

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Šárka Pálková

**Prázdninové vysílání
Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu
v Chorvatsku**

Bakalářská práce

Praha 2011

Autor práce: **Šárka Pálková**

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

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2011**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

PÁLKOVÁ, Šárka. *Prázdninové vysílání Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu v Chorvatsku*. Praha : Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2011. 60 s. + 10 stran příloh + zvukové přílohy. Vedoucí práce PhDr. Josef Maršík, CSc.

Anotace

Bakalářská práce „Prázdninové vysílání Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu v Chorvatsku“ zpracovává čtrnáctiletou historii rozhlasového informačního servisu, který Radiožurnál připravoval pro Čechy na dovolené u Jadranského moře, a to po několik let ve spolupráci s cestovní kanceláří Vítkovice Tours.

Text se snaží nabídnout co nejkompletnější představu o podobě tohoto projektu - od informací o organizaci vysílání po rozbor jeho obsahové složky - a poskytnou tak výchozí materiál pro diskuzi o územních limitech vysílání veřejné služby a s tím související otázce financování obdobných rozhlasových projektů, jakým byl informační servis v Chorvatsku.

Podle zákona Český rozhlas poskytuje veřejnou službu na celém území České republiky a do zahraničí. České vysílání v Chorvatsku, které vznikalo přímo v chorvatském Splitu, nemohlo být z tohoto důvodu financováno z koncesionářských poplatků. Práce proto otevírá také diskuzi, zda by rozhlas veřejné služby měl vycestovat s posluchači, pokud ve významném počtu dočasně opustí zemi.

Klíčová slova

Český rozhlas, Radiožurnál, vysílání veřejné služby, cestovní ruch, Chorvatsko

Annotation

The bachelor thesis “The holiday broadcasting of the Czech Radio 1 - Radiožurnál in Croatia” compiles fourteen-year history of the radio information service which was provided by Radiožurnál for Czechs during the summer holidays period at the Adriatic Sea. It was run in cooperation with the tourist agency Vítkovice Tours for several years.

The text offers the most complete picture of the form of this project - from information about the organization of the broadcasting to the content analysis - and thus provides the base material for the discussion about the territorial limits of public service broadcasting and the related issue of funding of radio projects similar to the information service in Croatia.

According to law, the Czech Radio provides the public service throughout the territory of the Czech Republic as well as from the Czech Republic abroad. The Czech broadcasting in Croatia was prepared direct in Split (Croatia) and therefore could not be funded from the licence fees. The work therefore opens also the discussion whether a public radio service should “travel abroad” with listeners in cases that a significant number of them temporarily leave the country.

Keywords

the Czech Radio, Radiožurnál, public service broadcasting, tourism, Croatia

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně, použila jen uvedené prameny a literaturu a že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 7. 1. 2011

Šárka Pálková

Poděkování

Na tomto místě bych nejprve ráda poděkovala za věnovaný čas a cenné rady svému konzultantovi Josefu Maršíkovi.

Dále pak všem, kteří mi vyšli vstříc a poskytli mi informace, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout. Jmenovitě jsou to Martin Šulc a Alexandr Pícha z Českého rozhlasu, ředitel cestovní kanceláře Vítkovice Tours Zdeněk Honek, bývalý redaktor Českého rozhlasu Dušan Valenta a Jindra Dimitrova z Bulharska.

Děkuji také své rodině
a Ondřejovi.

.....

© 2010 Pearson Education, Inc. All rights reserved. This publication is protected by copyright. Any unauthorized distribution or reproduction of this work is strictly prohibited. For more information, contact Pearson Education, Inc., 501 Boylston Street, Boston, MA 02116.

Obsah

ÚVOD	12
1 KRÁTKÝ EXKURZ DO HISTORIE ČS. TURISMU	15
2 PŘEHLED NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH MEZNÍKŮ VYSÍLÁNÍ	16
3 ZAHÁJENÍ PROJEKTU	17
4 DVĚ ÉRY CHORVATSKÉHO VYSÍLÁNÍ	20
4.1 PRONÁJEM VYSÍLAČŮ A JEJICH DOSAH	22
4.2 REDAKTOŘI A DELEGÁTI.....	23
4.3 TECHNICKÉ VYBAVENÍ.....	26
4.3.1 Digitalizace, nástup počítačů a internetu	27
4.3.2 Mobilní pomocníci.....	29
4.4 OBSAH VYSÍLÁNÍ	30
4.4.1 Podoba vysílání v roce 1999	32
4.4.2 Podoba vysílání v roce 2009	37
4.5 MARKETING A DOPROVODNÉ VYSÍLÁNÍ	40
4.5.1 Soutěže.....	40
4.5.2 Upoutávky ve vysílání	43
4.5.3 Letáková kampaň	44
4.6 FINANCOVÁNÍ PROJEKTU	44
5 POSLECHOVOST A ZHODNOCENÍ PROJEKTU	46
6 NA VLNÁCH VARNY	49
ZÁVĚR	53
SUMMARY	55
LITERATURA	56
SEZNAM PŘÍLOH	60
PŘÍLOHY	

ÚVOD

Rozsah veřejné služby poskytované Českým rozhlasem je přesně definovaný zákonem č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu. Ten stanovuje, že veřejnou službou je *tvorba a šíření rozhlasových programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb*. Pro tuto práci je však podstatná pokračující část zákonného vymezení, která rozsah veřejné služby vymezuje prostorově. Zákon totiž říká, že veřejnou službu Český rozhlas poskytuje *na celém území České republiky a do zahraničí*.

Historie Českého rozhlasu už však zaznamenala i takové vysílání, které se tomuto územnímu vymezení vymykalo. Jednalo se o letní vysílání v Chorvatsku, které díky poloze i přijatelným cenám ještě stále patří mezi nejoblíbenější prázdninové destinace českých rekreantů. Ti měli díky tomuto vysílání denně přístup k nejdůležitějším zprávám z domova i ze světa a dalším užitečným informacím z místa jejich dovolené v češtině. Redaktoři jej připravovali přímo v Chorvatsku.

V tuto chvíli se nabízí otázka: Vysílání Českého rozhlasu pro Čechy na dovolené v Chorvatsku tedy nebylo veřejnou službou, když se vysílalo nikoliv z České republiky do Chorvatska, nýbrž přímo ze studia v chorvatském Splitu? Z právního hlediska je odpověď jasná: Ne, nebylo. Z jiného úhlu pohledu by však tento projekt šlo hodnotit spíše jako „nadstandardní“ veřejnou službu, která pouze není definována zákonem.

Většina odborných diskuzí k tématu „veřejná služba“ se točí kolem obsahové složky vysílání¹. Tato práce si však klade za cíl otevřít diskuzi nikoliv nad obsahovou stránkou veřejné služby, ale nad rozsahovou: **Jsou územní limity veřejné služby správně nastavené?** Do Chorvatska v roce 2009, kdy proběhla poslední sezóna tamějšího vysílání, odjelo na dovolenou podle oficiálních statistik 814 tisíc Čechů (AČCKA 2. 7. 2010). Reálně jich tam pobývalo s vysokou pravděpodobností ještě více. K Jadranu tedy během letní sezóny zamíří téměř každý dvanáctý Čech. **Měl by Český rozhlas v takovém případě vycestovat se svým posluchačem za hranice?**

¹ Viz např. (1) *Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí? : sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK 27. dubna 2009 v Karolinu* (2009). Praha : Sdružení pro rozhlasovou tvorbu. 40 s. ISBN 978-80-254-6814-2, nebo (2) ŽANTOVSKÝ, P. (et al.) (2003). *Veřejná služba ve veřejnoprávních médiích: sborník textů ze semináře*. Praha : Votobia. 316 s. ISBN 80-7220-142-5.

Bakalářská práce si neklade za cíl na otázky odpovědět, ale klade si za úkol přiblížit několikaleté vysílání pro české (a slovenské) rekreanty na chorvatských plážích Jadranského moře a poskytnout tak pro případnou další diskuzi argumenty, proč rozšířit či nerozšířit působnost veřejné služby a dotovat podobné projekty z koncesionářských poplatků, popř. zda poskytovat či neposkytovat pro podobné vysílání peníze z příjmů z vlastní hospodářské činnosti.

Vzhledem k tomu, že o chorvatském vysílání nikdy nebylo napsáno více než několik krátkých zpráv v médiích a bylo opomenuto i v rozsáhlé publikaci *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí Českého rozhlasu*² vydané k 80. výročí vzniku Českého rozhlasu, klade si tato práce za cíl neposledně také zmapovat 14letou historii tohoto vysílání a tím i mnoho práce nejen desítek redaktorů Českého rozhlasu, kteří se na jeho realizaci podíleli.

Opomíjení tohoto rozhlasového projektu v odborné literatuře i osobní zájem o něj byly také důvody, proč jsem si toto téma vybrala pro svoji bakalářskou práci. Věřím, že se mi podaří vyplnit dosavadní mezeru v literatuře věnované rozhlasové tematice.

Vzhledem k výše uvedenému jsem se rozhodla pro zpracování tématu použít kvalitativní metodiky práce. Text tedy vychází z empirických dat, které jsem získala jednak studiem dokumentů (výroční zprávy Rady Českého rozhlasu z let 1996 - 2009, texty k vysílání či přepisy pořadů poskytnuté vedoucím projektu M. Šulcem), jednak hloubkovými rozhovory s vybranými osobami zainteresovanými do tohoto rozhlasového projektu, které jsem vybírala s důrazem na vyváženost výsledné dávky informací. Vzhledem k velmi omezenému množství písemných, popř. elektronických dokumentů k vybranému tématu byly rozhovory nejvhodnějším způsobem, jak hlouběji proniknout do realizace chorvatského vysílání a zároveň i do motivací a názorů osob, které ho spoluutvářely. Jednalo se o rozhovor s generálním ředitelem cestovní kanceláře Vítkovice Tours Zdeňkem Honkem, rozhovor s vedoucím projektu Martinem Šulcem z Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu, rozhovor s Alexandrem Píchou – svého času šéfredaktorem Radiožurnálu a rozhovor s bývalým redaktorem stanice Dušanem Valentou, který se chorvatského vysílání, v roli redaktora na místě, zúčastnil všech fází

² JEŠUTOVÁ, E. (ed.) (2003): *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí Českého rozhlasu*. 1. vyd. Praha : Český rozhlas. 667 s. ISBN 80-86762-00-9. V roce vydání knihy vysílání v Chorvatsku běželo již osmou sezónu. V publikaci je však zmíněno pouze jeho zahájení v roce 1996, a to jedinou větou (s. 604) v závěrečném souhrnu nesoucím název Významná data z rozhlasové historie.

jeho vývoje. Kapitulu o letním vysílání v Bulharsku za minulého režimu jsem zpracovala na základě osobní korespondence s Jindrou Dimitrovou, vedoucí tamější československé redakce.

Struktura práce sleduje chronologickou deskripci vysílání v Chorvatsku, které se postupem času měnilo s ohledem na zvyšující se úlohu Českého rozhlasu v tomto projektu. Text je rozdělen do několika tematických kapitol. Úvodní část nejprve nastiňuje historii československého, resp. českého turismu, načež navazuje přehled nejvýznamnějších mezníků chorvatského vysílání pro základní orientaci v tématu. Poté už se práce věnuje počátkům vysílání a jeho jednotlivým otázkám - Jakým způsobem byly zajištěny rozhlasové frekvence? Kdo vysílání vytvářel? Jak bylo připravováno? Jakou mělo podobu? Jakým způsobem se informace o vysílání šířily mezi potenciální posluchače? Práce nevynechává ani otázku financování tohoto projektu a poskytuje i zhodnocení projektu zainteresovanými osobami včetně možností jeho dalšího pokračování.

V úvodu ještě zmiňme problémy, které mě limitovaly při zpracovávání tématu. V první řadě je nutné upozornit, že zvukový archiv Českého rozhlasu záznamy chorvatského vysílání neobsahuje. Lze konstatovat, že co se týče obsahové stránky vysílání, jediným zdrojem psaných informací pro mě byly dokumenty uložené v osobním počítači vedoucího projektu M. Šulce. To se týče i zvukových záznamů. Znělek a podkresových zvukových stop se zachovalo několik, co se týče ale samotného vysílání, v celkové délce se zachovaly pouze dva záznamy z roku 2009. Co se týče ostatních sezón, vycházet jsem musela pouze z několika zachovalých scénářů vysílání. Limitována jsem byla i skutečností, že jsem neměla možnost nahlédnout do smluv uzavíraných v souvislosti s chorvatským vysíláním, jelikož si to některá ze stran nepřála, nebo nebyly dostupné. Tím jsem přišla například o informace spojené s financováním projektu a musela jsme vycházet z dat získaných v rámci osobních rozhovorů s lidmi zainteresovanými do projektu. Pochopitelně že tato metoda je riziková z hlediska toho, že dotyčné osoby mohly podávat informace zkreslené, a to ať už záměrně nebo jen z důvodu toho, že se v některých otázkách jednalo o události staré až patnáct let. Z tohoto důvodu jsem se získané informace od jedné osoby snažila ověřit u dalších lidí nebo v dokumentech. Závěrem připomeňme, že co se týče prvních třech sezón vysílání (1996-1998), zachována zůstala pouze tisková zpráva o zahájení vysílání a propagační

leták z roku 1996. V písemné podobě se toho více neuchovalo a v elektronické také ne, neboť z tehdejších počítačů se nic nezachránilo a většina dokumentů v podstatě ani v elektronické podobě neexistovala.

1 KRÁTKÝ EXKURZ DO HISTORIE ČS. TURISMU

Dříve než-li se začnu věnovat samotnému vzniku českého rozhlasového vysílání v Chorvatsku v letních sezónách, krátce vzpomenu, jak se změnila situace v turistickém ruchu po roce 1989 oproti komunistické éře.

Čechoslováky coby obyvatele vnitrozemského státu vždy lákala dovolená u moře. V rozsáhlejší míře se na zájezdy začalo jezdit v 60. letech, takže srpnová okupace Československa sovětskými vojsky v roce 1968 zastihla mnoho našinců na dovolené v Bulharsku či Jugoslávii (VJ [JANDA, V.] 5. 9. 2009)³. V drtivé většině se rekreovalo pouze v zemích socialistického bloku - k populárním destinacím patřilo zejména Baltské moře ve východním Německu, Balaton v Maďarsku a černomořské pláže v Rumunsku a zejména pak v Bulharsku.

Dovolená u jadranského pobřeží v Chorvatsku, resp. tehdejší Jugoslávii, byla do pádu komunistického režimu v roce 1989 vrcholem československého turismu. V období od roku 1962 do roku 1972 byla sice ještě možnost cestovat do Jugoslávie poměrně reálná, avšak poté se jugoslávský režim přiklonil k Západu a cesty československých turistů k Jadranu byly následně velmi omezeny. Stejně jako k cestám do tzv. „kapitalistické ciziny“ bylo i do Jugoslávie nutné mít pas opatřený výjezdní doložkou, kterou udělovalo ministerstvo vnitra na základě určitých kritérií, a to pouze „politicky spolehlivým osobám“ (AČCKA 15. 11. 2010). Navíc bylo potřeba získat devizový příslib, což znamenalo, že stát dotyčnému prodal valuty na cestu.

Konec komunistického režimu v roce 1989 a s ním následně spojené otevření hranic, dohody o bezvízovém styku či volně směnitelná měna znamenalo rapidní nárůst výjezdů do zahraničí. Lákal nejen dříve zakázaný Západ, ale i pro Čechy jedny z nejlépe dostupných pláží – na jadranském pobřeží Chorvatska. To se osamostatnilo v červnu 1991. Nově vznikající cestovní kanceláře začaly nabízet organizované zájezdy k Jadranu a Chorvatsko se rázem zařadilo k nejpopulárnějším prázdninovým destinacím Čechů.

³ Tuto skutečnost nezmiňuji jen tak mimochodem, ale dále v textu na ni ještě navážu.

Nejistotu do cestování k Jadranu však přinesly ozbrojené konflikty, ve které vyústil po rozpadu Jugoslávie spor mezi Chorvaty a Srby obývajícími chorvatské území. Ti se totiž chtěli odtrhnout a osamostatnit v rámci Republiky Srbská Krajina (PRTINA, S. 2007: 45–80). A právě s tímto obdobím nejistoty a možného nebezpečí při pobytu u Jadranského moře jsou spojeny počátky vysílání Českého rozhlasu (dále jen ČRo) pro české turisty v Chorvatsku.

2 PŘEHLED NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH MEZNÍKŮ VYSÍLÁNÍ

Celkem čtrnáct letních sezón, od roku 1996 do roku 2009, bylo možné na jadranském pobřeží Chorvatska naladit na rozhlasových přijímačích speciální vysílání ČRo, resp. jeho první zpravodajsko-publicistické stanice – Radiožurnálu. A stejně jako se během této doby postupně měnila tvář Radiožurnálu, potažmo celého ČRo, měnila se i podoba chorvatského vysílání. A to nejen z hlediska organizačního, ale i obsahového. Proto chceme-li poskytnout co nejucelenější rozbor tohoto vysílání, je nutné při popisu jednotlivých jeho aspektů brát v úvahu tuto neustálou proměnu. Nelze tedy generalizovat například obsahovou stránku tamější zpravodajské relace, neboť by taková výsledná charakteristika byla velice vágní.

Pro potřeby této práce budu rozlišovat minimálně dvě etapy chorvatského vysílání, přičemž dělicím mezníkem je rok 2003, kdy došlo ke změně ve smluvním zajištění projektu. Od roku 1996 do roku 2002 uzavírala smlouvu o nákupu vysílacího času s Chorvatským rozhlasem cestovní kancelář Vítkovice Tours (dále CKVT) a ČRo vystupoval jako obchodní partner. V roce 2003 ale došlo ke změně a CKVT si vyměnilo pozici s ČRo – rozhlas uzavíral smlouvu se svým chorvatským protějškem a CKVT se stala partnerem projektu. Rozhlas tak získal významnější postavení v tomto společném projektu, což se odrazilo jak po obsahové stránce vysílání, tak i v zisku nových vysílacích časů, které se tehdejšímu generálnímu řediteli ČRo Václavu Kasíkovi podařilo v rámci nové smlouvy dojednat⁴.

Za zmínku ale stojí i rok 1999, kdy skončily válečné konflikty na území bývalé Jugoslávie. Uzavřela se tak kapitola balkánské historie stěžejní pro informační servis

⁴ Jednalo se o vysílací časy na celostátním okruhu HR2, na kterém se vysílaly v předem určených časech zprávy Radiožurnálu přenášené do vysílání satelitem. Podrobněji viz kapitola 4.1.

pro české turisty v Chorvatsku – díky nepokojům na Balkáně vysílání totiž v roce 1996 vzniklo jak vysvětlí následující kapitola.

Do třetice zmíním ještě rok 2007, ve kterém se ČRo rozhodl zcela ukončit spolupráci s cestovní kanceláří Vítkovice Tours, s níž od samého počátku na vysílání spolupracoval. Ta se na vysílání podílela nejen zvukovými příspěvky od svých delegátů v přímořských letoviscích, ale zajišťovala i některé marketingové úkoly, po několik let vysílání významným podílem finančně pokrývala, a pak především – ředitel CKVT Zdeněk Honek celý tento rozhlasový projekt vymyslel a ČRo s nabídkou spolupráce oslovil.

Tolik k přehledu nejvýznamnějších událostí v historii chorvatského vysílání a nyní již podrobně k jeho jednotlivým složkám.

3 ZAHÁJENÍ PROJEKTU

Myšlenka rozhlasového vysílání pro české rekreanty na pobřeží Jadranského moře v Chorvatsku nevznikla mezi zaměstnanci Českého rozhlasu, nýbrž autorem a iniciátorem tohoto vysílání byl generální ředitel cestovní kanceláře Vítkovice Tours Zdeněk Honek. Plány se začaly rodit v roce 1995 po nevydařené letní sezóně, neboť mnoho Čechů odřeklo zájezdy k moři kvůli ozbrojeným konfliktům na území Chorvatska. Válka mezi Chorvaty a srbskou menšinou tehdy probíhala přímo uprostřed turistické sezóny - operace Bljesak (Blesk) v červnu 1995 a Oluja (Bouře) v srpnu 1995. Krom toho byla na Balkáně řada dalších ohnisek, která vyvolávala nejistoty, jako například občanská válka za nezávislost odehrávající se na území sousední Bosny a Hercegoviny⁵.

Z. Honek nezastírá, že z jejich strany byl cíl rozhlasového vysílání z počátku jediný: ujistit potenciální zákazníky o uklidněné situaci v Chorvatsku a zajistit si tak v roce 1996 opět zvýšenou poptávku po dovolené u moře. I přes záměr vydobýt z toho zejména vlastní prospěch ale podle něj tento projekt považovala CKVT zároveň za službu lidem, kteří byli plni nejistoty a bez informací: *Srdce vás táhne na Jadran, ale vy*

⁵ Válka v Bosně a Hercegovině proběhla v letech 1992-1995 a byla největším a nejkrvavějším válečným konfliktem v Evropě od roku 1945. Vyznačovala se etnickými čistkami, vražděním a vyháněním civilního obyvatelstva. Důsledkem bylo 200 tisíc mrtvých a 50 tisíc pohřešovaných, navíc téměř každý druhý obyvatel země (celkově kolem 2 milionů) se stal uprchlíkem, ať již vnitřním či v některé ze západoevropských, resp. sousedních zemí (CABADA, L. 2004: 62).

nevíte. A pak se objeví někdo, kdo vám věrohodně podá informace, objasnil Z. Honek „lidské hledisko“ projektu (Rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010).

Cestovní kancelář Vítkovice Tours, v současnosti největší touroperátor specializovaný na Chorvatsko, už tehdy organizovala zájezdy pro desítky tisíc českých turistů. Aby předešla další nevydařené sezóně, bylo tedy důležité zajistit, aby měli Češi chystající se k Jadranu přístup k informacím o tamější situaci. Chtěli jim proto poskytovat informace už od jarních měsíců, kdy lidé dovolenou zvažují, a pokračovat v této službě i během jejich pobytu u moře.

Z tohoto důvodu se Z. Honek počátkem roku 1996 obrátil na tehdejšího generálního ředitele ČRo Vlastimila Ježka⁶ s nabídkou spolupráce na rozhlasovém vysílání⁷. *Po vnitřních konzultacích a za účelem ohledání bližších možností vysílat z chorvatského Splitu byla vedena různorodá jednání mezi stranami, bez jejichž kladných příspěvků by nebyl takový projekt vůbec možný* (Tisková zpráva ČRo, 1996⁸). Je vhodné dodat, že rok 1996 byl pro Český rozhlas více než příznivý. Krom toho že se poprvé od vzniku dostal do zisku, a to ve výši 50 milionů korun⁹, zaznamenal i nárůst posluchačů o téměř čtvrt milionu. Na pozadí těchto příznivých čísel a po zvážení všech okolností ČRo s nabídkou CKVT souhlasil. Jak zavzpomínal tehdejší šéfredaktor Radiožurnálu Alexandr Pícha, důvody k přistoupení na jejich nabídku byly minimálně tři (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010):

1. Služba posluchačům – ČRo mohl vysílat pro lidi, kteří by ho po dobu dovolené v Chorvatsku jinak nemohli poslouchat.
2. Marketingový tah – dobrý způsob pro ČRo jak se zviditelnit.
3. Příležitost pro redaktory – mohli si vyzkoušet práci zahraničního zpravodaje, neboť se v podstatě museli sami vysílat - sami si vše připravovali a zasílali též příspěvky do vysílání v Česku. Navíc za toto sebezdokonalování redaktorů nemusel ČRo nést veškeré náklady – většinu pokryla CKVT.

⁶ Ve funkci od 28. 6. 1993 do 30. 6. 1999 (JEŠUTOVÁ, E. (ed.) 2003: 611).

⁷ CK Vítkovice Tours oslovila s nabídkou spolupráce i soukromá rádia, ale tato varianta podle Z. Honka padla vzhledem k tomu, že veškerou propagaci chorvatského vysílání chtěli tyto stanice CKVT účtovat podle reklamního sazebníku, což by společnost vyšlo velice drahé.

⁸ Příloha č. 1

⁹ ČRo se podařilo smazat účetní ztráty z let 1993 a 1994 a dostat se do kladných čísel zejména díky navýšení koncesionářských poplatků od 1. dubna 1995 z 20 na 25 Kč z měsíc (viz Zákon č. 252/1994 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích).

Následně byla 9. 2. 1996 v Praze v holešovickém hotelu Belveder za přítomnosti chorvatského ministra turistiky Niko Buliče podepsána mezinárodní *Dohoda o spolupráci mezi Českým rozhlasem a CK Vítkovice Tours na straně jedné a Turističkou zajednicou Županije splitsko – dalmatinske a Radiem Dalmácia na straně druhé*, která odstartovala řadu separátních jednání a uzavírání smluv mezi jednotlivými partnery (Tisková zpráva ČRo, 1996). Podle Z. Honka považovali Chorvaté vznik českého vysílání na jejich území za zásadní věc, neboť se jednalo o něco úplně nového pro rozvoj turistiky v jejich zemi, která po období válečných konfliktů přísun peněz velice vítala (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010).

Společný rozhlasový projekt nesl název *Informační servis Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a cestovní kanceláře Vítkovice Tours pro české turisty v Dalmácii*¹⁰. V březnu 1996 se na něj z vysílání ČRo začaly ozývat první anonce a začala také *telefonická a dopisová soutěž o tranzistorové radiopřijímače s hlavní cenou týdenním zájezdem pro 1 osobu do Chorvatska* (Tisková zpráva ČRo, 1996). Marketingové zajištění soutěže pokračovalo dubnovou tiskovou konferencí, na které byl společný vysílací projekt představen médiím, potažmo veřejnosti. Ekonomický a obchodní rada Velvyslanectví Chorvatské republiky Eduard Novosad při této příležitosti českou veřejnost ujistil, že situace v jeho zemi je oproti předchozímu roku bezpečná a nic nestojí v cestě klidné dovolené na tamějších jadranských plážích: *Jsme ve svých hranicích. Válka je za námi*, ubezpečoval tehdy Novosad (HANUŠ, M. 11. 4. 1996).

V květnu se objevila inzerce také v tisku a podle již citované tiskové zprávy proběhla před začátkem sezóny také diskuze v České televizi o aktuální situaci v Chorvatsku. Zákazníci CKVT pak byli o vysílání informováni ještě letáky vkládanými do pokynových materiálů a pro tištěnou reklamu se našel prostor i na propagačních letácích ČRo¹¹.

Tato přípravná fáze před samotným vysíláním tak na jednu stranu dělala reklamu Honkově společnosti, neboť její název byl při anotaci ve vysílání zmiňován, a připravované vysílání zároveň dávalo tušit, že se situace na Balkáně skutečně již uklidnila. Nejistota a nebezpečí přestaly být důvody proč nejet k Jadranu. Na druhou

¹⁰ V této práci Informační servis Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a cestovní kanceláře Vítkovice Tours pro české turisty v Dalmácii nazýváme také zkráceně pojmy „chorvatské vysílání“, „informační servis“, popř. jen „vysílání“ nebo „projekt“.

¹¹ Příloha č. 2

stranu ČRo se mohl pyšnit nadstandardní rozhlasovou službou, kterou svým posluchačům poskytuje.

Dlouhé roky spolupráce tak byly, jak potvrdil Z. Honek i A. Pícha, barterovým obchodem¹² mezi CK Vítkovice Tours a Českým rozhlasem, kdy si vzájemně poskytovaly služby, kterými společně utvářely informační servis v Dalmácii.

4 DVĚ ÉRY CHORVATSKÉHO VYSÍLÁNÍ

Spolupráce Českého rozhlasu s CK Vítkovice Tours měla pro rozhlas jednu nespornou výhodu. Na chorvatské vysílání musel vynaložit jen minimum finančních prostředků. Jak podrobněji dokládá kapitola o financování projektu, většinu nákladů včetně nejdražší položky – nákupu vysílacího času – hradila CKVT a rozhlas se navíc „svezl“ na všech propagačních materiálech a v inzerci, kterou společnost měla k vysílání zaplacenou. Rozhlas se tak mohl zviditelňovat na cizí náklady.

Za tento štedrý přístup ale pochopitelně CKVT na oplátku něco požadovala. Jak plynulo ze společné smlouvy, programovou náplň připravovali oba partneři společně. CKVT si vyhradila právo sdělovat ve vysílání novinky z oblasti cestovního ruchu a také právo zařazovat do programu svou reklamu související s turistikou v Chorvatsku, případně reklamu sponzorů (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010).

Jak ale uvedl tehdejší šéfredaktor Radiožurnálu A. Pícha, ČRo vždy řešil otázku, na kolik je takové vysílání nezávislé, když do něj CKVT může zasahovat. ČRo také považoval za poněkud jednostranné, když informace z letovisek či různé tipy na výlety poskytovala jediná cestovní agentura: *Začali jsme (Český rozhlas, pozn. autorky) řešit s Vítkovicemi Tours, nakolik ten náš program je nezávislý a nakolik do něj můžou zasahovat... Vítkovice ale měly větší představu o tom, co by mělo být v obsahu, než to, co jsme byli ochotní akceptovat. Protože chceme nezávislé zpravodajství. Ale nejde jen o nezávislé zpravodajství, chtěli jsme si sami vybírat agendu. A někdy jsme se dostávali do situací, kdy jsme si úplně nerozuměli. To bylo tehdy, když jsme třeba líčili nebezpečí, které čeká naše turisty, když jsme je objektivně informovali o tom, co se v Chorvatsku děje. A Vítkovicím se zdálo, že by to mohlo demotivovat české turisty od cesty do*

¹² Vysvětlení pojmu: Jedná se o naturální směnu, resp. přímou výměnu jednoho statku za jiný bez použití peněz (Businesscenter.cz)

zahraničí, vysvětlil A. Pícha spory ČRo s CKVT (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010).

Jak totiž dále upozornil, mediální dopad práce tamějších redaktorů Českého rozhlasu se neomezoval jen na Chorvatsko. Redaktoři totiž působili zároveň jako zpravodajové v zahraničí a posílali tedy informace z Chorvatska do vysílání Radiožurnálu, popřípadě i dalších stanic ČRo. Takže mediální dopad byl jak pro Chorvatsko, tak pro Českou republiku. Toho si CKVT byla vědoma, proto měla podle A. Píchy tendenci neustále vysílání připomínkovat a některé věci jim nesesděly do jejich marketingových záměrů¹³. Tyto spory nakonec vedly k tomu, že se rozhlas začal ve věci chorvatského vysílání osamostatňovat.

Václav Kasík, který nahradil ve funkci generálního ředitele Vlastimila Ježka¹⁴, neshody vyřešil tak, že vysílací čas si začal Radiožurnál od roku 2003 platit sám (Výroční zpráva Rady ČRo o činnosti ČRo za rok 2004: 13). Zpočátku ještě i přesto měla CKVT ve vysílání informačního servisu prostor, neboť se na projektu nadále finančně podílela. Byla jí vyhrazena komerční část, jejíž obsah obstarávali delegáti kanceláře. CKVT si do ní zařazovala různé komerční spoty apod. Nakonec ale ČRo po sezóně 2006 vzájemnou spolupráci zcela ukončil a vysílání v posledních letech své historie přešlo do druhé éry, ve které běželo výhradně v režii ČRo 1 – Radiožurnálu (Výroční zpráva Rady ČRo o činnosti ČRo za rok 2007: 131).

Tento přechod do druhé éry projektu se projevil nejen z hlediska obsahu vysílání, ale ve výsledku měl dopad i na lepší pokrytí chorvatského území vysíláním informačního servisu a také například na způsob jeho přípravy. Zatímco během společného vysílání CKVT a ČRo obstarávali informační servis dva redaktoři, v posledních třech letech musel vše zvládnout jeden redaktor Radiožurnálu. Podrobněji tyto změny reflektují následující podkapitoly.

¹³ Z představy, že média ovlivňují postoje lidí, vychází celá řada výzkumů a úvah o vlivu médií na rozhodování člověka. Příkladem je mediální pedagog James Potter, který uspořádal představy o povaze působení médií podle toho, jaké povahy je změna, na níž se média podílejí nebo kterou iniciují. Krom jiného hovoří i o ovlivňování postojů těch, kteří mediální sdělení přijímají. Konkrétní sdělení mohou posilovat již existující postoje, názory (a tedy i předsudky), mohou orientovat názory jedince dosud nevyhraněné, mohou pozměňovat stávající postoje nebo vytvářet postoje zcela nové (JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. 2009: 356-358). Obavy CKVT, že nepříznivé zprávy vztahující se k Chorvatsku by mohly ovlivnit zájem Čechů o dovolenou u Jadranu, tak nebyly neopodstatněné.

¹⁴ Václav Kasík funkci generálního ředitele ČRo vykonával od 1. 7. 1999 do 22. 7. 2009 (JEŠUTOVÁ, E. (ed.) 2003: 611; ŠINKOVSKÝ, M. 22. 7. 2009)

4.1 Pronájem vysílačů a jejich dosah

Chorvatské pobřeží má délku 1777 kilometrů, nepočítaje v to ještě více než dvakrát tak delší pobřeží ostrovů (Statistická ročenka Chorvatska 2009: 43). V posledních letech se chorvatské vysílání podařilo šířit na tolika vysílačích, že k němu měli přístup čeští posluchači v prázdninových destinacích po téměř celé délce pobřeží, včetně části vnitrozemí. Zpočátku však byla situace jiná.

Po první dva roky, tedy v letech 1996 a 1997, se vysílalo ze studia regionálního Radia Dalmácia sídlícího ve Splitu. Pro CKVT byly tehdy smlouvy velice výhodné. Do projektu bylo totiž zapojené i tamější turistické sdružení (Turistička zajezdnicna Županije splitsko-dalmatinske), se kterým se dojednaly podmínky takové, že se nemusel platit vysílací čas. Vysílání však bylo dostupné jen v nejnižnější části Chorvatska - Dalmácii, čemuž odpovídal i oficiální název vysílání: Informační servis ČRo a CKVT pro české turisty v Dalmácii. Vysílalo se na frekvencích 96,8 FM a 90,5 FM, na první z nich se ladilo vysílání na pevnině, druhá byla určená pro ostrovy a pobřeží. Vysílání na velmi krátkých vlnách pokrylo území od severodalmáckého Biogradu po jižně položený poloostrov Pelješac a bylo zachytitelné na běžných tranzistorových přijímačích (Tisková zpráva ČRo, 1996; ČTK 10. 4. 1996). Jak doplnil Z. Honek, jednalo se o oblast, kde měla CKVT své zákazníky, ale zároveň se jednalo o místo, kam mířila i většina Čechů ať už s jinou cestovní kanceláří, nebo soukromě do apartmánů či kempů. Vysílání na frekvencích Radia Dalmácia začínalo v polovině června a končilo v polovině září, a to denně od 16.05 do 16.35. Tento vysílací čas ale nevydržel dlouho.

S přechodem na frekvence Chorvatského rozhlasu v roce 1998 se jednak o něco zkrátila doba vysílání a zároveň se začátek informačního servisu posunul o dvě hodiny déle. Vysílalo se na frekvencích Rádía Split Chorvatského rozhlasu¹⁵, které umožnilo rozsáhlejší pokrytí oblasti českým vysíláním, a to denně od 18.05 do 18.30. *V této době lidé chodí z pláže a když se sprchují a připravují se na večeři, tak mají rádia zapnutá. Popřípadě měli lidé možnost poslouchat vysílání cestou z pláže v autech na autorádiích,* odůvodnil Z. Honek výběr tohoto vysílacího času (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010). Asi o dva týdny se zkrátila i celková délka informačního servisu – začínalo se zpravidla v poslední týden června a končilo na konci prvního zářijového týdne.

¹⁵ Příloha č. 3

Tento formát vydržel až do roku 2004. V srpnu roku 2005 začalo testování vysílání po celém pobřeží Chorvatska a od letní sezóny následujícího roku už bylo vysílání od počátku dostupné od severně položené Istrie, přes Kvarner, celou Dalmácii, chorvatské přímoří a mohli jej naladit i čeští turisté na výletě k Plitvickým jezerům ve vnitrozemí. Krom již zmíněných frekvencí Rádia Split bylo totiž možné české redaktory slyšet i na dalších dvou regionálních stanicích Chorvatského rozhlasu: Rádiu Rijeka, které pokrývalo severní část země, a Rádiu Dubrovnik, které ladili lidé na samém jihu země¹⁶.

S rozšířením vysílání na téměř celé území Chorvatska ale došlo k jeho dalšímu zkrácení, což M. Šulc vysvětlil tím, že by se jinak projekt vzhledem k novým frekvencím prodražil. Dohoda proto s Chorvatským rozhlasem byla taková, že za stejné peníze měl ČRo možnost vysílat na větším území, ale v kratším čase. Oficiálně měl informační servis končit nejprve v 18.25, později v 18.20. V praxi ale nebylo toto časové vymezení striktně dodržováno. Jak upřesnil M. Šulc, Chorvaté měli program naplánovaný až od 18.30, ale ještě před tím chtěli stihnout zahrát nějakou písničku. Proto akceptovali, když se české vysílání o něco protáhlo, ale jejich podmínkou bylo, že ještě do půl sedmé stihnou zahrát.

Je však nutné doplnit, že se sice zkrátila délka informačního servisu, ale od té doby, co se objednavatelem vysílacího času u Chorvatského rozhlasu stal ČRo, vysílaly se ještě denně krátké zprávy Radiožurnálu na celostátním okruhu HR2. Zhruba pětiminutové zprávy Radiožurnálu se zařadily ke zpravodajským přehledům dalších několika zahraničních stanic. Tento blok se vysílal nejprve denně od 22 hodin, později od 21 hodin a o víkendech navíc ještě ve 14 hodin, přičemž toto zahraniční vysílání funguje v Chorvatsku dodnes. Do vysílání stanice HR2 jsou satelitem přenášeny zprávy přímo ze studia Radiožurnálu v Praze (TOBIŠKOVÁ, N. 27. 6. 2008).

4.2 Redaktoři a delegáti

Nepostradatelnou součástí chorvatského rozhlasového servisu byli redaktoři-moderátoři, kteří ho denně nejen připravovali, ale následně také odvysílali. Během sezóny se ve splitském studiu vystřídal zpravidla deset (když se vysílání připravovalo ve dvou),

¹⁶ Příloha č. 4

později pět redaktorů, přičemž každý z nich v Chorvatsku pobýval zhruba čtrnáct dní¹⁷. O zájemce o práci v přímořském letovisku neměl Radiožurnál nouzi. Jak ale v rozhovoru konstatoval tehdejší šéfredaktor stanice A. Pícha, redaktorská práce na letním vysílání v Chorvatsku *nebyl žádný med*. A to zejména v závěrečných letech, kdy jej zajišťoval jediný člověk (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010).

Po několik let se však ve splitské redakci střídaly dvoučlenné týmy. Během první sezóny se jednalo o dvojice z Radiožurnálu (Tisková zpráva ČRo, 1996). Avšak tento formát se pro ČRo ukázal jako příliš finančně nákladný, proto od dalších let zajišťovala druhého redaktora CKVT (Osobní rozhovor s M. Šulcem 24. 9. 2010). Ta si platila buď někoho z ostravského studia ČRo, nebo někoho z privátních rádií vysílajících na Ostravsku, kde cestovní kancelář sídlí (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010).

Práci měla dvojice redaktorů formálně rozdělenou tak, že jeden z nich připravoval zpravodajství a druhý měl na starosti blok turistických informací. V praxi se však doplňovali a vzájemně si pomáhali. Každý ale zodpovídal za jemu svěřenou část vysílání (Osobní rozhovor s D. Valentou 4. 12. 2010). Ve volném čase, kdy nemuseli být ve studiu, pak měli za úkol nahrávat v terénu materiály do vysílání. Navíc, jak už bylo zmíněno, pracovali také jako zahraniční zpravodajové, proto v případě žádosti editora z českého vysílání Radiožurnálu museli natočit i něco pro potřeby vysílání v Česku. Ve vysílacím manuálu z roku 2009 vysloveně stojí: *Editor Radiožurnálu nebo směna vás mohou pověřit zpracováním nějaké informace na objednávku. V tom případě, pokud to nebude přímo bránit tomu, abyste připravili vysílání ve Splitu, je vaší povinností mu vyhovět* (Dokumentace k vysílací sezóně 2009). Zároveň byl předpoklad, že redaktori sami nabídnou české redakci alespoň třikrát do týdne nějakou podstatnou nebo zajímavou zprávu z Chorvatska.

Zpravodajství se připravovalo ve spolupráci s českou redakcí, přičemž s postupem let a zlepšující se technikou, byla snadnější i vzájemná komunikace (viz kapitola 4.3). Krom toho redaktori reflektovali také zpravodajství místních médií, neboť podstatnou součástí zpráv bylo i informování o důležitých či zajímavých událostech odehrávajících se na území Chorvatska – ať už šlo o hromadnou havárii nebo o zastížení známé celebrity na jadranské pláži.

¹⁷ Příkladem uveďme personální organizaci vysílání v roce 2007: 22. 06. – 30. 06. Martin Ježek, 29. 06. – 18. 07. Blanka Číhalová, 17. 07. – 04. 08. Jan Kopriva, 03. 08. – 22. 08. Pavel Novák, 21. 08. – 12. 09. Dušan Valenta (Dokumentace k vysílací sezóně 2007)

Turistický blok pochopitelně také těžil z chorvatských médií, ale vzhledem k tomu že se jednalo částečně o publicistickou část, snahou bylo vnést do vysílání i nějaké reportážní prvky nebo rozhovory. Bylo proto nezbytné vyrážet do terénu. Pochopitelně že v tomto ohledu byli redaktoři limitováni časem a tedy i vzdáleností, do jaké se mohli vydat natáčet. Po dobu spolupráce s CKVT se ale informační servis mohl opřít také o síť delegátů této cestovní kanceláře. Ti se nacházeli v desítkách letovisek, ve kterých měla CKVT své klienty a do vysílání se tak mohli denně dostávat tipy na výlety a další informace z velké části pobřeží. Delegáti však nebyli novinářsky vzdělaní a ani nedisponovali potřebnou technikou. Jednalo se tedy jen o jednoduché zvukové příspěvky nahrané přes telefon, případně v redakci na mikrofon. Obsahově se jednalo o široké spektrum příspěvků – od pozvánek na adrenalinové sporty, na kulturní akce, tipů na výlety, zajímavostí z oblastí až po informace o nějaké místní kulinářské specialitě. Udíleli tedy nejrůznější tipy a rady, kterými napomáhali k naplnění informativního účelu vysílání. Delegáti měli zároveň za úkol být operativním způsobem k dispozici redaktorům ČRo při sjednávání kontaktů, jelikož oblast lépe znali a měli v tomto ohledu návrh.

V otázce, jak moc důležitou součástí vysílání příspěvky delegátů byly, se CKVT s Radiožurnálem rozchází. Podle ředitele kanceláře Z. Honka šla kvalita vysílání po ukončení spolupráce s ČRo s CKVT hrozně dolů - ne z pohledu výkonů moderátorů, ale spíše informací, které se jim nedostávaly. Podle něj se díky příspěvkům jeho delegátů dařilo *oživit tu šed', která byla obecně ve vysílání ČRo včetně Radiožurnálu* a kterou někteří jejich redaktoři přenášeli i do prostředí prázdninového vysílání. Podle Z. Honka tedy muselo samostatné vysílání Radiožurnálu zákonitě skončit, protože neměli informace od delegátů, čímž se snížila jeho kvalita sídlí (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010). S tímto názorem ale nesouhlasí jak A. Pícha, tak M. Šulc. Argumentují tím, že příspěvky delegátů představovaly mnohdy komerční aktivitu CKVT. Delegáti zvali na akce pořádané kanceláří nebo jejími partnery a dělali jim tak reklamu. Běžnou praxí byly rozhovory delegátů se Z. Honkem, které opět nelze vykládat jinak než jako reklamu společnosti. Dalším argumentem je již zmiňovaná neobjektivita informací, pokud je zprostředkovávali lidé z jedné cestovní kanceláře. Vezmeme-li v úvahu hlavní rysy objektivity, jak je definuje D. McQuail, je zřejmé, že

pochybnosti o správnosti spolupráce s CKVT byly na místě. D. McQuail mezi hlavní rysy objektivitu řadí:

1. osvojení si pozice odstupů a neutrality ve vztahu k předmětu zpravodajství (tedy vylučování subjektivního pohledu či osobního zaujetí)
2. absence stranění (to znamená nestavět se ve sporech na ničí stranu a zdržet se jakékoli předpojatosti)
3. oddanost přesnosti a dalším kritériím pravdivosti (jako jsou relevance a úplnost)
4. absence skrytých motivů nebo služby třetí straně

Proces pozorování a zpravování by tedy podle McQuaila neměl být *kontaminován subjektivitou a neměl by nijak zasahovat do skutečnosti, o níž informuje*. (MCQUAIL, D. 1999: 172). Pokud ale cestovní kancelář vkládá do projektu nemalé peníze, je pochopitelné, že se z projektu snaží vytěžit co nejvíce pro vlastní prospěch a odstup, stranění či přesnost v informování hraje až sekundární roli. Pokud je ale projekt obhajován tak, že se jedná o službu veřejnosti, měl by se zároveň snažit naplňovat normy takového vysílání, tedy poskytovat *objektivní, ověřené, ve svém celku vyvážené a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů* (Zákon č. 484/1991 Sb.).

Problém ale podle Radiožurnálu spočíval i v tom, že tím jak delegáti nebyli rozhlasově vyškolení, neuměli správně hovořit na mikrofon. Nesprávná artikulace a práce s hlasem byly v jejich projevech na první poslech znatelné. Jejich příspěvky se sice předtáčely, ale přesto kvalita jejich mluvy nebyla srovnatelná s výkony hlasatelů (Osobní rozhovor s M. Šulcem 3. 12. 2010)¹⁸.

Podle M. Šulce dokázal práci delegátů po odloučení se od CKVT zastoupit internet, díky kterému měli redaktori přístup k informacím z různých přímořských destinací. Zůstává však otázkou, jak by se informační servis bez delegátů dařilo naplňovat v letech, kdy internet coby informační kanál ještě nebyl dostupný.

4.3 Technické vybavení

Od svého vzniku do současnosti zaznamenal Český rozhlas z hlediska technického vybavení velké změny. Tato proměna byla především ve znamení tří jevů – digitalizace,

¹⁸ Ukázky příspěvků od delegátů k poslechu pod názvem Zvuková příloha Z.1.

miniaturizace a rozvoje počítačové techniky (JEŠUTOVÁ, E. 2003: 437). Polovina 90. let, kdy chorvatský projekt začal, se tak od současných možností hodně lišila. Dušan Valenta, bývalý redaktor ČRo, který se práce v Chorvatsku pravidelně účastnil a prošel tak celým vývojem tamějšího vysílání, použil při vzpomínce na způsob zpracovávání informačního servisu v prvních letech slovní spojení *dřevní doba*. Neboli mobilní telefony, digitální zpracování zvuku a především pak internet byly v tehdejší době tabu. Postupné zlepšování podmínek práce u Jadranu kopírovalo modernizaci ČRo i obecně společnosti.

4.3.1 Digitalizace, nástup počítačů a internetu

Během devadesátých let rozhlas postupně přešel z analogového zpracování zvukového záznamu na zpracování digitální, které vyvrcholilo v roce 2000 otevřením moderního rozhlasového pracoviště - Studiového domu v těsné blízkosti hlavní budovy ČRo na Vinohradské třídě. Pro editaci a zpracování digitálního záznamu byl zvolen počítačový systém Dalet, který umožňuje nejen pohotovou a poměrně jednoduchou obsluhu, ale zejména pak on-line přebírání zpravodajských příspěvků nejen mezi celostátními a regionálními stanicemi, ale dalo se této možnosti využít i při zpracovávání zpráv v Chorvatsku. K tomu se váže i nástup výpočetní techniky a využívání stále dokonalejších zpravodajských systémů.

Rychlý rozvoj počítačové sítě připadá už na první polovinu 90. let. Prvním zpravodajským systémem byl Basys (zavedený v roce 1992) pracující ještě v operačním prostředí MS-DOS. Sloužil pro příjem a zpracování satelitně šířených informací ze zpravodajských agentur ČTK, Reuters, AFP (později DPA) a dalších. Zprávy v něm byly upraveny počítačovým editorem a připraveny k vysílání. V roce 1998 jej ale postupně začal nahrazovat systém iNews (původně AVIDNews, poté AVSTAR), který již pracoval v dokonalejším systému Windows a v ČRo se používá dodnes. Opomenout pak nelze ještě připojení k internetové síti 1. listopadu 1994. Internet se brzy stal nepostradatelnou součástí nejen chodu redakce např. z hlediska příjmu agenturních zpráv či interní (emailové) komunikace, ale i z hlediska práce redaktorů, kteří mají díky internetu přístup k daleko širšímu okruhu informací a zároveň jim ulehčuje práci např. při rešerších určitého tématu či hledání potřebných kontaktů (JEŠUTOVÁ, E. (ed.) 2003: 437-443).

Chorvatský rozhlas byl však v otázce technického vybavení o krok pozadu. Do roku 1995 musel řešit doznívající nepokoje spojené s osamostatněním země a technická modernizace tak byla oproti střední Evropě opožděná. Několik sezón tak hrál důležitou roli fax. Vybrané zprávy ze zpravodajského systému v pražské redakci Radiožurnálu se vytiskly a odfaxovaly do splitské redakce. Tam si redaktoři zprávy upravovali a případně prepisovali do počítače, který si však museli na počátku sezóny přivést. V případě nutnosti se do systému Basys dalo přihlásit i přímo z Chorvatska. Redaktoři měli k dispozici vlastní modem, díky kterému se mohli přes telefonní linku připojit k internetu a poté do systému nainstalovaného v jejich počítači. Toto připojení ale bylo hodně drahé, takže se tato možnost využívala jen v případě nutnosti. Poté co se Chorvatský rozhlas vybavil počítačovou sítí připojenou k internetu, přístup ke zprávám se značně ulehčil i urychlil, neboť se zprávy mohly posílat z Česka e-mailem, popřípadě se připojit do zpravodajského systému ČRo, tehdy už iNewsu, ovšem stále ještě komplikovaným způsobem. Podle M. Šulce technické možnosti českých redaktorů ve Splitu limitoval přístup Chorvatů, kterým se nejprve do zlepšování pracovních podmínek české redakce nechtělo, nechtěli povolovat výjimky v jejich síti a jednoduše tomu kladli neustále překážky. V posledních dvou letech se ale spolupráce výrazně zlepšila a čeští redaktoři měli k dispozici bezproblémový přístup do iNewsu i Daletu. *Všechno fungovalo, redaktoři seděli ve Splitu, ale přitom měli možnosti jakoby seděli v redakci Radiožurnálu*, zhodnotil technicky nejdokonalejší období chorvatského vysílání M. Šulc (Osobní rozhovor s M. Šulcem 3. 12. 2010).

Přístup ke zprávám od agentur, které měl ČRo zaplacené, byl pro redaktory v Chorvatsku důležitý i kvůli možnosti objektivního informování o situaci v Chorvatsku. V letech 1992 až 1999 byl totiž u moci prezident Franjo Tuđman, který prosazoval autoritativní styl vládnutí. Krom jiného byly rovněž *podnikány aktivity směřující proti nezávislým sdělovacím prostředkům a na úplné ovládnutí státních elektronických médií* (HLOUŠEK, V. 2004: 139). Jak uvedl z vlastní zkušenosti D. Valenta, například tehdejší chorvatská tisková agentura byla pod těžkou cenzurou, takže její informace nebyly důvěryhodné. Stejně tak byly mnohdy zkreslené informace v rádiích, televizích či tisku. Přístup k informacím ze světových agentur byl proto důležitý (Osobní rozhovor s D. Valentou 4. 12. 2010).

Dosud uváděné výhody internetového připojení se pojily zejména ke zpravodajské části informačního servisu. Internet ale značně zdokonalil i ulehčil práci na turistickém bloku vysílání, neboť redaktoři mohli z chorvatských webů čerpat

například aktuální informace o dopravní situaci, zprávy o počasí či informace o zajímavých atrakcích v přímořských letoviscích z místních webových stránek. Pochopitelně že v tomto ohledu práci redaktorů poněkud limitovala jazyková bariéra, ale chorvatštině lze částečně rozumět díky mnoha podobným slovům, popřípadě redaktori mohli využít chorvatsko-český slovník a v posledních dvou letech i službu Google Translator – internetový nástroj určený k vytváření orientačních překladů webových stránek z jednoho jazyka do jiného (KYSELA, M. 19. 5. 2008).

4.3.2 Mobilní pomocníci

Avšak nejen počítač a internet zjednodušil přípravu informačního servisu. Značně pomohla i zmíněná miniaturizace. Neboli těžké magnetofonové přístroje, které nahrávaly zvuk na pásku nebo kazetu, nahradily malé přístroje „do kapsy“ ukládající zvukový záznam digitálně, který lze později jednoduše stáhnout například pomocí USB kabelu do počítače nebo notebooku. Zajet tak například trajektem na nedaleký ostrov a natočit tam krátký rozhovor nebo alespoň zvukový podkres pro reportážní zprávu tak přestalo být technicky problematickým úkolem. Zmiňovaný přenosný počítač pak umožnil redaktorovi zpracovat příspěvek do vysílání i mimo redakci, popřípadě hledat na internetu tipy do vysílání díky bezdrátovému připojení v hotelu. Pochopitelně že v případě posledně zmíněného pracovního scénáře hovoříme o posledních dvou až třech letech, do té doby nebylo internetové připojení běžnou součástí hotelových služeb.

Neposledně je nutné, hovoříme-li o mobilních přístrojích omezujících závislost novinářů na redakčním vybavení, zmínit mobilní telefony. V prvních letech chorvatského vysílání si redaktori museli vystačit s pevnou linkou. To znamená, že pokud chtěla česká redakce kontaktovat svého redaktora ve Splitu, musela ho buď zastihnout u telefonu v redakci, nebo mu poslat fax, popřípadě mu zanechat vzkaz v hotelu na recepci. A pokud hovoříme o době, kdy ještě čeští redaktori neměli mobilní telefony, Chorvati je zcela určitě také neměli. Jak v rozhovoru uvedl D. Valenta, v 90. letech byl ještě velkým pomocníkem telefonní seznam. Sice to podle něj práci mnohdy znesnadňovalo, na druhou stranu se ale jednalo o období, kdy s Chorvaty udržovali daleko osobnější a čilejší kontakt než později, kdy se věci řešili po telefonu, popřípadě šlo potřebné informace vyhledat na internetu. Mobilní telefony se ale koncem 90. let rychle rozšiřovaly. Zatímco v roce 1996 bylo v Česku aktivních 200 tisíc SIM karet, v roce 2000 už se jednalo o 4346 tisíc SIM karet a poslední údaj Statistického úřadu z roku 2008 hovoří o 13 571 tisících SIM karet (Český statistický úřad 25. 2. 2010). Pro

přípravu informačního servisu mělo rozšíření mobilů výhodu především v usnadnění komunikace nejen mezi dvojicí moderátorů, ale i v kontaktu s delegáty a pochopitelně i ve spojení s redakcí Radiožurnálu, se kterou se mohl redaktor v případě potřeby operativně spojit v několika vteřinách, ať už se nacházel kdekoliv.

Závěrem kapitoly doplníme otázku technického pokroku z hlediska turistů v Chorvatsku. Ohledně mobilních telefonů a přístupu k internetu se pro ně pochopitelně situace vyvíjela stejně jako pro redaktory ČRo. Doplníme ale ještě, že od roku 2005, kdy byla v květnu spuštěna česká digitální zpravodajská televize ČT24, dostupná mimo jiné přes satelit, internet či v kabelové síti UPC (DRESLER. R. 2. 5. 2005), je již téměř standardem, že lidé mohou na dovolené v Chorvatsku sledovat televizní zpravodajství z Česka přes satelit. Jednalo se tedy o konkurenční komunikační kanál minimálně z hlediska přístupu k informacím z domova a ze světa. Na druhou stranu v něm chyběly praktické informace z Chorvatska, rady, tipy, upozornění, varování a podobná sdělení hodnotná pro rekreanty u Jadranu. Nelze tak říct, že by v plné míře dubloval roli informačního servisu Radiožurnálu, ale nelze jej opomíjet v úvahách o možnostech dalšího rozhlasového projektu pro turisty. K ČT24 se ještě vrátíme v závěrečné diskuzi (viz kapitola 5).

4.4 Obsah vysílání

Chorvatské vysílání Radiožurnálu a CKVT mělo jednu nespornou výhodu – nemuselo soupeřit o posluchače s jinými stanicemi, jak tomu běžně v mediálním světě je. Mělo monopolní postavení, jiná stanice obdobné vysílání nerealizovala. To však neznamená, že jeho tvůrci mohli rezignovat na co nejvyšší kvalitu. Naopak, podmínky vysílání byly takové, že redaktoři museli poskytnout posluchači co nejzajímavější přehled informací, aby se i příští den k rozhlasovému přijímači vrátil a nenašel si raději jinou aktivitu v prázdninovém letovisku. Bylo tedy důležité vědět, co spotřebitel žádá, a pak mu to důsledně předkládat. Radiožurnál se však s CKVT, jak potvrdily obě strany, mnohdy rozcházel v názoru, která informace má v tomto druhu vysílání pro posluchače zpravodajskou hodnotu a která nikoli.

Walter Lippmann, který poprvé použil výrazu zpravodajská hodnota (news value) v knize Veřejné mínění (Public Opinion), spojoval hodnotu zprávy s vlastnostmi jako je jednoznačnost události, překvapení, prostorová blízkost, osobní zaujetí a

konflikt. Hodnota zprávy ale podle něj ve výsledku přesto *neznamená nic jiného než více či méně intuitivní domněnky žurnalistů o tom, co dané publikum zajímá, co vzbudí jeho pozornost* (cit. podle KUNCZIK, M. 1995: 119). Intuitivní domněnky redaktorů Radiožurnálu a vedení CKVT se však mnohdy lišily, takže se neustále hledal kompromis co se týče výsledné podoby obsahu vysílání. To se týkalo například zpravodajství.

Z. Honek nazval svoji představu o podobě zpravodajské části termínem *rozhlasová CNN* – jednalo by se tedy o *střelbu kratičkových zpráv, které by musely odsypávat*. Měly by délku maximálně dvě věty, ale neobsahovaly by bližší podrobnosti či souvislosti (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010). S tímto modelem ale nesouhlasil vedoucí projektu M. Šulc. Podle něj by výsledná hodnota relace, ve které by bylo třicet dvouvětých zpráv řazených za sebou, byla nulová, neboť by si nikdo nic nezapamatoval a podávaným informacím by chyběl kontext. Zároveň však připustil, že mnozí redaktoři měli zafixováno, jak se dělá zpravodajství na Radiožurnálu, takže vysvětlit jim, že lidé na dovolené chtějí slyšet věci jen ve zkratce, byl občas boj. Situace se však zlepšovala s postupující přeměnou samotného Radiožurnálu. *Jak stanice přecházela do pohodovější formy vysílání, tak se lidem lépe vysvětlovalo, že to nemá být žádné těžké vysílání*, dodal M. Šulc (Osobní rozhovor s M. Šulcem 3. 12. 2010). Radiožurnál sice nechtěl zprávy osekát na minimum, ale na druhou stranu si byl vědom specifčnosti vysílání a toho, že se musí jednat o odlehčené zpravodajství. Obsahovat tedy nemělo složité informace o věcech, které posluchač na dovolené nutně nepotřebuje vědět.

Druhým argumentem pro tuto formu zpravodajství byla skutečnost, že lidé si vysílání zpravidla pouštěli k nějaké činnosti – přípravě na večeři či vaření večeře, při cestě autem z pláže, při přípravě na večerní zábavu apod. Jednalo se tedy mnohdy o *kulisový poslech*, kdy je program poslouchán při vykonávání nějaké jiné činnosti a jen část posluchačovy pozornosti je věnována sledování programu. Komplikované zprávy tak není schopen vnímat (MARŠÍK, J. 2005a: 63).

Nyní už se ale věnujme samotnému obsahu vysílání. O informačním servisu pro turisty v Chorvatsku lze z hlediska rozhlasové terminologie hovořit jako o rozhlasovém programu, kterým rozumíme *souhrn všech rozhlasových pořadů v určitém časovém úseku, k němuž pojem rozhlasový program vztahujeme* (MARŠÍK, J. 1995: 11). V našem případě šlo poněkud nestandardně o půlhodinový, později čtvrt hodinový

program – zpravidla se hovoří o celodenním programu. Jedná se tedy o kategorii nadřazenou pojmu rozhlasový pořad, který je naopak základní stavební jednotkou programu.

Pro podrobný rozbor rozhlasového programu konkrétního dne chorvatského vysílání jsem vybrala 16. srpen 1999 a 20. červenec 2009. Chci ukázat, jak se vysílání lišilo v rozmezí deseti let, z roku 1999 navíc pochází nejstarší dostupné dokumenty k vysílání, rok 2009 nabízí naopak ty nejnovější. Co se týče roku 1999, ukázaly se informačně nejkompletnější scénáře vysílání zpracované redaktorskou dvojicí Dušan Valenta a Iva Bartoňová, ze kterých jsem vybrala pro ukázkou jeden z poloviny srpna. V případě roku 2009 jsem vybírala ze dvou dostupných zvukových záznamů vysílání, přičemž volba padla na informační servis v podání redaktorky Dany Votýpkové. Bylo by samozřejmě lepší srovnat v rozsahu několika let relaci stejného redaktora, ale ačkoli D. Valenta v Chorvatsku v roce 2009 byl, jakýkoli záznam jím zpracovaného vysílání se neuchoval.

4.4.1 Podoba vysílání v roce 1999¹⁹

Začátek informačního servisu pro české turisty ohlašovala vždy zhruba pět minut po 18. hodině znělka Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu, na kterou hned v zápětí navazovala znělka cestovní kanceláře Vítkovice Tours²⁰. Následoval předtočený jingle s uvítáním - *Hlásí se vysílání pro české turisty v Dalmácii. Tady je informační servis Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu a cestovní kanceláře Vítkovice Tours* - obsahující také informaci o frekvencích, na kterých je vysílání možné naladit. Po krátké zmínce, že se na pořadu podílí také Chorvatské turistické sdružení, už následovalo přivítání moderátorů a úvod vysílání věnovaný nějaké zajímavé informaci zpravidla se vztahující k pobytu v Chorvatsku:

Redaktor: *Máme pondělí 16. srpna, od mikrofonu zdraví Iva Bartoňová a Dušan Valenta. Určitě jste se už u moře náležitě rozkoukali. Cestu na pláž a zpět znáte a tak začínáte uvažovat i o dalších věcech. Třeba o tom, že svým známým a příbuzným pošlete pohled nebo zavoláte. Není problém, stačí se jen pořádně rozhlédnout a vybírat. Pohlednice jsou k máni takřka na každém rohu – stojí od 2 do 4 kuna. Ovšem se*

¹⁹ Niže citované části vysílání pochází ze scénáře k vysílání dne 16. 8. 1999 (Dokumentace k vysílání sezóně 1999), který je dostupný jako Příloha č. 5.

²⁰ Zvuková příloha Z.2

známkami to bývá horší. Většinou se dají koupit pouze na poštách. K nám domů stojí 4 kuna. No a pokud chcete krátce volat – pořídte si telefonní kartu na 50 impulsů. Stojí 27 kuna. Máte-li tu svůj mobil, počítejte s tím, že za minutové volání do Česka zaplatíte od 30-ti do 38-ti korun. Chorvaté nyní zprovozňují novou síť, která ve špičce nabízí příznivější cenu a tak pátrejte po kódu 219 10. Na posílání textových zpráv je zase lepší CRO- NET. Jedna SMS-ka přijde na necelé dvě koruny, zatím co u nové sítě to jsou tři padesát.

Následoval jingle a rychlý přehled nejdůležitějších zpráv - čtení čtyř až pěti headlineů, závěrečný zpravidla patřil informaci o počasí:

Redaktor:

- *Více než polovina Čechů je spokojena se svou životní úrovní.*
- *Fanoušci ostravského Baníku zaútočili na rychlík – jedna cestující bojuje o život.*
- *Boris Jelcin plánuje tvrdý režim pro severní Kavkaz.*
- *V Dalmácii bude stále slunečno, teploty do 32-ti stupňů.*

Uchovaný scénář vysílání přepis zpravodajských příspěvků neobsahuje, ale jednalo se o zhruba šest zpráv z domova, včetně alespoň dvou zvukových záznamů stažených ze zpravodajského systému ČRo, asi tři zprávy ze zahraničí a obdobný počet událostí ze sportu. Celkem úvodní zpravodajská relace trvala asi devět minut (Dokumentace k vysílací sezóně 1999).

D. Valenta připustil, že on osobně dával přednost vysílání profilovanému do podoby oddychového magazínu, jehož součástí jsou i informace. *Pro mě v tu chvíli nebyl rozdíl mezi zprávou z Blesku a zprávou z agentury*, uvedl v rozhovoru. Jiní redaktoři ale naopak preferovali více zpravodajský formát, což se projevovalo zejména v závažnějším obsahu zpravodajství. Obecně však lze říct, že vzhledem k tomu, že se jednalo o vysílání pro lidi na dovolené, tak jak Z. Honek za CKVT, tak M. Šulc za Radiožurnál upřednostňovali, když se vybírali i tzv. *soft-news*, tedy „doplňující zprávy“, které přinášejí zajímavé či zábavné informace a zabývají se spíše běžným každodenním životem lidí, na rozdíl od *hard-news* věnujících se „horkým novinkám“ z oblasti politické, ekonomické apod., které by měl každý dobře informovaný občan znát (TRAMPOTA, T. 2006: 30). Ostatně odpovídají tomu i informace v manuálu k vysílání v roce 2009: *Vysílání je určeno pro lidi, kteří tráví v Chorvatsku dovolenou, musí být*

tedy co nejvíce odlehčené. Na začátku, po úvodním promu před zprávami, a na konci, po počasí před závěrečným promem, by měla zaznít nějaká zajímavost (0:20), ať už z Česka, Chorvatska nebo ze zahraničí. Nebojte se hledat tyto zajímavosti na stránkách revue.idnes.cz, www.novinky.cz/koktejl, www.ahaonline.cz, www.blesk.cz, apod. Poslouchají nás tu i lidé, kteří tištěné podoby těchto webů běžně čtou (Dokumentace k vysílací sezóně 2009). Jak ostatně konstatoval D. Valenta: Dokud v Česku nedojde k zemětřesení nebo povodni, tak co ty lidi zajímá? Jestli je moře teplý nebo studený, jestli bude zítra hezky nebo hnusně nebo jestli si mají dojet na výlet tam nebo onam, naznačil D. Valenta, že za nejžádanější osobně považoval turistickou část informačního servisu (Osobní rozhovor s D. Valentou 4. 12. 2010). Ta navazovala po předělu v podobě nějaké písničky. Redaktoři měli k dispozici CD s hudbou, u jejíhož výběru byly podmínky jednoduché – muselo se jednat o české, popř. slovenské písničky.

Typickou součástí turistického bloku byly praktické informace pro lidi na dovolené. Někdy se tak z vysílání mohli dozvědět, jak postupovat, když ztratí pas, jindy zas jak ošetřit ránu po stoupnutí na mořského ježka nebo jak se správně opalovat, aby se člověk nespálil. Rada k opalování byla podle scénáře i součástí vysílání 16. srpna 1999:

Redaktor: *Dneska nám sluníčko opravdu zavařilo. Už od rána pěkně pálilo a tak jsme u moře prožili jen necelé dvě hodinky. Pravda voda byla příjemná, ale co dělat, když nechceme mít spálená záda. No kdyby jenom záda. To se pak člověk nemůže skoro vůbec pohnout, protože ho všechno pálí, svědí a kouše. Proto, jak se těmto nepříjemnostem vyhnout? Lucie Boldysová se zeptala doktora Jana Balcara.*

Navazovala zvuková stopa (o délce 79 vteřin) s rozhovorem uskutečněným jednou z delegátek CKVT. Vzhledem k celkovému rozsahu informačního servisu se ve vysílání neobjevovaly dlouhé rozhovory, ale stručné řízené rozhovory obsahující jen ta nejpodstatnější fakta.

Po tomto příspěvku měli redaktoři připravené praktické informace pro změnu pro ty, kteří preferují spíše aktivní dovolenou u moře:

Redaktor: *Pokud Vás nebaví nekonečné polehávání na pláži, ale přesto byste se rádi pochlubili čokoládovou barvou, opalujte se aktivně. To znamená, půjčte si šlapadlo a nebo se proleťte padákem. Ten špás sice nepatří k nejlevnějším, ale je to zážitek. Takže za šlapadlo - pro čtyři lidi se skluzavkou – zaplatíte 50 kuna za hodinu, jízda na banánu*

přijde na 30 kuna, paragliding stojí 200 kuna. Pokud se chcete naučit lyžovat na moři, obětujte dva dny a 250 kuna. Dáváte-li přednost suchozemskému sportování – půjčte si kolo. Za hodinovou projížďku utratíte 20 kuna.

Po bloku praktických rad a informací přišla na řadu část věnovaná pozvánkám k výletům za zajímavými místy Chorvatska. 18. 6. 1999 se jednalo o výlet na ostrov Vis.

Redaktor: *Dovolenou asi neprožijete na jednom místě. Zcela jistě si uděláte čas na minimálně jeden výlet – třeba do sousedního letoviska, nebo na některý z ostrovů. Nejlepší spojení je ze Splitu, ze zdejšího přístavu jezdí trajekty takřka na všechny dalmátské ostrovy. Chce to jen dobře rozvrhnout čas, protože cesta po moři přece jen chvíli trvá. Zveme Vás na nejvzdálenější z ostrovů. S Přemkem Ulrichem zamíříme na Vis.*

Jakého žánru tento příspěvek byl, nemůžeme s určitostí říct, neboť z této sezóny se zvukové záznamy ani přepisy příspěvků od delegátů CKVT neuchovaly. Avšak soudě z archivu nahrávek z roku 2003 (Dokumentace k vysílací sezóně 2003) a vzhledem k absenci potřebné nahrávací techniky si delegáti připravovali jen jakési rozhlasové vyprávění, které přečetli v redakci na mikrofon, nebo se záznam pořídil přes telefon.

Po dalším hudebním příspěvku přišla řada na komerční část CKVT, kterou zahajovaly rozhovory s ředitelem kanceláře Z. Honkem:

Redaktor: *Chorvatsko je letos pro české turisty o trochu levnější. Ceny v hotelích a dalších ubytovacích zařízeních poklesly především kvůli kosovské krizi a naše cestovní kanceláře této situace dokázaly využít. Podle šéfa cestovní kanceláře Vítkovice Tours Zdeňka Honka, není tento konflikt jedinou příčinou zlevnění. Na podrobnosti se zeptala Lucie Boldysová.*

Tematicky byly rozhovory věnované cestovnímu ruchu, zejména otázce cen zájezdů – jaká dovolená v Chorvatsku se nejvíce vyplatí nebo např. jaké lze čekat změny v cenách dovolených příští rok. V námi rozebíraném dni vysílání vysvětloval důvody zlevnění zájezdů v tehdejšímu roce. Stopáž těchto komerčních rozhovorů byla dvě až dvě a půl minuty.

Po znělce Vítkovice Tours pak byl prostor ve vysílání vyhrazen soutěži, která probíhala po celou sezónu v kompetenci CKVT. Její princip každý den vysvětlil před vyhlášením výherce daného kola redaktor ve splitském studiu:

Redaktor: *Jste-li v Dalmácii autem, můžete něco vyhrát. Musíte však mít na okně speciální samolepku, kterou rozdávají delegáti cestovní kanceláře. My pak od našich hlídek dostáváme zprávy o tom, kde jste a co děláte. Tím se dozvídáme, co vás u moře zajímá, ale hlavně můžeme losovat. Denně losujeme auto, které postupuje do pátečního finále. V něm můžete vyhrát cenu od Vítkovice Tours. Zároveň si ale zajistíte účast v dalších kolech soutěže, kde se potkáte s hosty klubového hotelu na ostrově Hvar a výherci soutěže Radiožurnálu. Ve finále jde o automobil Daewoo Matiz. A kdo měl dneska štěstí? Zelená stodvacítka – FMC 11 97, tahle Škodovka jela po jadranské magistrále směrem k Trogiru. Dodejme ještě, že naši soutěž připravujeme ve spolupráci s pivovarem Radegast a společností Daewoo Motor.*

Závěrečné minuty vysílání byly věnovány tzv. *účelovému zpravodajství* (MARŠÍK, J. 2005: 72). Mezi takové se řadí např. dopravní zpravodajství (informace o dopravní situaci na hraničních přechodech, o dopravních uzávěrkách, hustotě provozu ad.), zprávy o počasí, informace o kurzu měn apod. V našem případě byla na pořadí Zelená vlna referující o dopravní situaci a předpověď počasí, ve které nechyběla pro srovnání i závěrečná zmínka o počasí v Česku.

Redaktor: *Dneska se nám jezdí docela dobře a stejně tak by tomu mělo být i nadále. Provoz je slabý, na hranicích se nečeká. Připomínáme, že v Chorvatsku platí stejné předpisy jako u nás. Přestože domorodci jezdí poněkud razantněji, snažte se dodržovat rychlostní limity, tedy padesátku v obci, devadesátku mimo ní a stotřicítku na dálnici. Pokuty za rychlou jízdu jsou relativně vysoké, kolem 50 marek.*

-- Jingle – počasí --

Zítřka nás čeká další slunečný den. Bude velmi teplo. Meteorologové předpovídají 27 až 32 stupňů. U nás doma to za moc nestojí. Je zataženo a prší. Zítřka jsou očekávány bouřky. Teploty 19 až 23 stupňů.

Po předpovědi počasí vysílání mířilo ke konci. Na úplný závěr ale posluchače čekal ještě nějaký drb, kuriozita, skandál nebo nějaký obdobný druh informace pro

pobavení, který redaktoři čerpali z nejrůznějších bulvárních médií či časopisů. Po závěrečných znělkách byla necelá půlhodina informačního servisu u konce

Redaktor: Závěrem tradiční zajímavost. Tentokrát bude z Itálie. Téměř čtvrtina Italů věří v kouzla, předvídání budoucnosti, astrologii a spiritismus. Za tyto věci utrácí ročně asi miliardu lir, to je skoro 550 tisíc dolarů. Vyplývá to z šetření jedné italské agentury. V různá kouzla a čáry věří podle ankety 22 procent obyvatel apeninského poloostrova, tedy přes 10 miliónů lidí. Není tedy divu, že v Itálii nachází živobytí zhruba 60 tisíc kouzelníků, astrologů, věštkyň a různých léčitelů. Italové se hodně obracují k nadpřirozeným jevům a silám, když jsou nešťastně zamilovaní, či když mají problémy v práci.

A jak jste na tom vy? Můžete nám zavolat na splitské číslo 021-314 393. Na slyšenou se těší Iva Bartoňová a Dušan Valenta..

4.4.2 Podoba vysílání v roce 2009²¹

Dříve než rozebereme obsah chorvatského vysílání 20. 7. 2010, připomeňme už výše řečené – jeho délka se zkrátila oficiálně na 15 minut, reálně byla stopáž o něco delší²², připravoval ho už jen jeden redaktor ČRo a vysílání bylo dostupné po téměř celém pobřeží Chorvatska.

Začátek programu klasicky ohlašovaly speciálně vyrobené znělky. Zazněla v nich nejen informace o stanicích Chorvatského rozhlasu, na kterých je možné české vysílání naladit, ale i typický slogan: *Radiožurnál - vaše zpravodajství, vaše rádio*, navíc se speciálním dovětkem *i o prázdninách*²³. Poté už dostala slovo redaktorka, jejíž úvodní slova byla věnovaná nejchytlavějším tématům z chorvatských událostí a uvítání:

Redaktorka: V Chorvatsku podle všeho začala sezóna lesních požárů a šibenická nemocnice hlásí 60 nových případů prasečí chřipky. Přeji vám, ať se vás tyto špatné zprávy z vašeho okolí dotknou co nejméně a ať si užijete dovolenou. Počasí je k tomu ideální a bude ideální a nálada u vás doufám také a já vám přidám ještě pár zajímavých informací. Začíná Radiožurnál na Jadranu, ve splitském studiu je Dana Votýpková.

²¹ Záznam vysílání je k poslechu pod označením Zvuková příloha Z.3

²² Vysílání 20. 7. 2010 trvalo například 20 minut 16 vteřin.

²³ Znělky k vysílání k poslechu pod Označením Zvuková příloha Z.4

Pořadí jednotlivých bloků se nezměnilo - po přečtení headlineů byly na řadě zprávy. K těm existoval následující pokyn: *Zpravodajská část by měla být zaměřena převážně na události v Česku, o tom, co se děje v zahraničí, se člověk dozví i ze zdejších médií, ale české události zde reflektují jen málokdy. Poměr domácí a zahraniční části by měl být 4:1 – 5:1.* Podrobnější instrukce k podobě zpravodajské části pak vypadaly takto:

Denně potřebujeme sestavit zpravodajskou relaci, která by měla obsahovat minimálně:

- 6 - 8 nejdůležitějších zpráv z Česka, včetně 2 - 3 zvukových příspěvků;
- 1 - 2 nejdůležitější zprávy ze světa, zvuk pouze výjimečně u zásadních zpráv;
- 1 - 2 zajímavosti z domova či ze světa (typu zvířátka na konec);
- 2 důležité sportovní zprávy, včetně 1 zvukového příspěvku.
- dlouhou předpověď počasí (na dva dny dopředu) a dopravní informace.

Jednotlivé psané zprávy (a ohlášení) by neměly být delší než 20 sekund, jednotlivé zvukové příspěvky nesmí být delší než 20 sekund.

Vzhledem k tomu, že existuje zvukový záznam vysílání z 20. 7. 2009, můžeme dodržování tohoto pokynu ověřit a zároveň tentokrát i upřesnit obsah zpráv:

- 6x zpráva z domova: (1) Vláda přijala politiku územního rozvoje (+ zvukový příspěvek); (2) Vláda přijala analýzu romské komunity v Česku; (3) Je znám účet za letní povodně; (4) Do Česka se vrací další turisté zkrachovalé CK Tomi Tour, (5) Ostravsko čeká další velké propouštění – ze společnosti ArcelorMittal (+ zvukový příspěvek); (6) Omezení vstupu do národního parku Krkonoše kvůli sběračům borůvek
- 3x zpráva ze zahraničí: (1) Chorvatští studenti se ve Španělsku zřejmě nakazili prasečí chřipkou; (2) Britské aerolinie zavedly kontroly kvůli prasečí chřipce; (3) Hromadná nehoda stovek aut na německé dálnici
- 2x zajímavost: 40. výročí od vstupu člověka na měsíc, Čeští fanoušci si na koncertě zahráli se skupinou U2
- 2x zpráva ze sportu: (1) Česká nejvyšší fotbalová soutěž má nového generálního partnera (+ zvukový záznam); (2) Závod Formule 1 pojede nejmladší jezdec v historii

Doporučovaný poměr práv tak byl v podstatě téměř splněn až na překročení limitu zahraničních zpráv, avšak první dvě byly tematicky propojené a zpráva o hromadné dopravní nehodě byla pro lidi na dovolené jistě zajímavá a svým způsobem varovná.

Novinkou oproti roku 1999 byly zprávy Slovenského rozhlasu. Tato spolupráce byla zahájena už v roce 2006 a Slováci tak denně zasílali do vysílání své zprávy o délce do dvou a půl minuty (Výroční zpráva Rady ČRo o činnosti ČRo za rok 2006: 161). V námi sledovaném programu se jednalo o tři zprávy věnované událostem na Slovensku

Po jinglu informujícím o každodenních zprávách v češtině na stanici HR2 a reklamě (Škoda Auto) byl čas vymezen písničky na přání – přečetlo se několik vzkazů, které mohli Češi na dovolené zasílat SMS zprávou na uváděné číslo. Jak bylo zvykem, hrály se výhradně české a slovenské písničky.

Dalším v pořadí byl turistický blok věnovaný informacím týkajícím se Chorvatska. 20. 7. 2009 se tak posluchači doslechli (1) o velkém požáru na jihu země; (2) o tom že nejen Češi mají své policisty v Chorvatsku – francouzští policisté začali pomáhat svým krajanům v Dubrovniku, kam Francouzi míří nejčastěji; (3) a také o koncertě známého operního pěvce v Zadaru.

Rozhovor ani například reportážní zpráva se ve vysílání neobjevila. Zajímavost věnovanou Chorvatovi posedlému folkovou hudbou redaktorka v námi sledovaném programu převyprávěla na základě informací z deníku Svobodná Dalmácia, který také za zdroj uvedla²⁴.

Stejně jako před deseti lety vysílání pokračovalo už zmiňovaným *účelovým zpravodajstvím* – tedy informacím o kurzech měn, ceně benzínu a nafty a situaci v dopravě. Chybět nemohla samozřejmě ani předpověď počasí.

Zachovala se taky zajímavost na úplný závěr vysílání. Tentokrát se jednalo o kuriozitu z Bolívie, která se tou dobou pyšnila nejmladším hráčem hrajícím v některé z prvních lig světa – dvanáctiletým fotbalistou.

Shrneme-li uvedené informace, je patrné, že zkrácením programu utrpěla zejména turistická část vysílání. Nejenže na ni automaticky zbylo méně času, ale navíc se ještě zpravodajství prodloužilo o slovenské zprávy a celkově tak zabralo polovinu programu. Další zhruba tři minuty zabrala písnička na přání a reklama. Na druhý blok informací, včetně účelového zpravodajství, tak zbylo maximálně šest minut. Je tedy zřejmé, že i

²⁴ Záznam je k poslechu v rámci Zvukové přílohy Z.3

když se redaktor vydal do terénu a natočil nějaký zvukový záznam, nebylo pro něj ve vysílání příliš času. M. Šulc tak sice hovořil o „reportážích“ ve vysílání, ale už jen z vymezeného časového limitu je zřejmé, že o reportáž v pravém slova smyslu se nejednalo. *V teorii a praxi se často setkáváme se značně širokým chápáním pojmu reportáž, který se mnohdy používá jako synonymum pro obsahy, jež jsou sice navzájem příbuzné, ale které je vhodné odlišit* (MARŠÍK, J. 1997: 44). Ve skutečnosti se tedy případně jednalo spíše o reportážní zprávy, ve kterých zvukový obraz doplňuje sdělované informace a má značnou informační hodnotu, ale od reportáže se liší jak obsahem, tak rozsahem (MARŠÍK, J. 2005: 69).

Generalizovat obsah vysílání na základě uvedených rozborů je pochopitelně zrádné, každý redaktor jej zpracovával trochu jinak, ale tato kapitola alespoň ukázkově představila podobu chorvatského informačního servisu.

4.5 Marketing a doprovodné vysílání

Stejně jako je tomu u kteréhokoliv jiného projektu určeného spotřebitelům, resp. v našem případě posluchačům, bylo i v případě chorvatského vysílání nutné na projekt upozornit a zajistit si tak zájem lidí v podobě poslechovosti. Zároveň bylo vysílání v Dalmácii z počátku samo o sobě marketingovým tahem cestovní kanceláře Vítkovice Tours, která jím chtěla rozpoutat vlnu zájmu o dovolenou v Chorvatsku (viz kapitola 3). Do roku 2002, kdy byla CKVT hlavním sponzorem projektu, proto byla propagace vedena primárně s cílem zvýšit zájem o turistiku k chorvatskému moři a zviditelnit Vítkovice Tours, potažmo i Český rozhlas. S tím jak v dalších letech rozhlas postupně spolupráci s CKVT čím dál více omezoval, šla ale reklama společnosti ve vysílání či na propagačních materiálech do pozadí.

Za hlavní marketingové tahy lze označit telefonické a dopisové soutěže, anonce ve vysílání ČRo, inzerce v tisku, na letácích ČRo, v katalogích CKVT, rozdávání letáků na hraničních přechodech, v letadlech s turisty mířícími do Splitu či Dubrovníku a jejich distribuce v chorvatských hotelech.

4.5.1 Soutěže

Informaci o soutěži obsahuje už tisková zpráva k první sezóně vysílání v Dalmácii, kde je upřesněna jako *telefonická a dopisová soutěž o tranzistorové radiopřijímače s hlavní cenou týdenním zájezdem pro 1 osobu do Chorvatska*. Probíhala od března do června

roku 1996 (Tisková zpráva ČRo, 1996). Soutěže v podobném duchu probíhaly podle obou stran organizujících společné vysílání každý rok, avšak nelze toto tvrzení doložit písemnými dokumenty.

Podrobnější představu o formátu soutěží nabízí až dokumenty k sezóně 2000, ve kterých se hovoří o soutěži od dubna do června téhož roku *zaměřené na cestování a zajímavosti spojené s turistikou v chorvatské Dalmácii... vysílané 1x týdně vždy v nedělním Odpoledním Radiožurnálu ČRo 1 v cca 15:10 hod.* (Dokumentace k vysílací sezóně 2000)²⁵. Všechny správné odpovědi z celého průběhu soutěže pak postoupily do závěrečného slosování o zájezd pro dvě osoby do Dalmácie. Obdobné soutěže nejprve organizačně zajišťoval Radiožurnál, ale později tento úkol vzhledem k časové náročnosti zpracování odpovědí obstarávala CKVT, což byl zároveň způsob, jak dělat společnosti nepřímou reklamu. Její název byl uváděn při upozornění na adresu, kam je možné správné odpovědi na soutěžní otázky zasílat.

Dále například v letech 2002, 2003 a 2004 probíhaly soutěže o dovolenou u moře na 10 let zdarma. Stručně přibližme alespoň tu v roce 2003 s oficiálním názvem *10 let u moře*, která byla avizovaná v souvislosti s 80. výročím založení Českého, resp. Československého rozhlasu: *My slavíme a vy můžete s námi. 80 let Českého rozhlasu v 80denní soutěži s názvem 10 let u moře*, zaznělo vždy úvodem před vyhlášením aktuální soutěžní otázky. Hra probíhala od 19.5. do 6.8. a kromě hlavní ceny mohli zúčastnění vyhrát i další ceny, které věnovali sponzoři soutěže - deník Právo, T-mobile, Škoda Auto, Generali Pojišťovna a Komerční banka²⁶ (Dokumentace k vysílací sezóně 2003). Cílem této a jí podobných soutěží tedy bylo propagovat rozhlasové vysílání v Chorvatsku díky anotacím, kterými byly soutěže na Radiožurnálu uváděny. Na své si přišly i Vítkovice Tours, uváděné jako sponzor hlavních cen, a marketingově se soutěže vyplatily i ČRo. Například v případě soutěže *10 let u moře* zazněla ve vysílání jména sponzorů soutěže a na oplátku získal rozhlas reklamu u nich²⁷.

²⁵ Soutěž ve vysílání probíhala dle daného scénáře: 1. rozhovor o situaci v Chorvatsku, 2. vyhlášení telefonické otázky moderátorem, seznámení s cenami, 3. přímé telefonické odpovědi posluchačů, 4. oznámení výherce drobných upomínkových cen, 5. vyhlášení dopisové otázky.

²⁶ Jednalo se o 10 automobilů Škoda Superb pro cestu na dovolenou, 10 x 10.000 Kč, 10 x cestovní pojištění pro 2 osoby na 1 rok, 10 mobilních telefonů, 10 x kredit 3 000 Kč pro mobilní telefon sítě T-mobile.

²⁷ Jednalo se o uveřejnění ČRo jako partnera soutěže a loga ČRo v inzertech celostátního vydání deníku Právo, ve kterých byly vyhlašovány soutěžní otázky, a to denně mimo neděle v období od 19. 5. - 26. 7. 2003. Dále byl rozhlas uveden v textu propagační SMS zprávy, která byla zaslána v úvodu konání soutěže na mobilní telefony 500 tisíc uživatelů GSM sítě společnosti T-Mobile. Logo ČRo s prolinkem bylo uvedeno na oficiální internetové stránce soutěže www.najadran.cz, na internetové stránce cestovní

Anonce soutěže ve vysílání Radiožurnálu: *S námi nejste nikdy sami. Již 80 let. My slavíme a vy můžete s námi. 80 let Českého rozhlasu v 80denní soutěži s názvem 10 let u moře. V každém z deseti kol můžete vyhrát automobil Škoda Superb na 14 dní pro cestu na dovolenou, šek na 10 tisíc korun, cestovní pojištění na celý rok zdarma, mobilní telefon nebo Twist kredit 2000 korun. Hlavní cenou je dovolená u moře pro 2 osoby na 10 let dopředu. Soutěžní úkoly vysílá každý den Český rozhlas 1 – Radiožurnál. Pravidla najdete na internetu - www.rozhlas.cz/dovolena. Soutěžní otázky najdete každý den v deníku Právo. Ceny vám věnují Škoda Auto, Komerční banka, Pojišťovna Generali, T-Mobile a cestovní kancelář Vítkovice Tours. Český rozhlas 1 – Radiožurnál. Slavte s námi.*

V rámci 11. ročníku vysílání v Dalmácii v roce 2006 se pro změnu soutěžilo o měsíční pronájem apartmánu na břehu Jadranu. Sponzorem byl kromě cestovní kanceláře Vítkovice Tours pro změnu deník MF Dnes. Tento rok vysílání byl zaměřen na podporu sebevědomí Čechů v Chorvatsku, proto byly i soutěžní otázky směřovány k tomu, jak český element ovlivňoval v historii Chorvatsko.

Anonce soutěže ve vysílání Radiožurnálu: *Chcete prožít netradiční dovolenou? Vydejte se na svou chatu u moře. Vyhraje s námi měsíční pronájem apartmánu na břehu Jadranu. Poslouchejte Český rozhlas 1 – Radiožurnál a dozvíte se víc. Náповědu k soutěži hledejte v sobotní Mladé frontě DNES. Pravidla najdete na internetu www.chorvatsko.cz. První soutěžní otázku uslyšíte už v pondělí. Český rozhlas 1 – Radiožurnál. Na Jadranu jako doma.*

Soutěž měla tři kola a z každého vzešel vítěz měsíčního pronájmu apartmánu. Dvojice finalistů každého kola se střetla ve znalostní soutěži o hlavní cenu živě ve vysílání Radiožurnálu²⁸.

Poté co od roku 2007 začal Radiožurnál chorvatské vysílání obstarávat bez CKVT, soutěže už se nekonaly. Tím samozřejmě ČRo přišel o reklamu, kterou měl u sponzorů a partnerů soutěže.

kanceláře Vítkovice Tours. Ta se dále zavázala umístit logo rozhlasu na prezentační letáky a umístit je na informační tabule nejméně ve 120 hotelech v Chorvatsku a Černé Hoře, zmiňovat rozhlas coby partnera na schůzkách s hotelovými hosty a logo ČRo bylo i na propagačních materiálech rozdáváných klientům v autobusech CKVT a letadlech s účastníky zájezdu na Jadran.

²⁸ Finále soutěžního kola k poslechu pod názvem Zvuková příloha Z.5

4.5.2 Upoutávky ve vysílání

Spolupráce s CKVT znamenala i přesné vymezení, kolikrát se v kterém týdnu budou z vysílání Radiožurnálu ozývat upoutávky na společné vysílání u Jadranu a s ním spojenou soutěž. Po ukončení spolupráce zůstaly anonce ve vysílání ČRo nejlevnějším způsobem, jak mohl rozhlas projekt propagovat veřejnosti. Během dubna a května 2007 zaznělo ohlášení vysílání pětkrát denně, v červnu se pak anonce vázaly převážně k pravidelnému pořadu Seriál týdne, jehož obsah byl v předposledním červnovém týdnu tematicky laděn k Chorvatsku (Dokumentace k vysílací sezóně 2007). Seriál Týdne se vysílal na Radiožurnálu ve všední dny deset minut před jedenáctou a po půl páté odpoledne²⁹. Seriál týdne proběhl už i v poslední sezóně společného vysílání s CKVT – v roce 2006, kdy byl stejně jako probíhající soutěž tematicky zaměřen na podporu sebevědomí Čechů v Chorvatsku, proto *připomněl úspěchy Čechů v Chorvatsku na poli cestovního ruchu, vědy, průmyslu, ale seznámil posluchače také s krajany žijícími v Chorvatsku* (Výroční zpráva Rady ČRo o činnosti ČRo za rok 2006). Nesl název Na Jadranu jako doma³⁰.

Anonce Seriálu týdne ve vysílání Radiožurnálu: *Víte, že na chorvatský Jadran zavítal už Karel IV.? Že Češi byli průkopníky turistického ruchu na Jadranu a založili tam několik významných středisek? Věděli jste například, že české ruce stavěly i dálnici do Splitu nebo že slavný fotbalový klub Hajduk Split vznikl v Praze? Mnohem víc se dozvíte v seriálu Na Jadranu jako doma. Seriál týdne o tom, co všechno nás spojuje s Chorvatskem vysílá Český rozhlas 1 – Radiožurnál 10 minut před jedenáctou a po půl páté odpoledne.*

Speciální týdenní seriál Cestování do Chorvatska byl zařazen do vysílání koncem června i v roce 2009. Upozorňoval na změny, které od nové sezóny na české turisty v Chorvatsku čekaly, tzn. zpřísněné dopravní předpisy, čeští policisté v letoviscích a další³¹.

Podle tehdejšího šéfredaktora Radiožurnálu A. Píchy ale tyto upoutávky ve vysílání nestačily. Rozhlasu se tak dařilo oslovovat pouze vlastní posluchače, ale jejich

²⁹ Pořad byl vysílán do prosince 2007 (Rozhlas.cz 1. 1. 2008).

³⁰ Seriál týdne Na Jadranu jako doma k poslechu pod názvem Zvuková příloha Z.6

³¹ Seriál týdne Cestování do Chorvatska k poslechu pod názvem Zvuková příloha Z.7

záměr byl šířit informaci o turistickém servisu v Chorvatsku i mezi lidi, kteří ČRo běžně neposlouchají. A pochopitelně tak získat případně i nové potenciální posluchače. V tomto ohledu však naráželi na finanční limity, neboť si podle A. Píchy Radiožurnál nemohl dovolit takovou propagaci, jakou si jsou schopny platit při obdobných kampaních soukromé stanice (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12: 2010).

4.5.3 Letáková kampaň

„Neposluchače“ ČRo se proto rozhodli oslovit letákovou kampaní. Jednalo se o běžnou praxi už i za spolupráce s CKVT. Kromě distribuce letáků přímo do rukou turistů bylo zvykem, že se vylepovaly i na nejrůznější plochy v blízkosti pláží apod. Podle A. Píchy si ale tyto letáky málokdo přečetl. Byl prý sám svědkem rivality, která mezi cestovními kancelářemi panuje – jakmile někdo z CKVT plakát vyvěsil, brzy jej někdo z konkurenční společnosti strhl.

Není jasné, o jaké množství propagačních tiskovin se tehdy jednalo, ale v roce 2007 rozhlas nabízel místo na reklamu na 100 tisících letáků v rozměru A5. Vzhledem ke stanovené ceně 1,25 Kč za reklamu na jedné straně papíru je při celkovém množství tiskovin pravděpodobné, že se rozhlasu náklady na jejich výrobu vrátily (Dokumentace k vysílací sezóně 2007). Tyto letáky byly distribuovány turistům mířícím do Chorvatska, a to v letadlech, autobusech, na hraničních přechodech, čerpacích stanicích, v hotelech či v přímořských letoviscích.

Ačkoliv se tedy v rámci finančních možností použily nejrůznější marketingové nástroje ke zviditelnění rozhlasového vysílání v Chorvatsku, stala se nedostatečná možnost propagace projektu jedním z důvodů, proč bylo vysílání po sezóně 2009 ukončeno (viz kapitola 5).

4.6 Financování projektu

Problémy spojené s financováním informačního servisu pro české turisty v Chorvatsku jsem nastolila už v úvodu práce. Základní překážku tvořila definice veřejné služby v zákoně o ČRo, která znemožňovala financování projektu z koncesionářských poplatků, neboť se nejednalo ani o vysílání v České republice, ani o vysílání do zahraničí (Zákon č. 484/1991 Sb.). Tato skutečnost nebyla až tak citelná během sezón, kdy vysílací čas Chorvatského rozhlasu kupovaly Vítkovice Tours. Poté co jej ale začal

hradit sám rozhlas, náklady na vysílání rapidně vzrostly, neboť vysílací čas byl tou nejdražší položkou celého projektu. Nyní ale ponechám stranou problémy s financováním a pokusím se vyčíslit, jakou částku si sezóna vysílání v Chorvatsku žádala.

Ředitel CKVT Z. Honek si nepřál smlouvy spojené s informačním servisem zveřejňovat a ČRo mu v tomto ohledu vyšel vstříc. Přístup k primárním zdrojům s informacemi o částkách vynaložených na vysílání tak nebyl pro účely této práce umožněn. Obě strany ale poskytly alespoň hrubé odhady pro představu finanční náročnosti vysílání. Je však nutné, brát je s rezervou.

Zprostředkování vysílacího času měla po sedm sezón na starosti cestovní kancelář. První dva roky v tomto ohledu ušetřila, neboť jak už bylo zmíněno, za vysílání na Rádiu Dalmácia nemusela společnost platit. S přechodem na Chorvatský rozhlas, resp. Rádio Split už ale CKVT vysílací čas hradila. Krom toho platila práci jednoho ze dvojice redaktorů včetně dopravy, ubytování a stravování, dále pak ubytování a stravování redaktora Radiožurnálu³², zajišťovala také síť delegátů a mimo to nesla i hlavní tíži nákladů spojených s propagací vysílání. Z. Honek připustil, že jeho společnost vložila do projektu *obrovské množství peněz*, přičemž celkovou částku za všechny sezóny odhadl na 3,5 až 4 miliony korun (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010). Podle M. Šulce je tento odhad velmi opatrný vzhledem k tomu, že rozhlas vyšla jedna sezóna na zhruba milion korun (viz níže). Připustil však, že CKVT mohla vzhledem ke svým možnostem stlačit náklady na dopravu, ubytování a stravování redaktorů na minimum. Na rozdíl od Radiožurnálu, který musel hradit klasické tržní ceny (Rozhovor s M. Šulcem 3. 12. 2010).

Když ČRo začal platit vysílací čas, psal se rok 2003. Podle údajů ve smlouvě z tohoto období tato položka vyšla na 15500 eur, což v přechtu – s ohledem na tehdejší průměrný kurz – činilo zhruba 500 tisíc korun. Část této sumy uhradily peníze od CKVT, která rozhlasu posílala nějaké peníze, za které jí Radiožurnál odvysílal sponzoringy u svých pořadů a vymezil komerční část ve vysílání a ze kterých zbylo i na hrazení vysílacího času. Finančně později přispíval také Slovenský rozhlas, který získal na oplátku v chorvatském vysílání necelé tři minuty na své zpravodajství. Částka ale postupně během let narůstala. Podle M. Šulce totiž platil Radiožurnál od roku 2007, kdy

³² V případě že se redaktor Radiožurnálu rozhodl vydat do Chorvatska se svojí rodinou, měla CKVT povinnost za úplatu zajistit ubytování a stravování také pro ni.

se od CKVT trhl, zhruba 750 tisíc korun za vysílače. Za redaktory a jejich ubytování, stravování a cestovné pak utratil asi 250 tisíc korun. Celkovou částku tedy vyčíslil odhadem na jeden milion korun.

Radiožurnál tuto částku platil z peněz získaných ze sponzoringu. Stanice však vždycky nesla hlavní tíži výnosů Českého rozhlasu. Jakmile proto výnosy Radiožurnálu začaly klesat, začaly se hledat i cesty, jak ušetřit. A to bylo začátek konce letního informačního servisu v Chorvatsku.

5 POSLECHOVOST A ZHODNOCENÍ PROJEKTU

Kolik posluchačů si denně v Chorvatsku naladilo tamější informační servis Radiožurnálu (a CKVT) už se nikdy nikdo nedozví. Žádná čísla neexistují. Iniciativa k uskutečnění průzkumu poslechovosti na Radiožurnálu byla, avšak tehdejší ředitel ČRo Václav Kasík se k této myšlence stavěl zamítavě (Osobní rozhovor s M. Šulcem 24. 9. 2010). Podle A. Píchy by ale podobný průzkum byl stejně těžko realizovatelný, a to nejen kvůli finanční náročnosti (muselo by se platit za pobyt tazatelů v Chorvatsku, případně na to najmout Chorvaty), ale těžko by se získával vážený vzorek pro seriózní průzkum, neboť lidé jsou roztroušeni po celém pobřeží (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010)³³. Jak dále konstatoval, dokud ale byly náklady na vysílání nízké, tak poslechovost příliš neřešili. Avšak ve chvíli, kdy tíhu nákladů začal nést rozhlas, tak se samozřejmě začalo čím dál tím více řešit, zda-li jsou peníze vložené do chorvatského vysílání vynaložené efektivně. Neboť média veřejné služby musí *usilovat o značný zájem publika a slušnou sledovanost, aby dokázala, že veřejnost nevynakládá finanční prostředky nadarmo, a aby se měla o koho opřít v případě, že by potřebovala žádat o zvýšení koncesionářských poplatků* (BURTON, G., JIRÁK, J. 2003: 106). Stejným názorem jako odborná literatura argumentoval i A. Pícha: *Český rozhlas má hodně peněz, ale ty peníze se musí vynakládat efektivně. Kdybychom věděli, že nás tam poslouchá těch 900 tisíc nebo 700 tisíc nebo kolik těch českých turistů vyjede do Chorvatska, tak by to samozřejmě efektivní bylo, ale když jsme tu jistotu neměli, tak ne* (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010).

Jistý pohled na otázku poslechovosti chorvatského vysílání nabízí odhad Z. Honka, který vychází z počtu klientů jeho cestovní kanceláře. S CKVT podle něj ročně

³³ Autorka textu si dovoluje vložit argument, že průzkum nebylo nutné dělat v Chorvatsku, mohl se realizovat zpětně v Česku. Byť by výsledek nezahrnoval např. slovenské posluchače.

do Chorvatska vycestuje asi 45 tisíc Čechů, což vyděleno deseti týdny letní sezóny dělá zhruba 4500 lidí týdně. A vzhledem k tomu, že se CKVT informačním servisem „chlubila“ jako čímsi nadstandardním oproti ostatním cestovním kancelářím, snažila se ho mezi svými klienty propagovat. Podle Honka se to dařilo a lidé vysílání poslouchali, o čemž svědčili nejen reakce klientů, ale i témata jejich hovorů, kdy *namísto toho, aby brblali nad málo propečeným řízkem k večeři, bavili se o tom, že by mohli vyrazit na výlet na ostrov, který doporučovali ve vysílání* (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010). Celkově tak, včetně klientů jiných cestovních kanceláří, privátně ubytovaných Čechů a také nemalého množství turistů ze Slovenska, Z. Honek odhadl poslechovost na 20 tisíc posluchačů denně v nejvytíženější části sezóny. Jak je tento odhad reálný, však lze pouze spekulovat³⁴.

Vedoucí projektu M. Šulc se do odhadů pouštět nechtěl, ale poslechovost vysílání podle něj nelze přeceňovat: *Nedělejme si iluze, že by se v 18 hodin čeští turisté na Jadranu jako jeden muž zvedli a začali ladit rádio...* Ačkoliv tak podle něj nešlo očekávat nějaká zázračně vysoká čísla, smysluplnost vysílání M. Šulc před začátkem sezóny 2006 obhajoval takto: *Český rozhlas 1 Radiožurnál je jednou z částí veřejnoprávního Českého rozhlasu a službou pro veřejnost je samozřejmě vysílání. Protože víme, že do Chorvatska každý rok odjede zhruba 900 tisíc českých turistů, tak je to tak velká část, že se vyplatí cestovat i za turisty do Chorvatska a vysílat přímo zde na místě. Navíc máme zkušenosti z doby, kdy se v České republice děje něco důležitého, ať už volby nebo třeba povodně, že to vysílání je pak v tu chvíli posloucháno velmi, protože turisté chtějí vědět, co se děje v České republice a i se dovědět, zda se něco nestalo třeba jejich blízkým. Dá se použít i pro nejrůznější vzkazy, důležitá oznámení. Takže si myslíme, že toto vysílání má smysl* (ČÍHALOVÁ, B. 23. 3. 2006).

Na druhou stranu nebylo překvapivé, že po odchodu ředitele ČRo V. Kasíka z funkce v létě roku 2009 chorvatské vysílání skončilo. Ačkoliv totiž měl projekt z počátku podporu celého Radiožurnálu, postupně byl o jeho smysluplnosti přesvědčen spíše V. Kasík, než redakce Radiožurnálu. *Kdyby nebylo jeho osobní podpory tohoto projektu, tak odhaduji, že by skončil tak o pět let dřív*, konstatoval A. Pícha. V. Kasík totiž k Chorvatsku tíhnul i díky svým balkánským kořenům a do země často cestoval (POTŮČEK, J 2005).

³⁴ Při průměrné návštěvnosti jadranského pobřeží 800 až 900 tisíci Čechy během sezóny, tedy zhruba 85 tisíci Čechy týdně, by se jednalo o každého čtvrtého českého rekreaanta.

Chorvatské vysílání chtěla zrušit už Barbora Tachecí, která vykonávala funkci ředitelky ČRo 1 – Radiožurnálu na přelomu let 2007 a 2008 (TACHECÍ, B, 6. 2. 2008). Projekt ukončila ale až dosavadní ředitelka zpravodajských stanic Radiožurnálu a Rádía Česka Hana Hikelová, která nově vytvořenou pozici zastává od začátku roku 2009 (VANDROVEC, D. 17. 12. 2008)³⁵. Přestože náklady na chorvatské vysílání byly osekány na minimum, v rozpočtu ČRo se pro něj nenašly potřebné peníze – nebyly finance na provoz vysílání, ale zejména pak na jeho propagaci mezi Čechy chystajícími se na dovolenou k Jadranu (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010).

Cestovní kancelář Vítkovice Tours Českému rozhlasu nabízela, že projekt bude opět celý financovat, avšak rozhlas na tuto variantu nepřistoupil. Což je pochopitelné vzhledem k tomu, že by chorvatské vysílání opět přešlo do závislé podoby na svém sponzorovi, z čehož se Radiožurnál po několik let snažil vymanit. Z. Honěk je ale dosud přesvědčen, že se jedná o *obrovsky nedoceněný projekt*, který by mohl být úspěšný i v současné době, kdy se přístup k informacím stává stále snadnějším. Informace z domova a ze světa by se v informačním servisu musely redukovat na minimum, neboť ty už nejsou v Chorvatsku vzácností. Vzhledem k jazykové bariéře ale podle Honka neklesá zájem o informace z místa dovolené. Ty by musely tvořit nesporně dominantní část vysílání – posluchači by museli dostávat konkrétní informace, rady a tipy, které se na internetu nebo ve vysílání ČT24 nedozví (Osobní rozhovor se Z. Honkem 12. 11. 2010).

Nelze však konstatovat, že by Radiožurnál na projekt zcela zanevřel. Ačkoliv poslední roky neměl absolutní podporu, za určitých podmínek si jeho pokračování dokáže např. M. Šulc představit: *Uměl bych si představit, jak by se to efektivně dalo udělat, tak, aby to vysílání k něčemu bylo. Milion korun by se na to sehnat dal. A líbilo by se mi, kdyby redaktori v Chorvatsku nebydleli na jednom místě, kdyby tam byl pokud možno Čech a Slovák, jeden z nich by jezdil v karavanu, natáčel by příspěvky do vysílání, plnili bychom tím i vysílání v Česku, náš web, možná bychom se dohodli i s Chorvaty, že by naše zprávy překlápěli na svůj web – nevím, co všechno by šlo vymyslet. Dalo by se to udělat tak, aby to pomohlo Českému rozhlasu, potažmo Radiožurnálu marketingově. Ale musel by na tom někdo intenzivně pracovat a muselo by se do toho investovat. A do toho tady teď, myslím, nikdo nepůjde.* Jak dodal, musely by se také najít peníze na to, aby šlo vysílání zviditelnit i ve *vnějším světě*, čímž měl na

³⁵ S Hanou Hikelovou se autorka textu pokoušela spojit, avšak bez úspěchu.

myslí zviditelnit jej i mimo okruh posluchačů Českého rozhlasu (Osobní rozhovor s M. Šulcem 3. 12. 2010). Stejnou podmínku pro možnost obnovení projektu uvedl i A. Pícha - dokud jsou možnosti propagace malé a většina lidí o chorvatském vysílání neví, je takové vysílání pro veřejnost neefektivní. Pokud by se ale peníze na propagaci našly, mělo by podle něj vysílání smysl i dnes (Osobní rozhovor s A. Píchou 1. 12. 2010).

V pozitivním přístupu k chorvatskému vysílání si s M. Šulcem a A. Píchou notuje i D. Valenta, podle kterého například českou zpravodajskou stanicí ČT24 nelze brát za konkurenci, neboť se podle něj nejedná o kanál, který by si lidé chtěli pouštět na dovolené – ČT24 sice divákům poskytne přehled zpráv z Česka a ze zahraničí, ale nikoliv už informace z Chorvatska a tamějších letovisek, o které však divák na dovolené stojí nejvíce. Informační servis u Jadranu proto podle něj není mrtvý projekt. *Je jen otázka času, než to nějaká rozumná rozhlasová společnost koupí ve spolupráci s nějakou cestovní a jinou agenturou nebo kanceláří, a myslím si, že se ještě budou divit, jak se to dá dělat jinak a relativně za levné peníze*, míní D. Valenta. Jeho představa o možné budoucí podobě tohoto vysílání se však v mnohém liší od výše zmíněného nápadu. Podle něj by se totiž vysílání nemuselo dělat přímo z Chorvatska a nemuseli by se na něm podílet výhradně ani lidé z rádia, neboť díky dnešním komunikačním možnostem se zpravodajem může stát téměř kdokoli. Centrálně by se tak vysílání mohlo tvořit v Praze a přepojovalo by se například na smlouvené delegáty cestovních kanceláří v rekreačních oblastech, kteří by informovali o aktuálním dění v jejich místě (Osobní rozhovor s D. Valentou 4. 12. 2010). Je však otázkou, jak by za takového formátu vysílání vypadalo například z žánrového z hlediska.

Z výše uvedeného je tedy zřejmé, že chorvatské vysílání lidé, kteří se na něm podíleli, zpětně hodnotí pozitivně a k otázce jeho možného obnovení se za určitých podmínek staví kladně. Shodují se, že mělo smysl. Existují nápady, jak by se v něm dalo pokračovat. Zůstává tak stále ve hře, že tento rozhlasový projekt dostane ještě v budoucnu šanci – ať už v rámci aktivit Českého rozhlasu, nebo jiné rozhlasové stanice.

6 NAVLNÁCH VARNY

Dříve než začnu se závěrečným hodnocením zkoumaného tématu, chci se ještě v několika odstavcích věnovat podobnému vysílání, které se však uskutečnilo o několik let dříve a o několik stovek kilometrů dál než leží chorvatský Split.

Již jsme zmínili, že Černé moře v Bulharsku patřilo za minulého režimu k jednomu z nejdostupnějších a tedy i nejpopulárnějších míst ke trávení letní dovolené. Pro zahraniční návštěvníky černomořského pobřeží se v Bulharsku začalo vysílat už v roce 1936 na frekvencích Radia Varna³⁶, které vzniklo dva roky před tím. Tehdy se však čeština ještě mezi vybrané jazyky nevtěsnila – vysílalo se krom bulharštiny francouzsky a německy.

Čeština (popř. slovenština) v rámci turistického vysílání poprvé zazněla až 1. června 1966, kdy se tento rozhlasový projekt rozšířil a v budově Radia Varna bylo umístěno rovnou šest zahraničních redakcí – ruská, anglická, francouzská, německá, polská a česká. Rok 1966 tedy datuje počátek speciálního turistického programu v Bulharsku, který v různých obměnách trval až do roku 1990.

Interprogram Radia Varna pro zahraniční turisty, jak zněl oficiální název, poskytoval jednak zpravodajství, jednak *seznamoval letovníky s ozdravnými i zeměpisnými podmínkami pobřeží Černého moře, s bulharskými zvyky a obyčeji*, jak uvedla Jindra Dimitrova – po celou dobu vedoucí československé redakce (Osobní korespondence s J. Dimitrovou 2010).

Vysílání bylo dostupné po celém bulharském pobřeží a postupně se rozšířilo i do ostatních částí území Bulharska. *S tím byl spjat i rozšířený pohled na program – horský turismus, památky ve vnitrozemí, významná bulharská města, atd.* Vysílání bylo možné naladit i za hranicemi Bulharska – v Rumunsku a dokonce i na části území ČSSR.

Ačkoliv podstata bulharského a chorvatského vysílání pro turisty je stejná, lišily se tyto dva projekty v jedné zásadní věci. Vysílání v Chorvatsku finančně zajišťovali Češi, ať už Čecký rozhlas nebo CK Vítkovice Tours, a Češi byli i iniciátory tohoto projektu. V bulharském případě se však jednalo o iniciativu Bulharska, které vysílání také financovalo. Avšak ČRo, tehdy Československý rozhlas, spojitost s tímto programem má, neboť od roku 1975 se začal spolupodílet na tvorbě československého vysílání. ČRo denně zasílal zpravodajství z Česka, v sezóně přijížděli redaktori z rozhlasu v Praze, Ostravě, Košicích nebo Bratislavě a s československou redakcí ve Varně spolupracovala i tehdejší korespondentka Rádia Praha v Sofii Marie Hermannová.

³⁶ Radio Varna začalo vysílat v roce 1934 na středních vlnách o délce 235,1metrů, jak bylo stanoveno Mezinárodní konferencí v Lucernu ve Švýcarsku. Více informací na adrese: www.radiovarna.com.

Vysílání probíhalo od začátku května do konce října, od roku 1975 byla práce na turistickém vysílání celoroční záležitostí. Po konci sezóny odcházeli redaktoři na dovolenou, ale už koncem téhož roku se zahájila příprava na další sezónu: *Překládali jsme pořady, které jsme dostávali od Centrální redakce, některé sami připravovali a poté natáčeli ve studiu*, upřesnila J. Dimitrova. Zároveň během zimy jezdili bulharští redaktoři do Československa vyměňovat si zkušenosti s kolegy ve studiích ČRo.

Šestijazyčný Inteprogram Radia Varna se vysílal denně od 8 do 14 hodin, přičemž každému jazyku bylo vyhrazeno šedesát minut. Vysílalo se v pořadí: ruština, čeština, polština, němčina, francouzština, angličtina. Večer bylo k poslechu ještě krátké zpravodajství od 19 do 20 hodin – opět ve stejném jazykovém pořadí. Vysílací časy se ale během let různě upravovaly. Jiří Valenta například ve svém článku v týdeníku Rozhlas popsal turistické vysílání ve Varně takto: *Mezi 8.30 až 9.00 šest pětiminutových zpravodajských pořadů, mezi 9.00 až 12.00 šest třicetiminutových bloků informací a zábavné hudby a konečně ve 13.00 začíná další série pětiminutových zpráv ze světa či domova* (VALENTA, J. 1987).

Každá redakce fungovala ve složení redaktor a hlasatel, který měl na starosti i překlad potřebných informací z bulharštiny, a doplňovalo je několik externích spolupracovníků. Důležitou roli hrála i centrální bulharská redakce Interprogramu, která připravovala pořady, které se následně překládaly do jednotlivých jazyků. Jednalo se například o pořady *Bulharsko zblízka*, *Turistické stezky*, *Pro vás, děti*, *Vy se ptáte, my odpovídáme*, různé pořady z hudební oblasti nebo soutěž *Znáte Bulharsko?*, která se vysílala přímým přenosem z hotelových komplexů. Žánrově se jednalo o reportáže, interview či korespondenci³⁷.

Údaje o poslechovosti nejsou dostupné, ale nejvíce posluchačů mělo vysílání podle J. Dimitrove mezi turisty v kempech a v objektech s rekreanty, jejichž dovolenou organizovaly odbory.

V úvodu práce jsme uvedli, že mnoho Čechů a Slováků zastihla okupace v srpnu 1968 na dovolené u moře. Na toto černé období československých dějin závěrem zavzpomínala ze svého pohledu i J. Dimitrova: *Mezi turisty bylo jisté napětí. Na náměstí ve Varně demonstrovali proti vstupu vojsk Varšavské smlouvy do ČSR. Jednoho srpnového rána mě šéfredaktor nechal zavolat do své kanceláře. Tam mi představili*

³⁷ Detailnější představu o podobě vysílání nabízí scénář půlhodinového programu ze dne 17. 7. 1987 připojený pod názvem Příloha č. 6, jehož autorkou je Jindra Dimitrova.

jakéhosi člověka. Měl sledovat, co překládám, co čtu před mikrofonem. A skutečně byl neodlučně v mé blízkosti. Měla jsem strach. Večer doma jsme poslouchali pořady už disidentského rozhlasu Praha a já jsem si dělala paralel mezitím, co slyším a tím, co jsme vysílali my. Bylo mi hanba (Osobní korespondence s J. Dimitrovou 2010).

ZÁVĚR

Informační servis pro Čechy na dovolené na jadranských plážích vznikl v polovině 90. let na popud cestovní kanceláře Vítkovice Tours, pro kterou se jednalo o způsob jak přilákat klienty. Zájem o dovolenou v Chorvatsku totiž v té době kvůli nepokojům na Balkáně po rozpadu Jugoslávie klesal. Na projektu od počátku spolupracoval Český rozhlas 1 – Radiožurnál, který ho vyhodnotil jako vhodný marketingový tah jak se zviditelnit na českém mediálním trhu, kde už v té době existovalo několik zavedených soukromých rozhlasových stanic a tudíž i konkurenční boj o posluchače. Vzhledem k tomu, že většinu nákladů hradila cestovní kancelář, jednalo se zároveň o poměrně výhodnou spolupráci.

Postupně ale Radiožurnál začal usilovat o větší nezávislost a vliv na podobu vysílání, proto po několika letech spolupráci s Vítkovicemi Tours ukončil a začal chorvatské vysílání financovat sám. Tím však vyvstaly problémy, které jsem uvedla už v úvodu práce. Peníze mohl Radiožurnál používat pouze ty, které si vydělal vlastní hospodářskou činností. Nikoliv však ty, které dostal v rámci koncesionářských poplatků, neboť vysílání v Chorvatsku se vymykalo zákonnému vymezení veřejné služby, na kterou jsou koncesionářské poplatky určeny. Proto ve chvíli, kdy tržby Radiožurnálu začaly klesat, začalo vedení Českého rozhlasu hledat cesty jak ušetřit. Zrušení informačního servisu bylo jednou z nich.

Peníze jsou v podstatě jediným problémem, který v souvislosti s možným obnovením projektu zmínili lidé z Českého rozhlasu, se kterými jsem hovořila. V práci jsem narazila i na skutečnost, že v době internetu a české zpravodajské televize dostupné v Chorvatsku jsou informace mnohem přístupnější, tudíž zájem o informační servis by mohl být nyní teoreticky menší. Argumentem v tomto případě je ale skutečnost, že praktické, konkrétní a aktuální informace z Chorvatska se člověk z internetu, pokud neumí Chorvatsky, nedozví a stejně tak ani ze zpravodajské ČT24. A krom toho by rozhlas neměl přestat usilovat o posluchače, i když se konkurence zvětšuje.

Toto přesvědčení uvedli během rozhovorů s autorkou práce i A. Pícha, M. Šulc nebo D. Valenta. Rozhlasové vysílání v Chorvatsku by podle nich mělo smysl i nadále, překážkou však je už zmiňovaný nedostatek peněz. S těmi přímo souvisí problém s propagací projektu mezi širokou veřejností, díky které by se o vysílání dozvěděla

většina Čechů mířících k Jadranu. Zvýšila by se tak pravděpodobnost, že průzkum poslechovosti by dopadl pozitivně a padly by pochybnosti o efektivním investování peněz rozhlasu. Výsledné zjištění by pochopitelně mohlo být i zcela opačné. Zároveň by dostatek peněz mohl zajistit prodloužení vysílání, díky kterému by se mohl rozšířit turistický blok a ve vysílání by bylo více prostoru pro příspěvky z terénu. Ideální by bylo, kdyby vysílání mohli opět připravovat dva redaktoři, čímž by vzniklo více času na natáčení těchto příspěvků.

Zůstává však na rozhodnutí Českého rozhlasu, zda-li chorvatské vysílání opět zařadí mezi své priority a poskytne na něj potřebnou částku z vydělaných peněz, popř. zda-li vznikne podnět k odpovědným orgánům, který by zaujal jasné stanovisko k otázkám, které jsem nastolila v úvodu: Měl by rozhlas veřejné služby vycestovat s posluchači, pokud se jedná o významný počet Čechů? Pokud by stanovisko bylo kladné, výsledkem by měla být úprava zákona z hlediska územního vymezení veřejné služby. Chorvatské vysílání by tak mohlo být financováno z koncesionářských poplatků a možná by tak získalo větší šanci, že by se vedení rozhlasu přiklonilo k jeho obnovení.

Pokud se už Český rozhlas o navázání na dlouholetou zkušenost nepokusí, možná se naplní jiná vize, o která je v práci nastíněna – projektu by se v budoucnu mohla ujmout některá ze soukromých rozhlasových stanic.

SUMMARY

Based on information gained by the author from studying documents and from personal interviews with involved parties, the thesis covers all important aspects of the information service of Czech Radio 1 - Radiožurnál (and Vítkovice Tours travel agency) in Croatia. It provides information about the beginnings of broadcasting and supplying the broadcasting frequencies. It also explains what the job description of the editors was, deals with marketing issues of the project and its funding.

In the introduction, there was a question whether a public service radio should travel abroad with listeners in cases that a significant number of them temporarily leave the country. Persons, with whom the author has discussed this topic, say yes.

However, the broadcasting would again have to become the Czech Radio priority and in addition it would have to gain enough money for spreading information about the Croatian service among the general public, so that people traveling for holiday to the Adriatic Sea would know about the broadcasting, which could ensure good audience ratings. There are two ways of getting the necessary funds: either profit from economic activities of the Czech Radio or from an alteration of the legislation which would grant funding of the project from licence fees.

However, everything depends on the interest of the Czech Radio in continuing of this special broadcasting. If it would hesitate too long, it could happen that some private station takes over this radio project.

LITERATURA

BURTON, G., JIRÁK, J. (2003): *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno : Barrister & Principal. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.

CABADA, L. (2004): Bosna a Hercegovina. In KUBÁT, M. (ed.). *Politické a ústavní systémy zemí středovýchodní Evropy*. Vyd. 1. Praha : Eurolex Bohemia, s. 60-75. ISBN 80-86432-90-4.

HLOUŠEK, V. (2004): Chorvatsko. In KUBÁT, M. (ed.). *Politické a ústavní systémy zemí středovýchodní Evropy*. Vyd. 1. Praha : Eurolex Bohemia, s. 60-75. ISBN 80-86432-90-4.

JEŠUTOVÁ, E. (ed.) (2003): *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí Českého rozhlasu*. Vyd. 1. Praha : Český rozhlas. 667 s. ISBN 80-86762-00-9.

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. (2009): *Masová média*. Vyd. 1. Praha : Portál. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

KUNCZIK, M. (1995): *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha : Karolinum. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

MARŠÍK, J. (1995): *Úvod do teorie rozhlasového programu*. Vyd. 1. Praha : Karolinum. 106 s. ISBN 80-7184-013-0.

MARŠÍK, J. (2005): Rozhlasová zpráva a rozhlasové zpravodajství. In OSVALDOVÁ, B. (ed.). *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha : Karolinum, s. 57-73. ISBN 80-246-0248-2.

MARŠÍK, J. (ed.) (1997): *Reportáž v tisku a v rozhlase: sborník příspěvků ze semináře Katedry žurnalistiky IKSŽ FSV UK a Sdružení pro rozhlasovou tvorbu*. Praha : Sdružení pro rozhlasovou tvorbu. 70 s.

MCQUAIL, D. (1999): *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha : Portál. 448 s. ISBN 80-7178-714-0.

PRTINA, S. (2007): Válka v Chorvatsku. In ŠMÍD, T., VAŘURA, V. (eds.). *Etnické konflikty v postkomunistickém prostoru*. Vyd. 1. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury, s. 45-80. ISBN 978-80-7325-126-0.

Rozhlas veřejné služby - stojí na rozcestí? : sborník příspěvků z Jarního semináře pořádaného Sdružením pro rozhlasovou tvorbu a Katedrou žurnalistiky FSV UK 27. dubna 2009 v Karolinu (2009). Praha : Sdružení pro rozhlasovou tvorbu. 40 s. ISBN 978-80-254-6814-2.

TRAMPOTA, T. (2006): *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha : Portál. 192 s. ISBN 80-7367-096-8.

ŽANTOVSKÝ, P. (ed.) (2003): Veřejná služba ve veřejnoprávních médiích: sborník textů ze semináře. Praha : Votobia. 316 s. ISBN 80-7220-142-5.

Prameny

AČCKA [Asociace českých cestovních kanceláří a agentur]. Tisková zpráva, 15. 11. 2010 [cit. 18-11-2010]. E-mailová korespondence.

AČCKA [Asociace českých cestovních kanceláří a agentur]. Tisková zpráva, 2. 7. 2010 [cit. 18-11-2010]. E-mailová korespondence.

ČÍHALOVÁ, B: Prázdninové vysílání Radiožurnálu na pobřeží Chorvatska. *Rozhlas.cz* [online], 23. 6. 2006 [cit. 2010-29-11]. Dostupné z WWW
<http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/chorvatsko/_zprava/260595>.

ČTK: ČRo bude letos slyšet i v Chorvatsku. *Hospodářské noviny*, 10. 4. 1996 [cit. 2010-20-11], s. 4. Databáze Newton MediaSearch.

Dokumentace k vysílací sezóně 1999. Pracovní archiv Martina Šulce.

Dokumentace k vysílací sezóně 2000. Pracovní archiv Martina Šulce.

Dokumentace k vysílací sezóně 2007. Pracovní archiv Martina Šulce.

Dokumentace k vysílací sezóně 2009. Pracovní archiv Martina Šulce.

Dokumentace k vysílací sezóně 2003. Pracovní archiv Martina Šulce.

HANUŠ, M.: Český rozhlas vysílá v Dalmácii. *Zemské noviny*, 11. 4. 1996 [cit. 2010-20-11], s. 14. Databáze Newton MediaSearch.

Osobní korespondence autorky práce s Jindrou Dimitrovou. Praha/Varna: listopad a prosinec 2010.

Osobní rozhovor autorky práce s Alexandrem Píchou. Praha: 1. 12. 2010.

Osobní rozhovor autorky práce s Dušanem Valentou. Praha: 4. 12. 2010.

Osobní rozhovor autorky práce se Zdeňkem Honkem. Ostrava: 12. 11. 2010.

Osobní rozhovory autorky práce s Martinem Šulcem. Praha: 24. 9. 2010 a 3. 12. 2010.

POTŮČEK, J.: Václav Kasík. *Reflex*, č. 27, 2005 [online], [cit. 2010-03-12]. Dostupný z WWW
<<http://web.archive.org/web/20080506052712/http://www.reflex.cz/Clanek20364.html>>

Rozhlas.cz: Seriál týdne [online], 1. 1. 2008 [cit. 2010-28-11]. Dostupný z WWW
<http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/porady/_zprava/48841>.

ŠINKOVSKÝM, M.: Václav Kasík končí – Rada ČRo ho dnes odvolala. *RadioTv.cz* [online], 22. 7. 2009 [cit. 2010-20-11]. Dostupné z WWW <http://www.radiotv.cz/p_radio/r_personalistika/vaclav-kasik-konci-%E2%80%93-rada-cro-ho-dnes-odvolala/>.

TACHECÍ, B.: Barbora Tachecí. *Rozhlas.cz* [online], 6. 2. 2008 [cit. 2010-03-12]. Dostupné z WWW <http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/osoby/_zprava/400092>.

Tisková zpráva Českého rozhlasu, 1996.

TOBIŠKOVÁ, N.: Na Jadranu (i letos) vysíláme česky! *Rozhlas.cz* [online], 27. 6. 2008 [cit. 2010-22-11]. Dostupné z WWW <http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/zprava/_zprava/na-jadranu-i-letos-vysilame-cesky-469827>.

VALENTA, D.: Na vlně Varny. *Rozhlas.* č. 47, 19.-25.10. 1987.

VANDROVEC, D.: Rada ČRo schválila Hanu Hikelovou do funkce ředitelky zpravodajských stanic. *Mediafax.cz* [online], 17. 12. 2008 [cit 2010-03-12]. Dostupný z WWW <<http://www.mediafax.cz/domaci/2790735-Rada-CRo-schvalila-Hanu-Hikelovou-do-funkce-reditelky-zpravodajskych-stanic>>.

VJ [JANDA, V.]: Vrcholem komunistického turismu byla Jugoslávie. *Denik.cz* [online], 5. 9. 2009 [cit. 2010-18-11]. Dostupné z WWW <<http://www.denik.cz/samet/vrcholem-komunistickeho-turismu-byla-jug20090904.html>>.

Zákon č. 252/1994 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích.

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

Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2004. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR, 2005, sněmovní tisk 938 [online] [cit. 2009-20-11]. Dostupný z WWW <<http://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=13883>>.

Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2006. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR, 2007, sněmovní tisk 176 [online] [cit. 2009-25-11]. Dostupný z WWW <<http://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=10898>>.

Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2007. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR, 2008, sněmovní tisk 470 [online] [cit. 2009-20-11]. Dostupný z WWW <<http://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=26575>>.

Elektronické zdroje

Businesscenter.cz. Slovník pojmů – barter [online] [cit. 20-11-2010]. Dostupné z WWW <<http://business.center.cz/business/pojmy/p382-barter.aspx>>.

Statistická ročenka Chorvatska 2009 [online] [cit. 17-11-2010]. *Chorvatský statistický úřad*. Záhřeb: Chorvatský statistický úřad. Dostupné z WWW <http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2005/01-tab.pdf>.

KYSELA, M.: Svět svobodného software v uplynulém týdnu: Google Translate mluví česky. *iHned.cz* [online], 19. 5. 2008 [cit. 23-11-2010]. Dostupné z WWW <<http://digiweb.ihned.cz/c1-24794760-svet-svobodneho-software-v-uplynulem-tydnu-google-translate-mluvi-cesky>>.

Český statistický úřad: Mobilní telefonní síť [online], 25. 2. 2010 (aktual.) [cit. 2010-23-10]. Dostupné z WWW <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mobilni_telefonni_sit>.

DRESLER, R.: Česká televize spustila zpravodajský kanál ČT24. *Radiotv.cz* [online], 2. 5. 2005 [cit. 2010-23-10]. Dostupné z WWW <http://www.radiotv.cz/p_tv/t_technika/ceska-televize-spustila-zpravodajsky-kanal-ct24/>.

www.radiovarna.com

www.rozhlas.cz/radiozurnal/chorvatsko

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha č. 1: Tisková zpráva Českého rozhlasu, nedatováno
- Příloha č. 2: Propagační leták Českého rozhlasu z roku 1996 (oboustranný, ukázka strany obsahující informace o chorvatském vysílání)
- Příloha č. 3: Pokrytí Chorvatska vysíláním ČRo 1 – Radiožurnálu na Rádiu Split
- Příloha č. 4: Pokrytí Chorvatska vysíláním ČRo 1 – Radiožurnálu na Rádiu Split, Rádiu Dubrovnik a Rádiu Rijeka (2 strany)
- Příloha č. 5: Scénář vysílacího dne 16. 8. 1999
- Příloha č. 6: Ukázka scénáře československého vysílání ve Varně

Seznam zvukových příloh

- Zvuková příloha Z.1: Ukázky příspěvků do chorvatského vysílání od delegátů CKVT
- Zvuková příloha Z.2: Znělka cestovní kanceláře Vítkovice Tours
- Zvuková příloha Z.3: Záznam vysílání dne 20. 7. 2009
- Zvuková příloha Z.4: Znělky k vysílací sezóně 2009
- Zvuková příloha Z.5: Záznam finále soutěže o měsíční pronájem apartmánu v Chorvatsku
- Zvuková příloha Z.6: Záznam Seriálu týdne Na Jadranu jako doma
- Zvuková příloha Z.7: Záznam Seriálu týdne Cestování do Chorvatska

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Tisková zpráva Českého rozhlasu, nedatováno

T I S K O V Á Z P R Á V A

- 1/ Geneze a příprava
- 2/ Vlastní projekt a příprava realizace
- 3/ Kampaně a podpora projektu

1/

ČRo 1 - Radiožurnál byl zpočátku roku 1996 osloven ředitelem CK Vítkovice Tours Ing. Zdeňkem Honkem ve věci možnosti společného zrealizování jeho nápadu.

Tím nápadem bylo zajistit každodenní vysílání v českém jazyce pro české turisty v létě tohoto roku, kteří navštíví o dovolené chorvatskou Dalmácií.

Po vnitřních konzultacích a za účelem ohledání bližších možností vysílat z chorvatského Splitu byla vedena různorodá jednání mezi stranami, bez jejichž kladných příspěvků by nebyl takový projekt vůbec možný.

Nakonec byla v Praze dne 9.2. 96 v holešovickém hotelu Belveder podepsána mezinárodní Dohoda o spolupráci mezi Českým rozhlasem a CK Vítkovice Tours na straně jedné a Turističkou zajednicou Županije splitsko - dalmatinske a Radiem Dalmácia na straně druhé, která odstartovala řadu separátních jednání a uzavírání smluv mezi jednotlivými partnery.

2/

Informační servis Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu a cestovní kanceláře Vítkovice Tours pro české turisty v Dalmácií

termín: 15.6. - 14.9. 96
čas: denně 16:05 - 16:35
místo: studio Radia Dalmácia
město: Split
frekvence: 96,8 FM (Split) - pevnina
90,5 FM (ostrov Vis) - ostrovy a pobřeží
dosah: ostrovy, pobřeží i pevnina
(od Biograda po Pelješac)
obsah: 1/3 zpravodajství o událostech doma i v zahraničí
(bez politických komentářů)
1/3 zajímavosti, rozhovory, tipy na výlety a za kulturou,
zprávy o počasí, dopravní informace, aktuální repor-
táže a soutěže ... přímo z míst dovolené
1/3 české písničky současné i včerejší

personální zajištění: dvoučlenné týmy redaktorů Radiožurnálu
délka pobytu: cca 2 týdny pro jeden tým
know-how: zajišťují přímo na místě kontaktní osoby
CK Vítkovice Tours

3/

- telefonická a dopisová soutěž o tranzistorové radiopřijímače s hlavní cenou týdenním zájezdem pro 1 osobu do Chorvatska (březen - červen)
- vlastní autoanonce na vysílání ČRo 1 - Radiožurnálu v Dalmácií (březen - srpen)
- inzerce v tisku (květen, červen)
- tisková konference (duben)
- beseda v ČT
- vkladné letáky do pokynových materiálů CK Vítkovice Tours pro české turisty

Příloha č. 2: Propagační leták Českého rozhlasu z roku 1996 (oboustranný, ukázka strany obsahující informace o chorvatském vysílání)

Nalad'te si nás doma...

... i v Dalmácii

od 15. června
do 14. září 1996
vysílá denně
16.05 - 16.35
Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

VITKOVICE TOURS s.r.o.

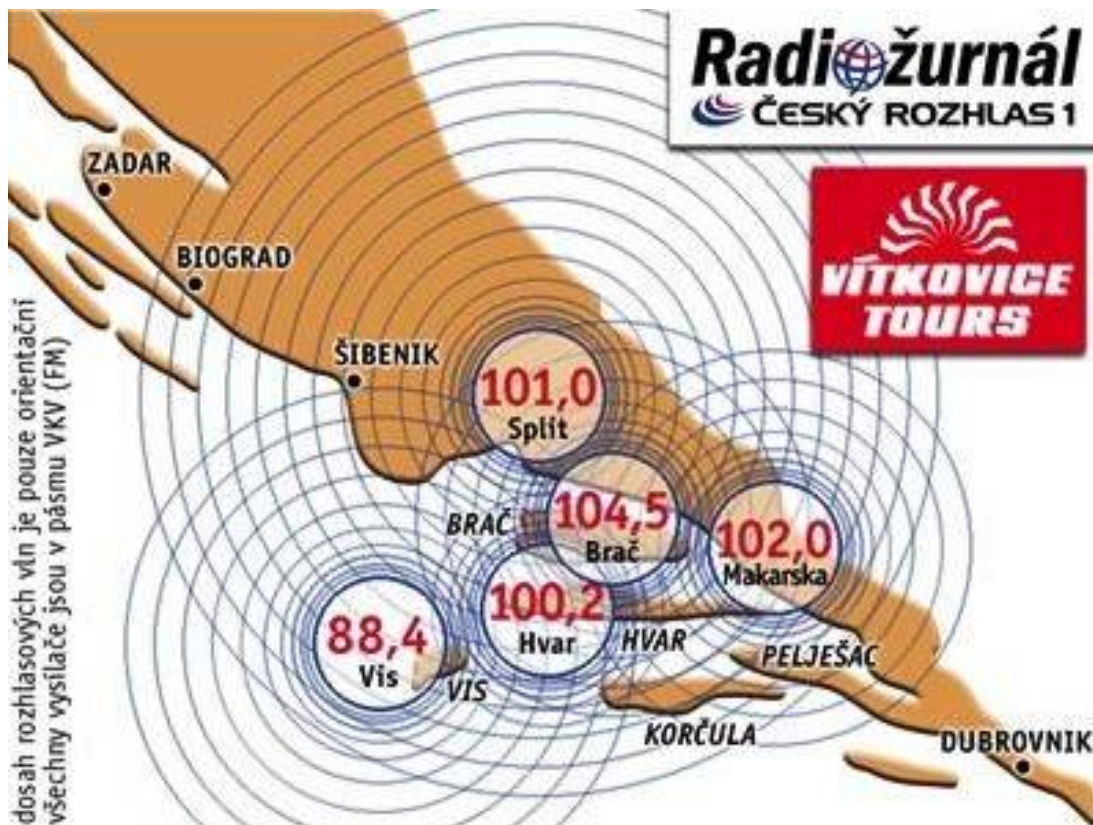
Informační servis
Českého rozhlasu 1 -
Radiožurnálu
a cestovní kanceláře
Vítkovice Tours
pro české turisty
v Dalmácii

- vysíláme ze Splitu od 15.6. do 14.9.96 mezi 16.05 a 16.35 hod.
- naladíte nás na frekvencích 90.5 FM a 96.8 FM z vysílačů Radia Dalmacia
- uslyšíte zpravodajství o událostech v České republice i v zahraničí, zajímavosti, tipy na výlety, rozhovory, zprávy o počasí, aktuální reportáže, dopravní informace ...
... přímo z místa Vaší dovolené
- a k tomu všemu české hity současné i včerejší

Vychutnejte dovolenou
s námi...

Na projektu se podílí: Turistická zaježdnicna Županije splitsko - dalmatinske a Radio Dalmacia.

Příloha č. 3: Pokrytí Chorvatska vysíláním ČRo 1 – Radiožurnálu na Rádiu Split



Příloha č. 4: Pokrytí Chorvatska vysláním ČRo 1 – Radiožurnálu na Rádiu Split, Rádiu Dubrovnik a Rádiu Rijeka na propagačním letáku (2 strany)

Vezměte svoji dovolenou do vlastních rukou

SPLIT DUBROVNIK

Objevujte s námi také:
Amsterdam, Barcelona, Miláno, Neapol, Nice, Paříž, Řím

od 290 Kč

SKY EUROPE

900 14 15 16
(z křídla)
skyeurope.com

Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

R-RIJEKA
R-SPLIT
R-DUBROV

RADIO DATA SYSTEM

V krajových oblastech dosahu vysílačů nemusí být příjem kvalitní. Všechny vysílání jsou v pásmu VKV (FM).

CHORVATSKO

- ZADAR
- BIOGRAD
- ŠIBENIK

Radio Split

- 101,0 Split
- 104,5 Brač
- 102,0 Makarska
- 88,2 Neum
- 103,7 Slano
- 106,5 Lopud
- 105,0 Dubrovnik
- 89,5 Gruda
- 106,2 Lastovo
- 101,1 V. Luka
- 103,8 Korčula
- 100,2 Hvar
- 88,4 Vis

Radio Rijeka

- 94,5 Opuzen
- 104,7 Rijeka
- 97,9 Cres
- 107,4 M. Lošinj

Radio Dubrovnik

Informace z Česka, Slovenska a ze světa i na dovolené v Chorvatsku!

Vysíláme pro Vás denně od 18.05 do 18.20 hodin
na frekvencích Radia Split, Radia Rijeka a Radia Dubrovnik

- zprávy
 - tipy na výlety
 - rady a zajímavosti
 - předpověď počasí
 - české písničky na přání
- Své pozdravy, přání
i dotazy můžete poslat
prostřednictvím SMS
na číslo +420 721 236 500



www.rozhlas.cz/radiozurnal

Prázdniny v Česku s ČRo 1 – Radiožurnálem

Kdy je nejlepší vyměnit peníze na dovolenou?
Ekonomický magazín
po-pá 9.20

Jaký ochranný faktor opalovacího krému vlastně potřebuji?
Zdraví
po-pá 9.35

Co si vezmu na dovolenou ke čtení?
Knihy na prázdniny
po, pá 14.35

Kudy mám jet? Kde jsou jaké uzavírky?
Jsou fronty na hranicích?
Zelená vlna
nepřetržitě, pravidelné relace každých 30 minut

Staci nám náš foršák nebo už je třeba podívat se po novém?
Trendy
po-pá 11.35

Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1



Informace z Česka, Slovenska a ze světa i na dovolené v Chorvatsku!

Vysíláme pro Vás denně od 18.05 do 18.20 hodin
na frekvencích Radia Split, Radia Rijeka a Radia Dubrovnik

- zprávy
 - tipy na výlety
 - rady a zajímavosti
 - předpověď počasí
 - české písničky na přání
- Své pozdravy, přání
i dotazy můžete poslat
prostřednictvím SMS
na číslo +420 721 236 500

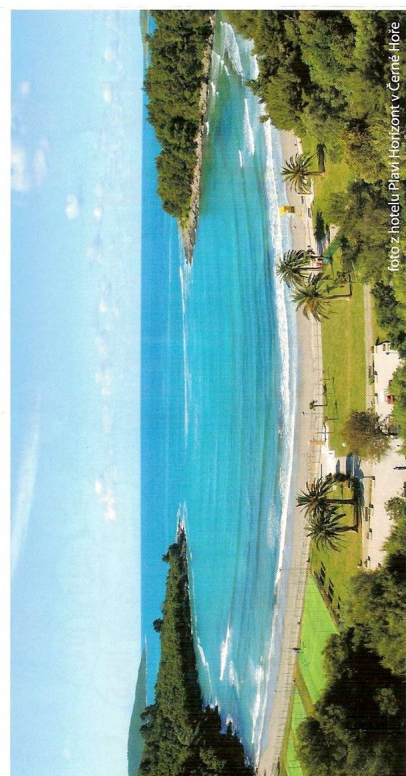


Foto z hotelu Plavi Horizont v Černé hoře

www.jadrannamaximum.cz
Volejte zdarma z ČR **800 800 788**
Jadran na MAXIMUM

České děti tuto pláž již znají. A co Vy?
České děti tuto pláž dobře znají z ozdravných pobytů. Nyní se na ni můžete vypravit i Vy. Mimořádná nabídka pobytů v hotelu Plavi Horizont za cenu polopenze jen 790,- Kč za den. Přijďte kdykoli mezi 24. 8. a 30. 9. a zůstanete ilbovolný počet dní. Užijte si Jadran na maximum!

VÍTKOVICE TOURS S.R.O. Vychutnejte dovolenou s námi



JADRAN
Chorvatsko, Černá Hora

Katalog s nejoblíbenější nabídkou ubytování na chorvatském a slovenském pobřeží ČR. Zaujme vás širokou škálou ubytovacích možností od Linapu po Dubrovnik v Chorvatsku na celém pobřeží Černé Hory. Nahlíďte individuální cestovní doplňuje možnosti autobusové cesty i letce doprava.

Jadran
Chorvatsko

Výběr vynikajících hotelů a ubytovacích míst s vybornými službami a výbornými suvenýry. K dispozici je i možnost dopravy ká deprova, kterou cestovní kancelář VITKOVICE TOURS zajišťuje z Prahy a Brna do Dubrovniku a z Prahy a Ostrovy de Splitu.

RELAXAČNÍ DOVOLENÁ
Chorvatsko, Černá Hora

Vypněte a hodiť starosti za hlavu. Vyberte si týden nebo víkend – pár dní nebo celou dovolenou. Vyberte si ubytování od domů nebo pár hodin. Seje jako to je - aktivně odpočívat a zároveň se nechat rozmazlovat v tradičních lázních s dubovkou nebo luxusním wellness hotelu.

DOVOLENÁ V ALPÁCH
Dovolená v rakouských Alpách

Lyzování, horské túry, cyklistika, koupání v přírodních teplých jezírcích, vodní sporty nebo třeba návštěva muzeí. Všechno to můžete v Rakousku na Vás čekat jak adrenalin, tak i relaxace. Přijďte si z Vaší dovolené přivést ty zážitky, které si přivést chcete.

Více informací k naší nabídce včetně možností rezervace a kupujících ON line naleznete na adrese: **www.vitkovice.cz**

OSTRAVA-VITKOVICE Mířnická 10 M: 55 665 40 41	OSTRAVA 1 Přerovská 10 M: 55 611 65 61	PIŘEKAMBIK Přerovská 10 M: 55 611 65 55	PRAMENOVÉ MĚSTO Přerovská 10 M: 24 24 07 05	BRNO Přerovská 10 M: 24 23 35 08	OLOMOUČ Přerovská 10 M: 54 211 478	BRATISLAVA Přerovská 10 M: 45 910 961	BRATISLAVA Přerovská 10 M: 45 910 961
---	--	---	---	--	--	---	---

Příloha č. 5: Scénář vysílacího dne 16. 8. 1999

DISC 1, tr.1 Time 2:17 – úvod

Na pořadu se podílí také Chorvatské turistické sdružení.

Máme pondělí 16.srpna, od mikrofonu zdraví Iva Bartoňová a Dušan Valenta.

Určitě jste se už u moře náležitě rozkoukali. Cestu na pláž a zpět znáte a tak začínáte uvažovat i o dalších věcech. Třeba o tom, že svým známým a příbuzným pošlete pohled nebo zavoláte. Není problém, stačí se jen pořádně rozhlédnout a vybírat. Pohlednice jsou k máni takřka na každém rohu – stojí od 2 do 4 kuna. Ovšem se známkami to bývá horší. Většinou se dají koupit pouze na poštách. K nám domů stojí 4 kuna. No a pokud chcete krátce volat – pořiďte si telefonní kartu na 50 impulsů. Stojí 27 kuna. Máte-li tu svůj mobil, počítejte s tím, že za minutové volání do Česka zaplatíte od 30-ti do 38-ti korun. Chorvaté nyní zprovozňují novou síť, která ve špičce nabízí příznivější cenu a tak pátrejte po kódu 219 10. Na posílání textových zpráv je zase lepší CRO- NET. Jedna SMS-ka přijde na necelé dvě koruny, zatím co u nové sítě to jsou tři padesát.

DISC 2, tr.1 Time 9:23 – zprávy – titulky

- + Více než polovina Čechů je spokojena se svou životní úrovní.
- + Fanoušci ostravského Baníku zaútočili na rychlík – jedna cestující bojuje o život.
- + Boris Jelcin plánuje tvrdý režim pro severní Kavkaz.
- + V Dalmácii bude stále slunečno, teploty do 32-ti stupňů.

DISC 1, tr.2 Time 0:06 – předěl

NEWS

Více než polovina obyvatel České republiky je spokojena se svou životní úrovní. Vyplývá to z šetření Institutu pro výzkum veřejného mínění. Celých 57 procent respondentů je spokojeno se svou životní úrovní, přičemž tři procenta ji označila jako velmi dobrou a 54 procent jako spíše dobrou. Za špatnou ji považuje 40 procent občanů, což je o čtyři procenta méně než v únoru.

NEWS

MD 5, tr.1 Time: 0:24 - Mertová

DISC 1, tr.2 Time 0:06 – předěl

NEWS

MD 5, tr.2 Time: 0:53 – Krupauerová

DISC 1, tr.3 Time 0:06 – sport

První tříbodový zisk si v podzimní části první ligy připsali fotbalisté Teplic a Bohemians. V zápasech třetího kola zvítězil úřadující vicemistr nad příbramskou

Duklou 2:0, soupeř dohrával bez vyloučeného Hynka a Máchy. "Klokani" přehráli Drnovice suverénně 3:1 a vedle prvních branek servírovali svým fanouškům první ligovou výhru. Na své první vítězství stále čeká Olomouc. V Ostravě jí k němu chybělo pár sekund. V poslední minutě vyrovnal za Baník střídající Samec na 2:2.

NEWS

DISC 1, tr.4 Time: 0:05 – end

MUSIC CD: FORMULE POP – Nr. 1 – Pomáda

DISC 2, tr.3 Time: 0:18 – předěl bez podkresu

Dneska nám sluníčko opravdu zavařilo. Už od rána pěkně pálilo a tak jsme u moře prožili jen necelé dvě hodinky. Pravda voda byla příjemná, ale co dělat, když nechceme mít spálená záda. No kdyby jenom záda. To se pak člověk nemůže skoro vůbec pohnout, protože ho všechno pálí, svědí a kouše. Proto, jak se těmto nepříjemnostem vyhnout. Lucie Boldysová se zeptala doktora Jana Balcara.

MD 7, tr.1 Time: 1:19 – opalování.

Pokud Vás nebaví nekonečné polehávání na pláži, ale přesto byste se rádi pochlubili čokoládovou barvou, opalujte se aktivně. To znamená, půjčte si šlapadlo a nebo se proletěte padákem. Ten špást sice nepatří k nejlevnějším, ale je to zážitek. Takže za šlapadlo - pro čtyři lidi se skluzavkou – zaplatíte 50 kuna za hodinu, jízda na banánu přijde na 30 kuna, paraglaidyng stojí 200 kuna. Pokud se chce naučit lyžovat na moři, obětujte dva dny a 250 kuna. Dáváte-li přednost suchozemskému sportování – půjčte si kolo. Za hodinovou projížďku utratíte 20 kuna.

DISC 1, tr.6 Time: 0:11 – předěl Vítkovice

Dovolenou asi neprožijete na jednom místě. Zcela jistě si uděláte čas na minimálně jeden výlet – třeba do sousedního letoviska, nebo na některý z ostrovů. Nejlepší spojení je ze Splitu, ze zdejšího přístavu jezdí trajekty takřka na všechny dalmátské ostrovy. Chce to jen dobře rozvrhnout čas, protože cesta po moři přece jen chvíli trvá. Zveme Vás na nejbzdálenější z ostrovů. S Přemkem Ulrichem zamíříme na Vis.

MD 6, tr.8 Time: 1:54 – Vis

MUSIC CD: SUPERHITY – Nr.7 – Basiková

Chorvatsko je letos pro české turisty o trochu levnější. Ceny v hotelích a dalších ubytovacích zařízeních poklesly především kvůli kosovské krizi a naše cestovní kanceláře této situace dokázaly využít. Podle šéfa cestovní kanceláře Vítkovice Tours Zdeňka Honka, není tento konflikt jedinou příčinou zlevnění. Na podrobnosti se zeptala Lucie Boldysová.

MD 4, tr.4 Time: 2:37 – Honek

DISC 1, tr. 6 Time: 0:11 - předěl Vítkovice

Jste-li v Dalmácii autem, můžete něco vyhrát. Musíte však mít na okně speciální samolepku, kterou rozdávají delegáti cestovní kanceláře. My pak od našich hlídek dostáváme zprávy o tom, kde jste a co děláte. Tím se dozvídáme, co vás u moře zajímá, ale hlavně můžeme losovat. Denně losujeme auto, které postupuje do pátečního finále. V něm můžete vyhrát cenu od Vtkovice tours. Zároveň si ale zajistíte účast v dalších kolech soutěže, kde se potkáte s hosty klubového hotelu na ostrově Hvar a výherci soutěže Radiožurnálu. Ve finále jde o automobil Daewoo Matiz.

A kdo měl dneska štěstí?

Zelená stovvacítka – FMC 11 97, tahle Škodovka jela po jadranské magistrále směrem k Trogiru.

Dodejme ještě, že naši soutěž připravujeme ve spolupráci s pivovarem Radegast a společností Daewoo Motor.

DISC 2, tr. 4 Time: 5:07 – Zelená vlna

Dneska se nám jezdí docela dobře a stejně tak by tomu mělo být i nadále. Provoz je slabý, na hranicích se nečeká. Připomínáme, že v Chorvatsku platí stejné předpisy jako u nás. Přestože domorodci jezdí poněkud razantněji snažte se dodržovat rychlostní limity, tedy padesátku v obci, devadesátku mimo ní a stotřicítku dálnici. Pokuty za rychlou jízdu jsou relativně vysoké, kolem 50 -ti marek.

DISC 1, tr.7 Time: 5:14 – počasí

Zítرا nás čeká další slunečný den. Bude velmi teplo. Meteorologové předpovídají 27 až 32 stupňů.

U nás doma to za moc nestojí. Je zataženo a prší. Zítرا jsou očekávány bouřky. Teploty 19 až 23 stupňů.

DISC 2, tr. 5 Time: 0:10 – počasí konec

Závěrem tradiční zajímavost. Tentokrát bude z Itálie.

Téměř čtvrtina Italů věří v kouzla, předvídání budoucnosti, astrologii a spiritismus. Za tyto věci utrácejí ročně asi miliardu lir, to je skoro 550 tisíc dolarů. Vyplynulo to z šetření jedné italské agentury.

V různá kouzla a čary věří podle ankety 22 procent obyvatel apeninského poloostrova, tedy přes 10 miliónů lidí. Není tedy divu, že v Itálii nachází živobytí zhruba 60 tisíc kouzelníků, astrologů, věštkyň a různých léčitelů. Italové se hodně obracejí k nadpřirozeným jevům a silám, když jsou nešťastně zamilovaní, či když mají problémy v práci.

A jak jste na tom vy. Můžete nám zavolat na splitské číslo 021-314 393.

Na slyšenou se těší Iva Bartoňová a Dušan Valenta.

DISC 2, tr.6 Time: 0:39 – konec

Příloha č. 6: Ukázka scénáře československého vysílání ve Varně

pátek, 17. července 1987 J.D.

Signál:

Hlasatelka: Posloucháte Radio Varna, je 9,30.

Melodia:

Hlasatelka: ještě jednou dobrý den v pátek 17. července. Víte, čím bude tento den pro vás zajímavý? že si spolu dnes budeme hrát takovou hru na víte a nevíte. a vy milí přátelé tedy prostřednictvím mikrofónu budete odpovídat a jistě, že vám napovíme, kdy nebudete vědět. A budeme si povídat o Zlatých pískách. Nejprve ale si poslechněte krátké zpravodajství.

Melodia:

Hlasatelka: Zprávy si připravila Jarmila Jušenlijská:
Noviny + *upor* -
Konec zpráv.

Hudba: pesen

Hlasatelka: Naše hra tedy začíná. estli víte, kolik je ~~Zlatý~~ je komplexu Zlaté písky let? odpověď nám můžete během vysílání - to je do ~~950~~ ^{22 05 14} hodin zavolat na telefonní číslo ~~22 82 06~~

Co bych k tomu mohla napovědět? edním z prvních, kdo pochopil krásu a možnosti písčitých pláží zvaných Uzun kum, dnešních Zlatých písků je Karel Škorpil, který koncem minulého a začátkem našeho století působil ve Varně jako gymnazialní profesor.

4 km dlouhá písčitá pláž, chráněná od severozápadu frangenskou vysočinou hustý les, sahající až k pobřeží stačily k tomu, aby se splnila slova K. Škorpila- Jednou tu bude jeden z nejkrásnějších koutů k odpočinku bulharských i zahraničních hostů. A tak postupně vznikají jeden za druhým hotely, restaurace, zábavné podniky, obchody a vše co se odborným jazykem nazývá materialní základna střediska.

Výstavba nového střediska začala projekty, výkresy a debatami dlouho do noci, kdy projektanti, architekti a stavitelé

pod vedením architekta Georgiho Ganeva viděli hotely, restaurace, bazény, sportovní hřiště....zároveň skutečný začátek to co možná nevíte..jsou ježci, ~~oxnickkvyprávějíxnnětní~~ dopravení na místo Zlatých písků ze všech koutů Bulharska, ještě než přijdou stavbaři se svými plány a stroji.
A co o Zlatých pískách víte vy:

M.L. 1 /anketa/ trvá:.....

začíná:

Končí:

Hudba

Hlasatelka:

K našemu vyprávění o Zlatých pískách bychom měli přidat i čísla, o kterých jistě nevíte.Připustíme-li, že počátek bulharského ~~cestovního~~ cestovního ruchu na černomořském pobřeží patří k naší nejbližší historii, měli bychom dodat, ~~mezinárodní~~ mezinárodní cestovní ruch je spojen se třemi firmami- Inturist SSSR, ~~Paže byro~~ a Čedok z ČSSR. Nyní Balkanturist Zlaté písky spolupracuje se 70ti ~~firmami~~ ^{turistickými} celého světa.

Zároveň s Družbou mají Zlaté písky 85 hotelů, chatičky s více než 1200 lůžky, restaurace, bary, atrakční podniky, 8 obchodních středisek, asi 40 obchodů a stánků autopark který má k dispozici 100 autobusů, mikrobusů a 80 taxíků, sportovní zařízení..vodní kola, jachty, surfy, jízdárnu, tenisové dvorce, minigolf, skluzavky..bohatý výběr možností pro hosty všech národností.

To, co určitě víte, je, že na Zlaté písky jezdí i rekreaanti z ČSSR.A co pro ně připravuje Balkanturist- sektor ČSSR už možná nevíte ...napovíme po písničce.

Hudba:

M.L. 2 trvá:

začíná:V sektoruČSSR....

končí:....

Hudba:

M.L. 3 trvá:... začíná: Největší počet....

Hudba: *17 - de - je toho dost a asi bych doplála, my life
ni vše vykašat sám!*
končí: *podpočet si..*

Hlasatelka: Půlhodinka bude, za chvíli u konce a s ní i naše hra na víte a nevíte o Zlatých pískách. Protože nejvíce se o komplexu Zlaté písky i o Bulharsku můžete dozvědět na besedě která má tentýž název- co víte o Bulharsku, podívejme se tam. Zavede nás s magnetofonovým záznamem kolegyně Eva Jordanová:

M.L. 4 trvá: začíná:
končí:....

Hudba:

Hlasatelka: Ochtěla bych se vrátit k původní otázce v začátku našeho programu- Zдали víte, kolek je komplexu Zlaté písky let? Odpověď je 30 let, které oslaví právě v těchto dnech. Všem vám, kteří jste správnou odpověď věděli ale i vám ostatním, kteří jste se ji právě dozvěděli zahrajeme závěrem pěknou písničku.

Hudba:

Hlasatelka: V posledních minutách, abychom nezůstali nikomu nic dlužni nahlédneme ještě do turistického okénka:

Hudba: instr

Hlasatelka: turističeska informacia- na živo doplnitelno

Hudba: instr

Hlasatelka: Skončil půlhodinový pořad, který byl dnes věnovaný 30 výročí otevření lázní Zlaté písky. Vlastně na toto téma budeme pokračovat názory samotných rekreantů na Zlatých pískách od 13.30. Ve 13.05 si budete na střední vlně 388m na stanici Varna moci vyslechnout krátké zpravodajství. e studia se s vámi zatím loučí J.D a Na slyšenou!

Hudba: instr