACE (1939–1945).....	12
3.4 ROZHLAS PO SAMETOVÉ REVOLUCI (1990–2003)	14
3.5 ČESKÝ ROZHLAS (ROZHLAS VEŘEJNÉ SLUŽBY).....	19
3.5.1 <i>Radiožurnál</i>	20
3.5.2 <i>Český rozhlas 6/Rádio Svobodná Evropa</i>	20
4 SOUČASNÁ PODOBA VEŘEJNOPRÁVNÍHO ROZHLASU V ČESKU	22
4.1 SOUČASNÁ POSLECHOVOST VEŘEJNOPRÁVNÍ ROZHLASU.....	26
5 ANALYTICKÁ ČÁST	28
5.1 POSLECH ROZHLASU A PODCASTŮ	28
5.1.1 <i>Rozhlas nebo podcasty poslouchám často</i>	28
5.1.2 <i>Rozhlas nebo podcasty poslouchám občas</i>	29
5.1.3 <i>Rozhlas nebo podcasty poslouchám výjimečně</i>	30
5.2 MOTIVACE K POSLECHU	30
5.2.1 <i>Rozšíření a zkvalitnění specializovaného obsahu</i>	31

5.2.2	<i>Větší uvolněnost projevu.....</i>	31
5.2.3	<i>Lepší zpřístupnění obsahu</i>	32
5.3	VNÍMÁNÍ ROLE VEŘEJNOPRÁVNÍHO ROZHLASU	33
5.3.1	<i>Veřejnoprávní rozhlas vnímám jako prospěšný'</i>	33
5.3.2	<i>Veřejnoprávní rozhlas vnímám neutrálně</i>	38
5.4	INTERPRETACE VÝSLEDKŮ	38
5.4.1	<i>Aktivní publikum v podání Stuarda Halla a F. A. Bioccy</i>	40
6	ZÁVĚR	42
7	SUMMARY	45
8	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	47
8.1	LITERÁRNÍ ZDROJE	48
8.1	ELEKTRONICKÉ ZDROJE.....	49
	TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	52
9	SEZNAM PŘÍLOH.....	55

Úvod

Tato diplomová práce si klade za cíl přinést pohled českých mileniálů na současnou veřejnoprávní rozhlasovou tvorbu a zanalyzovat vnímání aktuální tvorby veřejnoprávního rozhlasu v Česku zdejšími mileniály. Teoretická rešerše se zaměří především na historický vývoj veřejnoprávního rozhlasu až do současné podoby, empirická část práce se bude soustředit na samotný výzkum poslechového chování, motivací a vnímání rozhlasu respondenty.

Jak praví Mark Deuze (2015): „*Média jakožto komunikační platformy nejen reprodukují, ale i utvářejí svět, ve kterém žijeme. Každodenně prožijeme většinu času s médii a spojení s nimi se stalo všedním rysem lidské existence.*“ S médii již v podstatě přirozeně žijeme a jejich tvorba nás v mnohém ovlivňuje. Navíc se média neustále proměňují a přichází další a další digitální platformy. Zajímalo mě tak podívat se podrobněji na médium rozhlasu a konkrétně na jeho veřejnoprávní podobu v České republice. Česká audio tvorba prošla v průběhu let značným vývojem, současnou podobu pak výrazně proměnil zejména nástup podcastů. Průzkum mínění mileniálů o současné tvorbě českého veřejnoprávního rozhlasu nebyl dosud hojně prozkoumáván, stejně jako dějiny českého rozhlasu nejsou akademicky tolikrát rozebrány. Práce tak může přispět novými poznatky o vnímání rozhlasu současnými mladými konzumenty. Rovněž může sloužit jako podnět pro případné změny, jak se může mileniálům veřejnoprávní rozhlas víc přiblížit a oslovit víc mladých posluchačů.

Na začátku práce je představena metodologie, z níž text vychází, budou vysvětleny zásadní termíny pro práci, základní historické milníky rozhlasu a popsán jeho vývoj do současné podoby. Empirická část práce nejdříve vysvětlí záměr, metodu a průběh vlastního výzkumu, následně představí a vysvětlí výsledky analýzy. Text bude zakončen celkovým shrnutím práce a interpretováním jejích závěrů.

Text se lehce odchyluje od schválených tezí diplomové práce v čerpání zdrojů. Veškeré zdroje uvedené v tezi jsou v samotné diplomové práci použity, ovšem nelze zdroje v tezích pokládat za základní literaturu práce. Ta se opírá o literaturu uvedenou v bibliografickém seznamu na konci dokumentu. Stalo se tak z důvodu vyšší relevantnosti ostatních zdrojů pro naplnění stanovených cílů práce, k níž jsem dospěla až po podrobnějším zkoumání literatury během samotného psaní práce.

Metodologie

1.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Hlavním cílem výzkumu je vytvoření analýzy mediálních publik posluchačů i neposluchačů rozhlasu mezi českými mileniály a zjištění jejich pohledu na současnou podobu rozhlasové tvorby v Česku, její přednosti, nedostatky, pohled na roli rozhlasu v dnešní a budoucí společnosti. Zanalyzovat jejich vnímání a přinést skrze jejich výpovědi návrhy na případné změny je dalším z cílů této práce. V neposlední řadě se práce snaží o alespoň stručné zmapování historického vývoje rozhlasu v Čechách od jeho vzniku do aktuální podoby.

Před začátkem samotného sběru dat byly stanoveny dvě výzkumné otázky:

- Jak mileniálové vnímají pozici a místo veřejnoprávního rozhlasu v dnešní společnosti?
- Jak mileniálové vidí jeho budoucí úlohu a jakou podobu by měl podle nich měl mít?

1.2 Metoda výzkumu

Pro povahu a téma této práce byla zvolena metoda kvalitativního výzkumu, jako technika sběru dat byly vybrány polostrukturované hloubkové rozhovory a pro vyhodnocení výsledků byl vybrán přístup zakotvené teorie. Tato teorie byla vytvořena kombinováním otevřeného, axiálního a selektivního kódování sesbíraných dat, tedy prostřednictvím analýzy vzniklých kategorií a vztahů mezi nimi. Navržená teorie sociálního jednání zkoumaného publika bude představena ve výsledcích výzkumu. Teorie má fungovat jako náhled do vidění českého veřejnoprávního rozhlasu mileniály, nelze ji však vzhledem ke dvanáctičlennému výzkumném vzorku považovat za obecně platnou pro celou generaci Y v zemi.

Hendl (2005) říká, že neexistuje jeden správný dogmatický postup či jediná možná metoda, jak definovat a provádět kvalitativní výzkum. Kvalitativní metoda výzkumu se nezaměřuje ani tak na množství sesbíraných dat, to metoda nechává na potřebách každého výzkumu a určení výzkumníka, jelikož ten je hlavním nástrojem celého výzkumu. Nejvíce je pro tuto metodu podstatná hloubka a obsah výstupu. V případě rozhovoru tak nezáleží

na počtu otázek či respondentů, nýbrž na hodnotě a kvalitě provedených rozhovorů. Autor má otázky předem strukturovat, ovšem může se v průběhu rozhovoru doptávat na doplňující informace, měnit pořadí dotazů pro potřeby zjištění, či je jinak upravovat dle potřeb saturace výzkumných otázek a tématu práce.

1.3 Výzkumný vzorek

Výběr vzorku respondentů pro výzkum byl stanoven na základě dvou kritérií, a to národnosti – české a data narození osoby – v roce 1980–2000, tedy v generaci mileniálů. Pro co největší možnou diverzitu bylo snahou vybrat pro výzkum účastníky z řad mužů i žen, různých profesí či s různou mírou dosaženého vzdělání a sociálně-ekonomického zázemí. Záměrně také zajištění co největší diverzity a přínosu co nejvíce různých názorů nebyla kladena podmínka pravidelných posluchačů českého rozhlasu či jeho podcastů. Domnívám se, že i neposluchači rozhlasu mohou vnést do výzkumu důležitý vhled, jelikož byly těmto respondentům položeny doplňující otázky na důvody, proč rozhlas neposlouchají, co jim v tom brání, nebo co by je namotivovalo k jeho poslechu. Zároveň měli všichni zúčastnění alespoň základní přehled o existenci a působení veřejnoprávního rozhlasu a dalších médií veřejné služby v Česku. Výzkumný vzorek dohromady čítá dvanáct respondentů, se kterými byly provedeny osobní či on-line rozhovory na základě předem vytvořeného scénáře (viz kapitola Přílohy).

1.4 Sběr a vyhodnocení dat

Pro sběr dat byla vybrána technika polostrukturovaných hloubkových rozhovorů dle předem stanoveného scénáře. Ten obsahuje dvacet otevřených otázek kladených dle individuálního vývoje jednotlivých rozhovorů. Na základě každého rozhovoru se odvíjely doplňující otázky, které byly (pro potřeby výzkumu) zásadní položit. Scénář se zaměřoval na tři okruhy otázek:

- poslech rozhlasu a podcastů,
- motivace poslechu rozhlasové tvorby,
- vnímání veřejnoprávního rozhlasu.

2 Vymezení pojmů

Pro předejití možných nejasností práce na začátek objasňuje základní pojmy a termíny, jež jsou pro text zásadní.

2.1 Rozhlas

Pojem „rozhlas“ lze chápat vícero způsoby. Můžeme jej vnímat jako druh technologie, jako vysílaný program nebo instituce, ale především je to způsob komunikace a společenský fenomén s kulturním, politickým i ekonomickým rozměrem. Vynález rozhlasu a jeho postupná penetrace do společnosti zásadně změnil způsoby masové komunikace, ovlivnil každodenní realitu milionů lidí, přinesl nové formy kultury či silně zasáhl do politického a vojenského vedení. Je tedy nejen jedno z médií a komunikační prostředek, ale je také celospolečenským jevem. Navzdory rychlému technologickému pokroku, který spotřebitelům nabízí alternativy, zůstává dominantním masovým médiem se stále velkou silou informovat a bavit posluchače na celém světě prostřednictvím své nejstarší komunikační platformy – rozhlasu. (Hendricks, 2020).

Vznik rozhlasu znamenal zásadní milník v dějinách médií a masové komunikace. Poprvé se veřejnosti představil začátkem 20. let 20. století. Během prvních deseti let své existence procházel různými proměnami, ve 30. letech se jeho fungování zaběhlo a dostalo se k široké veřejnosti. Ta jej s nadšením přijala a rozhlas tak začal konkurovat etablovaným tištěným médiím. Rozhlas nejen informoval, ale také přinášel zábavu. Postupně se dostal k širokým vrstvám společnosti a byla rovněž objevena jeho politická moc. V té následně našly zejména totalitní vlády silnou zbraň pro šíření svých ideologií (Končelík, Večeřa, Orság, 2010).

2.2 Veřejnoprávní média

Veřejnoprávní média jsou důležitým sociálním a kulturním statkem, který pomáhá naplňovat komunikační solidaritu a potřeby společnosti v oblasti veřejně dostupných komunikačních prostředků. Tato média obvykle poskytují informace, vzdělání a poznání a nezaměřují se pouze na masově preferovaná umělecká díla. V demokratické společnosti existují obvykle dva modely organizace elektronických médií: duální systém, který zahrnuje jak veřejný, tak soukromý sektor, a jednoduchý systém, ve kterém buď neexistuje veřejnoprávní sektor a všechny subjekty jsou soukromé, nebo naopak všechna

média patří státu. V evropských zemích se duální systém označuje jako model, kdy veřejný a soukromý sektor působí vedle sebe v rozhlasovém a televizním vysílání (Moravec, 2003).

V České republice jsou od roku 1992 veřejnoprávními médii Česká televize (ČT), Český rozhlas (ČRo) a částečně Česká tisková kancelář (ČTK). Ta definici nevyhovuje plně, jelikož má stanovené povinnosti, ale nečerpá finance z veřejných prostředků. Je však nezávislé na politických a ekonomických vlivech a ustanovená zákonem, stejně jako ČT a ČRo. Veřejnoprávní média mají v demokratické společnosti zvláštní úlohu, jelikož mají občanům zprostředkovávat objektivní a vyvážené informace a mají moc utvářet či formovat veřejné mínění občanů. Média veřejné služby také slouží k ochraně demokratických hodnot, jako je svoboda slova, pluralita a nezávislost médií (Osvaldová, 2001).

Veřejné prostředky představují tzv. koncesionářské poplatky, což jsou platby, jež jsou vybírány od držitelů koncesí za využívání veřejných zdrojů v Česku. Tyto poplatky jsou obvykle vybírány od provozovatelů telekomunikačních sítí, rozhlasových a televizních vysílačů, ale také od provozovatelů hazardních her, loterií a jiných her a soutěží. Výše koncesionářských poplatků se liší v závislosti na druhu koncese a oblasti, ve které se provozuje. Koncesionářské poplatky jsou stanoveny zákonem a jsou vymáhány státní správou. V České republice jsou regulovány několika zákony, například zákonem o telekomunikacích, zákonem o rozhlasovém a televizním vysílání a zákonem o loteriích a jiných podobných hrách. Výnosy z koncesionářských poplatků jsou používány k financování různých projektů a iniciativ, například na podporu kultury, sportu, vzdělání a sociálních služeb (Osvaldová, 2001).

2.3 Podcast

Termín podcast byl poprvé použit v roce 2004 a vychází z kombinace slov „iPod“ (přehrávač americké společnosti Apple) a „broadcast“ (vysílání), kterou Apple použil pro označení formální podpory pro podcasting přidané do svého iPod přehrávače. Podcasty jsou obvykle vytvářeny nezávislými tvůrci a obsahují různé typy audio a video obsahu, jako jsou rozhovory, diskuse, dokumenty, zábava, vzdělávání a další. Mohou se týkat různých témat, včetně zpravodajství, kultury, hudby, sportu, vědy, politiky a mnoha dalších (BBC, 2005).

Podcasty umožňují posluchačům přístup k obsahu prostřednictvím mobilního telefonu, počítači či tabletu, tedy dle svého času a zájmu, což znamená, že mohou být konzumovány na cestách, při sportu nebo jiné fyzické aktivitě. Tím se mimo jiné stávají podcasty v posledních letech stále populárnějšími a jsou považovány za součást nových médií. S nárůstem mobilních zařízení a internetového připojení se staly snadno přístupným způsobem, jak získat informace či zábavu, a nabízí tak alternativu k tradičním formám médií, jako jsou televize, rozhlas či tisk. Podcasty rovněž umožňují tvůrcům a vydavatelům obsahu velmi přímý kontakt s publikem a navázat s ním velmi úzký vztah, což může být užitečné pro propagaci pořadu a pro případný další monetizaci podcastu, a to například v podobě prodeje produktů se značkou podcastu spojených, živých besed s fanoušky apod. (Föllmer, 2017).

2.4 Mediální publika

Akademici vykládají pojem mediálních publik různě. Existuje více kategorizací na základě jiných typů publik i výzkumů. Nejzákladnějším však zůstává výzkum mediálních publik pro komerční (zadávaná samotnými mediálními institucemi, inzerenty a soukromými subjekty) a akademické účely (lišící se dle typu výzkumu a historického, sociologického, psychologického, politologického či literárně-teoretického kontextu).

Současné mediální publikum, tedy zohledňující kromě klasických médií jako tisk, rozhlas či televize i tzv. síťová média, jež přišla s nástupem internetu, chápe Jiráček a Köpplová (2009) jako „*množinu individuí, která se účastní (ať už na jednom místě, nebo rozptýleně v prostoru a/nebo čase) plánovaného (a často i organizovaného) sledování nějaké veřejně prováděné či obecně dostupné činnosti nebo jejích výsledků, jež má světský charakter, je populární a může sloužit informování, potěše, zábavě, osvětě a poučení a jedinec se součástí publika stává do značné míry dobrovolně a do značné míry sám rozhoduje o tom, čemu bude věnovat pozornost, přičemž jeho zkušenost s mediálním sdělením je vždy nějak specificky lokalizována, tedy děje se v nějakém konkrétním fyzickém a sociálním kontextu, který nemusí být a nebyť vá totožný s fyzickým a sociálním kontextem, v němž sledovaná činnost či její výsledek vznikl*“.

Britský mediální teoretik Dennis McQuail (2009) definuje základní kritéria pro rozlišování publik na základě:

- *místa*: případ lokálních médií;
- *lidí*: médium atraktivní pro určitou skupinu (na základě věku, pohlaví, politické příslušnosti apod.);
- *typu média či komunikačním kanálu*: potřeba zohlednit technologii a organizaci v místě sledovaného publika;
- *obsahu sdělení*: různé žánry, témata, styly mediálního obsahu;
- *času*: publikum denního/večerního vysílání, přelétavé/stálé atd.

Nightingale (2003) navrhuje kategorizaci, při které zohledňuje aktivitu publika a rozděluje je do následujících skupin:

- *shromáždění lidí*: též oslovovaní jako „diváci“, představují skupinu lidí, která v určitém čase věnuje pozornost danému mediálnímu produktu či prezentaci;
- *oslovení lidí*: též nazýváni jako „vepsané“ či „interpelované“ publikum, které označuje skupinu lidí, kterou si představuje komunikátor a podle níž následně vytváří obsah sdělení;
- *náhodná událost*: označuje to publikum, jež přijímá mediální obsah jako interaktivní událost každodenního života, zasazená do kontextu pomocí typických vlastností;
- *naslouchající nebo zúčastnění*: zaměřuje se na prožitek publika, které je zúčastněné, tzn. kdy je součástí představení, má možnost reagovat reálném čase na mediovaný obsah, může se spoluúčastnit na programu pomocí dálkového ovladače apod.

3 Historická pozice rozhlasu ve společnosti a jeho vývoj do dnešní podoby

Bez zasazení rozhlasu do historického a společenského kontextu by šlo jen těžko mluvit o jeho současné podobě a o možném budoucím směřování. Následující kapitola tak přináší shrnutí zásadních milníků ve vývoji tohoto média na českém území.

3.1 Počátky rozhlasu (19. století)

Za prvního předchůdce rozhlasu je nejčastěji považován elektrický telegraf. Ten představoval první aplikaci zákonů elektřiny a magnetismu na lidskou komunikaci. Ve 20. letech 19. století vznikla spolu s rozvojem železnice potřeba efektivní komunikace na delší vzdálenosti. Američan Samuel F. B. Morse sestrojil spolu s Alfredem Vailem první elektrický telegraf. Ten fungoval na přerušovaném tvoření elektrického proudu skrze používání tzv. morseových značek (teček a čárek). Den výstavby první telegrafní linky, tedy 24. květen 1844, se dá považovat za začátek elektronické distanční komunikace (Crook, 1998).

Druhá polovina 19. století znamenala dynamický obchodní a podnikatelský rozvoj. S ním se pojí korespondující vývoj kancelářských a firemních nástrojů, jako je třeba psací stroj, mechanická kalkulačka či výtah. Spolu s těmito pokroky tak logicky došlo k vynálezu telefonu, jenž byl patentován Alexandrovi G. Bellovi, a došlo k umožnění dálkového přenosu hlasu za pomoci elektřiny. Ten se chvíli používal v podstatě jako rozhlas. Ke sluchátku se připevnilo reproduktory a za poplatek se přenášel například koncert či bohoslužba. Od telefonu byl tak jen krůček k rozhlasu, a ten poslední zajistil rozvoj infrastruktury, vznik velkoměst, růst vzdělanosti a bohatství napříč společnostmi. Jak se doba vyvíjela rychle kupředu, moderní společnost vyžadovala i moderní způsob komunikace a zábavy. Po vzniku masového tisku, biografu, gramofonu či fotografie přichází na scénu i elektronická masová média – nejprve rozhlas, s prvním rozhlasovým přenosem roku 1910 z Metropolitní opery v New Yorku a později televize, poprvé přenášená v roce 1926 z Londýna (Čábelová, 2003).

Cest ke vzniku rozhlasu bylo však víc. Za jednu z dalších lze považovat již vytvoření indukční teorie na počátku 19. století, kdy Michael Faraday a Joseph Henry představili základní principy rádiového přenosu. Roku 1888 objevil fyzik Heinrich Hertz

elektromagnetické vlny, což byl jeden z nejdůležitějších předpokladů vývoje rádia. V roce 1895 italský vědec Guglielmo Marconi na základech teorie elektromagnetického pole Jamese C. Maxwella, s pomocí těchto vln, jako první bezdrátově přenesl Morseovy značky na vzdálenost několika mil. Marconi tak byl první, kdo sestrojil radiový systém a nechal si jej o dva roky později patentovat (Čábelová, 2003).

První bezdrátový přenos jako takový se však uskutečnil až v roce 1906, a to ve Spojených státech amerických, kdy Reginald A. Fessenden zprovoznil radiový přístroj schopný zvukového přenosu a vysílal krátký program z masachusettského Brant Rocku. Fessendovo vysílání bylo přelomové kvůli tomu, že vůbec poprvé někdo vysílal moderovaný rozhlasový pořad včetně hudby nebo komentáře, ne pouze informace, které se vysílaly již přes telegraf. Pomyslně tak vymezil pojem „rádio“ jako nástroj pro komunikaci mezi danými subjekty a „rozhlas“ jako nástroj pro komunikaci z jednoho zdroje k rozptýlenému, anonymnímu publiku. Technicky se ovšem dají oba termíny zaměňovat a považovat v podstatě za synonyma (Čábelová, 2003).

Radiokomunikace by se bývala dále rozšiřovala a vyvíjela, pokud by nebyla přerušena první světovou válkou. Ta sice služby rozhlasu plně využívala, avšak pro vlastní vojenské potřeby a působnost rozhlasu pro veřejnost byla dočasně pozastavena. Po skončení války byla činnost rozhlasu vůči veřejnosti obnovena a experimentování s rádiem rovněž. Postupně vznikaly komerční iniciativy zabývající se o telekomunikaci, na podzim 1920 začala vysílat vůbec první profesionální rozhlasová stanice – americká KDKA. Byla tak první společností založenou za účelem finančního zisku s cílem zprostředkovávat široké veřejnosti pravidelné rozhlasové vysílání (Čábelová, 2003).

Následně se postupně přidávaly i země Evropy. Jako první začala v listopadu 1922 vysílat francouzská Radiola (o dva roky později přejmenovaná na Radio Paris), následovaná o pár dní později britskou BBC a švýcarskou La Première. O rok později se přidalo vysílání z Dánska, ze Sovětského svazu, z Německa, Belgie, Československa, Itálie, Rakouska, Švédska a ze Španělska (Hanretty, 2011).

3.2 Meziválečné období (1923–1939) a vznik Radiojournalu

18. května 1923 začala soukromá společnost Radiojournal z vojenského stanu v Praze-Kbelích vysílat první pravidelné rozhlasové vysílání v Československu. Stát byl

zapojen nepřímo prostřednictvím podílu v jedné ze společností tvořících podílníka Radiojournalu. Po zahájení vysílání proběhlo období improvizace, s technickými a finančními problémy, nízkým počtem posluchačů a vysokými náklady na poslech rozhlasu. Doba však byla plná nadšení pro rozhlas se snahami o jeho úspěch. O dva roky později, v roce 1925, se stát rozhodl přímo vstoupit do rozhlasového podnikání, což mělo zásadní dopad na organizaci vysílací společnosti, zejména v oblasti politického a aktuálního zpravodajství a dohlížení na program. Nicméně v oblasti nepolitického vysílání se situace příliš nezměnila a ke změnám docházelo především v důsledku jiných faktorů (Krupička, 2009).

Přestože v květnu bylo zahájeno pravidelné rozhlasové vysílání, vysílací společnost se oficiálně ustanovila až 7. června 1923. Toto vysílání bylo zahájeno díky soukromé iniciativě několika osob, včetně redaktora Národní politiky, Miloše Čtrnáctého, a Eduarda Svobody, kteří spolupracovali se společností Radioslavia. Stát se do této iniciativy zapojil prostřednictvím vrchního stavebního rady ministerstva pošt a telegrafů Josefa Strnada, který byl členem představenstva Radioslavie. Ta byla původně obchodní společnost, která obchodovala s radioelektrickými přístroji a měla zájem o vysílání veřejného rozhlasu jako stimulu pro prodej přijímacích aparátů (Krupička, 2009).

Radioslavie se zaměřovala na zisk z celého podniku a při jednání se Čtrnáctým se vždy soustředila na finanční otázky. Účast žurnalistů byla akceptována kvůli zajištění programu a propagace rozhlasu. Čtrnáctý a Svoboda pravidelně informovali správní radu Radioslavie o činnosti vysílací společnosti. První pokusy s vysíláním mluveného slova a hudby v ČSR se uskutečnily v roce 1919 pomocí vojenské vysílačky na Petříně. V říjnu 1921 byl pomocí vojenského vysílače opět z Petřína vysílán hodinový program recitace, zpěvu a hry na housle (Krupička, 2009).

V roce 1923 se uskutečnilo několik významných pokusů s rozhlasovým vysíláním v Československu. Jedním z nich byl radiofonický koncert s výkladem, který uspořádalo ministerstvo pošt a telegrafů pro vládu a hosty. Krátce poté se konal veřejný pokus. Pravidelné rozhlasové vysílání začalo 18. května, ale vysílací společnost byla oficiálně ustavena až 7. června 1923. Společnost byla schválena státem a měla za úkol šířit zprávy a kulturní akce pomocí radiotelefonického vysílání. Přestože ne všichni členové vlády byli v této oblasti odborníky, nakonec se našel ministr, který si uvědomil význam rozhlasu a navrhl, aby se stát podílel na jeho financování a vlivu. Tento návrh byl úspěšný a vláda

začala v roce 1924 jednat o vstupu státu do rozhlasového vysílání (Krupička, 2009).

V roce 1924 vyvolal rozhlas v Československu debatu mezi ministerstvy ohledně jeho budoucnosti a financování. Meziministerská jednání trvala až do jara následujícího roku. Hlavní potíží byla shoda ohledně kapitálového zastoupení jednotlivých zájmových skupin. V prosinci 1924 byla nakonec dosažena dohoda o rozdělení kapitálu, přičemž stát získal 51 %, Radioslavia 15 %, ostatní radioprůmysl 14 %, tzv. žurnalisté 12 % a tzv. zemědělci 8 %. Tato shoda představovala kompromis všech zúčastněných stran a další jednání na ní už nic nezměnila (Krupička, 2009).

Státní orgány si uvědomily význam rozhlasu a v březnu 1925 došlo k dohodě o reorganizaci Rozhlasové jednotky (RJ). Spory mezi ministry trvaly několik let, ale stát nakonec s menšími změnami akceptoval návrh ministerstva pošt a telegrafů a vstoupil do RJ prostřednictvím státního podniku Československá pošta. Rozhodnutí o tom přijala ministerská rada. Radiojournalu byla odebrána licence na prodej rádiových přístrojů a bylo mu nařízeno získávat tiskové zprávy pouze od ČTK. To umožnilo ČTK udržet si monopol na šíření politických zpráv v celé republice. V budoucnu se potvrdila představa tiskového odboru PMR, že rozhlas je významným zdrojem zpráv, spíše než představa ministerstva pošt a telegrafů, že většinu rozhlasové produkce tvoří programy pro zemědělce. Nicméně angažmá ČTK v rozhlasovém zpravodajství mělo negativní důsledky, včetně oficióznosti jejích zpráv a nedostatečného pochopení potřeby jiných standardů pro rozhlasové zpravodajství. Radiojournal na začátku toto vládní rozhodnutí respektoval, ale od poloviny 30. let se snažil najít způsoby, jak ho obejít (Krupička, 2009).

V letech 1925–1938 nebyla provedena žádná další reorganizace rozhlasové společnosti, ale ministerstva o této věci diskutovala. Tyto diskuze neměly žádný konkrétní výsledek, ačkoliv ve 20. letech se zdálo, že kvůli finančním problémům může dojít ke změnám. Roku 1930 se však jednání o reorganizaci posunula dále a předsednictvo ministerské rady sestavilo přehled možných alternativ. Diskuze o reorganizaci byla tentokrát inspirována snahou ministerstev změnit situaci ke svému prospěchu (Krupička, 2009).

Během deseti let se rozvinula rozhlasová činnost a došlo k nárůstu posluchačů, ke zdokonalení techniky a k zavedení určitých struktur a procesů. Rozhlas se stal uznávanou kulturní institucí a regionální rozvoj byl podporován. Vládní orgány

diskutovaly o změnách v rozhlasu, ale žádné konkrétní praktické výsledky nebyly dosaženy. V roce 1938 došlo k reorganizaci Radiojournalu, což znamenalo zvýšení vlivu státu na rozhlas. Slovenský rozhlas začal požadovat autonomii a programově se osamostatnil v roce 1939. Na konci 30. let se objevily problémy jako propaganda, aktuálnost programu, role rozhlasu při obraně státu a posilování veřejné morálky (Krupička, 2009).

3.3 Rozhlas během mnichovské dohody a okupace (1939–1945)

V reorganizaci roku 1938 hrály klíčovou roli mezinárodní a vnitropolitické napětí, slovenský separatismus, agresivita Německa a autoritativní tendence ve vládnoucí agrární straně. Zvláštní pozornost byla věnována vysílání pro německou menšinu, která preferovala poslech říšskoněmeckých stanic. Otázka rozhlasové propagandy se stávala stále důležitější, především kvůli potřebě bránit se propagandistickým útokům sousedních zemí, jako je Německo, Polsko a Maďarsko (Hrdlička, 2003).

Ministerstvo vnitra Radiojournalu prodloužilo licenci, jež obsahovala výkon cenzurního a dohlédacího práva, na základě dohody z roku 1932 mezi policejním ředitelstvím v Praze a zástupci Radiojournalu. Policejní ředitelství v sídlech vysílacích stanic bylo tímto právem pověřeno. Radiojournal byl povinen oznamovat programy vysílání, a ty byly podrobeny cenzuře a směly být vysílány pouze po předchozím schválení (Hrdlička, 2003).

Po podepsání mnichovské dohody se zvýšil politický tlak na rozhlas a byla zdůrazněna potřeba jeho další reorganizace. V říjnu 1938 předložilo ministerstvo pošt a telegrafů dva návrhy na změny v Radiojournalu. První navrhoval zvýšení kapitálové účasti státu na 75 %, ale ponechání Radiojournalu jako společnosti s. r. o. Druhá alternativa byla přímé postátnění rozhlasu a jeho převedení na státní podnik s možností zastoupení některých soukromých zájmů. Otázka slovenského rozhlasu se také dostala na pořad dne v souvislosti s jeho požadavky na programové osamostatnění (Hrdlička, 2003).

V důsledku okupace Čech a Moravy německou armádou se v rozhlasové oblasti odehrálo několik změn. Německá správa převzala tři pobočky, zrušila ministerstva obrany a zahraničních věcí a odstranila jejich zástupce v jednatelském sboru. Na valné hromadě dne 10. června 1939 byl změněn název rozhlasové společnosti na Český rozhlas (Hrdlička, 2003).

Během okupace a vzniku Protektorátu Čechy a Morava se rozhlasové vysílání stalo terčem personálních zásahů a kontrol. Tato opatření bránila šíření české kultury a umožnila kontrolu interpretace schválených textů. Mnoho rozhlasových pracovníků se snažilo posluchače povzbudit a připravovat se na konflikt s nacismem. Posluchači tak získávali informace skrze zahraniční rozhlasové stanice, avšak poslech zahraničního vysílání se trestal smrtí. V květnu 1945 pražský rozhlas plnil svou úlohu šířením informací a organizováním služeb. Praha byla jediným evropským městem, kde se rozhlas za druhé světové války neodmlčel a nepřestal vysílat ani během nejtěžších bojů (Hrdlička, 2003).

V roce 1945 bylo v Praze zahájeno povstání na výzvu rozhlasu, které vedlo k mnoha obětem na životech a k poškození budovy rozhlasu. Po válce bylo obnoveno vysílání do zahraničí a změnila se výroba zpráv. V roce 1948 byl Československý rozhlas zestátněn a začal sloužit „lidu a komunistické straně“. V té době také proběhla v Praze mezinárodní rozhlasová výstava, kde bylo poprvé předvedeno televizní vysílání (Krupička, Křížová, 2017).

V 50. letech docházelo k ostré ideologické válce a technickému pokroku. V té době Československý rozhlas vysílal na dvou celonárodních okruzích a stavěly se nové vysílače a regionální stanice. V roce 1952 se začalo s rušením vysílání Svobodné Evropy a vznikla Hlavní správa tiskového dozoru, která se starala o cenzuru. V roce 1953 byla založena Československá televize, a do roku 1957 bylo televizní vysílání součástí Československého rozhlasu. V začátcích 60. let bylo spuštěno FM vysílání na novém pásmu východní normy na okruhu Československo II (Krupička, Křížová, 2017).

V 60. letech docházelo v Československu k postupné politické liberalizaci, kterou média, včetně rozhlasu, aktivně využívala. Pražské jaro však skončilo okupací Československa sovětskými vojsky v srpnu 1968. V boji o rozhlas během okupace došlo ke střetu mezi Pražany a pracovníky rozhlasu se sovětskými vojáky, který si vyžádal asi patnáct obětí. Sověti nakonec obsadili budovu rozhlasu, ale vysílání pokračovalo z jiných objektů. Vysílání z budovy Československého rozhlasu bylo obnoveno 9. září. V následujícím období normalizace bylo z rozhlasu propuštěno mnoho redaktorů kvůli jejich politickým názorům (Krupička, Křížová, 2017).

V roce 1970 vznikl celonárodní okruh Hvězda, přinášející 24hodinové

zpravodajství. V té době se také začalo více vysílat stereo na FM vysílačích. O dva roky později vznikla stanice Vltava, která se zaměřovala na vážnou hudbu a literární dramaturgie. Radio Praha začala vysílat pětihodinový hudební program s pravidelnými zprávami v pěti jazycích pro cizince žijící v Československu a v sousedních státech. V 70. letech byla produkce Radia Praha na krátkých vlnách na vrcholu, s vysíláním v deseti jazycích po dobu 37 hodin denně. Československý rozhlas fungoval v tomto režimu až do pádu komunistické vlády. V roce 1988 bylo zrušeno rušení zahraničních rozhlasových stanic vlivem perestrojky¹ (Krupička, Křížová, 2017).

3.4 Rozhlas po Sametové revoluci (1990–2003)

V roce 1989 se v bývalých komunistických zemích střední a východní Evropy, včetně Československa, odehrály zásadní politické změny. Pád totalitního režimu, který byl založen na vládnoucí roli Komunistické strany Československa (KSČ), způsobil velké změny v celé společnosti, včetně mediálního systému. Normalizační politici, kteří byli u moci od sovětské intervence v srpnu 1968, odmítali změny až do podzimu 1989. Od srpna 1988 však sílila občanská nespokojenost a přes masivní zásahy policie se nepodařilo protesty utlumit. Poté, co byla studentům potlačena vzpomínková demonstrace na Národní třídě v Praze dne 17. listopadu 1989, došlo k rozhodujícímu střetu mezi občany a totalitní mocí. Akce bezpečnostních sil vzbudila veřejné rozhořčení a následné protestní demonstrace přerostly v tzv. „sametovou“ revoluci. Československá média, zejména Československá televize a Československý rozhlas, věnovala potlačení studentské demonstrace minimální pozornost. Informace o událostech 17. listopadu 1989 byla odvysílána v zpravodajském přehledu Čs. rozhlasu až ve 23.50 hodin a zcela vynechala zmínku o potlačení demonstrace a zraněních demonstrantů. Necenzurované informace o dění 17. listopadu a dnech poté se lidé dozvěděli především skrze zahraniční rozhlasové stanice, jako byly BBC, Hlas Ameriky a Rádio Svobodná Evropa (Moravec,

¹ Perestrojka a glasnost představovaly snahu Michaila Gorbačova o přestavbu a otevřenost v komunistických režimech v druhé polovině 80. let, jež měla úspěch v Sovětském svazu, ale v československé komunistické nomenklatuře narazila na zásadní odpor a reformy tak zůstaly jen na papíře. Úspěch reforem v Sovětském svazu paradoxně umožnil československé společnosti volat po změnách s odvoláním na dosud nesnášeného "bratra" bez postihu (ČT24, 2011).

2003).

Demonstrace studentů, potlačená státní mocí, vyvolala masovou vlnu protestů, která vedla ke změně režimu v Československu – z totalitního na demokratický. Vzniklo Občanské fórum (OF)², jehož hlavním představitelem se stal Václav Havel. Masové demonstrace na podporu požadavků OF a Verejnosti proti násiliu se uskutečnily na celém území země. Tento tlak veřejnosti vedl k zásadním změnám ve společnosti, včetně rezignace na funkci generálního tajemníka KSČ Miloše Jakeše, a ke schválení změn Ústavy ČSSR, které vstoupily v platnost 30. listopadu 1989. Po 41 letech tak formálně skončila vláda komunismu v Československu (Moravec, 2003).

V roce 1989 došlo v Československu k zásadním personálním výměnám ve vedení státu. Novým předsedou Federálního shromáždění se stal Alexander Dubček a novým prezidentem ČSSR byl zvolen Václav Havel. Tyto změny představovaly značný politický posun, neboť Dubček byl významnou postavou pražského jara, zatímco Havel byl zástupcem širokého politického proudu a nekomunista. V té době také začaly první proměny mediálního systému, jako bylo např. zrušení Federálního úřadu pro tisk a informace jakožto kontrolního a cenzurního orgánu totalitní moci. V roce 1990 byl přijat zákon č. 86/1990 Sb., kterým se měnil a doplňoval zákon o periodickém tisku a o ostatních hromadných informačních prostředcích, což znamenalo zásadní novelu tzv. tiskového zákona a první projev demokratizace mediální legislativy po listopadu 1989. Tím došlo k očištění původních norem od ideologického nánosu. Ke změně systému fungování elektronických médií vedl vznik oddělení státní informační politiky při odboru vzdělanosti, kultury, zdraví a informací na Úřadu předsednictva federální vlády, které mělo za úkol připravit podmínky pro demonopolizaci rozhlasového a televizního vysílání. Federální vláda se rozhodla zřídit meziresortní konkurzní komisi pro výběr uchazečů o nestátní rozhlasové a televizní vysílání na území ČSFR kvůli velkému zájmu žadatelů o demonopolizaci vysílání elektronických médií, ačkoli nový zákon o provozování

² OF se prezentovalo jako občanské hnutí, jež přijímá všechny lidi dobré vůle a podporuje demokratické myšlení. V prvním prohlášení požadovali odstoupení vlády, propuštění politických vězňů, odchod kompromitovaných politiků KSČ z veřejného života a zahájení celospolečenského dialogu o budoucnosti Československa a ochranu svobody slova. Téhož dne byla v Bratislavě založena politická iniciativa Verejnosť proti násiliu (VPN) na půdě městské organizace Svazu slovenských výtvarných umělců.

rozhlasového a televizního vysílání teprve vznikal (Köpplová a kol., 2003).

Československý rozhlas měl dříve monopol na výrobu, vysílání a šíření rozhlasových programů v Československu. Ještě před vznikem meziresortní komise pro výběr uchazečů o první experimentální nestátní rozhlasové a televizní vysílání však došlo k prolomení tohoto monopolu. V lednu 1990 podepsal ředitel francouzské rozhlasové stanice Europe 2 dohodu o spolupráci s Československým rozhlasem, což však bylo v rozporu s oficiálním povolením vlády. Dalším krokem bylo povolení federální vlády pro rozhlasovou stanici Rádio Svobodná Evropa k šíření svého signálu na území Československa pomocí volných vysílačů. Tento krok byl naplněn v srpnu 1990, kdy Svobodná Evropa začala vysílat prostřednictvím tří středovlnných vysílačů v ČSFR (Moravec, 2003).

Po svobodných volbách v Československu v roce 1990 docházelo k zásadním sporům ohledně budoucího státoprávního uspořádání země. Diskuse se týkala novely zákona o československé federaci, jež by přesunula kompetence z federální na národní vlády. Novela byla přijata v prosinci téhož roku. Kompetenční spory však způsobili zpoždění přijetí nové mediální legislativy, což umožnilo vznik nelegálního vysílání. Rádía Stalin a Podzemí začala vysílat bez povolení koncem roku 1990. Přestože bylo vydaných pouze 36 licencí k experimentálnímu lokálnímu rozhlasovému vysílání, Československý rozhlas se ocitl v konkurenčním prostředí soukromých rozhlasových stanic (Moravec, 2003).

V roce 1993 vznikly samostatné státy Česká republika (ČR) a Slovenská republika (SR). Rozdělení ČSFR bylo provedeno na základě dohody mezi Občanskou demokratickou stranou (ODS) a Hnutím za demokratické Slovensko (HZDS). Rozdělení státu bylo provázeno nespokojeností většiny občanů, avšak politické elity nedokázaly společný stát udržet. Důležitými okamžiky pro vznik České republiky bylo schválení Ústavy ČR v prosinci 1992 a volba Václava Havla jako prvního českého prezidenta v lednu 1993 (Moravec, 2003).

V české ústavě je zakotvena Listina základních práv a svobod, která v oddílu druhém „Politická práva“ upravuje svobodu tisku a slova. Tato svoboda zahrnuje právo na projev a informace, vyjadřování názorů různými způsoby a bez ohledu na hranice státu, rovněž také zakazuje cenzuru. Avšak tuto svobodu lze omezit zákonem v případech

nutných pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti. Státní orgány a orgány územní samosprávy jsou povinny poskytovat informace o své činnosti, podmínky a provedení stanoví zákon (Moravec, 2003).

V roce 1992 byla vytvořena koaliční vláda premiéra Václava Klause, která se soustředila na dokončení ekonomické reformy a na budování nové samostatné republiky. Vláda však nedostatečně zohlednila kvalitu právního rámce pro transformaci ekonomiky a dalších oblastí společnosti, což vedlo k ekonomické krizi ve druhé polovině 90. let. Vláda se také zaměřila na privatizaci a podporu volného trhu v médiích, argumentujíc tím, že konkurence v této oblasti zaručí kvalitu a objektivitu informací. Tento postoj se však ukázal jako naivní (Moravec, 2003).

V letech 1992–1996 se výrazně zvyšoval počet soukromých rozhlasových stanic vysílajících v České republice, přičemž v roce 1991 vlastnilo licenci k experimentálnímu vysílání pouze 36 soukromých subjektů, zatímco v roce 1994 už bylo 59 vlastníků s řádnou licenci. V roce 1995 tento počet vzrostl na 87. V září 1993 začala vysílat první soukromá celoplošná rozhlasová stanice, Rádio Alfa, a o měsíc později Frekvence 1. V únoru 1994 začala v České republice vysílat také první soukromá celoplošná televizní stanice, TV Nova (Moravec, 2003).

Rozvoj soukromého rozhlasového a televizního vysílání a chyby při transformaci státních vysílatelů na veřejné služby (Český rozhlas a Česká televize) vedly k nevýhodnému postavení veřejnoprávních médií v České republice a k zásadní dominanci soukromého vysílání v posluchačské a divácké oblibě (Moravec, 2003).

Československý rozhlas měl výhradní právo na výrobu a šíření rozhlasových programů v ČSSR před listopadem 1989. Monopolní státní vysílatel provozoval několik programových okruhů a měl síť krajských rozhlasových studií. V komunistické ČSSR bylo možné zachytit i programy zahraničních stanic, ty však byly označovány jako „ilegální a štvavé vysílačky“. V roce 1989 došlo k demonstracím proti totalitnímu režimu v ČSSR a symboly komunistické propagandy, včetně Československého rozhlasu, se staly terčem nespokojenosti obyvatel. Informování Československého rozhlasu o událostech na Národní třídě a vzniku Občanského fóra nebylo objektivní (Moravec, 2003).

V listopadu 1989 došlo v Československém rozhlasu k názorové diferenciaci a ke vzniku protestních skupin. Občanské fórum Čs. Rozhlasu začalo požadovat důsledné uplatňování svobody slova ve vysílání a změny ve vedení Čs. Rozhlasu. V pátek 24. listopadu 1989 na shromáždění členů OF Čs. rozhlasu v pražské Malostranské besedě zazněl požadavek na odstoupení ústředního ředitele Čs. rozhlasu Karla Kvapila. Kvapil odstoupit odmítl a trval na řádném odvolání Ústředním výborem KSČ a vládou, která jej do funkce jmenovala. OF Čs. rozhlasu odeslalo předsedovi vlády ČSSR Ladislavu Adamcovi otevřený dopis s žádostí o odvolání Kvapila a s návrhem na jmenování nového ústředního ředitele, a to Karla Starého. Vedení státního rozhlasu začalo se zástupci OF Čs. rozhlasu jednat (Köpplová a kol., 2003).

30. listopadu 1989 došlo k zásadní programové změně v Československém rozhlasu, kdy na celostátním okruhu Hvězda začalo pravidelné vysílání Občanského fóra. Tento pořad se stal populárním a vrátil do programu státního rozhlasu živé vysílání, necenzurované zpravodajství a publicistiku. Na přípravě pořadu se podílel kolektiv redaktorů z různých redakcí Čs. Rozhlasu. Vysílání se skládalo z různých žánrů a tematicky koncipovaných pořadů, které obsahovaly nejen zpravodajství, reportáže a rozhovory, ale také hudbu. V pořadu byly vysílány písně dosud zakázaných autorů a interpretů, jako Marty Kubišové, Jaroslava Hutky nebo Karla Kryla (Köpplová a kol., 2003).

V roce 1989 byl Karel Kvapil odvolán z funkce ústředního ředitele Československého rozhlasu kvůli neudržitelné nedůvěře zaměstnanců k vedení. Nahradil ho Karel Starý, dřívější zpravodaj Čs. rozhlasu ve Francii. Starý slavnostně nastoupil do funkce a ujistil vedoucí pracovníky, zástupce OF a stávkového výboru, že rozhlas bude vždy pravdivě informovat o dění v Československu i v zahraničí. Jeho hlavním úkolem bylo zajistit, aby do vysílání Čs. rozhlasu bylo zahrnuto vše podstatné, co se děje ve společnosti, a aby byl vypracován efektivní vnitřní řád (Köpplová a kol., 2003).

V roce 1990 došlo v organizační struktuře Čs. rozhlasu k několika významným změnám, jako bylo například zrušení programové rady a vytvoření kolegia a užšího vedení. Díky vedení Karla Starého se také umožnilo zahájení soukromého rozhlasového vysílání na území Československa, kdy Čs. rozhlas přenechal svůj kmitočet francouzské stanici Europe 2. Tento kmitočet byl později přidělen Evropě 2 formou licence k experimentálnímu vysílání. To umožnilo vstup soukromých subjektů do systému

rozhlasového vysílání v Československu (Moravec, 2003).

V roce 1990/91 došlo ke dvěma změnám v uspořádání okruhů Čs. rozhlasu. První změnou byl zánik stanice EM v roce 1990 kvůli nedostačujícímu financování a rozhodnutí vedení Čs. rozhlasu na Slovensku využít vysílací síť pro jiné programy. Druhá změna byla obnovení okruhu pro mladé posluchače pod novým názvem Rádio Mikroforum v roce 1991, které vysílalo na vysílačích v České republice. Rádio Mikroforum zaniklo v roce 1992 v souvislosti s přerozdělením vysílacích sítí po rozpadu Československa. Český rozhlas se v následujících letech snažil vytvořit nový okruh pro mladé posluchače, ale kvůli nedostatku vysílacích sítí se mu to nepodařilo (Moravec, 2003).

Na přelomu let 1990 a 1991 došlo k další změně ve skladbě vysílacích okruhů Čs. rozhlasu. Byla založena společná stanice českých a moravskoslezských regionálních studií s názvem Regina, která začala vysílat 2. ledna 1991. Tento společný okruh byl však zrušen k 31. květnu 1993 kvůli omezením přenosových cest a sítí vysílačů. Regionální studia začala získávat větší autonomii a postupně rozšiřovala svá vysílání, a to buď samostatně, nebo v úzké spolupráci s dalšími studii, jak bylo vyzkoušeno v případě společného okruhu Regina. Český rozhlas tedy vyzkoušel dva modely: buď úzkou spolupráci s jednotlivými regionálními studii, nebo vytvoření samostatných regionálních stanic s vlastním programem (Moravec, 2003).

Druhý model měl programová omezení a regionální stanice Českého rozhlasu nebyly schopny poskytnout dostatečně kvalitní regionální vysílání veřejné služby. To vedlo k tomu, že se vysílání regionálních studií začalo přibližovat charakteru vysílání soukromých regionálních stanic. V den, kdy zanikla ČSFR, tedy 31. prosince 1992, byl Federálním shromážděním zrušen i Československý rozhlas a federální okruh Československo přestal vysílat. Poté, co 1. ledna 1993 vznikla samostatná Česká republika, se novým zpravodajsko-publicistickým okruhem Českého rozhlasu stal Radiožurnál (Moravec, 2003).

3.5 Český rozhlas (rozhlas veřejné služby)

Český rozhlas jako samostatný právní subjekt vznikl 1. ledna 1992. Zhruba 2,5 tisíce zaměstnanců bylo z Čs. rozhlasu převedeno do nového subjektu. Při svém vzniku měl Český rozhlas čtyři programové okruhy: Prahu, Vltavu, Reginu a Rádio

Mikrofórum. Bylo vytvořeno několik organizačních útvarů, včetně Hlavní redakce zpravodajství a publicistiky, Hlavní redakce literárně-dramatického vysílání a Hlavní redakce pro děti a mládež. Prvním generálním ředitelem českého rozhlasu se stal Jiří Mejstřík (Moravec, 2003).

Zákonem České republiky nově ustanovily Radu Českého rozhlasu, jež byla vytvořena za účelem zajistit právo veřejnosti na kontrolu tvorby a šíření programů Českého rozhlasu. Podle zákona o Českém rozhlasu musí mít Rada devět členů, kteří jsou voleni Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR na období pěti let. Rada je zodpovědná za svou činnost Poslanecké sněmovně, která ji může odvolat, pokud rada opakovaně nesplní své povinnosti, nebo pokud Poslanecká sněmovna v průběhu šesti měsíců opakovaně konstatuje, že Český rozhlas neplní své poslání (Moravec, 2003).

3.5.1 Radiožurnál

Vedení Českého rozhlasu muselo po zániku Československého rozhlasu rozhodnout o vytvoření nového programového okruhu zaměřeného na zpravodajství a publicistiku. V prosinci 1992 Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání povolila, aby Český rozhlas převzal vysílací prostředky bývalé stanice Československo. Vedení rozhodlo, že nový okruh se bude jmenovat Radiožurnál. Toto jméno bylo dříve používáno pro hlavní zpravodajskou relaci okruhu Praha, kterou připravovala Hlavní redakce zpravodajství a publicistiky ČRo. Zbyněk Honys, dosavadní vedoucí této redakce, se stal šéfredaktorem nového okruhu, a tímto vznikem zanikla poslední hlavní redakce v organizační struktuře rozhlasu veřejné služby (Moravec, 2003).

Nová stanice Radiožurnál měla denní programové schéma rozděleno na tři bloky: Ranní proud informací a hudby, Dopolnední proud informací a hudby a Odpolední proud informací a hudby. Navíc provozovala noční blok hudby moderovaný diskžokeji s názvem Noční proud. Znovu byl zachován poměr hudby a mluveného slova šedesát ku čtyřiceti, stejně jako na okruhu Československo. Novinkou je zařazení dvouhodinového magazínu pro mladé s názvem Mikrofórum, který se vysílal jako náhrada za zrušenou stanici Rádio Mikrofórum (Moravec, 2003).

3.5.2 Český rozhlas 6/Rádio Svobodná Evropa

Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání označila společný okruh Českého rozhlasu a Rádía Svobodná Evropa za atypický projekt, který vznikl v roce 1995. Český

rozhlas a Rádio Svobodná Evropa začaly spolupracovat v roce 1994, kdy podepsaly smlouvu o pronájmu části budovy Českého rozhlasu v Praze na Vinohradech. Stěhování české redakce RSE z Mnichova do Prahy bylo způsobeno úspornými opatřeními amerického Kongresu. Při podpisu dohody bylo zdůrazněno, že existence pod jednou střechou neznamena fúzi či vzájemnou závislost (Moravec, 2003).

V roce 1994 zahájila česká redakce Rádía Svobodná Evropa vysílání na své středovlnné síti z budovy Českého rozhlasu v Praze na Vinohradech. O rok později byl oznámen vznik nového programového okruhu Český rozhlas 6/Rádio Svobodná Evropa s orientací na minoritní skupinu posluchačů a minimem hudby, který měl využít spolupráce vysílatele veřejné služby s českými redakcemi zahraničních rozhlasových stanic ze Spojených států, Velké Británie a Německa. Nová stanice měla začít vysílat 1. října 1995 (Moravec, 2003).

Stanice Český rozhlas 6/Rádio Svobodná Evropa začala vysílat 6. listopadu 1995 na středovlnné síti Rádía Svobodná Evropa. Toto zahájení vysílání vyvolalo negativní reakci Rady ČR pro RTV, ale ředitel RSE a šéfredaktor ČRo 6/RSE Pavel Pecháček argumentaci Rady odmítl. Nakonec se však Rada ČR pro RTV, Český rozhlas a Rádio Svobodná Evropa dohodly, kde Rada požadovala jasnou identifikaci programových bloků participujících stanic, aby bylo jednoznačně zřejmé, který ze subjektů je zodpovědný za obsah programu. ČRo 6/RSE tomuto požadavku vyhověl 20. listopadu 1995, kdy upravil svou identifikaci, a tak vyřešil spory o společnou stanici (Moravec, 2003).

V lednu 1996 získal Český rozhlas druhou středovlnnou síť, na které dříve vysílalo soukromé Rádio Echo. Tuto síť využil k šíření signálu okruhu ČRo 6/RSE. V roce 1999 německá stanice Deutsche Welle vystoupila ze společného projektu ČRo 6/RSE kvůli finančním důvodům, ke konci roku pak zrušila své vysílání v češtině (Moravec, 2003).

V roce 2002 generální ředitel Českého rozhlasu ukončil spolupráci s českým vysíláním BBC WS, což způsobilo ukončení společného vysílání v květnu téhož roku. Poté, v červenci, prezident RFE/RL oznámil, že financování českého vysílání Rádía Svobodná Evropa skončí k 1. říjnu téhož roku a smlouva o partnerství s Českým rozhlasem bude zrušena. Peníze na zachování českého vysílání Rádía Svobodná Evropa se sehnat nepodařilo a česká redakce RSE byla zrušena k 30. září 2002 (Moravec, 2003).

4 Současná podoba veřejnoprávního rozhlasu v Česku

Od zahajovacího vysílání 18. května 1923 z plátěného stanu v Praze-Kbelích tehdejšího Československa uplyne právě 100 let, a Český rozhlas tak v květnu 2023 oslaví významné výročí svého působení. Od té doby se vysílání dramaticky změnilo a přešlo od živého vysílání ve stanu k vysílání digitálnímu. Český rozhlas také prošel proměnou ze soukromé společnosti na nezávislé veřejnoprávní médium a stal se součástí Evropské vysílací unie³. V červnu 2012 byla ve Štrasburku ustanovena Deklarace základních hodnot veřejnoprávních médií, která stanovuje, že veřejnoprávní média se budou snažit poskytovat rozmanitý obsah pro celou společnost a být přístupná pro všechny. Členové Evropské vysílací unie, včetně Českého rozhlasu, se tak mají řídit šesti základními hodnotami – všestranností, nezávislostí, znamenitostí, rozmanitostí, odpovědností a inovací (EBU, 2023).

Český rozhlas se považuje za „národní kulturní instituci, jejímž posláním je služba veřejnosti“. Toto poslání vnímá jako „závazek, který jej odlišuje od konkurence a přináší s sebou specifické cíle a požadavky“ (Portál Českého rozhlasu, 2011). „Být důvěryhodným a nezastupitelným zdrojem informací a inovativním tvůrcem audio zážitků“ (Portál Českého rozhlasu, 2011) je hlavní vizí Českého rozhlasu. Instituce popisuje misi své činnosti následovně: „Chceme být médiem pro všechny a pro každého, proto neustále zvyšujeme dostupnost a přístupnost našich služeb. Chceme být důvěryhodným tvůrcem programu v souladu se zákonem o ČRo, Kodexem ČRo i přísnými žurnalistickými zásadami.“ (Portál Českého rozhlasu, 2011). Za účelem dostání titulu média veřejné služby si Český rozhlas vytyčil pět základních cílů: „Poskytovat veřejnosti všestrannou, vyváženou a kvalitní programovou a obsahovou nabídku; vytvářet, chránit a prosazovat základní hodnoty moderní demokratické společnosti; Přispívat k technologickému pokroku; Pečovat o národní kulturní dědictví, obohacovat je a šířit ve světě; Hájit nezávislost a usilovat o konkurenceschopnost Českého rozhlasu“ (Portál Českého rozhlasu, 2011).

³ Evropská vysílací unie (European Broadcasting Union) je mezinárodní organizace sdružující evropská a některá mimoevropská veřejnoprávní média se sídlem v Ženevě. Zastupuje 112 členských organizací a propaguje význam veřejnoprávních médií na celoevropské i celosvětové úrovni (EBU, 2023).

Český rozhlas aktuálně vysílá na 4 celoplošných a 4 speciálních stanicích a má síť regionálního vysílání po celé České republice. Kromě vysílání radiových vln nabízí obsah také prostřednictvím webových stránek a mobilních aplikací. Český rozhlas pořádá několik soutěží a festivalů a má vlastní hudební nakladatelství. Součástí rozhlasové struktury jsou Symfonický orchestr Českého rozhlasu, Dětský pěvecký sbor, Dismanův rozhlasový dětský soubor, Rozhlasový Big Band Gustava Broma a Brněnský rozhlasový orchestr lidových nástrojů. Organizaci vede generální ředitel, aktuálně René Zavoral⁴, jenž je volen Radou Českého rozhlasu na funkční období 6 let. První úroveň vedení se skládá z ředitelů různých sekcí, včetně Sekce generálního ředitele, Zpravodajství, Programu, Marketingu a digitálních služeb, Komunikace, obchodu a vnějších vztahů, Techniky a správy, Ekonomiky a Sekce uměleckých těles, soutěží a přehlídek (Portál Českého rozhlasu, © 1997–2023).

Vznik Českého rozhlasu jako veřejnoprávní instituce byl rozhodnut politickou reprezentací země. Poslanci rozhodují o výši rozhlasových poplatků a o tom, kdo se stane poplatníkem. Poslanci také volí členy Rady Českého rozhlasu. Členové Rady a Rada jako celek jsou odpovědní za svou práci Poslanecké sněmovně, které Rada Českého rozhlasu odevzdává dvakrát ročně zprávu o činnosti a hospodaření Českého rozhlasu. Rada Českého rozhlasu se skládá z 9 členů a pro ekonomický dohled nad Českým rozhlasem využívá pětičlennou Dozorčí komisi. Podle zákona o Českém rozhlase je Rada této instituce povinna zajistit veřejnou kontrolu média. Rada není správním orgánem ani součástí řídicí struktury instituce, ale odpovídá za dohled nad médiem, které je financováno z rozhlasových poplatků. Rada Českého rozhlasu a její členové nemohou přímo zasahovat do programu média veřejné služby dle zákona o Českém rozhlase. Jejich role spočívá pouze ve schvalování dlouhodobých programových plánů a projednávání stížností posluchačů. Management, konkrétně generální ředitel ČRo, rozhoduje a je odpovědný za svou činnost před Radou, která ho do funkce volí. Český rozhlas jako médium veřejné služby nakládá s veřejnými prostředky a podléhá kontrole pouze Rady

⁴ Během prvního šestiletého funkčního období Zavorala jako generálního ředitele ČRo byly založeny nové regionální stanice v Liberci, Karlových Varech a ve Zlíně. Kromě toho začala vysílat digitální stanice Radiožurnál Sport a byly založeny zpravodajský server iROZHLAS a audio portál mujRozhlas.cz (Dolejší, 2021).

Českého rozhlasu (Portál Českého rozhlasu, nedatováno).

Český rozhlas má hierarchickou strukturu, ve které jsou jednotlivé rozhlasové stanice podřízeny vedení Českého rozhlasu jako celku. V čele organizace stojí generální ředitel, který je odpovědný za její celkové vedení. Jednotlivé stanice mají svá ředitelství, která zodpovídají za chod a obsah stanice (Portál Českého rozhlasu, nedatováno).

Tvorba programu probíhá v rámci jednotlivých stanic. Každá stanice má své vlastní redakce, které se specializují na konkrétní žánry, jako je například zpravodajství, kultura, hudba, sport nebo publicistika. Český rozhlas využívá moderní technologie a digitální média, aby oslovil širší publikum a umožnil posluchačům přístup k programu kdykoliv a kdekoli. Obsah je dostupný také prostřednictvím webových stránek, mobilních aplikací a podcastů. Například skrze webový portál iROZHLAS.cz poskytující aktuální zpravodajství, web temata.rozhlas.cz přinášející informace ze světa vědy, přírody, náboženství či historie, nebo existuje portál Digitální rádio věnující se marketingu, reklamě a digitálnímu vysílání. Vlastní weby mají i jednotlivé vysílací stanice (Portál Českého rozhlasu, nedatováno).

Český rozhlas provozuje celkem dvanáct celoplošných a čtrnáct regionálních stanic, jež vysílá kromě rozhlasových vln i formou internetových přenosů. Celoplošnými stanicemi jsou: Radiožurnál, Dvojka, Vltava, Plus, Radiožurnál Sport, Radio Wave, D-dur, Jazz, Rádio Junior, Pohoda, Rádio Junior + a Radio Prague International. Regionální stanice Českého rozhlasu mají za cíl přinášet zprávy ze všech oblastí země, aktuálně je tvoří stanice Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Karlovy Vary, Liberec, Olomouc, Ostrava, Pardubice, Plzeň, Rádio Praha, Region, Sever, Vysočina a Zlín (Portál Českého rozhlasu, nedatováno).

Radiožurnál je stanice, jež se zaměřuje na poskytování zpravodajství a informací o aktuálních událostech v Česku i v zahraničí. Stanice je k dispozici 24 hodin denně a zahrnuje informace týkající se ekonomiky, politiky, kultury a sportu (Radiožurnál, © 1997–2023). Dle posledního měření (druhé pololetí 2022) poslechovosti Radioprojektu je Radiožurnál nejposlouchanějším rádiem v Česku s 861 tisíci posluchači denně, což představuje nárůst oproti předchozímu období o 26 tisíc lidí. V roce 2021 se Radiožurnál rozrostl o novou stanici Radiožurnál Sport, jež se specializuje na sportovní témata a nabízí živé sportovní přenosy, zpravodajství ze sportovních akcí, magazíny o profesionálním

i amatérském sportu, rozhovory a reportáže (Radiožurnál Sport, © 1997–2023).

Český rozhlas Dvojka představuje stanici, jež vysílá talkshows, rozhlasové hry, čtení, skeče, dokumenty a komentáře k aktuálním událostem, ale také populární hudbu (Dvojka, © 1997–2023). Český rozhlas Plus nabízí širokou škálu obsahu, včetně analýz veřejného dění, rozhovorů, reportáží, komentářů, diskusí, interaktivních pořadů a zpravodajství, které pokrývají politiku, vědu, byznys a společnost. Obsahuje také prvky z nejlepších světových médií a sociálních sítí, hostí také renomované komentátory a vědce (Plus, © 1997–2023).

Český rozhlas Vltava se zaměřuje na kulturní publicistiku, rozhlasové hry, dokumenty a literaturu a hraje hudbu klasickou a jazzovou, doplněnou o world music a současnou alternativní hudbu (Vltava, © 1997–2023). Druhou stanicí Českého rozhlasu zaměřující se na hudbu je D-dur, jež se zabývá klasickou hudbou všech žánrů a jejím komentářem (D-dur, © 1997–2023). Český rozhlas Jazz zase nabízí celodenní vysílání jazzu, zahrnující široké spektrum žánrů od jeho počátků až po moderní fúze (Jazz, © 1997–2023).

Radio Wave představuje stanici a online platformu Českého rozhlasu se specializací na mladé posluchače. Poskytuje informace o různých tématech, jako je životní styl, móda, cestování, psychologie, technologie, studium, vztahy, rodičovství a životní prostředí. Dále se zaměřuje na českou i zahraniční kulturu a popkulturu, sleduje i aktuální trendy (Radio Wave, © 1997–2023). Na ty úplně nejmladší posluchače se specializuje Rádio Junior, které je jediným živým rádiem pro děti v Česku. Vysílá pohádky a dobrodružné příběhy, hudební skladby a připravuje pro děti zábavné aktivity, jakými jsou hry, soutěže a kvízy (Rádio Junior, © 1997–2023). Naopak nejstarší generaci se věnuje Český rozhlas Pohoda, jehož hlavní část programové nabídky tvoří pořady z archivů, doplněné hudbou a živým vysíláním (Pohoda, © 1997–2023).

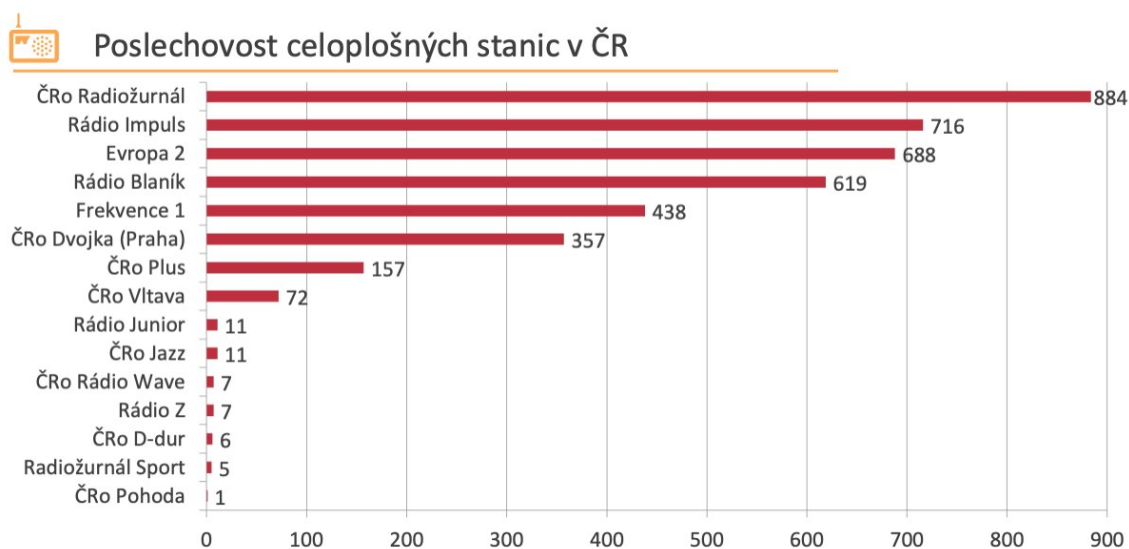
Radio Prague International poskytuje vysílání Českého rozhlasu do zahraničí na základě objednávky ministerstva zahraničních věcí. Vysílání do zahraničí v České republice existuje již od roku 1936 a jeho účelem je poskytovat objektivní a kvalifikované informace o politickém, ekonomickém, kulturním a společenském vývoji v zemi podle koncepce zahraniční politiky ČR. Za obsah vysílání nese odpovědnost Český rozhlas, který provozuje vysílání na základě objednávky. Poradním orgánem pro vysílání je

Konzultační rada, která spolupracuje s ministerstvem zahraničních věcí. Každý den produkuje půlhodinové zpravodajské pořady v angličtině, němčině, ve francouzštině, španělštině a v ruštině, aby informovalo zahraniční posluchače, krajany a cizince v České republice o událostech v zemi (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, nedatováno).

4.1 Současná poslechovost veřejnoprávní rozhlasu

Dle posledního měření (druhé pololetí 2022) poslechovosti Radioprojektu je Radiožurnál nejposlouchanějším rádiem v Česku s 861 tisíci posluchači denně, což představuje nárůst oproti předchozímu období o 26 tisíc lidí. Na druhém místě byl komerční Impuls s poklesem o 21 tisíc na 697 tisíc posluchačů a třetí Evropa 2 s nárůstem o 10 tisíc na 649 tisíc posluchačů. Následují Blaník, Frekvence 1 a ČRo Dvojka. (ČTK, 2023). V posledním měřeném období se mírně zvýšil denní poslech rádií, mírně však klesl poslech týdenní. Podle aktuálních výsledků poslouchalo rádio týdně 83,3 procent české populace ve věku 12–84 let a průměrná denní doba poslechovosti dosáhla 264 minut. Český rozhlas Radiožurnál je stále nejposlouchanější celoplošnou radio stanicí, následují komerční stanice Impuls, Evropa 2, Rádio Blaník a Frekvence 1. Nejposlouchanějšími regionálními rádii jsou ČRo Brno a Rádio Krokodýl, ale obě stanice snížily svou denní poslechovost. Regionální stanice ČRo Ostrava a ČRo České Budějovice si naopak polepšily (Mediaguru, 2023).

Obrázek č. 1: Denní poslechovost celoplošných stanic (v tisících osob)



Zdroj: Radioprojekt, SKMO, STEM/Mark, Median, Nielsen Admosphere, 2022

5 Analytická část

Výzkum byl rozdělen na tři části – poslech, motivaci a vnímání role veřejnoprávního rozhlasu, dle konstrukce scénáře. Po sesbírání všech potřebných dat jsem zkoumala své výsledky a v rámci otevřeného kódování jsem identifikovala opakující se zásadní pojmy. Z těch se začaly krystalizovat první kategorie a přešla jsem k fázi axiálního kódování. Po analýze vzniklých kategorií a jednotlivých vztahů mezi nimi jsem pokračovala k selektivnímu kódování, skrze něž jsem vytvořila centrální kategorii, kolem které jsem vystavila zakotvenou teorii. Ta má objasňovat závěry mého výzkumu a vyslovit teorii, jak a proč čeští mileniálové vnímají jevy, jež byly předmětem výzkumu. Zároveň v této kapitole zodpovídám dříve stanovené výzkumné otázky.

Pro zachování anonymity respondentů jsou jednotlivé výzkumné rozhovory označeny pouze křestními jmény, u shody jmen jsou i s počátečním písmenem respondentova příjmení. Výzkumu se účastnilo celkem dvanáct respondentů, z toho sedm žen a pět mužů ve věku 21–34 let a české národnosti. Pro účely a rozsah této diplomové práce byl potřebný výzkumný materiál saturován dvanáctou výpověďmi. Není tak reprezentativní pro všechny české mileniály a jsem si těchto limitů vědoma.

5.1 Poslech rozhlasu a podcastů

V první části rozhovoru jsem se zaměřila na zanalyzování posluchačského chování každého z respondentů. Zaměřila jsem se tedy na to, zda rozhlas či podcasty vůbec poslouchají, jak často a jak dlouho se poslechu věnují, při jaké příležitosti, zda upřednostňují veřejnoprávní nebo komerční tvorbu, jaké konkrétní stanice a pořady poslouchají a proč právě tyto. Tázala jsem se také na oblíbený formát pořadů, žánr či na to, jakým způsobem se k obsahu dostávají. Chtěla jsem tak docílit průzkumu poslechových návyků napříč českými mileniály, zjistit, co je zajímavá a jaké k tomu mají důvody.

5.1.1 Rozhlas nebo podcasty poslouchám často

Do kategorie respondentů, jenž se poslechu rozhlasu a podcastů věnují často, jsem zařadila ty, kteří poslouchají pravidelně, alespoň třikrát do týdne, a celkově poslechu věnují přes čtyři hodiny týdně. Takových oslovených bylo ve výzkumu pět. To, co se pro tuto skupinu respondentů ukázalo jako jednotící prvek, je jasná preference

konkrétních stanic či pořadů, které považují za osvědčené a poslouchají je pravidelně. Tato skupina má vyhraněný vkus a je pro ni typická téměř nulová náhodnost výběru obsahu. Pouští si již prověřené oblíbené autory či programy a jsou jen velmi málo ochotni experimentovat a své poslechové návyky měnit. Osoby poslouchající rozhlas a podcasty často se od skupiny poslouchající občas nebo výjimečně liší žánrem poslechu. Mimo jednoho respondenta se lidé poslouchající často více zajímají o zpravodajství a publicistiku. Věnují také více času poslechu veřejnoprávního rozhlasu a jeho podcastům než ostatní skupiny.

Ve zdrojích zpravodajského obsahu se však jednotlivci poměrně liší. Dva respondenti se shodli na Radiožurnálu jako svém nejčastěji pouštěném kanále pro čerpání denních aktualit, a dva na Radiu Plus, zde i na konkrétním zpravodajském podcastu Vinohradská 12. Jeden posluchač k oblíbenému zdroji novinek přidává zahraniční rozhlasové stanice BBC a ABC News nebo český veřejnoprávní pořad Svět ve 20 minutách. V komerční sféře se v této kategorii nejčastěji objevují pořady Dobrovský a Šídlo, Vlevo dole nebo Kecy a politika. Tento svůj výběr nejčastěji zdůvodňují kvalitativním rozdílem v mediovaném obsahu a způsobem jeho podání. Lidé poslouchající českou rozhlasovou tvorbu často tvrdí, že veřejnoprávní rozhlas se lépe poslouchá, redaktoři mají profesionálnější projev a jsou erudovanější než moderátoři soukromých stanic.

V lifestyle a zábavní sféře respondenti poslouchající často uváděli například podcast Sádlo nebo Rituál od Radia Wave zejména z důvodu ztotožnění se s problémy, jež se v podcastu řeší. Host Lucie Výborné, Forbes Česko, Czech Weekly od Czech Crunch, Prostor X, Real Talk, Ranní show Evropy 2, Buchty nebo Stárnoucí mileniálové patří k dalším často zmiňovaným pořadům, kdy je oslovení vyhledávají za účelem odreagování od seriózních věcí či za účelem pobavení.

5.1.2 Rozhlas nebo podcasty poslouchám občas

Respondenti zařazení do této kategorie poslouchají rozhlas jednou až dvakrát do týdne, zpravidla jako relaxační kulisu při víkendovém úklidu či cestování. Pořady, jež konzumují, jsou tak převážně volnočasového charakteru, někdy protnuté zpravodajstvím a publicistikou. Ty si volí na základě tématu nebo hostů, které je musí zaujmout. Hojně zmiňovaným lifestyleovým pořadem byl mezi touto skupinou respondentů například

komerční podcast Neplecha ukončena nebo veřejnoprávní Krása Rádia Wave. V rámci vyhledávání publicistiky a zpravodajství byly nejvíce skloňované podcastové pořady deníku Respekt a Vinohradské 12 nebo rozhlasové vysílání Radiožurnálu.

5.1.3 Rozhlas nebo podcasty poslouchám výjimečně

Oslovené osoby, jenž poslouchají rozhlas méně než jednou týdně a vysílání nebo záznam si pustí nahodile několikrát do měsíce, reprezentují kategorii poslouchající výjimečně. Pro tuto skupinu je typické, že rozhlasové vysílání poslouchají jen při cestě autem a pouštějí si spíše rozhlasové nebo soukromé podcasty. Ty však konzumují pouze v případě, aby byli v obraze, když se něco zásadního děje (nejčastěji uvádí témata jako prezidentské volby, válku na Ukrajině nebo covidovou pandemii), dostanou doporučení od známých na konkrétní pořad, anebo je zaujme skrze reklamu konkrétní host či téma, o němž pořad je. Mezi důvody, proč rozhlas téměř neposlouchají, nejvíce zdůrazňují nedostatečnou atraktivitu tématu a hostů, nebo také neprofesionální projev moderátorů u komerčních podcastů. Poslechové návyky i preference jsou velmi podobné se skupinou poslouchající rozhlas občas. Tuto skupinu posluchačů tak nejčastěji zajímají podobné lifestyle a publicistické pořady, jako skupinu poslouchající občas. Často skloňovanými jsou opět Neplecha ukončena, Balanc, podcast Deníku N nebo Prostor X od společenského týdeníku Reflex. To, co však obě skupiny odlišuje, je kromě četnosti poslechu také menší zájem o zpravodajský obsah.

5.2 Motivace k poslechu

Ve druhé části scénáře jsem otázky koncipovala tak, abych od respondentů zjistila důvody poslechu veřejnoprávního obsahu. Zajímalo mě, co od vysílání očekávají a zda je něco, co jim v současné rozhlasové tvorbě chybí, překáží, nebo jaký posun by v tvorbě uvítali. Od skupiny účastníků, jenž rozhlasové vysílání a podcasty téměř neposlouchají, jsem zjišťovala, co by je k poslechu nalákalo a zda mohou formulovat potenciální změny současné tvorby, které by je motivovaly k vyhledání a konzumaci rozhlasového obsahu. Na základě výpovědí se zformovaly tři kategorie nejvíce zmiňovaných motivací k častějšímu poslechu rozhlasu – rozšíření a zkvalitnění specializovaného obsahu, větší uvolněnost projevu a lepší zpřístupnění obsahu.

5.2.1 Rozšíření a zkvalitnění specializovaného obsahu

Dle třetiny respondentů se odbornější témata v české rozhlasové a podcastové tvorbě vůbec nevyskytují, nebo se objevují v nedostatečné kvalitě: „*Třeba technologický témata nebo gaming, to tady prostě není, nebo je to docela trapný* . *Mně se na zahraniční tvorbě prostě líbí na tom, že i v těchhle tématech je to tam vzaný na extrémně vysoké úrovni těch podcastů. Často u nás, vlastně, když se dostáváš na takovej ten menší a menší subset těch lidí, co by to teoreticky mohli poslouchat, tak ta kvalita toho podcastu jde jakoby hrozně dolů. Takže prostě, když máš ty velký podcasty, jako je přesně, jako nějaký politický nebo Vinohradskou 12, tak to zní prostě skvěle a je to pecka. Ale přesně takový ty, jako, když si hledáš nějaký technologický podcasty nebo něco, tak už to prostě, už to není ono...*“ (respondent Nikodém). O nedostatečném výběru specializovaných témat se zmiňuje další respondent: „*Mně třeba často chybí businessový témata. Přijde mi, že je to tady dost okrajově a když, tak docela povrchně a neodborně prostě.*“ (respondent Jan A.). Kvůli nedostatku kvalitního reflektování specifických témat vyhledávají posluchači často obsah zahraniční: „*Mně třeba zajímá hodně crypto, solární energie neb vědecký věci a takovej obsah tady vůbec není. Možná jednou jsem slyšel nějakou debatu o solárních panelech, ale fakt zjednodušenou, že jsem se nic nový ho nedozvěděl, a to mě docela štve. Musím si to pak hledat někde v angličtině. Ale jako, třeba zrovna ta energie nebo věda je samo o sobě docela těžký téma, natož to ještě poslouchat anglicky, jo. Takže bych to jako uvítal v češtině určitě.*“ (respondent Václav).

5.2.2 Větší uvolněnost projevu

Tato kategorie reflektuje nespokojenost oslovených s přílišnou formálností a rigidností projevu ve vysílání veřejnoprávního rozhlasu: „*Mně na Český m rozhlasu vadí hlavně to, že třeba i ty lifestyleový podcasty od nich jsou hrozně jakoby strukturovaný a přijde mi, že se prostě urputně drží toho scénáře a moderátoři si dávaj pozor, aby neřekli náhodou něco nekorektního. Mě, jak zajímaj ty historický hlavně, tak třeba Příběhy 20. století od rozhlasu jsou hrozně seriózní a já si pak radši pustím Hodinu dějepichu, kde se taky něco dozvím, ale i se u toho zasměju. Tím, že poslouchám před prací nebo po práci, tak člověk prostě chce něco odlehčený ho, a ne na tak vážnou notu.*“ (respondentka Lucie D.). Podobný pocit popisuje další dotázaný: „*Třeba Host Lucie Vý borné, někdy mně to přijde až moc, jako formální, hlavně někoho neurazit, jo a tak... Je to prostě takovej ten rigidní Radiožurnál, co mě na něm už jako štve. To, co mě zároveň*

štvě na Evropě 2, že zas tam není zase vůbec nic, jako z toho, řekněme z té kvalitní žurnalistiky. Tak ten Radiožurnál, to často už přehání mně přijde. S přehnanou korektností a formálností prostě. Někdy mě třeba ten Host Lucie Vů'borné nebaví tím, jak je formální a korektní. Nepřitáhne mě to tak, jako lidsky prostě, je to moc škrobený' .“ (respondent Václav).

5.2.3 Lepší zpřístupnění obsahu

Velká část oslovených z kategorie poslouchající rozhlas výjimečně či občas uvedla, že jej neposlouchají kvůli samotnému audio formátu, který jim není příjemný. Neexistuje tak mnoho důvodů, jež by je přiměly k častějšímu poslechu, ovšem uvádějí způsoby, jak by se podle nich mohl rozhlasový formát transformovat. Tito respondenti by tak uvítali možnost textového přepisu nebo vizuálního propisování vysílaného obsahu, a to například v podobě článků na internetu nebo příspěvků na sociálních sítích: „Když jedu do práce, tak jedu dlouho, ale než abych si prostě pustila podcast, kde mně někdo bude říkat, co se stalo ve světě, tak si to radši přečtu. Přijde mi to časově mnohem ekonomičtější než oni se vykecají, „A vítejte u našeho podcastu a minule jsme se bavili...“ To mě vůbec nezajímá. Proč je prostě 20 minut pryč, a ještě mně nic neřekli. Zprávy si scrolluju na mobilu, šup šup šup, podívám se, co je nový' ho a mám to za 3 minuty, vím, co jsem chtěla.“ (respondentka Irena). „Já jsem spíš čtecí člověk a radši si prostě přečtu článek, než se dívám na televizi nebo poslouchám rádio. Když by třeba ten pořad byl pak přepsaný na webu, tak by to bylo super.“ (respondentka Lucie Č.) Stejnou preferenci formuluje další účastník výzkumu: „Já jsem vizuální typ, mě nevyhovuje ten audio formát. Já na to nemám prostě čas. Radši si přečtu zprávy na internetu nebo sleduju na Instagramu a Twitteru nějaký' účty, co mě zajímají, a tak to veřejný' dění sleduju. Takže když by třeba ten rozhlasovej content překlápěli na sítě, tak bych se k tomu dostala.“ (respondentka Iva).

Mezi zúčastněnými často zaznělo tvrzení, že tvorbu rozhlasu veřejné služby neznají, protože se o ní nemají kde dozvědět, nevidí žádnou reklamu a uvítali by tak intenzivnější propagaci rozhlasových pořadů: „Když to na mě nikde nevyskočí, tak mě to ani nenapadne, si to pustit, víš co. Přitom by mě to třeba zajímalo, přijde mi škoda, že se to ke mně vůbec nedostane.“ (respondentka Denisa). Stejně pocity sdílí další dotázaná: „Mně přijde, že komerční rádia oproti veřejnoprávním jsou víc vidět, mají větší reklamu. Billboardy na ulicích, hodně influencerů třeba podporuje nějaký' podcasty a propagují

je a tak, viš co. Ke mně se prostě obsah třeba Český ho rozhlasu nedostane jako vůbec, no. Takže bych asi určitě víc investovala do reklamy, no.“ (respondentka Lucie H.).

Jeden respondent uvedl, že by ve veřejnoprávním vysílání uvítal více hudby: *„Na Radiožurnálu dávají muziku, se kterou se třeba víc ztotožňuju než na Evropě 2, ale dávají jí tam o dost míň, tam se furt kecá a každou půl hodinu jsou zprávy. Ono, když někam jedeš a posloucháš Radiožurnál, tak je to taky furt dokola, jo.“* (respondent Václav).

Ve výzkumu se objevil se i respondent, jenž neměl k současné tvorbě veřejnoprávního rozhlasu žádné výtky a který je v rámci poslechu svých oblíbených rozhlasových stanic a pořadů zcela spokojen, tedy nic mu v tvorbě nechybí ani nepřekáží: *„Já poslouchám v podstatě jenom Český rozhlas Plus, kterej mi přijde pestřej a různorodej, jak tématama, co se probírají, tak hostama, který jsou fakt dobře vybíraní. A samozřejmě zprávy jsou tam kvalitní. Mám to pořád naladěný a jinam nepřepínám, vždycky mě tam něco zaujme.“* (respondent Adam).

5.3 Vnímání role veřejnoprávního rozhlasu

Rozhovor se v poslední části zaměřoval na pohled tázaných mileniálů na veřejnoprávní rozhlas, potažmo veřejnoprávní média v Česku. Respondenti byli tázáni na svůj pohled na podobu a fungování veřejnoprávního rozhlasu a médií v zemi, na to, jak vnímají jejich současnou pozici a roli ve společnosti, nebo na to, jak vidí jejich relevantnost a vývoj v budoucnu. Zajímalo mě, zda je vnímají jako prospěšný nebo zásadní či nikoliv, a jestli by chtěli, aby i v budoucnu nadále fungoval a proč. Přestože se výzkumu účastnily i osoby veřejnoprávní rozhlas prakticky neposlouchající, všichni zapojení měli alespoň základní přehled a všeobecné povědomí o existenci a fungování veřejnoprávního rozhlasu a dalších médií veřejné služby. Proto jsem se i této části respondentů na subjektivní vnímání jejich působení ptala. Dalo by se předpokládat, že vzniknou kategorie tři, s postojem kladným, negativním a neutrálním, avšak na základě výpovědí se nakonec zformovaly pouze dvě – kladná a neutrální.

5.3.1 Veřejnoprávní rozhlas vnímám jako prospěšný

Tato kategorie reprezentuje skupinu respondentů, jenž se o přínosu a roli veřejnoprávního rozhlasu, případně veřejnoprávních médií působících v České republice,

vyjádřili kladně a označili jej za společnosti přínosný. Přestože se výpovědi tázaných zařazené v této kategorii různí v konkrétních důvodech oceňování veřejnoprávního rozhlasu či médií u nás, pojí je jeho pozitivní vnímání. Respondenti v této skupině oceňují existenci těchto komunikačních platforem, považují je za důvěryhodné a přejí si, aby fungovaly nadále.

Nejvíce skloňovanými argumenty pro upřednostňování veřejnoprávního rozhlasu či televize nad komerčními byla kvalita vytvářeného obsahu a profesionální způsob jeho podání. Kvalitu obsahu oslovení spatřují především v nezájatosti, objektivnosti a nezávislosti médií veřejných služeb: *„Já neposlouchám vůbec jiné rozhlas než veřejnoprávní. Protože tam je teda ta kvalita, rozdíl té kvality mi připadá tisíckrát markantnější než v těch podcastech. Jak je to živější přenos, tak ten styl těch moderátorů se prostě projeví tisíckrát. Když si člověk pustí, přesně, Radio plus nebo Radiožurnál a poslouchá ty lidi, jak se vyjadřují, jak prostě vedou ten program, kultivovaně s pěkným projevem, tak je opravdu úplně brutálně rozdílný, oproti tomu, když si člověk omylem pustí nějakou Impuls nebo něco takovýho. Až mě to vždycky zarazí, jak je to vůbec jako možný, jak některý lidi pustí k mikrofonu.“* (respondent Nikodém). Další účastník výzkumu popisuje své chápání nezávislosti médií: *„Veřejnoprávnost a nevlastnění soukromý mi majiteli je podle mě záruka objektivity. Tak přece soukromá sféra má vlastníky médií. Asi taky možná nějaká lůbivost publiku nebo posluchačům. Řekla bych, že komerční spíš, jako půjdou za těma senzacími, a o to víc pak můžou něco překroutit. Půjdou víc po té lůbivosti než po té pravdivosti. Určitě potřebujeme svobodný média a podávání opravdu ověřených informací, nezkrášených, tak, jak jsou.“* (respondentka Iva).

Mezi další důvody důvěryhodnosti a kvality veřejnoprávního rozhlasu a médií se opakovaně objevil argument, že mají tato média dlouholetou historii a etablovanou pověst: *„Určitě je to aji tím jménem, že člověk ví, že jako, prostě tady tyhle obrovský mediální domy nebo prostě jako... Pravděpodobnost, že ti prostě BBC, Reuters nebo prostě někdo z těchhle, jako velkých politicals napíše nějakou úplnou hoax je asi jako malá, protože předpokládáš, že ta zodpovědnost těch firem, interní postupy a tradice těch firem to zajišťují... Jsem tím určitě ovlivněnej, ‚proč jsem si to vybral?‘, no, protože to je BBC.“* (respondent Nikodém).

O příznivé perspektivě rozhlasu jako takového i zároveň veřejnoprávního rozhlasu

je přesvědčen jeden z účastníků výzkumu, který se domnívá, že „statické“ mediální přehrávače budou lidi čím dál více zdržovat a budou je chtít konzumovat stále flexibilněji: „Myslím si, že je rozhlas brutálně relevantní v dnešní době. Myslím si, že třeba mnohem relevantnější, pro mě teda než televize. Já si myslím, že aji, co třeba vidím v práci, že poslouchá hromada lidí, ale jako, kdo má doma televizi a kdo má chuť si třeba pustit zprávy. Nebo jako mně to připadá, že jako, zvlášť v té naší generaci je rozhlas mnohem dominantnější. Mně připadá, že k televizi si musíš sednout na ten gauč a pustit si tu televizi. Ale jako v dnešní době mně tohle připadá hrozně, jako neprůchodný . Mně ten rozhlas připadá, že má jako ohromnou vý' hodu v té flexibilitě toho, jak to médium přijímáš. Je super mít při manuální činnosti možnost, který' ch mám třeba v práci občas hromadu, něco, co můžeš poslouchat, vnímat a dělat při tom nějakou činnost. Myslím, že rozhlas hraje velkou roli a myslím, že bude mít čím dál větší roli. Vlastně vidíš, že aji v tom mediálním světě, něco jako streamy před 15 lety v podstatě neexistovaly a dneska streamuje každéj druhej. Což je v podstatě forma bližší k tomu rádiu podle mě. Aji to, jak lidi, když maj video, tak se na to v podstatě nedívaj, a hlavně to poslouchaj, něco u toho dělaj. Takže ta forma toho rozhlasu má rozhodně svoji budoucnost a rozhodně si nemyslím, že je to nějaký' , jako archaický' médium, který' , jako vymře. Máš vlastně větší svobodu v tom, že to sám přijímáš a nemusíš sedět ve čtvrtek v 19:45 u přijímače, abys to věděl.“ (respondent Nikodém). S tímto názorem částečně nesouhlasí jiný oslovený: „Myslím, že roli ve společnosti určitě má, veřejnoprávní zprávy by prostě měly by' t. Kvůli té nestrannosti a objektivitě. Akorát si myslím, že by měly ty veřejnoprávní média překlápět pro mladý' lidi na internet, duplikovat ty informace na sociální sítě a do podcastů. Myslím, že televizi a rádio už sleduje čím dál míň mladý' ch lidí.“ (respondentka Lucie Č.).

Většina respondentů považuje veřejnoprávní rozhlas za přínosný na základě vlastní uživatelské zkušenosti: „Když to posloucháš, tak si myslím, že je dost poznat, že třeba ti moderátoři jsou profi nebo že ti hosti jsou odborníci na to daný' téma. Zároveň, když jseš pravidelnej posluchač, tak si všimneš, že to vysílání je objektivní, pestrý' , že si zvou hosty z široký' ho spektra, nikomu nenadržujou nebo se ti nesnaží něco podsouvat, ty informace mi nepřijdou jednostranně zaměřený' a tak.“ (respondent Adam). „Když si poslechneš Český' rozhlas a tu Evropu 2 třeba, tak poznáš přece ten rozdíl. Líp to neumím zdůvodnit, to je můj názor prostě.“ (respondent Jan B.). „Když poslouchám vysílání Radiožurnálu x Evropy 2, tak na Radiožurnálu jsou zprávy pět minut každou půl hodinu,

zatímco na Evropě 2 jednu minutu za hodinu. Mimochodem mě štvě taky to, že se každé vstup končí vtípem a když se náhodou neskončí vtípem, tak se stejně jenom zasmějou. Na ČTI jsou oproti Nově profici ti novináři, nezaseknou se, nekoktají, naváže jeden moderátor na druhý ho, doplňují se.“ (respondent Václav). Profesionalitu moderátorů nespátřuje pouze v kultivovaném projevu, ale i v přípravě a ve vedení pořadu: „Taky mi přijde, že se postupně vytrácí úroveň a kvalita těch komerčních podcastů, jo. Opakuje se ten obsah, recyklují se ti hosti i vtipy, přijde mi to kolikrát, takový odfláklý . Sám, když to poslouchám, tak si na to říkám úplně ty, jako argumenty rovnou, jo, který ale neslyším, že by v tom podcastu byly vyvráceny. To mě třeba štvě, jo. Vyvolá to ve mně víc otázek než odpovědí.“ (respondent Václav). Při porovnávání zkušeností s veřejnoprávním a komerčním vysíláním vidí podobné znaky další oslovený: „Vidíš to prostě i sám, že ty dokumenty rozhodně, to je kvalitní tvorba. I ty seriály jejich jsou jiný , obecně je to brány za kvalitnější tvorbu, ale jako je to i subjektivní názor můj, jasně. Já teda médiím občas nevěřím celkově, ale když už, tak určitě ty veřejnoprávní. Nova, Prima, to je prostě tragédie, že jo. A na rozdíl od debilní Novy nejsou pořady na ČT rušený furt reklamama.“ (respondentka Denisa).

Někteří dotázaní se domnívají, že veřejnoprávní média jsou ta, která mohou pomáhat v boji s dezinformacemi a tzv. fake news: „V dnešní záplavě informací a dezinformací všude na internetu a v médiích, si myslím, že je veřejnoprávní rozhlas určitě důležitý a má svoje místo. Je potřeba, aby ty hoaxy uváděl někdo na pravou míru. Řekl bych, že zrovna jejich obsah je dost kvalitní a důvěryhodný , to, jaký m způsobem dokážou informace předat. Dělej to dlouhodobě dobře a určitě by to do budoucna mělo pokračovat. Přináší podle mě kvalitní a pravdivý content.“ (respondent Jan B.).

V podstatě každý oslovený, který vnímá veřejnoprávní rozhlas a média, přínosně přiznal, že tento jeho postoj pochází z rodinného prostředí a je ovlivněn mediálním chováním svých rodičů a okruhu nejbližších: „Za mě veřejnoprávní média určitě mají vý znam. Jsou ty jedna z mála zdrojů informací, který by vlastně měly být t nestranný . Já tomu teda věřím. Myslím si, že to má vý znam, i když možná velká část populace v Česku se na veřejnoprávní televizi nebo rozhlas nedívá, neposlouchá. Myslím, že na ČT jsou zprávy líp podloženy . Když tam ukazují nějaký , nevím, grafy volební, vždycky tam mají zdroje. A je to myslím, i trochu vý chova. V čem vyrůstáš, co poslouchali tví rodiče.“ (respondentka Lucie Č.). „Rodiče vždycky oceňovali alternativní a kvalitní tvorbu, takže

mám určitě tady ten vkus i z domu.“ (respondentka Denisa).

Dva respondenti se shodují na tom, že přestože nejsou pravidelnými posluchači veřejnoprávního rozhlasu, líbí se jim vědomí toho, že mohou vést tuto alternativu mezi svými zdroji relevantních informací a rádi ji jednou za čas využijí: *„Já si myslím, že veřejnoprávní rozhlas a celkově média jsou prospěšný, jejich obsah je potřeba. Nevyhledávám ho celý, to určitě ne, ale líbí se mně, že je tady ta možnost, kterou si jednou za čas vyberu, že ju budu poslouchat, sledovat, cokoli. Považuju to za daleko kvalitnější žurnalistiku a publicistiku než soukromý média, která je v dnešním světě podle mě potřeba.*“ (respondent Václav). *„Já třeba nejsem úplně cílovka, ale znám lidi, co poslouchaj Radiožurnál, takže určitě by to mělo dál existovat pro ně. A já třeba po tom rozhlasu sáhnu v rámci nějaký práce do školy, seminárky, diplomky, protože tam najdu články nebo rozhovory, který bych jinde nenašla. Já dělám diplomovou práci na Hlas Ameriky, tak jsem tam prostě našla tři rozhovory s historikama, který jsem si pustila na webu rozhlasu a potřebovala jsem slyšet něco nový ho o tom tématu.*“ (Lucie D.).

Pět respondentů nezávisle na sobě zmínilo mediálně proslulou „kauzu“, kdy TV Nova v hlavním večerním zpravodajství zařadila do vysílání zprávu o paní, která uvízla v lese pod kořenem: *„Myslím si, že určitě má smysl, mít veřejnoprávní médium ve společnosti. Protože mi připadá, že ty jejich informace, konkrétně z Český televize, mi přijdou hodně relevantní a je to zdroj informací, ze který ho čerpám. U konkurence mi chybí ta serióznost, kterou bych u zpráv očekával. Podávají tam zprávy líbivě a senzačně, typu, že paní zapadla pod kořen.*“ (respondent Jan A.). *„Obsáhnou globálněji to, co se děje. Nedožviš se tam, prostě, že tady ženská spadla a uvízla pod kořenem, ty reportáže jsou delší, přesně z toho místa, kde se staly a tak.*“ (respondent Václav).

Ta část tázaných, jenž vnímá veřejnoprávní tvorbu jako společnosti prospěšnou, vnímá systém placení médií veřejné služby jako kolektivní zodpovědnost: *„Chápu, že za to my musíme platit, aby oni mohli na základě toho tvořit, jo. Že to není vlastněný nějaký ma investorama nebo... Platit za to teda asi musíme všichni, oukej, ale to není nějaká závratná položka, že... I když třeba neposlouchám ten rozhlas a jenom sleduju tu ČT, tak proč ne, proč nepodpořit kvalitní obsah a zároveň to беру jako solidaritu pro ostatní lidi, co jsou cílovka i toho rozhlasu.*“ (respondentka Denisa). *„Určitě si myslím, že je to potřeba, aby fungovala nezávislost médií a veřejnoprávní rozhlas*

i televize. Nevím, jakože, jak jinak se dostávám k transparentním informacím. A koncesionářský poplatky mi přijdou, jestliže chceme, jako dostávat nějakou nezávislou-ish tvorbu, tak jako, je to prostě potřeba.“ (respondentka Iva).

5.3.2 Veřejnoprávní rozhlas vnímám neutrálně

Dvě účastnice výzkumu se staví k roli veřejnoprávního rozhlasu neutrálně a nemají na jeho současné ani budoucí fungování jasný názor: *„Jelikož to nekonzumuji, tak úplně se v tom asi neorientuju. Ale třeba mně přijdou úplně zbytečný ty koncesionářský poplatky. Proč třeba zrovna já, která to neposlouchám, bych za to měla platit. Asi by bylo blbý, že bysme měli míň zdrojů informací, ale na mě konkrétně by to asi velkej vliv nemělo.*“ (respondentka Irena). Podobně o veřejnoprávním rozhlase a médiích uvažuje i druhá dotázaná z této skupiny: *„Já si myslím, že existence veřejnoprávního rádia smysl má, ale tím, že to tolik neposlouchám, tak asi nejsem schopná k tomu víc říct. Já si nemyslím, že by to nemělo smysl, jen tím, že to tolik neposlouchám, je těžký se k tomu nějak víc vyjadřovat, no... Když se koukám večer na zprávy, určitě dávám přednost ČT jedničce než Nově, to mám zakořeněný z rodiny. Novu, Primu mám tak nějak spojenou s bulvárem... Ale i když se člověk sám podívá na zprávy na Nově a na Jedničce, tak je tam prostě rozdíl. Jak jsou ty zprávy podávány, jakej je jejich obsah atd.*“ (respondentka Lucie H.).

5.4 Interpretace výsledků

Téměř všichni účastníci výzkumu uvedli, že nejčastěji poslouchají rozhlas či podcasty při cestování, nejvíce při cestách do a ze zaměstnání. Většina se rovněž shodla na tom, že rozhlas nebo podcasty poslouchají při manuální práci, nejčastěji v domácnosti nebo při fyzických úkonech v zaměstnání jako tzv. kulisu. Vítají fakt, že je poslech oproti sledování či četbě nejvíce flexibilní a lze při něm efektivně využít čas, kterého mají skoro všichni dotázaní nedostatek. Za nejčastější motivaci poslechu rozhlasu a podcastů považují účastníci výzkumu chtít dozvědět se něco nového a vyplnit časovou prodlevu ve svém běžném harmonogramu, nebo se zabavit a u poslouchaného obsahu si odpočinout a odreagovat se od každodenních povinností. Vyhledávají tedy dva typu obsahu – informativní a edukační, který nejčastěji vyhledávají u veřejnoprávních stanic v rámci zpravodajských pořadů nebo volnočasový/lifestylový obsah, který konzumují hlavně u komerčních kanálů. Například respondent poslouchající rozhlas pravidelně

a vyhledávající převážně edukační obsah se shodl s respondentkou, která veřejnoprávní rozhlas téměř neposlouchá a vyhledává spíš volnočasový obsah, na tom, že veřejnoprávní rozhlas neumí podávat volnočasové pořady odlehčenou formou a stále se drží formálního narativu, stejného jako u zpravodajství. Tento fakt tak oba účastníky výzkumu od lifestylových pořadů na Českém rozhlasu odradil a nechtějí si pustit ani nové pořady tohoto typu, protože jsou přesvědčeni, že rozhlas není ochotný od své serióznosti upustit ani u volnočasových pořadů.

Co se týče výhrad a nedostatků aktuální podoby české audio tvorby, nejčastěji se respondenti shodují na nedostatečném výběru obsahu specializovaných témat (například technologických, businessových, vědeckých či gamingových pořadů) a vyhledávají tak tyto pořady v zahraniční tvorbě. Někteří posluchači se označují za citlivé na kvalitu a čistotu zvuku audio stopy a při poslechu jim tak vadí nedostatečně rétoricky zdatní moderátoři, kteří je ruší mlaskáním, kašláním, hlasitým smíchem a jinak rušivými zvukovými elementy. Dalším často zmiňovaným problémem byl opakující se obsah u pravidelně konzumovaných pořadů a apelovali na důkladnější přípravu narátorů.

Za zajímavé zjištění lze považovat fakt, že u závěrečné části rozhovoru, kde jsem se tázala na pohled účastníků výzkumu na aktuální pozici veřejnoprávního rozhlasu v českém prostředí a jeho roli do budoucna, žádný z respondentů neodpověděl, že by působení veřejnoprávního rozhlasu vnímal negativně a přál si, aby zaniknul. Deset respondentů ze dvanácti se vyjádřilo k existenci veřejnoprávního rozhlasu a obecně veřejnoprávních médií kladně, a to s tím, že spatřují v jejich působení pozitivní přínosy pro ně samé i celkově pro společnost. Většina se vyjádřila, že je považují za zásadní zpravodajský zdroj nezávislých a nezkrslých (či minimálně zkrslých) informací, kterým důvěřují. Pouze dva účastníci výzkumu se vyjádřili neutrálně k postoji vůči veřejnoprávnímu rozhlasu a médiím, jelikož tuto tvorbu téměř nesledují a nemají tak na ni jasný názor.

Klíčovým pojítkem pro respondenty, kteří se o českém veřejnoprávním rozhlasu a médiích vyjádřili kladně, je ovlivnění rodinným prostředím. Drtivá většina respondentů konzumujících či minimálně důvěřujících veřejnoprávnímu rozhlasu a médiím bere svou důvěru z rodinného zázemí a z výchovy, kdy Český rozhlas nebo Českou televizi upřednostňovali před médií komerčními jejich rodiče, mnohdy i prarodiče. Toto byla za celý výzkum nejčastější otázka, u které jsem se musela aktivně doptávat na zdůvodnění

a rozvedení odpovědi, kdy spousta respondentů uvedla, že veřejnoprávním médiím zkrátka důvěřují víc a že je přeci jasné, proč. Vysvětlit tento svůj postoj však pro ně bylo mnohdy obtížné, jelikož tento náhled přijali jako jistý vzorec chování odmalička a jsou s ním automaticky ztotožnění. Téměř všichni došli k závěru, že toto vnímání přejali z domova od své nejbližší rodiny, ovšem s tímto názorem souhlasí i v dospělosti, na základě své vlastní empirické zkušenosti skrze sledování různých médií v průběhu pozdějších let.

Přestože ne všichni respondenti, kteří se o existenci veřejnoprávního rozhlasu vyjádřili kladně, jej poslouchají, uvádějí, že si uvědomují jeho přínos pro společnost a chtějí zachovat jeho tvorbu pro ostatní. Zároveň mnozí řekli, že se jim líbí ta možnost výběru a vědomí, že médium existuje a mohou jej případně využít.

Celkové závěry výzkumu jsou vyvozeny na základě provedení dvanácti hloubkových rozhovorů a nelze je tak vztahovat na všechny české mileniály.

5.4.1 Aktivní publikum v podání Stuarda Halla a F. A. Bioccy

Teorie je navržena pouze pro mnou studovaná data, získaná od dvanácti respondentů. Práce se tak nedá stahovat plošně na celou českou generaci Y. Z výsledků výzkumu nicméně vyplývá, že posluchači rozhlasu a podcastů jsou čím dál více selektivní ve svém výběru a chtějí si sami iniciativně vybírat, jaký obsah, kdy a skrze jakou platformu budou konzumovat. Tato hypotéza vychází z koncepce aktivního publika, které se věnovalo více autorů, systematický metodologický rámec jí však dala tzv. *birminghamská škola* a konkrétně především teoretik kulturních studií a sociolog Stuart Hall, jenž se zabýval procesem rozpoznání významu sdělení. Ve svém modelu kódování a dekódování představuje teorii, že mediální obsahy v sobě nesou zakódovaná množství významů, jež mají být interpretována preferovaným způsobem. Poukázal tak na to, že průběh a vyznění procesu zakódování významu do sdělení se liší od průběhu a vyznění procesu dekódování významu ze sdělení a jeho interpretace. Procesem dekódování Hall publiku přisuzuje významný podíl na komunikační realizaci sdělení a rozvíjí tak koncept aktivního publika (Hall, 2007).

Nejvýstižněji mnou navrženou teorii pro výsledky výzkumu kopíruje koncept selektivity publika z teorie předpokládané aktivity publika amerického mediálního teoretika Franka A. Bioccy (1988). Ten navazuje na teorii aktivního publika a rozšiřuje ji

o pět pojetí předpokládané aktivity publika:

- *Selektivita*: Biocca tvrdí, že nejvýrazněji se selektivita publika projevuje v rozptýleném věnování pozornosti, předem plánovaném užívání médií a pečlivém způsobu výběru konzumovaného obsahu. Publikum považuje za tím aktivnější, čím více existuje důkazů o jeho volbách a rozlišování mediálních obsahů. Publikum si vybírá, kterým mediálním sdělením věnuje svou pozornost, a zároveň věnují různým mediálním obsahům jinou míru pozornosti. Například cílené nakupování a půjčování si mediálních produktů je silněji selektivní než nahodilé přepínání či překlikávání mezi programy či pořady.
- *Utilitarismus*: publikum představuje vlastní zájem spotřebitele. Konzumuje média způsobem užití a uspokojování tak, že vědomě či méně vědomě uspokojuje své potřeby. Publikum využívá dosavadních mediálních zkušeností k volbě mediálních obsahů k uspokojení svých potřeb.
- *Intencionalita*: to publikum, které aktivně a vědomě zpracovává přijímané informace, na jejímž základě činí vědomé výběry (např. předplatné médií). Konzumenti záměrně přejímají mediovaná sdělení tak, aby odpovídala jejich představám o realitě, přizpůsobené kulturnímu a sociální prostředí jedince.
- *Odolnost vůči ovlivnění*: takové publikum, jenž odolává ovlivňování a podbízení určitým narativem médií (např. imunní publikum vůči reklamě, propagandě apod.). Konzument zůstává nezaujatý a drží si odstup od mediovaného obsahu, pokud se sám nerozhodne nechat se ovlivnit.
- *Vtažení*: zde Biocca (1988) identifikuje opačnou aktivitu oproti odolnosti a vtaženým publikem označuje takové konzumenty, jež se nechává pohltit a strhnout mediálním obsahem (např. promlouvání k postavám na obrazovce, ztotožňování se s nimi apod.).

6 Závěr

Práce se v teoretické části zabývala historickým vývojem a současnou podobou českého veřejnoprávního rozhlasu. V praktické části se soustředila zejména na současné a budoucí fungování rozhlasu veřejné služby skrze vnímání tuzemských mileniálů. Cílem práce bylo zanalyzovat jejich poslechové chování a zjistit, jak současní čeští mileniálové nahlízejí na český veřejnoprávní rozhlas, jakým způsobem vnímají jeho roli a pozici ve společnosti, co je motivuje či odrazuje k jeho poslechu a co by je případně naláhalo k poslechu častějšímu. To vše práce analyzovala prostřednictvím kvalitativního výzkumu, jenž byl proveden formou hloubkových rozhovorů mezi dvanácti respondenty dle předem vytvořeného scénáře s dvaceti otevřenými otázkami. Scénář se soustředil na tři klíčové oblasti – poslechové návyky, motivaci a vnímání veřejnoprávního rozhlasu respondenty.

V rámci každé části se vyprofilovaly kategorie, na jejichž základě mohla vzniknout tzv. zakotvená teorie výzkumu. Při zkoumání poslechových návyků účastníků výzkumu vznikly tři dílčí kategorie, a to poslouchání rozhlasu často, občas a výjimečně. Výsledky výzkumu ukázaly, že skupina respondentů poslouchající rozhlas nebo a rozhlasové podcasty často, vykazuje jako jediná jasnou preferenci konkrétních stanic a pořadů, které pravidelně konzumují. Jejich výběr je velmi selektivní a vyhraněný a vyznačují se tím, že jsou jen velmi málo ochotní experimentovat a měnit svůj oblíbený výběr obsahu. Zároveň se pro tuto skupinu ukázal typický žánr pořadů, jež poslouchají – zejména zpravodajství a publicistiku, které poslouchají více než ostatní skupiny.

Respondenti poslouchající rozhlas nebo podcasty občas a výjimečně se vyznačují podobnými poslechovými návyky, například tím, že dávají přednost podcastům před rozhlasovým vysíláním a zejména pořadům volnočasovým. Ty si nejčastěji pouštějí jako tzv. kulisu při manuálních činnostech za účelem odpočinku a odreagování. Obě skupiny spojuje poslech rozhlasu v autě při cestování a poslech zpravodajských či publicistických pořadů, když se ve světě či tuzemsku děje něco zásadního.

Během analýzy motivace k poslechu se objevily tři typy návrhů na zlepšení rozhlasového obsahu – rozšíření a zkvalitnění specializovaného obsahu, větší uvolněnost projevu a lepší zpřístupnění obsahu. Třetina účastníků výzkumu, zvláště z kategorie pravidelných posluchačů, si stěžuje na nedostatek kvalitního specifického obsahu. Nejčastěji uvádějí specializovaná témata jako business, technologie, gaming či věda, kde

jim obsah chybí úplně, nebo je podle nich reflektován nedostatečně odborně. Z toho důvodu se oslovení posluchači uchylují k zahraniční tvorbě nebo ke konzumaci jiného typu média informující o dané oblasti jejich zájmu. Valná část respondentů napříč skupinami se domnívá, že je tvorba veřejnoprávního rozhlasu příliš rigidní a formální. I přes serióznost média veřejné služby by uvítali větší uvolněnost a neformálnost ve způsobu projevu vysílaného obsahu. Poměrně nemalá část oslovených se považuje za spíše vizuální typy konzumentů a uvítala by tak možnost transformace mediovaného obsahu do jiné než audio formy. Zmiňují třeba přepisování vysílaného obsahu do psaného textu nebo grafické podoby ve formě videí na sociálních platformách nebo webových portálech rozhlasu. V neposlední řadě se mnoho dotázaných shodlo na nedostatečné propagaci rozhlasového obsahu a uvádějí, že se mnohdy o pořadech nedozví, jelikož nevidí žádnou reklamu, která by na ně upozorňovala.

Závěrečná část výzkumu odhalila dva typy přístupů ke vnímání veřejnoprávního rozhlasu – kladný a neutrální. Valná většina účastníků vnímá veřejnoprávní rozhlas jako prospěšný a jeho pozici ve společnosti považují respondenti za zásadní a přínosnou. Žádný z respondentů nevnímá veřejnoprávní rozhlas negativně, deset kladně a dva neutrálně, kdy k této otázce nemají jasně vyhraněný postoj. Dotázaní nejčastěji uváděli, že je pro ně existence veřejnoprávního rozhlasu zásadní kvůli zprostředkovávání objektivních, nezkrivených a ověřených informací, kterým důvěřují. Za zajímavé zjištění lze považovat fakt, že se ve výzkumu objevila poměrně velká část respondentů, kteří veřejnoprávní rozhlas téměř neposlouchají, přesto jsou však rádi, že existuje a přejí si, aby fungoval dál. Líbí se jim pocit, že tento důvěryhodný zdroj informací v Česku je a vítají možnost jej potenciálně využít.

Nejčastěji tyto své postoje zdůvodňovali rodinným zázemím a vlastní zkušeností. Výchova a raný život v prostředí, kde rodiče nebo prarodiče konzumovali veřejnoprávní média, ovlivnily i vzorce mediálního chování, které od nich respondenti převzali. Zároveň si tyto návyky prověřili v dospělosti sami empirickou zkušeností, kdy měli v průběhu let možnost vlastní konzumací veřejnoprávních i komerčních obsahů vysílání srovnávat a přijít k subjektivnímu pohledu. Uvádějí, že kvalitu vysílání spatřují především v jeho obsahu, kdy zprávy na komerčních stanicích vnímají jako nepodstatné oproti novinkám ve veřejnoprávním vysílání, kde informace shledávají relevantními. Upozorňují rovněž na projev a připravenost moderátorů, kdy se domnívají, že redaktoři veřejnoprávních médií mají kultivovanější projev a považují je za erudovanější. Spolehlivost médií veřejné

služby dotázaní vnímají i skrze dlouholetou historii a tradici působení v českém veřejném prostoru. Podle této skupiny respondentů je existence veřejnoprávního rozhlasu a dalších médií veřejné služby klíčová a doufají, že bude progresivním směrem působit i v budoucnu.

7 Summary

The theoretical part of the thesis deals with the historical development and the current form of Czech public radio. In the practical part it focused mainly on the current and future functioning of public service radio through the perception of domestic millennials. The aim of the work was to analyse their listening behaviour and to find out how current Czech millennials view the Czech public service radio, how they perceive its role and position in society, what motivates or discourages them to listen to it and what would possibly entice them to listen more often. The thesis analysed all this through qualitative research, which was conducted in the form of in-depth interviews among twelve respondents according to a pre-defined scenario with twenty open-ended questions. The scenario focused on three key areas - listening habits, motivation and respondents' perceptions of public radio.

Within each section, categories emerged from which a 'grounded theory' of the research could be developed. In examining the listening habits of the research participants, three sub-categories emerged, namely listening to radio frequently, occasionally and exceptionally. The results of the research showed that the group of respondents listening to radio or radio podcasts frequently, was the only one to show a clear preference for specific stations and programmes that they regularly consume. Their choice is very selective and delimited, and they are characterized by very little willingness to experiment and change their favorite content selection. At the same time, the genre of programmes they listen to - particularly news and current affairs - has proved to be more typical of this group than other groups.

Respondents who listen to radio or podcasts occasionally and rarely are characterised by similar listening habits, for example, preferring podcasts to radio broadcasts and especially leisure programmes. These are most often played as a so-called background music during manual activities for relaxation and recreation. The two groups are linked by listening to radio in the car when travelling and listening to news or current affairs programmes when something major is happening in the world or at home.

During the analysis of motivation to listen, three types of suggestions for improving radio content emerged - expanding and improving specialised content, making speech more relaxed and making content more accessible. One third of the research participants, especially from the category of regular listeners, complain about the lack of quality specific content. They most often cite specialised topics such as business, technology, gaming or science where they feel the content is missing altogether or is not covered in a professional manner. For this reason, the audiences addressed resort to foreign productions or to consuming other types of media reporting on their area of interest. A large proportion of respondents across groups believe that public radio production is too rigid and formal. Despite the seriousness of the public service medium, they would like to see more relaxed and informal expression of the content broadcast. A relatively small proportion of respondents consider themselves to be more visual types of consumers and would thus welcome the possibility of transforming the mediated content into a form other than audio. For example, they mention transcribing broadcast content into written text or graphic form in the form of videos on social platforms or radio web portals. Finally, many respondents agreed on the lack of promotion of radio content, stating that they often do not find out about programmes because they do not see any advertising that draws attention to them.

The final part of the research revealed two types of attitudes towards the perception of public radio - positive and neutral. The vast majority of participants perceive public service radio as beneficial, and respondents consider its position in society to be essential and beneficial. None of the respondents perceive public radio negatively, ten positively and two neutrally, where they do not have a clear-cut position on this issue. Respondents most often stated that the existence of public radio is essential for them because of the provision of objective, unbiased and verified information that they trust. It is interesting to note that a relatively large proportion of respondents in the survey were those who hardly listen to public radio, but are nevertheless glad that it exists and wish it to continue to function. They like the feeling that this trustworthy source of information exists in the Czech Republic and welcome the opportunity to potentially use it.

Most often, they justified their attitudes on the basis of their family background and their own experience. Upbringing and early life in an environment where parents or grandparents consumed public service media also influenced the media behaviour

patterns that respondents adopted from them. At the same time, they themselves have tested these patterns in adulthood through empirical experience, where they have had the opportunity to compare and come to a subjective view through their own consumption of public service and commercial broadcast content over the years. They state that they see the quality of broadcasting mainly in its content, where they perceive news on commercial stations as irrelevant compared to news on public broadcasting, where they find the information relevant. They also draw attention to the speech and preparedness of the presenters, where they believe that the editors of the public service media have a more refined speech and consider them to be more erudite. Respondents also perceive the reliability of public service media through their long history and tradition of operating in the Czech public space. According to this group of respondents, the existence of public radio and other public service media is crucial and they hope that it will continue to operate in a progressive direction in the future.

8 Seznam použité literatury

8.1 Literární zdroje

CROOK, Tim. *International Radio Journalism: History, theory and practice*. Londýn: Routledge, 1998. ISBN 0-415-09672-3.

ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radio Journal: Rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923-1939*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0624-0.

DEUZE, Mark. *Media life: Život v médiích*. Praha: Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-2815-8.

FÖLLMER, Golo, BADENOCH Alexander. *Transnationalizing Radio Research: New Approaches to an Old Medium*. Bielefeld: Transcript publishing, 2017. ISBN 3837639134.

HANRETTY, Chris. *Public Broadcasting and Political Interference*. Londýn: Routledge, 2011. ISBN 9780415665520.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

HENDRICKS, John A. *Radio's Second Century: Past, Present, and Future Perspectives*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2020. ISBN 081359846X.

HRDLIČKA, František. Rozhlas v okupaci 1939-1945. In: JEŠUTOVÁ, Eva, a kol. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. ISBN 80-86762-00-9.

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-262-0771-9.

KONČELÍK, Jakub, VEČEŘA, Pavel, ORSÁG, Petr. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8.

KÖPPLOVÁ, Barbara a kol. *Dějiny českých médií v datech: Rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990-2003. In: JEŠUTOVÁ, Eva, a kol. *Od mikrofonu k posluchačům: Z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. ISBN 80-86762-00-9.

OSVALDOVÁ, Barbora, et al. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-2460-248-2.

8.1 Elektronické zdroje

BBC News [online]. 2005, cit. [2023-04-17]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4631051.stm>.

BIOCCA, Frank A. Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. In: *Communication Yearbook 11* [online]. 1988, cit. [2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9780203856192-7/opposing-conceptions-audience-active-passive-hemispheres-mass-communication-theory-frank-biocca-james-anderson>.

ČT24 [online]. 2011 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/archiv/1283943-perestrojka>.

ČTK [online]. 2023, [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2322982>.

D-dur [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://d-dur.rozhlas.cz/o-stanici-5675000>.

DOLEJŠÍ, Milan. René Zavoral zůstává generálním ředitelem Českého rozhlasu: Byl jediným kandidátem [online]. 2021, [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3360544-rene-zavoral-zustava-generalnim-reditelem-ceskeho-rozhlasu-byl-jediny-kandidatem>.

Dvojka [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://dvojka.rozhlas.cz/o-nas-7501661>.

EBU [online]. © 2023, [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/about>.

HALL, Stuart. Encoding and decoding in the television discourse. In: *CCCS Selected Working Papers* [online]. 2007, cit. [2023-03-18]. Dostupné z: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203357071-35/encoding-decoding-television-discourse-stuart-hall>.

Jazz [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://jazz.rozhlas.cz/o-stanici-5674994>.

KRUPIČKA, Miroslav. *Historie českého rozhlasu* [online]. 2009 [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://archiv.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>.

KRUPIČKA, Miroslav, KŘÍŽOVÁ, Dita. *Historie rozhlasu v kostce* [online]. 2017 [cit. 2023-04-25]. Dostupné z: <https://temata.rozhlas.cz/historie-rozhlasu-v-kostce-7983541>.

Mediaguru [online]. 2023, [cit. 2023-04-29]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/02/radiozurnal-upevnil-prvenstvi-v-poslechovosti-radia-drzi-pozice/>.

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [online]. Nedatováno, [cit. 2023-04-30]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/krajane/radio_praha_rozhlasove_vysilani_do/index.html.

Plus [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/o-nas-7161296>.

Pohoda [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://pohoda.rozhlas.cz/o-stanici-8561122>.

Portál Českého rozhlasu [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/o-rozhlase-7752675>.

Portál Českého rozhlasu [online]. Nedatováno, [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://rada.rozhlas.cz/o-rade-7722504>.

Portál Českého rozhlasu [online]. 2011, [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://informace.rozhlas.cz/mise-a-vize-ceskeho-rozhlasu-7741383>.

Rádio Junior [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://junior.rozhlas.cz/o-radiu-junior-8076227>.

Radio Wave [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/o-stanici-5675004>.

Radioprojekt, SKMO, STEM/Mark, Median, Nielsen Admosphere [online]. 2022, [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: https://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2022_1Q_zprava_v03.pdf.

Radiožurnál [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/o-stanici-6282419>.

Radiožurnál Sport [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://sport.rozhlas.cz/o-stanici-8494392>.

Vltava [online]. © 1997-2023, [cit. 2023-02-07]. Dostupné z: <https://vltava.rozhlas.cz/o-stanici-5343195>.

Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO 16.9.22
M

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Hanáčková Kamila	Razítko podatelny: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</p> <p>Dobro dne: 15-09-2022 -1-</p> <p style="text-align: center;">Přijímá: _____</p> </div>
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020/2021	
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 98580143@fsv.cuni.cz	
Studijní program/forma studia: Mediální studia/prezenční	
Název práce v češtině: Veřejnoprávní rozhlas v Česku, jeho současná a budoucí pozice ve společnosti pohledem mileniálů	
Název práce v angličtině: Public radio in the Czech Republic, its current and future position in society from the perspective of millennials	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezi) LS 2022/2023	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Téma aktuálního a budoucího působení veřejnoprávního rozhlasu v české společnosti není příliš popsáno. Historickému vývoji a tehdejší úloze rozhlasu jako takového byla věnována větší akademická pozornost. Rozhlas sehrál v minulosti klíčovou roli v informování veřejnosti ne jen jednou a byl přímým aktérem zásadních politických změn dějin dnešního Česka. Tomu, jakou roli sehrává rozhlas v dnešní době se tolik autorů nevěnuje. Práce se tak bude snažit přinést k tématu nové poznatky, a kromě rozboru současné situace se zaměřit i na potenciál budoucí.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Cílem práce je zmapovat současné uživatelské chování posluchačů Českého rozhlasu a jejich vnímání vysílání tohoto veřejnoprávního média. Dokument si tak kromě analýzy současného diskurzu mladých lidí ohledně jeho fungování, klade za úkol přinést nové poznatky a pohled na úlohu a postavení rozhlasu ve společnosti, jeho význam a přínos pro ni nejen v dnešní, ale zejména budoucí době očima lidí generace Y. Záměrem textu je také nabídnout návrhy na zkvalitnění obsahu a zjistit, co posluchače ve vysílání zajímá, co jim chybí apod., což může posloužit profesionálům v oboru jako podklad pro potenciální budoucí změny.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod 2. Vymezení pojmů (rozhlas, mileniál, veřejnoprávní médium, komerční médium a další) 3. Metodologie (popis výzkumné metody, výběr vzorku atd.) 4. Historická pozice rozhlasu ve společnosti a jeho vývoj do dnešní podoby 5. Analytická část (představení výzkumu a interpretace výsledků) 6. Závěr 7. Použitá literatura	
Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Práce se bude opírat zejména o sesbíraný materiál při výzkumu, tzn. o výsledky, které vzejdou z polostrukturovaných rozhovorů s předem vybranými respondenty. Předpokládaný vzorek pro napsání práce je cca 10 hloubkových rozhovorů. Respondenti budou vybráni na základě věku (narození v letech 1980-2000) a národnosti (české). Pro co největší diverzitu výzkumného vzorku, a tím tak dosažení co nejobektivnějších výsledků, budou respondenti vybíráni z co možná nejrůznějších studijních a pracovních oborů, socio-ekonomických poměrů či dosaženého vzdělání. Mimo samotné výsledky	

výzkumu bude diplomová práce vycházet z literatury zpracované k tématu této práce.
Metody (techniky) zpracování materiálu: Metodou bude kvalitativní výzkum formou polo-strukturovaných rozhovorů s využitím techniky otevřeného kódování.
Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků): KONČELÍK, Jakub, VEČEŘA, Pavel, ORSÁG, Petr. <i>Dějiny českých médií 20. století</i> . Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8. - Kniha přibližuje vývoj českých médií, především tisku, rozhlasu a televize. Mapuje nejdůležitější oblasti oboru z hlediska dějin cenzurní praxe, mediální legislativy nebo proměn tiskových agentur a novinářské profese. CROOK, Tim. <i>International Radio Journalism: History, theory and practice</i> . Londýn: Routledge, 1998. ISBN 0-415-09672-3. - Titul zkoumá způsob, jakým bylo zpravodajství ovlivněno vládami a mediálními konglomeráty. Zabývá se také mediálním právem pro rozhlasové novináře, důsledcích vlivu multimédií a nových technologií. FÖLLMER, Golo, BADENOCH Alexander. <i>Transnationalizing Radio Research: New Approaches to an Old Medium</i> . Bielefeld: Transcript publishing, 2017. ISBN 3837639134. - Kniha představuje teoretický a metodologický rámec pro zkoumání vývoje rádia od jeho prvních let až po jeho nedávnou digitální transformaci na konkrétních případových studiích. HANRETTY, Chris. <i>Public Broadcasting and Political Interference</i> . Londýn: Routledge, 2011. ISBN 9780415665520. - Publikace zkoumá veřejné vysílání a politické vměšování a vysvětluje, proč někteří vysílatelé dokáží odolávat pokusům politiků o ovlivňování vysílání a jiní jim podlehnou. Autor využívá srovnávací přístup na případech z různých zemí, jako Velké Británie, Itálie nebo Španělska. HENDRICKS, John A. <i>Radio's Second Century: Past, Present, and Future Perspectives</i> . New Brunswick: Rutgers University Press, 2020. ISBN 081359846X. - Text rozebírá témata související s minulostí, přítomností a budoucností rádia. Soustřeďuje se hlavně na to, jak rádiový průmysl zůstává i nadále dominantním masovým médiem navzdory rychlému technologickému pokroku, který spotřebitelům poskytuje nejrůznější alternativy.
Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let) DOLEJŠOVÁ, Kristýna. <i>Rozdíly ve vysílání veřejnoprávní a komerční rozhlasové stanice (na příkladu Radiožurnálu a Rádia Impuls)</i> . Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. TICHÁ, Lucie. <i>Proměny Českého rozhlasu po nástupu Webu 2.0</i> . Praha, 2021. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. NOVÁKOVÁ, Klára. <i>Český podcasting veřejnoprávních médií jako fenomén dnešní doby</i> . Praha, 2021. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. JEŽEK, Michal. <i>Český rozhlas Dvojka – budování kontaktu s posluchači</i> . Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.
Datum / Podpis studenta/ky <i>A. P. 2022</i>

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

STOMAN MARIN

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

9 Seznam příloh

Příloha č. 1: Otázky polostrukturovaných rozhovorů (seznam)

Příloha č. 1: Otázky polostrukturovaných rozhovorů

1. Posloucháte rozhlas nebo podcasty?
2. V jaké četnosti a kolik času poslechu zpravidla věnujete?
3. Při jakých příležitostech rozhlas či podcasty posloucháte?
4. Posloucháte spíše veřejnoprávní nebo komerční rozhlas/podcasty a proč?
5. V čem je pro vás ten, který preferujete hodnotnější a kvalitnější?
6. Jakým způsobem se k obsahu dostáváte? Kde jej hledáte, jak se inspirujete?
7. Skrze jaké médium či platformu nejčastěji posloucháte?
8. Jakému žánru dáváte přednost? (zpravodajství, hudba, krimi, lifestyle, ...)
9. Jaký formát vám nejvíc vyhovuje? (rozhovory, komentář, diskuse, reportáž, ...)
10. Jaké stanice preferujete? Z jakého důvodu právě tyto?
11. Jaké konkrétní pořady posloucháte? Proč právě tyto?
12. Jaké podcasty sledujete a z jakého důvodu vás zajímají?
13. Jakému aspektu věnujete největší pozornost při výběru obsahu? Co je pro vás to nejzásadnější, co vyhledáváte? (moderátor, téma, host, žánr, stanice, ...)
14. Je nějaký prvek či téma, který vám v aktuální tvorbě rozhlasu v Česku chybí či vám vadí?
15. Co by vás motivovalo k častějšímu nebo delšímu poslechu?
16. Jak současnou podobu veřejnoprávního rozhlasu vnímáte? Má podle vás své místo a roli v dnešní společnosti?
17. Domníváte se, že je pro společnost jeho existence důležitá, prospěšná či nikoliv?
18. Myslíte si, že by měl veřejnoprávní rozhlas fungovat i v budoucnu? Proč ano, proč ne?
19. Veřejnoprávní média jsou placená z koncesionářských poplatků, tedy všemi občany. Myslíte, že je to správné? Proč ano, proč ne?
20. Chcete na závěr něco dodat? Přidat něco, co dosud nezaznělo?