

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Bakalářská práce**

**2017**

**Petr Mareš**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Petr Mareš**

**Specifika rozhlasového vysílání pro  
posluchače ve věku adolescence  
a rané dospělosti**

*Bakalářská práce*

Praha 2017

Autor práce: **Petr Mareš**

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

Rok obhajoby: 2017

## **Bibliografický záznam**

MAREŠ, Petr. *Specifika rozhlasového vysílání pro posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti*. Praha, 2017. 49 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Josef Maršík, CSc.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zabývá tématem rozhlasového vysílání pro posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti. Mapuje historii od školského rozhlasu, přes kultovní pořady jako Mikroforum, stanici pro mládež EM, až po nástup komerčních stanic. Dále už se věnuje současnému vysílání, přesněji stanici Český rozhlas Radio Wave, jakožto veřejnoprávní stanici pro mládež, a stanici Evropa 2, jakožto nejposlouchanější stanici mezi mladými posluchači. Popisuje stavbu jejich vysílání, jejich činnost v on-line prostředí, konkrétně na sociálních sítích a jejich vlastních webových stránkách a zaměřuje se i na jejich poslechovost a další zpětnou vazbu. Následně obě stanice srovnává s Rádiem Impuls, jakožto nejposlouchanější stanicí v České republice. Součástí práce jsou výsledky průzkumu, který na výběrovém souboru 300 respondentů zjišťoval, jaké mají posluchači ve věku 15 – 25 let nároky na rozhlasové vysílání.

## **Abstract**

This bachelor thesis analyzes the topic of radio broadcasting for young and early adult audience. It covers the history starting with the so-called school radio, continuing with renowned shows like Mikroforum, special radio station for youths called EM, ending with the onset of the commercial radio stations. Then it focuses on the current situation, specifically the Český rozhlas Radio Wave station as a public service radio and the Evropa 2 station, as the most popular station among youths. It describes the structure of their broadcasting, their activities in the online environment, specifically on the social

networks and their own websites, and examines the results of their audience measurements and other feedback. Then it compares both stations with Radio Impuls, as the most popular radio station in the Czech Republic in general. The thesis also contains the results of a survey done among 300 respondents in order to find out, what are the demands of the youths towards radio broadcasting.

### **Klíčová slova**

rozhlas, mládež, adolescence, raná dospělost, Radio Wave, Evropa 2, Mikroforum

### **Keywords**

radio, youths, adolescence, early adulthood, Radio Wave, Evropa 2, Mikroforum

**Rozsah práce:** 60198 znaků s mezerami

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 19. 5. 2017

Petr Mareš

## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu své práce panu PhDr. Josefu Maršíkovi za doporučení zajímavých zdrojů a za množství času, které mi věnoval. Děkuji také pracovníkům archivu Českého rozhlasu za poskytnutí dobových nahrávek. V neposlední řadě musím poděkovat své sestře za úsilí, s jakým pro můj průzkum sháněla respondenty mezi svými vrstevníky.

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

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Petr Mareš

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2013/2014

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

PetMa94@gmail.com

**Studijní obor/forma studia:**

Žurnalistika (prezenční)

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Specifika rozhlasového vysílání pro posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

Aspects of radio broadcasting for adolescent and early adult audience

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

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

LS 2015/2016

**Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):**

Mladí posluchači rozhlasového vysílání mají oproti dospělým odlišné zájmy a jiný životní styl. Z toho vyplývají i zvláštní nároky na obsah médií a tedy i rozhlasu. Cílem práce je odhalit a pojmenovat charakteristiky, jež musí rozhlasové vysílání splňovat, aby bylo pro tuto skupinu posluchačů atraktivní.

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

1. Historie vysílání pro mladé posluchače

- O mládež bylo v rozhlasovém vysílání postaráno už před vznikem komerčních stanic. V kapitole zmapují například pořad Československého rozhlasu Mikroforum nebo krátkou existenci stanice EM.

2. Současné vysílání pro mladé posluchače

- Kapitola popíše, jak se v současnosti mládeži věnuje veřejnoprávní médium, tedy zejména stanice Český rozhlas Wave, a dále vybrané kanály s velkým podílem mladých posluchačů. Záležit bude na aktuálních údajích Radio Projektu, pravděpodobně však půjde například o Evropu 2, rádia skupiny Kiss nebo Fajn radio.

3. Rozdíly ve stavbě programu nejposlouchanějších stanic (např. Impuls) a stanic s největším podílem mladých posluchačů (např. Evropa 2)

- Z aktuální programové skladby jmenovaných rádií vyberu aspekty, v nichž panují nejmarkantnější odlišnosti. Právě ty budou patrně příčinou, proč má jedna stanice mladých posluchačů hodně a druhá méně.

4. Vlastní průzkum mezi mladými posluchači

- Na vzorku několika set posluchačů ve věku přibližně 15 až 25 let zjistím projevy rozhlasového vysílání, které respondenty motivují k poslechu rádia. Nejvíce by se měly projevit charakteristiky, které stanice pro mladé odlišují od těch celospolečensky nejposlouchanějších.

**Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):**

Teoretická (tedy zejména historická) část práce bude vypracována z vybrané literatury (například titulu *Od mikrofonu k posluchačům* od Evy Ješutové) a internetových zdrojů (například webových stránek Příběh Rozhlasu).

Část věnující se současnosti bude postavena zejména na samostatném poslechu rozhlasových stanic (daných údaji Radio Projektu) a na informacích zveřejněných na jejich webových stránkách, obojí v časovém období druhého pololetí roku 2015 a prvního pololetí roku 2016.

**Postup (technika) při zpracování materiálu:**

Obsahová analýza vysílání vybraných rozhlasových stanic a kvalitativní výzkum.



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

- **Osvaldová, Barbora a kol. Zpravodajství v médiích. Praha: Karolinum, 2011.**
  - Publikace obsahuje články různých autorů věnovaných fenoménu zpravodajství. Kniha mapuje různé oblasti zpravodajství - počínaje nejstarší žurnalistikou psanou, přes agenturní, audiovizuální, fotožurnalistiku, až po produkci tzv. nových médií.
- **Jeřutová, Eva a kol. Od mikrofonu k posluchačům. Praha: Český rozhlas, 2003.**
  - Publikace byla vydána u příležitosti 80. výročí vysílání Českého rozhlasu. O jednotlivých etapách vývoje Českého rozhlasu se na téměř 700 stranách v 9 kapitolách rozepisuje 9 autorů.
- **Smolík, Josef. Subkultury mládeže. Grada, 2010.**
  - Kniha přináší podrobnou analýzu vybraných subkultur mládeže. Text vychází z teoretického i metodologického ukotvení tématu a definuje základní pojmy: mládež, kultura, subkultura, scéna, životní styl, hnutí a další.
- **Strasburger, Victor; Wilson, Barbara; Jordan, Amy. Children, Adolescents, and the Media. 2013**
  - Média, od televize, přes rozhlas po nová média, velkou měrou ovlivňují vývoj dětí a adolescentů. Publikace zprostředkovává pohled na jejich interakci a zkoumá, jak média ovlivňují život mladistvých v různých fázích vývoje.
- **Hendl Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005.**
  - Publikace ukazuje, z jakých zdrojů vycházejí metody kvalitativního výzkumu, a představuje hlavní výzkumné plány užívané v této oblasti. Popisuje kvalitativní metody sběru dat, jejich kódování, vyhodnocování a interpretaci.
- **Trampota, Tomáš; Vojtěchovská Martina. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010.**
  - Kniha svou koncepcí obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií (výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy), tak i akademického (výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu). Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií.

**Diplomové práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

- Konvičková, Vendula. Vnímání rozhlasových reklamních spotů u středoškolské mládeže. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací. 2011.
- Pelcová, Martina, Bc. Děláme vlny – Identita Radia Wave. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. 2014.
- Ouřadová, Anna. Vývoj a proměny rozhlasových pořadů pro mládež v ČR v letech 1992-2010. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. 2012.

**Datum / Podpis studenta/ky**

4. 6. 2015

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

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

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

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

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

**MARŠÍK Josef**

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

.....

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

**TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.**

**TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>2</b>
<b>1. KONTEXT TÉMATU A VYMEZENÍ POJMŮ</b> .....	<b>4</b>
<b>2. HISTORIE VYSÍLÁNÍ PRO MLADÉ POSLUCHAČE</b> .....	<b>7</b>
2.1 ŠKOLSKÝ ROZHLAS .....	7
2.2 POVÁLEČNÉ OBDOBÍ.....	8
2.3 HLAVNÍ REDAKCE PRO DĚTI A MLÁDEŽ .....	8
2.4 ÉRA MIKROFÓRA.....	9
2.4.1 Šedesátá léta .....	9
2.4.2 Normalizace .....	10
2.5 REDAKCE MLÁDEŽNICKÉ PUBLICISTIKY .....	11
2.6 STANICE EM .....	12
2.7 NÁSTUP KOMERČNÍCH STANIC.....	12
2.7.1 Projekt Europe 2 .....	12
2.7.2 Mikrofórum na Radiožurnálu.....	13
2.7.3 Rádio Mama.....	14
2.8 DLOUHÁ CESTA KE ČTVRTÉMU OKRUHU .....	14
<b>3. SOUČASNÉ VYSÍLÁNÍ PRO MLADÉ POSLUCHAČE</b> .....	<b>16</b>
3.1 ČESKÝ ROZHLAS RADIO WAVE .....	16
3.1.1 Profil stanice .....	16
3.1.2 Stavba a charakter vysílání.....	17
3.1.3 Poslechovost a další zpětná vazba .....	20
3.2 EVROPA 2.....	21
3.2.1 Profil stanice.....	21
3.2.2 Stavba a charakter vysílání.....	22
3.2.3 Poslechovost a další zpětná vazba .....	24
3.3 VEŘEJNOPRÁVNÍ PŘÍSTUP VE SROVNÁNÍ S KOMERČNÍM.....	24
<b>4. CHARAKTERISTIKY STANIC PRO MLADÉ VE SROVNÁNÍ S VYSÍLÁNÍM PRO DOSPĚLÉ</b> .....	<b>26</b>
<b>5. PRŮZKUM NÁROKŮ MLADÝCH POSLUCHAČŮ</b> .....	<b>28</b>
5.1 JAKÝ OBSAH POSLUCHAČI V ROZHLASE VYHLEDÁVAJÍ.....	29
5.2 JAKÝ JE VZTAH POSLUCHAČŮ K MLUVENÉMU SLOVU .....	30
5.3 JAKÉ JE POVĚDOMÍ POSLUCHAČŮ O RADIO WAVE .....	32
5.4 DALŠÍ VÝSTUPY .....	33
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>36</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>37</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	<b>38</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>41</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>42</b>

## Úvod

Moje bakalářská práce se zabývá rozhlasovým vysíláním pro posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti. Toto téma jsem si zvolil proto, že mladí lidé dnes žijí on-line. Všechny informace, zprávy, veškerou hudbu a další uměleckou produkci i všechny své přátele mají nepřetržitě k dispozici v přístroji, který mají neustále v ruce. V přístroji, který umožňuje interakci v reálném čase. V přístroji, který množstvím notifikací neustále upoutává pozornost svého majitele a přitom jeho pozornost různorodostí rychle se měnícího obsahu tříští. Takový byl při výběru tématu můj dojem ze sledování vrstevníků i sebe sama. A přesto mezi svými vrstevníky neznám nikoho, kdo by alespoň občas neposlouchal rozhlas. Médium, které v kontextu technologického rozvoje posledních let působí mírně řečeno zastarale, protože nenabízí ani personalizaci obsahu, ani interaktivitu. Cílem mé práce proto je, vyjmenovat specifika, jež musí rozhlasové vysílání mít, aby bylo pro mladé posluchače atraktivní.

V první části konkretizuji prostřednictvím odborné literatury zkoumanou skupinu posluchačů a zabývám se statistickými údaji o využívání technologií v populaci, abych téma zasadil do kontextu.

Druhá kapitola mapuje historii vysílání pro mladé posluchače na českém území od vzniku školského rozhlasu v roce 1926 až po zahájení vysílání stanice Český rozhlas 4 – Wave v roce 2006. V této části pracuji zejména se dvěma literárními tituly, které se zabývají historií Československého rozhlasu (Od mikrofonu k posluchačům od kolektivu autorů pod vedením Evy Ješutové a Stručný nástin historie českého rozhlasu od Jarmily Votavové), s webovými stránkami Příběh rozhlasu, které provozuje Český rozhlas, a s výročním vydáním pořadu Noční Mikrofórum, jež se věnuje historii pořadu Mikrofórum. Vycházím ale i z vlastního poslechu dobových nahrávek z archivu Českého rozhlasu.

Další část práce je věnovaná představení vybraných dvou stanic, které se mladým posluchačům věnují v současnosti. Jde o veřejnoprávní Český rozhlas Radio Wave, jakožto jedinou veřejnoprávní stanici s cílovou skupinou adolescentů a raně dospělých a komerční Evropu 2, jakožto druhou nejposlouchanější stanici v Česku, respektive úplně nejposlouchanější stanici mezi mladými posluchači. Definuji jejich formát, na konkrétních příkladech popisuji stavbu programu a žánry, které jsou v programu zastoupené. Mapuji prezentaci obou stanic v on-line prostředí a srovnávám úspěšnost u posluchačů. Vybraná specifika pak srovnávám s Rádiem Impuls, jakožto

nejposlouchanější stanicí v České republice s hlavní cílovou skupinou ve věku 25 až 50 let. V případě všech tří stanic vycházím z informací a programů uvedených na webových stránkách stanic, z informací získaných poslechem jejich vysílání a také z licenčních podmínek a z výroční zprávy Rady Českého rozhlasu. Strukturu zpravodajských relací pak kategorizuji na základě publikace Zpravodajství v médiích od autorky Barbory Osvaldové a kolektivu.

Nakonec prezentuji výsledky vlastního kvantitativního průzkumu mezi mladými posluchači o jejich nárocích na rozhlasové vysílání. Kvantitativní metoda byla zvolena proto, že z předchozích kapitol práce vzešla specifika, která bylo možné snadno třídít a měřit. Příprava průzkumu vycházela z publikací Kapitoly metodologie sociálních výzkumů od autora Jiřího Reichela a Základy kvantitativního šetření od autora Keitha Punche a v jeho průběhu pak bylo pomocí dvou výzkumných metod osloveno celkem 300 respondentů.

## 1. Kontext tématu a vymezení pojmů

Pokud hovoříme o rozhlasu, médiu vysílajícím na našem území téměř po dobu jednoho století, musíme zmínit i technologický a mediální kontext, v jakém se v současnosti nacházíme. Nynější desetiletí totiž přineslo masivní rozšíření technologií, které způsobují zásadní změny v šíření mediálních obsahů. Mobilní telefon s připojením k internetu se stal velmi dostupným přístrojem a v kombinaci se sociálními sítěmi a streamovacími službami nabízí svému majiteli takřka jakýkoliv obsah, na který si zrovna vzpomene, ve chvíli, kdy si na něj vzpomene.

Zmíněné služby navíc poskytují možnost na příspěvky jednoduše a rychle reagovat a fungují už natolik sofistikovaně, že si je uživatelé vědomě (sledováním určitých stránek, kanálů, lidí) i nevědomě (právě reakcemi na prezentovaný obsah) sami vychovávají, aby viděli přednostně ty příspěvky, které je zajímají.<sup>1</sup> Spíše bychom tedy mohli říct, že uživatelé dostávají obsah, na který si vzpomenu už i ve chvíli, kdy si na něj nevzpomenou.

A co víc, dosavadním pasivním konzumentům mediálních obsahů umožňuje digitální prostředí prostřednictvím několika kliknutí i publikování obsahu, který může zhlédnout teoreticky neomezeně velké publikum. Konzumenti tak stále častěji přecházejí do aktivní role tzv. produčitelů, tedy uživatelů, kteří se na určitém on-line obsahu sami podílejí, nebo produkují přímo svůj vlastní.<sup>2</sup>

Zmíněné technologie slaví nejmarkantnější úspěch právě ve věkové skupině, kterou sleduje tento text, tedy mezi adolescenty a raně dospělými. Například internet v mobilu používají v Česku více než tři čtvrtiny lidí ve věku 16-24 let, zatímco celkový průměr v dospělé populaci je jen 37%.<sup>3</sup> 97% Čechů ve věku 18-24 let má facebookový účet, přitom v případě všech dospělých to není ani každý druhý. A stejně tak všichni

---

<sup>1</sup> **Kasík, Pavel.** Podívejte se, jak Facebook zkresluje realitu. Vybírá to, co se vám líbí. *Technet*. [Online] 22. Leden 2016. [Citace: 03. Listopad 2016.] [http://technet.idnes.cz/facebook-newsfeed-personalizace-vysvetleni-fmp-/sw\\_internet.aspx?c=A160120\\_091613\\_sw\\_internet\\_pka](http://technet.idnes.cz/facebook-newsfeed-personalizace-vysvetleni-fmp-/sw_internet.aspx?c=A160120_091613_sw_internet_pka)

<sup>2</sup> **Moravec, Václav.** *Média v tekutých časech*. Praha : Academia, 2016. Str. 71-75. ISBN 978-80-200-2572-2

<sup>3</sup> **Moravec, Václav.** *Média v tekutých časech*. Praha : Academia, 2016. Str. 58. ISBN 978-80-200-2572-2

<sup>4</sup> **Kabátová, Šárka.** Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. *Lidovky.cz*. [Online] 09. Srpen 2015. [Citace: 03. Listopad 2016.] [http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808\\_170128\\_ln-media\\_ELE](http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808_170128_ln-media_ELE)

nejsledovanější čeští youtubeři (producenti videí na YouTube) patří do zmíněné věkové kategorie.<sup>4</sup>

Psychologický kontext dává porozumět tomu, proč jsou právě adolescenti takto specifickou skupinou. Předtím je však ještě třeba vymezit, o jaké vůbec jde věkové rozpětí. Adolescence je poměrně jasně definována jako období mezi fyzickým a psychickým dospěním a je ohraničena přibližně 15. a 21. rokem života. Raná dospělost je fází navazující a v určení její horní hranice se odborná veřejnost jednoznačně neshodne. Například Velký sociologický slovník definuje adolescenci a ranou dospělost souhrnně pojmem mládež a uvádí věkové rozpětí 14 – 15 až 30 let. Zároveň udává jako charakteristickou vlastnost odloženou nebo neúplnou ekonomickou aktivitu a sociální a ekonomickou závislost na *světě dospělých*. Pedagog doktor Josef Smolík definuje mládí podobně – jako „období přechodu mezi dětskou závislostí a relativní nezávislostí a svébytností dospělého.“ V praxi by těmito charakteristikám nejlépe vyhovovala horní hranice 26 let. České zákony<sup>5</sup> totiž právě tento věk považují za moment, kdy by měl být občan plně soběstačný a připravený na budoucí povolání. Následující text se tedy bude soustředit převážně právě na rozpětí 15 až 26 let.

Doktor Smolík pro tuto životní etapu jmenuje charakteristické vlastnosti, kterými jsou mimo jiné kontrastní chování na styl života starších generací, odpor proti předsudkům a přežitkům nebo schopnost vidět nově to, co starší generace nechápe.<sup>6</sup>

K těmto základním psychologickým rysům, které mládeži samy o sobě poskytují jisté předpoklady k využívání nových postupů a technologií, se přidává přirozené učení. Pro takzvanou generaci Y a Z totiž začal a začíná kontakt s nejmodernějšími komunikačními technologiemi už v dětských pokojíčkách, tedy v období, kdy si člověk osvojuje základní návyky. Digitální média a sociální sítě se tak přirozeně staly součástí jejich života, zatímco pro členy starších generací znamená kontakt se stejnými technologiemi složité učení zcela nových postupů a změny zažitých návyků. Logicky tak nejsou k práci s nimi motivovaní a jsou mnohem zdrženlivější.<sup>7</sup>

Tento fenomén přitom znamená mezi nejmladší generací a zbytkem populace odlišnosti nejen v trávení volného času, ale i v kognitivních schopnostech. Mladí lidé

---

<sup>5</sup> Např. Zákon č. 109/2002 Sb., o výkonu ústavní výchovy nebo ochranné výchovy, č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře,...

<sup>6</sup> Smolík, Josef. *Subkultury mládeže*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2907-7

<sup>7</sup> Strasburger, Victor, Wilson, Barbara a Jordan, Amy. *Children, Adolescents, and the Media*. SAGE Publications, Inc., 2013. ISBN 978-1-4129-9926-7

nejsou podle mnoha studií schopní zůstat soustředění na jeden úkon, protože neustálé notifikace od sociálních sítí a dalších on-line platforem v nich zakotvily návyk častého střídání úkonů, nebo je vychovaly k tzv. multitaskingu, tedy věnování se více úkonům současně.<sup>8</sup> Rozhlas, respektive mluvené slovo v rozhlase, je přitom médium, které je nejnáročnější na recipientovu pozornost. Posluchač se nemůže vrátit v čase k informaci, kterou přeslechl a nemůže poslech na nějakou chvíli přerušit kvůli jiné činnosti.<sup>9</sup>

Navzdory popsaným jevům si ale rozhlasové vysílání, velmi tradiční médium, mezi mladými lidmi stále drží silnou pozici. V Česku vysílají stanice pro mladé, které posluchače počítají týdně i ve stovkách tisíc a druhé nejposlouchanější rádio má dokonce svou cílovou skupinu ve věku 15-29 let. Specifika vysílání, která mládež přimějí i v tomto rychle se rozvíjejícím digitálním prostředí naladit rádio, jsou předmětem dalších kapitol.

---

<sup>8</sup> Publikováno např.: **Rosen, Larry, PhD.** Attention Alert: A Study on Distraction Reveals Some Surprises. *Psychology Today*. [Online] 9. Duben 2014. [Citace: 9. Duben 2017.] <https://www.psychologytoday.com/blog/rewired-the-psychology-technology/201204/attention-alert-study-distraction-reveals-some>; **Schwartz, Katrina.** Age of Distraction: Why It's Crucial for Students to Learn to Focus. *KQED News*. [Online] 5. Prosinec 2013. [Citace: 9. Duben 2017.] <https://www.kqed.org/mindshift/2013/12/05/age-of-distraction-why-its-crucial-for-students-to-learn-to-focus/>; **Forge Press.** Study shows students most distracted by social media. *Forge Press*. [Online] 4. Prosinec 2014. [Citace: 9. Duben 2017.] <http://forgetoday.com/press/study-shows-students-most-distracted-by-social-media/>; **Sullivan, Bob.** Students can't resist distraction for two minutes...and neither can you. *NBC News*. [Online] 18. Květen 2013. [Citace: 9. Duben 2017.] <http://www.nbcnews.com/technology/students-cant-resist-distraction-two-minutes-neither-can-you-1C9984270>

<sup>9</sup> **Maršík, Josef.** *Teorie a praxe rozhlasové tvorby*. Praha : Československý rozhlas, 1985



## 2. Historie vysílání pro mladé posluchače

Rozhlas začal na našem území cílit konkrétně na mladé posluchače záhy po svém vzniku. Ačkoliv v úplných počátcích nelze hovořit přesně o cílové skupině 15-26 let, je vhodné připomenout, jak se vysílání pro posluchače v neproduktivním věku v průběhu minulého století měnilo z čistě vzdělávací do volnočasové podoby.

### 2.1 Školský rozhlas

Společnost Radiojournal, prapředchůdce dnešního Českého rozhlasu, přišla už v roce 1926 s myšlenkou využít rozhlasové vysílání ve školní výuce. Takzvaný rozhlas pro školy, zhruba hodinový blok v rámci dopoledního programu, vysílal poprvé už v témže roce zkušebně v rámci propagačního týdne Radiojournalu od 29. listopadu do 5. prosince.<sup>10</sup>

Následovalo několikaleté experimentální vysílání, kdy se Radiojournal snažil, aby se z rozhlasu do budoucna stala součást školní výuky. Ve své výroční zprávě za rok 1929 konkrétně uvádí: „Za velmi důležitou složku své činnosti považujeme rozhlas školský, který se již v některých zahraničních státech výborně osvědčil. Pracujeme na jeho vytvoření dle pokynů ministerstva školství a národní osvěty, které po zevrubném prostudování věci dá již v brzké době pevný základ k jeho uskutečnění.“<sup>11</sup>

Zkušební vysílání vyústilo v pravidelné relace školského rozhlasu pod záštitou Ministerstva školství v únoru 1932. „Školský rozhlas začal podle dohodnutého plánu uvádět pořady hudební, literární, historické, z vlastivědy i oborů vědecko-technických,“ uvádí k programové náplni publikace *Od mikrofonu k posluchačům*. Dětem a mládeži se ale vysílání začalo postupně věnovat i mimo blok školského rozhlasu a v týdenním součtu bylo koncem třicátých let nejmladším posluchačům určeno 8 hodin týdně.

Školský rozhlas pokračoval i v období Protektorátu se třemi typy vysílání – pro vyšší třídy středních škol, pro školy měšťanské a nižší střední a pro školy obecné.<sup>12</sup> Doplnoval ho pak ještě krátký odpolední blok s názvem *Rozhlas mladých*.<sup>13</sup> Publikace

<sup>10</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 74. ISBN 80-86762-00-9

<sup>11</sup> Čábelová, Lenka. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923-1939*. Praha : Karolinum, 2003. Str. 55. ISBN 80-246-0624-0

<sup>12</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 160. ISBN 80-86762-00-9

<sup>13</sup> Křížová, Dita. *Rozhlas pod hákovým křížem*. *Český rozhlas*. [Online] [Citace: 11. Prosinec 2016.] [http://www.rozhlas.cz/archiv/1945/\\_zprava/rozhlas-v-obdobi-protektoratu-cechy-a-morava--1393000](http://www.rozhlas.cz/archiv/1945/_zprava/rozhlas-v-obdobi-protektoratu-cechy-a-morava--1393000)

Evy Ješutové charakterizuje protektorátní vysílání jako pedagogičtější, školštější, naukovější, zatímco předtím byl program sestavován z uměleckých částí a aktualit.

## **2.2 Poválečné období**

Jen co se Československý rozhlas dostal ze sevření německé cenzury, přešel do služeb budovatelské ideologie. „Zatímco v letech 1945-1947 ještě výrazně převažovaly relace didakticko-naučného nebo zábavného charakteru, ve školním roce 1947-1948 výrazně stoupl podíl relací tzv. aktuálně výchovných,“ dodává k *předúnorovému* období Eva Ješutová.<sup>14</sup>

Školský rozhlas už ve stejném roce připravoval vysílání pro všechny věkové kategorie nejmladší generace, počínaje dětmi v mateřských školách a konče studenty vyšších středních škol. V průměru zvládal připravit čtyři až pět relací denně, což korespondovalo se závazkem z ledna 1946. Tehdy byla na poradě, které se účastnil i ministr informací Václav Kopecký, vytyčena politická a programová linie, jejíž součástí byl mimo jiné bod: „Věnovat rozsáhlou péči otázkám dospívající i školní mládeže a pečovat o uplatnění rozhlasu v rámci školy co nejobširněji.“<sup>15</sup> S tím souvisí i fakt, že byly školy horečně vybavovány rozhlasovými přijímači. V roce 1948 už tak měl školský rozhlas zhruba milion posluchačů.

## **2.3 Hlavní redakce pro děti a mládež**

Rok 1952 přinesl reorganizaci Československého rozhlasu a vznik *hlavní redakce pro děti a mládež* a její specializované skupiny *redakce pro mládež*. Ta měla na starost publicistické pořady pro posluchače ve věku 15 až 25 let a vysílání tak začalo vedle relací spjatých se školským rozhlasem přinášet pořady pro volný čas mládeže. Jejich účel byl zřejmý a i názvy prvních pořadů (Mladé směně, Mládí republiky) mu odpovídaly – vychovat nastupující generaci v souladu s vládnoucí ideologií. Taková praxe se však s představami redaktorů příliš neshodovala.

„V plánech byly formulace, které byly opsány ze stranických směrnic, jak působit na mládež. Ovšem vysílání samo se od toho dost odlišovalo,“ uvádí k vysílání během padesátých let tehdejší redaktor Československého rozhlasu Kamil Horák.

<sup>14</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 222. ISBN 80-86762-00-9

<sup>15</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 193. ISBN 80-86762-00-9

„Svazácké nadšení postupně ustupovalo kritickým sondám do života mládeže,“<sup>16</sup> píše další z redaktorů Rostislav Běhal a podobně se vyjadřuje i redaktorka Jarmila Votavová: „Točí se autentické, nestylizované záběry. Bylo to všechno opovážlivé a odvážné.“<sup>17</sup> Přelom padesátých a šedesátých let pak přinesl řadu pořadů, které se na delší dobu staly symbolem vysílání pro mládež.

## 2.4 Éra Mikrofóra

V roce 1958 se do vysílacího schématu poprvé zařadil Mikrofon mladých, zhruba v tomto roce přitom také začíná období označované z dnešního pohledu jako období renesance rozhlasové publicistiky. Dvacetiminutový týdeník se věnoval literatuře a hudbě, přinášel otevřené, autentické, málo „učesané“ rozhovory a jedním z jeho tvůrců byl po několik let i Ludvík Vaculík.<sup>18, 19</sup>

### 2.4.1 Šedesátá léta

Se začátkem šedesátých let nastoupily další dva významné pořady pro adolescenty. První z nich, Večer po neděli, byl umělecko-publicistický devadesátiminutový blok vysílaný o pondělních večerech. Každý díl měl své nosné téma zajímavé pro mládež, které prezentoval moderátor ve spolupráci s hosty. Redaktoři k němu připravovali nahrávky názorů mladých lidí přímo v terénu. Kromě toho přinášel Večer po neděli i populární hudbu včetně zahraničních písniček, které se v rozhlase ještě nikdy neobjevily. Například v létě 1964 posloužilo tvůrcům pořadu jako téma vodáctví, kdy se nebáli hovořit o soumraku vodní turistiky v souvislosti s překotnou výstavbou přehrad a cenami dopravy a noclehů, které měly být pro mládež neúnosné. Hudebně pořad doplňoval Karel Gott, ale třeba i „západní“ písničky od Billa Haleyho nebo Beatles.<sup>20</sup>

<sup>16</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 270-272. ISBN 80-86762-00-9

<sup>17</sup> Votavová, Jarmila. *Stručný nástin historie českého rozhlasu*. Praha : Český rozhlas Praha, 1993. Str. 85

<sup>18</sup> Votavová, Jarmila. *Stručný nástin historie českého rozhlasu*. Praha : Český rozhlas Praha, 1993. Str. 82-86

<sup>19</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 312. ISBN 80-86762-00-9

<sup>20</sup> Večer po neděli. [Rozhlasový pořad] Praha : Československý rozhlas, 1964

Naproti tomu magazín Meteor přinášel nejnovější poznatky z různých oblastí vědy a techniky. Díky své popularizační formě byl hojně poslouchaný nejen mládeží, ale i dospělými.<sup>21</sup>

V uvolňující se atmosféře 60. let přistoupil režim na zavedení pořadu, který by mládež přetáhl od poslechu zahraničních stanic, a 12. července 1965 tak vysílání konečně představilo Mikrofórum. V něm nejen že dostaly prostor písničky ze Západu, ale dokonce i samotnou znělku tvořila skladba amerického hudebníka Billyho Vaughna Raunchy. Pozice ve vysílacím schématu byla vymyšlená tak, aby Mikrofórum zachytilo mladé při jejich příchodu ze školy – vysílalo se každý všední den po čtvrté hodině odpoledne.<sup>22</sup>

Tvůrcům se rychle podařilo získat silnou posluchačskou základnu díky tomu, že pořad pojali na tehdejší dobu velmi kontaktním způsobem, a to dokonce i v otázce hudební náplně. Rozhlas z pochopitelných důvodů nedisponoval velkým množstvím „západní“ hudby, ale s velkou odezvou se setkala prosba redaktorů Mikrofóra, aby mladí posluchači dali k dispozici svoje desky se současnou populární hudbou. Ty se pak stáčely na pásky, aby se písničky mohly pustit do vysílání.<sup>23</sup>

## 2.4.2 Normalizace

Po událostech v srpnu 1968 dopadly restriktce a cenzura významně i na vysílání pro mládež, neboť právě mezi mladými lidmi zaznívaly liberalizační hlasy velmi výrazně a bylo tedy potřeba je ideologicky usměrnit.

Vysílání Mikrofóra, které v roce 1968 dle slov jeho tehdejších tvůrců ztratilo v porovnání s ostatními rozhlasovými pořady veškeré zábrany, bylo dokonce úplně zastaveno. Opět obnoveno bylo o rok později po částečné personální a tedy i obsahové proměně. Forma i hudební náplň však zůstaly pokrokové – pořad v hojně míře využíval tehdy ne tolik obvyklého živého vysílání a redaktoři vyjížděli do terénu pořizovat veřejné nahrávky. „Před každou veřejnou nahrávkou jsme seděli a probírali texty, které by ještě mohly zaznít a které už ne, abychom přes to všechno na té tenké hranici mohli existovat a přitom abychom mohli propagovat to, co nebylo zcela v linii,“ komentuje

---

<sup>21</sup> **Votavová, Jarmila.** *Stručný nástin historie českého rozhlasu.* Praha : Český rozhlas Praha, 1993. Str. 84-87

<sup>22</sup> **Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan.** *Noční Mikrofórum.* Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012

<sup>23</sup> **Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan.** *Noční Mikrofórum.* Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012

vysílání během 70. let redaktorka Alena Kumstýřová.<sup>24</sup> Ideologickým povinností se ovšem nedalo uniknout a například 25. února 1973 bylo celé vysílání věnováno výročí tzv. Vítězného února, básník Václav Hons hovořil o krásách angažovaného umění a hudební složku tvořily oslavné budovatelské písně.<sup>25</sup>

Vedle každodenního vysílání Mikrofóra se na stanicích Československého rozhlasu objevovaly i další pořady pro mladé (obvykle týdeníky). K vědeckotechnickému Meteoru přibyl ještě pořad Paprsek. Otázkami lidských vztahů se zabývala Listárna a hudebním pořadem byl týdeník Metronom. Rok 1974 přinesl blok s názvem Vysílá studio mladých. Ten dostal hned 4 hodiny prostoru každé pondělí večer a vynikal pestrou strukturou – díky velmi štědré stopáži měli autoři možnost experimentovat jak se žánry, tak s tématy.<sup>26</sup>

## **2.5 Redakce mládežnické publicistiky**

S rokem 1980 přešly nejslibnější pořady do gesce nově vzniklé Redakce mládežnické publicistiky. Byly to Mikrofórum, Studio mladých, Studentský chlebiček a Kontakt, přičemž Mikrofórum vynikalo svou vysokou poslechovitostí – pravidelně ho poslouchal 1 200 000 posluchačů.<sup>27</sup>

Jedním z největších počínů Mikrofóra v 80. letech byly *chmelové výjezdy*, při nichž redaktoři v létě objížděli studenty na chmelových brigádách. Kromě toho, že se tak mladí brigádníci mohli ve vysílání podělit o své dojmy, přivázel tým Mikrofóra do areálů různé kapely, nebo pořádal diskotéky. Redaktorka Alena Kumstýřová označuje tyto výjezdy za z dnešního pohledu dokonalou a efektivní PR kampaň.<sup>28</sup> Vysílalo se ale i z důstojnějších prostor. Například v roce 1980 se pro posluchače sešli v už tehdy vyhlášeném klubu Reduta herci Miloš Kopecký a Jiřina Bohdalová, aby přítomnému publiku odpovídali na otázky o hereckém životě a došlo i na chválu amerického herce Roberta Redforda.<sup>29</sup>

<sup>24</sup> Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan. *Noční Mikrofórum*. Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012

<sup>25</sup> Mikrofórum. [Rozhlasový pořad] Praha : Československý rozhlas, 1973.

<sup>26</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 386. ISBN 80-86762-00-9

<sup>27</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 388. ISBN 80-86762-00-9

<sup>28</sup> Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan. *Noční Mikrofórum*. Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012

<sup>29</sup> Mikrofórum. [Rozhlasový pořad] Praha : Československý rozhlas, 1980.

## 2.6 Stanice EM

V závěru 80. let, v září 1989, se vysílání pro mládež posunulo na zcela novou úroveň – na vlastní stanici EM. Její název vznikl z počátečních písmen dvou nejpopulárnějších mládežnických pořadů v Československu – ze slovenského Elánu a českého Mikrofóra. Vysílala každý den od 15 do 23 hodin, tedy v době, kdy už měli studenti po škole. Program byl postavený na publicistických magazínech, ovšem podíl hudby na vysílání činil už 70 % a žánrově šlo především o rock a folk. Stanice se těšila ohromné přízni a redakce tehdy dokonce dostala technickou novinku v podobě záznamníku, aby zvládala množství telefonátů od posluchačů.<sup>30</sup>

Navzdory velké popularitě ale přišel konec stanice EM už po necelém roce a půl vysílání – 31. prosince 1990. Důvodem byly spory mezi českou a slovenskou částí federálního rozhlasu, které souvisely mimo jiné s problematickým financováním.<sup>31</sup>

## 2.7 Nástup komerčních stanic

Československý rozhlas se k mladým posluchačům otočil zády v nejhorší možnou chvíli. Stanice určené přímo jim se bez smysluplné alternativy zbavil v období, kdy začínaly vysílat první komerční stanice – na mladší posluchače tehdy cílil například Bonton a Evropa 2. Druhé jmenované přitom Československý rozhlas sám pomáhal ke vzniku.

### 2.7.1 Projekt Europe 2

Už v prvním čtvrtletí roku 1990, tedy ještě za vysílání stanice EM, zahájil rozhlas spolupráci s francouzským rádiem Europe 2. Na frekvenci 88,2 MHz se tak v Praze 21. března 1990 rozeznělo převzaté francouzské vysílání. Šlo o počín na hraně zákona, neboť tehdejší legislativa se soukromým vysíláním ještě nepočítala. Jelikož ale byla daná frekvence přidělena Československému rozhlasu, o nelegální vysílání se nejednalo.<sup>32</sup>

Cílem spolupráce bylo vytvořit stanici pro mladé s výrazným podílem současné populární hudby, přičemž rozhlas měl postupně začít do vysílání dodávat obsah a

<sup>30</sup> **Český rozhlas.** Kde se vzaly stanice. *Příběh rozhlasu*. [Online] Český rozhlas, 2014. [Citace: 13. Březen 2017.] <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/kde-se-vzaly-stanice/2788343>

<sup>31</sup> **Ješutová, Eva a kol.** *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 417. ISBN 80-86762-00-9

<sup>32</sup> **Český rozhlas.** Jak rozhlas pomáhal soukromým rádiím. *Příběh rozhlasu*. [Online] Český rozhlas, 2014. [Citace: 13. Březen 2017.] <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/digitalni-doba/2785951>

snižovat podíl převzaté části. V rozhlasu ale v průběhu roku sílily hlasy proti spolupráci s komerčním subjektem. Když pak na jaře následujícího roku dostala Evropa 2 (jako první soukromá stanice na našem území) vlastní licenci, oddělila se od rozhlasu a od 11. června vysílala plnohodnotně v češtině pod vedením Michela Fleischmanna.<sup>33</sup>

## 2.7.2 Mikrofórum na Radiožurnálu

Po zániku rádia EM a upuštění od projektu Europe 2 se rozhlas pustil ještě do jednoho (na dlouhou dobu posledního) většího konceptu pro mládež – 7. října 1991 obsadilo vysílání stanice Praha každý den mezi 16. a 20. hodinou Rádio Mikrofórum. Rozhlas si v té době už uvědomoval konkurenci v podobě komerčních stanic a vyzdvihoval především dlouhou tradici kvalitní publicistiky, která by měla mladé posluchače na rozdíl od soukromých rádií určených k povrchnějšímu poslechu obohatit a informovat.<sup>34</sup>

Existence ovšem nebyla dlouhá, Rádio Mikrofórum zaniklo 31. prosince 1992, kdy se v souvislosti s rozpadem Československa přerozdělovaly vysílací sítě. Značka Mikrofórum našla uplatnění i v samostatném Českém rozhlasu, ovšem ne příliš šťastným způsobem. Ve vysílání dostala padesátiminutový slot mezi 21. a 22. hodinou na stanici Radiožurnál. „Radiožurnál je samozřejmě velmi oficiální zpravodajská stanice a Mikrofórum byl velmi neformální pořad, takže docházelo trochu ke střetu zájmů,“ komentuje tuto etapu pořadu redaktorka Alena Kumstýřová. „Museli jsme se vejít do určité škatulky tak, aby Mikrofórum neztratilo svoji tvář a přitom aby na tom Radiožurnálu mohlo existovat.“<sup>35</sup>

„Koncem devadesátých let už byl název Mikrofórum pouze formální značkou,“ popsal zánik kultovního pořadu pro mladistvé někdejší šéfredaktor Radiožurnálu Alexandr Pícha.<sup>36</sup> Značka s mnoha přestávkami přežila na různých stanicích (Radiožurnál, Praha, Regina, Dvojka) do současnosti (2017), ovšem k původní cílové skupině už se nevrátila.<sup>37</sup>

<sup>33</sup> Česká televize. První soukromá rozhlasová stanice v Česku byla Evropa 2. ČT24. [Online] Česká televize, 20. Březen 2010. [Citace: 13. Březen 2017.] <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1348305-prvni-soukroma-rozhlasova-stanice-v-cesku-byla-evropa-2>

<sup>34</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 464-465. ISBN 80-86762-00-9

<sup>35</sup> Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan. *Noční Mikrofórum*. Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012

<sup>36</sup> Ješutová, Eva a kol. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 465. ISBN 80-86762-00-9

<sup>37</sup> Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan. *Noční Mikrofórum*. Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012

### 2.7.3 Rádio Mama

Pokud pomineme „skomírající“ Mikroforum, věnoval se mladým posluchačům po vzniku samostatného Českého rozhlasu už jen velmi malý prostor na stanici Praha. Vedení rozhlasu i samotné stanice plánovalo vytvořit z Českého rozhlasu 2 rodinnou stanici. Ve vysílacím schématu se tak objevily krátké bloky takzvaného Rádía Mama. Tato tvůrčí skupina zavedla postupně několik pořadů založených na improvizaci, nadsázce a, slovy tvůrců, bláznivém humoru a parodii zkosnatělého vysílání Českého rozhlasu.

Vznikl například pořad *Co je to to to?*, v němž měli posluchači doplňovat konkrétní věc do příběhu, který používal ukazovací zájmeno *to*. Ve vysílání se objevilo i kontroverzní *Přepadení*, v němž moderátoři volali vybraným lidem s vymyšlenou situací. „Pravda je, že když jeho moderátoři volali vybraným lidem, někteří se dostávali do infarktových situací. Jednou zavolal Lumír Tuček do hotelu Hilton, že když si objednali seskok parašutistů, tak ať teda otevřou střechu,“ vzpomíná například člen týmu Hynek Nováček.<sup>38</sup>

Rádio Mama ovšem vadilo řadě posluchačů a kvůli tomu nakonec i vedení rozhlasu. Pokus o omlazení stanice Praha totiž Mamou začal i skončil. „Vždyť stanice Praha byla většinou zaměřena na posluchače starší padesáti let. Tak si představte, že do toho dáte experiment, kde jsou čas od času i funkční vulgarismy. ... Problém vznikl tím, že tu programovou změnu s posluchači nikdo dostatečně neodkomunikoval,“ komentuje tehdejší situaci moderátor a mediální teoretik Václav Moravec.<sup>39</sup>

Tvůrčí skupina byla čím dál tím víc utlačována, až nakonec v roce 1996 přesunula svou činnost na nově vzniklé Rádio Limonádový Joe.

## 2.8 Dlouhá cesta ke čtvrtému okruhu

Český rozhlas zaznamenával už v polovině devadesátých let významný úbytek mladých posluchačů, kteří se hojně přeorientovali na poslech komerčních stanic. Vedení rozhlasu proto v roce 1994 (podle výroční zprávy z roku 1995) přišlo

<sup>38</sup> **Ježek, Michal.** „Byla to provokace vnitřního systému rádia,“ říká zvukař Hynek Nováček. *Český rozhlas*. [Online] Český rozhlas, 1. Zář 2016. [Citace: 17. Březen 2017.] [http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/\\_zprava/byla-to-provokace-vnitriho-systemu-radia-rika-zvukar-hynek-novacek--1645509](http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/_zprava/byla-to-provokace-vnitriho-systemu-radia-rika-zvukar-hynek-novacek--1645509)

<sup>39</sup> **Ježek, Michal.** „Rozhlas by měl nabízet i nadhled,“ říká Václav Moravec. *Český rozhlas*. [Online] Český rozhlas, 1. Zář 2016. [Citace: 18. Březen 2017.] [http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/\\_zprava/rozhlas-by-mel-nabizet-i-nadhled-rika-vaclav-moravec--1636100](http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/_zprava/rozhlas-by-mel-nabizet-i-nadhled-rika-vaclav-moravec--1636100)



s myšlenkou oživit, respektive vytvořit čtvrtý vysílací okruh pro mladé posluchače, který by nabízel vyšší kulturní obsah, než soukromá rádia. Problémem ovšem byly finance i nedostatek kmitočtů. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání nechtěla Českému rozhlasu poskytnout další vysílače a kmitočty, proti jejich přidělení navíc protestovala Asociace provozovatelů soukromého vysílání.<sup>40</sup>

Projekt stanice pro mladé tyto problémy na řadu let zakonzervovaly. K situaci se v roce 2002 vyjádřil tehdejší generální ředitel Václav Kasík následovně: „Jistěže by se dala Čtyřka provozovat po internetu, ale víte, to není ono, to není zatím vnímání rozhlasové stanice jako takové, plnohodnotné.“<sup>41</sup>

Až na přelomu let 2005 a 2006 přispěla souhra několika technických okolností k rozhodnutí, že už je začátek vysílání nového okruhu perspektivní. Česká republika přecházela od roku 2005 na řádné pozemní digitální vysílání DVB-T a na doposud čistě televizní frekvence se mohlo zařadit i rozhlasové vysílání.<sup>42</sup> Toto digitální vysílání pochopitelně nebylo možné naladit prostřednictvím standardních rozhlasových přijímačů, ale přes televizní přijímače. Napříč populací se zvyšovala míra užívání internetu a Českému rozhlasu se navíc povedlo zajistit, aby se nová stanice dostala i do analogu – rozhodlo se využít pražskou frekvenci 100,7 MHz z vysílače Cukrák určenou pro regionální vysílání. Kombinace těchto faktorů už znamenala slibný dosah stanice a 13. ledna 2006 se tak v éteru konečně objevila stanice Český rozhlas 4 – Wave.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> **Ješutová, Eva a kol.** *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 431. ISBN 80-86762-00-9

<sup>41</sup> **Ješutová, Eva a kol.** *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha : Český rozhlas, 2003. Str. 432. ISBN 80-86762-00-9

<sup>42</sup> **Potůček, Jan.** Digitální televize je tu, startuje řádné vysílání. *DigiZone*. [Online] 21. Říjen 2005. [Citace: 31. Březen 2017.] <http://www.digizone.cz/clanky/digitalni-televize-je-tu-startuje-radne-vysilani/>

<sup>43</sup> **Potůček, Jan.** Jaký bude digitální rok 2006? *DigiZone*. [Online] 2. Leden 2006. [Citace: 31. Březen 2017.] <http://www.digizone.cz/clanky/jaky-bude-digitalni-rok-2006/>.

### 3. Současné vysílání pro mladé posluchače

Od vzniku stanice pro mladé v rámci Českého rozhlasu uplynulo 11 let a v rozhlasovém éteru se za tu dobu příliš nezměnilo. Ovšem jak už bylo řečeno v první kapitole, k výraznému posunu došlo v on-line prostředí a rozhlasové stanice, zejména ty pro mládež, musely tuto skutečnost reflektovat. Například šéfredaktorka Českého rozhlasu Wave Iva Jonášová dokonce „své rádio“ označuje spíše než jako rozhlasovou stanici jako multimediální platformu.<sup>44</sup>

#### 3.1 Český rozhlas Radio Wave

Stanice Českého rozhlasu pro mládež pozměnila během své existence název na současný Český rozhlas Radio Wave (ačkoliv sama se prezentuje obvykle jen jako Radio Wave) a nejde přitom o jedinou technickou změnu, která ji od začátku vysílání potkala. V roce 2008 přišla o svou jedinou analogovou frekvenci (více v kapitole 3.1.3) a v roce 2017 tedy vysílá výhradně digitálně.

##### 3.1.1 Profil stanice

Pozemně vysílá stanice prostřednictvím experimentálního digitálního rozhlasového vysílání (DAB) a také v multiplexu 1 digitálního televizního vysílání (DVB-T). Dále je možné ji naladit přes satelitní televizní vysílání a v sítích většiny kabelových a IPTV operátorů.<sup>45</sup> Vysílá 24 hodin denně, tedy nepřetržitě.

Klíčové jsou pro Radio Wave sociální sítě a webový obsah. Živé vysílání je dostupné přes internetové stránky stanice, a to i v audiovizuální podobě<sup>46</sup> prostřednictvím serveru YouTube. Na webových stránkách je navíc možné se ve vysílání vrátit až o měsíc zpět – archiv obsahuje celodenní záznamy. Web nabízí kromě „surového“ archivu především články (rozdělené do rubrik Hudba, Kultura a Společnost), které rekapitulují a rozvíjejí vybrané příspěvky z vysílání. Pokud jde o sociální sítě, Radio Wave má silnou uživatelskou základnu na Facebooku, funguje ale i

<sup>44</sup> **Polák, Lukáš.** Iva Jonášová: Radio Wave je multimediální platformou, nesází pouze na on-air. *Český rozhlas*. [Online] 4. Květen 2017. [Citace: 4. Květen 2017.] [http://www.rozhlas.cz/digital/digital/\\_zprava/iva-jonasova-radio-wave-je-multimedialni-platformou-nesazi-pouze-na-onair--1723192](http://www.rozhlas.cz/digital/digital/_zprava/iva-jonasova-radio-wave-je-multimedialni-platformou-nesazi-pouze-na-onair--1723192)

<sup>45</sup> **Český rozhlas.** Jak nás naladíte. *Český rozhlas*. [Online] 2017. [Citace: 17. Duben 2017.] <http://www.rozhlas.cz/vysilace/vysilace/?stanice=17>

<sup>46</sup> Obrazovou složku tvoří přímý přenos ze studia

na Twitteru, Instagramu, SoundCloudu, Snapchatu a už zmíněném YouTube.<sup>47</sup> Stanice má navíc vlastní mobilní aplikaci pro Android a iOS.

Radio Wave se prezentuje i „v terénu.“ Pořádá Radio Wave Live Sessions – dlouhodobou sérii koncertů alternativních tuzemských interpretů,<sup>48</sup> které se uskutečňují v hudebních klubech po celé zemi. Dále se pak například v kulturním centru MeetFactory na pražském Smíchově loni odehrály dva Radio Wave Stimul Festivaly, na nichž pro změnu vystoupili zahraniční interpreti jako třeba DJ Total Freedom nebo rapper MC Ride.<sup>49</sup>

Jako cílovou skupinu produkce Radia Wave označují jednotlivé zdroje v rámci Českého rozhlasu lehce odlišné věkové skupiny, obvykle však jde o kategorii 15 – 29 let.<sup>50</sup> Propagační materiály Českého rozhlasu dále uvádějí, že: „Radio Wave je speciální stanice určená především aktivním mladým lidem, kteří se zajímají o aktuální dění jak u nás, tak i ve světě. Zaměřuje se na posluchače, kteří hledají něco nekomerčního a netradičního, zajímají se o muziku, její jednotlivé žánry a její nové trendy.“<sup>51</sup>

Stanice se ve vysílání, na internetu i v dalších způsobech prezentace představuje sloganem: „Děláme vlny.“

### 3.1.2 Stavba a charakter vysílání

Dominantním prvkem vysílání je alternativní hudba. Většina skladeb na Radiu Wave se řadí k současné produkci žánrů R&B, electro pop, indie rock, indie pop a hip hop, přičemž 80 % hudební složky pochází od zahraničních interpretů. Prostor ovšem dostává i hudba současného středního proudu – v roce 2016 jí na Radiu Wave z celkově odvysílaných 6249 hodin hudby bylo 970 hodin. Celkově činí podíl hudby na vysílání

<sup>47</sup> **Českého rozhlasu.** Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2016. *Český rozhlas.* [Online] 31. Březen 2017. [Citace: 16. Duben 2017.] [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/03833490.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/03833490.pdf)

<sup>48</sup> Obvykle jednou měsíčně

<sup>49</sup> **Rada Českého rozhlasu.** Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2016. *Český rozhlas.* [Online] 31. Březen 2017. [Citace: 16. Duben 2017.] [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/03833490.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/03833490.pdf)

<sup>50</sup> Největší odchylku (věk 20 – 39 let) uvádí Český rozhlas na svém webu v sekci *Kdo jsou posluchači Českého rozhlasu*, kde však tuto kategorii uvádí jako vhodný cíl pro reklamu, nikoliv přímo jako cílovou skupinu stanice

<sup>51</sup> **Český rozhlas.** Radio Wave - Reklama a sponzoring. *Český rozhlas.* [Online] [Citace: 16. Duben 2017.] [http://www.rozhlas.cz/radiowave/ostanici/\\_zprava/reklama-a-sponzoring--782048](http://www.rozhlas.cz/radiowave/ostanici/_zprava/reklama-a-sponzoring--782048)

75 %, mluvené slovo tvoří zbylých 25 %.<sup>52</sup> Formátem se tak Radio Wave řadí na pomezí Urban Contemporary a Euro Adult Contemporary.<sup>53</sup>

V obvyklém vysílacím dni se můžeme setkat se třemi typy programu, které v této kapitole zmapujeme podle informací uvedených na webových stránkách a na základě souvislého monitorování vysílání v dubnu 2017. Prvním je nepřerušovaný hudební proud, který se ve vysílání objevuje každý den mezi 6. a 8. hodinou ranní pod názvem Music Check. Doplňuje ho pak noční proud Night Air, jenž začíná každý den o půlnoci a trvá hodinu ve všední dny a tři hodiny o víkendech.

V 8 hodin ráno pak začíná moderované proudové vysílání s názvem On Air, které trvá až do 18 hodin a následně běží od 19 do 20 hodin. Mluvené slovo je v proudovém vysílání výrazně v menšině. Moderátorský vstup nebo redakční příspěvek je zpravidla zařazen vždy po třech písničkách a netrvá více než 2 minuty v případě vstupů, respektive více než 5 minut v případě redakčních příspěvků. Moderátorské vstupy se většinou týkají zajímavostí z aktuálního dění, kulturních tipů (rubrika Kulturistán), informací o přehrávaných písničkách a jejich autorech a promování večerního vysílání. Redakční příspěvky se žánrově řadí hlavně mezi glosy (rubrika Prolomit vlny) a recenze (např. v rubrice Deska týdne), zařazeny jsou ale i reportáže a rozhovory.

Večerní On Air (od 19 do 20 hodin) má přívlastek *na Vltavě*, vstupuje totiž do vysílání stanice Český rozhlas Vltava. Podle Výroční zprávy Českého rozhlasu je cílem: „představit v FM pásmu vysílání Radia Wave pro mladé posluchače a rovněž nabídnout možnost pravidelného poslechu stanice i těm posluchačům, kteří nemají možnost přijímat nebo jim nevyhovuje digitální vysílání či poslech prostřednictvím internetu.“<sup>54</sup>

Ve všední dny je proudové vysílání doplněné ještě o 4 zpravodajské relace vždy v 10, 12, 14 a 16 hodin, které jsou specifické velkým podílem zpráv z kultury. Průměrná zpravodajská relace trvá 3 minuty a je složená z osmi čtených zpráv. Pět zpráv se týká událostí doma a ve světě, následují tři zprávy z kultury a stručná předpověď počasí. Jednotlivé tři části jsou oddělené jinglem a každá část má vlastní hudební podkres.

<sup>52</sup> **Rada Českého rozhlasu.** Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2016. *Český rozhlas*. [Online] 31. Březen 2017. [Citace: 16. Duben 2017.] [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/03833490.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/03833490.pdf)

<sup>53</sup> **Dresler, Radek.** Typy rozhlasových stanic podle formátu a posluchačů. *RadioTV*. [Online] 2. Květen 2016. [Citace: 31. Březen 2017.] [http://www.radiotv.cz/p\\_radio/typy-rozhlasovych-panic-podle-formatu-a-posluchacu/](http://www.radiotv.cz/p_radio/typy-rozhlasovych-panic-podle-formatu-a-posluchacu/)

<sup>54</sup> **Rada Českého rozhlasu.** Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2016. *Český rozhlas*. [Online] 31. Březen 2017. [Citace: 16. Duben 2017.] [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/03833490.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/03833490.pdf)

Večerní vysílání (o víkendu i polední vysílání) je pak sestaveno z hodinových či dvouhodinových tematických pořadů. Jejich zaměření jsou velmi různorodá. Ve vysílacím schématu najdeme pořad věnovaný architektuře (Bourání se známým architektem Adamem Gebrianem), módě a designu (Modeschau), cestování (Casablanca), spiritualitě (Hergot!) i sexualitě (Kvér). Výrazné zastoupení mají pořady věnované hudbě. Především jsou to Echo a Scéna s, které se ve vysílání objevují každý všední den, ovšem každý den s jiným moderátorem a věnované jinému žánru. V programu tak najdeme dvě hodiny zaměřené na hip hop (Scéna s Mary C), klubovou hudbu (Scéna s Mikem Cornerem) nebo metal (Echo Viktora Paláka). Pokud jde o rozhlasové žánry, jsou pořady Radia Wave až na několik výjimek (například Bourání, v němž tvoří veškeré mluvené slovo studiový rozhovor) velmi pestré. Obsahují ve velké míře reportáže, rozhovory a diskuze. Všechny slovesné pořady jsou v týdnu zastoupené jednou premiérou a jednou reprízou v nočních hodinách (mezi 1. a 6. hodinou ve všední dny, respektive mezi 3. a 6. hodinou o víkendech) a tvoří tak přibližně 42 % týdenního vysílacího času.

Ve slovesných pořadech, v proudovém vysílání i ve zpravodajství používají moderátoři i redaktoři Radia Wave převážně spisovný jazyk. Zavazuje je k tomu ostatně Kodex Českého rozhlasu, který v článku 16 praví mimo jiné: „Hlasatelé, moderátoři a redaktoři zpravodajských a publicistických pořadů jsou povinni vyjadřovat se v pořadech zásadně spisovným jazykem, ledaže by citovali či interpretovali výrok či chování jiné osoby nebo by použití nespisovného výrazu odpovídalo situaci.“ Oproti ostatním stanicím Českého rozhlasu je ale projev na Radiu Wave volnější a setkáváme se i s prvky obecné češtiny a užíváním anglikanismů.

Všechny studiové součásti vysílání se připravují v proskleném studiu v přízemí budovy Českého rozhlasu na rohu ulic Vinohradská a Balbínova. Generální ředitel René Zavoral komentoval otevření studia v dubnu 2016 slovy: „Díky novému studiu bude Radio Wave doslova v bezprostředním kontaktu s posluchači. Je to další krok k tomu, aby byl Český rozhlas vůči veřejnosti co nejvíce otevřenou institucí.“<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> **Hošna, Jiří.** Radio Wave otevřelo nové prosklené studio na Vinohradské třídě a zve na pouliční slavnost. *Český rozhlas*. [Online] 4. Duben 2016. [Citace: 30. Duben 2017.] [http://www.rozhlas.cz/informace/press/\\_zprava/radio-wave-otevrela-nove-prosklene-studio-na-vinohradske-tride-a-zve-na-poulicni-slavnost--1599939](http://www.rozhlas.cz/informace/press/_zprava/radio-wave-otevrela-nove-prosklene-studio-na-vinohradske-tride-a-zve-na-poulicni-slavnost--1599939)

### 3.1.3 Poslechovost a další zpětná vazba

Podle údajů Radioprojektu<sup>56</sup> za druhé a třetí čtvrtletí roku 2016 poslouchá Radio Wave denně okolo 8 tisíc posluchačů, týdenní poslech se pak pohybuje okolo 17 tisíc. Podíl na trhu je tedy téměř na nule, Radioprojekt ho odhaduje na 0,1 %.<sup>57</sup>

Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu uvádí jako další údaje návštěvnost webových stránek, kam v roce 2016 přišlo 2,88 milionu návštěvníků (55 tisíc týdně) a 453 tisíc lidí (necelých 9 tisíc týdně) si spustilo vysílání Radia Wave v internetovém přehrávači Českého rozhlasu.<sup>58</sup>

Hodnocením atraktivity samotného obsahu vysílání se věnují až další podkapitoly, v tomto oddílu je ovšem potřeba dodat, že Radiu Wave značně snižují konkurenceschopnost technické podmínky. Pozemní rozhlasové vysílání v digitální podobě sice pokrývá více než polovinu území České republiky, jde ovšem stále jen o experimentální vysílání a drtivá většina obyvatel je vybavena pouze analogovými přijímači. Tato situace v pozemním vysílání je výhledově zakonzervovaná, protože všechny celoplošné stanice disponují analogovými licencemi až do roku 2025. Vstup Radia Wave do analogového vysílání znemožňuje přímo Zákon o Českém rozhlasu, který v § 3, odst. 1, písm. A výslovně specifikuje, že Český rozhlas: „Provozuje analogové rozhlasové vysílání s využitím části kmitočtového spektra umožňující pokrytí území České republiky třemi celoplošnými rozhlasovými programy ... a rozhlasovými programy regionálních studií.“ Tři celoplošné pozice už byly obsazené dlouho před vznikem Wavu (stanicemi Radiožurnál, Dvojka a Vltava) a využití frekvencí regionálního vysílání zamítla po dvou letech soudních sporů sama Rada Českého rozhlasu.<sup>59</sup> Vysílání dalších programů umožňuje zákon pouze v digitální podobě. Posluchači Radia Wave jsou tak ve valné většině odkázáni pouze na webové stránky a mobilní aplikaci.

<sup>56</sup> Radioprojekt je kontinuální výzkum poslechovosti rádií v České republice. Provádějí ho agentury STEM a Median telefonickým dotazováním 30 tisíc respondentů ročně. Výsledky jsou zveřejňovány každé 3 měsíce.

<sup>57</sup> **STEM / MARK.** Výzkum poslechovosti rozhlasových stanic. Prezentace výsledků II. + III. čtvrtletí 2016. *Radioprojekt*. [Online] 9. Listopad 2016. [Citace: 1. Květen 2017.] [https://www.radiohouse.cz/wp-content/uploads/2016/11/RADIOPROJEKT\\_09\\_11\\_2016.pdf](https://www.radiohouse.cz/wp-content/uploads/2016/11/RADIOPROJEKT_09_11_2016.pdf)

<sup>58</sup> **Rada Českého rozhlasu.** Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2016. *Český rozhlas*. [Online] 31. Březen 2017. [Citace: 16. Duben 2017.] [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/03833490.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/03833490.pdf)

<sup>59</sup> **RadioTV.** ČRo 4 Radio Wave skončí na FM, bylo možné jej zachránit? . *RadioTV*. [Online] 24. Červenec 2008. [Citace: 28. Duben 2017.] [http://www.radiotv.cz/p\\_radio/r\\_program/cro-4-radio-wave-skonci-na-fm-bylo-mozne-jej-zachranit/](http://www.radiotv.cz/p_radio/r_program/cro-4-radio-wave-skonci-na-fm-bylo-mozne-jej-zachranit/).

## 3.2 Evropa 2

Komerčních rozhlasových stanic cílících na mladé posluchače je v českém éteru velké množství. Evropa 2 je z nich však jediná celoplošná a ve své cílové skupině zároveň dlouhodobě nejposlouchanější.<sup>60</sup> Právě proto v této práci figuruje jako zástupce komerčního vysílání pro mladé.

### 3.2.1 Profil stanice

Stanice Evropa 2 vysílá 24 hodin denně a k šíření signálu využívá především analogové pozemní vysílání. Posluchači ji mohou naladit z více než 30 vysílačů ve všech krajích České republiky.<sup>61</sup> Stanice se navíc účastní experimentálního rozhlasového vysílání (DAB+), ovšem pouze v jediném multiplexu Českých radiokomunikací, který je dostupný jen v Praze a ve velmi omezené míře ve Středočeském kraji.<sup>62</sup>

Vysílání je velmi provázané s webovými stránkami stanice. Ty samozřejmě umožňují živý poslech vysílání a také vybraných příspěvků, které na Evropě 2 zazněly. Pro písničky v hitparádě Evropa 2 Music Chart posluchači hlasují rovněž právě na webových stránkách. Kromě obsahu přímo souvisejícího s vysíláním figuruje na stránkách sekce s velkorysým názvem News, která obsahuje převážně virální videa z internetu a převzatá videa ze showbusinessu okomentovaná krátkými texty. Právě tyto příspěvky moderátoři obvykle promoují ve vysílání. Výrazné je i propojení se sociálními sítěmi, které stanice hojně využívá – součástí celého webu je panel *Zed' E2*, do nějž se vkládají příspěvky z profilů stanice i jejích moderátorů. Evropa 2 má profily na Facebooku, Twitteru, Instagramu a YouTube a také vlastní aplikaci pro Android, iOS a Windows Phone. Přes internet navíc Evropa 2 provozuje 7 webradií, přesněji řečeno tematických hudebních streamů (například písničky z 80. a 90. let, klubovou hudbu atd.).

---

<sup>60</sup> Štěrba, Martin. Evropa 2 pokračuje v sérii vánočních songů, letos od Justina Timberlaka. *Marketing & Media*. [Online] 6. Prosinec 2016. [Citace: 30. Duben 2017.] <https://mam.ihned.cz/marketing/c1-65545780-evropa-2-pokracuje-v-serii-vanocnich-songu-letos-od-justina-timberlaka>

<sup>61</sup> Evropa 2. Vysílače. *Evropa 2*. [Online] 2017. [Citace: 1. Květen 2017.] <https://www.evropa2.cz/vysilace>

<sup>62</sup> Digital Radio. Rozhlasové stanice v DAB. *Digital Radio*. [Online] 2017. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://www.digitalradiodab.cz/rozhlasove-stanice.html>

„Off air“ působí stanice zejména jako mediální partner, přichází ale i s vlastními akcemi. V minulém roce například moderátoři Evropy 2 objeli řadu klubů v rámci opakované koncertní roadshow s názvem Evropa 2 Live.<sup>63</sup>

Podle poslední verze licence udělené Radou pro rozhlasové a televizní vysílání jsou cílovou skupinou vysílání Evropy 2 posluchači ve věku 12 – 30 let.<sup>64</sup> Stanice se dlouhodobě prezentuje sloganem: „MaXXimum muziky.“

### 3.2.2 Stavba a charakter vysílání

Evropa 2 je stanicí formátu Contemporary hit radio (CHR) a podle licence obsahuje její vysílání průměrně 10 % mluveného slova. Program tedy sestává převážně ze současných písniček středního proudu, přičemž česká hudba může podle licence tvořit maximálně 10 % hudební složky.<sup>65</sup>

Vysílání je koncipováno z velké části jako proudové a jeho charakteristiku provedeme na základě souvislého monitorování v dubnu 2017. Výjimku z proudového vysílání tvoří pouze dva pořady. Prvním z nich je hitparáda Evropa 2 Music Chart, jejíž výsledky jsou na základě hlasování posluchačů na webových stránkách vyhlašovány každý čtvrtek od 18 do 20 hodin a pořad je následně reprízován ještě v neděli mezi 18. a 20. hodinou. Druhým z nich je Dance eXXtravaganza – 6 hodin klubové taneční hudby vysílaných jednou týdně mezi 22. a 4. hodinou v noci ze soboty na neděli.

Noční vysílání (od 20 do 6 hodin, respektive od 22 do 7 hodin o víkendech) je nemoderované a hudební proud je přerušovaný pouze reklamními bloky a selfpromem.

Pokud jde o denní moderované vysílání, věnujme se nejdříve času od 9 do 18 hodin ve všední dny, který je rozdělen do tří bloků – Afterparty s moderátorem Pavlem Cejnarem, MaXXimum muziky s moderátorkou Zorkou Hejdovou a Odpolední show s moderátory Koko a Tomášem Zástěrou. Jejich stavba je v zásadě shodná, ovšem vzhledem k velké roztříštěnosti není možné charakterizovat ji tak jednoduše jako v případě proudového vysílání Radia Wave. Tabulka č. 1 (na straně 24) proto znázorňuje schéma vybrané hodiny denního vysílání. Z ní je možné vyčíst, že žádná nehudební část vysílání netrvá déle než tři minuty a posluchač obvykle dostává ve velmi

<sup>63</sup> Štěrba, Martin. Evropa 2 objede se svojí roadshow republiku, láká na hvězdy ranní show. *Marketing & Media*. [Online] 22. Březen 2016. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://mam.ihned.cz/media/c1-65217930-evropa-2-objede-se-svoji-roadshow-republiku-laka-na-hvezdy-ranni-show>

<sup>64</sup> Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Č.j.: bar/1365/2014. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 15. Duben 2014. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/7966.pdf>

<sup>65</sup> Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Č.j.: bar/1365/2014. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 15. Duben 2014. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/7966.pdf>



Čas od začátku	Stopáž segmentu	Typ segmentu
00:00	02:55	Zprávy
02:55	00:35	Vstup
03:30	00:25	Self promo
03:55	07:25	Hudba
11:20	01:40	Vstup
13:00	03:10	Hudba
16:10	00:20	Self promo
16:30	02:55	Vstup
19:25	00:35	Self promo
20:00	00:30	Reklama
20:30	00:30	Self promo
21:00	03:00	Reklama
24:00	07:05	Hudba
31:05	02:05	Vstup
33:10	00:40	Self promo
33:50	00:30	Reklama
34:20	00:10	Self promo
34:30	02:10	Reklama
36:40	00:30	Self promo
37:10	00:50	Reklama
38:00	07:10	Hudba
45:10	00:20	Self promo
45:30	02:40	Hudba
48:10	02:00	Vstup
50:10	02:20	Reklama
50:30	00:10	Self promo
50:40	03:00	Reklama
53:40	03:50	Hudba
57:30	00:30	Self promo
58:00	02:50	Zprávy

**Tabulka 1: Schéma vysílání Evropy 2, jak probíhalo 28. dubna 2017 mezi 15. a 16. hodinou**

Evropy 2 je Ranní show vysílána ve všední dny od 6 do 9 hodin. Moderátoři Leoš Mareš a Patrik Hezucký vytvářejí kromě klasických vstupů i krátké skeče reagující na aktuální události (rubrika Zpátky do minulosti) nebo na dotazy posluchačů (rubrika Bombucman s hostem Jakubem Kohákem).

Mezi 6. a 18. hodinou obsahuje vysílání ve všední dny v každou celou hodinu zpravodajskou relaci. Její stopáž je přibližně 3 minuty a každá relace zahrnuje 4 čtené zprávy z domova a ze světa, jednu regionální zprávu (vždy z jiného kraje) podanou prostřednictvím falešného živého vstupu redaktorky Kateřiny Němcové, informace o dopravě a předpověď počasí. Zprávaři hovoří výhradně spisovnou češtinou, v ostatních částech vysílání ale platí pravý opak.

Moderátoři Evropy 2 mluví výhradně nespisovným jazykem s mnoha prvky, které ho přibližují mluvě současné mládeže – setkáváme se se slangovými výrazy

krátkém sledu velké množství sdělení. Moderátorské vstupy se zpravidla věnují aktuálním událostem z domova i ze světa, které se řadí do zajímavostí a černé kroniky, zprávám ze showbusinessu, případně důležitým sportovním událostem a počasí.<sup>66</sup>

Velmi podobnou strukturu má i celodenní víkendové vysílání, odlišuje se jen větší stopáží hudební složky kvůli naprosté absenci zpravodajských relací a kratší stopáží reklamních bloků.

Večerní vysílání mezi 18. a 20. hodinou tvoří ve všední dny kontaktní blok Vyber si na maXXimum s moderátorem Nastym, v němž si posluchači mohou prostřednictvím telefonátů a sociálních sítí nechat hrát písničky na přání a připojovat k nim vzkazy.

Specifickým pořadem v rámci vysílání

<sup>66</sup> V tabulce označujeme jako selfpromo takový typ sdělení, který posluchače láká k poslechu vysílání, návštěvě webových stránek nebo profilů na sociálních sítích. Neřadíme mezi ně identity stanice, jejichž stopáž je velmi krátká a je rovným dílem rozdělena mezi předcházející a následující segment

(například písnička se označuje téměř vždy slovem song, rytmické taneční písničky navíc například slovy raketa nebo nálož) a výrazy přejatými z angličtiny (například výraz zčekovat/počekovat ve smyslu zhlédnout/přečíst/poslechnout).

### 3.2.3 Poslechovost a další zpětná vazba

Evropa 2 je dlouhodobě druhou nejposlouchanější rozhlasovou stanicí v České republice. Podle údajů Radioprojektů za 2. a 3. čtvrtletí roku 2016 se její denní poslechovost pohybuje okolo 835 tisíc a týdenní poslechovost je přibližně 1 606 000. Podíl na trhu je stabilně na úrovni přibližně 8 a půl procenta.<sup>67</sup> Týdenní návštěvnost webových stránek Evropy 2 je přibližně 150 tisíc uživatelů.<sup>68</sup>

### 3.3 Veřejnoprávní přístup ve srovnání s komerčním

Obě výše představené stanice cílí svým vysíláním a dalšími aktivitami na posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti, přesto se jejich výstupy na první pohled zásadně odlišují. Jak by také ne. Evropa 2 je komerční stanice, jejímž účelem je generovat zisk. Její program je tedy postavený tak, aby ve zvolené cílové skupině oslovil co největší počet posluchačů a tím pádem i inzerentů.<sup>69</sup>

Naproti tomu Radio Wave je součástí veřejnoprávního Českého rozhlasu, jehož úkolem je: „Tvorba a šíření programů, které nepodléhají komodifikaci v takové míře, jaké jsme svědky u komerčních médií, a zajištění jiných než rekreativních funkcí, jež jsou doménou soukromých vysílatelů, tedy funkcí informačních, vzdělávacích, kulturně-kultivačních apod.“,“ uvádí mediální teoretik Václav Moravec.<sup>70</sup> K této definici se vztahuje § 2 Zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu, kde se praví, že úkolem Českého rozhlasu je: „...poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel...“ a „výroba a vysílání pořadů pro děti a mládež.“

Navzdory velmi odlišným výchozím podmínkám ale nalezneme mezi oběma stanicemi podobnosti. Podívejme se na ně konkrétně.

<sup>67</sup> **STEM / MARK.** Výzkum poslechovosti rozhlasových stanic. Prezentace výsledků II. + III. čtvrtletí 2016. *Radioprojekt*. [Online] 9. Listopad 2016. [Citace: 1. Květen 2017.] [https://www.radiohouse.cz/wp-content/uploads/2016/11/RADIOPROJEKT\\_09\\_11\\_2016.pdf](https://www.radiohouse.cz/wp-content/uploads/2016/11/RADIOPROJEKT_09_11_2016.pdf)

<sup>68</sup> **Brychta, Jan.** Jiří Sládek: Díky videím roste návštěvnost webu Lagardère o desítky procent. *DigiZone.cz*. [Online] 14. Říjen 2016. [Citace: 4. Květen 2017.] <http://www.digizone.cz/clanky/jiri-sladek-diky-videim-rote-navstevnost-webu-lagardere-o-desitky-procent/>

<sup>69</sup> **Maršík, Josef.** *Úvod do teorie rozhlasového programu*. Praha : Karolinum, 1995. Str. 11. ISBN 80-7184-013-0

<sup>70</sup> **Moravec, Václav.** *Média v tekutých časech*. Praha : Academia, 2016. Str. 110. ISBN 978-80-200-2572-2

Pokud jde o hudební složku, ta u obou stanic výrazně převažuje nad mluveným slovem. Radio Wave i Evropa 2 vysílají převážně současnou hudbu a podobný je navíc i poměr domácí a zahraniční produkce – v případě Radia Wave se ve vysílání vyskytuje 20 % českých písniček, na Evropě 2 pak dokonce jen 10 %.

Evropa 2 i Radio Wave rovněž spojuje velmi omezené zpravodajství. Obě stanice dávají zpravodajským relacím prostor pouze ve všední dny, jejich stopáž se pohybuje jen kolem tří minut a obsahují jenom čtené zprávy.

Nejmarkantnější je ovšem u obou stanic jejich prezentace v digitálním prostředí. Evropa 2 i Radio Wave využívají celou řadu sociálních sítí, kde se setkávají s velkou odezvou. Radio Wave sleduje na Facebooku více než 36 tisíc lidí (více než dvojnásobek týdenního počtu posluchačů), hlavní profil Evropy 2 dokonce více než 565 tisíc lidí. Právě Facebook je v Česku nejrozšířenější sociální sítí, velké množství sledujících mají stanice ale i na Twitteru (téměř 12 tisíc v případě Evropy 2 a skoro 4 tisíce v případě Radia Wave) a na Instagramu, kde se Evropa 2 pyšní 145 tisíci fanoušků a Radio Wave 2 tisíci.<sup>71</sup> Obě stanice provozují vlastní mobilní aplikace pro většinu uživatelů chytrých telefonů a také velmi úspěšné webové stránky.

Pro úplnost je třeba doplnit, že Evropa 2 i Radio Wave se účastní experimentálního digitálního rozhlasového vysílání. V tomto případě však lze přinejmenším pochybovat o tom, že jde o podstatnou službu pro mladé posluchače. Českému rozhlasu totiž zákon výslovně ukládá, že: „Provozuje zemské digitální vysílání tak, aby zajistil naplňování úkolů veřejné služby v oblasti rozhlasového vysílání, které odpovídá stavu rozvoje vysílacích technologií a služeb.“<sup>72</sup> Evropa 2 si pak díky vstupu do digitálního vysílání mohla podle zákona č. 196/2009 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání požádat o transformační licenci, která jí zaručila oprávnění k prodloužení vysílání minimálně do roku 2025.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Údaje k 1. květnu 2017

<sup>72</sup> § 3, odst. 1, písm. D Zákona č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlase

<sup>73</sup> **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**. Č.j.: bar/1365/2014. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 15. Duben 2014. [Citace: 4. Květen 2017.] <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/7966.pdf>

## 4. Charakteristiky stanic pro mladé ve srovnání s vysíláním pro dospělé

V poslední podkapitole jsme vyjmenovali ty charakteristiky, které spojují veřejnoprávní stanici Český rozhlas Radio Wave a komerční Evropu 2, jež obě cílí na posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti. Podívejme se proto na to, jak se ve stejných oblastech svým posluchačům věnuje rozhlasová stanice Rádio Impuls. Ta je totiž dlouhodobě nejposlouchanější stanicí v Česku a do její cílové skupiny spadají posluchači ve věku 25 až 50 let.<sup>74</sup> Je tedy stanicí adekvátní pro srovnání.

Stanice se formátově řadí do Soft Adult Contemporary, neboť podle licence zařazuje do vysílání osvědčené skladby s velkým rozsahem stáří. Na celkové hudební složce mají navíc 65procentní podíl písničky z domácí produkce. Lze říci, že Impuls inklinuje k formátu Full Service, protože kromě hudby a zábavy přináší i zpravodajství a publicistiku, narážíme ale na podíl mluveného slova. To tvoří podle licence 20 až 25 % vysílání,<sup>75</sup> tedy stejný objem jako v případě veřejnoprávního Radia Wave a přibližně 2,5násobek komerční Evropy 2.

Pokud jsme u Evropy 2 a u Radia Wave uvedli, že zpravodajství je velmi omezené, v případě Impulsu platí pravý opak. Zpravodajské relace mají v jeho vysílání místo po celý týden v každou celou hodinu, jejich stopáž se pohybuje mezi 4 a 5 minutami. Výjimku tvoří relace v 7 hodin ráno (s názvem 7 minut v 7) a ve 12 hodin (s názvem Polední speciál) ve všední dny, které mají obě stopáž přibližně 7 minut. Samotná podoba relací je oproti stanicím pro mladé velmi odlišná. Začínají několika flešovými zprávami (headliny) a zdaleka neobsahují pouze čtené zprávy, nýbrž ve velké míře využívají i zvukové zprávy a zpravodajská vystoupení. Nad rámec těchto zpravodajských relací se ve všední dny setkáváme ještě s krátkým (zhruba minutovým) přehledem zpráv každou hodinu mezi půl šestou a půl devátou ranní.

Srovnáme poslední z dříve jmenovaných charakteristik – prezentaci jednotlivých stanic v on-line prostředí. Rádio Impuls rovněž využívá sociální sítě Facebook, Twitter a Instagram, sleduje ho tam však jen zlomek posluchačů. Na Facebooku se dlouhodobě předhání s Radiem Wave. Obě stanice mají o něco víc než

<sup>74</sup> Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Č.j.: STR/1521/2011. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 3. Květen 2011. [Citace: 6. Květen 2017.] <http://www.rtv.cz/cz/files/lic/12127.pdf>

<sup>75</sup> Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Č.j.: STR/1521/2011. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 3. Květen 2011. [Citace: 6. Květen 2017.] <http://www.rtv.cz/cz/files/lic/12127.pdf>

36 tisíc fanoušků, Impuls má přitom týdně více než stonásobek posluchačů oproti Radiu Wave. Evropa 2, která v poslechovosti zaostává za Impulsem na druhém místě, má počet sledujících šestnáctinásobný. Na Twitteru a Instagramu pak sice Impuls má své profily, sleduje je ale jen 156, respektive 281 uživatelů a jako zajímavost můžeme zmínit, že na obou sítích sleduje stanice více uživatelů, než kolik jich sleduje ji.<sup>76</sup>

Srovnání nabízejí i mobilní aplikace, ačkoliv v jejich případě App Store pro operační systém iOS neudává počet stažení vůbec a Google Play pro operační systém Android poskytuje počet stažení jen řádově – aplikaci Evropy 2 si stáhly řádově statisíce uživatelů, Impulsu řádově desetitisíce a Radia Wave řádově tisíce. Zajímavý je proto především pohled na funkcionality jednotlivých aplikací. Zatímco Impuls je jen prostá aplikace pro přehrávání on-line streamu s textovou informací o právě hrající skladbě,<sup>77</sup> aplikace Evropy 2 a Radia Wave jsou co do možností bohatší a interaktivní. Evropa 2 zprostředkovává uživatelům playlist rádia, dává jim možnost hodnotit písničky a číst zeď Evropy 2.<sup>78</sup> Radio Wave pak přidává ještě archiv článků, pořadů a možnost nastavení pop-up notifikací na začátky vysílání pořadů, které si uživatel vybere.<sup>79</sup>

Podívejme se teď blíže na stanice Evropa 2 a Impuls, jež jsou obě komerční a z důvodů uvedených v podkapitole 3.3 tedy nejlépe reflektují preference svých posluchačů. Kromě velkého rozdílu v důrazu na zpravodajství si povšimneme, že ve vysílání Evropy 2 se na rozdíl od vysílání Impulsu neobjevuje vůbec žádná publicistika. V programu Rádía Impuls přitom nalezneme například pořady Téma dne (rozhovory redaktora a pozvaného hosta o důležitém aktuálním tématu), Co vy na to, Zuzano? (satirické glosy současného dění od Zuzany Bubílkové), Cestovatel Rádía Impuls (rozhovory moderátorů s cestovatelem Jiřím Kolbabou) nebo třeba Tajemství úspěchu (rozhovory moderátora s hosty, kteří jsou úspěšní ve své profesi). Ještě v revidované licenci Evropy 2 z přelomu tisíciletí přitom můžeme nalézt několik slovesných pořadů (Větrák, Sexiček), ty byly ale postupně zrušeny.

V neposlední řadě uveďme, že zatímco moderátoři Evropy 2 hovoří důsledně nespisovnou češtinou, ve vysílání Impulsu se užívá čeština spisovná.

---

<sup>76</sup> Údaje k 1. květnu 2017

<sup>77</sup> **Rádío Impuls.** Rádío Impuls. *Google Play*. [Online] 4. Březen 2017. [Citace: 8. Květen 2017.] <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.impuls.live>

<sup>78</sup> **Lagardere Active ČR.** Evropa 2. *Google Play*. [Online] 26. Duben 2016. [Citace: 8. Květen 2017.] <https://play.google.com/store/apps/details?id=eu.inmite.lag.radio.evropa2>

<sup>79</sup> **Český rozhlas.** Radio Wave - Český rozhlas. *Google Play*. [Online] 5. Srpen 2016. [Citace: 8. Květen 2017.] <https://play.google.com/store/apps/details?id=cz.rozhlas.wave>

## 5. Průzkum nároků mladých posluchačů

V předchozích kapitolách jsme specifikovali charakteristiky, jimiž se vyznačuje vysílání pro posluchače ve věku adolescence a rané dospělosti. Podívejme se proto, jak vnímají rozhlasové vysílání mladí posluchači v praxi.

Kvantitativní průzkum probíhal ve dnech 20. dubna – 2. května ve dvou nezávislých šetřeních. V prvním šetření byla od 20. do 30. dubna využita výzkumná metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), tedy elektronické dotazování prostřednictvím služby Google Forms, přičemž dotazníky byly šířeny na sociálních sítích. Druhé šetření ve dnech 1. a 2. května probíhalo metodou PAPI (Pen and Paper Interviewing), tedy osobním dotazováním na území Prahy. Za statistickou jednotku jsem zvolil posluchače rozhlasového vysílání ve věkové kategorii 15 až 25 let, přičemž nepravděpodobnostními nenáhodnými výběrovými metodami jsem dosáhl výběrového souboru 300 respondentů.

Cílem průzkumu je zodpovědět tři stěžejní otázky – jaký obsah posluchači v rozhlase vyhledávají, jaký je jejich vztah k mluvenému slovu v rozhlase a jaké je jejich povědomí o Radiu Wave.

Obsah vysílání jsem rozdělil do tří kategorií – 1) Zpravodajství a aktuální informace (prostřednictvím moderátorských nebo reportážních vstupů), 2) Reportáže a publicistika (rozhovory, diskusní pořady...) a 3) Hudba. Původně zamýšlené podrobnější žánrové dělení jsem na základě zpětné vazby od respondentů zavrhl, protože se ukázalo, že mluvené slovo rozlišují zpravidla pouze jako zprávy, vstupy moderátorů a *další mluvení*.

Pokud jde o podíl mluveného slova ve vysílání, zajímalo mě, jak dlouhý úsek souvislého mluveného slova posluchači „ještě snesou“. Dle mého názoru jde o relevantnější údaj, než jakým je preference celkového podílu mluveného slova na vysílání, a to zejména proto, že je to údaj pro posluchače snáze odhadnutelný, ale také proto, že výsledek dává tušit, jakou posluchač preferuje stavbu programu.

V případě Radia Wave jsem zkoumal, zda respondenti stanici vůbec znají a pokud ano, jakým způsobem ji sledují. Tedy zda poslouchají vysílání, čtou obsah na webových stránkách, poslouchají zvukové příspěvky na webových stránkách, či sledují Radio Wave na sociálních sítích.

Jako doplňující informace jsem zjišťoval, jakými prostředky respondenti vysílání poslouchají (zda klasickým způsobem přes anténu, přes webové stránky nebo

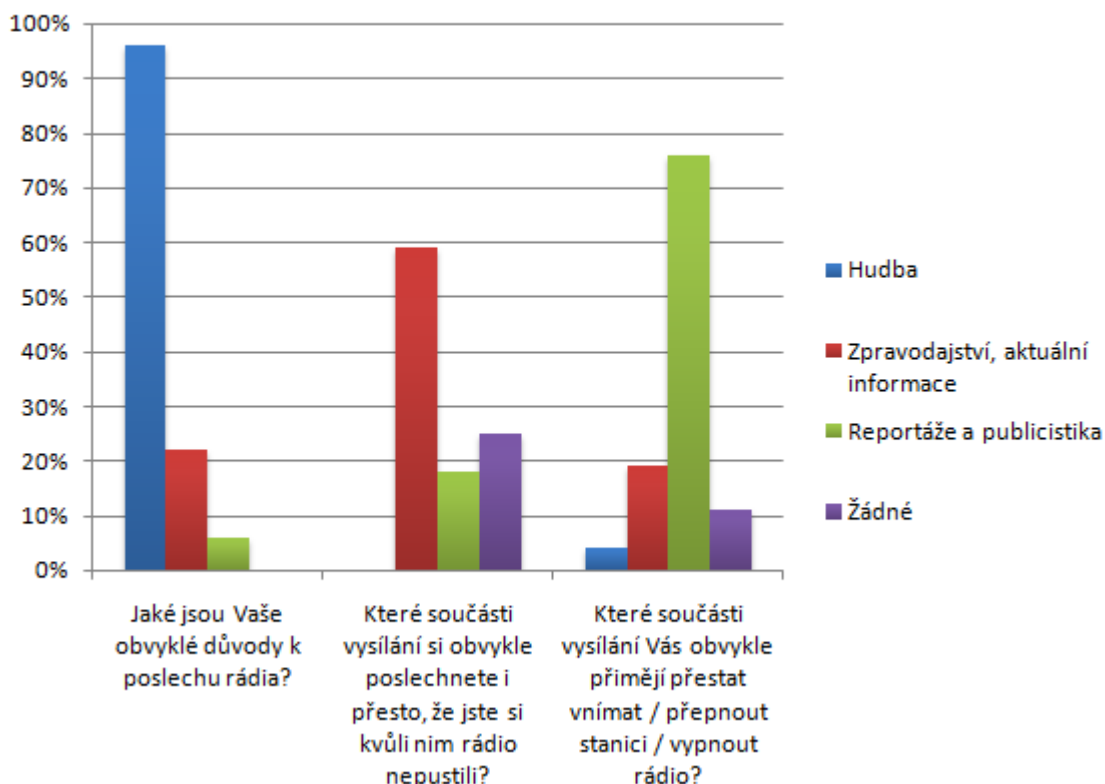
pomocí mobilních aplikací) a také mě zajímalo, jaké rozhlasové stanice respondenti poslouchají a jestli sledují jejich internetovou prezentaci. Zadal jsem rovněž nepovinnou otázku na věk respondenta, kterou všichni respondenti zodpověděli.

Interpretujeme si nyní vybrané výsledky. Zadání dotazníku a kompletní výsledky jsou obsahem příloh.

### 5.1 Jaký obsah posluchači v rozhlase vyhledávají

Pokusme se zodpovědět první z otázek – jaký obsah posluchači v rozhlase vyhledávají. Respondentům jsem položil tři otázky – 1) Jaké jsou Vaše obvyklé důvody k poslechu rádia?, 2) Které součásti vysílání si obvykle poslechnete i přesto, že jste si kvůli nim rádio nepustili? a 3) Které součásti vysílání Vás obvykle přimějí přestat vnímat / přepnout stanici / vypnout rádio? Všechny tři otázky byly polootevřené – respondenti mohli vybrat jednu či více z už dříve jmenovaných součástí vysílání, zároveň měli k dispozici políčko „žádné“ a v políčku „jiné“ mohli vypsát vlastní možnost. Součástí zadání byla informace, že v možnostech záměrně není zahrnuta položka „reklama“, protože její přítomnost v komerčním vysílání je nevyhnutelná.

#### Vztah posluchačů k součástem vysílání



Graf 1: Vztah posluchačů k součástem vysílání

Odovědi na všechny tři otázky jsou pro snazší interpretaci zahrnuty v jednom grafu. Můžeme z něj vyčíst, že hlavní motivací respondentů k poslechu vysílání je hudba – tuto možnost zvolilo 96 % z nich a jen 4 % uvedla, že hudební složka ji přiměje přestat se poslechu věnovat. Zároveň ovšem vidíme, že atraktivní složku tvoří i zpravodajství a aktuální informace. Jako důvod k poslechu rádia ji sice označilo jen 22 % respondentů, zároveň ale 59 % respondentů uvedlo, že si zpravodajství a aktuální informace v rozhlase poslechne. Jen necelá pětina (19 %) respondentů označila tuto možnost jako důvod k přepnutí stanice. Oproti tomu ale více než tři čtvrtiny respondentů (77 %) označily reportáže a publicistiku jako součást vysílání, která je přiměje přestat vnímat, přepnout stanici nebo vypnout rádio. Jako důvod pro poslech rádia je tato možnost jen pro 4 % respondentů a 19 % z nich si reportáže a publicistiku poslechne, přestože si kvůli tomu rádio nezapnuli.

Políčko „jiné“ využila jen hrstka respondentů (přibližně 1 %), přičemž všichni v něm uvedli reklamu jako důvod k přepnutí stanice. Vzhledem k tomu, že respondenti byli upozorněni na to, že reklama není v možnostech jmenována záměrně, není tento údaj relevantní a do výsledků není zahrnut.

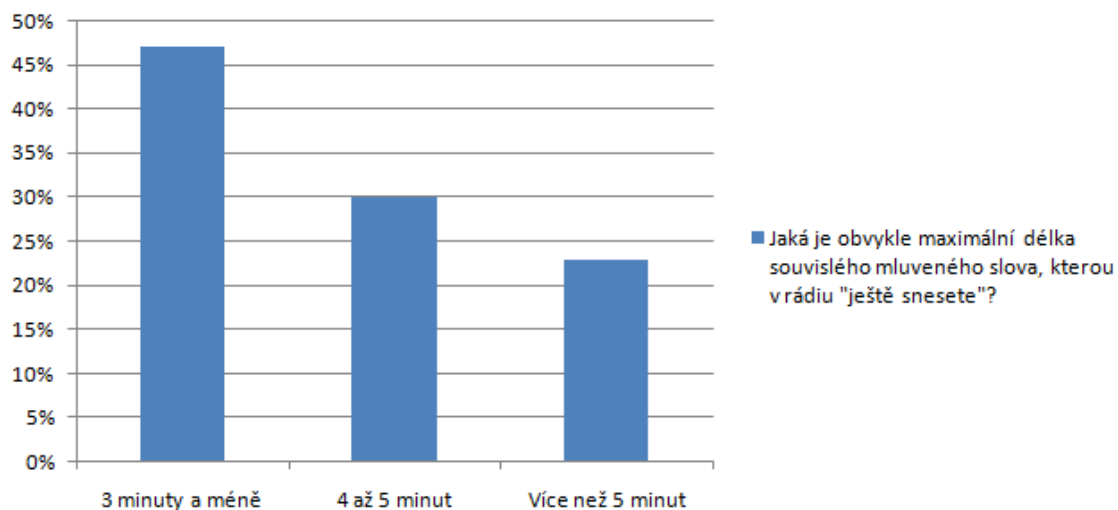
## **5.2 Jaký je vztah posluchačů k mluvenému slovu**

Vztah posluchačů k mluvenému slovu v rozhlase jsem zjišťoval otevřenou otázkou: „Jaká je obvykle maximální délka souvislého mluveného slova, kterou v rádiu "ještě snesete"? Odhadněte prosím v minutách.“ Respondenti tedy na základě vlastního odhadu uváděli libovolný číselný údaj, proto si výsledky interpretujeme několika způsoby.

Předně si výsledky pro větší přehlednost shrňme do několika intervalů. Vzhledem k tomu, že mezi odpověďmi dominovaly délky „3 minuty“ (uvedlo 33 % respondentů) a „5 minut“ (uvedlo 24 % respondentů), použijme tyto hodnoty jako mezní.



## Jaká je obvykle maximální délka souvislého mluveného slova, kterou v rádiu "ještě snesete"?

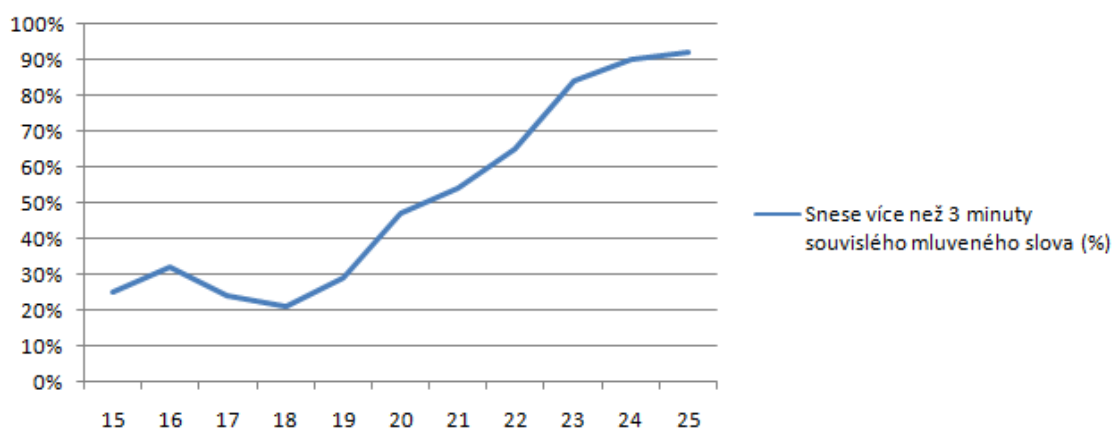


Graf 2: Vztah posluchačů k mluvenému slovu

Z grafu č. 2 můžeme jasně vyčíst, že téměř polovina respondentů (47 %) uvedla, že v rozhlasu nevydrží poslouchat mluvené slovo souvisle déle než 3 minuty. Naopak jen necelá čtvrtina respondentů (23 %) zadala hodnotu větší než 5 minut. Pro úplnost dodejme, že mediánová hodnota činí 4 minuty a že třetí nejčastější uváděná délka (po třech a pěti minutách) jsou 2 minuty (uvedlo 11 % respondentů).

U této otázky ještě zůstaňme, odpovědi totiž i v naší omezené věkové kategorii ukazují jasný trend závislosti tolerance mluveného slova na věku.

## Podíl posluchačů, kteří snesou více než 3 minuty mluveného slova, v závislosti na věku



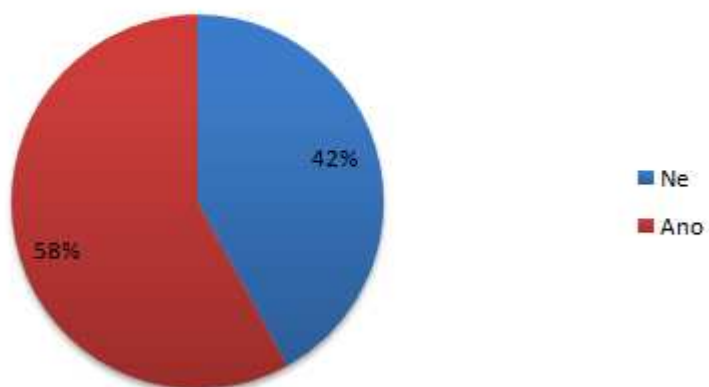
Graf 3: Závislost míry tolerance mluveného slova na věku

V grafu č. 3 sledujeme procentuální podíl respondentů, jejichž odpověď lze ztotožnit s výrokem: „Respondent snese více než 3 minuty souvislého mluveného slova.“ Vidíme, že starší polovina respondentů ve většině případů uvedla větší toleranci mluveného slova než 3 minuty, zatímco mladší polovina nedává mluvenému slovu skutečně téměř žádný prostor, neboť uváděla ve většině případů 3 minuty a méně.

### 5.3 Jaké je povědomí posluchačů o Radiu Wave

V této části zodpovídali respondenti dvě otázky. 1) Znáte stanici Český rozhlas Wave? a 2) Zaškrtněte možnosti, které platí o Vás a stanici Český rozhlas Wave. Obě otázky byly uzavřené.

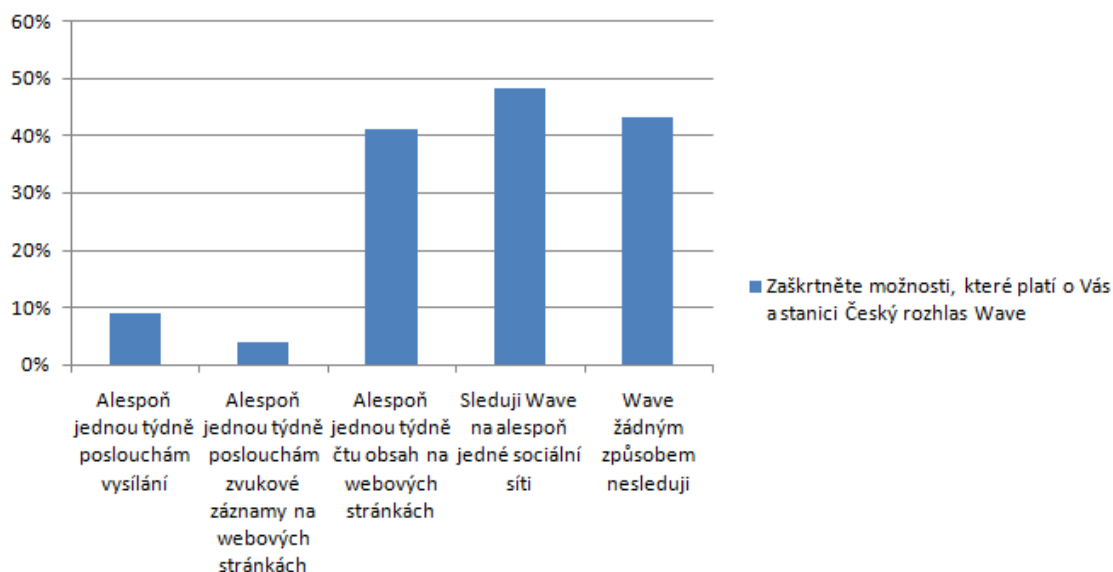
#### Znáte stanici Český rozhlas Wave?



Graf 4: Povědomí posluchačů o stanici Český rozhlas Wave

V grafu č. 4 vidíme, že nadpoloviční část respondentů Radio Wave zná, ačkoliv o přesvědčivou většinu při hodnotě 58 % nejde. Tato otázka slouží v dotazníku spíše jako pomocná – k vyčlenění respondentů, kteří Radio Wave znají a následnému zkoumání jejich vztahu k této stanici. Nutno doplnit, že další otázka jako jediná pracuje s menším výběrovým souborem o rozsahu 174 respondentů, protože vyřazujeme respondenty, kteří Radio Wave neznají.

### Zaškrtněte možnosti, které platí o Vás a stanici Český rozhlas Wave



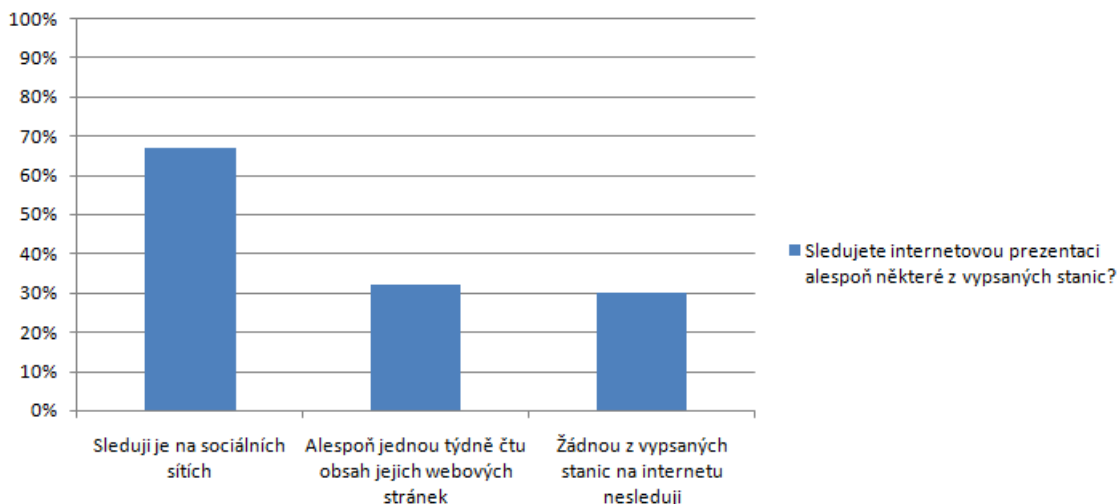
**Graf 5: Vztah respondentů ke stanici Český rozhlas Wave**

V grafu č. 5 vidíme, že činnost Radia Wave oslovuje poměrně velkou část respondentů, kteří stanici znají. Téměř polovina respondentů (48 %) uvedla, že stanici sleduje na alespoň jedné sociální síti, 41 % pak alespoň jednou týdně čte obsah webových stránek (zde musíme doplnit, že obě skupiny se evidentně z velké části překrývají, protože 43 % respondentů uvedlo, že Wave žádným způsobem nesleduje). Pokud se ale podíváme na samotnou rozhlasovou činnost, setkáváme se s razantně nižším ohlasem. Pouze 9 % respondentů říká, že alespoň jednou týdně poslouchá vysílání Radia Wave a jen 4 % poslouchají na webových stránkách zvukové záznamy.

#### **5.4 Další výstupy**

V textu práce jsem se věnoval i činnosti rozhlasových stanic mimo éter, zejména jejich internetové prezentaci. Připadalo mi tedy jedině logické, zahrnout do průzkumu i tuto oblast. Respondentům jsem na toto téma položil dvě uzavřené otázky. 1) Jakým způsobem posloucháte rádio alespoň jednou týdně? a 2) Sledujete internetovou prezentaci alespoň některé z vypsanych stanic? Vypsanyými stanicemi se myslí ty stanice, o nichž respondenti v předchozí otázce uvedli, že je poslouchají alespoň jednou týdně.

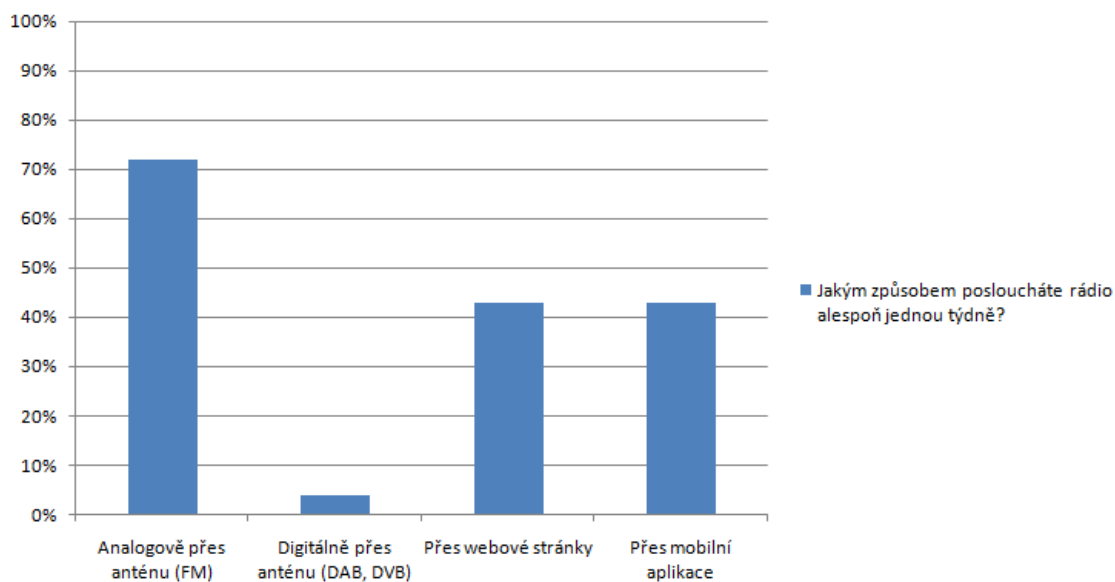
### Sledujete internetovou prezentaci alespoň některé z vypsaných stanic?



**Graf 6: Sledování činnosti rozhlasových stanic na internetu**

Pouze necelá třetina respondentů (30 %) uvedla, že žádnou ze stanic na internetu nesleduje. Naopak dvě třetiny respondentů (67 %) sledují rozhlasové stanice na sociálních sítích a téměř třetina (32 %) čte alespoň jednou týdně obsah jejich webových stránek.

### Jakým způsobem posloucháte rádio alespoň jednou týdně?



**Graf 7: Způsoby poslechu rozhlasových stanic**

V grafu č. 7 vidíme, jakým způsobem respondenti alespoň jednou týdně poslouchají vysílání. Ukazuje se, že stále dominuje klasický způsob poslechu, tedy příjem analogového vysílání přes anténu. Tento způsob uvedly téměř tři čtvrtiny respondentů (72 %). Naproti tomu digitální vysílání má zatím stále minimální podíl, pouze 4 % respondentů uvedla, že ho poslouchají alespoň jednou týdně. Vidíme ale překvapivě silné zastoupení poslechu přes internet, tedy přes webové stránky (43 % respondentů) i pomocí mobilních aplikací (rovněž 43 %).

Pokud jde o stanice, o nichž respondenti uvedli, že je poslouchají alespoň jednou týdně, je na prvním místě Evropa 2 se 71 % respondentů. Další stanice následují až s velmi velkým odstupem. Co se týče veřejnoprávního Českého rozhlasu, největší počet respondentů (19 %) uvedl, že alespoň jednou týdně poslouchá stanici Radiožurnál.

## Závěr

Rozhlasové vysílání se u posluchačů ve věku adolescence a rané dospělosti v Česku stále setkává s velkým úspěchem. Z pohledu do historie vysílání pro tuto skupinu posluchačů však vyplývá evidentní trend – postupný odklon od mluveného slova. Zatímco v 80. letech poslouchal více než milion lidí pořady s vyrovnaným poměrem hudby a mluveného slova věnované životům, zájmům a problémům mladých lidí, dnes má stanice se stejnou cílovou skupinou a podobným zaměřením posluchačů zlomek. Český rozhlas Radio Wave plní produkcí slovesných pořadů pro mladé veřejnou službu, v praxi se však ukazuje, že ačkoliv jejich témata posluchače zajímají, nejsou pro ně atraktivní ve zvukové podobě a stanice získává nepoměrně větší odezvu prostřednictvím svých webových stránek a na sociálních sítích. Rozhlasové vysílání, které mladým posluchačům imponuje, je specifické zásadně většinovým podílem hudby. Mluvené slovo je soustředěné do krátkých, maximálně několikaminutových úseků, což nenechává prakticky žádný prostor pro publicistické žánry. V neposlední řadě jsou stanice cílící na mladé posluchače specifické tím, že se musejí orientovat i na další platformy, než jen samotné rozhlasové vysílání. Mladí lidé v hojně míře využívají chytré mobilní telefony a internet, pro rozhlasové stanice je tak klíčové prezentovat se i prostřednictvím sociálních sítí a mobilních aplikací.

## Summary

Radio broadcasting is still very well appreciated in the Czech Republic by the adolescent and early adult audience. However, looking at the evolution of the broadcasting for this category of listeners, we can see an obvious trend – a gradual decrease of the amount of the spoken word. Whereas in the 80's the shows devoted to the topics of young people's lives, hobbies and problems were successful with as many as million listeners, nowadays a radio station with the same target audience and similar covered topics only has a fraction of that. Český rozhlas Radio Wave with its spoken word broadcasts fulfills the public service, but in reality it can be observed that as much as young people are interested in the covered topics, they don't enjoy them on the radio and the station has much better reach on its website and on the social networks. Radio broadcasting appreciated by the young listeners is typically dominated by music. Spoken word is concentrated in short segments lasting several minutes maximum, which leaves basically no space for any spoken word shows. Finally, the radio stations targeting young audience are very much obliged to also use other platforms but the radio broadcasting itself. Most of young people use smartphones and Internet, so it is crucial for the radio stations to present themselves on the social networks and through apps.

## Použitá literatura

### Tištěné zdroje

1. **Moravec, Václav.** *Média v tekutých časech.* Praha : Academia, 2016. stránky 71-75. 978-80-200-2572-2.
2. **Smolík, Josef.** *Subkultury mládeže.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2907-7.
3. **Strasburger, Victor, Wilson, Barbara a Jordan, Amy.** *Children, Adolescents, and the Media.* místo neznámé : SAGE Publications, Inc., 2013. ISBN 978-1-4129-9926-7.
4. **Ješutová, Eva a kol.** *Od mikrofonu k posluchačům.* Praha : Český rozhlas, 2003. ISBN 80-86762-00-9.
5. **Čábelová, Lenka.** *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923-1939.* Praha : Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0624-0.
6. **Votavová, Jarmila.** *Stručný nástin historie českého rozhlasu.* Praha : Český rozhlas Praha, 1993.
7. **Maršík, Josef.** *Úvod do teorie rozhlasového programu.* Praha : Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-013-0.
8. **Maršík, Josef.** *Teorie a praxe rozhlasové tvorby.* Praha : Československý rozhlas, 1985.
9. **Osvaldová, Barbora a kol.** *Zpravodajství v médiích.* Praha : Karolinum, 2013. ISBN 978-80-246-2348-1.
10. **Reichel, Jiří.** *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2009. ISBN 978-80-247-3006-6.
11. **Punch, Keith.** *Základy kvantitativního šetření.* London : SAGE Publications Ltd., 2003. ISBN 978-80-7367-381-9.

### Internetové zdroje

1. **Kasík, Pavel.** Podívejte se, jak Facebook zkresluje realitu. Vybírá to, co se vám líbí. *Technet.* [Online] 22. Ledén 2016. [Citace: 03. Listopad 2016.] [http://technet.idnes.cz/facebook-newsfeed-personalizace-vysvetleni-fmp-/sw\\_internet.aspx?c=A160120\\_091613\\_sw\\_internet\\_pka](http://technet.idnes.cz/facebook-newsfeed-personalizace-vysvetleni-fmp-/sw_internet.aspx?c=A160120_091613_sw_internet_pka).
2. —. *Média v tekutých časech.* Praha : Academia, 2016. str. 58. 978-80-200-2572-2.
3. **Kabátová, Šárka.** Česká mládež má nové idoly: Dobře vydělávající Youtubery sledují statisíce mladých. *Lidovky.cz.* [Online] 09. Srpen 2015. [Citace: 03. Listopad 2016.] [http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808\\_170128\\_in-media\\_ELE](http://byznys.lidovky.cz/ceska-mladez-nasla-nove-idoly-youtubery-f0w-/media.aspx?c=A150808_170128_in-media_ELE).
4. **Křížová, Dita.** Rozhlas pod hákovým křížem. *Český rozhlas.* [Online] [Citace: 11. Prosinec 2016.] [http://www.rozhlas.cz/archiv/1945/\\_zprava/rozhlas-v-obdobi-protektoratu-cechy-a-morava--1393000](http://www.rozhlas.cz/archiv/1945/_zprava/rozhlas-v-obdobi-protektoratu-cechy-a-morava--1393000).
5. **Český rozhlas.** Kde se vzaly stanice. *Příběh rozhlasu.* [Online] Český rozhlas, 2014. [Citace: 13. Březen 2017.] <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/kde-se-vzaly-stanice/2788343>.
6. **Český rozhlas.** Jak rozhlas pomáhal soukromým rádiím. *Příběh rozhlasu.* [Online] Český rozhlas, 2014. [Citace: 13. Březen 2017.] <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/digitalni-doba/2785951>.



7. **Česká televize.** První soukromá rozhlasová stanice v Česku byla Evropa 2. *ČT24*. [Online] Česká televize, 20. Březen 2010. [Citace: 13. Březen 2017.] <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1348305-prvni-soukroma-rozhlasova-stanice-v-cesku-byla-evropa-2>.
8. **Ježek, Michal.** „Rozhlas by měl nabízet i nadhled,“ říká Václav Moravec. *Český rozhlas*. [Online] Český rozhlas, 1. Září 2016. [Citace: 18. Březen 2017.] [http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/\\_zprava/rozhlas-by-mel-nabizet-i-nadhled-rika-vaclav-moravec--1636100](http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/_zprava/rozhlas-by-mel-nabizet-i-nadhled-rika-vaclav-moravec--1636100).
9. **Ježek, Michal.** „Byla to provokace vnitřního systému rádia,“ říká zvukař Hynek Nováček. *Český rozhlas*. [Online] Český rozhlas, 1. Září 2016. [Citace: 17. Březen 2017.] [http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/\\_zprava/byla-to-provokace-vnitriho-systemu-radia-rika-zvukar-hynek-novacek--1645509](http://www.rozhlas.cz/archiv/zamikrofonem/_zprava/byla-to-provokace-vnitriho-systemu-radia-rika-zvukar-hynek-novacek--1645509).
10. **Potůček, Jan.** Digitální televize je tu, startuje řádné vysílání. *DigiZone*. [Online] 21. Říjen 2005. [Citace: 31. Březen 2017.] <http://www.digizone.cz/clanky/digitalni-televize-je-tu-startuje-radne-vysilani/>.
11. —. Jaký bude digitální rok 2006? *DigiZone*. [Online] 2. Leden 2006. [Citace: 31. Březen 2017.] <http://www.digizone.cz/clanky/jaky-bude-digitalni-rok-2006/>.
12. **Český rozhlas.** Radio Wave - Reklama a sponzoring. *Český rozhlas*. [Online] [Citace: 16. Duben 2017.] [http://www.rozhlas.cz/radiowave/ostanici/\\_zprava/reklama-a-sponzoring--782048](http://www.rozhlas.cz/radiowave/ostanici/_zprava/reklama-a-sponzoring--782048).
13. **Rada Českého rozhlasu.** Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o činnosti Českého rozhlasu za rok 2016. *Český rozhlas*. [Online] 31. Březen 2017. [Citace: 16. Duben 2017.] [http://media.rozhlas.cz/\\_binary/03833490.pdf](http://media.rozhlas.cz/_binary/03833490.pdf).
14. **Český rozhlas.** Jak nás naladíte. *Český rozhlas*. [Online] 2017. [Citace: 17. Duben 2017.] <http://www.rozhlas.cz/vysilace/vysilace/?stanice=17>.
15. **Hošna, Jiří.** Radio Wave otevřelo nové prosklené studio na Vinohradské třídě a zve na pouliční slavnost. *Český rozhlas*. [Online] 4. Duben 2016. [Citace: 30. Duben 2017.] [http://www.rozhlas.cz/informace/press/\\_zprava/radio-wave-otevrela-nove-prosklene-studio-na-vinohradske-tride-a-zve-na-poulicni-slavnost--1599939](http://www.rozhlas.cz/informace/press/_zprava/radio-wave-otevrela-nove-prosklene-studio-na-vinohradske-tride-a-zve-na-poulicni-slavnost--1599939).
16. **Evropa 2.** Vysílače. *Evropa 2*. [Online] 2017. [Citace: 1. Květen 2017.] <https://www.evropa2.cz/vysilace>.
17. **Digital Radio.** Rozhlasové stanice v DAB. *Digital Radio*. [Online] 2017. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://www.digitalradiodab.cz/rozhlasove-stanice.html>.
18. **Štěrba, Martin.** Evropa 2 objedná se svojí roadshow republiku, láká na hvězdy ranní show. *Marketing & Media*. [Online] 22. Březen 2016. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://mam.ihned.cz/media/c1-65217930-evropa-2-objede-se-svoji-roadshow-republiku-laka-na-hvezdy-ranni-show>.
19. **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.** Č.j.: bar/1365/2014. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 15. Duben 2014. [Citace: 1. Květen 2017.] <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/7966.pdf>.
20. **STEM / MARK.** Výzkum poslechovosti rozhlasových stanic. Prezentace výsledků II. + III. čtvrtletí 2016. *Radioprojekt*. [Online] 9. Listopad 2016. [Citace: 1. Květen 2017.] [https://www.radiohouse.cz/wp-content/uploads/2016/11/RADIOPROJEKT\\_09\\_11\\_2016.pdf](https://www.radiohouse.cz/wp-content/uploads/2016/11/RADIOPROJEKT_09_11_2016.pdf).
21. **Brychta, Jan.** Jiří Sládek: Díky videím roste návštěvnost webu Lagardère o desítky procent. *DigiZone.cz*. [Online] 14. Říjen 2016. [Citace: 4. Květen 2017.] <http://www.digizone.cz/clanky/jiri-sladek-diky-videim-roste-navstevnost-webu-lagardere-o-desitky-procent/>.
22. **RadioTV.** ČRo 4 Radio Wave skončí na FM, bylo možné jej zachránit? . *RadioTV*. [Online] 24. Červenec 2008. [Citace: 28. Duben 2017.]

[http://www.radiotv.cz/p\\_radio/r\\_program/cro-4-radio-wave-skonci-na-fm-bylo-mozne-jej-zachranit/](http://www.radiotv.cz/p_radio/r_program/cro-4-radio-wave-skonci-na-fm-bylo-mozne-jej-zachranit/).

23. **Dresler, Radek.** Typy rozhlasových stanic podle formátu a posluchačů. *RadioTV*. [Online] 2. Květen 2016. [Citace: 31. Březen 2017.] [http://www.radiotv.cz/p\\_radio/typy-rozhlasovych-panic-podle-formatu-a-posluchacu/](http://www.radiotv.cz/p_radio/typy-rozhlasovych-panic-podle-formatu-a-posluchacu/).
24. **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.** Č.j.: STR/1521/2011. *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [Online] 3. Květen 2011. [Citace: 6. Květen 2017.] <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/12127.pdf>.
25. **Rádio Impuls.** Rádio Impuls. *Google Play*. [Online] 4. Březen 2017. [Citace: 8. Květen 2017.] <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.impuls.live>.
26. **Český rozhlas.** Radio Wave - Český rozhlas. *Google Play*. [Online] 5. Srpen 2016. [Citace: 8. Květen 2017.] <https://play.google.com/store/apps/details?id=cz.rozhlas.wave>.
27. **Lagardere Active ČR.** Evropa 2. *Google Play*. [Online] 26. Duben 2016. [Citace: 8. Květen 2017.] <https://play.google.com/store/apps/details?id=eu.inmite.lag.radio.evropa2>.
28. **Schwartz, Katrina.** Age of Distraction: Why It's Crucial for Students to Learn to Focus. *KQED News*. [Online] 5. Prosinec 2013. [Citace: 9. Duben 2017.] <https://ww2.kqed.org/mindshift/2013/12/05/age-of-distraction-why-its-crucial-for-students-to-learn-to-focus/>.
29. **Sullivan, Bob.** Students can't resist distraction for two minutes...and neither can you. *NBC News*. [Online] 18. Květen 2013. [Citace: 9. Duben 2017.] <http://www.nbcnews.com/technology/students-cant-resist-distraction-two-minutes-neither-can-you-1C9984270>.
30. **Forge Press.** Study shows students most distracted by social media. *Forge Press*. [Online] 4. Prosinec 2014. [Citace: 9. Duben 2017.] <http://forgetoday.com/press/study-shows-students-most-distracted-by-social-media/>.
31. **Rosen, Larry, PhD.** Attention Alert: A Study on Distraction Reveals Some Surprises. *Psychology Today*. [Online] 9. Duben 2014. [Citace: 9. Duben 2017.] <https://www.psychologytoday.com/blog/rewired-the-psychology-technology/201204/attention-alert-study-distraction-reveals-some>.
32. **Polák, Lukáš.** Iva Jonášová: Radio Wave je multimediální platformou, nesází pouze na on-air. *Český rozhlas*. [Online] 4. Květen 2017. [Citace: 4. Květen 2017.] [http://www.rozhlas.cz/digital/digital/\\_zprava/iva-jonasova-radio-wave-je-multimedialni-platformou-nesazi-pouze-na-onair--1723192](http://www.rozhlas.cz/digital/digital/_zprava/iva-jonasova-radio-wave-je-multimedialni-platformou-nesazi-pouze-na-onair--1723192).
33. **Štěrba, Martin.** Evropa 2 pokračuje v sérii vánočních songů, letos od Justina Timberlaka. *Marketing & Media*. [Online] 6. Prosinec 2016. [Citace: 30. Duben 2017.] <https://mam.ihned.cz/marketing/c1-65545780-evropa-2-pokracuje-v-serii-vanocnich-songu-letos-od-justina-timberlaka>.

## Rozhlasové pořady

11. **Cimický, Jan, Kumstýřová, Alena a Rykl, Milan.** *Noční Mikrofórum*. Český rozhlas Dvojka, Praha : Český rozhlas, 12. Červenec 2012.
12. Mikrofórum. [Rozhlasový pořad] Praha : Československý rozhlas, 1980.
13. Večer po neděli. [Rozhlasový pořad] Praha : Československý rozhlas, 1964.
14. Mikrofórum. [Rozhlasový pořad] Praha : Československý rozhlas, 1973.

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Zadání dotazníku (text)**

**Příloha č. 2: Příloha č. 2: Kompletní odpovědi na otázky z průzkumu v kapitole 5 (grafy)**

## Přílohy

### Příloha č. 1: Zadání dotazníku (text)

#### Rozhlasové vysílání pro mladé posluchače

Délka vyplňování je maximálně několik minut.

Dotazník je určen pouze posluchačům rádia ve věku 15 - 25 let (včetně).

Nevyplňujte ho v případě, že pracujete pro jakoukoliv rozhlasovou stanici v České republice.

Dotazník zkoumá názory a zvyky mladých lidí, kteří rádio alespoň jednou týdně poslouchají. Všechny otázky počítají s dobrovolným poslechem (tedy ne s poslechem v případech, kdy ho nemůžete ovlivnit - například jako spolujezdec v autě s nesmlouvavým řidičem nebo v obchodě).

Všem respondentům děkuji!

#### Otázka č. 1 – Jste ve věku 15 - 25 let a posloucháte alespoň jednou týdně rádio?

- Ano
- Ne – nečetl jsem úvodní instrukce a dotazník teď s laskavým poděkováním od autora opustím

#### Otázka č. 2 – Kolik přesně je Vám let?

- Vaše odpověď:

#### Otázka č. 3 – Jaké jsou Vaše obvyklé důvody k poslechu rádia?

- Zpravodajství, aktuální informace (prostřednictvím moderátorských nebo reportážních vstupů)
- Reportáže a publicistika (rozhovory, diskusní pořady...)
- Hudba
- Jiné:

#### Otázka č. 4 – Které součásti vysílání si obvykle poslechnete i přesto, že jste si kvůli nim rádio nepustili?

- Zpravodajství, aktuální informace (prostřednictvím moderátorských nebo reportážních vstupů)
- Reportáže a publicistika (rozhovory, diskusní pořady...)
- Hudba
- Žádné
- Jiné:

**Otázka č. 5 – Které součásti vysílání Vás obvykle přimějí přestat vnímat / přepnout stanici / vypnout rádio? (Reklamní bloky nejsou uvedené záměrně)**

- Zpravodajství, aktuální informace (prostřednictvím moderátorských nebo reportážních vstupů)
- Reportáže a publicistika (rozhovory, diskusní pořady...)
- Hudba (není myšlena jedna konkrétní písnička, kterou nesnesete, ale hudební proud obecně)
- Žádné
- Jiné:

**Otázka č. 6 – Jaká je obvykle maximální délka mluveného slova, kterou v rádiu „ještě snesete“? Prosím vypište.**

- Vaše odpověď:

**Otázka č. 7 – Které české rozhlasové stanice alespoň jednou týdně posloucháte? Prosím vypište.**

- Vaše odpověď:

**Otázka č. 8 – Sledujete internetovou prezentaci alespoň některé z vypsaných stanic?**

- Sleduji je na sociálních sítích
- Alespoň jednou týdně čtu obsah jejich webových stránek
- Žádnou z vypsaných stanic na internetu nesleduji

**Otázka č. 9 – Jakým způsobem posloucháte rádio alespoň jednou týdně?**

- Analogově přes anténu (FM)
- Digitálně přes anténu (DAB, DVB)
- Přes webové stránky
- Přes mobilní aplikace
- Jiné:

**Otázka č. 10 – Znáte stanici Český rozhlas Wave?**

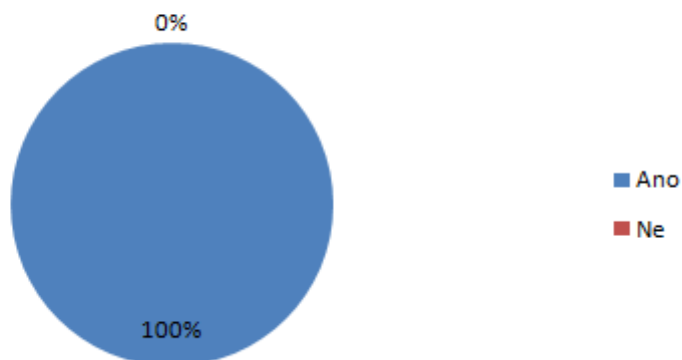
- Ano
- Ne

**Otázka č. 11 – Zaškrtněte možnosti, které platí o Vás a stanici Český rozhlas Wave**

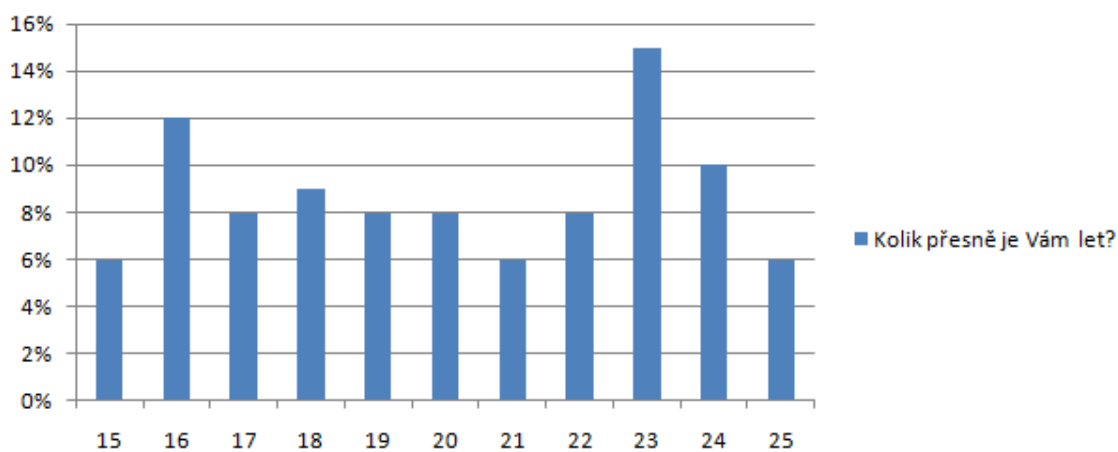
- Alespoň jednou týdně poslouchám vysílání
- Alespoň jednou týdně čtu obsah na webových stránkách
- Alespoň jednou týdně poslouchám zvukové záznamy na webových stránkách
- Sleduji Wave na alespoň jedné sociální síti
- Wave žádným způsobem nesleduji

**Příloha č. 2: Kompletní odpovědi na otázky z průzkumu v kapitole 5 (grafy)**

Otázka č. 1

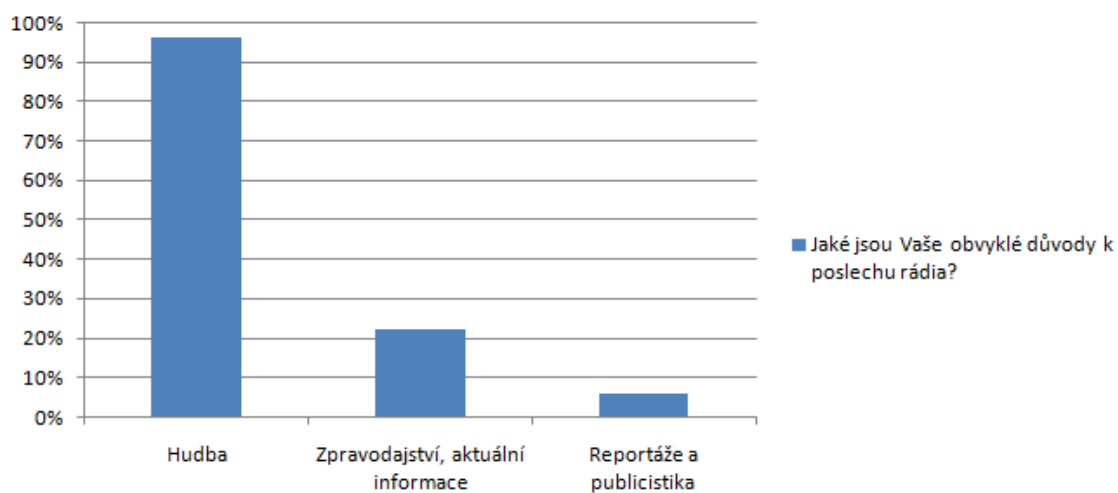
**Jste ve věku 15 - 25 let a posloucháte alespoň jednou týdně rádio?**

Otázka č. 2

**Kolik přesně je Vám let?**

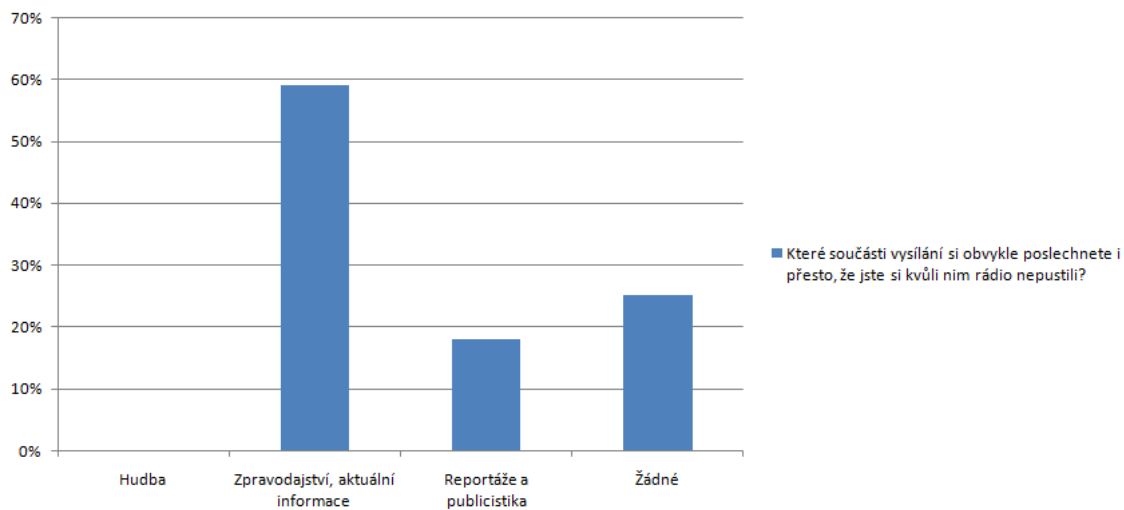
## Otázka č. 3

### Jaké jsou Vaše obvyklé důvody k poslechu rádia?



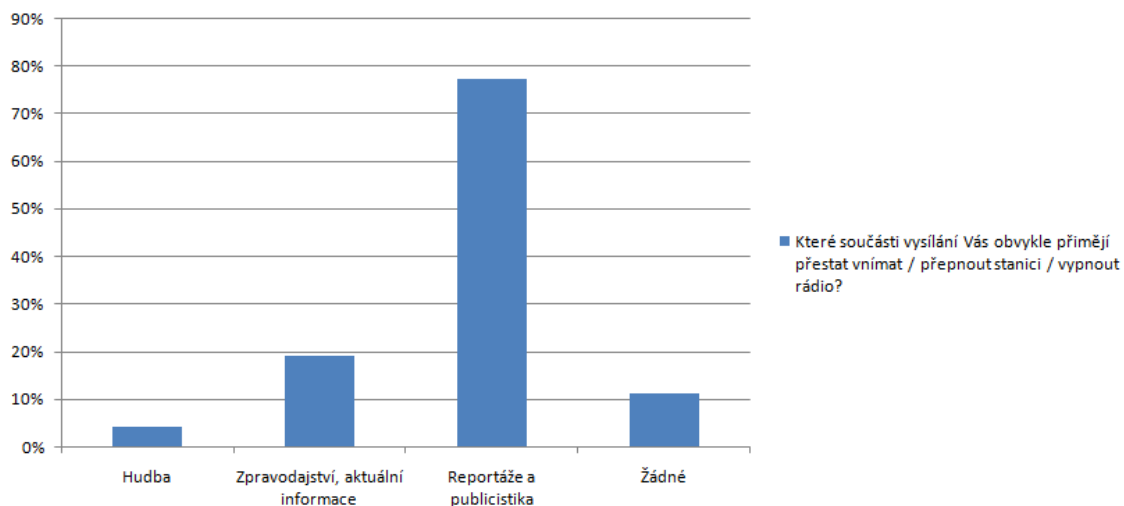
## Otázka č. 4

### Které součásti vysílání si obvykle poslechnete i přesto, že jste si kvůli nim rádio nepustili?



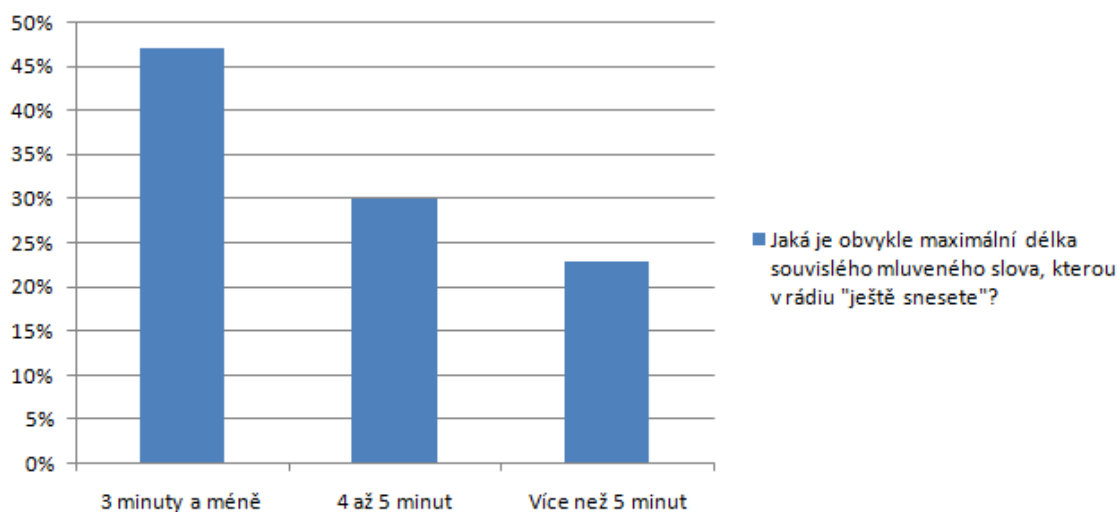
## Otázka č. 5

**Které součásti vysílání Vás obvykle přimějí přestat vnímat /  
přepnout stanici / vypnout rádio?**



## Otázka č. 6

**Jaká je obvykle maximální délka souvislého  
mluveného slova, kterou v rádiu "ještě snesete"?**

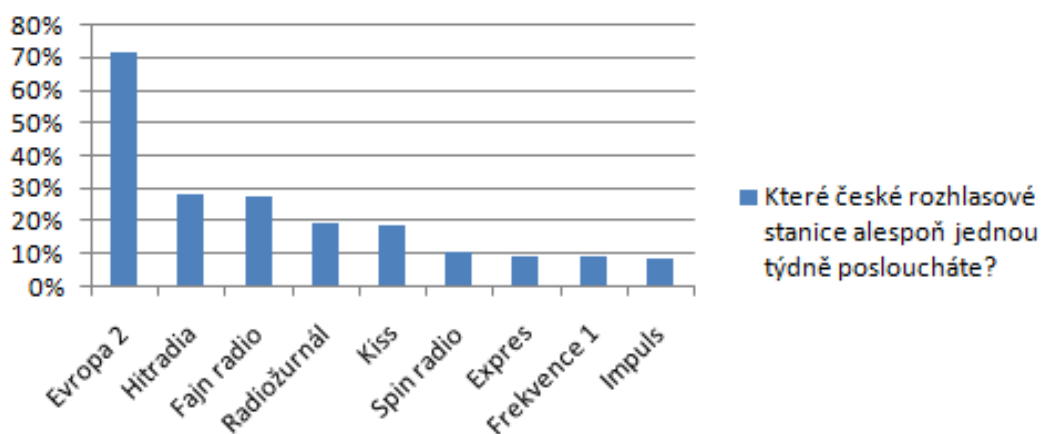




## Otázka č. 7

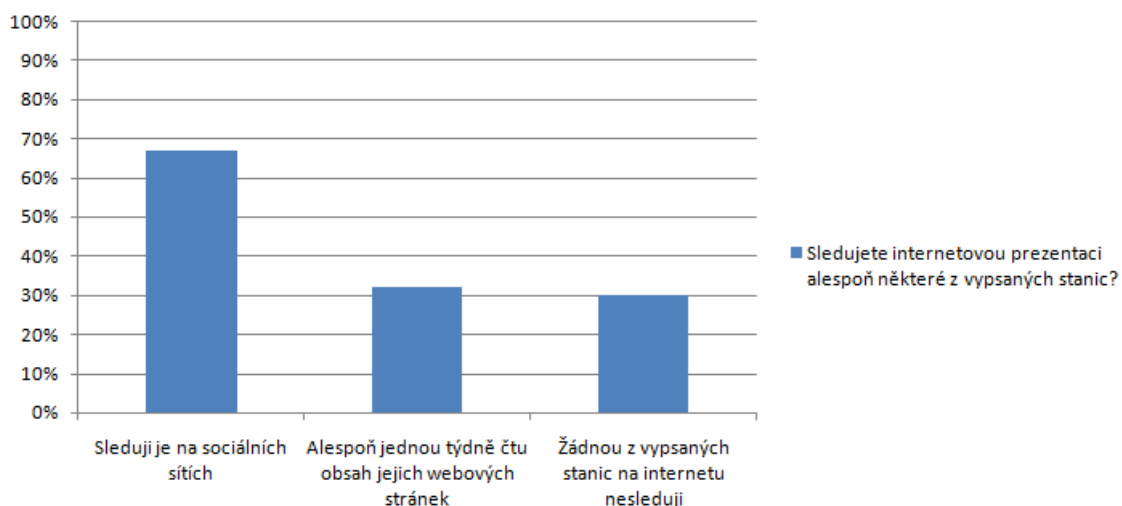
Pozn.: V grafu nejsou uvedeny stanice, které uvedlo méně respondentů než Rádio Impuls. Stanice skupiny Kiss prošly v období, kdy byl průzkum prováděn, centralizací a úpravou cílové skupiny.

### Které české rozhlasové stanice alespoň jednou týdně posloucháte?

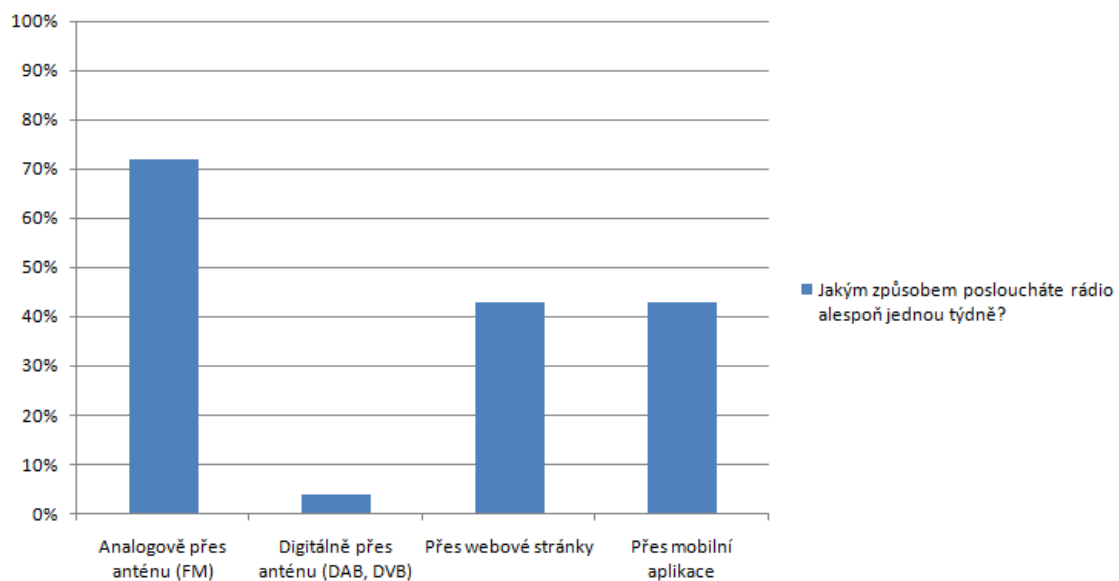


## Otázka č. 8

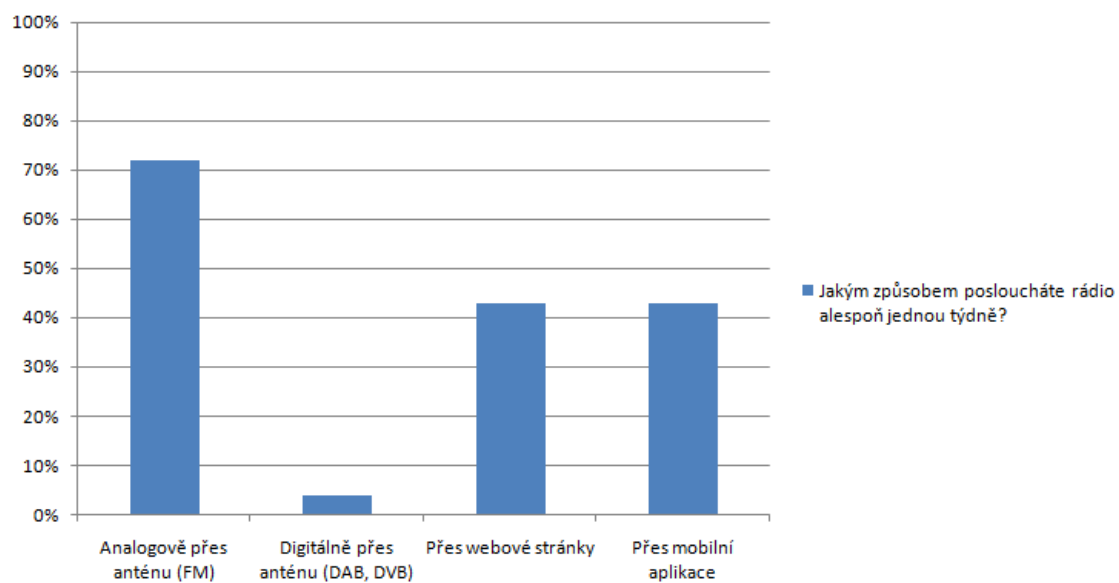
### Sledujete internetovou prezentaci alespoň některé z vypsanych stanic?



## Otázka č. 9

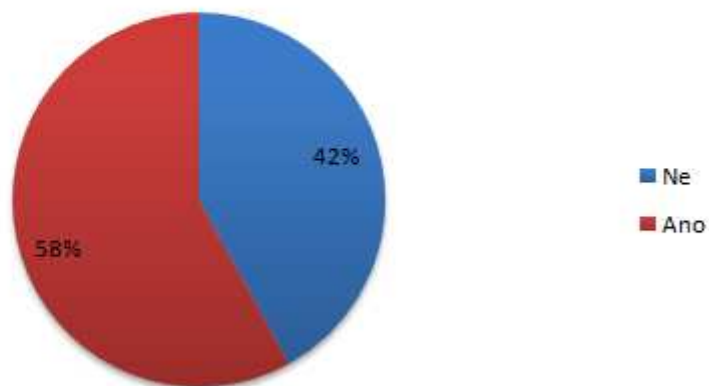
**Jakým způsobem posloucháte rádio alespoň jednou týdně?**

## Otázka č. 10

**Jakým způsobem posloucháte rádio alespoň jednou týdně?**

Otázka č. 11

## Znáte stanici Český rozhlas Wave?



Otázka č. 12

Pozn.: V tomto grafu jsou zahrnuty odpovědi všech respondentů, tedy i těch, kteří Radio Wave neznají

## Zaškrtněte možnosti, které platí o Vás a stanici Český rozhlas Wave

