

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Diplomová práce**

**2014**

**Zdeňka Trachtová**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Zdeňka Trachtová**

**Postavení a funkce rozhlasu veřejné služby  
v éře multimédií**

*Diplomová práce*

Praha 2014

Autor práce: **Bc. Zdeňka Trachtová**

Vedoucí práce: **PhDr. Josef Maršík, CSc.**

Rok obhajoby: **2014**

## **Bibliografický záznam**

TRACHTOVÁ, Zdeňka. *Postavení a funkce rozhlasu veřejné služby v éře multimédií*. Praha, 2014. 90 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Josef Maršík, CSc.

## **Abstrakt**

Diplomová práce *Postavení a funkce rozhlasu veřejné služby v éře multimédií* pojednává o proměnách produkce Českého rozhlasu od roku 2005 do současnosti v souvislosti s nástupem multimediálních technologií.

Stěžejní kapitoly teoretické části práce představují definice základních pojmů, o které se opírá analytická část: multimédií, mediální konvergence, koncepce aktivního publika, interaktivity a digitalizace. Další kapitoly se zabývají médii veřejné služby v České republice a technologickým a kulturním vývojem rozhlasu na našem území.

Záměrem výzkumné části je za pomoci metody případové studie analyzovat technologické změny, ke kterým v Českém rozhlase došlo s nástupem multimédií. Cílem je co nejkomplexněji představit multimediální platformy, prostřednictvím kterých rozhlas nabízí svoji tvorbu.

Diplomová práce také pojednává o způsobu, jakým multimédia ovlivňují interakci mezi rozhlasem a rozhlasovým publikem. Za tímto účelem se práce zaměřuje na analýzu sociálních sítí, prostřednictvím kterých Český rozhlas komunikuje s publikem. Práce se také zabývá otázkou, zda se nástup multimédií nějakým způsobem odrazil na podobě tradičních formátů pořadů, případně zda vznikly nové formáty.

## **Abstract**

The master thesis *The position and the function of the public service radio in the age of multimedia* deals with changes of production of Český rozhlas (Czech radio) from 2005 till the present time in connection with the beginning of multimedia technologies.

The most important chapters of the theoretical part introduce definitions of basic concepts which are important basis for the analytical part: multimedia, media convergence, concept of active audience, interactivity and digitization. Another chapters deal with public service media and technological and cultural development in the territory of Czech republic.

The aim of practical part is to analyze technological changes, which happend in Český rozhlas after beginning of multimedia era, by using the method of case study. The purpose is to do complex introduction of multimedia platforms by means radio mediates its production.

Another aim is to find out, how multimedia influence interaction between radio and its audience. The master thesis focus on the analysis of social networks through which Český rozhlas communicates with audience. The text also deal with the question, if beginning of multimedia era influences forms of traditional formats of broadcasting or if new formats emerge.

## **Klíčová slova**

Český rozhlas, média veřejné služby, multimédia, digitalizace, interaktivita, sociální sítě, internet, nová média

## **Keywords**

Czech radio, public service media, multimedia, digitization, interactivity, social networks, internet, new media

**Rozsah práce:** 136 682 znaků

## **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, 14. května 2014

Zdeňka Trachtová

## **Poděkování**

Velmi děkuji vedoucímu této práce, kterým byl PhDr. Josef Maršík, CSc. za jeho vstřícnost, čas, který mi věnoval, a celkovou podporu. Jeho cenných rad si velmi vážím.

Mé poděkování patří také Alexandru Píchovi, řediteli Centra Nová média Českého rozhlasu, za laskavé poskytnutí informací při osobním rozhovoru.



**Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK**  
**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Trachtová Zdeňka

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2007

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

[zdenka.trachtova@email.cz](mailto:zdenka.trachtova@email.cz)

**Studijní obor/forma studia:**

Mediální studia/prezenční

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Postavení a funkce rozhlasu veřejné služby v éře multimédií

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

The position and the function of the public service radio in the age of multimedia

**Předpokládaný termín dokončení** (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2012/2013

**Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):**

Produkce audiovizuálních i tištěných médiích v současnosti stále více využívá nových technologií a probíhá na bázi multimédií. Řada odborných publikací se zabývá rozvojem multimédií, avšak žádná nezkoumá přímo vztah multimédií a rozhlasové tvorby nebo vliv multimédií na veřejnoprávní vysílání. S tématem souvisí diplomová práce Proces integrace tradičních médií do nové multimediální podoby (v českém prostředí). Její autor Zdeněk Janda se však soustředí na multimediální podobu tištěných médií. Rozhlasem v digitální éře se zabývá bakalářská práce Ladislava Josky Český rozhlas v éře digitalizace: příprava a vznik nových okruhů ČRo. Autor ale analyzuje pouze technické aspekty digitalizace. Další prací, která souvisí s mým tématem, je diplomová práce Kristýny Pivodové Odhalení: nerozhlasová reality show Českého rozhlasu. Autorka podrobně zkoumá multimediální projekt ČRo Odhalení.

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy** (max. 1800 znaků):

V diplomové práci si kladu za cíl analyzovat na příkladu Českého rozhlasu postavení veřejnoprávního rozhlasu a podobu rozhlasové produkce v éře multimédií. Přiblížím teoretické koncepty vývoje médií a vize digitálních médií a multimédií. Poté se zaměřím na české veřejnoprávní vysílání a technologické změny spojené s přechodem na digitální a internetové vysílání. V další části práce budu analyzovat nové podoby rozhlasové tvorby v době multimédií. Zaměřím se na proměny formátu pořadů a programového schématu jednotlivých stanic. Přiblížím multimediální projekty ČRo. Budu se zabývat podobou současného rozhlasového publika, způsobem, jakým sleduje rozhlas, a možnostmi interaktivního zapojení do rozhlasové produkce.

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Úvod

1. Teoretická východiska práce – vymezení základních pojmů
  - 1.1 Multimedia
  - 1.2 Mediální konvergence
  - 1.3 Koncepce aktivního publika a interaktivita
2. Teorie vývoje médií a vize digitálních médií
3. Česká média veřejné služby v historickém kontextu
4. Technologicko-kulturní vývoj rozhlasu na našem území od počátku vysílání do současnosti
  - 4.1 Analogové živé vysílání
  - 4.2 Možnosti záznamu: gramofonové desky, folie, magnetofonové pásky

- 4.3 Rozvoj stereofonie
- 4.4 Rozhlasová produkce a internet
- 4.5 Digitální vysílání
- 5. Nová podoba rozhlasové tvorby ČRo
  - 5.1 Změny způsobené přechodem na digitální vysílání
  - 5.2 Vliv multimédií na programové schéma
  - 5.3 Vliv multimédií na formáty pořadů
  - 5.4 Multimediální projekty
- 6. Interaktivní publikum
  - 6.1 Struktura publika jednotlivých stanic veřejnoprávního rozhlasu
  - 6.2 Způsoby „konzumace“ rozhlasové tvorby
  - 6.3 Možnosti komunikace a interaktivního zapojení posluchačů do rozhlasové produkce

Závěr

Resumé

Seznam použité literatury

Přílohy

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):

Materiál mého výzkumu tvoří veškeré dostupné zdroje ČRo: výroční zprávy, archiv, internetové stránky, záznamy pořadů, multimediální projekty. Čerpat budu dále z rozhovorů se zaměstnanci Českého rozhlasu, především z oddělení Nová média ČRo.

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Na základě analýzy získaných materiálů přiblížím tvorbu Českého rozhlasu v době multimédií. Pro rozbor webových stránek rozhlasu a multimediálních projektů využiji metodu heuristické analýzy.

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

HANKUSOVÁ, Veronika. Vývoj výzkumu rozhlasových posluchačů v Československu a v České republice. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2006, 152 s. ISBN 80-246-1092-2.

Kniha přibližuje metodologii a historii výzkumu českého rozhlasu. Autorka osvětluje vztah médium - publikum a představuje posluchače jako objekt výzkumu, poté srovnává jednotlivé metody a zmiňuje se i o výzkumu v zahraničí. Druhá část knihy je věnována strukturovanému vývoji výzkumu a rozhlasové propagace v České republice v předválečném období, v letech 1945 - 1951, kdy v Československé republice začalo působit první oficiální výzkumné oddělení, v letech šedesátých, v období normalizace i po roce 1989.

HENDY, David. Radio in the global age. 1st ed. Cambridge: Polity, 2000, xiii, 260 s. ISBN 0-7456-2069-8.

Publikace nastiňuje současnou roli rozhlasového vysílání v globalizované společnosti. Speciální pozornost věnuje vlivu internetu, digitalizace a globalizace na podobu rozhlasové tvorby. Uvažuje o vztahu hudby a rozhlasu

HORNÝ, Stanislav a Libor KRSEK. Úvod do multimédií. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2009, 157 s. ISBN 978-80-245-1608-0.

Práce podává základní přehled o možnostech využití nových technologií k prezentaci informací. Přibližuje významy, prvky, principy, technologie a nástroje multimediálních technologií. Poskytuje přehled o současných technologiích a trendech. Kniha dále popisuje tvorbu a editaci základních multimediálních prvků - grafika, fotografie, film.

JEŠUTOVÁ, Eva. Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí Českého rozhlasu. Praha: Český rozhlas, 2003, 667 s. ISBN 80-86762-00-9.

Kniha seznamuje s jednotlivými etapami rozhlasového vysílání a dění v rozhlase na našem území. Výklad doprovázejí fotografie a přílohy: kalendárium, technický slovníček, pořady, které se staly pojmem, ředitelé a názvy instituce, loga atd.

MARŠÍK, Josef. Úvod do teorie rozhlasového programu. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995, 106 s. ISBN 80-7184-013-0.

Kniha přibližuje poznatky z oblasti rozhlasového programu. Seznamuje se základními termíny z oblasti tvorby rozhlasového programu a zároveň se zabývá problematikou programové struktury veřejnoprávního rozhlasu i soukromých stanic.

MORAVEC, Václav. Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999). Praha: Český rozhlas, 2000, 159 s.

Autor nastiňuje vývoj koncepce duálního rozhlasového vysílání v České republice v období deseti let (1989 – 1990). Proces utváření duálního systému vysílání rozděluje do tří období. Dále rozebírá postavení vysílatele veřejné služby v českém mediálním prostředí a základní pilíře, na kterých toto vysílání stojí.

MUSIL, Josef. Elektronická média v informační společnosti. Praha: Votobia, 2003, 261 s. ISBN 80-7220-157-3.

Práce přibližuje z několika pohledů hlavní politické a společenské aspekty činnosti a dalšího předpokládaného rozvoje elektronických médií v souvislostech změn, které právě rozvoj médií, telekomunikací a počítačového zpracování informací umožňuje a vyvolává.

SOKOLOWSKY, Peter a Zuzana ŠEDIVÁ. Multimédia: současnost budoucnosti. 1. vyd. Praha: Grada, 1994, 204 s. ISBN 80-7169-081-3.

Kniha se zabývá funkcí a oblastmi uplatnění multimédií v současném světě. Zaměřuje se na informační systémy, výpočetní techniku a počítačové systémy. Samostatné kapitoly věnuje médiím, mediální komunikaci, komunikačním technologiím a audiovizuálním prostředkům.

TUŠER, Andrej. Praktikum mediální tvorby. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, 368 s. ISBN 978-80-89447-16-9.

Kniha přináší komplexní pohled na procesy tvorby obsahové a formální základních typů médií: tisku, rozhlasu, televize a internetu. Zahrnuje také slovník vybraných termínů a pojmů.

**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)

PIVODOVÁ, Kristýna. Odhalení: nerozhlasová reality show Českého rozhlasu. Praha, 2009. 78 listů. Vedoucí práce Josef Maršík.

JOSKA, Ladislav. Český rozhlas v éře digitalizace: příprava a vznik nových okruhů ČRo. Praha, 2009. 60 listů. Vedoucí práce Josef Maršík.

JANDA, Zdeněk. Proces integrace tradičních médií do nové multimediální podoby (v českém prostředí). Praha, 2003. 96 listů, [15] listů příloh. Vedoucí práce Milan Šmíd.

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

**Potvrzují, 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.**

.....

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

## Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>3</b>
<b>1. CÍL PRÁCE A METODIKA</b> .....	<b>5</b>
1.1 Cíl.....	5
1.2 Metodika .....	6
<b>2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE</b> .....	<b>8</b>
2.1 Multimédia .....	8
2.2 Mediální konvergence .....	9
2.3 Koncepce aktivního publika .....	10
2.4 Interaktivita.....	12
<b>3 DIGITALIZACE A DIGITÁLNÍ MÉDIA</b> .....	<b>14</b>
<b>4 MÉDIA VEŘEJNÉ SLUŽBY V ČESKÉ REPUBLICCE</b> .....	<b>15</b>
4.1 Teorie veřejné služby .....	15
4.2 Duální systém vysílání v České republice a legislativní zakotvení Českého rozhlasu.....	16
<b>5 TECHNOLOGICKO-KULTURNÍ VÝVOJ ROZHLASU NA NAŠEM ÚZEMÍ OD POČÁTKU VYSÍLÁNÍ DO SOUČASNOSTI</b> .....	<b>18</b>
5.1 První pokusy s rozhlasovým vysíláním: radiotelegrafie a radiofonie .....	18
5.2 Počátky pravidelného rozhlasového vysílání .....	20
5.3 Třicátá léta jako zlatý věk rozhlasu.....	22
5.4 Role rozhlasu v době druhé světové války.....	24
5.5 Rozhlas po druhé světové válce.....	25
5.6 Role Československého rozhlasu v éře budování socialismu .....	26
5.7 Rozhlasové vysílání od začátku normalizace do pádu komunistického režimu .....	27
5.8 Rozhlas v éře demokratického státu.....	29
5.8.1 Transformace mediálního systému v období let 1989 – 1991 .....	30
5.8.2 Vývoj vysílání v letech 1991 – 1994.....	31
5.8.3 Vývoj vysílání v druhé polovině 90. let .....	32
5.8.4 Český rozhlas po roce 2000 .....	32
<b>6 ZÁKLADNÍ DOKUMENTY UPRAVUJÍCÍ MULTIMÉDIA V ČESKÉM ROZHLEASE</b> .....	<b>34</b>
<b>7 MULTIMEDIALIZACE ČESKÉHO ROZHLASU</b> .....	<b>36</b>
7.1 Nástup multimédií .....	36
7.2 Nové multimediální technologie a multimediální platformy .....	37
7.2.1 Vývoj digitálního vysílání a jeho současná podoba .....	37
7.2.2 Internetové stránky.....	39
7.2.3 iRadio.....	43
7.2.4 Flashový přehrávač.....	45
7.2.5 Další multimediální prvky .....	46
7.3 Multimediální projekty.....	48
7.3.1 Nejvýznamnější multimediální projekty od roku 2005 .....	48
7.3.2 Odklon od velkých multimediálních projektů po roce 2010.....	51
<b>8 INTERAKTIVNÍ PUBLIKUM</b> .....	<b>53</b>
8.1 Interaktivní platformy Českého rozhlasu .....	53
8.2 Využití interaktivních platform a komunikace s publikem.....	56
<b>9 VLIV MULTIMÉDIÍ A KOMUNIKAČNÍCH PLATFORM NA FORMÁTY POŘADŮ</b> ...	<b>59</b>
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>61</b>

<b>SUMMARY .....</b>	<b>63</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>64</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>69</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>70</b>

## Úvod

Rozhlasové médium prochází technologickými inovacemi nepřetržitě od doby svého vzniku. Ovšem teprve vstup do světa internetu, multimédií a mobilních komunikačních technologií na konci dvacátého století od základu proměnil možnosti rozhlasové produkce a následně také způsoby, jakými publikum tuto produkci konzumuje.

Před vstupem do éry multimédií vypadal poslech rozhlasu v drtivé většině případů tak, že si posluchač na rozhlasovém přístroji doma, v práci či v automobilu jednoduše naladil frekvenci své oblíbené stanice.

Nová média však ve způsobu vnímání rozhlasové tvorby přinesla zásadní revoluci. Především samotný poslech v přímém přenosu je dnes již jen jedním ze způsobů konzumace rozhlasové produkce. Vedle klasického vysílání rozhlas vytváří širokou škálu dalšího obsahu: články, videa, fotogalerie. Odvysílané příspěvky zařazuje do internetového audiorchivu, zprostředkovává online videopřenosy z vysílacích studií a nabízí aplikace pro poslech přes mobilní zařízení.

Posluchač, který má přístup na internet, si tak v podstatě sám sestavuje program - vybírá kdy, kde a co z rozhlasové tvorby si poslechne, přečte či prohlédne. Interaktivní webové platformy zase umožňují okamžitou komunikaci s tvůrci rozhlasových pořadů. Ta už není omezena pouze na několik málo jedinců, kteří mají štěstí a dovolají se po telefonních linkách do živého vysílání. Současný rozhlas tedy již není jednosměrným vysílacím médiem.

Rozhlasové stanice díky moderním technologiím do jisté míry překonávají limity akusticko-auditivního principu jejich existence.

Vzhledem ke značnému rozvoji, jakým v uplynulých letech prošlo vysílání rozhlasu veřejné služby v České republice, považuji toto téma za důležité, aktuální a hodné pozornosti v tuzemských poměrech. Ovšem uceleně zpravované informace o procesech multimedializace rozhlasové tvorby v českém mediálním prostředí zatím chybí. To bylo jedním z důvodů, proč se zrodil nápad pokusit se v kontextu České republiky analyzovat rozhlasovou produkci v éře multimédií. Dalším z důvodů pro volbu tohoto tématu je můj dlouhodobý zájem o rozhlasovou tematiku, a zejména právě o Český rozhlas.

Tato práce si nečiní nárok na definitivní závěry. Ostatně předložit definitivní závěry v této oblasti ani není možné, jelikož vývoj multimédií je nepřetržitý a nikdy nekončící proces. Předkládaná práce proto chce spíše nabídnout vhled do vývoje vztahu Českého rozhlasu a multimédií v posledních letech a jeho současnou podobu.

Při formulaci výzkumných otázek a rozvržení struktury práce jsem vycházela především ze schválených tezí diplomové práce, od kterých jsem se odchýlila jen lehce. Od

kapitoly o struktuře publika jednotlivých stanic Českého rozhlasu jsem po důkladném uvážení upustila, jelikož by neúměrným způsobem prodloužila rozsah práce, přičemž pro zodpovězení hlavních výzkumných otázek není nezbytná. Naopak jsem přidala část, která představuje základní dokumenty a legislativu upravující postavení multimédií v Českém rozhlase.

## 1. Cíl práce a metodika

V následující kapitole vymezím cíl diplomové práce a formuluji výzkumné otázky. Poté popíši metodiku, kterou jsem zvolila pro řešení diplomové práce, a která se ve světle odborné sociologické literatury jevila pro tento účel nejvhodnější.

### 1.1 Cíl

Cílem předkládané diplomové práce je zjistit, jaká je podoba produkce rozhlasu veřejné služby v České republice v éře multimédií.

Předmět zkoumání, tedy Český rozhlas, jsem zvolila z několika důvodů. Jistěže jsem se mohla rozhodnout analyzovat rozhlasové stanice působící v jiné zemi. Pro volbu Českého rozhlasu však bylo rozhodující to, že problematika využití multimédií a nových technologií v tvorbě veřejnoprávního rozhlasu v České republice dosud nebyla uceleně zpracována. Českým rozhlasem jsem se navíc zabývala již v průběhu bakalářského studia. Předpokládala jsem také, že zkoumaná data a dokumenty budou dobře dostupné. V neposlední řadě pro volbu Českého rozhlasu hovořila skutečnost, že diplomová práce bude předložena a obhajována na české akademické půdě.

Český rozhlas začal postupně vstupovat do éry multimédií již od přelomu 80. a 90. let spolu s tím, jak se rozvíjely technologie. Za přelomový okamžik však můžeme označit počátek digitálního vysílání v roce 2005. Sledované období jsem proto vymezila od roku 2005 do současnosti.

Východiskem při formulování výzkumných otázek byl předpoklad, že podoba produkce veřejnoprávního rozhlasu se s nástupem multimédií proměnila. Cílem předkládané práce je tedy zjistit, jak se tvorba Českého rozhlasu změnila a jak vypadá v současnosti, v éře multimédií.

Pro analýzu multimediální produkce Českého rozhlasu jsem stanovila následující výzkumné otázky:

- K jakým technologickým změnám došlo v rozhlase ve zkoumaném období v souvislosti s nástupem multimédií? Jaké multimediální platformy a sociální sítě Český rozhlas využívá?
- Jak multimédia ovlivňují interakci mezi rozhlasem a publikem?
- Odrazil se nějakým způsobem nástup multimédií na tradičních formátech pořadů Českého rozhlasu? Vznikly nějaké nové formáty rozhlasových pořadů?



Formulace výzkumných otázek je relativně obecná, jelikož vycházím z předpokladu, že v kvalitativním výzkumu je možné v průběhu sběru a analýzy dat výzkumné otázky postupně zpřesňovat, neboť „v mnoha případech analýza směřuje výzkumníka k novým zdrojům dat. (...) Kvalitativní výzkumník nesestavuje ze získaných dat skládku, jejíž konečný tvar zná, spíše konstruuje obraz, který získává kontury v průběhu sběru a poznávání jeho částí.“ (Hendl, 2008, s. 52)

## **1.2 Metodika**

K zodpovězení výzkumných otázek využiji kvalitativní výzkumnou strategii, neboť mým cílem je získat hlubší vhled do produkce Českého rozhlasu v éře multimédií. A kvalitativní výzkum nabízí mnohem silnější vhled do sociální situace než kvantitativní metody, musí však být redukován na omezený počet proměnných (Disman, 2011, s. 286).

Kvalitativní výzkum má induktivní povahu, nemohu tedy předem předpokládat konkrétní podobu výsledku své práce. Utvářený obraz získává kontury v průběhu sběru a poznávání jeho částí (Hendl, 2008, s. 48). S tím souvisí flexibilita kvalitativního výzkumu - výzkumné otázky je možné upravovat v průběhu analýzy. Kvalitativní výzkum se snaží o uchopení zkoumaného jevu v jeho proměnlivosti a úplnosti (Surynek, Kašparová, Komárková, 2001, s. 27).

Kvalitativní metoda mi také pomůže vyhnout se větší redukci dat. Jsem si vědoma, že k relevantním výsledkům by mohlo vést i doplnění práce o kvantitativní analýzu. Například dotazníkové šetření by bylo užitečným nástrojem pro analýzu proměny vztahu posluchačů k Českému rozhlasu. Takovýto výzkum provedený na reprezentativním vzorku by však daleko překračoval rozsah diplomové práce a mé možnosti. A byl by navíc pouhým doplněním, jelikož sám o sobě by neumožnil získat hlubší vhled do podoby produkce rozhlasu v multimediálním věku. Pro zodpovězení výzkumných otázek, které jsem si stanovila, je tedy vhodné použít kvalitativní strategii.

Konkrétně využiji metodu případové studie, která patří mezi základní přístupy uplatňované v kvalitativním výzkumu. Základem této metody je detailní studium jednoho případu nebo několika málo případů. Jde o zachycení složitosti případu, o popis vztahů v jejich celistvosti (Hendl, 2008, s. 102).

Právě metodu případové studie doporučuje Hendl jako vhodný nástroj pro zkoumání organizací a institucí. Mezi možné cíle studie tohoto typu zařazuje kromě jiného deskripci a analýzu procesů změn a adaptace, případně jejich evaluaci. Vzhledem k cílům mé práce -

analýze Českého rozhlasu a jeho proměn s nástupem multimédií - se tedy případová studie jeví jako vhodný postup.

Pro analýzu chování mediálních organizací a principů, jimiž se řídí jejich fungování, případovou studii doporučují též Trampota a Vojtěchovská (2010). Tato metoda se podle nich dobře hodí pro pochopení produkce mediálních obsahů.

Nejvýznamnějším zdrojem této diplomové práce budou veřejně dostupné dokumenty a archivní data v tištěné i elektronické podobě (např. výroční zprávy a ročenky Českého rozhlasu, statistiky, internetové stránky, legislativa atd.). Dále budu čerpat z materiálů vztahujících se k činnosti zkoumaných organizací (např. články v médiích, zejména v tištěných a elektronických titulech, které se specializují na oblast nových médií a multimediálních technologií). Dalším důležitým zdrojem bude osobní rozhovor s ředitelem Centra Nová média v Českém rozhlase Alexandrem Píchou.

Relevantní data shromážděná z nejrůznějších zdrojů pak budou průběžně vyhodnocována. V některých částech kvalitativní analýzu doplním o prvky kvantitativní výzkumné strategie, například při analýze sociálních sítí. Ovšem hlavním nástrojem bude strategie kvalitativní.

Zvolená výzkumná strategie má i svá omezení, se kterými je nutné k výzkumu přistupovat. Je jimi například nízká reliabilita výzkumu a především značně omezená možnost zobecnit výzkumné závěry (Disman, 2011, s. 264). Výsledky, které výzkum přinese pro analyzovaný případ Českého rozhlasu, proto není možné generalizovat. Jelikož metody kvalitativního výzkumu nejsou na rozdíl od strategie kvantitativní příliš standardizované, výzkum je obtížně replikovatelný. Dalším rizikem kvalitativního výzkumu je jeho subjektivita. Výsledky mohou být ovlivněny tím, že výzkumník ke zkoumanému problému zaujímá určitý vztah a subjektivní postoj, který se může odrazit na procesu vyhodnocování dat (ibid.).

Domnívám se však, že i přes tato omezení a rizika, je kvalitativní metoda případové studie vhodným postupem, který mi umožní získat relevantní vhled do zkoumané problematiky, a který mi pomůže zodpovědět otázku, jak vypadá produkce Českého rozhlasu v éře multimédií.

## 2 Teoretická východiska práce

V následujících kapitolách podrobněji vysvětlím základní pojmy a nejdůležitější koncepty, se kterými budu pracovat v empirické části: multimédia, mediální konvergenci, koncepci aktivního publika a interaktivitu.

### 2.1 Multimédia

Již z názvu mé diplomové práce je zřejmé, že definování termínu *multimédia* je zde klíčové.

Člověk odjakživa přijímal informace multimediálně, neboť slyší, vidí a cítí. Zkrátka dokáže informace přijímat všemi smysly (Sokolowsky, Šedivá, 1994, s. 25). Samotný pojem *multimédia* je však relativně nový a souvisí s rozvojem technologií. Jeho definice však není jednoznačná. Představy o multimédiích se totiž různí a jednotná definice neexistuje. Význam termínu *multimédia* se navíc také v čase proměňuje souběžně s tím, jak se vyvíjí technologie.

Termín *multimédia* vznikl spojením slov *multi* a *média*. Slovník cizích slov Lumíra Klimeše definuje slovo *multi* jako „první část slov (...) s významem mnoho, a to ve smyslu: 1. jako s její okolností (multilaterální = mající mnoho stran), 2. jako s její vlastností (multimilionář = mnohonásobný milionář).“ (Klimeš, 1981, s. 462)

Druhou část, slovo *médium*, slovník cizích slov vysvětluje jako „zprostředkujícího činitele“ v nejširším slova smyslu, tedy to, co něco zprostředkovává, zajišťuje (Klimeš, 1981, s. 436). S výrazem se setkáváme v různých oborech. Ty, které se věnují projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojem *médium* jako to, „co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační.“ (Jirák, Köpplová, 2007, s. 16) Někdy se tím také míní technologie, které zajišťují produkci, přenos a příjem sdělení, jindy se pod výrazem *média* skrývají lidé, kteří produkují mediální obsahy.

Lexikálně vyložen však byl již také samotný pojem *multimédium*. Milan Šmíd jej definuje jako integraci „většího počtu dosud známých médií (tisk, rozhlas, televize, film, zvukové a obrazové záznamy) v jednom uživatelském prostředí.“ Multimédium je „výrobek nebo služba, jež umožňují uchování a přenos informace jak vizuální - texty, grafika, statické i pohyblivé obrazy, tak auditivní - zvuky, mluvená řeč, hudba, svoji povahou bývají většinou interaktivní.“ (Šmíd, 1995, s. 32)

Multimediální slovník Jaroslava Pospíšila a Stanislava Michala definuje multimédia jako „spojení různých typů dat (text, hudba, obraz) na určitém nosiči - při jejich záznamu i reprodukci. V širších souvislostech sem patří i komplex zařízení a programů umožňujících multimediální produkci“ (Pospíšil, Michal, 2004, s. 57).

Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace definuje heslo *multimédia* obdobně a dodává: „Svou povahou bývají multimédia většinou interaktivní. Uživatelským prostředím multimédií je dnes především počítač s multimediálním vybavením, tj. počítač, jehož hardware a software umožňují kvalitní reprodukci zvuku i obrazu a který má přístup k digitalizovaným multimediálním informacím buď přímo z nosiče, nebo on-line napojením na vzdálené zdroje, například prostřednictvím www stránek na internetu.“ (Osvaldová, Halada, 2007, s. 123)

Podle dalších autorů je možnost zprostředkování prostřednictvím počítače přímo podmínkou pro to, abychom mohli multimédium označit jako multimédium. „Multimédia jsou počítačem integrovaná časově závislá nebo časově nezávislá média, která mohou být interaktivně, to znamená individuálně a selektivně vyvolávána anebo zpracovávána“ (Sokolowsky, Šedivá, 1994, s. 19).

Naši pozornost tak získávají stále intenzivněji nová média, tedy média prosazující se v prostředí počítačových sítí, zvláště „sítě sítí“ internetu, média, k nimž máme přístup díky technologickým změnám v komunikačních možnostech (Jiráček, Köpplová, 2007, s. 191).

Nosičem informace může být text, grafika, audio, video, animační programy atd. Tyto nosiče se mohou podílet na zprostředkování informace v různých kombinacích. „Díky volné kombinovatelnosti různých médií lze informace cíleně vyvolávat a předávat optimálně ve vztahu k jejich obsahu. To platí zvláště tehdy, když jde vyvolat určitý věcný obsah v různých mediálních formách a volbu formy jeho zobrazení přenechat přímo konečnému uživateli. Tím je možno optimálně zohlednit individuální preference druhu vnímání informací u jednotlivých uživatelů“ (Sokolowsky, Šedivá, 1994, s. 18). Různé složky využívají multimédia k účelnému i účinnému působení a využívají tak synergického efektu k dosažení vyššího účinku tím, že jednotlivé prvky spojují a zapojují do vzájemné interakce. Velkou výhodou multimédií je i schopnost zapojit interakci konzumenta do celého procesu přenosu informací (Horný, Krsek, 2009, s. 7).

S termínem *multimédia* úzce souvisí pojem *mediální konvergence*. Radikální technologické změny, které probíhají posledních několik desítek let, totiž vedou k postupné konvergenci produkce i distribuce mediálních produktů.

## **2.2 Mediální konvergence**

*Konvergence* neboli obecně „sbíhavost, sbíhání či sblížování“, znamená v mediální komunikaci „průběžné sblížování médií z hlediska přípravy, distribuce a vnímání obsahů.

Tento proces je podmíněn rozvojem technologií a jeho výsledkem je současný nebo následný výskyt stejných mediovaných sdělení v různých technologických formách“ (Reifová, 2004, s. 111)

V praxi to znamená, že jeden mediální obsah je možné konzumovat více způsoby. Například oblíbený film si dnes můžeme přečíst jako knihu či komiks, můžeme hrát počítačovou hru na jeho motivy, diskutovat o něm na internetových fórech s dalšími fanoušky, poslouchat filmovou hudbu atd.

Henry Jenkins však pojem konvergence ještě rozšiřuje. Technologické sbližování podle něho není jediným druhem konvergence. Konvergence se vztahuje také na průmyslové, kulturní a sociální změny dějící se bez ohledu na politické hranice. Mediální konvergenci Jenkins popisuje jako „tok obsahu skrze rozmanité mediální platformy, spolupráci mezi rozmanitými mediálními odvětvími a migrační chování publika, které půjde téměř kamkoliv v hledání toho druhu zábavy a zážitků, které chce.“ (Jenkins, 2008, s. 2)

O definování konvergence se pokouší celá řada dalších autorů. Jelikož se ale technologie a mediální odvětví jako takové nepřetržitě rychle vyvíjí, ani význam pojmu *konvergence* není stabilní a jednoduše uchopitelný. Většina autorů se shoduje minimálně na tom, že fenomén konvergence se vyskytuje především během posledních tří desetiletí a postihl již téměř všechny roviny mediální komunikace.

„Konvergence upravila vztah mezi stávajícími technologiemi, mediálním průmyslem, mediálním trhem, žánry a publikem. Změnila logiku, podle které mediální průmysl fungoval a podle které publikum zpracovávalo informace a zábavu. Konvergence referuje o probíhajícím procesu, nikoli o nějakém završení procesu.(...) Dostáváme se tak to éry, kdy média budou všude kolem nás.“ (Jenkins, 2008, s. 2)

Jak již bylo řečeno, konvergence podle Jenkinse nemá jen technologické aspekty, tedy zejména slučování různých mediálních funkcí, jako je obraz, text, zvuk atd. v jednom zařízení. Znamená také kulturní a sociální změnu, ze které vyplývají také změny v chování publika. To k mediální komunikaci přistupuje aktivně, respektive interaktivně.

### **2.3 Koncepce aktivního publika**

Slovo *publikum* slouží pro kolektivní označení uživatelů nějakého média, či v širším smyslu příjemců nějakého obecně a veřejně dostupného sdělení. Mediální publikum je „institucionálním kolektivním uživatelem či příjemcem nějakého sdělení produkovaného médii“ (Jirák, Köpplová, 2007, s. 87).

Představa difúzního publika, tedy „všudypřítomného“ publika, které je vystaveno mediální nabídce prakticky neustále a zároveň publika rozptýleného nejen v čase a prostoru, ale nejednotného také co do nabízeného mediálního produktu, vznikla již s počátkem masových médií (Jirák, Köpplová, 2007, s. 93). S rozvojem multimédií a především internetu však nabírá na síle. Publikum je dnes díky novým technologiím, například internetu v mobilních telefonech, vystaveno mediální nabídce opravdu kdekoli a kdykoli. Z mediálních obsahů a způsobů jejich konzumace si však aktivně vybírá.

O vztahu mezi publikem a obsahem médií existuje celá řada rozdílných teorií. Lze vysledovat především dva zásadně rozdílné přístupy založené na odlišném vnímání role publika v mediální komunikaci: koncepce pasivního a aktivního publika. Koncepce pasivního publika je historicky starší a předpokládá, že publikum je pasivní účastník zasažený sdělením a nějak reagující (Jirák, Köpplová, 2007, s. 102).

Pojímání publika, které v současnosti převládá, však předpokládá, že publikum je aktivní součástí mediální komunikace. Z mediálních obsahů si aktivně vybírá, samo je vyhodnocuje a nakládá s nimi podle vlastního uvážení (Jirák, Köpplová, 2007, s. 104). Navíc publikum často na obsahu médií participuje, či dokonce přímo obsah médií vytváří. V následující části koncepci aktivního publika podrobněji rozvedu.

Koncepce aktivního publika vychází z předpokladu, že čtení mediálních významů je aktivní činnost. Příjemce při ní rozpoznává symboly, nějak je chápe, přisuzuje jim význam, zařazuje je do celého souboru svého dosavadního poznání, svých názorů a postojů. „Proud informací, který se valí z obrázků a mluveného slova na obrazovce či v reproduktoru, popřípadě tištěného slova na stránkách novin a časopisů, vyžaduje aktivní zapojení příjemce, který je musí dekódovat“ (Burton, Jirák, 2001, s., 338).

Koncepce aktivního publika však není jednotná teorie, jednotlivé přístupy se liší tím, jak pojmají toto zapojení příjemce a proces dekódování. Postupem času vykrytalizovaly tři základní přístupy k interpretaci aktivního vztahu publika k médiím, které se v minulosti rozvíjely prakticky souběžně: teorie užití a uspokojení model kódování a dekódování a hermeneutický model (Jirák, Köpplová, 2007, s. 105).

*Teorie užití a uspokojení* má kořeny již ve 40. a 50. letech, kdy badatelé začali zpochybňovat koncepci pasivní publika. Nejvíce se pak rozvinula v 60. a 70. letech. Podle této teorie publikum využívá média k tomu, aby uspokojilo určité potřeby (Burton, Jirák, 2001, s. 340). Tyto potřeby také podmiňují způsob nakládání s mediálními materiály. Ke stejnému mediálnímu obsahu proto mohou různí lidé přistupovat různě podle toho, jaké mají potřeby (ibid.).

Příjemci prostřednictvím médií nejčastěji uspokojují potřeby informací, společenské interakce, zábavy a rozptýlení, potřebu udržet si pocit vlastní totožnosti a strukturovat si čas v každodenních běžných činnostech (Burton, Jirák, 2001, s., 342).

Dalším přístupem koncepce aktivního publika je model *kódování a dekódování* mediálních obsahů, který se rozvíjel především v 70. a 80. letech v rámci birminghamské školy a především v práci jejího představitele Stuarta Halla. Publikum je podle tohoto přístupu schopné identifikovat ideologii, která je vepsaná do mediálních sdělení. Může tato sdělení „přečíst“ různým způsobem. „...jiné je tedy zakódování sdělení podavatelem a jiné jeho dekódování adresátem.“ (Jirák, Köpplová, 2007, s. 108) Způsob tohoto dekódování je pak podle Halla vždy závislý na řadě faktorů sociokulturní, politické a osobní povahy, jako je rasa, třídní zakotvení či gender. V každém sdělení jsou přítomny obsaženy prvky, které mají signalizovat žádoucí interpretaci, jak si ji představoval ten, kdo sdělení sestavoval. To jinými slovy znamená, že „mediální produkce počítá s aktivitou publika a snaží se ji řídit.“ (Jirák, Köpplová, 2007, s. 108)

*Hermeneutický model* vztahu mezi médiem a aktivním publikem vychází z literární vědy a pokouší se zhodnotit přístup předchozích dvou teorií. Hermeneutický model pracuje především s teorií recepce, která se zabývá mimo jiné tím, jak je do textu „vepsán čtenář“, jak je jeho přítomnost implikována. Teorie recepce přichází představou, že existuje „interpretativní společenství“, které má k dispozici jemu vlastní repertoár reakcí. Aktivita publika je ovlivnitelná tím, jaká sdělení jsou vybírána (Jirák, Köpplová, 2007, s. 110).

Obecně tedy všechny teorie aktivního publika pracují s myšlenkou, že lidé umějí mediovaná sdělení kriticky vyhodnotit, a aktivně vyvodit vlastní závěry. Publikum je aktivní nejen k jednotlivému mediálnímu sdělení, ale k mediální komunikaci jako takové.

Právě v tom publiku vychází vstříc dnešní doba s čím dál bohatšími možnostmi interaktivity mezi publikem a médii.

## **2.4 Interaktivita**

Termín *interaktivita* obecně znamená možnost či schopnost vzájemné komunikace mezi jedním či více subjekty. V mediální komunikaci pak tento pojem znamená možnosti vzájemné komunikace mezi publikem a tvůrci mediálních obsahů.

Schopnost médií přizpůsobit se podmínkám počítačových sítí a nabízet publiku interaktivní nakládání s obsahem dala lidem větší možnosti než dříve zapojit se do tvorby tohoto obsahu a ovlivnit jeho výslednou podobu.

Člověk v moderní demokratické společnosti tak má téměř neomezené možnosti vybírat si, co bude číst, jakou hudbu bude poslouchat či co bude sledovat. „Člen publika na sebe tedy bere některé funkce editora a potenciální uživatelé nabízených obsahů přestávají představovat homogenizované (stejnorodé) množiny, nýbrž se fragmentizují“ (Jirák, Köpplová, 2007, s. 95).

Tato možnost publika vybrat si je příznačná pro etapu interaktivního publika, která je spjata především s nástupem digitalizovaných médií, která umožňují volbu a vlastní sestavení sdělení. „Uživatel webové stránky má daleko větší volnost v tom, kam se z této stránky vydá pomocí nabídnutých hyperlinků, než má divák televize při střihání programů či čtenář časopisu při listování jeho výtiskem. Vyhledávací programy dovolují, aby si uživatel podle klíčových slov nejen vybral, ale do jisté míry i vytvořil nový produkt“ (Jirák, Köpplová, 2007, s. 93).

Interaktivní média proto dovolují uživatelům aktivně se účastnit na konečné úpravě sdělení.



### 3 Digitalizace a digitální média

Digitalizace rozšířila možnosti ukládání, přenosu a dalšího zpracování jakýchkoliv obsahů, tedy i mediálních produktů.

Digitální média zprostředkovávají obsah, který byl numericky zakódován - digitalizován. Digitalizace v kontextu médií znamená změnu analogového audio či video signálu na digitální binární data (Šmíd, 1995, s. 14).

Základním rozdílem mezi analogovým a digitálním vysíláním je tedy způsob šíření signálu. Analogové vysílání je spojité a spočívá ve změně intenzity vyzařování elektromagnetického vlnění. Digitální vysílání je tvořeno diskretním signálem, který tvoří posloupnost 1 a 0. Přínosem je vyšší kvalita obrazu i zvuku, efektivní využití kmitočtového spektra, s čímž souvisí možnost médií rozšířit programovou nabídku.<sup>1</sup>

Digitalizace proto umožnila podstatným způsobem rozšířit možnosti distribuce mediálních produktů. Díky ní je totiž možné jakékoli obrazové či jazykové sdělení přenášet pomocí satelitního či internetového spojení prakticky z libovolného místa na zemi na jiné libovolné místo (Jiráček, Köpplová, 2007 s. 196).

Další výhodou digitálních médií je, že při přenosu informace nedochází k jejímu poškození. Digitální informace je totiž jednoduchá a číslicová, díky čemuž se při jejím zpracování a reprodukci nezhoršuje kvalita jako u signálu analogového (Šmíd, 1995, s. 14).

Digitální rozhlasové a televizní vysílání tak již neprovází například šumění a praskání u rozhlasu či šikmé pruhy narušující televizní obraz. Ovšem i u digitálních médií mohou kvalitu sdělení narušit technické nedokonalosti způsobené kolísající kvalitou přijímaného signálu. Může tak dojít například k rozpadávání televizního obrazu na malé čtverečky.

Proces digitalizace vysílání Českého rozhlasu a současný stav digitálního vysílání bude podrobně představen v analytické části práce.

---

<sup>1</sup> Ministerstvo vnitra ČR. *Základní informace o rozvoji digitálního televizního vysílání v České republice* [online]. Dostupné zde: <http://www.mvcr.cz/clanek/digitalni-televizni-vysilani-zakladni-informace.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d> [cit. 8. 12. 2013].

## **4 Média veřejné služby v České republice**

Podoba veřejnoprávních médií není univerzální a v jednotlivých státech má svá specifika, protože vychází z místního kontextu a historického vývoje. Avšak existují společné charakteristiky, které se týkají médií veřejné služby obecně. V následujících kapitolách proto nejprve vysvětlím termín vysílání veřejné služby a nastíním teorie, které se týkají jeho fungování a významu v demokratických státech.

Poté se zaměřím na duální systém vysílání v České republice, tedy systém, v němž vedle sebe fungují komerční média a média veřejné služby: Česká televize a Český rozhlas.

### **4.1 Teorie veřejné služby**

Média veřejné služby jsou zpravidla zřízena zákonem k tomu, aby naplňovala veřejný zájem v oblasti mediální komunikace. Jejich posláním je tedy poskytovat službu veřejnosti výrobou a vysíláním rozhlasových či televizních programů, popř. dalšími veřejně komunikačními aktivitami (Reifová, 2004, s. 138) „Poslání médií veřejné služby bývá formulováno přímo v příslušném zákoně, jímž se obecně upravují nároky na jednání provozovatelů v dané zemi.“ (Reifová, 2004, s. 138)

Obecné charakteristiky médií veřejné služby lze shrnout následovně (McQuail, 2009):

Jejich působení podléhá kontrole veřejnosti. Vysílání veřejné služby by mělo být nezávislé na státu, vládě a politických strukturách, stejně jako na trhu a soukromých komerčních zájmech vlastníků.

Média veřejné služby jsou univerzální, zaměřují se na všechny části publika a všichni občané mají rovné právo na přístup k obsahu jejich vysílání. Mají za úkol usnadňovat a podporovat šíření celkově vyvážených informací, znalostí a vědomostí. Tím umožňují svobodné a informované vytváření názorů, postojů a identit v rámci veřejné diskuse.

Podporují demokratické zřízení a účast jednotlivců na veřejném životě, sociální soudržnost a integraci.

Pečují o pluralismus názorů a kulturní diverzitu tím, že neslouží pouze společenské většině, ale také sociálním, etnickým, geografickým, jazykovým nebo kulturním menšinám. Obsah médií veřejné služby by tak měl být reprezentativní v politickém, sociálním i kulturním smyslu.

Jsou financována zcela nebo z velké části z veřejných zdrojů - nejčastěji formou vyhrazeného zvláštního poplatku. Jsou provozována na neziskovém principu, i když část příjmů může pocházet z komerční činnosti, například z reklamy.

Pečují o kulturní dědictví dané komunity, dále rozvíjí a posilují kulturní hodnoty. Vedle informací by měla nabízet také vzdělávání a zábavu.

Vysílání veřejné služby má nejsilnější tradici v evropských zemích. Menšího stupně rozvoje a významu dosáhlo ve Spojených státech. Ve většině zbývajících zemí světa je tato instituce málo známá a v podstatě nerozvinutá.

#### **4.2 Duální systém vysílání v České republice a legislativní zakotvení Českého rozhlasu**

V České republice existuje duální systém, což znamená, že vedle sebe působí veřejný a soukromý sektor rozhlasového a televizního vysílání. Jde o symbiózu evropské tradice veřejnoprávního vysílání s vysloveně tržním, komerčním pojetím vysílání, které má původ ve Spojených státech (Šmíd, 1995, s. 15).

Vede sebe tak existují vysílatelé, kteří vysílají na základě přidělené licence a finance získávají převážně z prodeje vysílacího času inzerentům, a vysílatelé, jejichž existenci zajišťuje zákon a prostředky získávají zejména z koncesionářských poplatků (Burton, Jiráček, s. 105).

Médií veřejné služby jsou v České republice Český rozhlas a Česká televize.

Existence, vysílání a činnost Českého rozhlasu je legislativně zakotvena v soustavě několika zákonů. Zřízen byl podle zákona o Českém rozhlasu, který mimo jiné stanovuje, že hlavními úkoly veřejné služby v oblasti rozhlasového vysílání je „vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti.“<sup>2</sup> Zákon dále zakotvuje Činnost Rady Českého rozhlasu, prostřednictvím které je uplatňováno právo veřejnosti na kontrolu tvorby a šíření programů Českého rozhlasu.

Dalším zákonem upravujícím působení Českého rozhlasu je zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání<sup>3</sup>, který definuje základní pojmy a ustavuje Radu pro rozhlasové a televizní vysílání.

---

<sup>2</sup> Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů [online]. Dostupné zde: <http://media.rozhlas.cz/binary/02550339.pdf>

<sup>3</sup> Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů [online]. Dostupné zde: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

Výběr rozhlasových poplatků a jeho pravidla zakotvuje zákon o rozhlasových a televizních poplatcích<sup>4</sup>. Působení Českého rozhlasu dále upravují autorský zákon<sup>5</sup>, zákon o elektronických komunikacích<sup>6</sup>, zákon o svobodném přístupu k informacím<sup>7</sup> a zákon o regulaci reklamy<sup>8</sup>.

---

<sup>4</sup> Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů [online]. Dostupné zde: <http://media.rozhlas.cz/binary/02550758.pdf>

<sup>5</sup> Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů [online]. Dostupné zde: <http://media.rozhlas.cz/binary/02550800.pdf>

<sup>6</sup> Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, ve znění pozdějších předpisů [online]. Dostupné zde: <http://media.rozhlas.cz/binary/02550814.pdf>

<sup>7</sup> Zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím [online]. Dostupné zde: <http://media.rozhlas.cz/binary/02550833.pdf>

<sup>8</sup> Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů [online]. Dostupné zde: <http://media.rozhlas.cz/binary/02550838.pdf>

## **5 Technologicko-kulturní vývoj rozhlasu na našem území od počátku vysílání do současnosti**

Pro pochopení postavení a funkce současného rozhlasového média je nutné nahlédnout do jeho počátků a připomenout technologický, programový a politicko-historický vývoj, kterým si rozhlas za více než devadesátiletou existenci na našem území prošel.

Technologickými změnami a inovacemi rozhlas prochází nepřetržitě od svého vzniku. Jelikož nynější forma rozhlasového vysílání ve věku multimédií navázala na předchozí rozvoj technologií v oblasti mediálních forem, je důležité, vnímat současnou multimediální podobu rozhlasového vysílání v širším historickém kontextu.

V následujících kapitolách proto nastíním historii vysílání rozhlasu na našem území od jeho vzniku do současnosti. V části věnované novodobé historii rozhlasového média je zmíněn také vývoj soukromých stanic, přestože ústředním tématem mé práce je rozhlas veřejnoprávní. Veřejnoprávní a komerční stanice jsou totiž dva póly duálního systému a pro analýzu role současného veřejnoprávního rozhlasu je důležité vidět jej v rámci komplexní mediální krajiny v České republice.

### **5.1 První pokusy s rozhlasovým vysíláním: radiotelegrafie a radiofonie**

Pokusy s radiotelegrafií a radiofonií na našem území probíhaly již před první světovou válkou. Spojeny byly zejména se jmény Karela Domalípa a Ladislava Šimka, kteří své rozhlasové pokusy podnikali v prostředí České vysoké školy technické v Praze. Radiotelegrafie pak byla na českém území poprvé veřejně představena v roce 1908 na Obchodní a průmyslové výstavě v Praze (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 8).

Během první světové války však byla téměř veškerá telegrafní i telefonní vedení přerušena. Po skončení války bylo tedy nutné zajistit komunikační spojení země s okolím. Zastaralé telefonní a telegrafní spojení bylo nutné nahradit prostředkem, který by nebyl vázán jen na kabelové síť. Řešení bylo nalezeno v bezdrátové telegrafii neboli radiotelegrafii a postupně také v bezdrátovém přenosu řeči - radiotelefonii (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 9).

Pokusy společně zahájili armádní technici, kteří působili na stálé vojenské radiostanici na pražské Petřínské rozhledně a audiotecnická laboratoř profesora Augustina Žáčka, kteří společně sestavili pokusnou stanici. Jejím účelem bylo zejména zprostředkovávat vysílání a přijímání zpráv ministerstva zahraničí. Kromě toho obsluha této stanice ve zbývajícím čase přijímala zprávy ze zahraničí pro tištěná média.

Na jaře roku 1919 byla radiostanice přestěhována do objektu vozatajského praporu za pražskou Hladovou zdí a byla vybavena novou anténou pro příjem a vysílání zpráv. Díky tomu se na petřínské stanici uskutečnilo první radiotelefonické vysílání (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 9).

V červnu 1920 technici radiostanice vybavili výkonnější elektronkovou anténou od firmy Telefunken s výkonem 10 kilowatt. Poté následovaly další radiofonické pokusy. Stanice například 28. října vysílala hudební program v rámci oslav druhého výročí samostatné Československé republiky (ibid.).

„Byla to tedy československá stanice, která na kontinentě jako jedna z prvních prokázala, že další směr rozvoje bezdrátové telegrafie a radiotelefonie musí jít cestou elektronkových vysílačů, jejichž účinnost je ve srovnání s jinými typy bezkonkurenční. Proto se také od této doby začaly používat u nás i v cizině téměř výlučně vysílače elektronkové.“ (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 9).

Již o dva roky později, v květnu 1922, se v Praze konal první hromadný poslech. Vysílalo se ze zemědělské výstavy ve Stromovce. Akce vzbudila nadšené ohlasy u posluchačů a zároveň nový vynález dostala do povědomí veřejnosti, což vedlo Československé ministerstvo pošt a telegrafů k rozhodnutí vybudovat další pokusné radiofonické a radiotelefonické stanice.

Další dvě vysílačky tak byly zprovozněny v lednu 1922. Jedna byla umístěna v Praze v budově poštovního úřadu v Moravské ulici na Královských Vinohradech a druhá v brněnském Komárově. Další elektronková stanice byla uvedena do provozu v listopadu 1922 a vysílala z pražských Kbel. Kromě radiotelegrafního vysílání se až do konce roku 1922 úspěšně experimentovalo také s radiotelefonním vysíláním (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 8).

První pokusný radiofonický koncert byl uspořádaný 29. března pro členy vlády, diplomaty a tisk v budově Ministerstva pošt a telegrafů na pražském Smíchově (ibid.).

Nápad zahájit v Československu pravidelné rozhlasové vysílání se zrodil v hlavě rozhlasového nadšence ing. Eduarda Svobody, kterého inspiroval pobyt v USA a seznámení s tamní rozhlasovou společností American Telegraph (ibid.).

Jelikož v té době neexistovala žádná legislativa, která by zřízení rozhlasu upravovala, rozhodlo se na jaře 1923 Ministerstvo pošt a telegrafů legislativní rámec pro rozhlasovou činnost vytvořit. První obecnou právní normou byl zákon o telegrafu vydaný 23. března 1923, který stanovoval, že provozování radiofonie je státním monopolem. Ministerstvo průmyslu, obchodu a živností ve spolupráci s Ministerstvem pošt a telegrafů rozhodovalo o udělování

koncesí na vysílání soukromým společnostem. Jejich poskytování však podléhalo přísné kontrole (Lederer, 1967, s. 147).

Další, již konkrétnější právní ustanovení, následovala v listopadu 1923. Základní právní podmínky pro vytvoření pravidelného rozhlasového vysílání na našem území, tak byly na jaře 1923 splněny (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 11).

Kromě technických inovací zde již byl řada techniků, zasvěcených úředníků a podnikatelů se zájmem o rozvoj výroby rozhlasové techniky, kteří viděli v rozvoji rozhlasového vysílání komerční potenciál (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 10). Půda pro zahájení pravidelného vysílání byla připravena.

## **5.2 Počátky pravidelného rozhlasového vysílání**

„Halo - haló - zde radiostanice O. K. P. Kbely u Prahy, prozatímní vysílací stanice Radiojournalu, která vysílá na vlně 1025 m zprávy a program,“<sup>9</sup> zaznělo 18. května 1923 ve 20:15 z éteru ohlášení technického pracovníka Vlacha (jeho křestní jméno se nedochovalo).

Tím bylo zahájeno pravidelné každodenní rozhlasové vysílání pro veřejnost ze stanu, zapůjčeného od skautů, v Praze-Kbelích. Vysílalo se pouze hodinu na dlouhé vlně. Program tvořilo krátké ohlášení a koncert. Československo se tak stalo jednou z prvních zemí, kde bylo zahájeno pravidelné rozhlasové vysílání (Krupička, Křížová, 2013).

První rozhlasovou stanic založili ing. Eduard Svoboda a redaktor deníku Národní politika Miloš Čtrnáctý a Ladislav Šourek, ředitel firmy Radioslavia, která vyráběla rozhlasové přijímače (ibid.).

Aby získali potřebné finance, spojili se do fúze s Radioslavií a složili kapitál ve výši 500 tisíc korun. Společnost pod názvem Radiojournal, společnost s r. o. vznikla v červnu 1923 (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 21).

Licenci k provozování vysílání společnosti udělilo Ministerstvo pošt. Miloš Čtrnáctý se stal ředitelem programu, Alois Svoboda technickým ředitelem. Hlavním zdrojem zisku společnosti Radiojournal byly koncese, poplatky z vlastnictví rozhlasových přijímačů. První koncese byla udělena v září 1923. Pro propagaci rozhlasového vysílání a získávání nových koncesionářů byly pořádány veřejné poslechy na různých místech v Praze. V roce 1923 také začal vycházet měsíčník Radiojournal, který informoval o rozhlasovém vysílání (Krupička, Křížová, 2013).

Rozhlasového vysílání se nepřímo účastnil také stát prostřednictvím zastoupení v řídicích orgánech rozhlasové společnosti a vlastnictvím akcií společnosti Radioslavia.

Společnost se však zpočátku potýkala se špatnou finanční situací. Stát proto z tohoto důvodu v roce 1925 vstoupil do rozhlasového podnikání přímo. Stal se jedním z podílníků společnosti a získal ta výrazně větší vliv (Čábelová, 2003, s. 35).

Rozhlasové vysílání bylo od počátku koncipováno jako vzdělávací nástroj. Rozhlas měl mít výchovnou funkci. Cílem bylo, aby se prostřednictvím vysílání mohl každý seznámit mimo jiné i s náročnou hudbou (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 39).

„Požadavek vysoké umělecké úrovně rozhlasového vysílání a snaha vidět rozhlas zejména jako prostředek osvěty a lidovými zaměřovaly pozornost rozhlasových průkopníků především na oblast hudebního programu. Šlo přitom téměř výlučně o hudbu klasickou, zábavná hudba byla přehlížena.“ (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 51).

V druhé polovině 20. let se pak v programu začaly objevovat nové žánry: opery, divadelní hry, sportovní utkání a besídky. Významnou událostí byl první přímý sportovní přenos v roce 1926 komentovaný sportovním redaktorem Josefem Lauferem<sup>10</sup>.

Přestože se rozhlasoví pracovníci v počátcích pravidelného vysílání potýkali s řadou technických i finančních problémů, pro rozhlasovou tvorbu této doby byla charakteristická improvizace i nadšení. Museli vystačit pouze s jednou rozhlasovou stanicí a nedostatečně vybaveným vysílacím studiem. Posluchačů sice postupně přibývalo, ovšem lidé se o rozhlase teprve dozvídali a výroba přijímačů byla teprve na začátku. Slovesné vysílání a zpravodajství bylo z počátku spíše přehlíženo (Maršík In Ješutová a kol., 2003, s. 51).

V prvních měsících se vysílalo pouze jednu hodinu denně, a to večer od 20:15 do 21:15 hod. Od ledna 1924 byl program již téměř dvouhodinový, od 19:15 do 21:10 hod, se čtvrt hodinovou přestávkou. Radiojournal také zpestřil program. Typickými žánry byly v této době koncert, recitace, přednášky a zprávy. V květnu roku 1924 se v českém tisku poprvé objevilo slovo „rozhlas“<sup>11</sup>.

V prosinci 1924 bylo ukončeno vysílání ve stanu v Praze-Kbelích, studio se přesunulo nejprve na krátko na pozvání společnosti Elektra, do továrny na výrobu žárovek v Hloubětíně a brzy nato do budovy poštovní nákupny na Fochově třídě na Královských Vinohradech v Praze (Krupička, Křížová, 2013).

Další stěhování proběhlo již po třech měsících do budovy Orbis na dnešní Vinohradské třídě, kde bylo k dispozici kvalitnější vybavení a akusticky krytý ateliér. Lepší

---

<sup>9</sup> ČRo (2013). Příběh rozhlasu. První den rozhlasového vysílání [online]. Dostupné zde: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/dramaticke-chvile/2753920> [cit. 4. 10. 2013].

<sup>10</sup> Josef Laufer se stal později známým sportovním komentátorem. Je považován za zakladatelskou osobnost rozhlasové sportovní žurnalistiky a komentátorství.

<sup>11</sup> Do roku 1924 se pro vysílání většinou užívalo výrazů, „radio“, „radiofonie“, případně anglický výraz „broadcasting“.



zázemí umožnilo tvořit vlastní žánry, jako např. rozhlasovou hru, a zapojili se také noví účinkující: hlasatelé a redaktoři.

Vysílací zařízení se již od počátku vysílání postupně zdokonalovalo. V roce 1924 byl vybudován vysílač o výkonu 0,5 kW. Již o rok později, v únoru 1926, jej však nahradil desetinásobně výkonnější vysílač s výkonem 5kW.

V druhé polovině dvacátých let vznikaly vysílací stanice v dalších českých městech: roku 1925 vznikla stanice v Brně a v roce 1929 se začala vysílat ostravská stanice. Téhož roku začala stavba stanice v Bratislavě. Vysílání těchto regionálních stanic mělo svůj význam v tom, že zprostředkovávalo regionální informace a nabízelo odlehčenější a zábavnější program.

Vysílače na našem území však měly ve srovnání s vysílači v jiných evropských zemích kratší dosah a signál narušovalo vysílání silnějších vysílačů z okolních zemí (Patzáková, 1935, s. 233).

V druhé polovině dvacátých let došlo ke kvalitativnímu i kvantitativnímu rozvoji rozhlasové tvorby. Postupně se rozhlas stal také dostupnějším pro posluchače - snížily se koncesionářské poplatky, zlevnily přijímače a konalo se mnoho propagačních akcí, které měly rozhlas dále rozšiřovat.

### **5.3 Třicátá léta jako zlatý věk rozhlasu**

Třicátá léta jsou na našem území považována za zlatý věk rozhlasu. Radiojournal do nich vstoupil jako konsolidovaný podnik po finanční, provozní a technické stránce a jako personálně značně zkvalitněná rozhlasová společnost (Hraš In Ješutová a kol., 2003, s. 95).

Předseda jednatelského sboru Radiojournalu Ladislav Šourek shrnul deset let existence rozhlasu v Československu těmito slovy: „Po deseti letech svého technického i programového a ideového vývoje stal se rozhlas jako šířitel národní kultury, průkopník mezinárodního dorozumění, ochránce státní myšlenky a demokratického zřízení, ukazatel veřejného mínění, hlasatel mravních a etických zásad, podnikem veřejně prospěšným, jehož úkoly jsou stejně veliké jako jeho odpovědnost.“ (Patzáková, 1935, s. 8)

Počet koncesionářů výrazně rostl, v roce 1933 rozhlas dosáhl půl milionu koncesionářů a roku 1937 již byl zaregistrován miliónový majitel rozhlasového přijímače (Krupička, Křížová, 2013). Ve skutečnosti však bylo posluchačů mnohem více, jelikož jeden přijímač přirozeně poslouchalo více lidí, nejen majitel, a navíc řada lidí přijímala vysílání na černo. Rozhlasové vysílání se postupně přesunulo z veřejných prostranství a podniků, hospod

a především do domovů. Začal plnit funkci jednoho z hlavních zdrojů informací a kultury. Z rozhlasu se tedy stávalo masové médium.

Program ve třicátých letech obohatily prakticky všechny žánry, od naučných pořadů a sportovních reportáží přes vážnou hudbu po kabaret. V programové nabídce byly i krátké pořady v esperantu, angličtině a němčině, určené posluchačům v zahraničí. Rozhlasové zpravodajství čerpalo výhradně z České tiskové kanceláře (ČTK). Postupně však rozhlas tvořil vlastní informační žánry nezávislé na ČTK.

Na jaře 1938 například vznikl zpravodajský pořad Okénka. Relace byla dlouhá deset minut a snažila se podporovat národní sebevědomí, demokracii a optimismus (Čábelová, 2003, s. 115).

Do vysílání byly zařazovány též přehledy tisku a kulturní magazíny. „V programu nyní sílí a získávají převahu pořady produktivní: vytvářené na půdě rozhlasu, původní a mimo rozhlas nepřenositelné i nepředstavitelné.“ (Hraš In Ješutová a kol., 2003, s. 98)

Rozhlas vysílá různé komentované akce a reportáže z různých koutů, například reportáž z dolu, zrealizován byl také přenos přes oceán, vznikají první původní rozhlasové hry. Stále větší význam získávaly koncem třicátých let publicistické pořady a reportáže.

Ve 30. letech je mezinárodní politická situace čím dál napjatější a některé evropské státy rozhlas začaly používat pro prosazování politických postojů. Velká Británie, Francie a Německo začínají vysílat na krátkých vlnách. Na tuto propagandu zareagovalo i Československo a 31. srpna 1936 zahájil Radiojournal vysílání na krátkých vlnách do zahraničí. Vysílalo se v pěti jazycích čtyři hodiny denně. Objem vysílání do zahraničí však postupně rostl (Krupička, Křížová, 2013).

S blížící se válkou docházelo k organizačním změnám v Radiojournalu. Rozhlas se zásadním prostředkem sloužícím obraně země. V roce 1938 byla také zpřísněna cenzura vysílání<sup>12</sup>. 6. října 1938, kdy byla uzavřena Žilinská dohoda o autonomii Slovenska, se Slovenský rozhlas začal osamostatňovat a v roce 1939 se zcela oddělil. Během okupace se pro rozhlasovou společnost zpočátku stále používal název Radiojournal, v červnu 1939 však byla společnost přejmenována na Český rozhlas (Čábelová, 2003, s. 61).

K rozvoji vysílání ve třicátých letech přispěla řada technických novinek, například blatnerfon, předchůdce dnešního magnetofonu, který zaznamenával zvuk na ocelový pásek. Na počátku desetiletí se také zvyšuje výkon jednotlivých vysílačů. Radiojournal zesiluje vysílač Brno-Komárov na 32 kW. Od roku 1931 vysílá nový vysílač v Liblicích o výkonu 120 kW (Krupička, Křížová, 2013).

---

<sup>12</sup> Cenzurní povinnost do určité míry fungovala v rozhlase již od roku 1926.

## **5.4 Role rozhlasu v době druhé světové války**

Po okupaci Československa nacistickým Německem a vytvoření Protektorátu Čechy a Morava v roce 1939 byl rozhlas sloučen s německým protektorátním vysíláním do skupiny Sendegruppe Böhmen und Mähren. Rozhlas v té době podléhal pod německé ministerstvo propagandy<sup>13</sup> (Krupička, Křížová, 2013).

Ihned po okupaci německá vojska obsadila rozhlasové pobočky. Okupační úřady začaly uplatňovat dohled a cenzuru. Roku 1940 začala dokonce fungovat tzv. programová intendatura, což znamenalo, že celý program rozhlasu byl podroben říšskému protektoru (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 92). Zabaveny byly radiovysílače a kabelová spojení, což vedlo k významným technickým problémům. Rozhlas také již nesměl vysílat do zahraničí na krátkých vlnách a 1. září 1939 vydala Ministerská rada pro obranu Říše v Berlíně nařízení o mimořádných opatřeních. Šlo okamžitý zákaz poslechu zahraničních rozhlasových stanic.

Organizačně i programově byl tedy rozhlas začleněn do říšské rozhlasové sítě. Přejímal například vysílání pro wehrmacht a sám také přinášel zprávy o akcích branné moci v Protektorátu či reportáže z vojenských přehlídek (Hrdlička In Ješutová a kol., 2003, s. 156).

Německá okupace také znamenala radikální zaměstnanecké čistky. Pracovníci židovského původu museli odejít, další byli nuceni podřídit se taktovce říšské propagandy. Někteří reportéři se však s okupační mocí odmítli smířit. Jednou z prvních obětí byl slovenský redaktor zpravodajského oddělení Pavol Donner, který v první den okupace, skočil z okna (Krupička, Křížová, 2013). Do dějin se zapsal také reportér František Kocourek odvážným komentováním přehlídky branné moci roku 1939 na pražském Václavském náměstí. Popis přehlídky německé armády prokládal popisem letu černé vrány, „která se spustila a plachtila od Muzea dolů k Můstku. Divila se asi tomu obrazu, který viděla pod sebou.“ (ibid.) V červnu 1941 byl František Kocourek zatčen a deportován do Osvětimi, kde v květnu 1942 zemřel (Pacovský, 1993, s. 60).

Přestože poslech zahraničního rozhlasu byl přísně zakázán a hrozil za něj trest smrti, na území Protektorátu fungovalo vysílání z některých evropských metropolí, zejména z Moskvy, Paříže a Londýna, odkud vysílala česká vláda v exilu. Kvůli nelegálnímu poslechu gestapo v roce 1943 ze všech rozhlasových přístrojů zabavilo součástku, bez níž aparáty nefungovaly. Lidé si však přesto poradili – vyrobili si speciální cívky tzv. čerčilky, které umožňovaly přijímat krátkovlnné zahraniční vysílání (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 105).

---

<sup>13</sup> Říšské ministerstvo propagandy vedl jeden z nejvyšších nacistických představitelů Paul Joseph Goebbels.

Důležitou roli rozhlas sehrál na konci druhé světové války a při osvobození Československa. 5. května 1945 bylo výzvou rozhlasu zahájeno Pražské povstání, když hlasatel Zdeněk Mančal uvedl ranní vysílání slovy „Je sechs hodin“ a dále pokračoval pouze v češtině (Hrdlička In Ješutová a kol., 2003, s. 156).

Následné boje v okolí rozhlasu měly za následek řadu obětí na životech a vážné poškození budovy rozhlasu. Rozhlas však byl uhájen (Krupička, Křížová, 2013).

## **5.5 Rozhlas po druhé světové válce**

Po skončení druhé světové válce byl rozhlas s více než dvěma miliony koncesionářů největším masovým médiem. Ihned po osvobození našeho území zastoupilo rozhlasové vysílání nefunkční poštovní, telefonní, telegrafní a železniční spojení. Rozhlas zprostředkovával úřední výzvy a pomáhal ke shledání blízkých rozdělených válkou. Po skončení okupace bylo též obnoveno zahraniční vysílání na krátkých vlnách. Rozhlas byl jedním z hlavních prostředků obnovy státu, brzy se však stal také nástrojem politiky.

Bezprostředně po skončení války však čelil především poničeným prostorům i technice. Byl také nedostatek zkušených pracovníků, jelikož během války rozhlas přišel o mnoho zaměstnanců (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 120).

V srpnu 1945 se Český rozhlas a Slovenský rozhlas znovu sloučily do jedné instituce nazvané Československý rozhlas. Na podzim téhož roku vzniklo samostatné rozhlasové zpravodajství, o které se zasloužil zejména pozatímní ředitel Otakar Matoušek. Hlavní zpravodajskou relací se staly Rozhlasové noviny. Rozhlas tak měl poprvé samostatné zpravodajství nezávislé na ČTK.

V tomto období dochází k výrazné proměně rozhlasového programu. Nad hudebním vysíláním, které v počátcích rozhlasu převažovalo, získává převahu mluvené slovo, které tvoří až devadesát procent vysílání. Brzy se však ve vysílání začínají projevovat politické vlivy, zejména působení Komunistické strany Československa. Strana v rozhlasovém médiu spatřovala nástroj propagandy, jelikož rozhlasový přijímač se nacházel téměř v každé domácnosti, a na místa rozhlasových zaměstnanců proto dosazovala své lidi (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 105).

Po skončení války byla velká část rozhlasové techniky zdevastována a bylo nutné ji obnovit. Československý rozhlas tak začal dohánět technický rozvoj, který se kvůli válce na čas zcela zastavil.

„Rozhlas z vlastní iniciativy začal s vývojem a výzkumem zařízení, při nichž využíval poznatků z ciziny. Podílel se na speciálních výzkumech moderních rozhlasových zařízení,

zařízení pro záznam zvuku, konstrukce moderních rozhlasových přijímačů, televize apod.“ (Ješutová a kol., 2003, s. 207)

Vysílání ze záznamu postupně začalo vytlačovat přímé vysílání. Technické vybavení rozhlasu však narůstalo spíše kvantitativně, méně již po kvalitativní stránce (Ješutová a kol., 2003, s., s. 208). Přesto však došlo k některým technickým inovacím. Řada novinek byla poprvé použita na mezinárodní výstavě rozhlasu MEVRO, která se konala v Praze roku 1948.

## **5.6 Role Československého rozhlasu v éře budování socialismu**

Poté, co v únoru 1948 došlo ke komunistickému převratu, byl Československý rozhlas zcela podřízen zájmům propagandy KSČ. Na příští čtyři desetiletí média v Československu sloužila "lidu a komunistické straně" (Krupička, Křížová, 2013). V dubnu 1948 byl rozhlas zestátněn. Opět byli propouštěni zaměstnanci - zůstat směli jedině kádrově prověřeni pracovníci. A znovu byla zpřísněna cenzura (Šťovíčková-Heroldová, 2009, s. 31). Cenzurní zásahy vykonávala Hlavní správa tiskového dohledu<sup>14</sup>.

Již zmíněná rozhlasová výstava MEVRO se konala v květnu 1948 u příležitosti 25. výročí vzniku československého rozhlasu. S heslem „Rozhlas, nástroj míru a znovuvybudování světa“ byla celá výstava pojímána jako prezentace a propagace technického a programového vývoje rozhlasu. Cílem bylo seznámit posluchače se všemi oblastmi rozhlasové činnosti a předvést fungování všech složek rozhlasu (Ješutová a kol., 2003, s., s. 203). Na výstavě byl též předveden první televizor československé výroby.

V padesátých letech rostla poptávka po televizním vysílání a klesaly proto ceny přijímačů (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 157). Skutečné soupeření televize a rozhlasu o pozornost publika však nastalo až koncem let šedesátých, kdy televizor vlastnilo přibližně stejné množství domácností jako rozhlasový přístroj.

Československý rozhlas v padesátých letech vysílal na dvou celonárodních okruzích - Praha a Bratislava a postupně vznikaly nové regionální stanice.

Vysílání rozhlasu zcela zahltila budovatelská socialistická tematika. Problémem byl také tlak vysílat velké množství sovětské tematiky a nápor pořadů připravovaných přímo sovětským rozhlasem (Běhal In Ješutová a kol., 2003, s. 255). Úroveň kvality pořadů tak značně klesala.

---

<sup>14</sup> Hlavní správa tiskového dohledu byl neveřejný orgán státní správy, který veškeré mediální obsahy podroboval cenzuře ve všech jejích podobách. In: HEROLDOVÁ-ŠTOVÍČKOVÁ, Věra. *Po světě s mikrofonem*. 1. vyd. Praha :Radioservis, 2009, s. 31.

Po kvalitativní stránce začala úroveň vysílání opět růst na konci padesátých let a především v letech šedesátých, kdy byly vysílány nové typy pořadů, vznikly reportážní rubriky a vysílaly se ve větší míře rozhovory, reportáže či hudba na přání posluchačů.

Kromě toho probíhal také technický pokrok rozhlasu, rozvíjela se například přenosová technika. Byly zmodernizovány některé vysílače a stavěly se krátkovlnné vysílače s kmitočtovou modulací. Pravidelné vysílání na VKV zahájil pražský vysílač v květnu 1959. Během následujících dvou let byla vybudována síť VKV vysílačů ve všech krajích (Rykl In Ješutová, 2003, s. 326). Vysílání na VKV posluchačům umožnilo příjem čistějšího zvuku. Rostla také popularita malých přenosných rozhlasových přístrojů. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 160).

V šedesátých letech hrál významnou roli rozhlas po drátě, jehož síť byla určena pro vysílání při případném útoku nepřátel. Tzv. „dráták“ fungoval až do roku 1999 a intenzivně byl využíván například v době po invazi sovětských vojsk, kdy byl po jistou dobu jediným způsobem, jak informovat o dění na našem území (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 270).

Šedesátá léta jsou považována za období rozhlasové renesance, kdy probíhala postupná liberalizace, uvolňovala se cenzurní kontrola. V roce 1966 se Hlavní správa tiskového dohledu přejmenovala na Ústřední publikační správu a nová právní norma dala cenzuře poprvé od roku 1948 pevné místo v legislativním řádu. Počet cenzurních zásahů v následujících letech poklesl (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 178). Na jaře 1968 pak byla cenzura nakrátko zcela zrušena.

Slibné reformy však 21. srpna 1968 přerušila okupace Československa vojsky Varšavské smlouvy. Znovu tehdy došlo k boji o rozhlas - tentokrát se sovětskými vojáky -, který měl za následek patnáct mrtvých. Sovětští vojáci nakonec budovu rozhlasu obsadili, ovšem pracovníkům rozhlasu se až do září dařilo vysílat z jiných budov. Vysílání z hlavní budovy Československého rozhlasu bylo znovu obnoveno 9. září. V následujícím období normalizace musely kvůli politickým názorům rozhlas opět opustit stovky zaměstnanců (Krupička, Křížová, 2013).

## ***5.7 Rozhlasové vysílání od začátku normalizace do pádu komunistického režimu***

Po událostech v srpnu 1968 rozhlas muselo opustit kvůli politickým názorům 800 pracovníků, z velké části šlo o zkušené pracovníky, za které komunistická strana jen těžko hledala náhradu (Maršík, Hraše, 1999, s. 8). Omezeno bylo také vystupování některých

dalších osobností v éteru<sup>15</sup>. Téměř kompletně bylo vyměněno vedení rozhlasu, včetně ředitele, kterým se stal nejprve krátce Odon Závodský a posléze komunistický politik Bohuslav Chňoupek. V roce 1970 jej ve funkci vystřídal Ján Ryško, který v čele Československého rozhlasu zůstal až do roku 1989. Hlavním východiskem pro činnost Československého rozhlasu se nadále stala rezoluce, kterou přijal Ústřední výbor KSČ v listopadu. Vedení se následně veřejně distancovalo od kroků Československého rozhlasu v uplynulých měsících.

Jelikož vedení ničilo stopy po propuštěných zaměstnancích v archivech a fonotékách, byla zlikvidována celá knihovna a archiv studijního oddělení s množstvím nastříhaných materiálů a teoretických prací (Běhal, 1996, s. 4).

Vláda 30. srpna 1968 znovu zavedla cenzurní instituci a založila Úřad pro tisk a informace (ÚTI). Od 1. ledna 1969 pak byl zaveden systém dvou národních cenzurních úřadů, zastřešených Federálním výborem pro tisk a informace (FVTI). Dosavadní ÚTI byl přejmenován na Český úřad pro tisk a informace (ČÚTI). A na Slovensku působil ustavený Slovenský úřad pro tisk a informace SÚTI (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 178).

V této době opět klesala kvalita rozhlasové tvorby, protože na místo propuštěných zaměstnanců nastupovali často pracovníci, kteří byli sice kádrově pověřeni, avšak nezkušení (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 167). Povahu a směřování vysílání navíc začal stanovovat úřední výbor KSČ. Cenzura byla prováděna cenzurními úřady prostřednictvím následné kontroly a případných sankcí.

V počátcích normalizace došlo k řadě organizačních změn. V roce 1970 vznikl další celonárodní okruh Hvězda, který vysílal celodenně. Téhož roku začalo na FM vysílačích ve významnější míře vysílat stereo. V roce 1972 vznikla stanice Vltava, která vysílala převážně vážnou hudbu.

Československý rozhlas tedy vysílal na pěti programových okruzích, kterými byly: celostátní zpravodajská stanice Hvězda, národní programy Praha a Bratislava, dále to byly kulturní stanice Vltava a Děvín. Kromě toho vysílalo v Československu deset regionálních stanic (Krupička, Křížová, 2013).

Zahájeno bylo rovněž vysílání Interprogramu Radia Praha. Šlo o pětihodinový hudební program, který byl každých 15 minut přerušován zprávami v češtině, slovenštině, němčině, francouzštině či angličtině. Vysílání bylo určeno zejména cizincům na území Československa a v sousedních státech (ibid.).

---

<sup>15</sup> Archiv ČRo, Zápis z 22. Schůze vedení dne 13. listopadu 1968. In: JEŠUTOVÁ, Eva, NOVÁKOVÁ, Jaroslava. *Normalizace v Československém rozhlase*. 1. vyd. Praha : Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, 1998, s. 25.

V roce 1970 měl rozhlas 2,4 milionu koncesionářů, zatímco televize 2,3. V průběhu 70. let však televize v počtu koncesionářů rozhlas předstihla a její vliv stále rostl.

Rozhlas navíc stagnoval po technické stránce, zejména kvůli nedostatečnému financování. Obnovováno bylo pouze základní technické vybavení, na investice do inovací chyběly finance.

Osmdesátá léta v rozhlase přinesla programové změny a pestřejší vysílání. Vznikaly nové rozhlasové hry a vysílat se začaly nové publicistické a zpravodajské pořady. V druhé polovině osmdesátých let se prosazuje větší otevřenost a kritičnost. Návrat k živému vysílání navíc otevřel možnosti větší kontaktnosti (Bouček, Hrdlička In Ješutová, 2003, s. 337).

Od vlivu komunistické strany se rozhlas oprostil až během revoluce v listopadu 1989. „V listopadových dnech roku 1989 rozhlasové vysílání - s výjimkou vysílání Mikrofóra a vysílání pro hlavní město Prahu - zůstávalo na opatrnických pozicích a pravdivě začalo své posluchače informovat až v situaci, kdy bylo o změně společenského systému Rozhodnuto.“ (Bouček, Hrdlička In Ješutová, 2003, s. 394).

Jelikož kanály Československého rozhlasu v klíčových dnech pravidelně neinformovaly o vývoji situace, hlavním zdrojem informací byly zahraniční stanice: BBC, Rádio Svobodná Evropa a Hlas Ameriky. (Moravec, In: Ješutová, 2003, s. 404)

## **5.8 Rozhlas v éře demokratického státu**

Po revoluci v listopadu 1989 a svržení komunistického režimu se média oprostila od komunistické cenzury a začala zásadní proměna mediální krajiny, včetně rozhlasu. Především se změnila celá struktura mediálního systému. Státní rozhlas, který byl před revolucí jediným oficiálním rozhlasem na území Československa, se transformoval na rozhlas veřejné služby a postupně mu začala růst konkurence v podobě soukromých vysílatelů.

Transformoval se též legislativní a ekonomický rámec fungování médií. Vznikla celá řada zákonů, které upravují fungování veřejnoprávních médií. Díky utvoření duálního systému vysílání vznikly nové formy ekonomického fungování, které umožňují v médiích podnikat. Ustavena byla Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a Rada Českého rozhlasu, které zajišťují kontrolu rozhlasu veřejností.

Změnil se také samozřejmě obsah a složení rozhlasového programu. „...vysílání Československého rozhlasu se postupně oprostilo od ideologického balastu a vrátilo se k cílům, které rozhlasu náleží: nezaujatě informovat, vzdělávat a bavit.“ (Krupička, Křížová, 2013)



Prostor ve vysílání opět dostala i témata, která byla v předchozích letech tabuizovaná. Vysílání soukromých stanic poskytuje odreagování a zábavu a jeho obsah se trivializuje (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 369).

Nové podmínky umožnily vznik reklamního trhu a reklama se tak stává novým způsobem financování. V rámci komercializace se rozhlas pokouší získat co největší množství posluchačů (Trampota, 2009, s. 33).

### **5.8.1 Transformace mediálního systému v období let 1989 – 1991**

V listopadu 1989, byl z ústavy vypuštěn článek 4 o vedoucí úloze komunistické strany, čímž se média oprostila od diktátu Ústředního výboru KSČ.

Novela tiskového zákona, kterou v březnu 1990 přijalo Federální shromáždění, označila cenzuru jako nepřijatelnou. Následovalo zrušení cenzurního Federálního úřadu pro tisk a informace, který dosud kontroloval média. Téhož roku vzniklo oddělení státní informační politiky při odboru vzdělanosti, kultury, zdraví a informací na Úřadu předsednictva federální vlády, jehož úkolem bylo vytvořit podmínky pro liberalizaci a demonopolizaci rozhlasu a televize (Moravec In Ješutová, 2003, s. 399). V roce 1990 se Československý rozhlas také stal členem Evropské vysílací unie EBU (Krupička, Křížová, 2013).

V roce 1991 byl zřízen zákonem Československý rozhlas jako veřejná instituce, nezávislá na státu a financovaná z koncesionářských poplatků (ibid.). Rozhlasové poplatky se postupně zvyšovaly, nejprve v roce 1990 z 10 na 20 korun. Na základě zákona 252/1994 o rozhlasových a televizních poplatcích pak stoupl na 25 korun.

Díky zákonu o provozování rozhlasového a televizního vysílání, který byl přijat v říjnu 1991, mohly právnické a fyzické osoby zřizovat a provozovat soukromé rozhlasové a televizní vysílání. Následovalo přijetí zákonů definujících postavení veřejnoprávních médií, čímž vznikl duální systém vysílání, ve kterém vedle sebe fungují veřejnoprávní a soukromá média (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s. 370).

Některé soukromé stanice však předběhly vytvoření legislativního rámce a začaly vysílat bez opory v legislativě. Jako první spustila vysílání francouzská stanice Europe 2 na základě ministerské vyhlášky. Po dohodě s Československým rozhlasem začala vysílat na jeho frekvenci. Nelegální vysílání též zahájilo Rádio Stalin již v roce 1990.

„Mnozí se případy pirátského vysílání a podpora veřejnosti nezávislému rozhlasovému vysílání přiměly vládu, aby navrhla mezirezortní komisi udělit povolení k vysílání prvním domácím privátním stanicím, a to ještě před přijetím příslušné mediální legislativy.“ (Moravec, 2000, s. 10)

## 5.8.2 Vývoj vysílání v letech 1991 – 1994

Po zániku Československa vznikl 1. ledna 1993 Český rozhlas. Jeho součástí byly tři celoplošné stanice a síť regionálních studií. Mezi stanice s celonárodním dosahem patřil Radiožurnál, stanice Praha a Vltava. Jeho součástí byla síť regionálních stanic a také Radio Praha, které zajišťovalo vysílání do zahraničí (Krupička, Křížová, 2013).

Jakožto veřejnoprávní médium plnil Český rozhlas vůči společnosti významné funkce. „Jeho základním posláním je sloužit veřejnému zájmu, přispívat k utváření demokratické společnosti a odrážet její názorovou pluralitu...“ (ČRo, 1995)

V počátcích vývoje v demokratické společnosti však rozhlas zápolil s technickými problémy, docházelo k výpadkům ve vysílání a dalším problémům (Trampota, 2009, s. 162). Nová mediální legislativa z počátku devadesátých let položila stabilní základy duálního systému vysílání. Šlo zejména o tyto zákony:

- Zákon č. 468/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání
- Zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlase
- Zákon č. 103/1992 Sb. o Radě ČR pro RTV

Rada pro rozhlasové a televizní začala na základě nové legislativy udělovat licence na vysílání prvním soukromým stanicím, zpočátku šlo především o regionální vysílatele. Mezi prvními stanicemi, jimž byla udělena licence, byly příklad Evropa 2, Bonton či Ruby (Trampota, 2009, s. 160).

Duální systém vysílání se rozvíjel zejména po roce 1993, kdy začaly vysílat první celoplošné soukromé stanice: Rádio Alfa a Frekvence 1. V těchto letech pokračoval dynamický rozvoj rozhlasového vysílání a mediální krajina se začala přibližovat situaci v západní Evropě (Navrátil, 2006, s. 9).

Záplava nových privátních rádií, která vysílala zejména zábavní a hudební program, způsobila, že postupně ubývalo posluchačů veřejnoprávního rozhlasu. Nově vzniklé stanice vysílaly jiný repertoár, než na který byly posluchači zvyklí z osmdesátých let, ve vysílání tak zněla zejména západní hudební produkce. Tyto programové inovace často soukromým stanicím samy o sobě zajistily pozornost posluchačů.

Ovšem program většiny soukromých stanic byl více méně unifikovaný. „Posluchač mohl mít pocit, že skoro všechna privátní rádia hrají a mluví stejně, jen se každé jinak jmenuje.“ (Moravec, 2000, s. 29)

### **5.8.3 Vývoj vysílání v druhé polovině 90. let**

V druhé polovině devadesátých let bylo udělováno množství licencí na rozhlasové vysílání, aniž Rada pro rozhlasové a televizní vysílání brala ohled na nereálnost úspěchu příslušných stanic a jejich koncepcí. „Ač byla naše země prvním státem střední a východní Evropy, v němž byly položeny základy duálního systému, došlo k neblahému jevu: bezbřehé liberalizaci.“ (Moravec, 2000, s. 45)

Řada projektů v té době krachovala, jelikož například v Praze a některých dalších oblastech byl rozhlasový trh přesycený a nové stanice zde již neměly prostor. Neúspěchem skončilo například vysílání Rádía Echo, které vzniklo roku 1994 a pokoušelo se o zpravodajský formát podobný veřejnoprávní stanici. Vysílání však nemělo úspěch a skončilo již v roce 1995. Nezdar způsobil nekvalitní program a také přechod posluchačů ze středních vln, na kterých vysílal, na velmi krátké. Rozhlasové vysílání v České republice limitovala malá velikost rozhlasového trhu a efektivnost ekonomického systému. Došlo tak k malé šíři rozhlasových formátů, nové stanice přebíraly prvky programu a kopírovaly jeho složení od úspěšných fungujících stanic a rezignovaly na jemné rozlišení formátů.

Roku 1995 se stalo součástí Českého rozhlasu Rádio Svobodná Evropa, které mělo publicisticko-analytické zaměření a zpočátku spolupracovalo se zahraničními stanicemi BBC, Deutsche Welle a Hlas Ameriky, ty však postupně ustoupily od spolupráce.

Koncem devadesátých let rozhlasu obecně ubývalo posluchačů, kteří nebyli spokojeni s kvalitou programu. Kvůli postupující komercializaci se program některých stanic stával čistě produktem zábavního průmyslu. Kulturně a umělecky zaměřené vysílání bylo naopak spíše doménou veřejnoprávního Českého rozhlasu (Trampota, 2009, s. 164).

Mediální trh se postupně stabilizoval. Některé rozhlasové stanice se etablovaly, řada dalších skončily. Vedle celoplošných stanic, jejichž cílem bylo oslovit co nejvíce posluchačů, existovalo množství regionálních stanic a stanic s netypickým formátem, jež mířily jen na určité skupiny.

### **5.8.4 Český rozhlas po roce 2000**

Vstup do nového tisíciletí je v Českém rozhlase charakterizován nástupem nových technologií. V roce 2000 byl uveden do provozu studiový dům Českého rozhlasu s moderními digitálními studii. Tím také skončila víc než půl století trvající éra magnetofonových páسů.

Rozhlas šířil všechny své programy vedle standardního analogového vysílání také digitálně prostřednictvím pozemních vysílačů, přes satelit, kabel, samozřejmě se stal poslechl přes internet a mobilní telefony. Vznikly čistě digitální stanice, jako je Rádio Wave

pro mladé posluchače, Český rozhlas Leonardo, věnovaný popularizaci vědy, Český rozhlas D-dur, zaměřený na klasickou hudbu, a Rádio Česko, které dodávalo český program do vysílání BBC. (Krupička, Křížová, 2013)

V roce 2011 přestalo zahraniční vysílání Radio Praha po 75 letech vysílat na krátkých vlnách a dál šíří svůj obsah především prostřednictvím internetu.

Na jaře 2013 byly zřízeny další dvě digitální stanice – Rádio Junior, určené nejmenším posluchačům, a Český rozhlas Jazz. Zároveň ukončily své vysílání Český rozhlas 6, Rádio Česko a Český rozhlas Leonardo.

Ve stejné době vznikla nová stanice analytické publicistiky Český rozhlas Plus. Vysílá od 16 do 24 hodin na středních vlnách a digitálních technologiích. V období posledních několika málo let Český rozhlas začal multimedializovat svůj obsah a významně využívá fenoménu sociálních sítí (Krupička, Křížová, 2013).

## 6 Základní dokumenty upravující multimédia v Českém rozhlasě

V této kapitole jsou představeny základní dokumenty, z nichž Český rozhlas vychází a podle kterých se řídí při zavádění a využívání multimediálních technologií.

Na úvod je nutné konstatovat, že zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasě multimediální technologie zmiňuje pouze velmi stručně. Uvádí, že „Český rozhlas poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením rozhlasových programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky a do zahraničí“ (§ 2 odst. 1). Dále však poskytování obsahu prostřednictvím internetových stránek či aplikací nerozvádí.

Zákon pouze stanovuje, že Český rozhlas šíří své programy nejen prostřednictvím sítě zemských vysílacích rádiových zařízení, ale také „jiných technických prostředků“. Norma také uvádí, že Český rozhlas „vyvíjí činnost v oblastech nových vysílacích technologií a služeb“ (§ 3 odst. 1 písm. h).

Stejně okrajovou pozornost novým technologiím věnuje také Kodex Českého rozhlasu. Dokument pouze v článku 2.12 stanovuje, že „Český rozhlas sleduje v oboru celosvětově dosahovanou úroveň rozhlasového vysílání a jeho inovace jak ve smyslu technickém, tak žánrovém, obsahovém a formálním s cílem zajistit s přihlédnutím k dostupným finančním možnostem nejvyšší možnou kvalitu služeb, zejména nebude bez vážného důvodu opožďovat zavádění nových technologií, které mají přímý vliv na kvalitu služeb nabízených posluchačům (ČRo, 2010).

Novým metodám rozhlasové tvorby se také věnuje Statut Českého rozhlasu<sup>16</sup> (2014), který navíc uvádí, že Český rozhlas má právo šířit další rozhlasové programy, další multimediální obsah a doplňkové služby (čl. 4. odst. 2. písm. e). Poskytuje rozšiřující a doplňkové služby ke svému vysílání nebo audiovizuální mediální služby na vyžádání mimo jiné prostřednictvím internetu a dalších mediálních nosičů (čl. 4. odst. 3. písm. g) a využívá k šíření svých programů a dalšího multimediálního obsahu také nové technologie a podílí se na jejich vývoji (čl. 6. odst. 4.).

Kromě jmenovaných norem se multimediálním technologiím v Českém rozhlasě věnuje také dokument Mise a vize Českého rozhlasu, který uvádí, že ČRo podporuje „všeobecný

---

<sup>16</sup> Statut je vydáván na základě zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu. Tento dokument přebírá v částech týkajících se postavení organizace, náplně veřejné služby a šíření obsahu znění zákona o ČRo, které rozšiřuje o nové formy obsahu a způsoby distribuce.

rozvoj a užitečné inovace“ a „k zajištění snadné dostupnosti programu využíváme nové technologie“ (ČRo, 2010). ČRo se dále zavazuje:

- Využívat nové technologie, multimediální platformy šíření programu a obsahu včetně internetu a mobilních komunikačních prostředků.
- Vytvořit činnost v oblastech nových vysílacích technologií a služeb, být průkopníkem nových rozhlasových a komunikačních technologií.
- Motivovat společnost k účelnému využívání moderních komunikačních technologií souvisejících s činností rozhlasu.

## 7 Multimedializace Českého rozhlasu

V této části podrobně popíši proces multimedializace Českého rozhlasu. Představím multimedialní prvky, které Český rozhlas používá, a analyzuji jejich dopady na rozhlasovou tvorbu.

Nejprve se zaměřím na první kroky Českého rozhlasu vstříc novým multimedialním technologiím. V další části jsou přiblíženy jednotlivé multimedialní platformy a způsob, jakým rozšiřují možnosti rozhlasové produkce nad rámec rozhlasového vysílání. Druhá podkapitola se věnuje některým multimedialním projektům Českého rozhlasu, které dobře ilustrují nové možnosti tvorby za použití multimédií.

### 7.1 Nástup multimédií

Československý, respektive Český rozhlas prochází technologickým vývojem nepřetržitě od svého vzniku. V souvislosti s nástupem éry multimédií byl však přelomový rok 2005, kdy v Českém rozhlase došlo k několika zásadním změnám: Český rozhlas započal digitalizaci vysílání, došlo k důležité restrukuralizaci internetových stránek a vznikl zásadní multimedialní projekt Odhalení.

Dalším faktorem bylo v roce 2005 získání dotace Ministerstva informatiky ČR na podporu vysokorychlostního internetu, aby byla částečně multimedializována stanice Českého rozhlasu Leonardo. Následně bylo vybudováno technologické a personální zázemí pro výrobu multimédií<sup>17</sup>. Populárně-naučná stanice Leonardo posloužila jako experimentální prostor a stala se v oblasti multimédií jakýmsi průkopníkem.

Z těchto důvodů lze rok 2005 označit za zlomový rok, ve kterém Český rozhlas započal intenzivní proces multimedializace tvorby.

Pro internet a zavádění multimedialních technologií v Českém rozhlase také od počátku existovalo speciální oddělení, které však během svého vývoje několikrát změnilo název. Od svého vzniku v roce 2000 do ledna 2010 se jmenovalo ČRo Online, od února 2010 do října 2011 bylo označováno jako ČRo Internet a v říjnu 2011 se přejmenovalo na Odbor Nová média. Nyní nese název Centrum Nová<sup>18</sup> média a je součástí Sekce pro strategický rozvoj. Spadá pod něj i multimedialní oddělení, které vzniklo v roce 2006 z nejužšího jádra tvůrčího týmu projektu Odhalení.

---

<sup>17</sup> Ministerstvo informatiky Českému rozhlasu poskytlo v roce 2005 dotaci ve výši 2,8 milionu Kč. Z těchto prostředků byly zakoupeny střížny Avid Adrenaline, Avid Xpress Studio a hardwarové příslušenství. Pro interaktivní flashové projekty byl zakoupen Flash Media server II. A příslušný hardware. (Rada ČRo, 2006)

<sup>18</sup> Centrum Nová média v současnosti tvoří audiovizuální oddělení, multimedialní oddělení, oddělení webeditorů, grafiků, programátorů a kodérů. Celkem v Centru Nová média pracuje 32 zaměstnanců.

## **7.2 Nové multimediální technologie a multimediální platformy**

Jsem si vědoma, že následující rozdělení multimediálních prvků do kapitol je do jisté míry umělé, protože jednotlivé kategorie spolu vzájemně těsně souvisí a částečně splývají. Například rozsáhlou kapitolu věnuji internetovým stránkám a jejich vývoji, a právě internetové stránky jsou nezbytnou platformou pro většinu dalších multimediálních prvků, které ovšem analyzuji ve zvláštních kapitolách. Pro přehlednost mé práce však bylo nutné jednotlivé kategorie oddělit a analyzovat v kapitolách jednotlivě.

### **7.2.1 Vývoj digitálního vysílání a jeho současná podoba**

Pokusy s digitálním rozhlasovým vysíláním probíhaly v České republice již od konce 90. let. Za skutečný počátek digitálního vysílání Českého rozhlasu lze však považovat rok 2005, kdy se v Praze uskutečnila konference mezinárodní asociace World DMB<sup>19</sup>, která koordinuje vysílání v systému DAB<sup>20</sup>.

V Česku při té příležitosti telekomunikační společnost Teleko začala experimentální vysílání tří digitálních okruhů Českého rozhlasu: Radia Česko, D-Dur a Leonarda. A tři celoplošných analogových stanic: ČRO 1 - Radiožurnálu, ČRO 2 - Prahy, ČRO 3 - Vltavy. Experiment trval jeden měsíc a podařilo se při něm pokrýt signálem sedmdesát procent území Prahy (Pešout, 2005).

Účastníci fóra dospěli k závěrům, že pro úspěšné fungování zemského digitálního vysílání rozhlasu v České republice je třeba změnit legislativu, pokrýt signálem šedesát procent domácností v České republice, vytvořit nové programy a služby a koordinovat spolupráci mezi vysílateli a provozovateli vysílačů a multiplexů (ibid.).

Vedle standardního FM/AM vysílání tak rozhlas začal všechny své programy šířit také digitálně. Zahájení digitálního vysílání vyvolalo potřebu výrazných oprav několika pracovišť a zřízení pracovišť nových (ČRo, 2005).

Vznikly čistě digitální stanice, jako je Rádio Wave pro posluchače mladších věkových kategorií, Český rozhlas Leonardo, věnovaný popularizaci vědy, Český rozhlas D-dur, orientovaný na klasickou hudbu, a Rádio Česko, které tvořilo český program do vysílání BBC. Na jaře 2013 vznikly další dvě nové digitální stanice - Rádio Junior, zaměřené na tvorbu pro děti, a Český rozhlas Jazz. Zároveň ukončily své vysílání Český rozhlas 6, Rádio

---

<sup>19</sup> World DMB je globální průmyslové fórum pro digitální rozhlas a zařízení pro připojení a implementaci digitálního vysílání založeného na DAB, DAB+ a DMB, což jsou digitální rozhlasové formáty dostupné v Evropě, Asii a Tichomoří a dalších oblastech. Fórum World DMB se zabývá všemi aspekty přechodu z analogového na digitální rozhlasové vysílání, včetně regulace, licencí, technických studií, budování sítí, marketingu a výrobě nového digitálního obsahu rádia (WorldDNB, 2014).

<sup>20</sup> Digital audio broadcasting



Česko a Český rozhlas Leonardo. V téže době začala vysílat nová analyticko-publicistická Český rozhlas Plus, která v současnosti vysílá denně od 16 do 24 hodin digitálně a zároveň na středních vlnách.

V současné době je digitální příjem rozhlasového vysílání převažujícím způsobem příjmu pro většinu posluchačů. Mezi jeho hlavní výhody patří vysoké pokrytí, mobilita, nezávislost na datových sítích a velmi vysoká penetrace rozhlasových přijímačů, které jsou dnes běžnou součástí spotřební elektroniky, jako například mobilních telefonů nebo MP3 přehrávačů.

Existuje sedm způsobů, jak poslouchat vysílání Českého rozhlasu v digitální podobě (ČRo, 2013). Rozhlas vysílá prostřednictvím kabelové sítě, satelitu, telefonních linek IPTV, na webu a prostřednictvím televizního systému DVB-T, kde začal vysílat 21. 10. 2005.

Po celé republice je možné naladit stanice Českého rozhlasu prostřednictvím set-top-boxu nebo digitálního televizoru v digitální síti České televize (DVB-T, tzv. veřejnoprávní multiplex). Posluchači si mohou také pořídit televizní kartu do svého počítače nebo notebooku, spustit automatické ladění a přepnout z televizních kanálů na rozhlasové stanice. U některých televizorů jsou rozhlasové stanice zařazeny hned za televizní programy, u jiných je na dálkovém ovladači tlačítko se symbolem noty nebo přepínač TV-Radio.

Vysílání stanic není zakódované a součástí signálu je program na týden dopředu. Od 1. března 2013 je možné takto poslouchat tyto stanice: ČRo Dvojka, ČRo Vltava, ČRo Jazz (00.00-16.00), ČRo Plus (16.00-24.00), ČRo D-dur, ČRo Radio Wave, ČRo Rádio Junior (ČRo, 2013).

Další možností je poslech přes mobilní telefon. K dispozici jsou aplikace rozhlasu pro Android, iPhone a Windows Phone 7.5+, nebo posluchač v internetovém prohlížeči na mobilu otevře stránku [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz) a pod odkazem *Poslech* spustí živé vysílání (ČRo, 2013).

Třetí variantou je poslech přes satelit. Stanice Českého rozhlasu vysílají zdarma na satelitu Astra 3A, pozice 23,5° východně. Signál je dostupný na celém území České republiky a není zakódovaný. V satelitní nabídce jsou zařazeny tyto programy: ČRo Radiožurnál, ČRo Dvojka, ČRo Vltava, ČRo Jazz (00.00-16.00), ČRo Plus (16.00-24.00), ČRo D-dur, ČRo Radio Wave, ČRo Rádio Junior, ČRo Radio Praha a ČRo Region, Středočeský kraj (ČRo, 2013).

Digitálně lze rozhlas poslouchat také prostřednictvím kabelu - v kabelových televizích po celé České republice jsou většinou šířeny všechny hlavní programy Českého rozhlasu.

Další možnost je propojení televize s pevnou telefonní linkou (IPTV). Domácnosti s pevnou linkou si ji mohou nechat předělat tak, že kromě telefonování umožní surfování po

internetu a sledování televizních programů. V takovém případě se zásuvka telefonu propojí se set-top-boxem, dodaným poskytovatelem služby, a set-top-box posléze s televizorem. Rozhlasové kanály se pak vyvolávají přes menu na obrazovce televizoru. Jejich nabídka je shodná s digitálním televizním vysíláním. Televizi přes telefonní linku už v Česku nabízí několik společností, např. Telefónica O2 či RIO Media.

Všechny stanice Českého rozhlasu lze také poslouchat přes webové stránky, kde je přístupné živé vysílání<sup>21</sup>. Posлуhač může využít přehrávač Českého rozhlasu, který se nemusí instalovat, nebo pustit některý z přímých streamů. Stanice českého rozhlasu lze též poslouchat na serveru Play.cz. Všechny stanice mají streamové vysílání v několika formátech i kvalitách zvuku, některé včetně stereovysílání (ČRo, 2013).

Digitální rozhlas (DAB/DAB+) lze také poslouchat přímo prostřednictvím digitálního rozhlasového přijímače. Signál digitálního rozhlasového vysílání naladí až padesát procent obyvatel České republiky, přičemž pokrytí se bude dále rozšiřovat.

## 7.2.2 Internetové stránky

V současnosti má Český rozhlas jednadvacet vysílacích stanic, z nichž každá má své internetové stránky. Vedle toho mají pravidelně doplňované weby, včetně RSS kanálů<sup>22</sup>, některé pořady, projekty a témata. Zastřešující stránky, které slouží jako jakýsi rozcestník, fungují na doméně [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz). Celkem provozuje Český rozhlas přibližně sto různých webových stránek<sup>23</sup>.

Právě na podobě internetových stránek Českého rozhlasu, jednotlivých stanic i dalších přidružených webů se postupující proces multimedializace odráží nejvýrazněji. Již samotné internetové stránky jsou multimedialním produktem, protože prostřednictvím nich můžeme rozhlasovou tvorbu vnímat nejen auditivně, ale také vizuálně. Kromě poslechu rozhlasového pořadu je možné výstupy rozhlasových redaktorů také sledovat na webech. V počátku sledovaného období internetové stránky přinášely informace především právě prostřednictvím textů a fotografií. Postupně však začleňují další multimedialní prvky, jako jsou videa, archiv odvysílaných pořadů, podcasty či živé snímání rozhlasových studií.

---

<sup>21</sup> Živé vysílání Českého rozhlasu přes internet funguje již od roku 1997.

<sup>22</sup> Technologie RSS neboli Really Simple Syndication umožňuje přihlásit se k odběru novinek z webu, který nabízí RSS zdroj, jelikož obsah webových stránek Českého rozhlasu často přibývá a mění se. Na internetových stránkách ČRo proto je k dispozici odkaz na RSS kanály jednotlivých stanic, pořadů a témat. Posлуhač si může vybraný RSS kanál zařadit do své RSS čtečky. Ta poté průběžně kontroluje, zda se objevil nějaký nový příspěvek. Kdykoli uživatel připojí počítač či mobilní zařízení k internetu, čtečka nové zvukové soubory automaticky nahraje (Osvaldová, Halada a kol., 2007).

<sup>23</sup> *Alexandr Pícha*, ředitel Centra Nová média ČRo, dříve šéfredaktor Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a vedoucí projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu - osobní rozhovor, 13. 2. 2014

## Vývoj internetových stránek<sup>24</sup> Českého rozhlasu s postupující multimedializací

V této kapitole chronologicky rozeberu vývoj a proměny internetových stránek ve sledovaném období a postupné začleňování multimediálních prvků. Podrobně tyto multimediální prvky analyzuji v dalších kapitolách.

Na počátku analyzovaného období, v roce 2005 dochází k zásadní modernizaci internetových stránek. Web Českého rozhlasu změnil tradiční layout a strukturu do nové podoby (ČRo, 2005). Cílem bylo zpřehlednit a provázat nabízený obsah a přitom zachovat autenticitu internetových stránek Českého rozhlasu (Rada ČRo, 2005) Nedělitelnou součástí webových stránek ČRo se staly kromě textů také fotogalerie, odkazy na související informace, infografika, ilustrace, odkazy na zvukový archiv, audiokázky a videa.

Vytvořeny byly webové stránky nově vzniklých stanic, tedy ČRo Leonardo, ČRo D-dur a ČRo Rádio Česko. Vznikla také řada podstránek a přidružených stránek již existujících webů. Do webů jednotlivých stanic byla integrována aplikace *Rádio na přání*.

V roce 2006 byla do jednotlivých webů začleněna služba podcasting. V říjnu 2006 byl spuštěn multimediální portál. Vznikly též speciální internetové stránky k volbám do Parlamentu České republiky, Senátu a obecních zastupitelstev republiky.<sup>25</sup> Dále byly vytvořeny weby věnované různým výročím, například W. A. Mozarta, a tvořeny byly také stránky encyklopedického charakteru: *Lidové stavby, Hrady a zámky* atd. (ČRo, 2006).

Na stránky rozhlas.cz byl implementován miniaturní flashový přehrávač multimedií, který umožnil přiřazovat jednotlivému příspěvku na webové stránce zvukový soubor, flashovou animaci či video. Bylo tak umožněno ovládat přehrávání v prohlížeči, aniž by bylo nutné spouštět speciální aplikaci.

V roce 2007 proběhla implementace několika multimediálních modulů založených na technologii Adobe Flash. Šlo především o audiovizuální prezentaci některých tematických příspěvků tzv. „audioslideshow“. Audiosoubory jsou doplněny sadou obrázků, které se pohybují na časové ose v závislosti na přehrávaném ději. Dle potřeb prezentaci doplňují textové informace a hypertextové odkazy na související obsah (Rada ČRo, 2007). Výrazně se

---

<sup>24</sup> S prvními aktivitami na internetu začalo zahraniční vysílání Českého rozhlasu ještě na protokolu Gopher v roce 1994. Gopher byl textově orientovaný systém, předchůdce hypertextového WWW, určený pro velmi jednoduché počítače. Vznikl v roce 1991 a jeho úlohu převzaly nové webové servery kolem roku 1995. V současnosti je Gopher využíván jen velmi zřídka. Standardní webové stránky rozhlas.cz byly zavedeny v roce 1997.

<sup>25</sup> Prostřednictvím přímého napojení Českého rozhlasu na server Českého statistického úřadu byli návštěvníci webu Českého rozhlasu i redaktoři stanic informováni o aktuálních výsledcích sčítání hlasů a mandátech. Na stránkách byly k dispozici profily jednotlivých kandidátů, metodické návody: jak se volí senátoři, jakým

poté začal zvyšovat poměr flash videa<sup>26</sup> vloženého do redakčního systému oproti dosud používanému formátu windows media.

Také v roce 2008 Český rozhlas rozvíjí aplikace programované v multimediálním nástroji Adobe Flash. Příkladem je aplikace, jež integrovala veškerý obsah multimediálního projektu Do hlubin historie. ČRo 1 Radiožurnál prostřednictvím této technologie začal na své stránce zobrazovat moderátory, kteří právě vysílají, s možností prokliku na příslušné profily.

Stránky ČRo 1 Radiožurnálu v roce 2008 prošly i dalšími zásadními proměnami. Jejich nová koncepce již předjímal záměr, že namísto *iŽurnálu* (zpravodajství na internetu, využívající ovšem jen zdroje Radiožurnálu) měl vzniknout komplexní web internetového zpravodajství Českého rozhlasu, který by čerpal i z vysílání Radia Česko a dalších stanic, včetně regionálních. Na konci roku byl tento projekt schválen, jeho realizace pak začala v roce 2009.

V roce 2008 Český rozhlas spustil informační portál věnovaný Evropské unii<sup>27</sup>. Důležitou událostí bylo také spuštění webu *Paměť národa*, na němž Český rozhlas spolupracuje s Ústavem pro studium totalitních režimů a sdružením Post Bellum.

Nejvýznamnějším vývojem roku 2009 v oblasti internetových stránek Českého rozhlasu bylo kromě webového speciálu k předsednictví EU nové internetové zpravodajství uvedené do provozu v září 2009 na stránce [zpravy.rozhlas.cz](http://zpravy.rozhlas.cz).

Vytvořen byl zvláštní web *Devítky* k připomínání tzv. devítkových roků historie Česka. Dvacáté výročí sametové revoluce připomněl web *17. listopad*. Další projekty se zaměřily na rozšíření a aktualizaci encyklopedického obsahu *Atlasu rostlin* a aktualizaci *Atlasu psů*.

V roce 2010 došlo k největším koncepčním změnám webových stránek Českého rozhlasu od jejich restrukturalizace v roce 2005. Web rozhlasu se výrazně zaměřil především na podporu rozhlasového vysílání a programu (Rada ČRo, 2010). Nejvýraznější změnou byl přechod na novou strukturu a grafiku v říjnu 2010. Obsah poskytovaný rozhlasem se rozčlenil do dvou hlavních navigací - jednak podle vysílání stanic a jednak podle témat, která tyto stanice vysílají.

Uživatelé webových stránek tedy mohou vyhledávat obsah na stránkách jednotlivých stanic, ale také na průřezových tematických webech, na nichž jsou vybírány příspěvky

---

způsobem vybíráme kandidáty, kdo a kde může volit, kde a koho budeme volit, jak se zpracovávají výsledky voleb (Rada ČRo, 2006).

<sup>26</sup> Přechod na formát flash video umožnil sofistikovanější integraci krátkých videomateriálů na webové stránky ČRo a jednodušší postup práce webeditorů při sestavování multimediálních příspěvků (Rada ČRo, 2007).

<sup>27</sup> Portál byl spuštěn při příležitosti chystaného českého předsednictví Evropské unii v prvním pololetí roku 2009.

k tématu napříč všemi stanicemi (ČRo, 2010). Tematické weby se věnují vědě a technice, cestování, životnímu stylu, historii, kultuře, přírodě, náboženství a dalším oblastem. Jádrem tematických webů tvoří textové prepisy příspěvků z vysílání s přímým napojením na související rozhovory, reportáže či pořady v audioarchivu *iRadio*. Součástí textů jsou také rozšiřující informace, odkazy na další zdroje, fotografie a videa.

V roce 2010 se část tematických webů inovovala, další weby vznikly nově, např. *Věda a technika*, *Cestování*, *Životní styl* nebo *Teenweb* a *Domino*, zaměřené na posluchačskou skupinu dětí ve věku 13 - 19 let. Vznikl také nový web Archivu Českého rozhlasu. Obsah rozhlasového archivu začal nabízet ve členění na osobnosti, umění, dokumenty a techniku.

Do nové grafiky webu Českého rozhlasu byla zahrnuta i služba *iRadio*, která jednotně zastřešila živé vysílání, archiv odvysílaných pořadů ke stažení, podcasting a služby pro mobilní telefony.

Přechod na nový systém a design webu Českého rozhlasu v roce 2011 završilo dobudování sítě nových webů regionálních stanic. Rozhlas také zavedl na všechny regiony internetové zpravodajství. Zcela novým webem byl ČRo Jazz s webrádiem Euro Jazz. Pro příznivce vážné hudby byly zprovozněny portály *Klasika* a *Symfonický orchestr ČRo (SOČR)* s řadou koncertů zdarma ke stažení. Ve spolupráci s Ústavem české literatury AV ČR byl revitalizován web *Čtenářský deník* (Rada ČRo, 2011).

Velké množství webů ČRo v roce 2011 prošlo revizí, některé se zrušily nebo přesunuly ve statické podobě do archivu.

V roce 2012 bylo spuštěno několik nových webů zpravodajství a publicistiky s novým designem a navigační strukturou. Nejvýznamnější byl nový web *Zprávy*, následovaly nové weby *Komentáře a názory*, *Zelená vlna* a posléze i *Počasí*.

Důležitým projektem byl rozjezd dětského vysílání - nový web *Rádia Junior* začátkem září integroval dosud roztráštěné weby pro starší děti. Na něj navazuje nový web pro nejmenší posluchače *Webík*.

Výraznou podporu v podobě nového samostatného webu dostal cyklus *Minutové hry*, na němž mohou posluchači hry poslouchat, hodnotit je a zasílat vlastní scénáře.

Pokračovalo zjednodušování struktury a podoby internetových stránek. Novou strukturu a navigaci dostaly weby *Náboženství*, *Poradny*, *Rozhlasová historie*, *Nakladatelství ČRo* a další. Dvacítka starých neaktualizovaných webů byla naopak ze systému odstraněna.

V internetovém zpravodajství se v roce 2012 začal používat prvek online reportáží.

Také v roce 2013 vznikaly nové webové stránky. Byly vytvořeny weby pro novou stanici Plus a Rádio vašeho kraje pro síťovou podporu regionálního vysílání. Nový web *Lidé*

na jedné platformě sdružil stránky o rozhlasových osobnostech, zejména o tvůrčích pracovnících, ale i managementu nebo důležité produkci. Stránka *PRESSpektivy* se zaměřovala na nové trendy v rozhlasové žurnalistice a napomáhala multimedializaci. Všechny rozhlasové dokumenty, obrazové materiály, vysílání Rádía Retro a další akce k 90. výročí ČRo zaštiťoval web *90 let s vámi*.

Zásadní inovací také v roce 2013 prošly po třech letech weby všech celoplošných stanic, iRadio a web pro děti Rádio Junior. Změnil se jejich systém, struktura, navigace i design.

Jak již bylo řečeno, v současné době Český rozhlas provozuje kolem sta různých internetových stránek. Stěžejní je web [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz), který zastřešuje weby jednotlivých stanic a další internetové stránky.

Důležitou změnou, ke které došlo v průběhu analyzovaného období, byl postupný úbytek samostatné webové tvorby. Původně internetové stránky Českého rozhlasu a veškerý jejich obsah byly odrazem vysílání jednotlivých stanic, a zároveň přinášely vlastní původní obsah. Od této praxe se však postupně, a zejména pak po roce 2010 ustoupilo. Webové stránky proto dnes plní převážně obsahy, které čerpají z rozhlasového programu nebo na něj navazují.

### **7.2.3 iRadio**

V rámci aplikace iRadio je možné poslouchat všechny stanice Českého rozhlasu živě, zpětně vyhledávat pořady v audioarchivu nebo si je stahovat prostřednictvím podcastingu.

Aplikaci si posluchač může také stáhnout do mobilního telefonu. Prostřednictvím telefonu tak lze poslouchat vysílání živě, stahovat podcasty, zjišťovat informace o programu atd.

#### Audio archiv: Rádio na přání

Český rozhlas denně generuje velké množství obsahu. Kromě toho, že všechny stanice je možné poslouchat v přímém přenosu, prakticky jakýkoliv pravidelný pořad je také možné si zpětně vyhledat a pustit ve zvukovém archivu, který je v provozu od druhé poloviny roku 2004 pod názvem Rádio na přání. „Každý rok přibude kolem padesáti tisíc audiozáznamů

pořadů Českého rozhlasu“<sup>28</sup>. V současné době má audioarchiv Českého rozhlasu 365 tisíc pořadů (viz Tabulka 1).

**Tabulka 1: Počet souborů v audioarchivu ČRo v letech 2005 – 2013 (Zdroj: Rada ČRo, 2005 – 2014)**

<b>Rok</b>	<b>Počet souborů v audioarchivu</b>
<b>2005</b>	36 827
<b>2006</b>	72 283
<b>2007</b>	117 283
<b>2008</b>	120 000
<b>2009</b>	252 879
<b>2010<sup>29</sup></b>	-
<b>2011</b>	279 066
<b>2012</b>	323 000
<b>2013</b>	365 000

Audioarchiv uživatelům umožňuje poslechnout si záznamy vybraných pořadů, případně si je stáhnout na lokální počítač nebo přenosný mp3 přehrávač. Podle Českého rozhlasu má tato služba každému zájemci umožnit, aby si „sestavil své vysílání podle vlastních priorit, aby mohl poslouchat, co ho zajímá, a v čase, kdy mu to jeho denní režim umožní“ (ČRo, 2010).

Na začátku roku 2008 byla do systému implementována nová funkce umožňující publikovat záznamy pořadů, které dříve kvůli autorským právům nemohly být na webových stránkách Českého rozhlasu zpřístupněny. Takto uložené záznamy lze přehrát jenom na internetových stránkách, nejsou určeny ke stažení.

---

<sup>28</sup> Pícha, Alexandr, ředitel Centra Nová média ČRo, dříve šéfredaktor Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a vedoucí projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu - osobní rozhovor, 13. 2. 2014.

<sup>29</sup> Údaje za rok 2010 se nepodařilo zjistit, v dostupných dokumentech nejsou k dispozici.

V polovině roku 2011 vybudoval Český rozhlas fulltextový systém vyhledávání v iRádiu. Uživatelsky se tak výrazně usnadnil přístup k pořadům v Audio archivu ČRo. V systému se také opravily desetitisíce dříve nesprávně popsanych a zařazených pořadů.

### Podcasting

V roce 2005 byl audio archiv rozšířen o novou službu podcasting, která pomocí speciálních RSS souborů umožňuje jednoduché stahování publikovaných audio souborů z webových stránek Českého rozhlasu. Prostřednictvím podcastingu je možné stahovat zvukové soubory do počítače nebo mobilního zařízení.

### Aplikace pro mobilní telefony

Do mobilních systémů vstoupil Český rozhlas v roce 2011. V první polovině roku vybudoval mobilní verzi webu ČRo, kterou automaticky detekují všechny typy chytrých mobilních telefonů. Mobilní web Českého rozhlasu poskytoval rozhlasové zpravodajství, stránky celoplošných a speciálních stanic, tematické weby, přístup k poslechu rozhlasu a další služby.

Dále byly vyvinuty aplikace<sup>30</sup> pro mobilní telefony na platformách Android, iPhone a Windows Phone. Pro všechny tři systémy Český rozhlas poskytl speciální aplikace pro poslech stanic ČRo. Pro Android, iPhone a iPad dále poskytl aplikace pro čtení webového zpravodajství (Rada ČRo, 2012).

V roce 2012 bylo pro uživatele mobilních aplikací Českého rozhlasu připraveno několik aktualizací. Týkaly se zejména aplikace Zprávy ČRo. Byla inovována i standardní verze webu ČRo pro mobily, kde je nyní možné poslouchat i regionální stanice ČRo

## **7.2.4 Flashový přehrávač**

Novinkou, která vznikla roku 2006 a byla využitelná pro všechny audio příspěvky, se stal na internetových stránkách rozhlas.cz miniaturní flashový přehrávač multimedií, který dovoluje přiřadit jednotlivému příspěvku na webové stránce zvukový soubor, flashovou animaci či video, jehož přehrávání uživatel ovládá v prohlížeči, aniž je třeba spouštět speciální aplikaci. Přehrávač vypadá jen jako nenápadná ikona se šipkou, přesto však znamenal značné rozšíření funkčnosti stránek Českého rozhlasu (Rada ČRo, 2007).

Následně se začal zvyšovat poměr flash videa vkládaného do redakčního systému oproti dosud používanému formátu windows media. „Přechod na formát flash video umožnil



sofistikovanější integraci krátkých videomateriálů na webové stránky ČRo a jednodušší postup práce webeditorů při sestavování multimediálních příspěvků“ (Rada ČRo, 2008).

Začátkem roku 2010 poskytl web Českého rozhlasu posluchačům nový integrovaný přehrávač vysílání všech rozhlasových stanic, který funguje v rámci iRada. V tomto přehrávači mohou posluchači přímo volit poslech všech celoplošných, speciálních a regionálních stanic ČRo. Integrují se v něm také všech přehrávací formáty (WMA, MP3, AAC a OGG) a textové informace o programu všech stanic ČRo.

Jednou z důležitých technologických novinek v roce 2011 byl přechod na nový univerzální audiopřehrávač JW, díky němuž je možné přesné měření poslechovosti a její délky prostřednictvím Google Analytics eventů. Tento systém nahradil v živém vysílání i v Audio archivu starší Flash technologii a umožnil přehrávání rozhlasového programu také v nových systémech mobilů a tabletů. Přehrávač integruje všechny formáty streamu všech stanic Českého rozhlasu i jejich pořady v audioarchivu.

## 7.2.5 Další multimediální prvky

### Program vysílání

Na internetu lze nalézt neustále aktualizovaný interaktivní program<sup>31</sup> vysílání všech celoplošných, regionálních i speciálních stanic Českého rozhlasu. Lze vyhledat program vysílání jeden týden dopředu, případně zpětně prohlížet již odvysílaný program.

### Živé snímání studia

Dalším multimediálním prvkem je živý videopřenos z vysílacích studií Českého rozhlasu prostřednictvím webkamer. Trvalý čtyřadvacetihodinový přenos obrazu poprvé zavedla stanice Leonardo v roce 2005 (Rada ČRo, 2006). Postupně se přidávaly další stanice. V roce 2008 již posluchači mohli prostřednictvím webkamer sledovat studia čtyř stanic<sup>32</sup>. V současnosti živě snímá svá studia 10 stanic<sup>33</sup>, včetně čtyř regionálních. Sledování přenosů ze studia může být pro posluchače přitažlivé například při živých rozhovorech či diskusních pořadech s hosty.

---

<sup>30</sup> Mobilní aplikace Českého rozhlasu. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/napoveda/aplikace/>

<sup>31</sup> Program stanic Českého rozhlasu. Dostupný zde: <http://program.rozhlas.cz/html/2014-05-14>

<sup>32</sup> ČRo Leonardo, ČRo Wave, ČRO1 – Radiožurnál, ČRO2 – Praha

<sup>33</sup> ČRo Radiožurnál, ČRo Dvojka, ČRo Vltava, ČRo Plus, ČRo Radio Wave, Rádio Junior, ČRo Hradec Králové, ČRo Pardubice, ČRo Plzeň, ČRo Region, Vysočina

### Multimediální přímé přenosy

Český rozhlas každý rok vysílá množství multimediálních přímých přenosů. Pravidelně například v přímém přenosu zprostředkovává zahajovací koncert Pražského jara snímáný několika kamerami, jejichž záznamy jsou kombinovány do jednotného internetového streamu. V minulosti byly multimediálně přenášeny například pořady Českého rozhlasu *Leonardo Třetí dimenze* a *Vstupte!*. V sekci *Radio Wave Live Session*<sup>34</sup> jsou přenášeny v přímém přenosu koncerty. Zároveň zde je videojukebox pro poslech v minulosti odvysílaných koncertů.

### On-line reportáže

Pro internetové zpravodajství vyvinula Nová média prvek online reportáží. Tento prvek využívá zpravodajství Českého rozhlasu od roku 2012. On-line reportáže jsou vedeny v případě důležitých událostí, které se vyvíjejí v rychlém časovém sledu. Redaktoři pak v on-line reportáži okamžitě reagují na vývoj situace a chronologicky vkládají aktuální příspěvky. Český rozhlas tímto způsobem přinášel informace například při volbě prezidenta v roce 2008 i 2013.

### Interaktivní mapy

Český rozhlas na internetových stránkách využívá interaktivní mapové aplikace Google se satelitními snímky NASA a National Geographic a s vlastními, zákaznickými a uživatelskými vrstvami. Interaktivní mapy jsou využívány například pro dopravní informace aplikace *Zelená vlna*<sup>35</sup>. Řidiči si mohou na interaktivní mapě ČR zjišťovat dopravní situaci, místa, která blokují uzavírky či, kde jsou umístěny policejní kamery. Data pocházejí z Jednotného systému dopravních informací (JSDI), kam se zprostředkovaně dostávají také od dopravních zpravodajů Českého rozhlasu.

Stejně tak se na interaktivní mapu zpracovávají informace o počasí<sup>36</sup>, které Český rozhlas přebírá z dat Českého hydrometeorologického ústavu.

---

<sup>34</sup> Radio Wave Live Session. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/radiowave/rwls/>

<sup>35</sup> Interaktivní mapa Zelené vlny. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/zelenavlna/dopravamapa/>

<sup>36</sup> Interaktivní mapa Českého rozhlasu pro předpověď počasí. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/pocasi/portal/>

## **7.3 Multimediální projekty**

Předchozí kapitoly se zabývaly jednotlivými inovacemi a novými multimediálními prvky, které rozšířily potenciál tvorby Českého rozhlasu. Tyto inovace neslouží pouze jako doprovodný prvek tradiční rozhlasové tvorby, ale umožnily také tvorbu zcela nových typů produktů - multimediálních projektů.

Multimediálním projektem rozumím časově ohraničený komplexní projekt kombinující různá nová média, a vykazující při tom rysy interaktivnosti. Multimediální projekt Českého rozhlasu zpravidla propojuje různé formáty obsahu v různých kombinacích: text, odkazy na související informace, audio ukázky, odkazy na zvukový archiv, fotogalerie, ilustrace, krátká videa atd.

### **7.3.1 Nejvýznamnější multimediální projekty od roku 2005**

Tato kapitola se zabývá nejvýznamnějšími multimediálními projekty Českého rozhlasu. Většina z nich má vzdělávací charakter. Mezi tématy převládá popularizace vědy, přírody i historie.

#### Odhalení

Jedním z nejvýznamnějších multimediálních projektů Českého rozhlasu byl projekt Odhalení s podtitulem Trochu jiná realityshow, který byl zahájen 7. listopadu 2005. Tvůrci<sup>37</sup> v rámci projektu aplikovali principy komerčních reality show na skupinu goril v pražské zoologické zahradě. Gorily nížinné byly sledovány šestnácti kamerami po sedmdesát dní a jejich chování interpretovala řada vědců.

Internetové stránky Českého rozhlasu nabízely kromě mnoha textových materiálů a fotografií po 24 hodin denně vysílání přímého přenosu na internetu ve vysoké kvalitě ve formátu Theora. Návštěvníci stránek měli vždy na výběr z přenosu ze tří kamer umístěných v pavilonu.

Projekt Odhalení využíval ve svém vysílání Český rozhlas Leonardo i řada dalších stanic i pořady České televize, které vznikaly v Českém rozhlase, každý den v premiéře a několika reprízách ČT1 a ČT24<sup>38</sup>.

Projekt měl velký ohlas na všech multimediálních platformách a byl patrně dosud neúspěšnějším multimediálním projektem. Během tří let na něm uživatelé při 4 milionech

---

<sup>37</sup> Vedoucím projektu byl přírodovědec a bývalý ředitel stanice Leonardo Miroslav Bobek, který se v roce 2010 stal ředitelem Zoologické zahrady Praha.

návštěv načetli jednotlivé stránky víc než dvacetimilionkrát (Rožánek, 2009, s. 36). Po oficiálním ukončení projektu následovaly jeho dozvuky – vydáno bylo CD<sup>39</sup> s pohádkami na motivy Odhalení.

Projekt vzbudil mimořádný zájem v České republice i v zahraničí a získal Výroční cenu generálního ředitele Českého rozhlasu. Byl také oceněn také na přehlídce Wild sreen v Bristolu cenou „divoký Oscar“ (ČRo, 2006).

### Sochař při práci

V létě 2007 Český rozhlas zprostředkoval přímý přenos vzniku kamenné plastiky Africká královna, kterou v Botanické zahradě v Praze vytvářel sochař Lovemore Bonjisi ze Zimbabwe. Umělec následně poskytl několik videorozhovorů pro stanic Leonardo.

### Second Life

Na podzim 2007 Český rozhlas na brněnském veletrhu Invex spustil projekt virtuálního světa Second Life, kde byl vybudován virtuální „stan“ Českého rozhlasu navržený Davidem Vávrou. V tomto prostředí, které je simulací skutečného světa, vzniklo vysílací studio, kde byli také virtuální dvojníci moderátorů.

Návštěvníci virtuálního stanu mohli v malé posluchárně poslouchat stanici Český rozhlas Leonardo a v předem daných časech online diskutovat s avatary moderátorů této populárně naučné stanice. Second Life také odkazoval na projekt Odhalení. Na dvou obrazovkách ve virtuálním stanu běžel přímý přenos z pavilonu pražských goril, interaktivní panely nabízely důležité informace vážící se k tomuto projektu. Návštěvníci si mohli též vyzkoušet virtuální gorilí tanec (Malina, 2007).

### Expedice Dhaulagiri a Annapurna

Český rozhlas Region Vysočina navázal v roce 2007 spolupráci s horolezcem Radkem Jarošem. Ten během dvaceti dnů vylezl na dvě hory, což Český rozhlas monitoroval pravidelnými telefonáty do vysílání. Jaroš z místa posílal také fotografie a krátká videa, které rozhlas umisťoval na webové stránky.

---

<sup>38</sup> Sledovanost projektu Odhalení dosáhla 125 000 - 150 000 diváků v každém z pořadů České televize (Rada ČRo, 2005)

<sup>39</sup> [CD \*Moja a páv\* \(2008\)](#) obsahuje pohádky a písničky [Terezy Šefrnové](#) a [Miroslava Bobka](#).

### Do hlubin historie

V roce 2008 byla spuštěna multimediální aplikace Do hlubin historie<sup>40</sup>. V rámci projektu probíhalo pátrání po německém tanku, který v posledních dnech druhé světové války údajně skončil na dně Labe u Hřenska (Rožánek, 2009, s. 37). Na základě tohoto projektu postupně vznikla rozsáhlá multimediální aplikace, která popisuje průběh pátrání, nabízí i velké množství historických informací, připomíná dobové zbraně atd.

### 1968

Český rozhlas vytvořil speciální web nazvaný jen „1968“ k 40. Výročí okupace Československa vojsky Varšavské smlouvy. Stránky nabízí téměř úplný zvukový záznam vysílání z 21. a 22. srpna 1968, dříve nepublikované fotografie, přepisy dobových dokumentů a další materiály.

### Paměť národa

V říjnu 2008 byl zprovozněn projekt Paměť národa<sup>41</sup>. Je to digitální archiv vzpomínek veteránů druhé světové války, politických vězňů, agentů KGB a příslušníků StB. Vzpomínky doplňují snímky z osobních archivů a zvukové nahrávky. Obsah je k dispozici v devíti jazycích.

### Mládě pralesa

Diváci v rámci projektu Mládě pralesa mohli na internetových stránkách rozhlasu sledovat v přímém přenosu narození mláděte žirafy v Zoologické zahradě Dvůr Králové nad Labem. Český rozhlas tamní žirafy sledoval celkem pět měsíců.

### Utajená obrana železné opony

Projekt Utajená obrana železné opony<sup>42</sup> byl spuštěn u příležitosti dvacátého výročí pádu železné opony v listopadu 2009 a trval do roku 2012. Český rozhlas společně s posluchači se snažil hledat dříve utajovaný systém obrany a bunkerů na československých hranicích budovaný od 50. do 80. ČRo vyvinul komplexní flashovou aplikacemi, která nabízela všechny dostupné informace, historický kontext, fotografie, videa i interaktivní mapy.

---

<sup>40</sup> Multimediální aplikace Do hlubin historie. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/tank/default/okno.htm>

<sup>41</sup> Portál Paměť národa vznikl na základě spolupráce sdružení Post Bellum, Českého rozhlasu a Ústavu pro studium totalitních režimů. Dostupný zde: <http://www.pametnaroda.cz/>

### Kapesní atlas Evropské unie

Aplikace Kapesní atlas Evropské<sup>43</sup> unie byla spuštěna v roce 2009. Na několika časových osách pro různé historické epochy přinesla kompletní historii EU doplněnou o audio záznamy z vysílání Českého rozhlasu a další multimédia.

### Keltové

Další komplexní multimediální aplikací byl v roce 2010 projekt Keltové<sup>44</sup>. Aplikace přináší informace o historii i každodenním životě Keltů prostřednictvím interaktivní časové osy. Je doplněná o fotografie artefaktů, mapy a také letecké snímky nejznámějších keltských hradišť na našem území. Multimediální projekt byl koncipován jako podpora rozhlasového cyklu Brněnského rozhlasu ČRo, který za dobu existence cyklu vytvořil více než 700 dílů třicetiminutových rozhlasových pořadů.

### Čtenářský deník

V roce 2011 vznikly webové stránky Čtenářský deník<sup>45</sup>, kde rozhlas zdarma poskytuje povinnou školní četbu načtenou předními českými herci. Příspěvky je možné si stáhnout ve formátu MP3.

### Příběh rozhlasu

K devadesátému výročí vzniku rozhlasu byl v roce 2013 vytvoření multimediální projekt Příběh rozhlasu<sup>46</sup>, který interaktivní formou prezentoval historii rozhlasu. Na interaktivní časové ose se v jednotlivých 90 letech představovala historie ČRo v krátkých článkách a v 500 dobových archivních audiozáznamech a ukázkách. V sekci o současném rozhlasu ukazovaly prostorové vizualizace a videa moderní studia i natáčení v terénu.

## **7.3.2 Odklon od velkých multimediálních projektů po roce 2010**

Přístup Českého rozhlasu k multimediálním projektům se v průběhu analyzovaného období měnil. Postupně se ustoupilo od rozsáhlých samostatných multimediálních projektů,

---

<sup>42</sup> Multimediální aplikace Utajená obrana železné opony. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/historie/bunkry/>

<sup>43</sup> Multimediální aplikace Kapesní atlas Evropské unie. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/evropskaunie/kapesniatlas>

<sup>44</sup> Multimediální aplikace Keltové. Dostupné zde: [http://www2.rozhlas.cz/keltove/index\\_fullscreen.html](http://www2.rozhlas.cz/keltove/index_fullscreen.html)

<sup>45</sup> Čtenářský deník Českého rozhlasu. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/ctenarskydenik/portal/>

<sup>46</sup> Multimediální aplikace Příběh rozhlasu. Dostupné zde: <http://www.pribehrozhlasu.cz/>

jakými bylo například Odhalení. K výrazné koncepční změně došlo v roce 2010 s nástupem nového ředitele Centra nová média Alexandra Píchy.

Velké multimediální projekty sice dokázaly zajistit Českému rozhlasu publicitu, ovšem publikum, které se kolem nich zformovalo, si nenašlo cestu k dalším produktům Českého rozhlasu. Podle Píchy rozhlas vytvářel projekty, které nebyly přímo součástí vysílání a nesouvisely proto s „posláním rozhlasu“<sup>47</sup>, což prý vyvolávalo kritiku. „Zjistili jsme, že lidé k nám na webové stránky přicházeli kvůli tomuto obsahu, ale protože nesouvisel s dalším rozhlasovým obsahem, tak potom zase odcházeli, nebyli věrní.“<sup>48</sup> Realizace velkých multimediálních projektů navíc byla finančně náročná.

Od roku 2010 proto rozhlas ustupuje od těch multimediálních projektů, které nesouvisí s rozhlasovým vysíláním. Veškeré aktivity v prostředí nových médií se v současnosti orientují na podporu rozhlasového vysílání, z něhož obsahově čerpají.

---

<sup>47</sup> Jako příklad Pícha zmiňuje právě projekty Odhalení či Flying Over Natura. PÍCHA, Alexandr, ředitel Centra Nová média ČRo, dříve šéfredaktor Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a vedoucí projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu - osobní rozhovor, 13. 2. 2014

<sup>48</sup> Ibid.

## 8 Interaktivní publikum

V následujících kapitolách jsou nejprve představeny sociální sítě a další interaktivní platformy, na které Český rozhlas postupně vstupoval. Další část se pak zabývá otázkou, jak tyto platformy ovlivnily komunikaci mezi rozhlasem a jeho publikem.

### 8.1 Interaktivní platformy Českého rozhlasu

Jednou z nejstarších možností komunikace posluchače s živým vysíláním Českého rozhlasu je komunikace prostřednictvím telefonu a SMS. Český rozhlas proto provozuje SMS komunikaci s posluchači prostřednictvím SMS aplikací.

Tato kapitola se však zabývá především interaktivními platformami, které jsou založeny na nových technologiích a jsou podmíněny internetovým připojením.

Publikum Českého rozhlasu může komunikovat prostřednictvím webových formulářů, které se nacházejí na stránkách jednotlivých pořadů. Tímto způsobem mohou lidé komunikovat přímo s moderátory či tvůrci pořadů.

Mezi sebou pak návštěvníci internetových stránek mohou diskutovat v internetových diskusích. Ty jsou však otevřené pouze pod nepatrnou částí článků.

Některé stanice s posluchači komunikují také prostřednictvím ICQ a Skype.

Sociální sítě začal Český rozhlas využívat v roce 2007, kdy stanice Radio Wave komunikovala se svými posluchači prostřednictvím sítě MySpace (ČRo, 2007).

Důležitý pro interakci s posluchačem byl pak zejména rok 2010, kdy Český rozhlas výrazněji vstoupil do sociálních sítí a začal je využívat koncepčně, přestože některé oficiální profily Českého rozhlasu na sociálních sítích vznikly již dříve.

V současnosti je rozhlas nejvýrazněji prezentován na Facebooku. Své facebookové profily má Český rozhlas jako takový, a dále jednotlivé stanice, pořady i projekty. Facebookový profil Českého rozhlasu byl vytvořen v roce 2008, následně začaly postupně vznikat profily jednotlivých stanic. Již v roce 2010 měly všechny facebookové stránky ČRo dohromady téměř 30 tisíc fanoušků.

V roce 2010 byly také spuštěny oficiální profil Českého rozhlasu a sportovní kanál Radiožurnálu na Twitteru.

V roce 2012 pak vznikl oficiální profil Českého rozhlasu na sociální síti Google Plus, který se velmi rychle rozvíjel. Za pouhý rok existence získal 14 735 fanoušků při zachování vysokého procenta zapojení (Rada ČRo, 2013).



Téhož roku došlo k výraznému nárůstu zájmu posluchačů také o další sociální sítě. Více než dvojnásobně se meziročně zvýšil počet fanoušků Českého rozhlasu na všech sociálních sítích. Platí to zejména o Facebooku, kde počet fanoušků rozhlasu narostl na téměř 66 tisíc.

V roce 2013 vytvořil Český rozhlas pro diskuse posluchačů a propojení se sociálními sítěmi speciální aplikaci, ve které se mohou posluchači vyslovovat k vysílání. Sdružuje příspěvky zaslané na dané téma z mobilů jako SMS, napsané na webový formulář nebo ze sociálních sítí. „Největší uplatnění našla aplikace na několika microsite Radiožurnálu, kam posluchači posílali stovky tipů na reportáže, nebo v propojeném vysílání Noční linky, kam psali svoje postřehy i osudy.“ (Rada ČRo, 2014)

Vlastní aplikaci vyvinul Český rozhlas také pro online rozhovory s osobnostmi. Nejčastěji se využívá v návaznosti na účast hostů ve vysílání. Po skončení pořadu, v němž host účinkoval, tak prostřednictvím této aplikace písemně online odpovídá na otázky posluchačů.

Jak již bylo řečeno, v současnosti má Český rozhlas své profily na čtyřech sociálních sítích: Facebook, Twitter, Google Plus a YouTube (viz Tabulka 2).

Kromě Českého rozhlasu jako takového mají své profily na sociálních sítích také jednotlivé stanice, pořady, projekty i osobnosti<sup>49</sup>.

Nejvyužívanější sociální sítí v Českém rozhlase je Facebook. Svě profily na něm mají téměř všechny stanice. Na Twitteru a YouTube je zastoupeno jen několik stanic. A na Google Plus existuje pouze jeden oficiální profil Českého rozhlasu, jednotlivé stanice profil nemají.

Nejvyšší počet fanoušků má právě účet Českého rozhlasu na Google Plus, který sleduje 41 822 lidí, přestože na tuto sociální síť Český rozhlas vstoupil až v roce 2012.

Ovšem celkově, při sečtení fanoušků všech oficiálních profilů, jednoznačně největší počet lidí sleduje Český rozhlas na Facebooku. Profily jednotlivých stanic, pořadů, projektů a osobností na konci roku 2013 ledovalo celkem 160 945 (Rada ČRo, 2014). Největší počet fanoušků má facebookový profil celého Českého rozhlasu (31 452), následovaný Radiožurnálem (27 000) a Radiem Wave (15 897). Následují stanice Radio Praha, Vltava, Jazz, Dvojka a Plus. Počet lidí, kteří na Facebooku sledují regionální stanice je výrazně nižší. Měřeno počtem fanoušků je z regionálních stanic nejlépejší ČRo Pardubice, který sleduje 1722 lidí. Některé stanice však nedosáhly ani na hranici tisíce fanoušků a například ČRo Karlovy Vary facebookový profil dosud nemá.

---

<sup>49</sup> Tabulka 2 uvádí počty fanoušků na jednotlivých sociálních sítích Českého rozhlasu a jeho jednotlivých stanic. Profily jednotlivých pořadů, projektů a osobností nejsou zahrnuty.

**Tabulka 2: Počet fanoušků Českého rozhlasu a jednotlivých stanic na sociálních sítích (Stav k 27. 4. 2014)**

	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Google+</b>	<b>YouTube</b>
<b>Český rozhlas</b>	31 452	4 814	41 822	1 570
<b>Radiožurnál</b>	27 000	4 422	-	-
<b>Dvojka</b>	4 942	-	-	-
<b>Vltava</b>	6 714	-	-	43
<b>Plus</b>	3 850	591	-	-
<b>Radio Wave</b>	15 897	1 582		387
<b>Rádio Junior</b>	1 197	-	-	-
<b>D-dur</b>	-	-	-	-
<b>Jazz</b>	6 611	615	-	181
<b>Radio Praha</b>	8 082	1 430	-	-
<b>Brno</b>	1 477	-	-	-
<b>České Budějovice</b>	969	-	-	-
<b>Hradec Králové</b>	1 527	-	-	-
<b>Karlovy Vary</b>	-	-	-	-
<b>Olomouc</b>	1 102	-	-	-
<b>Ostrava</b>	81	-	-	-
<b>Pardubice</b>	1 722	-	-	-
<b>Plzeň</b>	851	-	-	-
<b>Regina</b>	1 075	142	-	-
<b>Sever</b>	1 197	-	-	-
<b>Region – střední Čechy</b>	468	-	-	-
<b>Region - Vysočina</b>	954	-	-	-

Oficiální účty ČRo na Twitteru získaly do konce roku 2013 14 393 odběratelů (Rada ČRo, 2014). Také na této sociální síti vede twitterový účet Českého rozhlasu jako takového, který sleduje 4 814 lidí. Účet Radiožurnálu je s 4 422 odběrateli v těsném závěsu. Následují

twitterové účty Radia Wave a Radia Praha. Další tři stanice, které si zřídily twitterové účty – Jazz, Plus a Regina – již mají výrazně menší počty odběratelů.

Kanály Českého rozhlasu na YouTube mají oproti ostatním sociálním sítím výrazně menší počet odběratelů. Ten nejoblíbenější – kanál Českého rozhlasu jako takového – má 1570 odběratelů. Následuje Radio Wave (387), Jazz (181) a Vltava (43).

## **8.2 Využití interaktivních platforem a komunikace s publikem**

Český rozhlas s nástupem éry multimédií musel změnit svůj přístup k posluchačům. Zdaleka již není jednosměrným vysílacím médiem. S posluchači různými kanály komunikuje, dává jim prostor k vyjádření a aktivně nabízí svůj obsah. Interaktivita je tak v současnosti důležitým rysem rozhlasu, který stále nabývá na významu.

Český rozhlas s posluchači komunikuje prostřednictvím řady interaktivních platforem, které byly představeny v předchozích kapitolách: webové formuláře, online chaty s redaktory, popř. s hosty (Icq, Skype, speciální platforma pro on-line chat) a především sociální sítě. Jejich využití je velmi široké.

U některých diskusních pořadů je na stránkách stanice možno „online“ diskutovat. Diskusní pořady je také možné doplnit online hlasováním.

Na sociálních sítích Český rozhlas nabízí své pořady a upozorňuje na zajímavosti v programu. „Nejsilnější referencí na dobrý obsah je doporučení přátel, a tato doporučení se nejlépe získávají na moderních internetových sociálních sítích.“ (Rožánek, 2011, s. 32) Často jsou také na sociálních sítích sdíleny odkazy na již odvysílané pořady, které jsou k dispozici v iRadiu.

Na druhou stranu posluchači mohou posílat své připomínky a dotazy, na které zaměstnanci Českého rozhlasu reagují. Moderátor v některých případech dotazy a připomínky čte ve vysílání a hostům pokládá otázky posluchačů<sup>50</sup>. „Internet není jednosměrné vysílání a posluchači nejsou dav, kterému stačí něco předhodit, aby se o to porval. Očekává se, že médium žije se svými posluchači a zprostředkovává jejich názory ve vysílání.“ (Rožánek, 2011, s. 32) Další z možností je například ovlivnění děje rozhlasové hry na základně hlasování prostřednictvím SMS či sociálních sítí. Posluchač se tak do jisté míry stává spolutvůrcem vysílání.

---

<sup>50</sup> PÍCHA, Alexandr, ředitel Centra Nová média ČRo, dříve šéfredaktor Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a vedoucí projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu - osobní rozhovor, 13. 2. 2014

Sociální sítě a další interaktivní platformy se také staly „důležitým nástrojem pro získání zpětné vazby od běžných uživatelů i nových námětů“ (ČRo, 2010). Filip Rožánek<sup>51</sup> cituje Justina Kingse, zaměstnance BBC: „Fanoušci milují, pokud mají podíl na obsahu vysílání. Moderátor se může zeptat, jakého hosta nebo písničku by si přáli. Redaktor může shánět kontakty na zajímavé lidi. A tým reportérů se přes sociální sítě dozví o místních událostech a kulturních akcích.“ (Rožánek, 2010, s. 6)

Sociální sítě tedy slouží jako zdroj informací pro rozhlasové redaktory. Facebook a Twitter jsou většinou první platformy, kam lidé posílají z mobilního telefonu fotografie mimořádných událostí a nehod, případně postřehy z místa (Rožánek, 2010, s. 6). Sociální sítě mohou sloužit jako inspirace pro dramaturgy a scenáristy, kteří prostřednictvím nich zjišťují, o jaká témata či hosty mají posluchači zájem.

### Jeden den Českého rozhlasu a Českého rozhlasu Radiožurnálu na sociálních sítích

Aby bylo možné získat hlubší vhled do aktivit Českého rozhlasu na sociálních sítích a konkrétní představu, jak jsou sociální sítě rozhlasem využívány, provedla jsem výzkumnou sondu zabývající se jedním dnem Českého rozhlasu na sociálních sítích. Zaměřila jsem se na příspěvky, které sdílel Český rozhlas a Český rozhlas Radiožurnál v pátek 2. dubna 2014<sup>52</sup>.

**Tabulka 3: Počet příspěvků sdílených na vybraných profilech ČRo na sociálních sítích dne 2. května 2014<sup>53</sup>**

	Facebook	Twitter	Google Plus	YouTube
ČRo	3	4, z toho 1 vlastní	0	0
ČRo Radiožurnál	4	35, z toho 6 vlastních	-	-

Co do počtu příspěvků je neaktivnější twitterový účet ČRo Radiožurnálu, který v analyzovaný den sdílel 35 tweetů<sup>54</sup> – 6 vlastních a 35 retweetovaných z účtů jednotlivých

<sup>51</sup> Filip Rožánek působí jako analytik strategického rozvoje Českého rozhlasu.

<sup>52</sup> Profily Českého rozhlasu a Českého rozhlasu Radiožurnálu byly pro analýzu zvoleny, protože jsou na všech sociálních sítích sledovány největším počtem lidí. Datum 2. května 2014 bylo zvoleno jako náhodný běžný všední den.

<sup>53</sup> Seznam všech příspěvků je k dispozici v příloze práce.

<sup>54</sup> V textu pracuji s výrazy běžně používanými v prostředí sociálních sítích. „Tweet“ je příspěvek na Twitteru. „Tweetování“ znamená zveřejnění původního příspěvku a „retweetovat“ znamená sdílet příspěvek jiného

redaktorů, popř. jiných médií. Na twitterovém účtu Českého rozhlasu byly sdíleny čtyři příspěvky, z toho jeden vlastní.

Na Facebooku sdílel Český rozhlas 3 a ČRo Radiožurnál čtyři příspěvky. Na profilu ČRo na síti Google Plus nebyl během zkoumaného dne sdílen žádný příspěvek. Rovněž ani na kanálu YouTube<sup>55</sup> nepřibýlo žádné video. Aktivita Českého rozhlasu na Google Plus a YouTube totiž, na rozdíl od aktivity na Facebooku a Twitteru, není příliš intenzivní a dny, kdy není sdílen žádný nový příspěvek či video, nejsou ojedinělé.

Český rozhlas na svém facebookovém profilu sdílí povětšinou příspěvky jednotlivých stanic a upoutávky na pořady. Během zkoumaného dne například sdílel odkaz na článek ČRo Dvojka, který sloužil zároveň jako upoutávka na vysílaný dokument, či odkaz stanice ČRo Vltava s pozvánkou na den otevřených dveří.

Facebookový profil ČRo Radiožurnálu často odkazuje na články na webu rozhlas.cz/zpravy. Využívá též ankety a obecně otázky ve svých příspěvcích, aby podnítil diskuzi fanoušků. Typickým příkladem je anketa „Ministerstvo školství zvažuje, že by v budoucnu mohla být matematika povinným maturitním předmětem. Byli byste pro?“

Do následné diskuse pod jednotlivými příspěvky na Facebooku se již správci profilů Českého rozhlasu o a ČRo Radiožurnálu zapojují jen výjimečně.

Na Twitteru sdílí Český rozhlas často příspěvky jednotlivých redaktorů. Stejně jako na Facebooku, i zde propaguje pořady jednotlivých stanic. Některé příspěvky se vyskytují na obou sociálních sítích – v analyzovaný den šlo například o odkaz na interaktivní gramatický test.

ČRo Radiožurnál využívá Twitter spíše jako zpravodajský kanál než pro propagaci pořadů. Během analyzovaného dne například podrobně informoval o překotně se vyvíjející krizi na východě Ukrajiny. Tomuto tématu ČRo Radiožurnál věnoval dvacet tweetů z celkového počtu 35. Ve většině případů šlo o sdílení tweetů zahraničního redaktora Martina Dorazína<sup>56</sup> o aktuálním vývoji situace.

Další tweety se týkají například fotbalového utkání a čerpaly z informací sportovních redaktorů, kteří byli na stadionu v Edenu. ČRo Radiožurnál pak prostřednictvím Twitteru informuje o řadě dalších zpravodajských událostí, které se ve zkoumaný den udály.

---

uživatele Twitteru. Fanouškem pak míním uživatele Facebooku a Twitteru, kteří sledují facebookovou stránku či twitterový účet.

<sup>55</sup> V souvislosti se sítěmi Google Plus a YouTube jsem se zabývala pouze profily Českého rozhlasu, protože ČRo Radiožurnál na těchto sítích nemá.

<sup>56</sup> Martin Dorazín pracuje jako zvláštní zpravodaj Českého rozhlasu v Polsku.

## 9 Vliv multimédií a komunikačních platforem na formáty pořadů

Doposud se tato práce zabývala především nadstavbou, kterou Český rozhlas vytváří prostřednictvím multimédií vedle klasické rozhlasové produkce. Šlo především o způsoby, jakými lze využít klasické rozhlasové formáty na různých platformách a doplnit je multimediálními prvky.

Například pořad Českého rozhlasu, který běží ve vysílání, posluchači mohou poslouchat v přímém přenosu prostřednictvím přehrávače na webových stránkách, stahují si ho prostřednictvím podcastu či jej vyhledávají v archivu iRadii. V průběhu vysílání pořadu prostřednictvím webkamery sledují dění ve studiu. Na webu si rovněž vyhledávají veškeré informace o pořadu i moderátorovi, kterému případně mohou jedním z mnoha komunikačních kanálů zaslat dotaz. Český rozhlas pořad propaguje na sociálních sítích, kde o něm posluchači diskutují. Stále však jde o pořad, jehož podstatu multimédia nemění, jsou pouze jakousi nadstavbou.

Tato kapitola se však zabývá otázkou, zda multimédia podnítila vznik nových formátů pořadů. Jak již bylo řečeno, podstata klasického rozhlasového vysílání zůstává i při využívání multimediálních technologií bez zásadních změn. Multimediální prvky tvoří jakousi nadstavbu pořadů, nikoli však jejich podstatu. Podobu rozhlasového vysílání multimédia ovlivnila především novými možnostmi komunikace s posluchači.

V uplynulých letech však také vzniklo několik pořadů, které byly od počátku určeny především pro multimediální vysílání. Většinou však šlo pouze o jednorázové projekty, nikoli o pravidelné vysílání.

Takovýmto projektem byl například pořad 90 statečných<sup>57</sup>. Šlo o maratón rozhovorů, který odstartoval 18. května 2013 ve 20:15 na minutu přesně 90 let od zahájení pravidelného rozhlasového vysílání Československého rozhlasu. Dva moderátoři vedli po dobu 48 hodin nepřetržitě rozhovory v provizorním vysílacím studiu na pražském Václavském náměstí, kde se postupně vystříдалo 90 hostů.

Celý proud rozhovorů běžel v přímém videopřenosu na webu Českého rozhlasu. Videá zachycující rozhovory s jednotlivými hosty pak byla umístěna na kanál Českého rozhlasu na YouTube a zvukové záznamy všech rozhovorů byly zároveň umístěny do audioarchivu.

---

<sup>57</sup> Webová stránka 90 statečných. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/90statecnych/portal/>

Pouze vybrané části rozhovorů zazněly také v běžném vysílání ČRo Radiožurnálu. „Celé se to vysílalo na internetu, jako, dá se říct, samostatná rozhlasová stanice.“<sup>58</sup>

Také formát vysílání prezidentských debat před volbami v roce 2013 byl čistě multimediální. Debaty s jednotlivými kandidáty byly opět vysílány prostřednictvím videopřenosů na webových stránkách rozhlasu. Využíváno bylo dotazování posluchačů přes webové formuláře. Dotazy se poté zobrazovaly na obrazovkách ve vysílacím studiu.

Multimediálním vysíláním je také internetová stanice Rádio Retro, jejíž vysílání je pravidelně „skládáno“ několikrát do roka. Jde o speciální, dočasnou stanici uvádějící výběr archivních nahrávek. Poprvé Rádio Retro vysílalo v květnu 2013. Nevysílá stále, nýbrž v příležitostných tematických vlnách. Jejich program má podobu klasického vysílání s moderátory a jednotlivými pořady.

Jmenované pořady byly od počátku založeny na multimediálních prvcích. Vysílány byly na internetu a pouze vybrané části zazněly také v klasickém vysílání některé z rozhlasových stanic. Jejich společným rysem je audiovizuální záznam<sup>59</sup> a intenzivní zapojení posluchačů prostřednictvím interaktivních platforem. Jde tedy o nový „multimediální“ formát rozhlasového pořadu, který by bez existence nových technologií nebyl možný. Multimédia zde nejsou pouhým doplňkem či nadstavbou, ale tvoří podstatu tohoto formátu.

---

<sup>58</sup> PÍCHA, Alexandr, ředitel Centra Nová média ČRo, dříve šéfredaktor Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a vedoucí projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu - osobní rozhovor, 13. 2. 2014

<sup>59</sup> Rádio Retro je v tomto ohledu výjimkou, jelikož je „skládáno“ z archivních rozhlasových audionahrávek, nemůže být audiovizuální.

## Závěr

Předkládaná diplomová práce si kladla za cíl analyzovat produkci Českého rozhlasu v éře multimédií. Výchozím předpokladem bylo, že multimédia během uplynulých let výrazně proměnila tradiční rozhlasovou tvorbu.

Cílem analýzy bylo předně zjistit, jaké multimediální prvky Český rozhlas využívá pro šíření své produkce. Dále jsem se zabývala otázkou, jak se nové multimediální technologie odrazily na možnostech interakce mezi rozhlasem a rozhlasovým publikem. A nakonec jsem zjišťovala, zda v souvislosti s nástupem éry multimédií vznikly nové formáty pořadů či zda se nějakým způsobem změnilы již existující formáty.

V analyzovaném období, tedy od roku 2005, kdy Český rozhlas naplno vkročil do éry multimédií, došlo k řadě technologických změn. Především rozhlas započal digitální vysílání, což bylo jedním z hlavních předpokladů pro implementaci některých multimediálních prvků. Vznikla též rozhlasová stanice ČRo Leonardo<sup>60</sup>, která stála u zrodu prvních multimediálních projektů.

Rozmanité množství multimediálních technologií, se kterými Český rozhlas od té doby postupně začínal pracovat, zásadně rozšířilo možnosti jeho tvorby. Kromě klasického vysílání, které na stejném principu funguje již téměř století, získalo rozhlasové médium díky novým technologiím během několika málo let množství nových prostředků, jak nabízet svůj obsah a komunikovat s posluchači.

Český rozhlas, jeho jednotlivé stanice, některé pořady a projekty mají své internetové stránky - celkem rozhlas provozuje přes sto různých webů. Rozhlas dále využívá videa, fotografie, interaktivní mapy a online videopřenosy z rozhlasových studií. Jednotlivé pořady ukládá do audioarchivu a nabízí posluchačům jejich stahování prostřednictvím podcastů. Rozhlas také vytvořil několik aplikací, prostřednictvím kterých lze rozhlasovou produkci sledovat na mobilních telefonech.

Kromě toho, že multimediální prvky tvoří jakési doplnění či nadstavbu klasické rozhlasové tvorby, nechaly také vzniknout zcela novému druhu rozhlasových produktů: multimediálním projektům. Jde o komplexní projekty kombinující různá nová média, a vykazující při tom rysy interaktivnosti. Jedním z nejúspěšnějších byl v roce 2005 projekt Odhalení.

V průběhu analyzovaného období však rozhlas od tvorby velkých multimediálních projektů upustil. K této koncepční změně došlo v roce 2010 se vznikem oddělení ČRo

---

<sup>60</sup> V březnu 2013 stanice Leonardo ukončila vysílání. V počátcích rozvoje multimediálních rozhlasových prvků však sehrála důležitou roli.



Internet<sup>61</sup>. Multimediální oddělení<sup>62</sup> se tedy dnes orientuje zejména na multimedializaci obsahu, který vytváří jednotlivé redakce Českého rozhlasu, případně na jejich doplnění o multimediální nadstavbu. Samostatné multimediální projekty, které nesouvisí s rozhlasovým vysíláním, dnes téměř nevznikají.

Se vstupem do multimediální éry se také výrazně rozšířily možnosti interakce mezi rozhlasem a publikem. Český rozhlas využívá řadu interaktivních platforem a sociálních sítí. Posluchači s rozhlasem komunikují prostřednictvím webových formulářů, on-line chatů či SMS. Do světa sociálních sítí rozhlas výrazněji vkročil v roce 2010, kdy je začal využívat v porovnání s předchozím obdobím intenzivněji. Své profily má na Facebooku, Twitteru, Google Plus a provozuje také několik videokanálů na serveru YouTube. Největší počet profilů rozhlas provozuje na síti Facebook. Svůj facebookový profil mají téměř všechny stanice, některé pořady i samostatné projekty.

V posledních letech také vzniklo několik pořadů od počátku koncipovaných pro internetové vysílání. Multimédia netvoří pouze nadstavbu těchto pořadů, ale jsou jejich podstatou. Jde například o videorozhovory, během nichž moderátor hostům pokládá otázky, které posluchači v reálném čase zasílají prostřednictvím interaktivních platforem. Tyto pořady nejsou od klasického rozhlasového vysílání zcela odděleny, zpravidla jsou využívány i ve vysílání<sup>63</sup>. Jejich podstata je však multimediální. Tento typ rozhlasových pořadů je tedy jakýmsi novým „multimediálním“ formátem, který by bez existence nových technologií nemohl existovat.

Tvorba Českého rozhlasu tedy dnes již zdaleka neznamena jen tvorbu audiopořadů a vnímání rozhlasové tvorby již neznamena pouze poslech těchto pořadů.

---

<sup>61</sup> Oddělení se o rok později přejmenovalo na Centrum Nová média.

<sup>62</sup> Multimediální je v současné době jednou ze sekcí Centra Nová média.

## Summary

In the thesis *The position and the function of the public service radio in the age of multimedia* I set one main goal: to analyze production of Český rozhlas (Czech radio) in the multimedia era. I worked on initial assumption that multimedia approach during last years significantly changed the traditional radio production.

The main goal was to analyze multimedia components used by Český rozhlas to spread its production. I also dealt with the issue how new media technologies influenced ways of interaction between radio and its audience. Another aim was to determine if multimedia era brought new formats of broadcasting or if it changed existing formats

There were many technological changes in Český rozhlas in analyzed period (from 2005 till present time). Radio started digital broadcasting. It was one of the main preconditions for implementation of some multimedia components. New radio station Leonardo, which arose in 2005, created first multimedia projects.

Number of multimedia technologies, which Český rozhlas applies, broadened fundamentally ways of its production. Radio has variety of devices to offer its content and to communicate with listeners.

Český rozhlas, its stations, programmes and multimedia projects have internet pages. Radio also use videos, pictures, interactive maps, online broadcasting from studios. All programmes are placed in audioarchive. It also has mobile applications for mobile phones.

Multimedia also enabled to produce entirely new type of radio product – multimedia projects, which combine various new media. One of the most successful projects was *Odhalení* in 2005.

The era of multimedia also brought new ways of interaction between radio and its audience. Český rozhlas use variety of interactive platforms and social networks: Facebook, Twitter, Google Plus, YouTube.

There are also type of programmes used in Český rozhlas, which are based mainly on multimedia technologies. They are designed straight for internet broadcasting. Multimedia are not only superstructure of this programme, but they are its main substance. It is for example video interview, when redactor asks guests on the basis of questions of listeners sent through interactive platforms. This type of programme is kind of new multimedia format, which could not exist without new technologies.

## Použitá literatura

- BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 439 s. ISBN 978-80-247-3028-8.
- BĚHAL, Rostislav. *Kdo je kdo v sedmdesátileté historii Českého rozhlasu*. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 1996, 288 s.
- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923-1939*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2003, 198 s. ISBN 80-246-0624-0.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.
- HEROLDOVÁ-ŠŤOVÍČKOVÁ, Věra. *Po světě s mikrofonem*. 1. vyd. Praha: Radioservis, 2009, 125 s. ISBN 978-80-86212-59-3.
- HORNÝ, Stanislav a Libor KRSEK. *Úvod do multimédií*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2009, 157 s. ISBN 978-80-245-1608-0.
- JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York : New York University Press, 2008. 351 s. ISBN-13: 978-0-8147-4295-2.
- JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí Českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003, 667 s. ISBN 80-86762-00-9.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KLIMEŠ, Lumír. *Slovník cizích slov*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1981, xxiv, 790 s.
- KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 310 s., xxxii s. obr. příl. ISBN 978-80-7367-698-8.
- LEDERER, Jiří. *Kapitoly z dějin Čs. rozhlasu*. Praha: Studijní oddělení Československého rozhlasu, 1967, 240 s.
- MARŠÍK, Josef a Jiří HRAŠE. *Bílá místa rozhlasové historie: (příspěvky a svědectví k 60. letům v Československém rozhlase) : sborník ze semináře SRT a Katedry žurnalistiky IKSŽ UK, konaného 15.4.1999 v Karolinu*. 1. vyd. Praha: Sdružení pro rozhlasovou tvorbu, 1999, 66 s.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha:

Portál, 2009, 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

MORAVEC, Václav. *Deset let duálního systému rozhlasového vysílání (1989-1999)*. Praha: Český rozhlas, 2000, 159 s.

NAVRÁTIL, Karel. *Čtrnáct kapitol o rozhlase*. Praha: Literární akademie, 2006, 98 s. ISBN 80-86877-04-3.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozšířené vyd. Praha: Libri, 2007, 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.

PACOVSKÝ, Jaroslav. *Na vlnách rozhlasu: (1923-1993)*. 1. vyd. Praha: Český rozhlas, 1993, 158 s. ISBN 80-238-2754-5.

PATZAKOVÁ, Anna. *Prvních deset let Československého rozhlasu*. Praha: Radiojournal, 1935, 1039 s.

POSPÍŠIL, Jaroslav a Stanislav MICHAL. *Multimediální slovník aneb Manuál milovníka multimédií*. Vyd. 1. Olomouc: Rubico, 2004, 182 s. ISBN 80-7346-019-x.

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

SOKOLOWSKY, Peter a Zuzana ŠEDIVÁ. *Multimédia: současnost budoucnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 1994, 204 s. ISBN 80-7169-081-3.

SURYNEK, Alois, Eva KAŠPAROVÁ a Růžena KOMÁRKOVÁ. *Základy sociologického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, 160 s. ISBN 80-7261-038-4.

ŠMÍD, Milan. *Stručný slovník elektronických médií*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1995, 57 s. ISBN 80-7184-142-0.

TRAMPOTA, Tomáš. *Česká média a Evropská unie: 20 let smazávání hranic : soubor vědeckých informací*. 1. vyd. Praha: Metropolitní univerzita, 2009, 177 s. ISBN 978-80-86855-50-9.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

VOTAVOVÁ, Jarmila. *Stručný nástin historie českého rozhlasu: (příspěvek k 70. výročí)*. Praha: Studijní a výzkumné oddělení Českého rozhlasu, 1993, 144 s.

## Elektronické zdroje

- ČRo (2005). *Ročenka Českého rozhlasu 2005* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02152203.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02152203.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2006). *Ročenka Českého rozhlasu 2006* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02152204.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02152204.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2007). *Ročenka Českého rozhlasu 2007* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02152205.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02152205.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2008). *Ročenka Českého rozhlasu 2008* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02152213.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02152213.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2009). *Ročenka Českého rozhlasu 2009* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02101066.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02101066.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2010). *Ročenka Českého rozhlasu 2010* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02395803.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02395803.pdf) [cit. cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2010). *Kodex Českého rozhlasu* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/00730694.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/00730694.pdf) [cit. 06.04.2013].
- ČRo (2011). *Ročenka Českého rozhlasu 2011* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02698780.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02698780.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- ČRo (2013). *Příběh rozhlasu. První den rozhlasového vysílání* [online]. Dostupné zde: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/dramaticke-chvile/2753920> [cit. 4. 10. 2013].
- ČRo (2013). *Poslouchejte stanice Českého rozhlasu digitálně* [online]. Dostupné zde: [http://www.rozhlas.cz/digital/info/\\_zprava/479777](http://www.rozhlas.cz/digital/info/_zprava/479777) [cit. 18.04.2014].
- ČRo (2014). *Statut Českého rozhlasu* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02799351.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02799351.pdf) [cit. 18.04.2014].
- KRUPÍČKA, Miroslav, KŘÍŽOVÁ, Dita (2013). *Historie rozhlasu v kostce* [online] Dostupné zde: [http://www.rozhlas.cz/rozhlasovahistorie/historie/\\_zprava/682506](http://www.rozhlas.cz/rozhlasovahistorie/historie/_zprava/682506) [cit. 4. 2. 2014].
- KRUPÍČKA, Miroslav (2012). *Historie Radia Praha*. Dostupné zde: <http://www.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha> [cit. 4. 2. 2014].
- Ministerstvo vnitra ČR. *Základní informace o rozvoji digitálního televizního vysílání v České republice* [online]. Dostupné zde: <http://www.mvcr.cz/clanek/digitalni-televizni-vysilani-zakladni-informace.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d> [cit. 8. 12. 2013].
- PEŠOUT, Radek (2005). *Digitální revoluce: v Praze se testuje T-DAB a DMB* [online]. Dostupné zde: <http://www.parabola.cz/clanky/1803/digitalni-revoluce-v-praze-se-testuje-t-dab-a-dmb/> [cit. 8. 12. 2013].

- Rada ČRo (2000). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 1999* [online]. Dostupné zde: <http://www2.rozhlas.cz/radacro/vyrzprava99/vz7.htm> [cit. 8. 12. 2013].
- Rada ČRo (2005). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2005* [online]. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/rada/2005/vz2005.pdf> [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2006). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2006* [online]. Dostupné zde: <http://www.rozhlas.cz/rada/2006/vz2006.pdf> [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2007). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2007* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/00689603.doc](http://media.rozhlas.cz/_binary/00689603.doc) [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2008). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2008* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/00889378.doc](http://media.rozhlas.cz/_binary/00889378.doc) [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2009). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2009* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02015163.doc](http://media.rozhlas.cz/_binary/02015163.doc) [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2010). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2010* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02298622.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02298622.pdf) [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2011). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2011* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02593105.doc](http://media.rozhlas.cz/_binary/02593105.doc) [cit. 5. 4. 2014].
- Rada ČRo (2012). *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2012* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02856124.doc](http://media.rozhlas.cz/_binary/02856124.doc) [cit. 5. 4. 2014].
- ROŽÁNEK, Filip (2009). *Český rozhls si s internetem rozumí už patnáct let*. In Svět rozhlasu 22 [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02185627.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02185627.pdf) [cit. 4. 2. 201].
- ROŽÁNEK, Filip (2010). *Multimédia a rádio, spojenci pro budoucnost*. In Svět rozhlasu 23 [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02185720.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02185720.pdf) [cit. 4. 2. 201].
- ROŽÁNEK, Filip (2011). *Multimédia za časů krize*. In Svět rozhlasu 25 [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02435177.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02435177.pdf) [cit. 4. 2. 2014].
- World DMB. *What is WorldDMB?* [online]. Dostupné zde: <http://www.worlddab.org/> [cit. 21. 1.2014].

## Další zdroje

- PÍCHA, Alexandr, ředitel Centra Nová média ČRo, dříve šéfredaktor Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a vedoucí projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu - osobní rozhovor, 13. 2. 2014
- Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, ve znění pozdějších předpisů* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02550339.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02550339.pdf) [cit. 8. 12.2013].

*Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů* [online]. Dostupné zde: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf> [cit. 8. 12.2013].

*Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02550758.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02550758.pdf) [cit. 8. 12.2013].

*Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02550800.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02550800.pdf) [cit. 8. 12.2013].

*Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, ve znění pozdějších předpisů* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02550814.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02550814.pdf) [cit. 8. 12.2013].

*Zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02550833.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02550833.pdf) [cit. 8. 12.2013].

*Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů* [online]. Dostupné zde: [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/02550838.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/02550838.pdf) [cit. 8. 12.2013].

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Přepis osobního rozhovoru s Alexandrem Píchou, ředitelem Centra Nová média v Českém rozhlasu, bývalým šéfredaktorem ČRo Radiožurnálu a vedoucím projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu**

**Příloha č. 2: Přehled příspěvků, které Český rozhlas a ČRo Radiožurnál sdílely na svých profilech na sociálních sítích v pátek, 2. května 2014**

**Příloha č. 3: Návštěvnost platforem nových médií Českého rozhlasu (graf)**

**Příloha č. 4: Poměr návštěvnosti stránek [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz) z počítačů, mobilů a tabletů (graf)**

**Příloha č. 5: Poslech na mobilech a tabletech stanic z [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz) a [m.rozhlas.cz](http://m.rozhlas.cz) a z mobilních aplikací ČRo. (graf)**



## Přílohy

### **Příloha č. 1: Přepis rozhovoru s Alexandrem Píchou, ředitelem Centra Nová média v Českém rozhlasu, bývalým šéfredaktorem ČRo Radiožurnálu a vedoucím projektu digitálního vysílání Českého rozhlasu**

13. 2. 2014, 16:00 – 17:00

*Co je náplní působení Centra Nová média, které řídíte?*

AP: Centrum Nová média zahrnuje nejpestřejší oddělení v Českém rozhlasu. Máme tady lidi, kteří připravují obsah - webeditory. Ti jsou specializovaní na převádění obsahu rozhlasového vysílání na web. To se samozřejmě děje jinak u zpravodajského Radiožurnálu a jinak třeba na Vltavě. Dále máme webové grafiky, kteří dělají uživatelské prvky, design, layout jednotlivých webů, bannery.

*Vaší prací tedy je převádět obsah, který vyprodukuje jednotlivé redakce, na webové stránky?*

AP: My jsme placeni koncesionářskými poplatky podle zákona za rozhlasové vysílání, takže na web neděláme z devadesáti devíti procent nic jiného, než že multimedializujeme rozhlasové vysílání, které vytvořily redakce. Jednak převádíme do audioarchivu věci, které se vysílají. A ty potom samozřejmě doplňujeme další multimediální tvorbou, to znamená, že například u pořadu Toulky českou minulostí sbíráme historické fotografie, které dokumentují pořad, dáváme přepis pořadu nebo různé fotogalerie k cestopisným pořadům. Vytváříme vazbu na sociální sítě.

*Kolik lidí na oddělení pracuje a na jakých pozicích?*

AP: Máme dva webové grafiky – jeden na bannery, jeden na uživatelskou grafiku, dále webeditoři, kteří se starají o jednotlivé stanice. Máme oddělení programátorů – tam patří analytik, dva programátoři a šest kodérů, dále máme online specialistku na SEO optimalizaci a na věci, které souvisí s online marketingem. Důležité oddělení je audiovizuální tým, který pro rozhlas dělá videa. Zpravidla to jsou přímé přenosy symfonických orchestrů nebo různých folkových skupin z regionů, ale i promovidea moderátorům a na různé akce, které děláme, ale třeba i přenosy politických debat nebo prezidentských debat s kandidáty. A pak jsem tu já. Oddělení dohromady čítá 32 lidí. Celý rozhlas má 1535 zaměstnanců.

*Kolik provozujete celkem samostatných webových stránek?*

AP: Máme jednadvacet vysílacích stanic, z nichž každá má svůj web. A pak jsou různé specializované weby, jako třeba čtenářský deník nebo web Zprávy, Lidé, O rozhlasu, web přehrávače iRadiia. Takže dohromady máme kolem stovky různých webů.

Vysílacích stanic je třináct regionálních a osm celoplošných a ještě máme malé webradio Radio Junior.

*Do roku 2010 vaše oddělení vytvářelo autentický obsah webových stránek, nyní weby plníte obsahem, který vytváří jiná oddělení. Proč došlo k této změně?*

AP: Kolegové jsou hodně přírodopisně zaměřeni. Dříve to tedy bylo tak, že jsme měli třeba projekt Odhalení, což byly přímé přenosy videokamer z gorilích pavilonů v zoologické zahradě. Nebo se umisťovaly vysílačky na čápy, nebo se kamerami sledovalo narození sokolů. To byly věci, které nebyly přímo součástí vysílání, spíš se na ně ve vysílání hledalo promo. Jednak to úplně nesouviselo s posláním rozhlasu a objevovala se kritika, že za peníze, které jsou určené na rozhlasové vysílání, se dělá něco, co není rozhlasové. Zjistili jsme také, že lidé k nám na webové stránky přicházeli kvůli tomuto obsahu, ale protože ten obsah nesouvisel s dalším rozhlasovým obsahem, tak poté zase odcházeli a nebyli věrní. Tak jsme si v roce 2010 řekli, že budeme dělat web jen o rádiu. S tímto projektem jsem sem také nastoupil. Dobrovolně jsme se zbavili těchto projektů, ale i třeba autentických recenzí kulturní rubriky, autentických článků o vědě, prostě toho, co nebylo ve vysílání, ale dělalo se jen pro webové stránky. Veškerý materiál bereme přímo z vysílání. Nebo když rozhlas pořádá nějakou akci, tak z té akce. Také Prix Bohemia, soutěž rozhlasové tvorby, kde jsou i jiné věci než jen z rozhlasu. Nebo vystoupení symfonického orchestru, což není jen vysílání, ale je to činnost Českého rozhlasu, tak toto snímáme.

*Jak se změnila s nástupem multimédií interakce mezi rozhlasem a jeho publikem?*

AP: Velmi důležitou složkou je dnes interaktivita. Řada pořadů má sociální aplikace. Každá stanice si ji může přiřadit ke každému pořadu. Mohou tam vstupovat lidi z Facebooku, z Twitteru, mohou tam posílat své připomínky přes webový formulář, ale i lidé, kteří nejsou na internetu, mohou posílat SMS zprávy. To se vše slévá do jednoho feedu, který je na stránce pořadu. A moderátor ty dotazy a připomínky čte do vysílání a dává přímo otázky hostům. Interaktivitu máme nejen s posluchači, ale i přímo s hosty, když host přijde do vysílání a po vysílání si sedne do studia a prostřednictvím internetového chatu odpovídá na dotazy posluchačů, které mají ještě po vysílání pořadu. Těchto forem je mnoho.

Které sociální sítě Český rozhlas využívá?

AP: Rozhlas má profily na Facebooku, na Google+, YouTube a Twitteru. Dále webové formuláře. Diskuse nejsou úplně všude, ale jsou přímo na některých webech rozhlasu prostřednictvím systému Discusse.

*Máte nějak zmapované, jak se změnil přístup posluchačů? Například, kolik lidí poslouchá radio klasicky, kolik na internetu. Jak intenzivně komunikují na sociálních sítích atd.?*

AP: To se mění. A nejen statisticky na počet přístupů. Mění se také charakter přístupů. Přibylo hodně návštěvníků od roku 2010 do konce roku 2013, v tomto období se nám zvýšil počet návštěv přesně o sto procent. A počet shlédnutých stránek se zvýšil asi o 60 procent. Obecně se dá říct, že nám roste počet návštěv a v poměru k nim trochu klesá počet shlédnutých stránek. Dříve jsme měli kolem čtyř shlédnutých stránek na návštěvu, teď máme asi tři shlédnuté stránky na návštěvu. To je způsobeno tím, že k nám lidé často přistupují z Facebooku a tam to chování je jiné, protože z Facebooku jdou na konkrétní článek, ten si přečtou a vrátí se zase k facebookovým aktivitám, zatímco dříve k nám přistupovali většinou přímo na internetu. Tam mají veškerou navigaci českého rozhlasu a většinou podlehnou těm lákadlům a pokračují k dalším produktům českého rozhlasu. V celkových číslech však roste jak počet návštěv, tak počet shlédnutých stránek.

*Liší se návštěvnost webových stránek u jednotlivých stanic?*

AP: Částečně návštěvnost stanic kopíruje jejich poslechovost. To pořadí je podobné, ale jen částečně. Protože třeba Radiožurnál je dvakrát víc poslouchaný než Dvojka, ale web Dvojky má asi osmdesát procent návštěvnosti webu Radiožurnálu. Takže dá se říct, že web Dvojky je vůči poslechovosti úspěšnější. Je to tím, že lidé, kteří poslouchají Dvojku, častěji chodí do audioarchivu, protože to je jedna z nejdůležitějších funkcí našeho webu. Ti lidé k nám chodí poslouchat to, co nestihli ve vysílání. Asi dvacet procent lidí, kteří k nám chodí, chodí právě do audioarchivu.

*A je vůbec možné poslechovost na internetu přesně změřit?*

A.P: Poslechovost na internetu je pro nás zatím velká neznámá. Jsme ji schopní přesně měřit na přehrávači Českého rozhlasu, ale dost to balancuje s poslechovostí na serveru Play.cz. Tam zatím nemáme domluvený standard, ale věřím, že tak do půl roku bychom se k němu měli dostat. Třeba Česká televize měří přímo na streamu, ale má výhodu v tom, že má jen jeden formát, zatímco my streamujeme ve WMA, MP3, AAC, OGG, a ještě v různých kvalitách. U nás třeba víme, že Radiožurnál má kolem 30 tisíc poslechů za den.

*Dostává se nyní denně na web větší množství informací než před rokem 2010?*

AP: Ano. Každý rok přibude kolem padesáti tisíc audiozáznamů pořadů Českého rozhlasu. V současné době má audioarchiv Českého rozhlasu asi 370 tisíc pořadů, které si tu můžete najít.

*Nedávno jste v jiném rozhovoru řekl, že před rokem začala v Českém rozhlase fáze multimedializace. Co to znamená?*

AP: Dříve převádění rozhlasových pořadů na web a starost o sociální sítě dělal jen omezený počet lidí. S tím ale nelze vystačit. Náš ideál je, abychom zapojili i přímo rozhlasové tvůrce, autory, redaktory do vytváření článků, aby sami fotili na reportážích, kde natáčí, a aby propagovali své příspěvky na sociálních sítích, nebo aby případně o věcech, které Český rozhlas dělá, napsali do Wikipedie a podobně. V tom je musíme učit. Ti lidé jsou dobří rozhlasáci, ale někdy jsou třeba mírně na štiřu se stylistikou nebo s pravopisem. Jde o to všechny lidi to naučit. V loňském roce jsme udělali plošné školení pro toho, kdo chtěl. V letošním roce máme akční plán multimedializace, to znamená, že si vytipujeme na stanici konkrétní pořady a lidi. I když ti redaktoři třeba nechtějí dobrovolně, tak kromě rozhlasové práce budou dělat i věci na web.

*Jakým způsobem ovlivňují multimédia formáty pořadů?*

AP: Zatím moc ne. Vzniká pár rozhlasových pořadů čistě pro multimediální tvorbu, jako třeba pořad Devadesát statečných, kdy chodilo devadesát lidí do stánku na Václavském náměstí, tam s nimi vedli moderátoři v osmačtyřicetihodinovém maratónu rozhovory. Celé se to vysílalo na internetu jako, dá se říct, samostatná rozhlasová stanice. A jen část z toho šla do vysílání. Nebo třeba prezidentské debaty, které jsme snímali kamerou, a ve kterých jsme zavedli dotazování posluchačů přes webové formuláře a zobrazovaly se dotazy na obrazovkách počítačů, které tam byly. To jsou multimediální formy, které ovlivnily rozhlasový program. Dále také rozhlasová stanice Rádio Retro, kterou dáváme dohromady třikrát čtyřikrát za rok, kdy vybíráme věci z archivu a moderují to moderátoři a doprovázíme to texty. Ale zatím multimédia nemají tak velkou sílu, aby rozhlas ovlivňovala více. Nová média nejvíce ovlivňují rozhlasový program díky interaktivitě. Stanice Plus, ale i Radiožurnál hodně zacházejí se sociálními sítěmi.

## **Příloha č. 2: Přehled příspěvků, které Český rozhlas a ČRo Radiožurnál sdílely na svých profilech na sociálních sítích v pátek, 2. května 2014**

### **Český rozhlas**

#### **Facebook**

Odkaz na interaktivní gramatický test s komentářem: „Minulý test na být/být vám přišel moc lehký. Jak si poradíte s tímhle? Napište nám výsledek.“

Odkaz na článek ČRo Dvojka o dokumentu „Sdílej!“ s komentářem: „V neděli opakujeme na Dvojce dokument Sdílej! Jak Facebook změnil život lidem různých profesí? Proč na něm mají profil i domácí mazlíčci? A jak je to s kyberšikanou a stalkingem? Po skončení bude hostem navazujícího Nočního Mikrofóra nevidomý publicista Jakub Kamberský.“

Sdílení fotografie ČRo Vltava s programem víkendového dne otevřených dveří stanice Vltava s komentářem: „Na Vinohradské jako v New Yorku. Přijďte k nám o víkendu na návštěvu. Setkáte se s Jiřím Suchým, zúčastníte se přímého přenosu opery Puritáni a popovídáme si s vámi o změnách, které čekají stanici Vltava.“

#### **Twitter**

„Pro ty, kteří už stejně jako já nepamatují dobu, kdy ČTK posílala zprávy dálnopisem...“

- Retweetnuto z profilu redaktora ČRo Jana Suchana a fotografie  
„Hraběcí děti lítají po zámku, až mikrofony drnčí. Nemohli jsme chybět, takže směle do Rychnova. Nad kněžnou.“
- Retweetnuto z profilu redaktora ČRo Martina Gromana a odkaz na dokument ČRo Dvojky v iRadiu  
„A k dokumentu tradiční foto - Jan Kolowrat Krakovský a kolega Tomáš Černý v pilném natáčení.“
- Retweetnuto z profilu redaktora ČRo Martina Gromana a fotografie  
„Používáte často cizí slova přejatá do češtiny? A umíte je správně napsat? Vyzkoušejte si náš test!“
- Vlastní tweet a odkaz na interaktivní gramatický test

### **Český rozhlas Radiožurnál**

#### **Facebook**

Příspěvek: „Ministerstvo školství zvažuje, že by v budoucnu mohla být matematika povinným maturitním předmětem. Byli byste pro?“

Sdílení fotografie skafandrů NASA s komentářem: „Jak se vám líbí nové skafandry NASA?“

Odkaz na článek na webu ČRo s komentářem: „Už jste stihli zmoknout? Hydrometeorologický ústav varuje před silnými bouřkami, které by měly zasáhnout celé Česko a přinesou s sebou kroupy, silný nárazový vítr i přívalové srážky. Tak se dobře oblečte!“

Odkaz na interaktivní gramatický test s komentářem: „Víte, kdy napsat mě a kdy mně? Věříte si? Tak si dejte malý testík a možná budete překvapeni.“

## **Twitter**

„Ukrajinské vládní síly zřejmě útočí na obsazený Slavjansk.“

- Retweetnuto z profilu ČTK

„V New Yorku se zákaz kouření už vztahuje i na elektronické cigarety.“

- Vlastní tweet a odkaz na článek na webu ČRo

„Zkoušku z matematiky si volí málo maturantů. Ministerstvo zvažuje, že bude povinná.“

- Vlastní tweet a odkaz na článek na webu ČRo

„Kyjev potvrdil jeden sestřelený vrtulník u Slavjansku.“

- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína

„Podle MV Avakova začala aktivní fáze KTO. 9 blok postů u Slavjansku pod kontrolou MV.“

- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína

„Ukrajinská pravda: Teroristé kradou obyvatelům Slavjansku auta, aby mohli utéct z města.“

- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína

„Ve Slavsjanu nefungují telefony. Obyvatelé nemají vycházet z domů a nezdržovat se u oken - MV Avakov.“

- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína

„RIA: Přerušen provoz na železnici u Slavjansku - vede tudy hlavní trasa na jih - Moskva-Mariupol.“

- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína

„Ukrinform: Ukrajinci už kontrolují větší část Slavjansku. Čeká se na ověření.“

- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína

„Gerryho Adamse může policie držet bez obvinění až 28 (!) dni. Dnes musí požádat soudce o prodloužení vazby. Tak velí protiteroristicky zákon“

- Retweetnuto z profilu londýnského zpravodaje ČRo Jiřího Hoška

„Interfax: jeden pilot vrtulníku sestřeleného nad Slavjanskem přežil - vezou ho do nemocnice.“

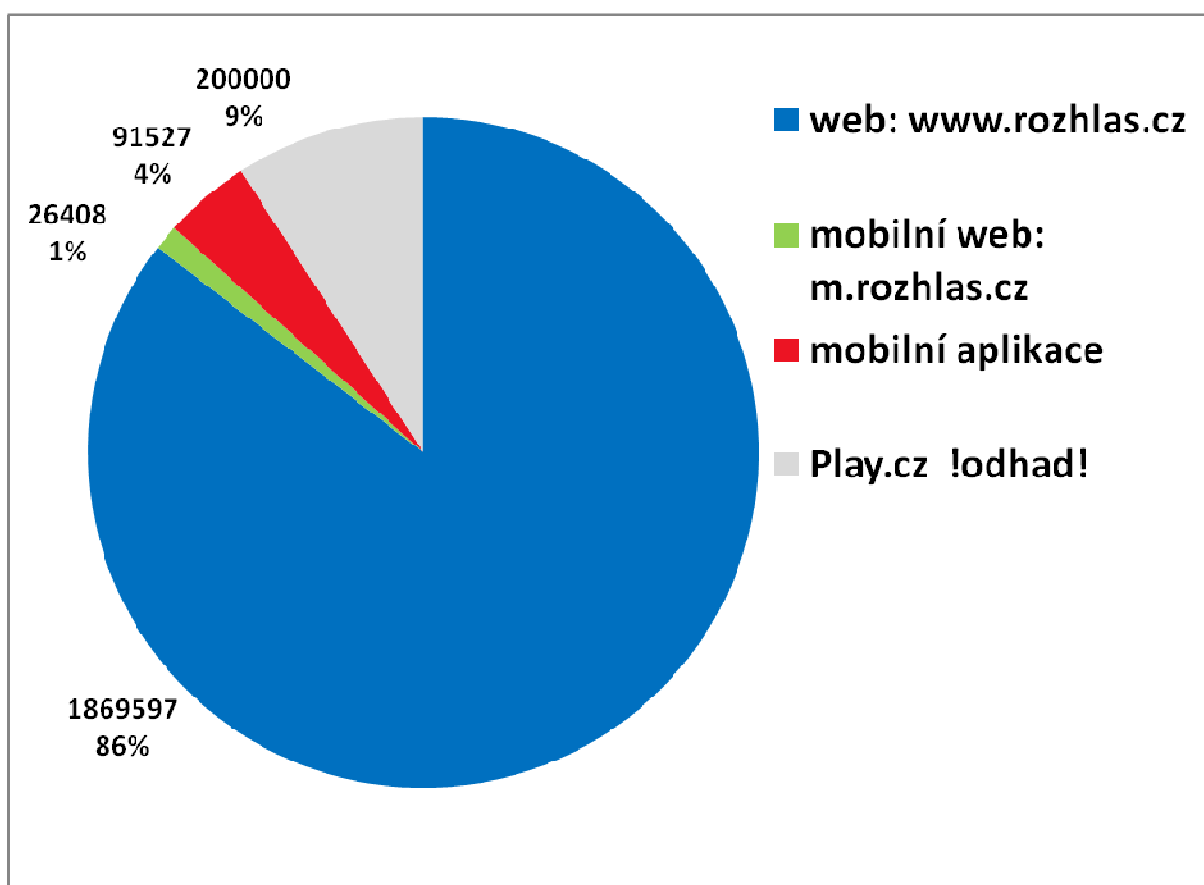
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Do Česka dorazí silné bouřky. Výstraha platí pro celou republiku!“
- Vlastní tweet ČRo Radiožurnálu a odkaz na článek na webu ČRo  
„Reportér TIME: Separatisté ve #Slavyansk se snaží přes rozhlas přesvědčit obyvatele města, aby vyšli na náměstí a "vyzvali Putina k pomoci."“
- Retweetnuto z profilu redaktora ČT Filipa Horkého  
„Informační Odpor: ozbrojenci se pokoušejí opustit Slavjansk - štáb chtějí přenést do Gorlovky u Doněcku.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Na východ Ukrajiny údajně odletěl bývalý ombudsman Vladimír Lukin jako emisar VVP.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Dříve to bylo všední, ale časy se mění. Fotbalisté @slaviaofficial chtějí v lize vyhrát 2 zápasy v řadě, což se jim v této sezoně nepovedlo.“
- Retweetnuto z profilu sportovního redaktora ČRo Jaroslava Plašila  
„Ukrajinské MO: Teroristé sestřelili dva vrtulníky, dva vojáci mrtví.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Rusko žádá, aby OBSE zastavila operaci ukrajinského MVD ve Slavjansku.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Mluvčí Kremlu Peskov: Kyjev pošlapal ženevské dohody.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Moskva potvrdila, že vyslala na východ Ukrajiny Vladimíra Lukina, ale nemohou se s ním spojit po tlf.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Břežnová míra nezaměstnanosti byla 6,7 % (u mužů 5,6 %, u žen 8,1 %) a meziročně se snížila o 0,6 procentního bodu.“
- Retweetnuto z profilu Českého statistického úřadu.  
„Soud označil odvolání Daniela Hermana z čela ÚSTR za protiprávní.“
- Vlastní tweet ČRo a odkaz na článek na webu ČRo  
„RIA: Aeroflot zrušil lety do Charkova“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Podle různých zdrojů ukrajinské síly kontrolují třetinu až polovinu Slavjansku.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Prohlášení rodiny Ivety Bartošové k záměru vdovce uspořádat velkolepý pohřeb za účasti médií.“ - Retweetnuto z profilu redaktora ČRo Filipa Rožánka.

„Používáte často cizí slova přejatá do češtiny? A umíte je správně napsat? Vyzkoušejte si náš test!“

- Retweetnuto z profilu Českého rozhlasu a odkaz na interaktivní test.  
„Oděsa hlásí srážky proruských a proukrajinských demonstrantů.“
- Vlastní tweet a odkaz na článek na webu ČRo  
„Češi se přestali bát #AIDS. Na otázky @helenasulcoval odpovídá právě nyní docent Ladislav Machala, z AIDS centra Nemocnice na Bulovce.“
- Vlastní tweet  
„Sesuv půdy v Afghánistánu zabil podle úřadů stovky lidí.“
- Retweetnuto z profilu ČTK  
„Dneska to na stadionu @slaviaofficial v Edenu na návštěvu roku nevypadá.“
- Retweetnuto z profilu sportovního redaktora ČRo Jaroslava Plašila a fotografie stadionu  
„Jednání ztroskotala a tak londýnské metro postihne 5. května večer další stávka. Tentokrát má trvat plných 72 hodin.“
- Retweetnuto z profilu londýnského zpravodaje ČRo Jiřího Hoška  
„IF- 38 mrtvých v Oděse při požáru Domu odborů – policie.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Podle svědků ukrajinské síly postupují do centra Slavjansku.“
- Retweetnuto z profilu zahraničního zpravodaje ČRo Martina Dorazína  
„Kapitán Karel Piták k fanouškům v době přerušení domlouval.“
- Retweetnuto z profilu sportovního reportéra Ondřeje Zlámala  
„PHOTOS: Hundreds are feared dead and thousands are trapped under an Afghan landslide.“
- Retweetnuto z profilu agentury Reuters a fotografie

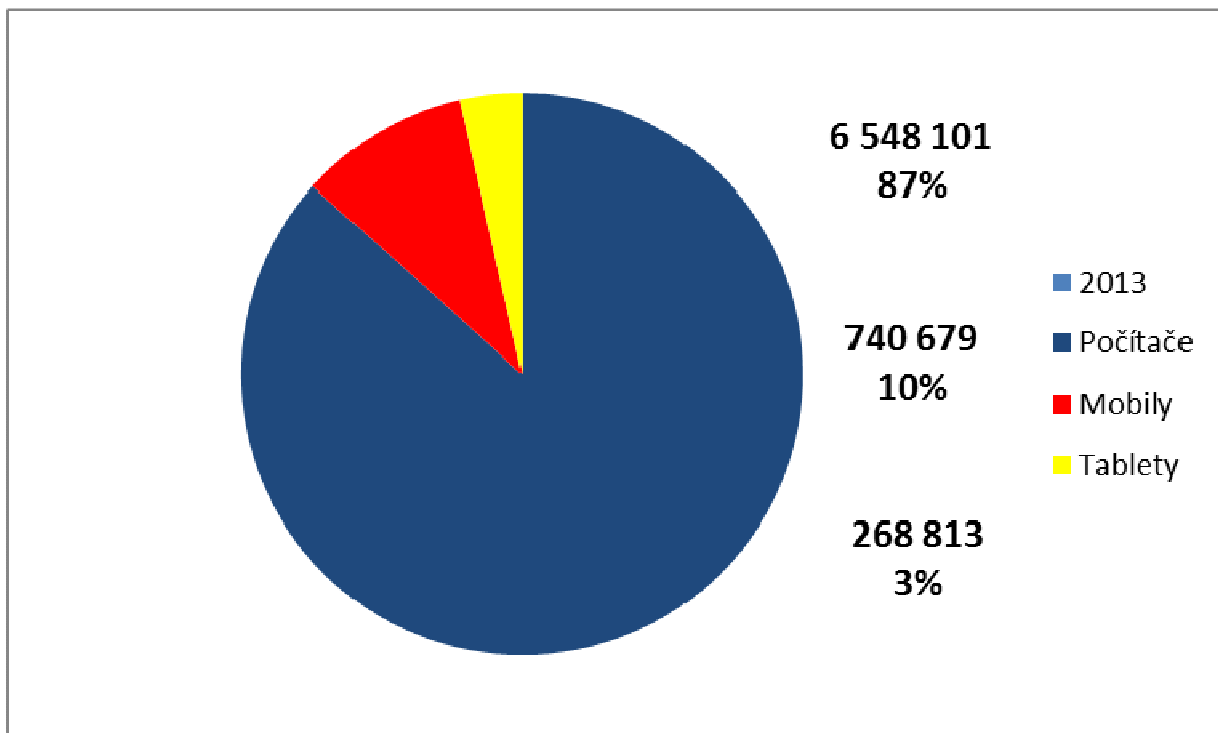


**Příloha č. 3: Návštěvnost platforem nových médií Českého rozhlasu**



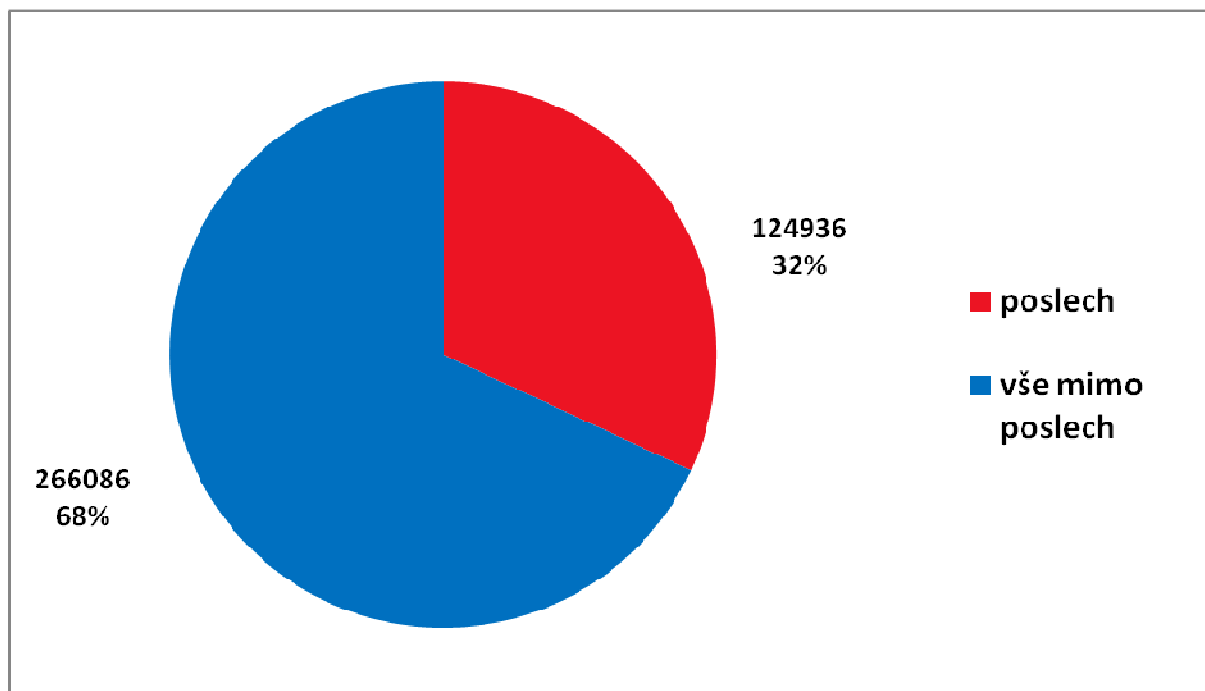
Zdroj: Český rozhlas, 1. – 21. ledna 2014.

**Příloha č. 4: Poměr návštěvnosti stránek [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz) z počítačů, mobilů a tabletů.**



Zdroj: Český rozhlas, 1. října – 31. prosince 2013.

**Příloha č. 5: Poslech stanic na mobilech a tabletech z [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz) a [m.rozhlas.cz](http://m.rozhlas.cz) a z mobilních aplikací Českého rozhlasu**



Zdroj: Český rozhlas, 1.– 21. ledna 2014.