

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2013-2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Kristýna Daňková**

**Vznik nového radia se zaměřením na vznik Radia  
Kroměříž**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Josef Musil, CSc.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

2013-2017

**BACHELOR THESIS**

**Kristýna Daňková**

**Formation of a New Radio with Focus on the Formation of  
the Radio Kroměříž**

Prague 2017

The Bachelor Thesis Work Supervisor: RNDr. Josef Musil, CSc.

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne .....

Kristýna Daňková

## **Poděkování**

Děkuji svému vedoucímu práce, panu RNDr. Josefu Musilovi, CSc., za trpělivost i cenné rady.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce se zabývá vznikem nového radia v České republice, konkrétně Radia Kroměříž. V teoretické části jsou popsány hromadné sdělovací prostředky, rozděleny druhy rozhlasového vysílání, popsáno licencování rozhlasového vysílání u nás, přechod z internetového vysílání ke klasickému a vznik Radia Kroměříž. Výzkumnou část tvoří obsahová analýza programu internetového Radia Kroměříž a její výklad v souvislosti se změnami při přechodu na klasické vysílání.

## **Klíčová slova**

Hromadné sdělovací prostředky, internetové rádio, licencování rozhlasového vysílání, obsahová analýza, Radio Kroměříž, regionální rozhlasové stanice, rozhlasový program.

## **Annotation**

The Bachelor Thesis deals – within its theoretical part – with formation of a new radio with focus on the formation of the Radio Kroměříž. It describes mass media in general, the different kinds of a radio broadcasting, licensing of a radion broadcasting in the Czech Republic, transition from an internet radio to the classical one and the formation of the Radio Kroměříž. The practical part includes a content analysis of the Radio Kroměříž programme and its changes after the transition to the classical radio.

## **Key words**

Content analysis, internet radio, licensing of a radion broadcasting, mass media, Radio Kroměříž, radio programme, regional radio stations.

# Obsah

ÚVOD .....	10
TEORETICKÁ ČÁST .....	12
1. HROMADNÉ SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY .....	12
1.1 Rozdělení hromadných sdělovacích prostředků.....	14
1.1.1 Tisk.....	14
1.1.2 Rozhlas.....	15
1.1.3 Televize .....	15
1.1.4 Internet.....	16
1.2 Funkce hromadných sdělovacích prostředků .....	17
1.2.1 Informační funkce.....	18
1.2.2 Zábavná funkce.....	20
1.2.3 Komerční funkce médií.....	20
2. DRUHY ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ.....	22
2.1 Vysílání veřejné služby.....	22
2.2 Komerční vysílání.....	23
2.3 Digitální vysílání .....	24
2.4 Internetové rozhlasové vysílání.....	27
3. LICENCOVÁNÍ ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ V ČR A ROZHLASOVÝ PROGRAM.....	29
3.1 Řízení o udělení licence .....	29
3.2 Rozhodování o udělení licence .....	31

3.3 Rozhlasový program .....	32
3.3.1 Typy rozhlasového programu.....	33
3.3.2 Programová skladba .....	34
4. REGIONÁLNÍ ROZHLASOVÉ STANICE A JEJICH SPECIFIKA.....	36
4.1 Programová skladba regionálních stanic .....	37
4.2 Význam regionálních rozhlasových stanic pro regionální kulturu .....	38
4.3 Vztah regionálních rozhlasových stanic a jejich posluchačů .....	39
5. INTERNETOVÉ RADIO KROMĚŘÍŽ .....	41
5.1 Proces udělení licence Radiu Kroměříž a jeho důsledky.....	42
5.2 Programová skladba internetového Radia Kroměříž.....	43
5.3 Využití internetu a nových technologií .....	43
PRAKTICKÁ ČÁST .....	45
6. VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE .....	45
7. OTÁZKY A HYPOTÉZY .....	46
8. VÝSLEDKY VÝZKUMU .....	48
9. ZÁVĚRY VÝZKUMU .....	51
ZÁVĚR.....	54
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	56
SEZNAM ZKRATEK.....	59
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ .....	59
SEZNAM PŘÍLOH .....	60



Bibliografické údaje .....	81
----------------------------	----

## ÚVOD

Média, tisková i elektronická, vždy následovala technický vývoj a trendy ve společnosti. Buď vznikala na základě potřeby přenosu a šíření informace (první tištěná periodika) nebo vznikala díky novým technickým vynálezům, které usnadňovaly, zlepšovaly a zrychlovaly přenos informací (telegraf, rádio, televize). Nově vzniklá elektronická média také mohla lépe plnit zábavnou funkci médií, např. seriály a filmy v televizi.

Nejnovějším elektronickým vynálezem je internet. Internet má mnoho možností. Vznikají díky němu internetové obdoby již existujících televizních stanic, rádií i tisku, zároveň se objevuje celá řada nových samostatně fungujících internetových periodik, portálů, časopisů, blogů, vlogů (video blogů) a v neposlední řadě internetových rádií.

S příchodem internetu začala klasická rádia zakládat vlastní webové stránky. Současným postupem může být naopak nejprve založit internetové rádio a s rostoucí poslechovostí a v závislosti na ambicích a zkušenostech majitele rádia později zažádat o udělení licence a frekvence pro klasické rozhlasové vysílání. Tento postup může být méně riskantní a také ze začátku méně finančně náročný.

Autorka si pro reflexi tohoto způsobu vzniku rádia vybrala regionální Radio Kroměříž, které se nachází v jejím rodném městě, a jehož působení od prvního dne internetového vysílání pravidelně sledovala a zajímala se o jeho příběh. Radio Kroměříž vzniklo v prosinci roku 2012 jako internetové rádio a v roce 2015 získalo licenci k provozování rozhlasového vysílání prostřednictvím pozemních vysílačů. Od podzimu roku 2016 vysílá terestriálně (prostřednictvím pozemního vysílače). Motem Radia je slogan „Radio Kroměříž – jsme si blíž“ a od počátku svého vysílání se snaží svůj slogan naplňovat.

Tématem této bakalářské práce je vznik nových rádií u nás se zaměřením na regionální rádia – konkrétně Radio Kroměříž. Cílem této bakalářské práce je popsat vznik rozhlasových stanic v ČR obecně a popsat vznik a první období činnosti internetového Radia Kroměříž. Dále je cílem práce na základě analýzy vysílání internetového Rádía

Kroměříž před udělením licence zjistit, zda a jak výrazně je nutné měnit programovou skladbu Radia při přechodu z internetového vysílání na klasické.

V teoretické části práce je použit teoretický výzkum na základě písemných pramenů, v praktické části je jako výzkumná metoda použita obsahová analýza programu Radia.

Teoretická část práce je rozdělena do pěti kapitol. V první kapitole jsou popsány hromadné sdělovací prostředky, jejich rozdělení a funkce. V druhé kapitole jsou popsány druhy rozhlasového vysílání, ve třetí proces udělování licencí k rozhlasovému vysílání v ČR, rozhlasový program a programová skladba. Čtvrtá kapitola se věnuje specifickým regionálních hlasových stanic. V poslední kapitole bude popsán vznik Radia Kroměříž a stručně charakterizovaná jeho programová skladba.

V praktické části práce se zaměříme na programovou skladbu internetového Radia Kroměříž a její obsahovou analýzu. Cílem je podrobněji popsat skladbu programu internetového rádia se zaměřením na změny při přechodu na klasické vysílání.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1. HROMADNÉ SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY

Hromadné sdělovací prostředky, v kontextu této bakalářské práce budeme používat termín *média*, který bude mít v tomto kontextu stejný význam, nejjednodušeji dělíme na tiskové a elektronické (J. Musil, 2010, s. 43). Jsou zprostředkovatelem hromadné komunikace, která umožňuje šíření informací velkému množství recipientů. Hromadné sdělovací prostředky můžeme charakterizovat následovně:

*„Jedná se o historicky a společensky podmíněné formy sociální komunikace, jejichž (minimálním) společným charakteristickým rysem je to, že*

- a) díky technickým, organizačním a distribučním možnostem jsou (potenciálně) dostupné neomezenému množství adresátů/uživatelů a (reálně) využívané jejich velkým počtem;*
- b) nabízejí těmto uživatelům obsahy, které pro ně mohou být z různých důvodů (pro poučení, orientaci ve světě, návody na jednání i jako zdroj zábavy) použitelné,*
- c) tyto obsahy nabízejí průběžně nebo pravidelně a*
- d) na zájmu a potřebách uživatelů namnoze závisí samotná existence těchto forem komunikace (ať z důvodů ekonomických, nebo politických, např. stranických).“*  
(J. Jiráček, B. Köpplová, 2009, s. 21)

Pohledy na průběh a význam masové komunikace zprostředkované médii jsou různé a jsou zachyceny řadou teorií od základního modelu Harolda Lasswella přes modely Shannona a Weavera po ABX model Thomase Newcomba a model masové komunikačního procesu G. Maletzkeho. Jejich společným jmenovatelem je šíření informace masovým způsobem a procesy s ním související. Autoři J. Jiráček a B. Köpplová (2003, s. 47) popisují základní dva modely – přenosový a kulturní.

Podle Lasswellova lineárního modelu komunikace (klasické pojetí masové komunikace) z poválečné doby je masové šíření informací zpravidla jednosměrné (od podavatele k příjemci) a bez zpětné vazby. Tento model klade důraz na moc podavatele informace a adresáty staví do rolí pasivních příjemců, kteří jsou vzájemně izolovaní. Je nazýván také model přenosový. O několik let později (1949) přidali Claude Shannon a Warren Weaver do Lasswellova modelu komunikace „šum“(mechanický, sémantický, psychologický), který může ovlivňovat úspěšnost průběhu komunikace (J. Jiráček, B. Köpplová, 2003, s. 48).

Přenosový model také významně doplnili v roce 1957 Westley a MacLean o „roli komunikátora“ (zprostředkovatele sdělení). Tímto poukazují na to, že masoví podavatelé sdělení pouze předávají publiku vlastní výběr informací (událostí), které vybírají na základě toho, co si myslí, že bude publikum považovat za zajímavé a důležité. Můžeme to chápat tak, že se hromadné sdělovací prostředky řídí mj. i zájmy a požadavky publika. (D. McQuail, 2007, s. 72)

V polovině 20. století navrhl Thomas Newcomb kulturní (ABX) model, který je nelineární a se soustředí na kontext sdělení v dané kultuře a důležitost zpětné vazby. Komunikace se v tomto modelu stává rituálem, pro je nazýván také jako model rituálový. V tomto modelu dochází k hledání vztahu mezi procesy sociální komunikace a vytváření společné (sdílené) kultury. (J. Jiráček, B. Köpplová, 2003, s. 49)

V několika posledních desítkách let se objevovaly další pohledy na masovou komunikaci a teorie o tom, jak média fungují, v návaznosti na nové formy komunikace (síťová komunikace). Základním rysem vývoje postoje k médiím je, že v současnosti již nepovažujeme média za „všemocná“, jak je zobrazoval H. Lasswell, ale stále za mocná a potenciálně manipulující, ovšem také stále více interaktivní a různorodá v rámci různých společností, národů či kontextů.

## 1.1 Rozdělení hromadných sdělovacích prostředků

Jak bylo již zmíněno, hromadné sdělovací prostředky (médiá) dělíme na tiskové a elektronické.

Tisk, jakožto tiskové medium, je vůbec nejstarší hromadný sdělovací prostředek. Jeho vznik předurčil vznik knihtisku (Johannes Gutenberg) v polovině 15. století, ale jako nástroj hromadné komunikace zažil tisk rozmach až na konci století devatenáctého a především v první polovině století dvacátého.

Do médií elektronických řadíme rozhlas, televizi a internet.

### 1.1.1 Tisk

Do tisku můžeme řadit veškeré tiskoviny od knih, přes plakáty a letáky, až po noviny a časopisy, ale v kontextu masové komunikace chápeme tisk především jako tištěná **periodika**, tzn. tiskoviny vycházející alespoň 2x ročně. (J. Musil, 2010, s. 43)

Předchůdci nejstarších tištěných periodik měli původně převážně informační charakter (zábavnou funkci plnily knihy). Vývoj tištěných periodik poté směřoval na jednu stranu k hromadnému sdělovacímu prostředku s co nejširší cílovou skupinou, na druhou stranu vznikaly úzce tematicky zaměřené časopisy pro menší skupiny čtenářů. Již od 19. století byl také důležitým nástrojem v rukou politiků a politických stran.

Současný tisk plní všechny funkce, které hromadné sdělovací prostředky mají poskytovat (viz kap. 1.2), a může mít podobu „papírovou“ nebo elektronickou (internetovou). Tyto dvě podoby tisku se mohou lišit v aktuálnosti, obsahu a v řadě dalších aspektů. Internetové mutace tisku se vyznačují multimedialitou (vložená videa, rozhovory apod.) a interaktivitou (možnost čtenářů komentovat zprávu a debatovat s jinými čtenáři).

### **1.1.2 Rozhlas**

Rozhlas je nejstarší elektronické médium. Jeho vznik datujeme do roku 1921 ve světě a 1923 u nás. Na rozdíl od tisku nevznikl z potřeby hromadného šíření informací, ale jako technický vynález, který hledal a brzy našel své uplatnění. Velmi rychle se celosvětově rozšířil a přibližně až do 50. let 20. století byl nejsilnějším elektronickým médiem.

Obsah tohoto nového média (stejně jako později televize) byl nejprve odvozený z již existujících médií a obsahoval hlavně zprávy, sport a mluvené slovo. Co tato technologie umožnila nového, byl přímý přenos (a zvukový záznam) koncertů, komentovaných sportovních utkání a dalších událostí.

V souvislosti s technickými vlastnostmi rozhlasu (omezený počet frekvencí) je toto médium na rozdíl od tisku od počátku regulované a udílení licencí (a frekvencí) vzhledem k omezení jejich počtu od počátku kontrolované a relativně drahé.

Současný rozhlas prochází v řadě zemí světa procesem digitalizace a stejně jako u tisku dochází k propojení s internetem. Jako tradiční elektronické médium zažívá rozhlas mírný úpadek a mnohdy plní již pouze funkci zvukové kulisy.

### **1.1.3 Televize**

Televize patří spolu s rozhlasem mezi klasická elektronická média. První televizní vysílání se objevilo v roce 1935 a od roku 1936 začala pravidelně vysílat BBC. U nás považujeme za průkopníka televize doc. Jaroslava Šafránka, který v roce 1935 sám sestrojil a předvedl televizní aparaturu. První vysílání v Československu ale začalo se značným zpožděním, a to až v roce 1953. Od roku 1973 se u nás objevuje první barevné vysílání.

Stejně jako rozhlas i televize byla zpočátku novou technologií, která hledala své uplatnění. Tvůrci programu televize čerpali inspiraci z již existujících hromadných sdělovacích prostředků s tím rozdílem, že novým prvkem byl mj. film. Tudíž zábavná složka byla v tomto médiu významná a pravděpodobně nejvíce přispěla k jeho rychle narůstající oblibě.

Vzhledem k technickým omezením redukuje počet stanic (stejně jako u rozhlasu) a v souvislosti s nově objevenými technologiemi se od roku 1998 začalo celosvětově přecházet z analogového vysílání na digitální. Česká televize uvádí, že 15. 11. 1998 jako první přešla na digitální vysílání Velká Británie. Následovalo Švédsko a další země. (online, cit. 2016-02-01)

V České republice začala digitalizace televizního vysílání v roce 2005. Od 10. 2. 2006 začíná vysílat digitální kanál ČT24 a od 11. 11. 2011 máme u nás tzv. analogovou tmu, celoplošná digitalizace televizního vysílání byla dokončena.

V současnosti vysílají televizní stanice také na internetu, kde většinou mívají archiv vysílání a řadu dalších informací, jako jsou články, dílčí webové stránky televizních stanic či odkazy na webové stránky pořadů (např. Stardance), soutěže, u ČT24 také rubriky počasí (interaktivní), sport atd.

#### **1.1.4 Internet**

Internet můžeme nazývat pojmem „nové médium“, ale v podstatě je to spíš technický vynález, umožňující propojení všech existujících médií v jednom prostředí a přinášející ještě něco navíc – interaktivitu. To znamená, že se nově naskytuje publiku možnost vytvářet zpětnou vazbu, popř. celé vlastní obsahy, a následně se sdílet s ostatními uživateli internetu. Je v poslední době nejrychlejším, nejflexibilnějším a nejdiskutovanějším médiem.



Internet vznikl postupně v 70. až 80. letech minulého století, ale jako zprostředkovatel hromadné komunikace zažívá největší rozmach v posledních dvou desetiletích. Spojuje všechna elektronická média a poskytuje jim multimediální platformu. Prolíná se tak zvuková, obrazová i psaná složka hromadné komunikace a může se prolínat komunikace hromadná (šíření informace od zdroje k velkému množství příjemců) s komunikací síťovou (komunikace „každého s každým“ v rámci sociální sítě, webové stránky, chatu atd.). Příkladem tohoto prolínání může být např. sdílení článků na Facebooku nebo diskuse pod články.

Výhodou i nevýhodou internetu může být obrovské množství dostupných informací různé kvality. V souvislosti s možností prakticky okamžitě šířit novou zprávu se zvyšuje tlak na exkluzivitu a rychlost uveřejnění zprávy na informačních portálech a v důsledku toho často hovoříme o bulvarizaci a zhoršující se kvalitě zpráv, popř. dostatečně neověřených zdrojích informací. Internet je také ideální prostředí pro hromadné šíření falešných poplašných a podvodných zpráv, tzv. hoaxů.

Proto chce-li člověk čerpat informace z internetu, stává se sám pro sebe „gatekeeperem“ (vrátným či censorem) a musí se naučit informace vybírat, třídit a ověřovat.

## **1.2 Funkce hromadných sdělovacích prostředků**

Pokud chceme správně pochopit média a umět popsat jejich fungování, musíme znát jejich funkce, které vycházejí z toho, za jakým účelem média vůbec vznikala a jak se vyvíjela. Původní myšlenkou bylo především šíření informací, které byly důležité pro příjemce oněch informací tak, že byli ochotni za ně zaplatit. Můžeme tedy říci, že média vznikla na základě potřeb (poptávky) jednotlivce, ale i celé společnosti.

Později se vznikem nových technologií a vynálezů se tento proces otočil a nová média musela nejprve nabídnout nové druhy obsahů a vytvořit poptávku ve společnosti, rozšířit svoji působnost. Od toho se odvíjí i způsob financování médií (viz kap. 1.2.3). Můžeme

tedy říci, že média spoluvytvářejí představu o tom, jaká by měla být jejich funkce (úzce související s jejich obsahem). Mluvíme tedy o tom, co by média měla dělat, ale zároveň o tom, co média dělají a v neposlední řadě, co si myslí publikum, že média dělají (G. Burton, J. Jiráček, 2001, s. 149).

Funkce médií souvisí s funkcionalistickým přístupem k chování médií ve společnosti, který jako první zastával Harold Lasswell (1948) a navázal na něj mimo jiné C. R. Wright, který v roce 1960 „formuloval jako podstatnou funkci médií zábavu“.

Máme řadu možností, jak k funkcím médií přistupovat, jak je dělit a pojmenovat. Na prvních dvou se ale teoretici shodnou, je to funkce informační a zábavná. Podle J. Musila (2010, s. 66) lze jako třetí přidat pouze funkci komerční a ostatní funkce do těchto tří kategorií začlenit (nejčastěji do funkce informační).

Další dělení funkcí hromadných sdělovacích prostředků může být na: zábavnou, informační, kulturní, sociální a politickou funkci (G. Burton, J. Jiráček, 2003, s. 150), popř. to mohou být podle J. Jiráčka a B. Köpplové (2007, s. 44) společenské funkce: informování, socializace, kontinuita, zábava a získávání. Náplň jednotlivých funkcí je ovšem podobná a v rámci zjednodušení použijeme v této práci pouze následující tři funkce: informační, zábavnou a komerční funkci.

### **1.2.1 Informační funkce**

Jak už bylo zmíněno výše, vychází informační funkce ze samé podstaty vzniku hromadných sdělovacích prostředků, a to potřeby jednotlivce být informován.

Informační funkci v ryzí podobě představuje zpravodajství, které má přinášet (ideálně objektivní) informace o aktuálním dění v různých oblastech společnosti (politika, kultura, sport, ekonomika apod.). Zpravodajství je zastoupeno ve všech hromadných sdělovacích prostředcích. Neomezuje se pouze na nejnovější informace, ale může události doplňovat

o další detaily a šířit komentáře a postoje různých lidí (zejména autorit), např. formou publicistiky.

Dále lze za zdroje informací považovat celou řadu odborných článků, populárně naučných pořadů, vědomostních soutěží, specializovaných (zájmových) webových stránek a další. Součástí informační funkce může být tudíž i vzdělávání prostřednictvím médií, popř. výchova. (J. Musil, 2010, s. 74)

Vzhledem k tomu, že se často hovoří o současnosti jako o éře informační společnosti vycházející z předpokladu, že lidé získávají většinu informací o okolním světě právě prostřednictvím médií, tvrdí se, že informační funkce je nejdůležitější funkcí médií. Hromadné sdělovací prostředky jsou důležitým pojítkem člověka s okolním světem, pomáhají mu utvářet si o něm určitou představu (souvisí se socializací jedince) a napomáhají jeho adaptaci přicházejícím změnám ve společnosti. Média také informují o inovacích a pokroku a zajišťují jejich rychlé šíření. (J. Jiráček, B. Köpplová, 2007)

Informační funkce se často prolíná s funkcí zábavnou. Ve zpravodajství se jedná o tzv. infotainment, který spojujeme zejména s komerčními médii (viz kap. 2.2) a považujeme ho za jeden z možných nástrojů manipulace, obzvláště vyskytuje-li se i v médiích veřejné služby.

Rizikem informační funkce médií je šíření nepravdivých nebo zkreslených informací. Informace šířené médii by měly být ověřené, ideálně z několika důvěryhodných zdrojů, a neměly by být ovlivněny subjektivními názory pracovníků médií. Ke zkreslení může dojít také samotným výběrem a řazením zpráv, opakováním určitých témat a opomíjením jiných.

### 1.2.2 Zábavná funkce

„Zábavu“ jako podstatnou funkci médií formuloval v roce 1960 R. C. Wright, „*neboť ta nejen zajišťuje kontinuitu uspořádání společnosti přenášením kultury, ale přináší i uvolnění.*“ (J. Jiráček, B. Köpplová, 2007, s. 44)

Zábavná funkce tedy přináší publiku kulturu (od „vysoké“ kultury po lidovou zábavu) a je zdrojem pobavení, uvolnění a potěšení. Můžeme si dovolit tvrdit, že její důležitost s příchodem nových médií vzrůstá. Zábavná funkce se prolíná s funkcí informační nejen formou infotainmentu, ale i v oblasti vzdělávací a výchovné (pořady pro děti, populárně naučné obsahy atd.) nebo v socializační rovině.

Důležité je i uvolnění napětí, které zábavná funkce přináší. Podle G. Burtona a J. Jiráčka (2001, s. 150) odvádí také pozornost publika od vážných sociálních problémů a nerovností. Zde ovšem přichází i riziko podprahového působení politiků a politické propagandy prezentované tam, kde ji publikum prioritně nečeká (např. v pohádkách).

Zábavná funkce médií (především elektronických) může také přinášet určitá rizika spojená s negativními účinky a vlivy médií, a to jak na děti (negativní dopady prezentovaného násilí a erotiky, zdravotní rizika, závislost atd.), tak na dospělé (odtržení od reality – „mediální ghetto“, závislost, podlehnutí manipulaci, propagandě atd.).

### 1.2.3 Komerční funkce médií

Tuto funkci spojujeme především s komerčními médii, která si musí zajistit finanční prostředky na svůj provoz a případně dosáhnout zisku, tudíž cíl komerční funkce – financovat provoz média – je podmínkou jeho činnosti. Na rozdíl od funkce informační a zábavné neslouží k uspokojení potřeb posluchačů, ale média samotného. (J. Musil, 2010, s. 88)

Komerční funkce má bezprostřední vliv na obsah komerčních médií. A to především z toho důvodu, že hlavním zdrojem příjmů většiny těchto médií je reklama, která úzce souvisí s pozorností publika (např. poslechovostí a sledovaností elektronických médií). Můžeme tvrdit, že celý program (obsah) komerčního média je proto tvořen jako vhodný „obal na reklamu“.

Kromě reklamy a inzerce může být zdrojem příjmu komerčního média také sponzoring, teleshopping či prodej dalších produktů spojených s konkrétním médiem (nahrávky, knihy a časopisy, hračky a suvenýry apod.).

Velmi rychle se vyvíjejícím a rostoucím druhem reklamy je internetová reklama. Má mnoho podob (zvukovou, obrazovou i písemnou složku), je interaktivní a může být propojená přímo s internetovými obchody. Může být dalším významným vedlejším příjmem internetových mutací již existujících klasických i elektronických médií.

V souvislosti s reklamou často hovoříme o jejím negativním vlivu, a to nejen na obsah komerčních médií (často směřující k bulvarizaci a omezení jejich obsahu na většinového diváka), ale především na jejich nejmladší recipienty – děti. Neovlivnitelnější jsou děti ve věku do pěti let, které nejsou schopny odlišit např. televizní reklamu od ostatních pořadů, ale ovlivnitelné jsou i starší děti. Proto je důležitá jejich mediální výchova.

Zohlednit musíme také vysílací okruh, kdy rozlišujeme celostátní a regionální okruhy. To se promítne do zájmů posluchačů, které např. u regionálních stanic značně ovlivní především žurnalistický program, zejména účelové zpravodajství (místní dopravní situace, počasí atd.), ale i složení zpravodajských relací v oblasti zpráv z regionu, kultury apod.

Programová skladba komerčních rozhlasových stanic většinou kombinuje v různém poměru mluvené slovo, hudbu, předtočené programy, rozhovory aj. Součástí programové skladby komerčního rádia je také reklama. Čas vyhrazený reklamě a teleshoppingu je v ČR omezený zákonem a nesmí přesáhnout 25% denního vysílacího času. (V. Ježek, J. Jiráček, 2014, s. 78)

## 2. DRUHY ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ

V této kapitole budou rozděleny a popsány druhy rozhlasového vysílání v České Republice a také dále digitální a internetové rozhlasové vysílání.

V České republice existuje tzv. duální systém vysílání. Máme tedy dva druhy vysílání – vysílání veřejné služby (tj. veřejnoprávní vysílání) a komerční vysílání. To zahrnuje jak vysílání televizní, tak vysílání rozhlasové.

První pravidelné rozhlasové vysílání v Československu začalo v roce 1923 a bylo provozované soukromou společností Radiojournal. Pravidelné rozhlasové vysílání bylo tedy soukromé a rozhlasový program byl naplněn především hudbou, zpravodajstvím a předpověďmi počasí. Později se dvakrát týdně začaly vysílat burzovní zprávy, objevily se první sportovní přenosy a dramatické večery. Vysílalo se šifrovaně a pouze pro abonenty (předplatitele). V roce 1925 došlo k reorganizaci Radiojournalu a stát převzal více než polovinu jeho kapitálu. Můžeme tedy tvrdit, že od té doby byl rozhlas v ČSR spravován státem. (B. Köpplová a kol., 2003, s. 10)

Duální systém byl u nás zaveden v roce 1991 zákonem č. 468/91 Sb., který stanovil podmínky provozování rozhlasového a televizního vysílání. Zavedení duálního systému bylo dokončeno v roce 1995. (J. Musil, 2003, s. 143)

### 2.1 Vysílání veřejné služby

První složkou duálního systému vysílání je tedy vysílání veřejné služby, které také nazýváme veřejnoprávní vysílání. Cílem veřejnoprávního vysílání je naplňovat potřeby veřejnosti, které vycházejí mj. z Listiny základních práv a svobod. Tato práva zahrnují např. svobody projevu, právo na informace, právo národnostních a etnických menšin a kulturní právo. (Zákon č. 2/1993, online, 2016-02-01)

Na základě potřeb veřejnosti má vysílání veřejné služby nejen plnit základní funkce médií (viz kap. 1.2), ale také produkovat vlastní kulturní tvorbu, vzdělávat a bavit děti či se věnovat etnickým menšinám atd.

To, co má vysílání veřejné služby zajišťovat především, je kvalitní a objektivní zpravodajství. Dále pak je to kvalitní publicistika a programy určené minoritám ve společnosti. Proto má veřejnoprávní rozhlas zpravidla několik různých programů a také své regionální podoby.

Financování veřejnoprávního rozhlasu je ve světě různé. V ČR je veřejnoprávní rozhlas financován z tzv. koncesionářských poplatků, které jsou povinné pro všechny posluchače rozhlasu a televize s výjimkou cizinců bez trvalého nebo dlouhodobého pobytu, držitelů licence pro rozhlasové či televizní vysílání, Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, osob trpících hluchotou nebo slepotou, osob s nízkými příjmy atd. (Zákon č. 348/2005 Sb. § 4, online, 2016-02-01).

Jakékoli případné příjmy z vlastní podnikatelské činnosti používá veřejnoprávní rozhlas k plnění svých úkolů stanovených zákonem. (Zákon č. 484/1991 Sb., § 11, online, 2016-02-01)

## **2.2 Komerční vysílání**

Základním rysem komerčního vysílání je způsob jeho financování, jehož hlavním zdrojem je především „prodej pozornosti posluchačů“ inzerentům. Dalším rysem může být zaměření se na zábavnou funkci rozhlasu (viz výše – funkce hromadných sdělovacích prostředků) a její prolínání s funkcí informační. Tento jev, kdy se prolíná informační a zábavná funkce, nazýváme infotainment.

Komerční vysílání se začalo objevovat v různých zemích světa v různou dobu a za rozdílných podmínek. Jeho vznik souvisel především s novými požadavky společnosti na

to, co by měl všechno rozhlas přinášet, a veřejnoprávní rozhlas již nebyl schopen všechny tyto požadavky pokrýt.

Jako předchůdce komerčních stanic vznikaly v některých zemích pirátské rozhlasové stanice. Za jejich předchůdce by se dalo považovat Radio Luxembourg, které vzniklo již v roce 1929 v Lucembursku a vysílalo až do Anglie a Irska. Po 2. světové válce bylo obnoveno a těšilo se velkému vřhlu hlavně v letech 60., kdy zachytilo rozmach populární hudby a moderování převzali i diskžokejové. Poté se objevilo britské Radio Caroline, které bylo pirátsky vysíláno z lodi vzdálené šest kilometrů od britského pobřeží. To bylo sice zakázáno, ale o několik let později, v roce 1973, bylo ve Velké Británii soukromé vysílání povoleno. (J. Vejvoda, 2015, s. 41)

U nás zažily komerční rozhlasové stanice rozmach až po pádu komunismu. V roce 1990 začala v Praze vysílat nezávislá soukromá stanice s názvem Radio Stalin. Neměla povolení vysílat a byla po několika dnech vysílání zrušena. Představovala tehdy u nás zcela nový styl vysílání a ukázala posluchačům rozhlasu, jak může moderní komerční vysílání vypadat.

Na počátku 90. let u nás vznikala řada nových komerčních rádií, z nichž některá existují dodnes. Vznikala rádia vysílaná celostátně i regionální rádia.

## **2.3 Digitální vysílání**

Digitální vysílání souvisí s pojmem digitalizace. Digitalizací rozumíme přechod z analogového vysílání na digitální. Tento proces může být, v případě celoplošného přechodu z jednoho typu vysílání na druhý, velmi finančně náročný, protože předpokládá kompletní výměnu přijímačů.

V České republice zatím proběhla pouze celoplošná digitalizace televizního vysílání v letech 2006 - 2011. K celoplošnému přechodu rozhlasového vysílání u nás ještě



nedošlo, i když internetová radia již digitálně vysílají a na trhu jsou v nabídce rádia (myšleno přijímače), které jsou schopna přijímat analogový i digitální signál.

Digitální zemské rozhlasové vysílání s anglicky nazývá Terrestrial-Digital Audio Broadcasting a zkracujeme to zkratkou T-DAB. Jeho výhodou je vysoká kvalita vysílání a úsporné využití kmitočtového spektra. (J. Musil, 2003, s. 150)

Z pohledu posluchačů je kromě lepší kvality zvuku také příjemná jednoduchost ladění, možnost většího výběru stanic, možnost pozastavit živé vysílání nebo získat doprovodné informace. (F. Rožánek, 2010, s. 4)

V Evropě probíhá přechod na DAB (existuje i novější verze DAB+) vysílání pomaleji než u televizního vysílání. V roce 2010 vysílala digitálně např. Velká Británie, Irsko, Švýcarsko a Dánsko. (F. Rožánek, 2010, s. 7)

V současnosti (2016) některé evropské země plánují úplný přechod na digitální rozhlasové vysílání. Nejlepší pokrytí populace DAB signálem mají země: Norsko, Švýcarsko, Dánsko a Velká Británie (všechny nad 95%). V České republice je zatím pokrytí signálem digitálního rozhlasu 5,1 milionu obyvatel. (TELEKO, online, cit. 2016-02-01)

U nás se v letech 2005-2010 DAB vysílání pouze testovalo, ale současná situace vypadá tak, že se již připravujeme na postupný celoplošný přechod. Vytvoření multiplexu (což je v tomto případě balíček rozhlasových stanic) DAB se v Česku ujala společnost Teleko v čele s Ing. Tomášem Řapkem v roce 2011, kdy uvedla do provozu první vysílače. (Řapek, online, cit. 2016-05-05)

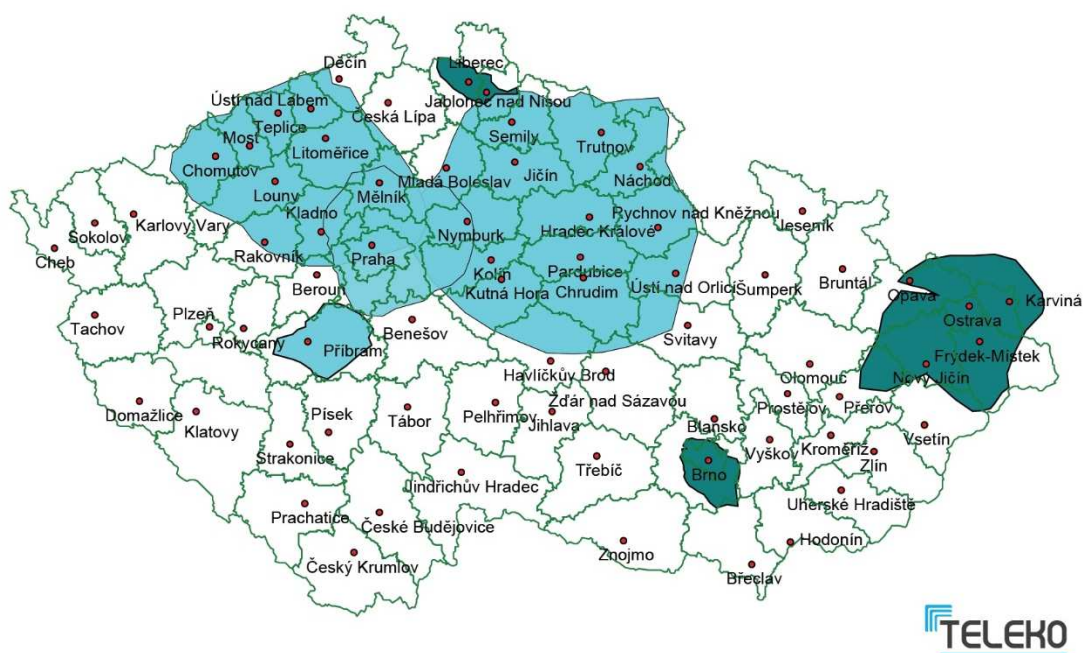
Další vysílače byly uvedeny do provozu v letech 2012 a 2013 (viz Tabulka 1) a pokryly tak signálem většinu Středočeského, Ústeckého, Královéhradeckého, Pardubického a Libereckého kraje a také Brno a kus Moravskoslezského kraje. (viz Obrázek 1)

Tabulka 1: Přehled provozovaných vysílačů digitálního rozhlasu TELEKO DAB v České republice

Název vysílače	Pracovní kanál, Ensemble ID	Vyzářený výkon [kW] a polarizace	pokrytá oblast	Datum zprovoznění
<u>Praha - Strahov (testovací sporadický provoz)</u>	LA, 2001	0,0025 V	Praha a okolí	01.04.2011
<u>Praha - Strahov</u>	11A, 2001	0,2 V	Praha a okolí	03.09.2013
<u>Příbram - hvězdárna</u>	11A, 2001	1 V	okres Příbram	15.02.2013
<u>Brno - Barvičová</u>	LE, 2001	2 V	Brno a okolí	01.08.2011
<u>Frýdek-Místek - Lysá hora</u>	LP, 2001	5 V	Moravskoslezský kraj	01.09.2011
<u>Trutnov - Černá hora</u>	5D, 2001	1 V	Královohradecký kraj	13.07.2013
<u>Liberec - Proseč</u>	LL, 2001	1 V	Liberec, Jablonec n./N. a okolí	19.12.2012
<u>Velemin - Milešovka</u>	10A, 2001	1 V	Ústecký kraj	14.10.2013

Zdroj: TELEKO, online, cit. 2016-05-05

Obrázek 1: Pokrytí České republiky signálem digitálního rozhlasu T-DAB



Zdroj: TELEKO, online, cit. 2016-05-05

Teleko DAB multiplex vysílá podle prezentace z roku 2015 digitálně 15 programů, z nichž více jak polovina patří do veřejnoprávního vysílání Českého rozhlasu. Mezi další digitálně vysílané stanice multiplexu patří např. Radio Proglas, Radio 1 či Radio Beat. (Řapek, online, cit. 2016-05-05)

## **2.4 Internetové rozhlasové vysílání**

Šíření rozhlasového vysílání po internetu a vznik ryze internetových rádií je trendem posledního desetiletí. První pokusy o internetové rozhlasové vysílání v Česku se objevily na přelomu tisíciletí, ale nesly s sebou mnoho technických nedokonalostí souvisejících hlavně s kvalitou a rychlostí příjmu v případě většího počtu posluchačů. Ani v současnosti není internetové rozhlasové vysílání určené k nahrazení vysílání klasického v případě velkých rozhlasových stanic, ale je spíše vhodné pro malá rádia se specifickou cílovou skupinou menších rozměrů.

Výhody internetového vysílání jsou z pohledu vysílatele hlavně nízké náklady, protože k němu není potřeba udělená licence ani frekvence, a možnost vysílat celosvětově. Z pohledu uživatele jsou přednosti: nízký výskyt reklamy, větší pestrost hudby, lepší možnost výběru, jedinečnost atd. (Kozamernik, Mullane, 2005, s. 2)

Od roku 1995 začaly postupně vznikat webové stránky existujících televizních a rozhlasových stanic, aby mohly stanice nabízet svým divákům či posluchačům doplňkové služby formou textů, fotografií, auditivních a audiovizuálních záznamů již existujících programů atd. S novými technologiemi přicházely další a další doplňkové služby na těchto stránkách a tak je tomu až do současnosti.

S vylepšením technologií a možností šíření vysílání po internetu na sebe první pokusy o internetová rádia nenechala dlouho čekat. Vznikla celá řada serverů umožňujících internetové auditivní vysílání, jako je například shoutcast.com ve světě nebo u nás

radioo.cz či play.cz, které dokonce nabízí možnost hrazení autorských poplatků OSA a Intergram.

### **3. LICENCOVÁNÍ ROZHLASOVÉHO VYSÍLÁNÍ V ČR A ROZHLASOVÝ PROGRAM**

Udělování licence komerčním rozhlasovým stanicím je součástí regulace elektronických médií, konkrétně se jedná o regulaci vstupu do oboru činnosti v oblasti médií. Existuje i regulace obsahu činnosti, což je jednoduše řečeno to, co elektronická média obsahovat nesmí nebo naopak co obsahovat musí. (J. Musil, 2003, s. 214)

V této kapitole si popíšeme způsob, jakým se udílí licence rozhlasovým stanicím v České republice. Nejdříve se zaměříme na základní informace o postupu při udělování licencí stanovené zákonem č. 321/2001, poté stručně na rozhodování o udělení licence v ČR.

Dále se budeme v této kapitole věnovat rozhlasovému programu, jeho typech, a programové skladbě. Přínos programové skladby je jeden z důležitých bodů, na které se zaměřuje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (v této práci používáme též zkráceně Rada) při rozhodování o udělení licence k provozování rozhlasového vysílání.

#### **3.1 Řízení o udělení licence**

Základní předpisy pro udělování licencí rozhlasovým stanicím v České republice stanovuje *Zákon č. 321/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů*. Tento zákon také zpracovává předpisy Evropské unie.

Dle *Zákona č. 321/2001 Sb. „licenci uděluje Rada v řízení o udělení licence (dále jen "licenční řízení")*. Licence opravňuje provozovatele vysílání k rozhlasovému a televiznímu vysílání v rozsahu a za podmínek stanovených tímto zákonem a jinými

*právními předpisy. Licence vstupuje v platnost dnem, kdy rozhodnutí Rady nabylo právní moci s výjimkou případu podle § 18 odst. 2. “. (online, cit. 2016-05-05)*

Tato výjimka platí v případě, že byla právnická osoba již založena. V tom případě vzniká oprávnění k vysílání dnem zápisu do obchodního rejstříku. „Radou“ je myšlena Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ČR.

V případě udělení licence je provozovatel rozhlasového vysílání povinen zahájit vysílání nejpozději do 180 dnů od udělení licence. Licence se uděluje na dobu určitou, nejdéle však na 8 let. Po uplynutí stanovené doby může provozovatel podat žádost o prodloužení platnosti licence (opět maximálně na 8 let). Prodloužení platnosti licence má stejné právní účinky jako rozhodnutí Rady o udělení licence.

Prodloužení licence Rada může zamítnout z několika důvodů. Může tak učinit z důvodu nedodržení podmínek týkajících se provozovatele (jako je např. čistý trestní rejstřík; prokázání, že žadatel o udělení licence nemá daňové nedoplatky či nedoplatky za sociální a zdravotní pojištění, je trestně bezúhonný atd.) nebo v případě, že byla provozovateli opakovaně udělena sankce za závažné porušení povinností (např. propagace války a násilí; zařazení pořadů podněcujících k nenávisti či pořadů, které mohou vážně narušit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých; zařazení podprahových sdělení do vysílání atd.). (Zákon č. 321/2001, online, 2016-05-05)

Žádost o licenci může podat fyzická nebo právnická osoba. Licenční řízení zahajuje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. „Rada ve vyhlášení licenčního řízení stanoví lhůtu a místo podání žádosti o licenci, časový rozsah vysílání, územní rozsah vysílání určený souborem technických parametrů v případě analogového vysílání nebo diagramem využití rádiových kmitočtů v případě digitálního vysílání; u licenčního řízení na celoplošné vysílání Rada stanoví požadavky na základní programovou specifikaci celoplošného vysílání (dále jen "požadavky"). Rada oznámení o vyhlášení licenčního řízení zveřejní na úřední desce, nejméně ve dvou celostátních denících a způsobem umožňujícím dálkový přístup.“ (Zákon č. 321/2001, online, 2016-05-05)

Formuláře žádostí o udělení licence jsou k dispozici v elektronické podobě na webových stránkách Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (rrtv.cz). Jsou zde varianty pro fyzické

nebo právnické osoby, pro analogové nebo digitální vysílání, pro družicové vysílání, kabelové systémy a zvláštní přenosové systémy.

Dále je nutné zaplatit správní poplatek 25.000,- podle položky 67 písm. b) sazebníku správních poplatků, který tvoří přílohu zákona č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. (Zákon č. 634/2004, online, 2016-05-20)

O udělení licence Rada hlasuje. Udělení je odsouhlaseno minimálním počtem 9 hlasů z 11.

### **3.2 Rozhodování o udělení licence**

*Podle ustanovení § 17 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb. při rozhodování o udělení licence v tomto případě, kdy jde o licenci k provozování rozhlasového vysílání, Rada hodnotí:*

*a) ekonomickou, organizační a technickou připravenost žadatele k zajištění vysílání, včetně výsledků dosavadního podnikání žadatele v oblasti rozhlasového vysílání, pokud v této oblasti podnikal,*

*b) transparentnost vlastnických vztahů ve společnosti žadatele,*

*c) přínos programové skladby navrhované žadatelem o licenci k rozmanitosti stávající nabídky programů rozhlasového vysílání na území, které by mělo být rozhlasovým vysíláním pokryto,*

*e) přínos uchazeče pro rozvoj původní tvorby,*

*g) přínos žadatele k zajištění rozvoje kultury národnostních, etnických a jiných menšin v České republice.*

(Zákon č. 321/2001, online, 2016-05-05)

Na základě těchto kritérií a v souladu s manuálem Rada rozpracuje a hodnotí další dílčí kritéria. Na základě míry splnění jednotlivých dílčích kritérií uděluje Rada body za každé splněné kritérium. Většinou se jedná o 0-1 bod, někdy 0-2 body za každé kritérium. Udělené body se posléze sčítají a konečné číslo je důležité především v případech, kdy se rozhoduje mezi 2 a více žadateli o udělení licence (např. ve stejném regionu, jako tomu bylo v případě Radia Kroměříž a Radia Haná, viz kap. 5).

Informace o vyhlášených licenčních řízeních jsou veřejně dostupné na webových stránkách Rady pro rozhlasové a televizní vysílání. Stejně tak jsou na těchto stránkách dostupné další informace, jako jsou zápisy ze zasedání, výroční a tiskové zprávy, seznamy provozovatelů a další.

### **3.3 Rozhlasový program**

Rozhlasový program je jeden ze základních termínů souvisejících s rozhlasem v odborné rovině i praxi. „*Vyjadřuje konečný výsledek záměrné programotvorné (programovací) činnosti, který je rozhlasovými technickými prostředky přenášen k posluchači.*“ (J. Maršík, 1995, s. 10) Program je výsledek procesu programové skladby (viz kap. 3.3.2).

Rozhlasový program se neustále vyvíjí v závislosti na vývoji společnosti a je vytvářen tak, aby reflektoval především principy demokracie a lidská práva. Poté se jeho tvorba řídí celou řadou dalších faktorů. Ty vycházejí mj. také z funkcí médií (viz kap. 1.2) a na jejich základě vznikají různé typy rozhlasových programů, které mohou některou z funkcí upřednostnit více než jinou.

Tvorba rozhlasového programu se také řídí cílovou skupinou, pro kterou má být program určen a které má být přínosem.



### 3.3.1 Typy rozhlasového programu

Hlavní typy rozhlasového programu jsou: žurnalistický program, umělecký typ programu, vzdělávací program a zábavný program. (J. Maršík, 1995, s. 14)

**Žurnalistický program** se dá ještě rozčlenit na program zpravodajský a program publicistický s tím, že publicistické žánry čerpají ze zpravodajství a to zase částečně navazuje na publicistická témata. Tento program většinou tvoří jen část celkového programu rozhlasové stanice.

Zpravodajské relace tvoří tým nebo jednotlivec. V některých rádiích jsou tvůrci relace i samotní moderátoři nebo redaktori. Zpravodajská relace je blok několika zpráv, které jsou většinou rozděleny na domácí, zahraniční a regionální zprávy, zprávy z ekonomiky, kultury, sportu a podobně. Většina ze zpravodajských relací nepřevyšuje 3-5 minut, jednotlivé zprávy mívají do půl minuty, maximálně minuty. (J. Maršík, 1995, s. 15)

Hlavní zpravodajské relace, které se na veřejnoprávních rozhlasových stanicích vyskytují přibližně čtyřikrát za den, mívají delší časový rozsah, občas obsahují i publicistickou část či účelové zpravodajství (viz kap. 3.3.2) a mohou dosáhnout i 30 minut. V programu téměř všech rozhlasových stanic se vyskytují kratší zpravodajské relace (zprávy).

U většiny rozhlasových stanic nalezneme také účelové zpravodajství, které je zaměřené na praktické potřeby posluchačů. Je to například dopravní zpravodajství, zprávy o počasí, přesném čase atd.

**Umělecký typ programu** má u nás dlouholetou tradici a v minulosti byl na něho kladen veliký důraz, zvláště na rozhlasový žánr, který nazýváme rozhlasová hra, která byla součástí rozhlasového programu již od roku 1929 (Čábelová, 2003, s. 108). U nás nyní tento typ programu reprezentuje třetí okruh českého rozhlasu – stanice Vltava. V klasických komerčních rozhlasových stanicích je tento typ programu reprezentován především hudbou.

**Vzdělávací program** doplňuje a rozvíjí vědomosti posluchačů. Nejčastěji jsou to rozhovory s odborníky na rozmanitá témata věnující se např. oblasti politiky, vědy,

cestování atd. Také vznikla řada pořadů zaměřených na dětského posluchače, které mohly doplnit výklad učitele, např. v dějepise, českém jazyce nebo prvouce apod. (J. Maršík, 1995, s. 24)

**Zábavný program** je pravděpodobně nejrozsáhlejší součástí (především) komerčních stanic, reprezentovaný v největší míře hudbou. V minulosti vznikala řada zábavných pořadů (kabarety, soutěžní a kvízové pořady, estrády aj.) a také literárních a dramatických pořadů (mj. i čtení na pokračování), které si nacházely svůj okruh pravidelných posluchačů. (J. Maršík, 1995, s. 26)

V posledních letech jsou populární rozhlasové hitparády, které bývají dostupné také na internetových stránkách rádií. Posluchači v nich mohou často hlasovat a spolupodílet se tak na jejich tvorbě. Zapojení posluchačů může být také formou písniček na přání, kdy mohou zavolat přímo do rádia a píseň někomu věnovat. K dnešním zábavným pořadům také patří magazíny, soutěžní pořady a další.

### 3.3.2 Programová skladba

*„Tímto pojmem označujeme specifickou rozhlasovou činnost – komponování částí rozhlasového programu do uspořádaného integrovaného celku. Zároveň se jím v praxi rozumí i výsledek této činnosti (hovoří se pak např. o programové skladbě stanice Praha).“* (J. Maršík, 1995, s. 27)

Cílem programové skladby se vytvořit rozhlasové vysílání, které působí na posluchače dobře jako celek. Je důležité sladit různé typy relací (v tomto případě je mj. důležitý výběr kvalitního moderátora nebo dvojice moderátorů) do harmonického celku a správně vybrat skladebné postupy a metody. I výborný pořad může zaniknout, pokud je nevhodně zařazen do vysílání.

Kostrou rozhlasového programu, je rozhlasová struktura, kterou tvoří stabilní programy v delším časovém úseku. Ta zohledňuje jak cíle rozhlasové stanice (např. finanční), tak

cílovou skupinu posluchačů a jejich potřeby, poslechové návyky a zájmy (také reflektuje jejich životní rytmus). V neposlední řadě je třeba sledovat konkurenci a vyváženost programu, např. hudby a mluveného slova. (J. Maršík, 1995, s. 28)

Zohlednit musíme také vysílací okruh, kdy rozlišujeme celostátní a regionální okruhy. To se promítne do zájmů posluchačů, které např. u regionálních stanic značně ovlivní především žurnalistický program, zejména účelové zpravodajství (místní dopravní situace, počasí atd.), ale i složení zpravodajských relací v oblasti zpráv z regionu, kultury apod.

Programová skladba komerčních rozhlasových stanic většinou kombinuje v různém poměru mluvené slovo, hudbu, předtočené programy, rozhovory aj. Součástí programové skladby komerčního rádia je také reklama. Čas vyhrazený reklamě a teleshoppingu je v ČR omezený zákonem a nesmí přesáhnout 25% denního vysílacího času. (V. Ježek, J. Jirák, 2014, s. 78)

## 4. REGIONÁLNÍ ROZHLASOVÉ STANICE A JEJICH SPECIFIKA

Na základě velikosti oblasti, do které konkrétní médium, v našem případě rozhlas, distribuuje svůj obsah, můžeme média strukturovat geograficky. Rozlišujeme média národní, regionální, městská, lokální, ale také média na mezinárodní úrovni. Toto členění určuje umístění konkrétního média na spotřebitelském a reklamním trhu, což má vliv mj. na zdroje příjmu média. (D. McQuail, 2007, s. 185 - 186)

Regionální rozhlasové stanice se liší od celostátních stanic v několika ohledech. Především je to v obsahu zpravodajství, které nese větší podíl zpráv z regionu a obsahuje lokální účelové zpravodajství (viz kap. 1.3.2), které je vystavěno především na užitečných informacích pro lokální posluchače zaměřených např. na dopravní situaci a počasí.

Další specifikem regionálních rozhlasových stanic je podílení se na kulturním vyžití obyvatel daného regionu (viz kap. 4.2). S využitím webových stránek, které jsou často rozšířeny o další užitečné informace (nabídka kulturních akcí v regionu, fotografie, videa apod.), nebo sociálních sítí, kde posluchači mohou přispívat vlastními příspěvky, komentovat příspěvky rádia, či hlasovat v anketách (např. regionální soutěže miss, soutěže fotografií apod.), se značně rozšiřuje působnost regionálního rádia.

V České republice máme regionální vysílání komerční i veřejnoprávní. Český rozhlas provozuje 14 regionálních stanic tak, aby pokryl všechny kraje. Zlínský kraj nemá vlastní stanici, ale spadá do oblasti vysílání Českého rozhlasu Brno.

Komerčních regionálních stanic je několikanásobně více než veřejnoprávních, přestože u nás nemají ani třicetiletou historii, a jejich počet se zvyšuje. Mnohá regionální rádia jsou provozována jedním provozovatelem, který vlastní více regionálních rádií, jako je např. společnost RADIO UNITED BROADCASTING s.r.o., která provozuje rádia: Kiss Morava, Kiss Jižní Čechy, Kiss Delta, Kiss 98, Radio 1, Signál rádio atd., nebo společnost MEDIA BOHEMIA a.s., která provozuje regionální rádia po celé České republice, (*Provozovatelé rozhlasového vysílání*, online, 2017-2-10)

Z informací uvedených na webových stránkách Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (můžeme používat zkratku RRTV), které každoročně zveřejňuje seznam provozovatelů rozhlasové vysílání u nás, vyplývá, že u nás převládají regionální rádia vlastněná velkými společnostmi. Naopak malá regionální rádia nespádající do vlastnictví větších společností, která vysílají pouze lokálně z jednoho vysílače na jednom kmitočtu, jsou spíše raritou. Jsou to například tato rádia: Hitrádio Vysočina, jihomoravské Radio „R“, pražské DANCE RADIO, Rádio Lužec atd. (*Provozovatelé rozhlasového vysílání*, online, 2017-2-10)

#### **4.1 Programová skladba regionálních stanic**

Podle Maršíka je hlavním kritériem pro tvorbu rozhlasového programu praxe a zkušenost z minulosti. Uplatnění skladebních postupů závisí jak na programovém záměru, tak např. na poslechových zájmech cílové skupiny či skladbě programu ostatních stanic.

Programovou skladbu ovlivňuje celá řada faktorů. Hlavní je zaměření radia a jeho cílová skupina. To můžeme označit termínem rozhlasový formát. Jednotlivé rozhlasové formáty se liší především cílovou věkovou skupinou posluchačů, zaměřením (na hudbu či mluvené slovo) a také druhem nabízené hudby.

U nás dělíme rádia na mladá (cílová skupina 15-45 let) a stará (cílová skupina 30-60 let), formáty můžeme rozdělit na: obecné hudební formáty, žánrově vyhraněné hudební formáty, formáty mluveného slova a smíšené formáty. (*Malý lexikon rozhlasových formátů*, online, 2016-05-05)

Cílová skupina regionálních radií je specifická tím, že je koncentrovaná na určitém území (město, okres, kraj) a má zájem o informace lokálního charakteru. To má bezprostřední vliv na obsah zpravodajství regionálního radia, ale také na výběr reklamy (např. slevové akce v konkrétních obchodech), popř. na tvorbu zábavného programu a soutěží (např. volba miss radia, regionu, soutěže o lístky na kulturní akce aj.).

Důležitou složkou programové skladby regionálních stanic je také lokálně zaměřená reklama. Ta bývá umístěna přímo do vysílání, ale často také na webové stránky rádií či na Facebookové stránky a podobně.

## **4.2 Význam regionálních rozhlasových stanic pro regionální kulturu**

Regionální rozhlasové stanice se většinou podílí na celé řadě kulturních regionálních akcí, např. plesů, a to jak sponzorsky, tak moderováním, vytvářením programu a také samotným organizováním vlastních akcí. Z tohoto hlediska mohou být regionální rozhlasové stanice velmi důležité a prospěšné v oblasti kulturního a společenského života (nejen) posluchačů.

Podle D. McQuaila je kultura velmi obsáhlý pojem. Můžeme ho vnímat na základě dvou hlavních rozměrů, prostoru a času. Kultura dlouhodobě obsahuje kulturní identifikaci prostřednictvím národa, jazyka, krátkodobě se kultura zaměřuje na módu, styl atd. Z hlediska prostoru může být kultura lokální, ale i globální. (1999, s. 143 – 144)

Regionální rádia mohou kulturu šířit a informovat o ní nebo sama kulturní obsahy vytvářet. V prvním případě se jedná o informace začleněné přímo do vysílání různým způsobem (reklama, události v kultuře atd.), případně šíření kultury, především hudby. V druhém případě je jedná například o autorské pořady rádií.

Regionální rádia mají oproti celostátním rádiím výhodu prostorové blízkosti ke svým posluchačům. Například Radio Kroměříž vysílá nedaleko centra města Kroměříž v proskleném prostoru u Kulturního domu města, kam mohou kolemjdoucí vidět přímo z ulice.

Když se podíváme na webové či Facebook stránky regionálních rozhlasových stanic, je na první pohled patrné, že rozhlasové vysílání je pouze jednou z mnoha činností, které tato rádia provozují. Mezi další činnosti patří například:

- moderování kulturních akcí (Dny dětí, Vánoční a jiné trhy, plesy atd.),
- pořádání vlastních kulturních akcí,
- DJ služby na kulturních akcích v regionu,
- informační servis o regionální kultuře prostřednictvím internetu (reportáže, videa, weby, odkazy atd.),
- mediální podpora charitativních a neziskových aktivit v regionu a další.

### **4.3 Vztah regionálních rozhlasových stanic a jejich posluchačů**

Vztah regionálních rádií a jejich posluchačů je tím bližší, čím užší je cílová skupina rádia.

V posledním desetiletí v souvislosti s rychlým rozvojem internetu a jeho nástrojů, především sociálních sítí, se mění uživatelské návyky lidí, kteří se zajímají o informace z různých oblastí a jejich aktivní vyhledávání. Rádia (a to jak komerční, tak veřejnoprávní) se nejnovějším trendům rychle přizpůsobují. Vytvářejí webové stránky, stránky a profily na sociálních sítích a v poslední době také aplikace.

Dochází k multimedializaci rádií, tedy propojení zvukové složky rádia s dalšími obsahy na internetu, fotografiemi a videi. Zároveň má posluchač více možností zpětné vazby vůči rádiu. Může dokonce přímo komunikovat s radiem a jeho zaměstnanci nebo šířit, komentovat a jinak obohacovat obsah vytvářený rádiem na sociálních sítích.

Díky sociálním sítím si mohou regionální rádia budovat základnu svých přívrženců a budovat virtuální komunitu lidí, kteří se vzájemně mohou i nemusejí znát. Tato skupina posluchačů a přívrženců rádia si může na základě pocitů větší „blízkosti“ snáze utvořit pozitivní vztah k rádiu.

Prvkem, který na sociálních sítích regionální rádia často používají, je také komunikace s publikem. Rádia mohou vybízet skupinu svých posluchačů ke komunikaci prostřednictvím anket, ve kterých fanoušci rádia hlasují, přímým oslovením a vybízením

k debatě na určité téma, sdílení videí, fotografií, článků a dalších obsahů, na které mohou posluchači reagovat. Například Radio Kiss 98 přidává takovéto obsahy na své Facebook stránky několikrát denně, během dne někdy i s frekvencí každé dvě hodiny. (Facebook stránky Radia Kiss 98, online, 2017-02-10)



## 5. INTERNETOVÉ RADIO KROMĚŘÍŽ

Nápad založit regionální rádio pro Kroměřížsko se objevil v květnu roku 2012. Inicioval ho kroměřížský podnikatel Roman Konečný s podporou ředitele, moderátora a nyní i spolumajitele rádia Miroslava Karáska, Lukáše Veselého, Martina Košíka a dalších.

Cílem bylo založit klasické rádio pro Kroměřížsko. Vzhledem k tomu, že je udělování licence složitý a zdlouhavý proces a konkurence (především ze strany již zaběhlých společností, které se snaží rozšiřovat svou působnost) je veliká, rozhodl se tým nově vznikajícího projektu Radio Kroměříž pro počáteční internetové vysílání. Strategie byla taková, že po zavedení rádia internetového bude následovat žádost o udělení licence pro vysílání terestriální.

Následujícího půl roku se intenzivně pracovalo na programu radia, chystání webových stránek a marketingové strategie. Tým se rozhodl pro AC (Adult Contemporary) hudební formát, určený pro věkovou skupinu 25 – 50 let. Je to „*nenáročný formát založený na popové muzice s výjimečnými přesahy do softrocku nebo velmi lehké taneční hudby. Středně široký playlist postavený na největších hitech posledních deseti až dvaceti let, nové hity jsou zařazovány opatrně s několikatydenním zpožděním proti rádiím CHR (Contemporary Hits Radio). AC formát se svými odnožemi oslovuje široké vrstvy posluchačů a díky tomu se v průzkumech poslechovosti obvykle vyskytuje na nejvyšších příčkách.*“ (Malý lexikon rozhlasových formátů, online, 2016-05-05)

Následovaly další praktické kroky. Bylo nutné určit zahájení internetového vysílání rádia tak, aby se do stanoveného data stihlo připravit vše potřebné pro kvalitní vysílání rádia a další činnosti s tímto spojené. Datum bylo stanoveno na 12. 12. 2012 a tento termín byl také dodržen. Rádio Kroměříž začalo vysílat přesně v čase 12:12:12 v proskleném studiu u restaurace Scéna u Domu kultury v Kroměříži, odkud vysílá dodnes.

## 5.1 Proces udělení licence Radiu Kroměříž a jeho důsledky

Dne 4. 8. 2015 vyhlásila Rada pro rozhlasové a televizní vysílání licenční řízení o udělení licence k provozování rozhlasového vysílání šířeného prostřednictvím vysílačů na kmitočtu 107,0 MHz z vysílacího stanoviště Zlín. Žádost o udělení licence podalo Radio Kroměříž dne 1. 9. 2015 a zároveň zaplatilo správní poplatek ve výši 25 000 - Kč. Spolu s Radiem Kroměříž podalo žádost o udělení licence také Radio Haná okruh Olomoucko společnosti HAMCO s.r.o., jehož žádost nakonec byla zamítnuta.

Rada podle ustanovení § 18 zákona č. 231/2001 Sb. udělila společnosti Rádio Kroměříž s. r. o. se sídlem Kojetínská 84/3881, 767 01 Kroměříž, identifikační číslo 29375401, licenci k provozování rozhlasového vysílání programu Rádio Kroměříž šířeného prostřednictvím vysílačů z vysílače Zlín 107,0 MHz / 200 W na dobu 8 let, nejdéle však do 10. 10. 2025. (*Rozhodnutí o udělení licence*, online, 2017-02-10)

Pozemní vysílání na frekvenci 107, 0 zahájilo Rádio Kroměříž 6. září 2016.

Udělení licence má také důsledky na programovou tvorbu Radia Kroměříž. Na základě udělení licence se Radio Kroměříž zavazuje plnit následující podmínky:

- vysílání 24 hodin denně,
- orientace na primární cílovou skupinu 30 - 75 let,
- plnit podíl mluveného slova v týdenním průměru 15%, v denním živém vysílání až 20%,
- podíl zpravodajských a servisních informací: minimálně 10 zpravodajských relací v délce zhruba 2 - 3 minut denně (celkově 30 - 50% mluveného slova) v pracovních dnech,
- zpravodajské a servisní informace tvoří 1 - 8% vysílání,
- hudební formát - Adult Contemporary (rock, pop a folk).

(*Rozhodnutí o udělení licence*, online, 2017-02-10)

## 5.2 Programová skladba internetového Radia Kroměříž

Programová skladba internetového Radia Kroměříž je tvořena v souladu s vybraným hudebním formátem Adult Contemporary. Týdenní program je sestaven tak, že se střídají moderované a nemoderované bloky tak, aby pokryly 24 hodin vysílání denně. (viz příloha A)

V době, kdy Radio Kroměříž vysílalo pouze prostřednictvím internetu, začínal ve všední dny první moderovaný blok vysílání s názvem *Ranní jízda* v 6:30 ráno a končil v 9 hodin. Následoval *Dopolední Maraton* (9:00 – 11:00), *Dopolední Maraton* (11:00 – 12:00), *Polední Relax* (12:00 – 13:00), *Odpolední Refresh* (13:00 – 14:00) a *Odpolední Refresh* (14:00 – 18:00). To znamená, že během všedních dnů byl program moderovaný od 6:30 do 18:00. Poté následoval *Hudební Mix Radia Kroměříž* (18:00 – 24:00) a *Nonstop Mix Radia Kroměříž* (0:00 – 6:30). (viz příloha A)

Během všedních dnů se každý den v moderování střídali tři moderátoři, o víkendu byl moderován pouze jeden blok (jedním moderátorem nebo moderátorkou), který měl název víkendová jízda a trval od 10 do 16 hodin.

V pátek byl do programu rádia zařazen také hodinový pořad *Živě z Domu kultury s Honzou Duškem* a s Leošem Slaměnou v čase od 13 do 14 hodin. (viz příloha A)

Více se programové skladbě Radia Kroměříž budeme věnovat v praktické části této bakalářské práce a v obsahové analýze programu Radia.

## 5.3 Využití internetu a nových technologií

U Radia Kroměříž od jeho založení fungovalo propojení vysílání rádia, webových stránek a Facebook stránek Radia. V mluveném slovu moderátorů často zazní odkazování na

další zdroje informací či podrobnější informace, které posluchači naleznou právě na těchto stránkách.

Webové stránky Radia poskytují kromě možnosti poslouchat vysílání online také zvukové záznamy, které si může uživatel přehrát. Jsou to takzvané *podcasty*. V databázi jsou kategorie jako: rozhovory, Miss Kroměříž 2015, Kroměřížsko hubne, hitparáda nebo starosta vaší obce (rozhovory se starosty obcí na Kroměřížsku) aj.

Dále webové stránky nabízí řadu dalších informací. Je to například odkaz na webové stránky <http://www.kromerizsko.info/>, které jsou výtvozem Radia Kroměříž a poskytují kompletní informace o kulturním dění na Kroměřížsku (program kin, kalendář akcí, reportáže).

Na webových stránkách se také nachází zpravodajství (často sdílené prostřednictvím odkazů také na Facebook stránkách Radia), fotogalerie a videogalerie, zajímavosti, promo a soutěže, pracovní servis, prostřednictvím kterého Radio spolupracuje s Úřadem práce v Kroměříži a zveřejňuje aktuální pracovní nabídky, nebo rubrika Psí domov, kde ve spolupráci s městským útulkem v Kroměříži Radio prezentuje konkrétní pejsky. (Webové stránky Radia Kroměříž, online, cit. 2017-02-10)

Nejnovější technologií Radia Kroměříž je bezplatná aplikace pro chytré telefony a tablety, kterou je možné stáhnout od 7. 2. 2017. Umožňuje poslouchání Radia jednoduchým způsobem.

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 6. VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO CÍLE

Výzkumným cílem praktické části bakalářské práce je obsahová analýza rozhlasového programu internetového Radia Kroměříž. Zaměříme se na množství výskytu mluveného slova, hudby (české i zahraniční), reklamy a zpravodajství v něm.

V kapitole 5.2 byla stručně popsána programová skladba internetového Radia Kroměříž v prvním období jeho působení. Z týdenního programu uvedeného na webových stránkách Radia není ale zřejmé, jaké je přesné množství mluveného slova, hudby, reklamy či zpravodajství v něm. (viz příloha A)

Když Radio Kroměříž získalo licenci, zavázalo se tím k plnění podmínek vtaahujících se k náplni rozhlasového programu a programové tvorbě. (viz kap 5.1) Smyslem praktické části této práce tedy je prostřednictvím obsahové analýzy zjistit, jak vypadalo složení rozhlasového programu před získáním licence.

Na základě vyhodnocení obsahové analýzy budeme vědět, jak moc (a zda vůbec) se liší program internetového Radia Kroměříž od požadovaného programu nového klasického Radia, a zda je nutné po přechodu z internetového vysílání na klasické do programové tvorby výrazně zasáhnout či nikoli.

## 7. OTÁZKY A HYPOTÉZY

Jak bylo již uvedeno v kapitole 5, Radio Kroměříž se již na začátku svého internetového vysílání rozhodlo pro AC hudební formát, určený pro věkovou skupinu 25 – 50 let, který se orientuje především na největší hity posledních deseti až dvaceti let s cílem zasáhnout co nejširší skupinu posluchačů.

Otázkou je, zda internetové rádio může tak širokou skupinu zasáhnout a v jakém věku je největší skupina posluchačů internetového Radia Kroměříž. Podle výzkumného projektu NetMonitor, který každoročně zjišťuje trendy v návštěvnosti internetu, „ je míra penetrace internetu u mladých lidí ve věku 10-24 let 96 %, internetová populace v této věkové skupině již nemá kam růst. S přibývajícím věkem procento lidí používajících internet klesá. Penetrace internetu u lidí starších 55 let je 42 %“.(NetMonitor, online, 2015, cit. 2017-02-15)

Mezi podmínkami RRTV při udělování licence je také orientace na primární cílovou skupinu 30 - 75 let. Vzhledem k tomu, že podle NetMonitoru uživatelé internetu nad 55 let tvoří pouze 20% naší internetové populace (v reálné populaci je tato skupina největší), je pravděpodobné, že věkový profil posluchačů klasického vysílání Radia Kroměříž bude jiný než toho internetového.

Otázky jsou tedy následující:

- 1) Odpovídá hudební složka internetového rozhlasového programu hudebnímu formátu AC (25 – 50 let)?
- 2) Je potřeba změnit hudební program klasického vysílání kvůli orientaci na cílovou skupinu 30 -75 let?

Další výzkumné otázky směřují k obsahu mluveného slova v rozhlasovém programu a podílu zpravodajských a servisních informací v mluvené složce rozhlasové programu i podílu zpravodajských a servisních informací ve vysílání vůbec. Při kladení těchto otázek vycházíme z programových podmínek, které vedly RRTV k udělení licence:

- 3) Plní podíl mluveného slova v týdenním průměru minimálně 15%, v denním živém internetovém vysílání až 20%, a není tedy nutné při přechodu na klasické vysílání podíl mluveného slova zvyšovat?
- 4) Obsahuje internetové vysílání minimálně 10 zpravodajských relací v délce zhruba 2 - 3 minut denně (celkově 30 - 50% mluveného slova) v pracovních dnech?
- 5) Tvoří zpravodajské a servisní informace 1 - 8% internetové vysílání?

Podle těchto 5 výzkumných otázek můžeme formulovat následujících 5 hypotéz, které na základě výsledků obsahové analýzy internetového vysílání následně potvrdíme nebo vyvrátíme?

**Hypotéza č. 1:** Hudební složka analyzovaného rozhlasového programu odpovídá hudebnímu formátu AC pro věkovou skupinu 25 – 50 let.

**Hypotéza č. 2:** Hudební program licencovaného Radia Kroměříž není třeba kvůli orientaci na cílovou skupinu 30 -75 let měnit.

**Hypotéza č. 3:** Internetové vysílání obsahuje v týdenním průměru minimálně 15%, v denním živém vysílání až 20%, mluveného slova a při přechodu na licencované vysílání není třeba podíl mluveného slova měnit.

**Hypotéza č. 4:** Internetové vysílání obsahuje minimálně 10 zpravodajských relací v délce zhruba 2 - 3 minut denně (celkově 30 - 50% mluveného slova) v pracovních dnech.

**Hypotéza č. 5:** Zpravodajské a servisní informace tvoří 1 - 8% internetové vysílání.

## 8. VÝSLEDKY VÝZKUMU

Obsahová analýza poslechu internetového Radia Kroměříž byla provedena v různých časech a dnech během jednoho týdne vysílání Radia. Časové úseky vysílání byly vybrány tak, aby pokryly reprezentativní vzorek všech moderovaných bloků ve všední dny od 6:30 do 18:00 hodin, a alespoň 4 hodiny z 6 moderovaných hodin o víkendu. Reprezentativní vzorek poslechu vysílání má více než 12 hodin. Jednotlivé prvky byly zaznamenávány s přesností na minuty.

Pro potřeby této analýzy byly sledované prvky rozhlasového programu rozděleny do následujících kategorií:

- hudba
- music
- zpravodajství
- pořad
- mluvené slovo
- reklama

Veškerý hudební program je tedy rozdělen do dvou kategorií: české hudby (hudba) a zahraniční (music). Celkový objem mluveného slova je rozdělen do tří kategorií: zpravodajství, pořady (pravidelné a pravděpodobně předtočené typu „Finanční servis radia Kroměříž“ apod.) a ostatní mluvené slovo moderátora.

V následující tabulce je u každé vytvořené kategorie znázorněna četnost prvku za celkový objem času a v pravém sloupečku celkový časový objem jednotlivých prvků za celou dobu zaznamenávání v minutách.



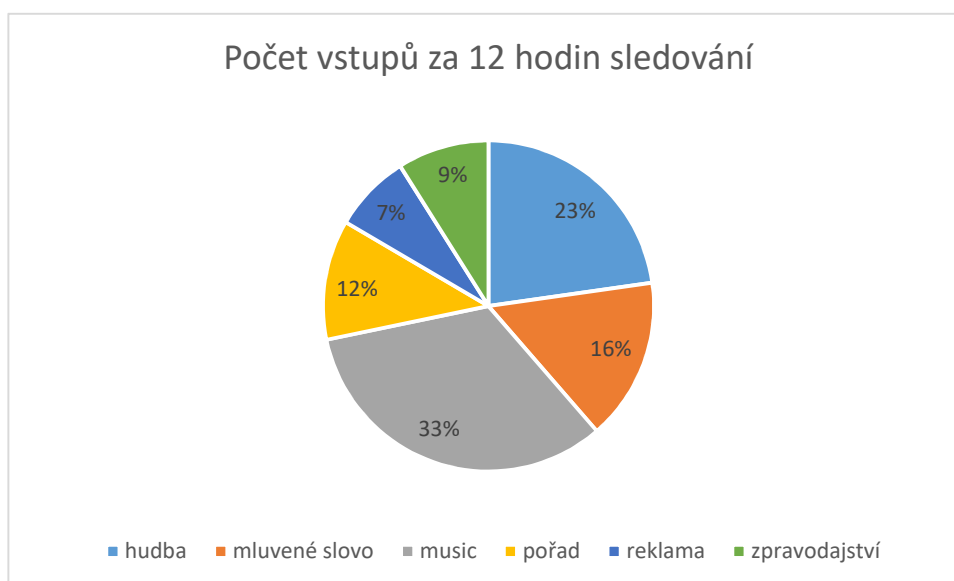
Tabulka 2: Přehled kategorií zkoumaných prvků rozhlasového programu, jejich četnost a časový objem

Kategorie	Počet vstupů	Minuty
hudba	33	176
mluvené slovo	23	31
music	48	444
pořad	17	36
reklama	11	11
zpravodajství	13	33

Zdroj: autor práce, 2016 (vlastní šetření)

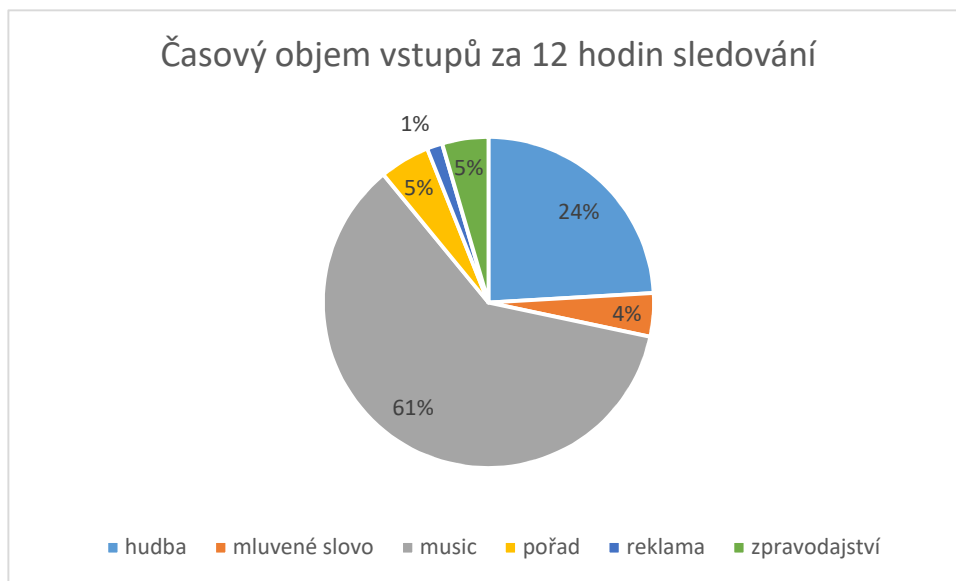
Pro potřeby této analýzy a lepší přehlednost jsou zde vypracovány dva grafy: graf znázorňující počet jednotlivých vstupů a jejich procentuální podíl za 12 hodin sledování vysílání a graf znázorňující časový objem vstupů za časový úsek 12 hodin.

Graf 1: Počet vstupů za 12 hodin sledování



Zdroj: autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 2: Časový objem vstupů za 12 hodin sledování



Zdroj: autor práce, 2016 (vlastní šetření)

## 9. ZÁVĚRY VÝZKUMU

V rámci obsahové analýzy byly kromě četnosti výskytu dílčích prvků programu a jejich celkového objemu zaznamenávány i další informace, a to především kvůli potvrzení či vyvrácení prvních dvou hypotéz.

Ty se vztahovaly k hudebnímu programu radia. Bylo zjištěno, že během 12 hodin zaznělo 33 českých nebo slovenských písní a 48 písní zahraničních interpretů. (viz Tabulka 2)

České a slovenské písně byly většinou folkové nebo popové, rockových interpretů bylo minimum. Z těch interpretů, co se opakovali, to byli například: Miro Žbirka, Lucie Bílá, Chinaski, Xindl X, Tomáš Klus, Peter Nad', Rybičky 48, Divokej Bill, Peter Nagy, skupina Lucie, Wohnout a další. (viz Příloha B – monitoring vysílání)

Zahraniční interpreti byli nejvíce z oblasti popové hudby, ale objevovala se i rocková a taneční hudba. Opakující se interpreti byli: Madonna, Kylie Minogue, R.E.M., U2, R. Williams, Sting, Green Day, Pink, Seal, Lady Gaga, Rolling Stones, Roxette, Bruno Mars, Enrique Iglesias, Foo Fighters, Bon Jovi, Adele a další.

Na základě shromážděných informací mohu **Hypotézu č. 1** potvrdit. Hudební složka analyzovaného rozhlasového programu odpovídá hudebnímu formátu AC pro věkovou skupinu 25 – 50 let. Jednalo se o relativně moderní hudbu, od českých interpretů zazněly i novinky, ze zahraničí nejčastěji pop z posledních 20 let.

**Hypotézu č. 2** je možné potvrdit pouze částečně vzhledem k zařazení moderní hudby a značného množství popové a taneční hudby. Tudíž formát AC odpovídá, ale pro věkovou skupinu 55 – 75 let by bylo vhodné zařadit více starší hudby, české a slovenské hudby a také folkové hudby, které bylo minimum.

Když sečteme veškeré mluvené slovo, které zaznělo během monitorovaných 12 hodin, činí celkové procento mluveného slova přibližně 14% z celkového objemu vysílání. V denním živém vysílání se tedy mluvené slovo pohybovalo těsně pod dolní hranicí týdenního minima mluveného slova, které by mělo v licencovaném vysílání zaznít. **Hypotézu č. 3** tedy nemůžeme potvrdit, nicméně je důležité zohlednit, že se jednalo o

internetové vysílání více než půl roku před zahájením klasického licencovaného vysílání. Podíl mluveného slova stačilo zvednout o 1 – 5 %.

**Hypotézu č. 4** nemůžeme na základě uskutečněné analýzy vysílání potvrdit na 100%. V tomto případě byl monitoring zaměřen především na denní vysílání, proto v rámci 24 hodinového vysílání není známo, jak často bylo do nočního nemonderovaného bloku předtočené vysílání zpravodajství zařazeno. V rámci monitorovaných 12 hodin bylo zaznamenáno celkem 9 zpravodajských relací v celkové délce 33 minut. Pravděpodobnost, že tato podmínka byla také splněna, je tedy vysoká. Z celkového naměřeného času mluveného slova, vychází na zpravodajské relace 33%, takže limit 30% - 50% požadovaný RRTV byl také splněn.

**Hypotéza č. 5** byla potvrzena. Zpravodajské a servisní informace tvoří 5% internetového vysílání, tudíž splňují limit 1% – 8% požadovaný RRTV.

Na základě obsahové analýzy bylo také zjištěno, že velká část mluveného slova je věnována informacím z oblasti města Kroměříže a okolí a to jak prostřednictvím zpravodajství (např. události ve sportu, informace o epidemii chřipky a podobně), tak pravidelnými rubrikami zaměřenými především na kulturu v regionu. Objevuje se třeba také pravidelné informování o stavu sněhu v blízkých lyžařských střediscích. (viz Příloha B)

Častým jevem v rozhlasovém programu je opakování předtočeného materiálu, např. pravidelného zpravodajství, které nese název „Info-expres Radia Kroměříž“, nebo počasí.

Pravidelné jsou také rubriky: Kulturní servis, Pracovní servis z regionu, Filmový svět, Finanční servis s Karin Liškovou, Naostří nůžky s Evou Formánkovou a rozhovory. V monitorovaném týdnu to by například rozhovor s hudební kapelou Rybičky 48, která udělala rozhovor v rámci svého koncertu.

Spojujícími prvky, které jsou použité v programové skladbě Radia Kroměříž velmi často, jsou znělky. Každá rubrika má svoji vlastní znělku, v průběhu moderovaného bloku je posluchač několikrát informován, že právě probíhá např. Ranní jízda s Danielou Zedníčkovou, a dále jsou to znělky jako: „Posloucháte hity 90. let, právě teď na Radiu Kroměříž.“ nebo „, Radio Kroměříž, jsme si blíž.“

Je také dobré upozornit na to, že celkový objem reklamy v monitorovém vysílání byl pouhé 1%, tedy o 24% méně, než je horní denní hranice povolená zákonem. Vzhledem k tomu, že provozování internetového radia není tak finančně náročné jako provozování klasického vysílání, je pravděpodobné, že se objem reklamy ve vysílání Radia Kroměříž zvětší.

## ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala tématem vzniku nových rádií v ČR. V teoretické části práce byly shrnuty základní informace o hromadných sdělovacích prostředcích, jejich druzích a funkcích. Dále jsme se zabývali rozhlasovým vysíláním a jeho druzích, licencováním rozhlasového vysílání a rozhlasovým programem.

Hlavním cílem této práce bylo popsat vznik rádií obecně a konkrétně se zaměřit na regionální rádia a vznik Radia Kroměříž. Tento cíl byl naplněn v kapitolách 4 a 5, kde byl popsán i průběh udělení licence Radiu Kroměříž k provozování rozhlasového vysílání šířeného prostřednictvím vysílačů na kmitočtu 107,0 MHz z vysílacího stanoviště Zlín.

Na základě udělení této licence se Radio Kroměříž zavázalo dodržet programové podmínky, které vedly Radu k udělení licence. Takto skutečnost vedla k položení klíčové výzkumné otázky: Bude muset internetové rádio výrazně změnit svou programovou tvorbu?

Tato myšlenka byla rozpracována do série výzkumných otázek a vedla k formulování pěti hypotéz, které měly být následně potvrzeny či vyvráceny prostřednictvím interpretace výsledků obsahové analýzy internetového vysílání Radia Kroměříž.

Dostali jsme se tedy k poslednímu cíli této práce, kterým bylo zjistit, zda a jak výrazně je nutné měnit programovou skladbu Radia při přechodu z internetového vysílání na klasické.

Zjistili jsme, že čtyři z pěti hypotéz byly potvrzeny a z toho vyplývá, že Radio Kroměříž bylo na přechod z internetového vysílání na klasické dobře připraveno a nemuselo dramaticky zasahovat do své programové tvorby.

Jako vedlejší produkt shromažďování informací o Radiu Kroměříž bylo zjištěno, že Radio hojně využívá nejnovějších internetových nástrojů a dokonce vyvinulo svou vlastní mobilní aplikaci. Zde se nachází další prostor pro budoucí zkoumání a uplatňování získaných zkušeností a informací v praxi.

Dále pak se objevuje prostor pro další výzkum v oblasti poslechovosti licencovaného Radia Kroměříž, abychom zjistili, jaké je skutečné věkové složení posluchačů Radia. Nabízí se varianta, že Radio skutečně oslovilo i věkovou kategorii nad 50 let, která internetové rádio neposlouchala. V případě ale, že by posluchačů nad 50 let bylo minimum, je zbytečné uvažovat o změně hudebního programu radia (viz Hypotéza č. 2) s cílem se této věkové skupině více přiblížit.

# SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

## Seznam použitých českých zdrojů

### Monografie:

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-338-3

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9

KÖPPLOVÁ, Barbara a kol. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7

MUSIL, J. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0

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

ČÁBELOVÁ, L. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923-1939*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0624-0

JEŽEK, V., JIRÁK, J. *Média a my*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2014. ISBN 978-80-7331-304-3



VEJVODA, J. *Co vysílá svět*. 1. vyd. Praha: Radioservis, 2015. ISBN 978-80-87530-49-8

### **Časopisy:**

ROŽÁNEK, F. Hádka o budoucnost rozhlasu. *Svět rozhlasu: bulletin o rozhlasové práci*. 24/2010, s. 4-7. ISSN 1213-3817

### **Seznam použitých internetových zdrojů**

KOIŠ, Juraj. *Rádia dostanou nové dlouhodobé licence. Kdy přejdou na digitál?* [online]. 20.9.2009, [cit. 2010-05-05]. Dostupné z WWW: <http://www.digizone.cz/clanky/radia-dostanou-nove-dlouhodobce-licence/>

KOZAMERNIK, F., Michael MULLANE, *An introduction to Internet Radio*. [online]. 26.10.2005, [cit. 2010-05-05]. Dostupné z WWW: [https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev\\_304-webcasting.pdf](https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_304-webcasting.pdf)

*Malý lexikon rozhlasových formátů*. [online]. 24. 3. 2002, [cit. 2010-05-05]. Dostupné z WWW: [http://www.radiotv.cz/p\\_radio/r\\_program/maly-lexikon-rozhlasovych-formatu/](http://www.radiotv.cz/p_radio/r_program/maly-lexikon-rozhlasovych-formatu/)

*Digitální pozemní vysílání ve světě*. [online]. [cit. 2010-05-05]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/technika/digitalni-vysilani-dvb-obecne/digitalni-pozemni-vysilani-ve-svete/>

ŘAPEK, T. *T-DAB v Evropě a v ČR*, Dostupné z WWW: [http://www.teleko.cz/images/PDF/Presentace\\_TELEKO\\_UNIT\\_2015.pdf](http://www.teleko.cz/images/PDF/Presentace_TELEKO_UNIT_2015.pdf)

### **Zákony:**

*Zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů*. Dostupný z WWW: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-634>

*Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.* Dostupný z WWW: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

*Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů.* Dostupný z WWW: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/348-2005.pdf>

*Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu.* Dostupný z WWW: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/484-1991.pdf>

*Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb.,* Dostupné z WWW: <http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

#### **Další zdroje:**

Rozhodnutí o udělení licence Radiu Kroměříž, s.r.o. ze dne 19. 7. 2016. [online]. [cit. 2017-02-10]. Dostupné z WWW: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/4384380.pdf>

Provozovatelé rozhlasového vysílání šířeného prostřednictvím pozemních vysílačů. [online]. [cit. 2017-02-10]. Dostupné z WWW: [http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/seznamy-provozovatelu/list\\_ground\\_radio.htm](http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/seznamy-provozovatelu/list_ground_radio.htm)

NetMonitor ročenka 2015. [online]. [cit. 2017-02-15] Dostupné z WWW: <http://www.netmonitor.cz/sites/default/files/prilohy/IAC%202016%20-%20NetMonitor%20ro%C4%8Denka%202015.pdf>

Webové stránky Radia Kroměříž. [cit. 2017-02-10]. Dostupné z WWW: <http://www.radiokromeriz.cz/>

Facebook stránky Radia Kroměříž. [cit. 2017-02-10]. Dostupné z WWW: <https://www.facebook.com/radiokromeriz/?fref=ts>

Facebook stránky Radia Kiss 98. [cit. 2017-02-10]. Dostupné z WWW: [https://www.facebook.com/pg/Kiss98FM/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Kiss98FM/posts/?ref=page_internal)

## SEZNAM ZKRATEK

AC - Adult Contemporary hudební formát

RRTV - Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

## SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

### Seznam obrázků

Obrázek 1: Pokrytí České republiky signálem digitálního rozhlasu T-DAB.....25

### Seznam tabulek

Tabulka 1: Přehled provozovaných vysílačů digitálního rozhlasu TELEKO DAB v České republice.....25

Tabulka 2: Přehled kategorií zkoumaných prvků rozhlasového programu, jejich četnost a časový objem.....48

### Seznam grafů

Graf 1: Počet vstupů za 12 hodin sledování.....48

Graf 2: Časový objem vstupů za 12 hodin sledování.....49

# SEZNAM PŘÍLOH

## Příloha A – Program vysílání Radia Kroměříž z 1. 2. 2016

### Pondělí

00:00 - 06:30	Nonstop Mix Radia Kroměříž
06:30 - 09:00	Ranní jízda s Danielou Zedníčkovou
09:00 - 10:00	Dopolední Maraton s Mirkem Karáskem
10:00 - 12:00	Dopolední Maraton s Leošem Slaměnou
12:00 - 13:00	Polední Relax s Leošem Slaměnou
13:00 - 14:00	Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou
14:00 - 18:00	Odpolední Relax s Leošem Slaměnou
18:00 - 24:00	Hudební Mix Radia Kroměříž

### Úterý

00:00 - 06:30	Nonstop Mix Radia Kroměříž
06:30 - 09:00	Ranní jízda s Danielou Zedníčkovou
09:00 - 11:00	Dopolední Maraton s Mirkem Karáskem
11:00 - 12:00	Dopolední Maraton s Leošem Slaměnou
12:00 - 13:00	Polední Relax s Leošem Slaměnou
13:00 - 14:00	Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou
14:00 - 18:00	Odpolední Refresh s Danielou Zedníčkovou
18:00 - 20:00	Hudební Mix Radia Kroměříž

21:00 - 24:00 Hudební Mix Radia Kroměříž

### **Středa**

00:00 - 06:30 Nonstop Mix Radia Kroměříž

06:30 - 09:00 Ranní jízda s Danielou Zedníčkovou

09:00 - 11:00 Dopolnední Maraton s Mirkem Karáskem

11:00 - 12:00 Dopolnední Maraton s Leošem Slaměnou

12:00 - 13:00 Polední Relax s Leošem Slaměnou

13:00 - 14:00 Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou

14:00 - 18:00 Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou

18:00 - 24:00 Hudební Mix Radia Kroměříž

### **Čtvrtek**

00:00 - 06:30 Nonstop Mix Radia Kroměříž

06:30 - 09:00 Ranní jízda s Danielou Zedníčkovou

09:00 - 11:00 Dopolnední Maraton s Mirkem Karáskem

11:00 - 12:00 Dopolnední Maraton s Leošem Slaměnou

12:00 - 13:00 Polední Relax s Leošem Slaměnou

13:00 - 14:00 Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou

14:00 - 18:00 Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou

18:00 - 24:00 Hudební Mix Radia Kroměříž

## **Pátek**

00:00 - 06:30	Nonstop Mix Radia Kroměříž
06:30 - 09:00	Ranní jízda s Danielou Zedníčkovou
09:00 - 11:00	Dopolední Maraton s Danielou Zedníčkovou
11:00 - 12:00	Dopolední Maraton s Danielou Zedníčkovou
12:00 - 13:00	Polední Relax s Leošem Slaměnou
13:00 - 14:00	Pořad "Živě z Domu kultury s Honzou Duškem" a s Leošem Slaměnou
14:00 - 18:00	Odpolední Refresh s Leošem Slaměnou
18:00 - 24:00	Hudební Mix Radia Kroměříž

## **Sobota**

00:00 - 10:00	Nonstop Mix Radia Kroměříž
10:00 - 16:00	Víkendová jízda s Danielou Zedníčkovou
16:00 - 18:00	Odpolední hudební Mix Radia Kroměříž
18:00 - 24:00	Nonstop Mix Radia Kroměříž

## **Neděle**

00:00 - 10:00	Nonstop Mix Radia Kroměříž
10:00 - 16:00	Víkendová jízda s Danielou Zedníčkovou
16:00 - 18:00	Odpolední hudební Mix Radia Kroměříž

18:00 - 24:00 Nonstop Mix Radia Kroměříž

## **Příloha B – Monitoring vysílání**

### **Pondělí 1. 2. 2016:**

8:59 – počasí – znělka („Rádio Kroměříž, počasí z našeho regionu“)+ předpověď (Mirek Karásek)

9:00 – „info express Radia Kroměříž“ (5x tón odpočítávání, znělka), 3 flash zprávy (několik sekund), následují 3 zprávy (ve stejném pořadí jako flashové) – ze sportu (malí fotbalisté a jejich sponzoři), počasí (na Kroměřížsku hrozí silný vítr), kuriozita (oddělení siamských dvojčat ve Švýcarsku)

9:01 – mluvené slovo – později se diváci dovědí, kam vyrazit o jarních prázdninách, a také, jaká hudební skupina bude druhý den hostem v radiu Kroměříž, v příští hodině bude hrát skupina Roxette, Xindl X a Pink

9:02 – hudba: Ambassadors – Renegades , Černá růže – No Guitars (Střihavka)

9:12 – znělka s odkazem na Facebook Radia KM

9:12 – hudba: R.E.M. – Imitation Of Life

9:15 – mluvené slovo – svátek má Hynek, dnes má Facebook 12 let výročí, Josef Lux výročí úmrtí, narozeniny mají... (slavné osobnosti) – i zpěvák One Direction (a pustí se jeho píseň)

9:17 – hudba: One Direction – One day or another, Roxette – Fading Like a Flower, Kylie Minogue – The One

9:26 – znělka: „Mirek Karásek a dopolední maraton“

9:27 – hudba: Ondřej Ladek a Xindl X – Zlato

9:30 – znělka: „Radio KM, kam vyrazit“; mluvené slovo – tipy na jarní prázdniny – veřejné bruslení, otevírací doba plaveckého bazénu, lyžování na Stupavě; pozvánka na českou kapelu, která bude následující den hostem v Radiu KM – za pár minut ji odtajní

9:32 – hudba: Pink – Dear Mr. President

9:36 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku + odkaz“

9:37 – hudba: Light & Love – True, Miro Žbirka – Mám rád, Trumpets – Never Be The Same Again

9:45 – mluvené slovo – odhalení kapely, která bude zítra ráno hostem Radia KM – Rybičky 48, rozhovor zítra po 9., výzva divákům k posílání dotazů

9:46 – hudba: Rybičky 48 – Zamilovaný/nešťastná

9:49 – znělka: „Posloucháte hity 90. let, právě teď na Radiu Kroměříž.“

9:49 – hudba: Adamski feat. Seal – Killer, Bon Jovi – We Weren't Born To Follow

9:57 – znělka: „Radio Kroměříž, jsme si blíž.“

9:57 – hudba: Nik Kershaw – Wouldn't It Be Good

10:01 – počasí (znělka + předpověď); info express Radia KM (znělka + 3 flash – zprávy); 3 zprávy – 750. výročí Arcibiskupských sklepů, čtyřnásobný vrah Dahlgren je ve vězení v Brně, tenisový žebříček V Melbourne

10:04 – mluvené slovo - Leoš Slaměna přebírá moderování a uvádí téma dne (které je i na Facebooku) – dárcovství krve, v této hodině zazní Tomáš Klus, Bruno Mars, Peter Gabriel (doprovázeno ukázkami)

10:05 – znělka, hudba: Lucie Bílá

10:09 – znělka, hudba: Jason Derulo – Want To Want Me, Juanes – Volverte a Ver

10:15 – mluvené slovo – na Facebooku Radia jsou informace o tématu dne (dárcovství krve), o spolupráci s nemocnicí Kroměříž, rozhovor najdete v podcastech na stránkách Radia Kroměříž (veškeré informace), budeme hrát ...

10:16 – znělka „Radio Kroměříž a dopolední jízda“, hudba: Chinaski – Stejně jako já



10:19 – znělka „hudební novinka Radia Kroměříž“, hudba: Tomáš Klus – Jde vozem, Bruno Mars – Just The Way You Are

10:25 – znělka „nové radio pro Kroměřížsko, Radio Kroměříž“, hudba: Robbie Williams & Gary Barlow – Shame

10:29 – znělka „Radio KM, filmový svět“, recenze filmu Do posledního dechu, které bude v kroměřížském kině

10:30 – reklama – restaurace a kavárna Scéna

10:31 – znělka, hudba: Out Kast - Hey Ya!, Sam Smith – Like I Can

10:38 – znělka: „Hrajeme megahity 80. let, Radio Kroměříž“, hudba: Peter Gabriel – Salsbury Hill, Stawn Mendes – Stitches, Simply Red – Holding Back The Years

10:49 – mluvené slovo – stav sněhu na sjezdovkách, provozní doba (Stupava, Rusava, Troják, Beskydy)

10:50 – znělka: „první skutečně regionální radio, Radio Kroměříž“, hudba: Alice Springs – Jízda

10:54 – znělka: „Posloucháte megahity milénia, právě teď na Radiu Kroměříž.“; hudba: Alexandra Burke – Bad Boys, Alan O´day – Undercover Angel

11:00 – počasí (znělka + předpověď)

11:01 – infoexpress Radia Kroměříž (znělka), 3 flashové zprávy, 3 zprávy – epidemie chřipky ve Zlínském kraji (nárůst o 2/3), kauza o armádních zakázkách, sport v Kroměříži – boxerské utkání

11:03 – mluvené slovo – za chvíli si povíme o akcích na Kroměřížsku a novinky ze světa daní s Karin Liškovou, v příští hodině zazní Peter Nad', Foo Fighters (s ukázkami) a za chvíli Adele – Hello

11:04 – znělka, hudba: La Bouche – Be My Lover

11:08 – znělka s odkazem na Facebook Radia, hudba: Adele – Hello, Team – Nárocní

11:18 – Karin Lišková – informace ze světa daní, zakončeno znělkou „finanční servis radia Kroměříž“ + reklama pro finanční poradkyni Karin Liškovou

11:20 – pozvánka na Ples sportovců (reklama) – informace o tom, že ho bude moderovat Mirek Karásek (moderátor Radia KM), proběhne diskotéka Radia KM a Radio je i jeho mediálním partnerem

11:21 – znělka, hudba: Red Hot Chili Peppers – By The Way, 4 Non Blondes – What 's Up?

11:29 – reklama – informační portál kromerizsko.info

11:29 – hudba: disko, Peter Nagy – S nohami na stole

11:37 – znělka, hudba: Miro Žbirka + Martha – Co boli to preboli, Seal – Secret, Enrique Iglesias – Tired Of Being Sorry

11:47 – mluvené slovo (znělka „do světa techniky“) – o SPZ na přání

11:49 – reklama – Bowling bar Kroměříž

11:50 – znělka, hudba: Foo Fighters – The Pretender

11:54 – znělka s odkazem na FB Radia, hudba: Rick Astley – Together Forever, Lucie – Laura

12:02 – počasí, „infoexpress Radia KM“, 3 flash zprávy, 3 zprávy – plánované šetření ČSÚ (10 tisíc domácností, průzkum ekonomické situace v celé EU); anonym nahlásil bombu, Regio Jet a Leo Express zastavili provoz; sport - Petra Kvitová hledá trenéra

12:04 – mluvené slovo – podíváme se na volná pracovní místa na Kroměřížsku, v příští hodině zazní Žbirka a Kirchner, U2, Peter Dinklage

12:06 – znělka, hudba: Andy Grammer – Honey I'm Good, Oasis – Slide Away

12:15 – mluvené slovo – o tom, že brzy bude rubrika ze světa celebrit, povíme si o volných pracovních místech na Kroměřížsku asi za 30 minut; poté informace o reality show „Kroměřížsko hubne“ (informace také na webu, Facebooku, fotky v Kroměřížském deníku atd.) součástí reklama na fitness; poté informace o hudbě, která se bude hrát

12:19 – hudba: Lady Gaga – Just Dance; Elán – Čakám ťa, láska; Savage Garden – I Don't Know You Anymore

12:30 – znělka, hudba: Jana Kischner & Miro Žbirka – Oh Me, Oh My

12:32 – mluvené slovo – „Svět celebrit“ – umřel zpěvák Paul Kantner

12:34 – hudba: Queen – Somebody To Love, Britney Spears – Criminal

12:42 – znělka „megahity 90. let“, hudba: Bellini – Samba De Janeiro

12:45 – znělka, hudba: U2 – Stuck In A Moment You Can't Get Out Of, česká, Eric Carmen – Hungry Eyes

12:58 – znělka, hudba: Meghan Trainor – Lips Are Movin

13:01 – počasí (znělka + předpověď), „infoexpress Radia KM“, 3 flash zprávy, ve stejném pořadí 3 zprávy (opakování ze 12. hodiny) – epidemie chřipky (již 4 úmrtí, nárůst o 10,5% atd.), korupce při nákupu obrněných vozidel (lobbista M. Dalík), boxerské utkání v Kroměříži

13:03 – mluvené slovo – chystáme kalendárium a kdo má dnes narozeniny, zazní Hapka s Bílou, One Republic, Rolling Stones a nyní Undercover

13:04 – znělka, hudba: Undercover – If You Leave Me Now

13:08 – znělka, hudba: Street 69 – Ukrytá prozatím

13:12 – znělka, hudba: Just Like You

13:14 – mluvené slovo – kalendárium – výročí Edisona (filmové studio), 12 let Facebooku, 1. transplantace jater; svátky; narozeniny

13:16 – reklama na Ples sportovců (program, diskotéka Radia KM atd.)

13:17 – znělka „odpolední relax s Leošem Slaměnou“, hudba: Bílá a Hapka – Dívám se, dívám, Sunrise Avenue – You Can Never Be Ready

13:26 – znělka „hudební novinky“ – pozdrav Radiu Kroměříž od 44 v klidu, hudba: 44 v klidu – Za zrcadlem, Jessie J – Domino

13:34 – mluvené slovo – o kapele Rybičky 48, budou hosty Radia KM v úterý v 9 hodin, repríza ve středu ve 13 hodin, dotazy posílejte na studio@radiokm.cz

13:34 – hudba: Rybičky 48 – Zamilovaný/nešťastná

13:38 – znělka, hudba: Cher – One By One, Support Lesbiens – Bet My Soul, One Republic – Feel Again

13:47 – znělka, hudba: Rolling Stones – Satisfaction

13:51 – znělka „jsme si blíž“, hudba: Bryan Adams – I Do It For You

13:58 – znělka „nové radio pro Kroměřížsko“, hudba: Kylie Minogue – Can't Get You Out Of My Head, Mig 21 – Snadné je žít

14:04 – počasí (znělka + předpověď), „infoexpress Radia Kroměříž“, 3 flash zprávy, 3 zprávy – kroměřížská nemocnice omezuje návštěvy kvůli chřipkové epidemii, devatenáctiletý Ondra z Kostelan dostal vážné onkologické onemocnění (lidé mohou pomoci a přispět na založené transparentní konto nebo jít na benefiční koncert Pro Ondru), sport – o fotbalistovi

14:08 – mluvené slovo – informace o tom, jak se kde lyžuje, po 15. hodině si povíme o akcích, zazní Miro Žbirka, Catherine, Robbie Williams, začneme písni Like A Preyer od Madonny

14:09 – znělka, hudba: Madonna – Like A Preyer

## **Úterý 2.2.**

6:28 – hudba: Ed Sheeran – I See Fire

6:32 – mluvené slovo – počasí, za chvíli otevřeme dnešní téma

6:32 – hudba: Lynyrd Skynyrd – Set Home Alabama, Coldplay – Adventure Of A Lifetime

6:42 – znělka s odkazem na Facebook, hudba: R.E.M. – Man On The Moon

6:45 – mluvené slovo – téma dne jsou církevní restituce v Kroměříži (po 7. hodině)

6:47 – „svět techniky“ (předtočená rubrika) – o ochraně soukromí – aplikace Secresy

- 6:48 – znělka, hudba: Petr Muk – Něžné dotyky
- 6:51 – znělka, hudba: John Newman – Come And Get It
- 6:54 – znělka „hity milénia...“, hudba: Mika - Relax, Take It Easy, Richar Marx – Angelia, Lost Frequencies Feat. Janieck Devy – Reality
- 7:05 – počasí, infoexpress, flash zp., 3 zprávy – nehoda Suzuki na Žlutavách, vrátila se zmizelá pětice Čechů z Libanonu, šíření viru Zika – vyhlášení stavu nouze
- 7:07 – mluvené slovo – o církevních restitucích v Kroměříži, pozvánka do diskuse, zazní tato hudba: Green Day, Divokej Bill atd.
- 7:08 – znělka „rádio pro Kroměřížsko“, hudba: Leny Kravitz – Stand By My Women
- 7:14 – znělka „jsme si blíž“, hudba: Lucie – Zkamenělý dítě, Phil Collins – Dance Into The Light
- 7:20 – mluvené slovo – o restitucích – podrobnosti, čtení názoru posluchačů + komentář
- 7:22 – znělka: „Že nevěříš? S Vámi je Rádio Kroměříž“, hudba: Alexis Jordan – Happiness
- 7:25 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, Rádio Kroměříž“, hudba: Óčko All Stars – Ty jsi jako já
- 7:30 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko“, hudba: Mans Zelmerlow – Heroes
- 7:32 – rubrika „showbussiness“ (znělka, předtočeno) – Leoš Slaměna – o Rihanně
- 7:34 – hudba: Céline Dion – I´m Alive, Show Me
- 7:40 – mluvené slovo – další komentáře posluchačů k církevním restitucím
- 7:41 – „Naostři nůžky s Evou Formáčkovou“ (předtočeno) – téma – zrzavé vlasy + reklama na hairstyle.com, znělka „hairstyle Radia Kroměříž“
- 7:43 – hudba: Miro Žbirka – Love Shines, Green Day – Amarican Idiot
- 7:49 – znělka s odkazem na [www.radiokromeriz.cz](http://www.radiokromeriz.cz), hudba: Michael Jackson – Beat It, Divokej Bill – Všema Deseti

7:56 – znělka „jsme si blíž“, hudba: Savage Garden – Tears Of Pearls, Youssou N´Dour & Neneh Cherry – 7 Seconds

8:03 – počasí (znělka + předpověď), „ infoexpress Radia Kroměříž“, 3 headliny, 3 zprávy – vodění medvěda na Kroměřížsku, Zeman kritizující Sobotku, operace bojovníků islámského státu ve Středozemním moři

8:05 – mluvené slovo – o dnešním hostu – kapele Rybičky 48, připomenutí tématu dne, zazní We Will Rock You, U2

8:06 – znělka, hudba: Čechomor – Proměny

8:10 – mluvené slovo – církevní restituce – další informace, vyjádření olomouckého arcibiskupa, Národního památkového ústavu

8:11 – reklama – restaurace a kavárna Scéna

8:12 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku“, hudba: Caro Emerald – Tangled Up, Whitney Houston & Enrique Iglesias – Could I Have This Kiss Forever, No Name – Žily

8:23 – mluvené slovo - „pracovní servis radia Kroměříž“ (rubrika) – popsání pracovních nabídek na Kroměřížsku + kontakty, znělka „Rádio Kroměříž, pracovní pozice je vám blíž“

8:25 – znělka „hudební novinka R. KM“, hudba: Mirai – Cesta z města

8:28 – mluvené slovo – o možnostech lyžování a rozhovoru s Rybičkami 48 + hudba, která nás čeká

8:30 – hudba: Nelly – Just A Dream

8:33 – znělka „ Rádio Kroměříž, jsem si blíž i na webu + odkaz“, hudba: George Michael – Too Funky

8:37 – znělka „Že nevěříš?...“, hudba: John Paul Young – Love Is In The Air, Skaz One – I Can´t Change

8:45 – mluvené slovo – rubrika „životní styl rádia Kroměříž“ – ochrana pleti v zimě – krémy, make-up, znělka

8:46 – pozvánka na Ples sportovců (reklama)

8:47 – znělka „megahity 80. let“, hudba: We Will Rock You, Sebastian – Záchranný bod

8:52 – znělka, hudba: U2 – Mysterious Ways, J.A.R. – Už mizí pryč je Hanka

8:59 – moderování přebírá Mirek Karásek , počasí, „infoexpress Rádía Kroměříž“ (s Danielou Zedníčkovou, předtočeno), 3 flash zprávy, 3 zprávy – vodění mezvěda, Zeman kritizuje Sobotku, operace islámského státu (opakování)

9:01 – mluvené slovo – co se bude hrát v příští hodině (3 ukázky), přání pohodového úterý

9:02 – znělka, hudba: Anna Nakhab Feat. Alle – Super Girl

9:06 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku“, hudba: Team – Lietam v tom tiež

9:10 – znělka, hudba: Hootie & The Blowfish – Goodbye Girl, Madonna – Please Don't Say Me Sorry

9:16 – mluvené slovo – ROZHOVOR – V.I.P. host Rádía Kroměříž Rybičky 48, kapela bude mít koncert v Kroměříži v hudebním klubu Oskol, přivezou si nové technické vybavení na koncert, název turné je „Slibuju, že nebudu pít“, následuje povídání si o alkoholu, o albu a dalších plánech

9:21 – hudba: Rybičky 48 – Slibuju, že nebudu pít

9:25 – pokračuje rozhovor – o písni Léto, která měla velký úspěch, i když měla být původně pouze letní „virál“ (dárek pro fanoušky), „později si povíme o cestovatelských plánech Rybiček 48, nyní si pustíme písničku Léto“, zazní věnování posluchačům Rádía Kroměříž

9:28 – hudba: Rybičky 48 – Léto

9:31 – pokračuje rozhovor – o cestování, o Bali, kam jezdí každý rok, mentalita lidí žijících na Bali, dále o spolupráci s lokálními kapelami v různých regionech (např. kapelou Cookies); poté odpovědi na otázky posluchačů, vzkaz pro posluchače a rozloučení

9:34 – hudba: Rybičky 48 – Zamilovaný/nešťastná

## **Pátek 5. 2. 2016 – 17:00 – 18:00 Odpolední refresh s Leošem Slaměnou**

16:57 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku“, hudba: Olly Mars – Hand On Heart

17:01 – „počasí z našeho regionu“ (znělka + předpověď), infoexpress – 3 flash zprávy, následují ty samé zprávy ve stejném pořadí (rozšířené, každá do několika vět) – změny OP, cestovních dokladů a evidence občanů (vytvořen leták Ministerstva vnitra, najdete na webových stránkách radia); setkání papeže Františka a ruského patriarchy Kyryla; 50. Superball v USA (americký fotbal) se speciálním programem – výsledky odvíjíme v pondělním ranním vysílání

17:03 – znělka „Rádio Kroměříž“, hudba: U2 – Verigo, Kurt Nilsen – My Street, Pavol Habera – Kym pri mne spis

17:14 – rubrika „Svět techniky“- znělka – o dražbě papežova Fiatu, výtěžek arcidiecéze použije k dobročinným účelům

17:16 – hudba: Take That – Shine, Enrique Iglesias – Bailamos

17:23 – znělka: „Že nevěříš? S Vámi je Rádio Kroměříž.“, hudba: DB Boulevard – Believe, Celine Dion – I'm Alive

17:30 – reklama na restauraci a kavárnu Scéna

17:31 – znělka: „Hrajeme megahity 80. let, Rádio Kroměříž, Rádio Kroměříž.“, hudba: Genesis – Invisible Touch

17:34 – znělka, hudba: Bryan Adams – Cloud Number Nine, Miro Žbirka – Atlantída, Toto – Africa

17:47 – rubrika „Šoubyznys Radia Kroměříž“ – o turné Evy Farné, Support Lesbiens a Nebe, které začíná v České Lípě (v Brně v dubnu)

17:48 – znělka, hudba: Alexandra Burke – Bad Boys, Nick Kersaw – Wouldn't It Be Good

17:56 – znělka „Rádio Kroměříž“, hudba: Karen Group – No Love, The Corrs – Give Me A Reason



18:02 – „Rádio Kroměříž, počasí“ (Leoš Slaměna), „infoexpress Radia Kroměříž“ – 3 flash zprávy, 3 rozšířené zprávy – opakování ze 17. hodiny

18:04 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, Rádio Kroměříž“, hudba: Bon Jovi – Thank You For Loving Me, Chinaski – Dlouhek Kouř, Olly Murs Feat. Flo Rida – Troublemaker

18:20 – znělka, hudba: The Cranberries – Just My Imagination

18:23 – znělka („Že nevěříš?...“), hudba: Madonna – Hung Up

18:40 – reklama na Taxi Výcha

### **Sobota 6. 2. 2016**

12:00 – „Rádio Kroměříž, počasí z našeho regionu“- znělka, 5x vysoký tón + znělka „infoexpress Radia Kroměříž“, 3 flash zprávy, 3 rozšířené – omezení provozu v Kroměříži ve dvou ulicích z důvodu rekonstrukce kanalizace; propuštění Alího Fajáda; reprezentace Zlínského kraje na turistickém veletrhu v Bratislavě (345 vystavovatelů z 18 zemí)

12:03 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, Rádio Kroměříž“, hudba: King – Years And Years

12:06 – znělka, hudba: Natasha Bedingfield – Soulmate

12:09 – znělka s odkazem na FB, Hudba: No Guitars – Černá Růže

12:15 – mluvené slovo – o reality show Kroměřížsko hubne, měření proběhlo, účastní se i kolega z Rádia

12:16 – znělka „hudební novinka Rádia Kroměříž“, hudba: Tomáš Klus – Jde Vozem, B.o.B. Feat. Bruno Mars – Nothin' On You

12:24 – znělka „Rádio Kroměříž, jsme si blíží i na webu“ + odkaz, hudba: Big Mountain – Baby, I Love Your Way

12:28 – znělka „Rádio Kroměříž a víkendová pohoda“, hudba: Kate Ryan – Désenchantée, Avril Lavigne Feat. Chad Kroeger – Let Me Go

12:35 – znělka: „Posloucháte megahity 80. let, právě teď na Rádiu Kroměříž.“, hudba: Midnight Oil – Beds Are Burning, Adele – Hello

12:44 – rubrika „Životní styl na Rádiu Kroměříž“ (znělka) – tipy na to, jak sundat prstýnek

12:45 – znělka „Rádio Kroměříž“, hudba: Oasis – Slide Away, Aneta Langerová – Srdcotepec

12:55 – znělka „Rádio Kroměříž, jsme si blíží“, hudba: Charlie Puth Feat. Meghan Trainor – Marvin Gaye

12:58 – znělka reklamy, reklama na kromerizsko.info – nový kulturní servis Rádía Kroměříž

12:59 – znělka „nové Rádio pro Kroměřížsko, Rádio Kroměříž“, hudba: Lost Frequencies Feat. Janieck Devy – Reality, a-na – Summer Moved On

13:06 – znělka „Jsme si blíží i na Facebooku.“, hudba: Joan Osborne – One Of Us

13:10 – znělka „Rádio Kroměříž a víkendový relax“, hudba: Alexis Jordan – Happiness

13:14 – mluvené slovo – o tom, kam vyrazit na lyže, bonusy konkrétních středisek (ceny občerstvení, večerní lyžování atd.)

13:15 – pozvánka na Ples Sportovců (reklama)

13:16 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, Rádio Kroměříž“; pozdrav kapely Wohnout posluchačům Rádía Kroměříž; hudba: Wohnout – Svaz Českých Bohémů, Ellie Goulding – How Long Will I Love You

13:24 – znělka „Rádio Kroměříž, jsme si blíží“; hudba: Michael Bublé – Haven ‘t Met You Yet

13:26 – znělka: „Hrajeme megahity 80. let, Rádio Kroměříž“, hudba: Sting – Desert Rose, Zuechero – Baila

13:35 – znělka „Rádio Kroměříž a víkend s vámi“, hudba: Wham! – Wake Me Up Before You Go-Go

13:39 – pozdrav Petera Cmorika všem posluchačům Rádía Kroměříž, hudba: Peter Cmorik – Dazd

13:43 – rubrika „Do světa Techniky s Leošem Slaměnou“ – dražba papežova Fiatu (opakování), na konci – „Auto, moto, počítače, mobily, vítejte ve světě techniky, každý den s Rádiem Kroměříž.“

13:45 – znělka „jsme si blíží i na Facebooku“, hudba: Shakira Feat. Carlos Santana –Illegal, Selena Gomez – The Heart Wants What It Wants

13:53 – znělka – webové stránky + „nové rádio pro Kroměřížsko“, hudba: Texas – When We Are Together, Depeche Mode – Personal Jesus

13:59 – „Rádio Kroměříž, počasí z našeho regionu“, infoexpress R. K. – 3 flash zprávy, 3 rozšířené – Kotlíkové dotace (kolik lidí žádalo na Zlínsku, peníze pro Zlínský kraj atd.); omezení návštěv nemocnice v Kroměříži + omezení pohybu v areálu; šetření Českého statistického úřadu 6. 2. – 5. 6.

14:02 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko“, Hudba: Sam Smith – Money On My Mind

14:05 – znělka „Rádio Kroměříž a víkendová pohoda“, hudba: No Angels – Daylight In Your Eyes

14:09 – znělka, hudba: Street69 – Ukrytá Prozatím

14:12 – znělka, hudba: The Corrs – Bring On The Night, Pink – Blow Me

14:20 – „www.radiokromeriz.cz“, hudba: Down Low – Once Upon A Time

14:24 – znělka „Rádio Kroměříž a víkendový relax“, hudba: Pras Michel Feat. Sharli Mc Queen – Haven't Found, Marlon Roudette – When The Beat Drops Out

14:31 – znělka „hrajeme megahity 80. let, Rádio Kroměříž“; hudba: The Police – Every Breath You Také

14:35 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, R. K.“, hudba: Bon Jovi – Bed Of Roses, Ondřej Ladek & Xindl X – Zlato

14:45 – rubrika „Naostři nůžky s Evou Formánkovou“ (předtočeno) – o černovláskách, následuje znělka a odkaz na webové stránky kadeřnictví

14:46 – reklama (znělka) na Taxi Výcha

14:47 – reklama na Bowling bar Scéna

14:47 – znělka „megahity milénia“, hudba: Madonna – Sorry, Sade – Smooth Operator, Alexander Rybak – Fairytale

14:59 – počasí, infoexpress – repríza (omezení provozu v KM z důvodu rekonstrukce kanalizace, Alí Fajád, veletrh cestovního ruchu)

15:01 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko“, hudba: X Ambassadors – Renegades, Bon Jovi - Have A Nice Day

15:08 – znělka „jsme si blíž i na webu“ + odkaz; hudba: INXS – Suicide Blonde

15:12 – znělka „Rádio Kroměříž a víkendová pohoda“, hudba: Alex Gaudino Feat. Kelly Rowland – What A Feeling

15:14 – mluvené slovo – o vodění medvěda a upozornění, že do 17. hodiny je masopustní jarmark na Hanáckém náměstí

15:15 – pozvánka na ples sportovců

15:15 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku“, hudba: Lucie Bílá – Láska je láska, Robert Downey Jr. and Sting – Every Breath You Také

15:23 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku“, hudba: Melanie C – On The Horizon

15:27 – znělka „megahity 90. let“, hudba – Robert Miles – Children, Amy Winehouse – Back To Black

15:35 – znělka „víkendový relax“, hudba: George Michael – Faith, Team – Nárocní

15:45 – rubrika „showbyznys“ (předtočeno, opakování o turné Evy Farné)

15:47 – reklama na restauraci a kavárnu Scéna

15:47 – hudba: U2 – Every Breaking Wave

15:52 – znělka, hudba: Cher – Strong Enough, Queen – Show Must Go On

15:59 – znělka reklamy, reklama na kromerizsko.info

16:00 – rubrika „Kam vyrazit“ – sobotní akce (repríza)

16:01 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko“, hudba: Green Day – 21 Guns

### **Úterý 9. 2. 2016**

15:02 – „Rádio Kroměříž, počasí v našem regionu“, „infoexpress Rádía Kroměříž“ – 3 flash zprávy, 3 rozšířené – celonárodní soutěž Žena Regionu (různé kategorie, odkaz na web); čelní srážka vlaku u Mnichova v Bavorsku po 7. ráno; britský tenista Andy Murray se stal otcem; znělka infoexpressu

15:05 – mluvené slovo – o tom, co bude následovat v příští hodině vysílání (kam se vydat lyžovat, novinka ze světa filmu, hudba v příští hodině), poté popřeje Leoš Slaměna posluchačům pohodové odpoledne

15:07 – znělka „Rádio Kroměříž“, hudba: Robbie Williams – Sin Sin Sin

15:11 – znělka „R. K., jsme si blíž“, hudba: Lucie – S tebou

15:16 – reklama (uvedena znělkou) – pozvánka na Ples sportovců v sobotu 20. 2., zakončeno opět znělkou reklamy

15:17 – hudba: Owl City & Carly Rae Jepsen – Good Time, Lisa Stansfield – All Around The World

15:24 – znělka „Rádio Kroměříž, odpolední relax“; pozdrav posluchačům Rádía Kroměříž od Veroniky Hartlyn, následuje její písnička Soulfriend

15:28 – znělka „hudební novinka Rádía Kroměříž“, hudba: Tomáš Klus – Jde Vozem

15:31 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, Rádio Kroměříž“, hudba: Toto – Arrica

15:34 – mluvené slovo – začíná vtipně „toto bylo Toto“, dále Leoš informuje o hudbě v příští hodině a dalších zajímavých informacích, na které se diváci mohou těšit

15:35 – rubrika „Filmový svět“ (uvedeno znělkou) – recenze na film 13 hodin: Tajní vojáci z Bengháží

15:36 – hudba: Gladiátor – Bonboniera, The Script – No Good In Goodbye

15:43 – znělka „Rádio Kroměříž a megahity 80. let“, hudba: The Clash – Should I Stay Or Should I Go

15:46 – reklama na kavárnu a restauraci Scéna

15:47 – hudba: X Ambassadors – Renegades

15:50 – mluvené slovo – po 16 hodině se podíváme, kdo slaví svátek a do kalendária, dozvíte se, kdo jsou to arboristé (v infoexpressu)

15:51 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, R. K.“, do prvních tónů hudby mluví moderátor o následujících písničkách a přeje posluchačům pohodové odpoledne, hudba: Dido – I'm No Angel, Lil' Kim & Mya & Christina Aguilera & Pink – Lady Marmalade

15:59 – „Rádio Kroměříž, počasí z našeho regionu“, znělka „infoexpress Rádía Kroměříž“ – výjimečně bez flash zpráv, moderátor rovnou začne rozšířenou zprávou o ozdravení památného stromu v Holešově arboristy (popíše, jak to prováděli), pokračuje zprávou o 1,5 miliardové dotaci na protipovodňová opatření a nakonec sportem (čeští fotbalisté dostanou nové dresy se speciálními technologiemi), znělka

16:02 – mluvené slovo – co posluchače čeká v příští hodině; svátek mají Apoleny, posluchači mohou nechat popřát svým blízkým přes mail [studio@radiokromeriz.cz](mailto:studio@radiokromeriz.cz); bude pořad s Evou Formánkovou; zazní hudba ...

16:04 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, R. K.“, do začátku písně Leoš připomene, že se bude přát ke svátkům a narozeninám a uvede interpreta Ivana Krále (krátké info o tom, kdo to je), hudba: Ivan Král – River Takes It All, INXS – Beautiful Girl

16:11 – „[www.radiokromeriz.cz](http://www.radiokromeriz.cz)“, hudba: Apocalyptica – Path

16:14 – mluvené slovo – výklad jména Apolena, zajímavé události a osobnosti spojené s 9. 2., věnování následující písně všem oslavencům

16:16 – hudba: U2 – With Or Without You, The Wanted – Walks Like Rihanna

16:23 – znělka „Rádio Kroměříž, jsme si blíží“, hudba: Hurts – Stay

16:27 – znělka „Rádio Kroměříž, jsme si blíží i na webu“ + odkaz, hudba: Chinaski – Láska a hvězdy

16:30 – rubrika „R. K. – Kam vyrazit“ (mluvené slovo) – výroba krmítek v Květné zahradě, Jiří Kadavý – klavírní recitál v kině Nadsklepí, program kina

16:32 – reklama (uvedená i zakončená znělkou) na optiku Fénix a na kromerizsko.info

16:33 – hudba: Lady Antebellum – Just A Kiss

16:36 – znělka „hrajeme megahity 90. let“, hudba: Mylene Farmer – Désenchantée

16:41 – znělka „že nevěříš?“, hudba: U2 – Stunck In A Moment You Can't Get Out Of

16:46 – reklama na Bowling bar Scéna Kroměříž

16:46 – rubrika „Naostři nůžky s Evou Formánkovou“ – o mytí vlasů, následuje znělka a odkaz na její web

16:48 – mluvené slovo – přání Evě Formánkové k narozeninám a věnování písničky, hudba: Bananarama – Venus

16:52 – znělka „nové rádio pro Kroměřížsko, R. K.“, hudba: čeká píseň, Roxette – Wish I Could Fly

17:02 – „R. K., počasí z našeho regionu“, mluvené slovo (Leoš) – uvedení programu další hodiny vysílání (pozvánka do světa techniky; výsledky ankety o tom, co řidičům nejvíc vadí; svět šoubyznysu)

17:04 – hudba: Lady Gaga Feat. R Kelly – Do What U Want

17:06 – znělka „jsme si blíží i na Facebooku“, hudba: Lionel Richie – Don't Stop The Music, Pavol Habera – Láska, necestuj tým vlakom

17:13 – rubrika „S Rádiem Kroměříž do světa techniky“ (s Leošem Slaměnou) – výsledky ankety mezi českými řidiči (co hodnotí, jako největší nebezpečí pro řidiče, jaké jsou návrhy na zlepšení bezpečnosti atd.)

17:15 – pozvánka na Ples sportovců

17:16 – znělka „Rádio Kroměříž, novinka právě teď“, hudba: Pink – Today’s The Day, Emeli Sandé – Next To Me

17:23 – znělka „jsme si blíž i na Facebooku“, hudba: Také That – Never Forget, Simon Webbe – No Worries

17:31 – znělka, reklama na restauraci a kavárnu Scéna

17:32 – hudba: Lady Antebellum – American Honey

17:35 – znělka „posloucháte megahity 80. let, Rádio Kroměříž“, hudba: Aerosmith – Crazy

17:41 – znělka „R. K.“, hudba: Red Hot Chilli Peppers – Under The Bridge

17:45 – rubrika „Šoubyznys na Rádiu Kroměříž“ – o tom, kdo získal pohár Superballu a jaké hvězdy na něm vystupovaly (co zpívali, prestiž – 100 milionů diváků po celém světě)

17:46 – hudba: Miroslav Žbirka + Magdalena Šalamounová – Tento Song, Florence & The Machine – Ship To Wreck

17:54 – znělka „posloucháte megahity milénia, právě teď na R. K.“, hudba: Naughty Boy Feat. Sam Smith – La La La, The Archies – Sugar Sugar

18:00 – „R. K., počasí z našeho regionu“, odpočítávání, „infoexpress“ – 3 flash zprávy, 3 rozšířené – havárie Peugeotu na Kroměřížsku (38-letý řidič, 1,5 promile alkoholu), autonehoda v Morkovicích – Fiat narazil do zaparkovaného Peugeotu, následně do plotu a do domu (řidič měl 2 promile alkoholu), sport – výsledky českých tenistů na Davis Cupu v Rotterdamu

18:02 – hudba: No Doubt – It’s My Life



## **Bibliografické údaje**

**Jméno autora:** Kristýna Daňková

**Obor:** Sociální a mediální komunikace

**Forma studia:** prezenční studium

**Název práce:** Vznik nového radia se zaměřením na vznik Radia Kroměříž

**Rok:** 2017

**Počet stran textu:** 81

**Celkový počet stran příloh:** 21

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 11

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 0

**Počet internetových zdrojů:** 5

**Vedoucí práce:** RNDr. Josef Musil, CSc.