

Příloha č. 1: Rozhovor s Janem Pokorným

- Absolvent Fakulty žurnalistiky na Univerzitě Karlově
- V Československém rozhlasu začal pracovat v roce 1984
- Poprvé byl šéfredaktorem Radiožurnálu mezi roky 2005 a 2008
- Rok 2010 strávil ve Francii jako zahraniční zpravodaj
- Od roku 2012 je znovu šéfredaktorem stanice Radiožurnálu
- Od 1. března 2016 ředitel Zpravodajství Českého rozhlasu

Jak se snažíte, aby zpravodajství na Radiožurnálu vypadalo?

Jdeme především po nějaké momentální relevantnosti té zprávy. Nemám moc rád slovo aktuální, myslím si, že relevantní je přesnější. Chceme zprávy, které jsou samozřejmě ověřené, které jsou zajímavé, ale i ty, které jsou takzvaně užitečné. Tedy že je zpravodajství každého dne a nemusí v něm nutně mluvit člen vlády nebo parlamentu.

Jak ověřování zpráv probíhá?

Máme řadu dokumentů, které dodržujeme, od etického kodexu po zákon o Českém rozhlasu a České televizi. Ověřujeme každou věc ze dvou zdrojů, pokud to samozřejmě není vyjádření přímo nějaké instituce. Ale i tam se zprávu snažíme ověřit, protože i ty instituce mohou udělat chybu. Je dobré si ověřovat i zprávy ČTK, státní správy, samosprávy apod.

Jak vám na Radiožurnálu funguje poměr publicistiky a zpravodajství?

Radiožurnál je zpravodajská stanice, ale protože nežijeme v jednoduché době a kontext, background a nazírání z jednotlivých úhlů je více než potřebné, tak vysíláme poměrně hodně toho, čemu říkáme publicistika. Samozřejmě je skvělé, pokud publicistika vychází z toho aktuálního dění. Příkladem publicistiky na Radiožurnálu může být Ranní interview, 20 minut Radiožurnálu, dvacetiminutová publicistická část Hlavních zpráv nebo i dopolední host Lucie Výborné.

Jak se liší zpravodajství na příklad v osm ráno a v šest večer?

Ranní zpravodajství je anticipační, spíše předpovídá, co se ten den stane na základě nějakých informací, plánů a našich vlastních zjištění. Objevují se tam také samozřejmě

informace z noci a díky časovému posunu a rozsáhlé síti zahraničních zpravodajů také informace ze zahraničí. Naopak večerní zprávy, především Hlavní zprávy v 18 hodin, jsou něco, o čem bych si troufl říct, že se blíží nějakému zpravodajskému souhrnu. My máme sice pro zprávy v celou takové pravidlo, že začínají vždy událostí, která se stala bezprostředně před nimi, ale ty zprávy v 18 opravdu referují i o událostech, které se staly v poledne. Je to takový zpravodajský výsek z toho celého dne.

Jaký je na Radiožurnálu poměr hudby a mluveného slova?

V reálu je ten poměr 60:40 ve prospěch mluveného. Naší snahou je, aby to bylo 50:50. Je to z důvodu, že Radiožurnál je stanicí typu proud, je to mix hudby a mluveného slova, poměrně unikátní nejen na českém trhu ale i v tom středoevropském prostoru. My cílíme zejména na generaci mezi 30 a 50 roky, jakkoliv nás poslouchají všechny generace od deseti do sta let. Ale jestli chcete mít to rádio s nějakou tvář, tak musíte vždy na někoho cílit. My víme, že ti třicátníci jsou lidé, kteří už vyrostli na proudových rádiích, poslouchali do 25 let Evropu 2 nebo Frekvenci 1. Pak vystudovali vysokou školu, dostali se do toho praktického života, založili například rodinu a už se na svět dívají trochu jinak. Všechny analýzy nám ukazují, že přecházejí k Radiožurnálu, ale stále jsou zvyklí na ten typ proudového rádia.

Samozřejmě víme, že dnes je taková doba, ve které je zhruba 70 % času poslechu rádia kulisových. Tedy že posloucháte to rádio jako kulisu a zesilujete si ji ušima, když slyšíte něco zajímavého.

Zprávy na sebe na Radiožurnálu navazují každou půl hodinu, ráno dokonce každou čtvrt hodinu. V čem je ranní zpravodajství ještě specifické?

Ranní zprávy v celou hodinu jsou prezentovány na dva hlasy. To ranní zpravodajství má jiný rytmus, my máme vybrané hlasy, které k sobě ladí a to zpravodajství se poté v tom ranním shonu příjemně poslouchá.

Jak se snažíte od sebe odlišit zprávy, které jdou po další čtvrt hodině ve vysílání znovu v další relaci?

Musíme vždy najít nějaký kompromis. My víme, že ráno se posluchači u rádia mění po 20 minutách, takže my máme ten náš ranní proud namodelovaný tak, abychom vždy alespoň jedněmi zprávami zasáhli tu skupinu, která po dvacet minut zůstává u rádia.

Pokud je nějaká hlavní událost toho rána, např. teroristické útoky v Bruselu, tak je taková informace samozřejmě v každých zprávách. Pokud není žádný takový highlight, tak se snažíme ty zprávy měnit, aby posluchač neměl pocit opakování. A i když se ta zpráva opakuje, tak by se měla alespoň lišit formulačně. I když samozřejmě vím, že to v tom ranním fóru vždycky nejde.

Jaký důraz dáváte na dopravní zpravodajství?

Velký důraz. Je to jedna z částí zpravodajství, která je pro posluchače užitečná a servisní do normálního života. Řeknu nepokorně, že máme nejlepší zdroje toho dopravního zpravodajství, protože se nespolehneme pouze na telefonující řidiče. Máme neustálý informační servis od dopravní Policie ČR, což žádné jiné rádio nemá. Máme svého redaktora v Národním dopravním informačním centru v Ostravě, kde jsou obrazovky ze všech kamer, které jsou na všech dálnicích v ČR, takže my okamžitě někde vidíme nějakou kolonu nebo nějaký problém na dálnici. Tito kolegové jsou online spojeni s centrálou na Vinohradech.

Abych ještě zdůraznil tu důležitost, kterou dopravnímu zpravodajství dáváme, tak v příštím roce nebo v příštích dvou letech chceme vybudovat opravdu unikátní centrum dopravních informací v budově Českého rozhlasu.

Jaké zpravodajské žánry využíváte?

Všechny. Čtené zprávy, reportáže, živé vstupy atd. Samozřejmě ty stopáže na Radiožurnálu jsou celkem krátké, ale já jsem přesvědčen, že i v minutě se dá udělat kvalitní minireportáž. Zprávy, to jsou především informace a příběh, který otevírá uši těch posluchačům.

Jak často se na Radiožurnálu dostanete k živým vstupům a jak složité je dostat reportéry na místo události včas?

Samozřejmě když dobře plánujete během toho odpoledne před tím, kdy máme takovou hlavní plánovací poradou, tak sami víte, jaké hlavní události budete určitě sledovat a kam pošlete redaktora. Ať už tam půjde jen s telefonem nebo tam s ním půjde přenosový vůz nebo nějaká jiná technika. Takže zpravodajství přímo z místa je velmi běžnou součástí našich zpráv.

Jak na Radiožurnálu funguje regionální zpravodajství?

My máme ze zákona své studio a zpravodajský tým v každém hlavním městě každého ze 14 krajů. Někde je ten redaktorský tým početnější více někde méně. Ty týmy dodávají obsah samozřejmě té své stanici, tomu svému regionálnímu studiu, které vysílá svůj autonomní program. Ale samozřejmě dávají informace i do centrály v Praze, takže máme pokrytou celou republiku. Pochopitelně někde jsou kolegové pracovitější a nápaditější, takže někdy to vypadá, že vlastně republika je pouze Hradec Králové a Ostravsko, protože tam máme nejlepší reportéry.

Ale jsme skutečně ve všech regionech a pro nás je to regionální zpravodajství stejně důležité jako zpravodajství z vlády nebo z poslanecké sněmovny, protože to jsou skutečně ty informace ze života. Poptávka po tom klidně až hyperlokálním zpravodajství je i u té celoplošné stanice pořád hrozně vysoká. I proto jsme na příklad od 1. dubna na Radiožurnálu zřídili Zprávy z regionu vždy v 6:30.

Posloucháte zpravodajství Rádía Impuls?

Samozřejmě. Musíme znát svou konkurenci a nemůžeme se tvářit, že když jsme regionální rozhlas, tak že jsme mimo ten mediální prostor. Ne, my jsme jeho součástí a žijeme v konkurenčním prostředí a lidé si vybírají podle toho, co je pro ně zajímavější, zábavnější a přínosnější. A my jsme tady pro ty, kteří hledají, aby jim ty informace byly přínosné a zajímavé. Tu zábavu už necháváme kolegům ze soukromého sektoru.

V čem se vaše zpravodajství liší od toho Rádía Impuls?

K Impulsu já mám velký respekt, k jeho managementu i ke kolegům, kteří tam pracují. Oni s velice štíhlým týmem dokážou vytvořit dojem, že jsou nejrychlejší zpravodajské rádio a že mají nejlepší dopravní servis. Pracují výborně s marketingem, klobouk dolů před tím.

Lišíme se pouze v tom, že oni vytvářejí ten dojem, a u nás je to pravda. Kdybychom si udělali nějakou analýzu, jestli bylo Rádio Impuls někdy v něčem rychlejší, což je jejich velice často používaný výrok, tak já dám ruku do ohně a vsadím se o bednu nejlepšího šampaňského, že nikdy rychlejší nebyli. Ale je to příjemné ten souboj takto podstupovat a pozorovat ho.

Příloha č. 2: Rozhovor s Ladislavem Vonzem

- Šéfredaktor Rádia Impuls

Jak se snažíte, aby zpravodajství na Rádiu Impuls vypadlo?

My chceme dělat aktuální, jednoduché, přímočaré, vyvážené a pro posluchače relevantní zpravodajství, tak aby splňovalo všechny parametry, které ten posluchač od rádiového zpravodajství požaduje.

Jak se do vaší tvorby zpravodajství promítá to, že jste soukromá stanice?

Oproti veřejnoprávnímu sektoru nebo oproti bohatším médiím, což jsou třeba televize, tak to rozhlasové zpravodajství přímo na Impulsu je kvantitativně a personálně mnohem menší. To, že jsme soukromá stanice, se určitě projevuje v množství lidí, kteří to zpravodajství zpracovávají, projevuje se v množství zdrojů, které můžeme pokrývat a využívat. Projevuje se to také v technologických možnostech a v možnostech nějakého vývoje technologie, protože soukromá stanice nemá prostředky na to, aby pravidelně obměňovala technologie pro zpracování rozhlasového zpravodajství. Příkladem je nahrávací technika, počítače, editovací software, přenosová technika, ale i služební automobily k přesunům. A to všechno jednou za čas musíte obměňovat a troufám si říct, že soukromý sektor je tomto ohledu oproti veřejnoprávnímu výrazně omezený.

Může se to projevit i ve zpravodajství i kvůli tomu, že jste závislý na příjmech z inzerce a na poslechovosti?

My vycházíme z předpokladu, který jsem řekl na začátku: Posluchač od rádia něco vyžaduje. Myslím si, že je celkem jedno, jestli to rádio je soukromé nebo veřejnoprávní. Posluchač potřebuje okamžitou, rychlou, jednoduše řečenou, přímočaře zpracovanou, relevantní informaci, kterou potom dokáže velice rychle vstřebat. Pokud mu to dokáže Rádio Impuls nabídnout a pokud ten posluchač to dokáže skutečně vstřebat a zkonsumovat a potom se to odráží ve vysoké poslechovosti, tak to zároveň znamená, že to děláme dobře. Máme nastavené parametry tak, abychom se vyvarovali nějaké formě autocenzury a nějaké formě ekonomického nátlaku, protože to ve svém důsledku může přinášet negativní výsledek, po kterém nás ten posluchač přestane vnímat jako relevantní nebo důvěryhodné médium. A to je pro nás strašně důležité.

Takže rozhodně nechceme, aby se zvláště v tom aktuálním zpravodajství projevovalo něco jako touha po vysoké poslechovésti a nebo touha uspokojit našeho inzerenta, jenom protože nám to přinese krátkodobý efekt, např. ve formě většího zisku od toho inzerenta. My uvažujeme dlouhodobě a to je vždy ve prospěch toho posluchače.

Jak se na vašem zpravodajství projevila změna vlastníka na společnost AGROFERT?

V podstatě nijak. Tady vládne jakýsi mýtus, že jakmile někdo začne vlastnit nějaké médium, tak obsah toho média začne okamžitě ovlivňovat, a začne prostřednictvím toho média prosazovat nějaké svoje zájmy. Možná, že to tak někde je a možná, že s tím někdo má zkušenost, ale určitě to není případ Rádia Impuls.

My se v první řadě spoléháme na to, že vzdálenost mezi Andrejem Babišem, který samozřejmě AGROFERT vlastní, a Rádiem Impuls je tak obrovská, že by bylo velmi složité, aby on prosazoval nějaký svůj zájem přes X článků nebo mezičlánků. Také vycházíme z toho, že do rozhlasového produktu zároveň nelze prosadit nějaký aktuální zájem vlastníka X nebo vlastníka Y. Záleží na tom, co chce posluchač. A naši posluchači zasahují do celého politického spektra zleva doprava, takže musíme zasáhnout celou tuto šíři. Neposlouchají nás pouze voliči hnutí ANO nebo pouze voliči ČSSD, může to být i krajní pravičák nebo krajní levičák. Nemůžeme zpravodajství přizpůsobit tomu, jaký zájem má nyní Andrej Babiš.

Představte si, že v roce 2016 vás vlastní Andrej Babiš, který má koncern AGROFERT. A ten koncern by si chtěl prosazovat nějaké svoje obchodní zájmy prostřednictvím rádia, ale za dva roky by zjistil, že to rádio moc nefunguje a že by ho rád prodal. A nebo naopak, že funguje moc dobře a chtěl by využít tu příležitost k prodeji. A koupil by ho třeba pan Bakala, který má zase zájmy např. v těžebním průmyslu. I on by začal prostřednictvím toho rádia hájit a prosazovat své zájmy. Jenže to rádio by do roka a do dne přestalo fungovat jako kompaktní celek, který oslovuje širokou veřejnost

Takže můžu garantovat, že to nefunguje tak, že mi někdo zavolá a řekne mi, že máme vysílat tu a tu informaci o hnutí ANO nebo o firmě AGROFERT, protože si to přeje pan majitel. To se za poslední dva nebo tři roky nestalo ani jednou.

Na druhou stranu, může v lidech existovat nějaká forma autocenzury, což je spíše vnitřní záležitost každého pracovníka v té redakci, která se může objevit velice logicky. Ale snažíme se tady s tou formou autocenzury bojovat právě tím, jak je to zpravodajství nastavené, tedy vyváženě a neutrálně. Samozřejmě občas jsme kritičtí k některým jevům

v politice, protože to je náš úkol jako média. Neříkám, že neexistuje, občas se vynoří, ale tou neutralitou a vyvážeností se snažíme tu autocenzuru v maximální možné míře potlačovat.

Jaké využíváte zpravodajské žánry?

Využíváme celou škálu žánrů. Asi nejčastější formou je normální čtená zpráva, která vychází z nějakého textu, jenž získáváme na základě agenturního zpravodajství a nebo z otevřených a ověřených informačních zdrojů, což jsou např. důvěryhodné zpravodajské weby. To je základ, který tvoří tak 50 % každé relace. Zbytek té relace poté tvoří různé formy zvukových a reportážních zpráv včetně nějakých referátů ze sportovního zpravodajství a nebo živých reportážních vstupů z nějakých probíhajících sportovních utkání.

Jakou podobu má na Rádiu Impuls publicistika?

Publicistika má dnes ve vysílání Impulsu jeden hlavní bod a to je podvečerní rozhovor, který se jmenuje *Kauza dne*. Je to na hranici mezi aktuálním zpravodajstvím a publicistikou, takže já bych *Kauzu dne* hodnotil jako zpravodajsko-publicistický žánr. Zpravodajský proto, že se snaží co nejvíce odrážet aktuální dění toho dne a publicistika se projevuje v tom, že je tam osobní zaujetí toho autora, což může být Zuzana Bubílková, reportér Alan Hejma nebo každý čtvrtek šéfredaktor MF Dnes Jaroslav Plesl, kteří tu *Kauzu dne* moderují.

Každé ráno také máme glosu Zuzany Bubílkové, což je čistá publicistika, protože Zuzana sama za sebe říká svůj postoj ve velmi svižné krátké glosovací formě a reaguje na aktuální téma dne.

Jakou váhu dáváte na Rádiu Impuls dopravnímu zpravodajství?

Obrovskou. Dopravní zpravodajství je jedním z pilířů, na kterých stojí celý program Rádía Impuls. Těch pilířů je několik a vedle aktuálního je to i dopravní zpravodajství. To v organizační struktuře patří pod aktuální zpravodajství, ale v programové struktuře je vyčleněné jako samostatný programový prvek. Naše vnitřní průzkumy ukazují, že Rádio Impuls má v oblastní dopravního zpravodajství nejsilnější image na českém rozhlasovém trhu. Aktuální informace o dopravě vysíláme v různých podobách několikrát za hodinu.

Jaké zdroje k dopravnímu zpravodajství využíváte?

Hlavním a nejcennějším zdrojem dopravních informací jsou sami posluchači, kteří telefonují na základě naší výzvy, protože jsou na to navyklí, a poskytují informace o tom, co se děje

kolem nich. Dalším zdrojem, odborným, jsou naši kolegové z Global Assistance, kteří shrnují aktuální informace. Využíváme také různé aplikace nebo zpravodajské weby, např. Rodos.cz a nebo aplikaci Waze, jejímž jsme partnerem. Snažíme se zároveň vtáhnout naše posluchače, aby tuto aplikaci pravidelně a každodenně využívali a my naopak můžeme zpětně tuto aplikaci využívat jako informační zdroj.

Využíváte jako zdroj Zelenou vlnu Českého rozhlasu?

Ne, konkurenční dopravní zpravodajství nevyužíváme.

Máte regionální redakce a studia?

Nemáme a zase to souvisí s otázkou finančních prostředků. To je jedná z věcí, kterou Rádio Impuls. Ale máme svých několik externích partnerů, kteří s námi spolupracují na bázi externích regionálních zpravodajů. Zároveň také využíváme potenciál vydavatelství Mafra, přesněji řečeno regionálních redakcí MF Dnes. Využíváme jejich novináře, kteří nám přispívají jako naši zpravodajové.

Zahraniční zpravodaje máte?

Několik málo. Dřív jich také bylo více. Spolupracovat se zahraničními zpravodaji je komplikované z několika důvodů. Za prvé z hlediska organizace, protože musíte si vytvořit síť těch lidí a to není úplně jednoduché. Za druhé je to opět finančně nákladné. A třetí úskalí je výběr témat a najít pro ta témata obsah. Rádio Impuls sice má informace ze zahraničí, ale nevěnuje jim takový prostor jako třeba veřejnoprávní sektor, protože víme, že posluchač Rádía Impuls je zase tolik nevyhledává. Informace ze zahraničí jsou stále důležitou součástí relací, ale vnímáme zahraniční zpravodajství stále spíše jako doplněk.

Ale máme několik spolupracovníků, např. Ivana Kytka v Londýně, Jozefa Balku na Slovensku, máme zpravodajku ve Francii. Tady v Praze máme experta, který umí překládat z ruskojazyčných webů, takže se věnuje problematice Ruska a vztahů s Ruskem atd.