

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s Patricií Polanskou (text)

Příloha č. 2: Rozhovor s Jiřím Hošnou (text)

Příloha č. 3: Vyplněný dotazník od Věry Štechrové (text)

Příloha č. 4: Vyplněný dotazník od Jana Burdy (text)

Příloha č. 5: Vyplněný dotazník od Heleny Šulcové (text)

Příloha č. 6: Vyplněný dotazník od Vladimíra Kroce (text)

Příloha č. 7: Vyplněný dotazník od Libora Dvořáka (text)

Příloha č. 8: Vyplněný dotazník od Jiřího Hoška (text)

Příloha č. 9: Vyplněný dotazník od Ivany Navrátilové (text)

Příloha č. 10: Vyplněný dotazník od Jana Bumby (text)

Příloha č. 11: Vyplněný dotazník od Renaty Kropáčkové (text)

Příloha č. 12: Vyplněný dotazník od Michaela Rozsypala (text)

Příloha č. 13: E-mailová korespondence s Mariánem Vojtkem (text)

Příloha č. 14: Ukázka z marketingového plánu ČRo Plus (obrázek)

Příloha č. 15: Mapa pokrytí ČRo Plus vysílači FM v roce 2017 (obrázek)

Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s Patricií Polanskou (text)

Jak vypadá programové schéma stanice Český rozhlas Plus?

Dopoledne od 6 do 12 hodin se vysílá tzv. „proud“, složený ze živého vysílání, hostů, předtočených reportáží a také z pořadu Pro a proti, kdy moderátor diskutuje se dvěma hosty.

Mezi 10.30 a 11. hodinou se přebírá (přibližně od května 2017) pořad původně od ČRo 2 s názvem Jak to vidí..., ve kterém je pozván jeden host, se kterým moderátorem hovoří na 3 až 4 aktuální témata. U tohoto pořadu se pravidelně obměňuje základní sada respondentů. Tento pořad se soustředí na podání jiného pohledu na různé záležitosti.

Mezi 11.30 a 12. hodinou se vysílá vlastní pořad Interview Plus, ve kterém stejně jako v Jak to vidí... účinkuje s moderátorem jeden host. Na rozdíl od předchozího pořadu není stavěn jako konfrontační pořad. Mezi časté hosty pořadu Interview Plus patří politikové, které by moderátoři měli dotlačit k tomu, aby nemlžili a řekl pravdu. V moderování se zde střídá Jan Bumba s Michaelem Rozsypalem. Nedávno tu hodně rezonoval případ, kdy po pěti minutách v živém vysílání ze studia při rozhovoru odešel bývalý politik Jiří Paroubek.

Od 12 hodin probíhá společná publicistika se stanicí Radiožurnál až do půl jedné, kdy následují Hlavní zprávy – jedná se o dvacetiminutový pořad o aktuálních tématech.

Od 12.30 do 13. hodiny se vysílá vlastní pořad Radioforum, kdy má veřejnost možnost zavolat do studia a ptát se pozvaného hosta na dané téma. Vysílá se živě, jde o jediný kontaktní pořad naší stanice.

Mezi 13. a 17. hodinou běží odpolední proud naplněný reportážemi a rozhovory. Po zprávách v 17 hodin běží pořad Den podle..., který je přidělen moderátorům podle jednotlivých dní – např. Barboře Tachecí, Petru Šimůnkovi a dalším. Moderátoři se v pořadu zabývají jinými tématy, než které jsou v hlavním proudu, nebo se alespoň o snaží o jiný pohled na ně.

Od 18 hodin se opět vysílá společná publicistika s Radiožurnálem do 18.30 hodin. Na ni navazují Názory a argumenty, ve kterém se objevují jak stálí spolupracovníci, tak i přizvaní (např. Jindřich Šídlo, Patrik Honzejek ad.)

Od 21.10 hodin běží Dvacet minut Radiožurnálu a od 22 hodin se vysílají předtočené pořady, jako třeba Archiv Plus, Portréty aj.

Jak často stanice vysílá zprávy?

Zprávy běží každou půlhodinu, ale liší se jejich délkou. V celou hodinu trvají deset minut, v půl jde zpravidla o 3 až 4 minuty. Jednu minutu zabere dopravní zpravodajství.

Jak byste charakterizovala stanici ČRo Plus?

Jde o analyticko-publicistickou stanici, na které se vůbec nehraje hudba.

Existují již nějaké zaniklé pořady stanice?

U pořadů se spíše upravuje jejich četnost a různě se modifikují, takže úplně nezanikají.

Jak se zde organizuje redakční práce?

Rozhlas přešel na systém, kdy stanice, dalo by se říci, „vlastní“ moderátory, techniky a editory. Nemá ale své vlastní redaktory jako výkonnou složku, proto se některé věci tzv. objednávají u domácích a u zahraniční redakce – ty pracují pro Plus i pro Radiožurnál. Dále se přebírají materiály od krajanů, od nich opět čerpají obě stanice.

Jaká je pracovní náplň editorů?

Editoři chodí na ranní směny od 6 do 12 hodin a na odpolední od 13 do 17 hodin. Někteří se zabývají publicistikou, potom jsou rozděleni na ty, kteří se starají o publicistiku ve 12 hodin a o pořad Den podle... a kteří mají na starost publicistiku v 18 hodin a pořad Den v 60 minutách. Mají za úkol vybrat téma, navrhnout hosty, úkoly následně zadávají produkční – ta respondenty obvolává a komunikuje s moderátorem. Editoři také připravují podklady pro moderátory, okruhy otázek k tématu rozhovoru, občas je ale jejich příprava k ničemu. Moderátoři totiž musí na odpovědi hosta reagovat, tlačit na něj, pokud se odpovědi vyhýbá. Editor v tu dobu sedí v režii a do sluchátek může moderátorovi poskytnout nápovědu. Nakonec je ale všechno na moderátorovi, aby to zvládl.

Kdo na stanici připravuje zpravodajství?

Zprávy mají na starosti zprávaři, kteří spadají přímo pod stanici. Musí být samostatní, schopní seřadit zprávy podle důležitosti, nikoli podle rubrik. Jde tak o jistý prvek subjektivity. Jako tečku na konec zpráv přidávají různé kuriozity. ČRo Plus vznikl po sloučení s Leonardem, proto se klade velký důraz také na vědu. Tyto zprávy jsou rozprostřené jak v proudu, tak i v magazínu Leonardo a o víkendu v pořadu Leonardo Plus. Navíc máme speciální projekt Laboratoř, který se vysílá v sobotu. Jde o kombinovaný pořad, ve kterém herci, kteří hrají laiky, společně s vědci debatují o objevech.

V živém vysílání jsou zprávy z rubrik domácí, zahraniční a ekonomika, je to podobné stylu ČT

24. Vznikají v newsroomu, zprávař je přímo nevytváří, ale odpovídá za jejich prezentaci. Zprávaři je skládají z redakce, spousta z nich jsou externisté.

Kolik má stanice Plus zaměstnanců?

Máme přibližně 25 stálých zaměstnanců – zprávaře, moderátory, editory, mezi nimi je i pár externistů.

Jak se člení živé vysílání?

Je členěné po plus minus čtyřech minutách, a to kvůli tomu, aby lidé nepřestali poslouchat a zbystrili. Po čtyřech minutách se změní téma nebo se např. pustí zvukový klip. U rozhovorů je to trochu jinak. Respondent může mluvit v holých větách, nebo je naopak zase škoda ho v jeho monologu přerušovat. Zde je to tedy individuální. Jsou to dvacetiminutové úseky mezi zprávami, kdy tedy musí moderátoři někdy trochu improvizovat.

Mění se skladba vysílání?

Od listopadu 2015 se pořady prakticky vůbec nemění, schéma je tedy stabilní.

Příloha č. 2: Rozhovor s Jiřím Hošnou (text)

Jak reklama Plusu probíhala od začátku stanice?

Plus vznikl spojením tří stanic. To, že vůbec mohl vzniknout, tomu předcházela složitý legislativní proces, kdy musela být nějaká vůle politiků, aby byl Plus přidán do zákona. Jednak byla nutná nějaká dohoda s privátním sektorem, o kterou nás politici sami požádali, abychom se s nimi dohodli. Na základě toho vznikla stanice mluveného slova, jediná svého druhu v ČR. To, co bylo jedním z podstatných bodů, je, že ji rozhlas vybuduje na vlastních kmitočtech – to znamená, že jsme museli některým našim stanicím ty kmitočty odebrat a dát je stanici ČRo Plus, aby mohla vzniknout. Nicméně musím říct, že toho vůbec nemusíme litovat, protože se ukázalo, že v tom Plusu, v tom mluveném slově ten potenciál opravdu je. Tím, že z internetu a ze středních vln, kde vysílal do té doby, jak vstoupil do FM, což je zhruba dva roky zpátky, tak okamžitě nabral velké množství posluchačů, kteří právě stojí o to mluvené slovo a o analytiku, o to, jít do hloubky, vědět víc o těch problémech a nechtějí takový ten rychlý proud, co nabízí třeba Radiožurnál. Nestojí ani vlastně o hudbu. Plus se stal doménou tady těch „chytrých posluchačů“, jak jim říkáme, a stanice má dneska už stabilní, věrnou základnu lidí, kteří si ji ladí. V současné době má pokrytí 55 % populace, takže si vede opravdu dobře. Jako ambici do letošního roku máme 85 tisíc denních posluchačů a 130 tisíc týdenních.

Když jste zmínil kmitočty – nestačily kmitočty zaniklých stanic?

Plus byl nejdřív vybudován jako stanice, která vysílá ve středních vlnách a po internetu, nebyla vůbec na FM. Program ani neběžel 24 hodin. To byl ten začátek, se kterým stanice pracovala, a pak až tím zlomem před dvěma lety mohla vstoupit na FM.

Proběhla velká reklamní kampaň před vstupem na FM vysílání?

Ta kampaň nebyla úplně masivní, že bychom do toho investovali třeba 10 milionů korun. Na ostatních stanicích fungovalo crosspromo, že je tady nějaký ČRo Plus a že vysílá. Ten start byl spojený s TK, kde jsme stanici představili, její program, její tváře, zvukovou grafiku stanice, její zacílení, všechny novinky, co bude mít. Pak jsme měli velkou akci během zahájení, kdy jsme sem pozvali novináře, s fototerminem. Tehdy byl šéfredaktorem Peter Duhan. Na to jsme potom navázali kampaň, která byla v menší míře outdoorová a byla postavena na tvářích stanice, pak proběhla v online a také on air ve vysílání. Pokud si to dobře pamatuji, tak jako tváře stanice jsme použili pana Bumbu a paní Tachecí, dva moderátory, aby byla zastoupena ženská i mužská tvář. Tehdy jsme pracovali s claimem Když chcete vědět víc. Od té doby se Plus snažíme selfpromovat, když to řeknu v té PR rovině, chceme, aby Plus nahnal body zejména na citacích. To znamená, že bude vysílat natolik zajímavé věci, že je ostatní média budou citovat, že budou mít zkrátka velkou citovanost. Pracovníci marketingu pak posílají novinářům zajímavé věci ze stanice, výseky rozhovorů s nějakou anotací, aby média psala o tom, co se tam stalo. K tomu hodně používáme Twitter, ten je lepší pro takový ten odbornější styk. Dále Facebook, web stanice.

Jak probíhala kampaň v samotných začátcích v roce 2013?

Tehdy jsem v ČRo ještě nepracoval. Stoprocentně vím, že tam bylo hodně komunikace kvůli tomu, že zanikaly stanice, ze kterých Plus vznikl. Tam to bylo poměrně složité, na to skomunikování. Přiznám se, že přesně nevím, jak to tehdy bylo nastavené, tohle ale určitě byl velký komunikační oříšek, protože obecně ti posluchači rozhlasu jsou hrozně citliví na změny, je nutné jim každou změnu detailně, citlivě vysvětlovat, aby z toho nebylo povstání, aby tu změnu přijali, vzali ji za svou. Nemyslím si, že by tam byla nějaká větší kampaň. Dělat drahou marketingovou kampaň na produkt, který ještě není stoprocentní, to není úplně ono. Střední vlny, to je platforma, která je dnes považována za takovou „výběhovou“, vysílání na nich se už dnes nenesí, je to něco přežitého. Ta kampaň měla smysl až se vznikem plnohodnotné stanice. My se od té doby snažíme Plus promovat pravidelně, myslím, že se to vyplácí, protože ty posluchače nabral. Marketingový rozpočet Plusu ale samozřejmě není takový jako u Žurnálu.

Kolik peněz z rozpočtu na marketing má Plus?

Plus se pohybuje v nízkých jednotkách milionů korun. (do 2 milionů korun)

Na co přesně se tato částka použije?

Každá kampaň, kterou děláme, má víc segmentů. Primárním posluchačem Plusu je muž, který je náročný, má zájem o politiku, o dění ve společnosti, poslouchá soustředěně, není to pro něj jen nějaká kulisa, spíš je to vzdělanější posluchač, který se objevuje ve vyšší socioekonomické kategorii. Těžko se definuje věkem, je to spíše napříč věkovými kategoriemi. Z tohoto hlediska my samozřejmě zaměřujeme i tu reklamu a marketing. Základní pilíře Plusu jsou politika, společnost, byznys a věda, ty jsou stabilní. My tedy cílíme na posluchače tohoto typu. Tam, kde ho můžeme najít, to jsou třeba univerzity, knihovny, proto i třeba ty veřejné debaty. Zaměřujeme se spíše na větší města, v letošním roce budeme kampaň zaměřovat i na Prahu. Dříve jsme byli zaměřeni spíše na regiony, protože v Praze to přirozené publikum Plusu je, letos to ale chceme posunout i sem. Zcela pragmaticky chceme venkovní reklamu zaměřit na místa, kde je těch lidí nejvíc a kde se počítá s tím velkým „traffícem“, to znamená dopravní prostředky, billboardy na frekventovaných místech, CLV a tak. Kampaň jako taková se skládá z více částí, jedna věc je ta outdoorová, v poslední době více pracujeme s dynamickými formáty, tím myslím různé světelné tabule, jako je třeba ta nad Nuselským mostem. Pak samozřejmě chceme být vidět v online světě, abychom byli vidět na sociálních sítích a na webech. Jednak používáme klasické bannery, jednak jsme nakupovali reklamu na sociálních sítích, to je z našeho pohledu hodně důležité.

Cílíte více na starší posluchače na Twitteru?

Chytré posluchače sice najdeme spíše na Twitteru, v českém prostředí je ale nejrozšířenější Facebook. Zatímco třeba v Americe jsou uživateli Facebooku spíše prarodiče a pro mladé už to není „cool“, tak u nás je Facebook pořád jednička. Twitter je hodně pro novinářskou obec, pro ty, co se o věci zajímají více do hloubky. Pak myslím online reklamu na Google, nebo ji nakupujeme na zpravodajských serverech, reklamy umísťujeme třeba na novinky.cz nebo idnes.cz. Je to klasická reklama, kterou buď zaplatíte, nebo ji vybártrujete (protislužba, obě z toho mají prospěch a nezaplatí nic – pozn. aut.).

Nepovažují to zpravodajské servery za konkurenci?

Oni to samozřejmě řeší, kdyby to byla přímá konkurence, tak vám to můžou odmítnout. Tohle ale nejsou typy médií, které by si konkurovaly – rádio a web. Nemyslím si, že by jim to vadilo, byznys je byznys. Nebo to vybártrujeme v rámci reklamního prostoru, máme smlouvy s

velkými mediálními domy, tu reklamu si dáváme recipročně (vzájemně – pozn. aut.). Oni mají reklamu u nás ve vysílání, my máme reklamu u nich, ať už je to v printu nebo v online médiích. Když navážu na ty printy, tak samozřejmě reklama běží i v nich. Tam jsou formáty různého typu, záleží na tom, kolik do toho chcete investovat. Je velikost inzerátu, typ toho sdělení. Předtím jste to stavěli spíš na tvářích stanice, teď spíše obsahově a významově.

V loňském roce měla reklama claim Když chcete vědět proč, takže tam např. byl obrázek zasekané dálnice a u toho bylo toto heslo, nebo např. vyprahlá, rozpraskaná země opět s tímto claimem. Od letošního roku se tento claim používá i u znělek ve vysílání, všem se to hodně línilo. Tenkrát jsme si vyhráli i s tou slavnou fotkou, jak Zeman ukazuje Sobotkovi holí.

Pak používáme takové to běžné PR, to znamená tiskové zprávy, tiskové konference, citace, ty hry s tím, rozhovory se známými osobnostmi, které jsou navázané na Plus. Pak další složka, taková speciální, jsou eventy, resp. event. management. Typickým příkladem jsou ty veřejné debaty, které, myslím si, jsou hodně úspěšné. Na jaře jsme měli debatu v Olomouci, v rámci Prix Bohemia Radio, na téma Rusko: přítel nebo hrozba? To bylo hodně úspěšné, lidé se nám ani nevešli do sálu. V tom chceme určitě pokračovat. Debaty jsou možnost, jednak jak ukázat tváře té stanice, jednak jak ty posluchače přímo zapojit, zároveň získat tam novináře, kteří se o to téma zajímají, kteří o tom napíší a znova „protočí“ tu stanici ve svých článcích. V loňském roce jsme zkusili takové soutěžní debaty, to bylo vlastně takové tour po vysokých školách. To byl trochu jiný formát, ale myslím si, že ty debaty, co jedeme v letošním roce, jsou lepší, zajímavější.

Proč se nedávno změnily znělky a jingle na Plusu?

První věc je, že po nějakém čase je vždy dobré udělat nějaký refresh, změnit to, přivést nové hlasy. Ty hlasy, co tam byly dřív, nebyly úplně ideální. Ten claim Když chcete vědět proč se ukázal být zajímavější, je v tom větší náboj. Je přirozené po čase ten claim změnit, cílem je to, aby ta stanice byla živější, aby působila svěžím, nechci, aby to znělo ošpaně, ale takovým sexy dojmem, aby byla pro posluchače co nejatraktivnější, aby ten claim dobře fungoval ve vysílání a šel dobře používat. Pro Plus se tento claim hodí. Je to něco, co jde dál, za to běžné téma. Radiožurnál má Každý den s vámi, to je takové strašně univerzální. Každý den s vámi v sobotu, neděli, o Vánocích, o prázdninách, prostě všude. Pro ten Plus ten claim to vystihuje hodně dobře. Máme samozřejmě průzkumy, které nám ukazují, co se lidem (ne)líbí a co bychom měli používat. Co se týče jinglů a zvukové grafiky, cílem je vždycky to, aby ta stanice byla svěžejší.

A funguje to?

Já doufám, že ano. Zatím si Plus vede dobře, posluchači mu přibývají, drží si je stabilně, já jsem spokojený.

Když bychom se podívali obecně na marketing ČRo, zaměřuje se teď nejvíc na Plus, protože je to nejnovější stanice?

Ne. Z hlediska podstaty velikosti stanic a těch priorit vždycky bude jedničkou Radiožurnál. To je stanice, co má přes 800 tisíc posluchačů, je to naše největší stanice, která to promo musí mít logicky největší. Nemůžeme na jeden rok vypustit Radiožurnál a přesměrovat to někam jinam. Žurnál musí mít marketing zákonitě největší. Plus je ale z mého pohledu hodně důležitý.

Plus de facto v ČR nemá konkurenta?

Nemá. Jeho konkurencí, ale ne nějak velkou, je Radio ZET, ale myslím si, že konkurence je ČT 24. Lidé to doma mají většinou puštěné jako kulisu, u toho si dělají různé věci a na ten obraz vlastně nekoukají, jen poslouchají zvuk. Tady je ambice, aby si místo toho pustili Plus, protože ten obraz stejně nepotřebují. Jinak na rozhlasovém trhu konkurenci nevidím. Je tady samozřejmě nějaká vnitřní konkurence, že z RŽ přecházejí posluchači na Plus, ale nemyslím si, že by to bylo nějak dramatické.

Není to kvůli hudbě na Radiožurnálu?

To je také možné. Bývají to lidé, kteří tu hudbu nechtějí slyšet vůbec. Z mého pohledu, pokud se budou posluchači přelévat jen v rámci rozhlasu, tak je to dobré. Když neutíkají pryč, tak je to v pořádku.

Ještě se vrátím k těm debatám – my se vždycky snažili uchopit nějaké konkrétní téma, aby tím posluchači mohli žít, ať to byl třeba brexit nebo americké volby, to jsou témata, která byla pro posluchače zajímavá. Když byl brexit, tak jsme před rozhlas postavili doubledecker, byla k tomu debata. Když byly americké volby, tak tu opět byla debata v S1. Měli jsme tu voskové figuríny Trumpa a Clintonové, se kterými se lidé mohli vyfotit.

Jaká je návštěvnost těchto akcí?

Debaty mají návštěvnost velice dobrou, přijde většinou okolo 200, 300 lidí. Pak máme to promo tím, že to téma zní, že tam zazní zajímavé názory, snažíme se tam dostat zajímavé osobnosti.

Debaty vznikly na popud Michaela Rozsypala?

Vyplývalo to z diskuze se šéfredaktorem, tehdy s těmi eventy jsme začali s Ondřejem

Nováčkem. Současněmu šéfredaktorovi Petru Šabatovi se ten formát taky líbí, takže v tom budeme pokračovat. Toto je záležitost hlavně šéfredaktora a vedoucího programu. Když řešíme nějaký marketingový plán, akce, tak to řešíme právě se šéfredaktorem. Pak k tomu samozřejmě používáme průzkum, třeba od pana Hradeckého, který řeší analýzy a průzkumy. Pak pracujeme také s externím názorem, máme marketingovou agenturu Proximity, od ní máme návrhy kampaní či zacílení atd. Takže je to takový kompilát.

Příloha č. 3: Vyplněný dotazník od Věry Štechrové (text)

Jak se připravujete na proudové vysílání a na pořad Radioforum? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Proud – minimálně 2 hodiny pročitání různých zdrojů kvůli všeobecnému přehledu + 2 hodiny přípravy přímo na vysílání s tím, že připravuji rozhovor s aktérem /aktéry/ ranního Tématu Plus nebo Interview Plus + 1 hodina před samotným vysíláním.

Radioforum - nastudování tématu večer před vysíláním a během dopoledne – u Radiofóra jde většinou o téma, které už se probíralo v předchozích dnech, takže o něm dost vím, většinou stačí zhruba hodina až dvě, ale samozřejmě je nutné mít už o tématu předchozí znalosti, spíš jde o to, ujasnit si, jak strukturovat rozhovor – odkud kam ho vést.

Obecně, je velký rozdíl, pokud se připravujete na konfrontační, nebo informační rozhovor.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Hlavní tiskové agentury, hlavní zpravodajské servery, noviny, sociální sítě – je jich opravdu mnoho, není možné je tu všechny jmenovat...

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadů?

To by byla spíš otázka na editora - za výběr hostů je u těchto dvou pořadů zodpovědný editor.

Obecně: jeho odbornost, hledisko vyváženosti, aby se hosté stále neopakovali.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Mám připravené otázky a dávám prostor improvizaci, je nutné reagovat na to, co dotazovaný říká, někdy vás nejlepší otázky napadnou až při rozhovoru na základě toho, co dotyčný řekl.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešila Vy, když by se Vám přihodila?

V podstatě stejně, jak jí řešil Michael. Vysvětlení, že host odešel a proč, omluva, že pořad končí předčasně, rozloučení.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Zveme hosty různých politických proudů a různých názorových skupin, kteří mají k tématu co říct. Hosté jsou evidováni – na hlídání vyváženosti tu máme celé oddělení. Platí pro oba pořady.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Pohotově reagovat na to, co host říká, zachovat klid a umět reagovat při nepředvídaných situacích. A těch je v živém vysílání nemálo.

A ještě jedna věc, která není nejtěžší, ale důležitá – být stále tím, kdo se ptá, nikoliv tím, kdo má potřebu sdělovat své názory.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stala moderátorkou.

Redaktorka, zprávařka, editorka denního vysílání. V každé z pozic několik let.

V čem vidíte rozdíly mezi rozhovorem s hostem v proudovém vysílání a se zástupcem laické veřejnosti v Radiofóru?

Radiofórum je specifický pořad, který je tu přímo pro to, aby v něm posluchači vyjadřovali své názory - o rozhovor tu v pravém slova smyslu nejde.

Příloha č. 4: Vyplněný dotazník od Jana Burdy (text)

Jak se připravujete na proudové vysílání? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Ranní Plus připravuje editor odpoledne před vysíláním. Večer mi telefonuje a zadá mi jedno z hlavních témat, které píši jako moderátor. Ráno přicházím na vysílací pracoviště hodinu před, kontroluji scénář, píšu otvíráky hodin, projíždím agentury a připravuji headlines. Celkem cca 2 hodiny. Když jsem začínal, bylo to víc. Když je člověk neustále "v obraze" v domácím i zahraničním dění, jde to snáze.

Odpoledne se připravuje v den vysílání.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Zpravodajská směna ČRo (domácí + zahraniční + regiony), zpravodajové ČRo, web iRozhlas.cz, ČTK, Reuters.

Jakým způsobem vybíráte hosty do vysílání?

Podle aktuálního dění, doporučení z koordinačních porad editorů Centra zpravodajství.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Otázky a rešerše předem jsou nezbytné. To Vám umožní poslouchat respondenta, a když se to hodí, přípravu zahodit a improvizovat.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešil Vy, když by se Vám přihodila?

Zopakoval bych stav věcí, omluvil se posluchačům za mimořádnost v programu a vysílal bych dál.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Ověřování zdrojů, spolupráce s editorem, korektnost v ohlášení, vyloučení návodných otázek, výběr hostů, kteří pokud možno reprezentují různé pohledy na danou problematiku, pokud to umožňuje formát pořadu. A především dodržování žánrů! Jasně říci, co je zpráva, co je komentář, analýza, komentář atd.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Upravovat příšernou češtinu četky, vytvářet ze souvětí věty jednoduché s jasným sdělením, myslet na posluchače, kterému vstupujeme do běžných denních úkonů a mluvit na něj přirozeně a pokud možno i vlídně.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stal moderátorem.

Od roku 1998 elév při studiu VOŠ publicistiky, Redakce vysílání pro děti, následně ČRo 2, Praha, moderátor Dobrého jitra, přímé přenosy, zpravodajství, moderátor vědeckých interview na Leonardu, spolupráce s ČRo 6. Moderátor ČRo Plus od samotného rozjezdu stanice mluveného slova.

Příloha č. 5: Vyplněný dotazník od Heleny Šulcové (text)

Jak se připravujete na pořad Den podle...? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Ráno pošlu editorovi a produkci témata, kterým bych se chtěla v pořadu věnovat - výběr témat mi zabere cca hodinu až dvě. Čerpám z agentur, webu iRozhlas.cz a dalších zpravodajských

portálů, sociálních sítí. Potom si s editorem zavolám, pobavíme se o mých návrzích a doladíme vhodné hosty, které následně shání produkce. Do rádia přicházím odpoledne kolem půl druhé a potom si píšu přípravu na vysílání, dělám si rešerši k tématům, konzultuji s editorem, dodáme do scénáře aktuální téma, o kterých jsme ráno nemohli vědět, že se stanou a v pět hodin usedám do studia.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Sleduji profily lidí zajímavých názorů na soc. sítích - Facebook, Twitter, mluvím s lidmi na ulici, v tramvaji, vlaku... Kde hledám relevantní informace: web iRozhlas.cz, agentury (ČTK, Reuters), Seznam zprávy, novinky.cz, idnes.cz, echo24.cz a další, v případě zahraničních témat čerpám s německých a anglických webů.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadu?

Po konzultaci s editorem, s ohledem na téma a také na další pořady, abychom tam třeba neměli stejného hosta, který bude za dvě hodiny mluvit v jiném pořadu Plusu. Vše je skvěle koordinované také s Radiožurnálem.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Mám vždy připravené otázky, držím se jich zřídka, reaguji na odpovědi hosta.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešila Vy, když by se Vám přihodila?

Řekla bych to, co by mě v tu chvíli napadlo. Tohle se nedá říct předem, ta situace se musí zažít. Nemohu teď mudrovat, jak se má řešit, ani nechci hodnotit, jestli ji moderátor zvládl dobře nebo ne.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

O vyváženosti nemohu napsat jednu nebo dvě věty, to je téma na celou bakalářku.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Udržet myšlenku. Svoji i hostovu.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stala moderátorkou.

Rok 1999 – začala jsem jako redaktorka a moderátorka zpráv v ČRo Regina Praha.

Rok 2000 (někdy na podzim) – příchod do Radiožurnálu, začínala jsem tam jako redaktorka, postupně jsem začala moderovat ranní Ozvěny dne a večerní pořad Stalo se dnes, následně jsem začala moderovat proudové vysílání na Český rozhlas Rádio Česko, chodila jsem tam moderovat i v době, kdy už jsem dělala na Primě (2005-2007), potom jsem moderovala v ČT a na Frekvenci 1 Pressklub a v roce 2009 jsem se vrátila do ČRo Radiožurnálu a moderovala jsem 20 minut Radiožurnálu. Potom (2010) jsem odjela na delší dobu do zahraničí. Od roku 2013 zpět v rádiu – moderování 20 minut Radiožurnálu, Stalo se dnes a publicistiky Hlavních zpráv.

Od srpna 2017 moderátorka Dne podle HŠ.

Příloha č. 6: Vyplněný dotazník od Vladimíra Kroce (text)

Jak se připravujete na pořady Hovory a Radioforum? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Na to se dá těžko odpovědět, připravuji se průběžně, Radioforum chystá editor. Ale odhadem cca hodinu čistého času.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Obvykle z internetu a ČTK.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadů?

U Radiofóra hosty vybírá editor, u Hovorů co nejzajímavější “neprovařené”, tedy méně známé osobnosti, které mají co říct.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Příprava je nezbytná, ale 80 % je ve výsledku improvizace, pokud to jde, vedu rozhovor, tzn. poslouchám, co host říká, a reaguji, nedržím se striktně předem připravených otázek.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešil Vy, když by se Vám přihodila?

Okomentoval bych nastalou situaci a pak použil zálohu. V rádiu nesmí být ticho.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Všemi silami, to je na dlouhé povídání. Člověk zná kodex ČRo, ale v živém vysílání se musíte

spolehnout na instinkt.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Dostat se k ní. Umět naslouchat. Pohotově reagovat. Neztratit hlavu.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stal moderátorem.

Začínal jsem ve zpravodajské směně, pak chvíli dělal parlamentního zpravodaje a pak to přišlo.

V čem vidíte největší rozdíl mezi moderování pořadu Hovory a Radiofóra, kde hovoříte se zástupci z řad laické veřejnosti?

Korigovat volající posluchače je asi nejtěžší disciplína, bývá to vyčerpávající, povídání se zajímavým hostem bývá za odměnu!

Příloha č. 7: Vyplněný dotazník od Libora Dvořáka (text)

Jak se připravujete na moderování? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

To je celkem jednoduché – podle deníku ČTK a podle dalších zdrojů, jak ruských, tak světových. Obvykle se snažím, aby alespoň polovina byla něco jiného, než se ten den jinak valí z českých médií. Někdy to přirozeně nejde. A ještě jedna věc, pokud možno se snažím všechno připravit sám a editora mít jen k ruce.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadů?

Důležitá otázka: z čistě zvukových důvodů koukám, abych měl vždy pár lidí ve studiu, nebo je natočím na MP3 – abych se vyhnul tomu, že vše bude přes telefon. Externí hosty vybírám na základě předchozí zkušenosti - mám rád hosty, kteří své věci nejen rozumějí, ale umějí o ní sdělně mluvit.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Otázky má přirozeně připravené, ale reaguji i na to, jak se rozhovor vyvíjí.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešil Vy, když by se Vám přihodila?

Já bych s panem Paroubkem v rádiu vůbec nemluvil... Jinak mám pro podobné účely (ale spíš pro technické lapsy) vždy připraveno nějaké čtení k dané věci. Tohle se ale naštěstí nestává

příliš často.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Rozhodně ne tak, že by se tribuna poskytovala vyloženým extrémistům.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Na moderaci je nejtěžší naučit se to tak, abyste pokud možno působila přirozeně.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stal moderátorem.

Něco jsem v ČRo moderoval odjakživa...

Příloha č. 8: Vyplněný dotazník od Jiřího Hoška (text)

Jak se připravujete na moderování Dne podle...? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Den podle je zpravodajsko-publicistický pořad. Příprava je vlastně kontinuální. Kromě moderátora pořad připravují ještě editor a produkční, která shání hosty. Zpravidla se podívám večer předem na hlavní události následujícího dne. Snažíme se vyvarovat témat, která se těsně před nebo po pořadu objevují v dalším vysílání. Pořad je autorský. Často preferuji témata, ke kterým mám blízko.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Tiskové agentury (ČTK, Reuters) + všechna myslitelná česká, ale hlavně světová média.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadů?

Snažím se střídat novináře, politiky (spíš v menší míře), experty a aktéry událostí. Není v tom žádný systém. Záleží na tom, aby host nebyl moc často ve vysílání.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Otázky mám připravené předem, ale často a rád improvizuji.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešil Vy, když by se Vám přihodila?

Ve Dni podle je prakticky vyloučené, aby host ze studia odešel. Pokud by se tak rozhodl, popsal bych situaci a nechal ho jít.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Jsem přesvědčený o tom, že nějaká slepá nebo absolutní vyváženost je hloupost. Když je host příliš radikální v nejednoznačném tématu a názorový protipól není v pořadu zastoupen, snažím se o vyvažování sám, coby moderátor.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Precizně se připravit.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stal moderátorem.

V prosinci 1996 jsem přišel na konkurz do sportovní redakce ČRo, pak jsem záhy přešel coby elév do zahraniční redakce Radiožurnálu. Od 1. 1. 2000 jsem byl stálý zaměstnanec. Dvakrát jsem dělal vedoucího zahraniční redakce. Mezi lety 2006 a 2010 jsem byl zahraničním zpravodajem v Německu. V letech 2012 až 2017 jsem pak působil coby stálý zpravodaj ve Velké Británii.

Příloha č. 9: Vyplněný dotazník od Ivany Navrátilové (text)

Jak se připravujete na moderování? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Příprava byla vždy náročná a zabrala mi minimálně hodiny, max. asi čtyři. (Ivana Navrátilová je již bývalá moderátorka ČRo Plus – pozn. aut.)

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Zdroje byly různé, podle tématu, z internetu.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadů?

Hosty do vysílání vybírali editoři (já vždy dělala jen proudové vysílání, tzn. ranní, dopolední nebo odpolední Plus, ne pořady).

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

U témat, které si zpracovává sám moderátor, má své otázky, u ostatních má mustr od editora, ale tady se i improvizuje podle toho, co říká respondent a na co je třeba reagovat.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešil Vy, když by se Vám přihodila?

Úplně stejně jako Michael. Paroubek nebyl jediný, který takto odešel, podobně se odporoučel i

pan Hess v pořadu Pro a proti. Hosty tam násilím nedržíme. Chvíli musíte situaci okomentovat a čekat, jaký dostanete pokyn z režie, co se dál bude vysílat.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Vysílání staví editoři. Na moderátorech je, aby dal stejný prostor respondentům, je-li to rozhovor ve třech.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Mít správné informace, znalosti a vědomosti, aby Vás pak někdo neopil rohlíkem či „neutáhl na vařené nudli“.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlasu, než jste se stala moderátorkou.

Já do rozhlasu nastoupila po desetileté praxi v ČT, kde jsem také moderovala, takže i v Regině jsem rovnou začala moderovat pořad Mezi námi, což byly také zpočátku politické debaty, komunální politika. Pak jsem měla pořad Třináctka – lifestyle a spotřebitelský servis, nyní chystám něco podobného na Seznamu mezi 7. a 8. hodinou ranní.

Příloha č. 10: Vyplněný dotazník od Jana Bumby (text)

Jak se připravujete na proudové vysílání? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Příprava vysílání je týmová záležitost. Součástí přípravy je tedy i komunikace s editorem, který vysílání řídí, a dalšími lidmi, kteří se na něm podílejí. Zkušenosti ukazují, že čím lépe se téma probere předem, tím méně času a námahy je nutné vynaložit pro samotné psaní otázek a studium doplňujících informací. Říci přesnou dobu potřebnou pro přípravu je obtížné i kvůli tomu, že některá témata jsou člověku bližší, jiná jsou úplně nová a vyžadují delší čas. Na pořad typu Interview Plus se v průměru připravuji cca 3 hodiny, na proudové vysílání s kratšími rozhovory většinou o něco méně.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Ke každému zdroji je nutno přistupovat jiným způsobem. Nejčastějším primárním zdrojem jsou agentury jako ČTK a Reuters. S příslušnou citací neboli odkazem na zdroj je možné používat jiná média, ať už tradiční deníky či časopisy nebo TV stanice. V poslední době ale roste nutnost přihlížet k tomu, kdo je vlastníkem daného média či kdo na něj má vliv. Největší opatrnost je potřeba u internetových serverů, které často fungují jako vlivové nástroje, v krajním případě

přímo jako nástroje propagandy.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadu Interview Plus?

Hosté do Interview Plus se vybírají po diskusi moderátora, editora a šéfredaktora stanice. Když se neshodneme, což se stává vzácně, má rozhodující slovo šéfredaktor. Ve většině případů se hosté zvou podle aktuálních událostí, případně výročí.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Standardně si připravuji cca 30 otázek či bodů, na které se hodlám ptát. To, zda je položím, ale záleží na vývoji rozhovoru. Někdy jde vše podle scénáře, jindy je po pěti minutách jasné, že je vše jinak a rozhovor je pak zcela improvizovaný. Jako u každého jiného rozhovoru je klíčové to, co říká host, moderátor musí především poslouchat.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešil Vy, když by se Vám přihodila?

Upřímně nevím. Není to věc, se kterou by se běžně počítalo. Obecně platí, že to nejhorší v rozhlase je ticho, takže by bylo nutné čas nějak vyplnit. Snažil bych se asi nejprve věc popsat a vysvětlit posluchačům. Pak připadá v úvahu čtení agenturních zpráv, které má člověk na monitoru. A celou dobu bych se modlil, aby už přišel editor s nějakým náhradním programem.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Osobně hlavně tak, že se snažím ke všem přistupovat stejně a nikoho nezvýhodňovat ani nepotlačovat. Často člověk vystupuje v roli ďáblová advokáta a předkládá protichůdné argumenty, ale kritický přístup je v rozhovoru klíčový. Kromě toho hlídáme, aby např. žádná politická strana nedostala nepřiměřeně velký nebo naopak malý prostor. Vyváženost jako taková má ale své meze, nejde vždy „vyvážit“ všechno. Dostali bychom se postupně do stavu, že bychom hledali druhý, opačný, „vyvažující“ názor i k tezi, že Země je kulatá. Všichni novináři mají ohledně vyváženosti vymezeny mantinely tím, že jsou „hlídacími psy demokracie“ a jako takoví musí stát právě na straně demokracie a svobody. Kdo to nedělá, není novinář. Vyvažovat se tedy dá jen v rámci demokratické soutěže.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Zpočátku je to nutnost naučit se mluvit s respondenty jako rovný s rovným. Dále pak již zmíněná nutnost poslouchat hosty a reagovat na to, co říkají. V delších formátech je důležitá schopnost udržet pozornost. A v celkové perspektivě schopnost odolávat skepsi z toho, že dobře

míněná snaha zůstává často nepochopena. Někteří kolegové šli dělat raději něco jiného, než aby čelili nenávisným útokům fanatických stoupců některých politiků.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stal moderátorem.

Začínal jsem v zahraniční redakci Radiožurnálu jako redaktor, pak jsem pracoval v české redakci BBC jako redaktor, zpravodaj a moderátor, pak na Rádiu Česko, pár let jsem psal do Hospodářských novin, moderoval jsem Ozvěny dne na Radiožurnálu, pak zase psal do týdeníku Ekonom a posledních několik let moderuji na Českém rozhlase Plus.

Příloha č. 11: Vyplněný dotazník od Renaty Kropáčkové (text)

Jak se připravujete na proudové vysílání? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Sleduji přes den dění, pokud mi to čas dovolí, v podvečer mi zavolá editor s informací, které téma si mám připravit, čemuž věnuji zhruba 1-2 hodiny času, podle náročnosti tématu. Podívám se i na další příspěvky a rozhovory, které jsou na ráno připraveny.

V případě odpoledního proudu, který ale už nevysílám, neb je na jednoho moderátora, se příprava odbyvala vždy v na pracovišti se stejným postupem.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Internet, noviny, zahraniční servery.

Jakým způsobem vybíráte hosty?

Výběr hostů je v gesci editorů.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

Podle vývoje rozhovoru mě někdy napadne lepší otázka, než mám připravenou, ale snažím se napsat si úvodní ohlášení tak, aby první otázka byla dle mého mínění nejlepší, a té se většinou držím. V průběhu rozhovoru je možné se doptávat na nejasnosti, což předem nejde odhadnout. Hlavní roli v proudovém vysílání hraje čas, který je předem daný a čas rozhovoru by se od něj neměl příliš odchylovat. I to má vliv na vývoj rozhovoru.

Panu Michaelu Rozsypalovi nedávno při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak byste tuto situaci řešila Vy, když by se Vám přihodila?

Kolega Rozsypal má můj obdiv, s jakou grácií tuto situaci zvládl. Byla to nejlepší a jediná možná reakce v tu chvíli. Mně se nic podobného nestalo. Pokud by nebyl další host, bylo by

nutné rozhovor ukončit s omluvou posluchačům a zajistit náhradní program – podobně jako kolega Rozsypal – pokud by tam byli další hosté, pokračovalo by se s nimi. Věřím, že se něco podobného stává jednou za 10 let.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

To je opět spíše otázka na editora, který na to musí pamatovat při výběru hostů.

Pokud jde o rozhovor jeden na jednoho, pak moderátor hraje roli tzv. ďáblova advokáta a měl by se stavět do role opozice nebo polemizátora.

Záleží také na tématu rozhovoru, pokud je to nutné.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Odvíjí se to od poslání jednotlivé stanice, na které moderátor působí – někde je prioritou bavit, jinde informovat.

V ČRo Plus umět klást otázky na tělo, za relativně krátký čas „vytáhnout“ z hosta to nejpodstatnější.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stala moderátorkou.

Vždy mě lákalo zpravodajství. Začínala jsem v roce 1996 v regionální stanici – dnes již neexistující Rádio Delta-Jizera, kde jsem vedle zpráv natáčela i rozhovory s činiteli místní samosprávy a také s umělci, kteří zavítali do Mladé Boleslavi.

Ve zpravodajství jsem pracovala i v celoplošné stanici Frekvence 1, poté jsem nastoupila do české redakce BBC, kde jsem vedle zpráv připravovala i další příspěvky – reportáže apod.

Po mateřské pauze a zrušení české redakce BBC jsem se vrátila do Českého rozhlasu jako redaktorka Radiožurnálu a posléze Rádía Česko, kde jsem četla zprávy a připravovala příspěvky do vysílání.

Po krátké epizodě na stanici ZET od roku 2014 působím jako moderátorka ČRo Plus, což pro mě byla velká výzva a stále ji beru jako příležitost a učím se v této roli obstat se ctí.

V čem vidíte největší rozdíl mezi stanicí Plus a zaniklou stanicí Rádio Česko, kde jste také působila?

Profesionálnější, větší posluchačský dosah, nápaditější program, pořady, zkušenější lidé, kteří mnohdy své zkušenosti získali právě na Rádiu Česko.

Společná je příjemná atmosféra, milí kolegové.

Příloha č. 12: Vyplněný dotazník od Michaela Rozsypala (text)

Jak se připravujete na proudové vysílání a na pořad Interview Plus? Kolik času Vám průměrně příprava zabere?

Příprava se liší. Obecně se dá rozdělit na dlouhodobou a krátkodobou. Dlouhodobá je nezbytná pro jakýkoliv typ moderace. Znamená to neustále sledování aktuálního domácího i zahraničního dění, čtení médií, knih, sledování a poslech publicistických pořadů z ČR i ze světa. Příprava de facto nikdy nekončí. Na proudové ranní vysílání se připravuji den předem, kdy mi editor zavolá a přidělí mi 1 téma, o kterém už víme, že bude určitě ve vysílání (např. projednávaný zákon v PS nebo Senátu, nebo bod z jednání vlády, mezinárodní summit, apod.) Příprava záleží na tématu. Pokud jde o něco, co sleduji podrobně dlouhodoběji (například vyjednávání o nové vládě), zabere to pár desítek minut. Musím si načíst aktuální vývoj a připravit si argumenty. Pokud jde o něco, o čem vím minimum (př. novela zákona o pohřebnictví), příprava zabere delší čas, abych se v tématu co nejvíce zorientoval. Většinu témat v ranním vysílání ale připravují editoři, a tak se s tématem seznamuji ráno před vysíláním, někdy v průběhu.

Na Interview Plus se začínám připravovat každý den hned po skončení předchozího Interview. Nejprve si s editorem vyjasním kostru pořadu a hlavní témata, která nás budou zajímat. Pak se snažím připravit si základní osnovu otázek a najít si potřebná data (např. názory a citace opozice, výroky politika k tématu z minulosti, data, statistiky, čísla). Příprava zabere několik hodin. Opět záleží na tom, zda jsem téma už v minulosti dělal, případně jestli jej sleduji dlouhodobě. Průměrný čas přípravy je cca 3-5 hodin.

Z jakých zdrojů čerpáte informace do vysílání?

Někdy z primárních (oficiální statistiky ČSÚ, tiskové zprávy, vyjádření úřadů), někdy ze sekundárních (novinové články, komentáře). Sleduji i sociální sítě, a to nejen médií, ale i politiků a stran napříč spektrem. Každý den poslouchám vysílání ČRo Plus, sleduji průběžně zpravodajství ČT24.

Jakým způsobem vybíráte hosty do pořadu?

Máte na mysli Interview Plus? Na týdenní plánovací poradě si stanovíme několik tipů k tématům, o kterých víme, že budou v daném týdnu rezonovat. Hosty většinou zveme na základě aktuálního dění, abychom mohli reagovat na to, co se momentálně děje.

Máte na hosty předem připravené otázky, kterých se striktně držíte, nebo dáváte větší prostor improvizaci?

V Interview Plus mám vždy dopředu danou přípravu. Otázky/okruhy/témata, která jsou klíčová, případně mám připravené protiargumenty, se kterými chci hosta konfrontovat a znát jeho reakci. Otázek se nikdy nedržím striktně. Z přípravy použiju třeba třetinu. Během rozhovoru je nejdůležitější respondentu poslouchat, reagovat na něj a doptávat se jej. Samozřejmě se držím připravené kostry, protože chci znát odpovědi na otázky, kvůli kterým hosta do vysílání zveme.

Nedávno Vám při živém vysílání odešel ze studia Jiří Paroubek. Jak jste vzniklou situaci vyřešil?

Posluchačům jsem oznámil nastalou situaci. Nejdříve jsem četl agenturní informaci z ČTK, během které technik připravil zálohu. Editor vysílání doplní až do „celé“ reprízami točených příspěvků z rána toho dne.

Jakým způsobem se snažíte o vyváženost obsahu vysílání?

Jednoduše řečeno: dáváme prostor k vyjádření všem zúčastněným stranám, nikomu nestráníme, nikomu nenadržujeme, nikoho se nesnažíme poškodit. Snažíme se k tématům přistupovat objektivně. Ctíme právo na názor, nicméně striktně dodržujeme fakta a pravdivé informace.

Co je podle Vás na moderaci nejtěžší?

Vytěžit z rozhovoru maximum. Nenechat se unést vlastními emocemi nebo sympatiemi/antipatiemi, ale uchovat a udržet si odstup. Soustředit se a co nejrychleji reagovat. Být neústupný ve správných momentech, správně asertivní, ale ne nezdvořilý nebo afektovaný.

Popište mi prosím stručně svoje předchozí působení v rozhlase, než jste se stal moderátorem.

Nastoupil jsem do TS Elévové. Nejprve jsem začal dělat ankety a různé krátké rozhovory a reportáže. Necelý rok jsem byl externistou v domácí redakci Radiožurnálu a začal jsem moderovat svůj první pořad na Plusu. Po návratu ze studií v Bruselu jsem začal pracovat na ČRo Plus, moderoval jsem několik pořadů, dnes moderuji střídavě ranní a dopolední vysílání, jehož součástí je i Interview Plus.

Dříve jste pracoval v dnes již neexistující stanici ČRo 6. Mohl byste ji srovnat se současnou stanicí Plus, v čem vidíte hlavní rozdíly?

Plus je nástupcem tří bývalých stanic ČRo – ČRo 6, Rádio Česko a Leonardo. Myslím, že vhodně nabízí to nejlepší z každého z těchto formátů. Snažíme se navazovat v tom nejlepším

na tradici a věhlas předchůdců Plusu – Rádía Svobodná Evropa, české Redakce BBC a posléze i 3 zmíněných stanic. Při tom se snažíme vytvářet moderní rádio s novými formáty, které nabízí svým posluchačům aktuální a analytickou publicistiku a kvalitní zpravodajství.

Příloha č. 13: E-mailová korespondence s Mariánem Vojtkem (text)

Kolik zaměstnanců spravuje profily Plusu na sociálních sítích?

2 lidé – 1 zaměstnanec na celý a 1 zaměstnanec na půl úvazku.

Podle čeho vybíráte příspěvky, které zveřejníte?

Podle zájmu publika, tzn. politika, komentáře, současná témata, osobnosti respondenta; ve velmi malé míře zveřejňujeme témata kulturní a vůbec ne sportovní, o ta nemají naši fanoušci ani followeři zájem, výjimkou jsou narozeniny nebo úmrtí významných (nikoli sportovních) osobností, naposledy např. Miloš Forman.

Kolik jich v průměru denně publikujete?

Ve všední dny cca 8, o víkendech cca 6 ve dvou nebo tříhodinových intervalech

Na Twitteru cca 8 až 10, o víkendech do 8.

Které (obsahově) příspěvky mají zpravidla největší dosah?

Záleží na tématu nebo respondentovi, obecně je to silný výrok, téma migrace, třídění odpadu a komentáře k aktuálním tématům

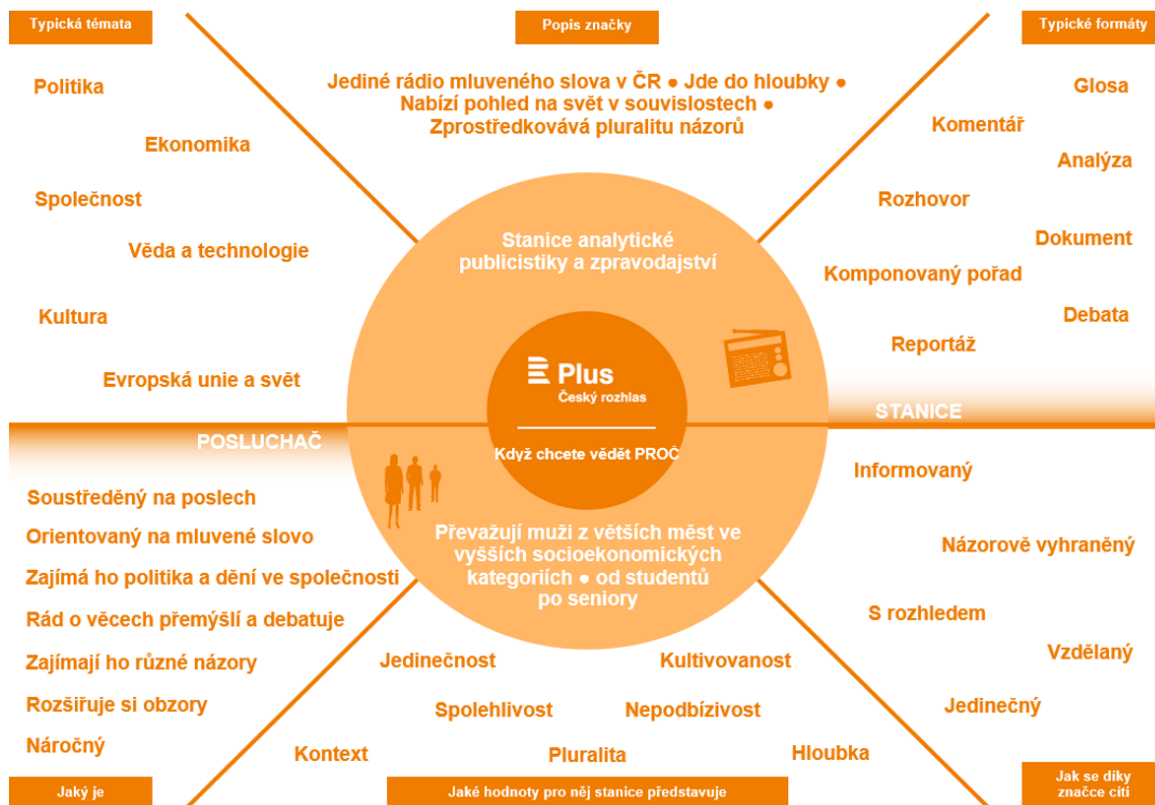
Liší se v něčem publikování na Facebooku a na Twitteru?

Na Facebook vybíráme podle atraktivity příspěvku, bereme v potaz jeho potenciál pro publikum.

Na Twitter umístíme veškerý webový obsah, avíza na zajímavé pořady a např. ze speciálních vysílání hned tweetujeme zásadní výroky z vysílání a komunikuje s uživateli, používáme zmínek pro další šíření tweetů.

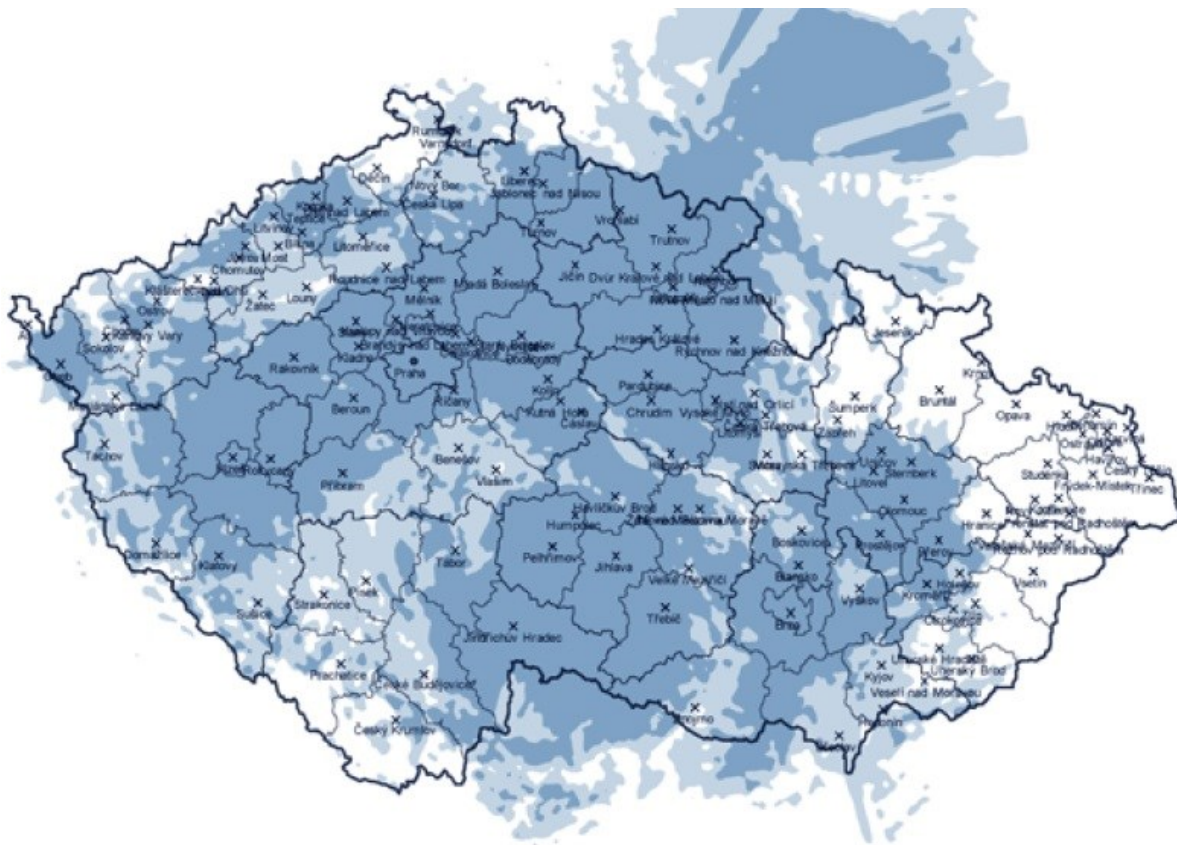
Na obsahu Twitteru se podílejí také moderátoři a editoři vysílání (retwetování jejich tweetů).

Příloha č. 14: Ukázka z marketingového plánu ČRo Plus (obrázek)



Zdroj: SOLNIČKA, Jan. *Marketingový plán 2018 ČRo Plus*. Český rozhlas, 21. 12. 2017.

Příloha č. 15: Mapa pokrytí ČRo Plus vysílači FM v roce 2017 (obrázek)



Zdroj: RADA Českého rozhlasu. Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2017. Příloha č. 6b, s. 223. [Rada Českého rozhlasu, Praha, 2018]. [online]. [cit. 2018-04-29]. Dostupná z: <http://media.rozhlas.cz/binary/03994782.pdf>