

Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta

Bakalářská práce

**Televize Přerov jako produkční model  
současné regionální televizní  
společnosti**

Ivo Navrátil

Katedra divadelních a filmových studií  
Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Luboš Ptáček, Ph.D.  
Studijní program: Uměnovědná studia

Olomouc 2015

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Televize Přerov jako produkční model současné regionální televizní společnosti* vypracoval samostatně, pod vedením Mgr. Luboše Ptáčka, Ph.D., za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Datum            09. 04. 2015

Ivo Navrátil

Rád bych touto cestou vyjádřil poděkování panu *Mgr. Luboši Ptáčkovi, Ph.D.* za jeho cenné rady a trpělivost při vedení mé bakalářské práce. Rovněž bych chtěl poděkovat také všem ostatním, kteří se na mé práci jakýmkoliv způsobem podíleli, za jejich vstřícnost a pomoc při získání potřebných informací a podkladů.

Ivo Navrátil

**NÁZEV:**

Televize Přerov jako produkční model současné regionální televizní společnosti

**AUTOR:**

Ivo Navrátil

**KATEDRA:**

Katedra divadelních a filmových studií

**VEDOUcí PRÁCE:**

Mgr. Luboš Ptáček, Ph.D.

**ABSTRAKT:**

Televize Přerov jako hlavní médium zaujímá výsadní postavení v okrese Přerov a je i výrazným konkurentem ostatních televizních společností v Olomouckém kraji. Existuje již od roku 1994 a od této doby prošla významným posunem nejen v oblasti technického charakteru, ale hlavně ve změně v profesionálním přístupu k informacím. Tato práce se orientuje na vývoj konkrétní zpravodajské stanice a detailně popisuje současný chod televize lokálního charakteru. Cílem této bakalářské práce je předložit ucelený pohled na fungování regionální televizní společnosti a poukázat také na její technický rozvoj od počátku až do současnosti. Metodologie práce bude vycházet ze současných TV Studies, které jsou zaměřené na produkci a regionální studia.

**KLÍČOVÁ SLOVA:**

Televize Přerov, regionální televize, zpravodajství

**TITLE:**

Televize Přerov as a production model of current regional television company

**AUTHOR:**

Ivo Navrátil

**DEPARTMENT:**

The Department of Theatre and Film

**SUPERVISOR:**

Mgr. Luboš Ptáček, Ph.D.

**ABSTRACT:**

Televize Přerov as the main medium occupies a privileged position in the district Přerov and is also a strong competitor to other television companies in the Olomouc region. Has existed since 1994 and since then has undergone a significant shift not only in the field of technical nature, but mainly in the change in the professional access to information. This work focuses on the development of specific news stations and describes in detail the current running television local character. The aim of this work is to present a comprehensive view of the functioning of regional television company and also to show its technical development from the beginning to the present. The methodology will be based on the current TV Studies, which are aimed at producing a regional study.

**KEYWORDS:**

Televize Přerov, regional television, news

# Obsah

<i>Úvod</i> .....	7
<b>1. Teoretická východiska</b> .....	<b>12</b>
1.1. Zpravodajství .....	13
1.2. Televizní žánry.....	15
1.3. Kritéria výběru témat televizních příspěvků .....	18
<b>2. Metodologie</b> .....	<b>21</b>
2.1. Pracovní postupy .....	23
<b>3. Historie televizního vysílání a současný stav v oblasti regionálního televizního vysílání</b> .....	<b>25</b>
3.1. Historie televizního vysílání .....	25
3.2. Současný právní stav .....	26
3.3. Regionální zpravodajství ve vysílání celoplošných televizí .....	27
<b>4. Výběr regionální televizní společnosti</b> .....	<b>29</b>
4.1. Profil regionu .....	29
4.2. Konkurenční sdělovací prostředky .....	30
a) Regionální tiskoviny .....	30
b) Regionální rádia.....	31
c) Regionální televize.....	31
<b>5. Charakteristika televizní stanice TV Přerov</b> .....	<b>33</b>
5.1. Historie vysílání .....	33
5.2. Vlastnictví.....	36
5.3. Pokrytí .....	37
5.4. Zdroje příjmů .....	38
5.5. Sledovanost.....	39
5.6. Vysílací schéma .....	40
5.7. Současnost TV Přerov .....	42
5.8. Redakce .....	43
a) Redaktoři .....	43
b) Redakční práce .....	44
c) Využívané informační zdroje.....	45
d) Tvorba reportáže.....	46
e) Druhy redakční práce .....	46
5.9. Technické práce .....	48
a) Technické vybavení studia .....	48
b) Kameramanské práce .....	48
c) Stříhačské práce .....	49
<b>Závěr</b> .....	<b>51</b>
<b>Seznam použitých zdrojů</b> .....	<b>53</b>
Prameny .....	53
Literatura.....	54
Internetové zdroje .....	56
<b>Přílohy</b> .....	<b>60</b>
<b>Seznam grafů</b> .....	<b>73</b>
<b>Seznam obrázků</b> .....	<b>73</b>
<b>Seznam tabulek</b> .....	<b>73</b>

# Úvod

Hlavním cílem této bakalářské práce je podrobně popsat proces vzniku a zejména fungování regionální televizní společnosti Televize Přerov, s.r.o. Základním pilířem regionální televize je zpravodajství, proto se na něj zaměřím jako na dominantní prvek. U regionálního zpravodajství dochází k šíření informací místního významu sdělovacími prostředky, přičemž hodnota informace je z celospolečenského hlediska menší než u jiných zpráv. Regionální zpravodajství je většinou zacílené jen na úzkou skupinu obyvatel, kteří žijí na poměrně malém území. Proto jsem si pro svou bakalářskou práci vybral jednu z menších televizních stanic, která šíří informace přibližně do padesáti tisíců domácností a popsal jednak její historii, ale také současný stav, který by měl být obdobný jako u ostatních televizních společností regionálního charakteru.

Při výběru této instituce jsem vycházel z několika faktorů, mezi něž patřil rozsah vysílání, finanční zázemí a především důraz, který regionální televizní společnost přikládá zpravodajství. Důležitou roli při volbě sehrála i má znalost místních poměrů v regionu, z toho důvodu jsem se rozhodl pro lokální Televizi Přerov, s.r.o., která vysílá ve městě Přerov a v jeho přilehlých obcích.

V první části práce vymezuji základní termíny, které používám, a které se váží k televiznímu vysílání. Dále vysvětluji podle knihy Barbory Osvaldové<sup>1</sup>, co to vlastně znamená pojem zpravodajství. Ve své knize čtenáře seznamuje s pojmy zpravodajství, zpráva a věnuje se také stručné historii zpravodajství. Definuji zde také televizní žánry, jež se objevují ve zpravodajství, jak v regionální, tak i v celostátní televizi. Vycházím z publikace<sup>2</sup> Ľudovíta Labíka, který zpravodajství rozděluje do pěti skupin. V závěru této kapitoly ještě čerpám od Malcolma Malletta,<sup>3</sup> jenž se zde zaměřuje na kritéria, která doprovází volbu témat televizních příspěvků. Zejména se jedná o výběr těch zpravodajských námětů, jejichž důležitost a aktuálnost je upřednostněna před ostatními.

---

<sup>1</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

<sup>2</sup> LABÍK, Ľudovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2012. 64 s. ISBN 978-80-89439-34-8.

<sup>3</sup> MALLETTE, Malcolm F. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 1994. 161 s. ISBN 80-7106-045-3.

Ve druhé kapitole se zaměřuji na použitou metodologii mého bádání a pracovní postupy, které jsem používal při vyhodnocování dosažených výsledků.

Další část přináší pohled na historický kontext vzniku televizního vysílání v České republice. Zaměřuji se také na charakteristiku současného stavu v oblasti celostátního regionálního televizního vysílání, a to jak stavu právního, tak také na rozbor celorepublikových televizních společností, které nám přiblíží práci regionálního zpravodajství na celostátní úrovni. Tento rozbor je v práci záměrně přidružen, aby si čtenář mohl udělat přehled o regionálním vysílání v celorepublikových stanicích a porovnat je s jednotlivými lokálními televizemi.

Čtvrtý úsek zdůvodňuje samotný výběr televizní společnosti, a charakterizuje region, který je v mnoha směrech specifický, a který zároveň umožňuje snadný rozvoj regionálního zpravodajství. Důvodem je zejména jeho poloha, protože se nachází na střední Moravě, na železničním i silničním uzlu, který vede skrz město Přerov a vytváří mnoho zpravodajských témat. V této části se také zaměřuji na údaje o politickém rozložení sil ve městě Přerov. Dále zde přináším rámcový přehled konkurenčních sdělovacích prostředků, které v této oblasti působí.

Poslední část je zaměřena na základní přiblížení stanice Televize Přerov. Shrnuji zde historii vzniku televizní společnosti s největšími milníky až do současnosti. Dále se zabývám samotným fungováním televize, jejím vlastnictvím, zdroji příjmů, sledovaností, prací zaměstnanců a dalšími podstatnými body, které jsou důležité pro chod společnosti.

Bakalářská práce by měla přinést ucelenou charakteristiku vysílání Televize Přerov. Při procházení materiálů jsem objevil velmi málo studií<sup>4</sup>, které by se touto televizí nebo pouze současnou situací v oblasti lokálního a regionálního vysílání podrobněji zabývala, a ze které bych mohl čerpat některé podnětné informace, nebo se kterou bych mohl svá zjištění porovnávat. Navíc je téměř nemožné shromáždit údaje o regionálních či lokálních televizních stanicích z nějakých oficiálních zdrojů, například o sledovanosti z peplemetrů. Má bakalářská práce je tedy založena

---

<sup>4</sup> ŠVÁBOVÁ, Marcela. Projekt marketingové komunikace společnosti Kabelová televize Přerov a.s. Zlín, 2009. diplomová práce (Ing.). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky  
JURÁNOVÁ, Gabriela. Analýza využití barev v reklamě firmy Kabelová televize Přerov, a.s.. Zlín, 2009. bakalářská práce (Bc.). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky



především na empirických zkušenostech, analýzách přístupných dokumentů společnosti a znalostí a výpovědí zaměstnanců.

Zjistil jsem, že ani odborná literatura není studiu regionálních televizí nakloněna a v českém prostředí se tímto tématem příliš autorů nezabývá. K dispozici jsou nám knihy<sup>5</sup> nebo diplomové práce<sup>6</sup> zaměřené z různých úhlů pohledu spíše na veřejnoprávní Českou televizi. O problematiku televizního vysílání se na teoretické úrovni zabývají více zahraniční autoři jako Jane Chapmanová a Marie Kinseyová v knize *Broadcast Journalism: A Critical Introduction*<sup>7</sup> nebo podobná kniha od autorů Andrewa Boyda, Petera Stewarta a Raye Alexandra s názvem *Broadcast Journalism: Techniques of Radio & Television News*<sup>8</sup> či publikace Jeremyho Orlebara *Kniha o Televizi (The Television Handbook)*<sup>9</sup>. Tato zahraniční literatura pro nás může být určitým vodítkem, zejména co se týká získání teoretických a obecných informací o zpravodajství a také z ní částečně vycházím, ale jelikož jsou knihy zaměřené na britské zpravodajství, neposlouží podrobnější identifikaci českého lokálního zpravodajství. Markantní rozdíl mezi zahraničním a českým, navíc regionálním televizním prostředím, je natolik velký, že případné srovnání není možné. Obecné principy, které se v zahraničí příliš neliší, najít můžeme. Jedná se zejména o skladbu zpravodajství, moderátorské vstupy nebo aktuálnost daných informací. Odlišný je pak, hlavně počet diváků sledujících zpravodajství, a také územní záběr regionální televize, který nepřekračuje okres města, ve kterém působí.

V mé práci jsem proto vycházel hlavně z literatury od českých autorů. Jednou z nich je Barbora Osvaldová, která napsala několik knih o zpravodajství. Já

---

<sup>5</sup> PITTERMANN, Jiří. *(Prvních) 10 let České televize*. 1. vyd. Praha: Česká televize, 2002. 372 s.

<sup>6</sup> Příklady prací:

BITTNEROVÁ, Barbora. *Neverbální projevy reportérů v živých vstupech ve zpravodajství České televize a televize Nova*. Olomouc, 2014. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta

JÍROVCOVÁ, Vladimíra. *Česká televize - aktuální právní problémy*. Brno, 2014. Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA, Právnická fakulta.

POKORNÝ, Libor. *Události České televize – proměny veřejnoprávního zpravodajství v roce 2012*. Brno, 2014. Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA, Filozofická fakulta.

<sup>7</sup> CHAPMAN, Jane a Marie Kinsey. *Broadcast Journalism: A Critical Introduction*. 1. vyd. Oxon: Routledge, 2009. 288 s. ISBN 04-154-4155-2.

<sup>8</sup> BOYD, Andrew, Peter Stewart a Ray Alexander. *Broadcast Journalism: Techniques of Radio & Television News*. 2. vyd. Burlington: Focal Press, 2008. 400 s. ISBN 02-408-1024-4.

<sup>9</sup> ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o Televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. 213 s. ISBN 978-80-7331-246-6.

jsem pro své bádání používal knihy *Zpravodajství v médiích*<sup>10</sup> a také *Praktická encyklopedie žurnalistiky*<sup>11</sup>, které se zaměřují hlavně na pojmosloví a pomocí výstižných hesel seznamují s pojmy souvisejícími s celou širší žurnalistiky. Vycházel jsem také z knihy<sup>12</sup> Tomáše Trampoty, který rovněž jako Barbora Osvaldová působí na katedře žurnalistiky na pražské univerzitě. Ve své knize se nezabývá obecnými pojmy, ale věnuje se zde konkrétním tématikám zpravodajství, jako je produkce, vliv zpravodajství, kontext nebo účinnost zpráv, které používám i já ve své práci. Dále jsem používal knihu *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televizních žánrech*<sup>13</sup>, kterou napsal slovenský profesor Ľudovít Labík, působící na Univerzitě Tomáše Bati, a ze které uplatňuji zejména rozdělení televizních žánrů. Čerpal jsem i z názorů<sup>14</sup> Jana Hendla, který se zabývá metodami kvalitativního výzkumu.

Jako prameny, ke své bakalářské práci, jsem používal především veřejně dostupné dokumenty o Televizi Přerov - licenci k provozování<sup>15</sup>, dále výpis z obchodního rejstříku<sup>16</sup> a také statistické údaje z internetových stránek Rady pro rozhlasové a televizní vysílání<sup>17</sup> a Asociace televizních organizací<sup>18</sup>. Kromě toho, mi posloužily interní zdroje informací z popisované regionální společnosti Televize Přerov, které jsou uloženy v sídle instituce - výroční zprávy, cenové reklamní nabídky, reklamní smlouvy, scénáře vysílání. Pomohly mi rovněž odpovědi na mnou položené otázky zaměstnancům společnosti, které jsem později použil k doplňování nalezených informací o TV Přerov. Zjištění o nedostatku dostupných informací o Televizi Přerov, mne ještě více motivovalo k tomu, abych se pokusil

---

<sup>10</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

<sup>11</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, Jan Halada a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2002. 240 s. ISBN 807-27-7108-6.

<sup>12</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 807-36-7096-8.

<sup>13</sup> LABÍK, Ľudovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televizních žánrech*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2012. 64 s. ISBN 978-80-89439-34-8.

<sup>14</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s. ISBN 807-36-7040-2.

<sup>15</sup> Rozhodnutí o udělení licence TV Přerov. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [online]. 21.12.2010 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2026421.pdf>

<sup>16</sup> Viz. příloha č. 1 – Úplný výpis z obchodního rejstříku

<sup>17</sup> *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [online]. [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/>

<sup>18</sup> *ATO: Asociace televizních organizací*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/>

předložit komplexní pohled na televizní studio, které bude zahrnovat tyto tři stěžejní aspekty: proces vzniku televize, její vývoj a také její současné fungování.

# 1. Teoretická východiska

Pro jednodušší orientaci v bakalářské práci, jsem zde zařadil teoretický kontext, který k danému tématu patří. V následujících odstavcích se proto budu věnovat základním pojmům, které s televizí souvisí, dále obecnému zpravodajství a také jednotlivým televizním žánrům.

V oblasti televizního vysílání se často objevují některé odborné termíny, jež mají své ustálené vymezení. Analogové vysílání byl historicky původní způsob šíření televizního a rozhlasového signálu. Obraz i zvuk byly přenášeny pomocí elektromagnetického vlnění. Informace o barvách a zvuku se vytvářela modulací analogového signálu. Každá televizní nebo rozhlasová frekvence tak nesla signál jedné stanice. Analogové vysílání bylo postupně nahrazováno digitálním vysíláním. V České republice se v roce 2008 spustilo vysílání digitální a definitivní konec analogu, takzvaná analogová tma, nastal ke konci roku 2011.<sup>19</sup> Na rozdíl od něj jsou v digitálním vysílání programy v reálném čase převáděny do datového toku a společně komprimovány, což umožňuje daleko lepší využití frekvenčního spektra. Prakticky to znamená, že na jednom kanále místo jedné televizní stanice vysílá takzvaný multiplex, který může obsahovat hned několik televizních stanic a doplňkových služeb, ke kterým patří zejména EPG<sup>20</sup>, superteletext, popřípadě další interaktivní služby (e-mail, internet, jednoduchá hry, on-line nákupy, hlasování). V současnosti je na celém území České republiky provozováno z největší části pouze digitální televizní vysílání a to lze rozdělit podle způsobů šíření signálu na tři základní skupiny: pozemní (DVB-T), satelitní (DVB-S) a kabelové (DVB-C). Nejrozšířenější šíření signálu je pomocí pozemních vysílačů. Podle rozlohy území pokrytého signálem se rozdělují televizní společnosti na celoplošné, regionální a lokální.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Analogové vysílání. *MediaGuru: reklama, marketing a média očima Gurua*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/analogove-vysilani/>

<sup>20</sup> EPG - Electronic Program Guide (Elektronický programový průvodce)

<sup>21</sup> Vše, co jste chtěli vědět o digitální TV a báli jste se zeptat. *iDNES.cz: Technet.cz*. [online]. 23.10.2008 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: [http://technet.idnes.cz/vse-co-jste-chteli-vedet-o-digitalni-tv-a-bali-jste-se-zeptat-p4r-/digitv.aspx?c=A081008\\_103811\\_digitv\\_vse](http://technet.idnes.cz/vse-co-jste-chteli-vedet-o-digitalni-tv-a-bali-jste-se-zeptat-p4r-/digitv.aspx?c=A081008_103811_digitv_vse)

Celoplošné televizní stanice jsou v současné době vysílány na třech Multiplexech (1<sup>22</sup>, 2<sup>23</sup>, 3<sup>24</sup>):

MULTIPLEX 1	MULTIPLEX 2	MULTIPLEX 3
ČT 1	BARRANDOV TV	ACTIVE TV
ČT 2	NOVA	ČT :D / ČT ART
ČT 24	NOVA CINEMA	ÓČKO
ČT SPORT	PRIMA	ÓČKO GOLD
	PRIMA COOL	PRIMA LOVE
		PRIMA ZOOM
		ŠLÁGR TV

Tab. č. 1: Tři skupiny celoplošného digitálního vysílání  
(Zdroj: <http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html>)

Signál celoplošných stanic pokrývá více než 99 % území České republiky. Mezi regionální televize se řadí několik desítek společností a ty obsluhují oblast zhruba velikosti okresu až kraje. Naproti tomu lokální televizní vysílání se vysílá na území o velikosti města až okresu.<sup>25</sup>

## 1.1. Zpravodajství

Barbora Osvaldová píše ve své knize *Zpravodajství v médiích* o tom, že zpravodajství je zároveň vědomá novinářská činnost, ale i konkrétní, viditelný a slyšitelný výsledek této aktivity. Termín označuje, nejen fázi samotného hledání a sběru informací, ale také jejich výběr a pozdější sdělování prostřednictvím

<sup>22</sup> Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z:

<http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html#!/mux1>

<sup>23</sup> Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z:

<http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html#!/mux2>

<sup>24</sup> Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z:

<http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html#!/mux3>

<sup>25</sup> Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání*. [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z:

<http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html>

specifických žurnalistických projevů. Ve své knize také píše, že tento pojem má i další významy. Označuje se tak například i oddíl novinových deníků, který má za úkol čtenáře informovat nebo audiovizuální relace v médiích.<sup>26</sup> Pojem zpravodajství je v této práci používán většinou ve významu televizní relace. Hlavním posláním mediálních subjektů je sdělovat společnosti aktuální fakta a uplynulé události z domova i ze zahraničí. Zprávy jsou pro svou předpokládanou důležitost a užitečnost považovány za významný atribut médií, někdy dokonce i za jednu ze společenských funkcí komunikace.<sup>27</sup>

Tahle funkce je určena pro novináře, kteří potřebné informace vyhledávají, poté shromážďují a nakonec interpretují a předávají veřejnosti. Veškerá média tak nepochybně ovlivňují tvorbu veřejného smýšlení. Je totiž zcela na nich, o čem a jakým způsobem budou veřejnost informovat. Barbora Osvaldová ve své knize také píše, že zpravodajství v přístupu novinářů má být pokud možno přesné, pravdivé, vyvážené, objektivní a poctivé jak při samotném výběru, tak při zformování a následné prezentaci. Dále také musí být nestranné, ověřené alespoň ze dvou nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a pochopitelné pro všechny.<sup>28</sup> Tato formulace Barbory Osvaldové, ale v současné době již není tolik aktuální a odpovídá konzervativnímu zpravodajství, které je v dnešní době na ústupu a do popředí se dostává zpravodajství spíše zábavně a bulvárně orientované.

Schéma zpravodajství je tvořeno takzvaným pravidlem obrácené pyramidy. Řazení informací ve zprávě se děje na základě důležitosti a významnosti, nikoliv chronologicky. Divák tudíž hned v úvodu reportáže získává zásadní fakta, která jsou postupně doplňována o další informace. Podle stejného principu se řadí i jednotlivé příspěvky v rámci celých televizních zpráv. Zpravodajské pořady vycházejí z určitých zákonitostí, kdy jsou jednotlivé zprávy za sebou řazeny podle relevance, po nich následují kulturní a sportovní příspěvky a případně další potřebné sdělení, jako předpověď počasí nebo informace o dopravní situaci.<sup>29</sup>

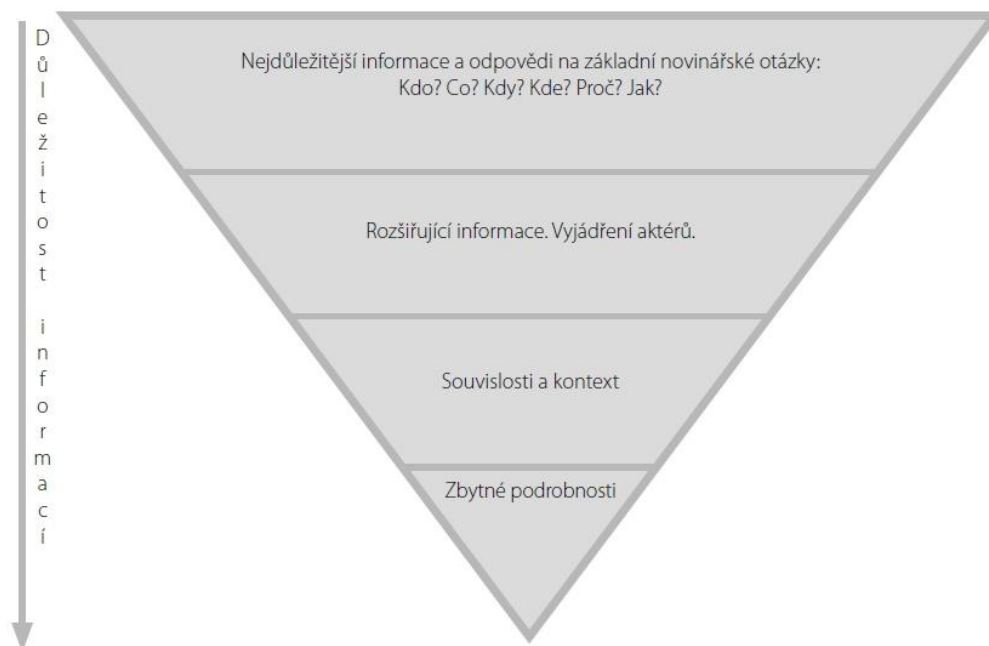
---

<sup>26</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 144 s., s. 21. ISBN 978-80-246-1899-9.

<sup>27</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 191 s., s. 143 ISBN 807-36-7096-8.

<sup>28</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 144 s., s. 21. ISBN 978-80-246-1899-9.

<sup>29</sup> TOMANDL, Jan. *Žurnalistika. Jak oslovit média*. [online]. 16.3.2012 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: <http://jakoslovitmedia.cz/category/zurnalistika-2/>



Obr. č. 1: Obrácená pyramida  
(Zdroj: <https://jakoslovitmedia.files.wordpress.com/2012/03/pyramida1.jpg>)

## 1.2. Televizní žánry

V této kapitole čerpám z knihy<sup>30</sup> Ľudovíta Labíka, jehož východiskem zkoumání jsou pravidla moderní filmové řeči v knihách Syda Fielda<sup>31</sup> a Davida Bordwella<sup>32</sup>. Definice slovního spojení televizní žánr se dá definovat jako propojení audio a vizuální složky podle předem určených pravidel charakteristických pro určitý druh televizního vyjádření. Divák by měl na základě audiovizuální informace okamžitě pochopit, co mu chce daný pořad sdělit a kam tím míří. Přidělení určitého žánru mu napomáhá k identifikaci, začlenění a objasnění televizního pořadu odrážející dění kolem nás. Žánry se stejnou interpretací vždy vykazují společné rysy. Jedná se o podobnou kompozici, námět či formální znaky. Jejich skupina je

<sup>30</sup> LABÍK, Ľudovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2012. 64 s. ISBN 978-80-89439-34-8.

<sup>31</sup> FIELD, Syd. *Jak napsat dobrý scénář: Základy scénáristiky*. 1. vyd. Praha: Rybka Publishers, 2007. 280 s. ISBN 80-87067-65-7.

<sup>32</sup> BORDWELL, David a Kristin Thompson. *Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2011. 690 s. ISBN 978-80-7331-217-6.

poměrně široká. Každý si z rozsáhlé nabídky těchto televizních žánrů vybere takový, který ho nejvíce oslovuje a naplňuje jeho zájmové představy.

Velké množství ze skupiny jednoho z televizních žánrů zasahuje do druhého a dochází k prolínání, a míchání jednotlivých žánrových produktů. Přesné jednoznačné rozdělení tudíž není s ohledem na diváka vždy možné. Lze je však členit z několika hledisek. Podle slovenského profesora Ľudovíta Labíka je jedním z možných řešení následující dělení:<sup>33</sup>

- 1) Skupina zpravodajských žánrů s dominantní informativně-poznávací funkcí
- 2) Skupina publicistických žánrů s dominantní analyticko-vysvětlující funkcí
- 3) Skupina dokumentárních žánrů
- 4) Skupina naučných žánrů
- 5) Skupina zábavných žánrů

Jednotlivým skupinám žánrů se následně budu věnovat a shrnu ty nejdůležitější a nejčastější druhy, které se dotýkají i regionální televize. Do skupiny zpravodajských žánrů s dominantní informativně-poznávací funkcí se řadí fakta s projevem mluveným nebo psaným, dále zde patří pohyblivý či statický obraz. Do této kategorie náleží například televizní zpráva, která může být čtená, obrazová nebo kombinací obojího. Televizní zpráva je nejkratší žurnalistický útvar. Jejím základem je nějaká uplynulá událost. Divák při ní dostává odpovědi na základní žurnalistické otázky: Kdy? Kde? Co? Kdo? Jak? a Proč? Čtená zpráva je základní formou zprávy. Jedná se o krátkou a výstižnou zprávu, jejímž zdrojem bývají nejčastěji tiskové agentury. Obrazová zpráva představuje čtenou zprávu doplněnou o statickou<sup>34</sup> nebo pohyblivou obrazovou složku, která se k danému sdělení váže. V návaznosti na vývoj technického vybavení televizních studií, se statická obrazová složka stává nejčastějším druhem zprávy. Umožnilo to vkládání libovolného pozadí na takzvaný bluescreen<sup>35</sup>. Specifikum zpravodajství v televizi, je v unikátní možnosti jeho dvojí interpretace k divákovi, a to pomocí zvuku a zároveň pomocí obrazu, takzvaná audiovizuální podoba. Tohle propojení umožňuje příjemcům

---

<sup>33</sup> LABÍK, Ľudovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2012. 64 s., s. 15. ISBN 978-80-89439-34-8.

<sup>34</sup> Statickým obrazem je myšlena fotografie, kresba, graf, písmo či počítačová animace.

<sup>35</sup> Jedná se o obrazové klíčování na modrou stěnu za moderátora.



jednodušší vnímání a také následné pochopení mediálního obsahu. Většinou se k obrazu připojuje sdělení moderátora, přímé výpovědi respondentů nebo vstup samotného redaktora. Dalším velice rozšířeným televizním žánrem je anketa. Označuje nesystematický průzkum, obvykle v malé skupině respondentů, kteří nesplňují statistická kritéria. Redaktor ji provádí v terénu na náhodně vybraných kolemjdoucích respondentech.<sup>36</sup>

Další skupinou televizních žánrů podle Labíka jsou publicistické žánry, které také zachycují aktuální dění stejně jako zpravodajství. Charakteristikou tohoto žurnalistického odvětví je funkce přesvědčovací, hodnotící a získávací. Na rozdíl od zpravodajství, které prezentuje recipientovi aktuální události bez zaujetí a ovlivnění autora, publicistika hledá souvislosti a předkládá nejrůznější názory s komentáři a stanovisky. Rozdíl mezi nimi je v tom, že publicistické příspěvky v regionálních zpravodajských relacích jsou nejčastěji vysílány jako tematicky orientované bloky reportáží. Autor v nich popisuje objektivní skutečnost, kterou obohatí o svůj vlastní subjektivní prožitek. Rozdíly mezi publicistikou a zpravodajstvím jsou zjevné již na první pohled a nejedná se pouze o obsahovou stránku, ale také o tu formální.<sup>37</sup> Publicistické reportáže mají hlavně náměty sociální, naučné, cestopisné, dále jsou zaměřené na zdraví či nějakým způsobem ovlivňují regionální oblast dané televizní společnosti.<sup>38</sup>

Za velice věrohodné a pravdivé televizní pořady jsou veřejností považovány dokumenty. Dokumentují a zaznamenávají některá reálná hlediska života, a také se snaží dosáhnout určité formy pravdy daného tématu.<sup>39</sup> Zvuky i obrazy, které se v dokumentárních filmech objevují, se týkají skutečného světa a nejsou nijak zkresleny nebo upravovány. Dokumentární tvorbu můžeme rozdělit do několika skupin podle ústředního tématu, kterému se věnují. Jedná se o stylizovaný dokumentární film (například portrétní dokument, přírodopisný dokument nebo

---

<sup>36</sup> LABÍK, Ľudovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2012. 64 s., s. 35-36. ISBN 978-80-89439-34-8.

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 37.

<sup>38</sup> OSVALDOVÁ, Barbora, Jan Halada a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2002. 240 s. ISBN 807-27-7108-6.

<sup>39</sup> ORLEBAR, Jeremy. *Knihy o Televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. 213 s., s. 82-83. ISBN 978-80-7331-246-6.

cestovatelský dokument)<sup>40</sup>, druhou skupinou je časosběrný dokument, natáčení často trvá až několik let. Další skupina označuje naučné žánry. Ty mohou být zaměřené například na zdraví, motorismus, vaření nebo životní styl, dále sem také patří populárně vědecké pořady, televizní přednášky a různé televizní kurzy. Všechny naučné žánry mají za úkol vzdělávat obyvatelstvo a to prostřednictvím nových poznatků.<sup>41</sup>

Poslední skupina zábavných žánrů se v regionálních televizích téměř nevyskytuje. Je to dáno hlavně drahou a na prostor a techniku náročnou záležitostí. Patří sem například vědomostní soutěže, televizní seriály, sitkomy, ale také sportovní přenosy, či přímé politické debaty. Živé vysílání je u diváků velmi oblíbené, protože jim ukazuje dění před kamerou v reálném čase, minutu po minutě, z pohodlí domova. Přímé přenosy se v některých regionálních televizích objevují, a to zejména když jde o přenos zasedání městského zastupitelstva, či různé předvolební politické debaty, zřídka je to sportovní utkání. Jejich provoz a organizace je však příliš finančně a profesně náročná.

### 1.3. Kritéria výběru témat televizních příspěvků

Bakalářská práce se věnuje regionálnímu televiznímu vysílání, které lze definovat podle výroku Jane Chapmanové jako zacílené na populaci žijící na konkrétním území v rozsahu od menších čtvrtí čítajících několik set či tisíc domácností až po významné městské metropole s milionem a více obyvatel.<sup>42</sup> Tomuto kritériu odpovídá nejen výběr témat, ale také celková kompozice zpravodajské relace. Cílem zpravodajských pořadů, podle Malcolma Malletta, obvykle bývá poskytnutí co možná nejširšího pohledu na denní zprávy, přičemž se předkládá souhrn těch nejdůležitějších událostí z celého dne. Pro rozšíření záběru a

---

<sup>40</sup> LABÍK, Ľudovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2012. 64 s., s. 41. ISBN 978-80-89439-34-8.

<sup>41</sup> Tamtéž, s. 49-55.

<sup>42</sup> CHAPMAN, Jane a Marie Kinsey. *Broadcast Journalism: A Critical Introduction*. 1. vyd. Oxon: Routledge, 2009. 288 s., s. 40. ISBN 04-154-4155-2. „local services defined as any targeted at geographical communities ranging from a neighbourhood of a few hundred or thousand households to a major metropolitan area with a million or more inhabitants“.

zpestření příspěvků mohou být do pořadu zařazeny také některé kratší zprávy. Délka zpravodajství se pohybuje v rozmezí od deseti do třiceti minut.<sup>43</sup> Takto veřejně přednášeným informacím se ve společnosti jednoznačně přikládá větší a zásadnější význam. Také se předpokládá, že média budou přednášet pravdivá a důležitá sdělení. Podle sociologa Tomáše Trampoty se zprávy pro svůj předpokládaný vztah k realitě často považují za relativně věrohodné a spolehlivé informace o lidech, společnosti a celém světě. Tato spolehlivost se opírá o představu, že média vskutku nabízejí to, co je důležité, významné a pro příjemce relevantní.<sup>44</sup>

Nejmocnějším médiem masové kultury je jednoznačně televizní zpravodajství. Z toho důvodu hraje výběr námětů, kterými se budou redaktori zabývat, mimořádně důležitou roli. Jedná se především o rozhodování, zda dovolit, aby konkrétní zpráva prošla kontrolou zpravodajského média dále do zpravodajství a k veřejnosti.<sup>45</sup> Podle McQuaila ovlivňují tři hlavní faktory tematickou selekci. Jedná se o lidi, místo a čas. Jak Malcolm Mallette píše, ve své *Příručce pro novináře střední a východní Evropy*, v jedné zemi neexistují dvě totožné geografické oblasti z hlediska zpravodajských priorit. Každé teritorium se proto bude zaměřovat na určitý druh sdělení podle vlastní polohy a charakteru. Věrnost posluchačů a diváků určité stanici vzniká tehdy, jestliže stanice vysílá skutečně regionální zpravodajství z jejich okolí.<sup>46</sup> Tohle zjištění lze uplatnit i v případě konkrétních lokálních televizí. Veřejnost si vybírá, které zprávy chce vidět a slyšet. Z toho důvodu závisí kladný výsledek úspěšného programu hlavně na schopnostech režiséra, který má za úkol vybrat přesně ty zprávy, které jsou diváckou skupinou požadovány. Zpráva musí obsahovat důležitost, blízkost, relevance, lidský zájem a neotřelost, to vše jsou příznaky, které vstupují do komplikované rovnice výběru zpráv.<sup>47</sup> Informace o počasí jsou také velmi důležitým prvkem v oblasti lokálního

---

<sup>43</sup> MALLETT, Malcolm F. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 1994. 161 s., s. 98-99. ISBN 80-7106-045-3.

<sup>44</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 807-36-7096-8.

<sup>45</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. 432 s., s. 241. ISBN 807-17-8200-9.

<sup>46</sup> MALLETT, Malcolm F. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 1994. 161 s., s. 11. ISBN 80-7106-045-3.

<sup>47</sup> Tamtéž, s. 103.

zpravodajství. Proto televizní stanice poskytují četné finanční prostředky na zajištění vysoce kvalitních a hlavně pravdivých zpráv o předpovědi počasí.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> MALLETT, Malcolm F. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 1994. 161 s., s. 11. ISBN 80-7106-045-3.

## 2. Metodologie

Jak jsem již zmiňoval v úvodu mé bakalářské práce, cílem je seznámit čtenáře, pomocí studie zaměřené na konkrétní přerovskou televizní společnost Televize Přerov s.r.o., s regionálním trhem televizního vysílání v České republice.

K podrobnému předložení relevantních informací o televizní společnosti musím nejprve ony informace shromáždit a následně vyhodnotit. Konkrétní metodologie bude odvozena ze zásad kvalitativního výzkumu, jak je vymezuje Jan Hendl, který je naším předním odborníkem v oblasti metodologie vědy a píše ve své knize *Kvalitativní výzkum*, že výzkum znamená proces vytváření nových poznatků. Jedná se o systematickou a pečlivě naplánovanou činnost, která je vedena snahou zodpovědět kladené výzkumné otázky a přispět k rozvoji daného oboru.<sup>49</sup> Já jsem mnou vymyšlené otázky<sup>50</sup> předkládal nadřízeným pracovníkům v Televizi Přerov tak, aby mi jejich odpovědi pokud možno dopomohly k vytvoření nových zjištění o této společnosti a já mohl získat ucelenější přehled o celém fungování instituce. I když se bude jednat jen o lokální zaměření, tak i přesto je mou snahou předložit čtenáři získaná data, která pomohou k navýšení teoretických informací a samotných prací se zaměřením na regionální televizní média a lepší orientaci v těchto lokálních médiích jako je Televize Přerov. Výzkum má přispět k porozumění problémů a přinést nové poznatky. To předpokládá kromě jiného důkladnou znalost stavu poznání v dané oblasti.<sup>51</sup>

Vzhledem k tomu, že již téměř jeden rok pracuji v regionální televizi Přerov a dokonale se tedy orientuji v daném prostředí, tak jsem zvolil formu kvalitativního výzkumu. „To je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“<sup>52</sup> Tento druh výzkumu bývá vnímán spíše jako subjektivní. Zaměřuje se hlavně na dílčí segmenty

---

<sup>49</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s., s. 30. ISBN 807-36-7040-2.

<sup>50</sup> Viz. příloha č. 2 – Pokládané otázky v hloubkových rozhovorech o Televizi Přerov.

<sup>51</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s., s. 41. ISBN 807-36-7040-2.

<sup>52</sup> Tamtéž, s. 50.

určitého sociálního fenoménu, přináší velmi cenné a důležité poznatky a také porozumí danému problému pomocí vlastního studia určité situace. Díky této orientaci získáme detailní popis jednotlivých specifických případů. Při sběru dat jsem vycházel z pozorování okolí, neboť jsem ho prováděl při svém působení v televizní společnosti. V bakalářské práci využívám svých zkušeností a poznatků, které jsem nabyl při své práci. „Kvalitativní výzkum se provádí pomocí delšího a intenzivního kontaktu s terénem nebo situací jedince či skupiny jedinců. Tyto situace jsou obvykle banální nebo normální, reflektující každodennost jedinců, skupin, společností nebo organizací.“<sup>53</sup>

Odbornou reflexi o určitém fungování jakékoliv společnosti v jejím původním prostředí nám nabízí strategie případové studie. „Popisný výzkum dává obraz specifických podrobností situace, jevu nebo vztahů. Deskriptivní a průzkumové bádání mají mnohé znaky společné a mnohdy splývají. Popisné zkoumání vystihuje jevy a soustředí se na otázky: kdo, jak a kolik. Používá techniky jako statistické šetření, terénní pozorování a případová studie.“<sup>54</sup> Výhoda případové studie spočívá v důkladném poznání a prozkoumání společnosti TV Přerov, nevýhodou ovšem je omezené zobecnění dosažených výsledků. I přesto je mým cílem detailně popsat vztahy a procesy, které se zde odehrávají. Vybraná společnost totiž reprezentuje konkrétní typ lokálního mediálního subjektu a přes veškerou konkrétnost se dá pomocí výzkumů z mé práce dojít k zobecněným předpokladům o televizní společnosti.

„Indukce vychází z poznatku, že pozorování představitelů dané jevové kategorie se vyznačují jistou vlastností. Z toho se vysuzuje, že tuto vlastnost budou mít také její další instance. Jinými slovy – z pravidelnosti zkoumaných událostí odvozujeme obecné pravidlo o určité pravidelnosti platné pro další události na jiném místě nebo v jiném čase. Indukce se v empirickém výzkumu používá k převedení pravidelností v datovém materiálu do obecného pravidla.“<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s., s. 51. ISBN 807-36-7040-2.

<sup>54</sup> Tamtéž, s. 38.

<sup>55</sup> Tamtéž, s. 36.

## 2.1. Pracovní postupy

Jako kameraman jsem zaměstnán ve společnosti Televize Přerov, s.r.o. necelý rok a díky tomu se míra mého ztotožnění s výzkumem přiblížila k maximu. Jelikož v organizaci stále pracuji, mám veškerý přehled o současném fungování a stavu. „Negativem kvalitativního výzkumu je, že jeho výsledky představují sbírku subjektivních dojmů. Pro jeho flexibilní a nestructurovaný profil ho lze - na rozdíl od kvantitativního výzkumu – těžko replikovat. Protože pracuje s omezeným počtem jedinců a obvykle na jednom místě, vznikají také obtíže se zobecňováním výsledků. Někdy se kvalitativnímu výzkumu vytýká jeho neprůhlednost a malá transparentnost. Například ne vždy je z výzkumné zprávy zřetelné, jak se vybírali jedinci pro rozhovor nebo pozorování.“<sup>56</sup>

V práci jsem kromě osobních zkušeností vycházel hlavně z analýzy veřejných dokumentů, jakými jsou výroční zprávy, výpis z obchodního rejstříku<sup>57</sup>, informace z médií a informační materiály společnosti. Dále sem patří záznamy odvysílaných *Přerovských Aktualit* umístěné na internetových stránkách a také podrobné rozhovory se zaměstnanci. Abych dosáhnul větší informovanosti a hloubkovému prozkoumání Televize Přerov, vedl jsem je s jednatelem společnosti Ing. Vladimírem Pospíšilíkem, šéfredaktorkou Mgr. Editou Hausnerovou a hlavním technikem studia Ing. Petrem Ludíkem. Všichni tři stáli u založení společnosti a setrvali v ní až do současnosti. Navíc stojí na nejvyšších pozicích v jednotlivých sekcích, a proto mají nejkompaktnější přehled o historii a vývoji společnosti a také o jejím současném stavu. Jednalo se čistě o tzv. účelový výběr. Ten je založený pouze na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno a o tom, co je možné pozorovat.<sup>58</sup>

Při získávání materiálů jsem největší důraz kladl právě na čerpání z dostupných veřejných informací a také z důkladných a podrobných rozhovorů, abych předešel případnému subjektivizmu. Svými zkušenostmi jsem se nechal pouze inspirovat při sestavování osnovy otázek. Ty jsem měl připraveny předem,

---

<sup>56</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s., s. 53. ISBN 807-36-7040-2.

<sup>57</sup> Viz. příloha č. 1 – Úplný výpis z obchodního rejstříku.

<sup>58</sup> DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum. 2002. 374 s., s. 112.

ale zohlednil jsem v nich několik kritérií. Zaměřoval jsem se zejména na účelnost otázek a jejich nezbytnost v mé práci, a také jak velkou měrou je studie pro respondenta jasná a pochopitelná. Dalším kritériem byla i oprávněnost tazatele, co nejpřesněji a hlavně správně na danou otázku odpovědět. Tuhle informaci jsem si během rozhovorů několikrát zkontroloval na jiných respondentech či ve veřejně přístupných dokumentech. Otázky byly poskládány v chronologickém sledu a dialogům jsem často nechával volný průběh, což mi dopomohlo k získání mnoha dalších cenných informací. Přesné znění všech otázek jsem přiložil v příloze.<sup>59</sup>

Pomocí uvedených způsobů zkoumání jsem se snažil zajistit, co nejpřesnější informace o vývoji a fungování společnosti Televize Přerov. Zpráva o kvalitativním výzkumu obsahuje podrobný popis místa zkoumání, rozsáhlé citace z rozhovorů a poznámek, jež si výzkumník dělal při práci v terénu.<sup>60</sup> Aby nedošlo k náhodnému zkreslení uvedených dat, co nejspolehlivěji jsem se věnoval popisu dané organizace. Všechny získané informace z hloubkových rozhovorů, o historii a současnosti televize, jsem věrně kontroloval prostřednictvím oficiálních pramenů, a to pracovních smluv, výpisů z obchodního rejstříku a dalších materiálů.

V následujících kapitolách se již budu zabývat pouze společností Televize Přerov. Ze zjištěných odpovědí na položené otázky respondentům a spolu s informacemi z výročních zpráv, které poslouží jako kontrola výpovědí, nejprve podrobně popíši dvacetiletou historii Televize Přerov. Následně opět na základě provedeného kvalitativního výzkumu a dokumentů společnosti budu charakterizovat chod jednotlivých oddělení ve společnosti, s detailním popisem jejich funkčností a technického zázemí.

---

<sup>59</sup> Viz. příloha č. 2 – Pokládání otázek v hloubkových rozhovorech o Televizi Přerov.

<sup>60</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s., s. 50-51. ISBN 807-36-7040-2.



## 3. Historie televizního vysílání a současný stav v oblasti regionálního televizního vysílání

### 3.1. Historie televizního vysílání

Televizní vysílání v České republice vzniklo v roce 1953. Téměř po 40 let bylo provozováno pouze centrální Československou televizí (dnes Česká televize<sup>61</sup>), která měla studia v Praze, Brně, Ostravě a také v Bratislavě a Košicích. Nejdříve vysílala na jednom programu, později vznikl i program druhý.<sup>62</sup> Po roce 1989 však došlo k výrazným změnám nejen v české společnosti, ale i v celém televizním vysílání. Začaly vznikat nové celostátní stanice, mezi prvními v roce 1993 FTV Premiéra (dnes FTV Prima<sup>63</sup>) a o rok později TV Nova<sup>64</sup>. V současnosti jsou schopny připravit televizní program i menší privátní společnosti, které často nečítají více než pět stálých pracovníků. Technické vybavení pro výrobu zpravodajství je nyní přístupné širokému okruhu veřejnosti a firmám a pro samotné vysílání musí pouze nutně získat licenci od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále už jen RRTV)<sup>65</sup>, která je volena parlamentem. V současné době je na území České republiky na tři stovky udělených licencí. Stav v této oblasti je značně nepřehledný, často se mění a jediné dostupné a ucelené informace může poskytnout pouze RRTV, která shromažďuje veškeré údaje o televizních společnostech.<sup>66</sup>

Historie regionální televize nemá příliš dlouhého trvání. Vzhledem k okolnostem předchozího komunistického režimu je pochopitelné, že regionální vysílání se začalo rozvíjet až po roce 1989. Po Sametové revoluci se naskytl nové

---

<sup>61</sup> Česká televize. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz>

<sup>62</sup> Prehistorie – Československá televize do roku 1992. Česká televize: Vše o ČT. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/>

<sup>63</sup> FTV Prima. [online]. © 2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/>

<sup>64</sup> Nova.cz: Oficiální stránky TV Nova. [online]. 2012 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://tv.nova.cz/>

<sup>65</sup> RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. [online]. [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/>

<sup>66</sup> Provozovatelé televizního vysílání šířeného prostřednictvím kabelových systémů. RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. [online]. 30.3.2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: [http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/seznamy-provozovatelu/list\\_cable\\_tv.htm](http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/seznamy-provozovatelu/list_cable_tv.htm)

možnosti a lidé mohli začít svobodně podnikat a také se svobodně vyjadřovat. V této době začal také rozvoj kabelových televizí. První budování kabelových sítí započalo na počátku 90. let minulého století na městských sídlištích, jež skýtala ideální podmínky, díky velké koncentraci obyvatel na jednom místě. K tomu posloužily společné televizní antény a kabelové rozvody. První městská kabelová televize u nás byla založena roku 1991 a postarala se o to společnost Kabel Plus z Opavy. Tehdy ji mělo zaregistrovanou okolo 3400 domácností.<sup>67</sup>

Televizní zpravodajství mělo vždy velkou výhodu ve srovnání s jinými druhy sdělovacích prostředků. Pouze televize totiž dokáže již od počátku přenášet věrně obraz i zvuk z událostí, které se ve společnosti každý den odehrávají, a to dává informacím punc pravdivosti a věrohodnosti. Zpráva, jež se objeví na obrazovce je veřejností vnímána téměř jako oficiální a ničím nezpochybnitelná. Vliv televizního zpravodajství na společnost je obrovský.

### 3.2. Současný právní stav

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání za regionální televizi považuje takovou, která ve vymezené územní oblasti obsluhuje více než 1 % a méně než 70 % obyvatel České republiky.<sup>68</sup> Provozovatelem televizního vysílání musí být fyzická nebo právnická osoba, která sestavuje vysílací program, obsluhuje služby související s programem, určuje způsob organizace televizního vysílání a má za toto vysílání redakční zodpovědnost.<sup>69</sup>

Toto ustanovení ošetřuje Zákon č. 231/2001 Sb. § 2 ze dne 17. května 2001, o provozování rozhlasového a televizního vysílání. V předchozím znění Zákona č. 468/1991 Sb. ze dne 30. října 1991, o rozhlasovém a televizním vysílání se nevyskytovaly pojmy jako regionální program nebo regionální vysílání. Pro dřívější

---

<sup>67</sup> Kabel Plus. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001-2013 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Kabel\\_Plus](http://cs.wikipedia.org/wiki/Kabel_Plus)

<sup>68</sup> Přesný počet se odvíjí podle údajů z posledního sčítání lidu.

<sup>69</sup> 231/2001 Sb. ZÁKON o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [online]. 17.5.2001 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

teritoriálně vymezené televizní vysílání zákon používal označení lokální program, který byl definovaný jako program vytvářený v místně omezené oblasti a pro tuto oblast určený.<sup>70</sup>

### 3.3. Regionální zpravodajství ve vysílání celoplošných televizí

Pro lepší orientaci v regionálním zpravodajství jsem v následující kapitole uvedl největší české celostátní stanice, které se také zabývají regionálním vysíláním a na svých programech vysílají zprávy z daných regionů. I když je jejich vysílání každodenní, tak jsou zprávy méně podrobné, jako u ostatních regionálních televizí, protože celostátní studia se zaměřují na větší územní celky než malé lokální televize.

Zájem o zpravodajství v průběhu několika let výrazně stoupl. Sledovanost zpráv na celoplošných stanicích má trvale vysokou hodnotu. Podle aktuálních peoplemetrových průzkumů<sup>71</sup> sledovanost zpravodajských relací TV Nova a České televize patří k nejvyšším ze všech pořadů, které vůbec televize vysílají. Sledovanost Televizních Novin na stanici TV NOVA se pohybuje v průměru mezi dvaceti až dvaceti pěti procenty, což se jedná ve většině případů o nejsledovanější pořad daného dne.<sup>72</sup> S regionálním zpravodajstvím je to ovšem jinak, není mu věnována taková pozornost, ani ze strany televizí, ale ani ze strany diváků.

V současné době se regionálnímu zpravodajství z celoplošných médií věnuje nejvíce veřejnoprávní Česká televize. Od 18. hodiny vysílá ve všední dny na prvním programu a na ČT 24 dvaceti pěti minutový zpravodajský pořad zaměřený na regiony, nazvaný *Události v regionech*. V Moravskoslezském a Olomouckém kraji

---

<sup>70</sup> WASCHKOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita Brno, 2007. 124 s., s. 72. ISBN 978-80-210-4473-9.

<sup>71</sup> Peoplemetrový průzkum je kontinuálním šetřením sledovanosti televizních stanic. Probíhá od roku 1997 a jeho zvláštností je jeho přesnost a rychlá dostupnost dat. Výzkum je prováděn na vzorku přes tisíc domácností, které mají nainstalovaný měřič sledovanosti. Rozlišovací schopnost peoplemetrů je jedna sekunda vysílání. Tento průzkum vytlačil všechny ostatní metody zjišťování sledovanosti televizních pořadů.

<sup>72</sup> Top 50 pro 15+ za rok 2014 (1.1. – 31.12.). *ATO: Asociace televizních organizací*. [online]. © 2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/vysledky/rocní-data/top-50/15>

se studio *Události v regionech* připravuje z Ostravy<sup>73</sup>, souhrn nejdůležitějších regionálních událostí vysílaných z Brněnského studia je zaměřen na Jihomoravský a Zlínský kraj<sup>74</sup> a regionální relace *Události v regionech* se vysílá také v hlavním městě Praze.<sup>75</sup> Všechny tři pořady mají svou reprízu ještě tu samou noc na programu ČT2.

V rámci vysílání TV Nova jsme v minulosti mohli také najít pořady regionálního vysílání. Jejich zpravodajství se jmenovalo *Právě teď* a diváci jej vidali v době mezi 17:00 až 17:30 hodin. V současné situaci vysílá TV Nova ve stejný čas *Odpolední Televizní noviny*<sup>76</sup>, které se z části věnují také regionálnímu zpravodajství.

Zcela výjimečné postavení má regionální zpravodajství ve vysílání TV PRIMA. Této stanici vytváří regionální vysílání seskupení šesti bývalých regionálních televizí (Genus, Lyra, Vřídlo, ZAK, Vysočina a Morava) z různých částí republiky, k nim se přidaly dvě stanice z Prahy, a všechny společně se sjednotily pod jedinou značku R1 TELEVIZE<sup>77</sup>. Zprávy z daného regionu se vždy vysílají v daném místě. Regionální deník, který se jmenuje *Minuty regionu*<sup>78</sup>, začíná každý den na TV PRIMA v sedmáct hodin a čtyřicet minut a trvá zhruba dvacet minut. V repríze ho divák může sledovat vždy následující den od sedmi hodin ráno.<sup>79</sup>

---

<sup>73</sup> Události v regionech Ostrava. *Česká televize*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10122978233-udalosti-v-regionech-ostava/>

<sup>74</sup> Události v regionech Brno. *Česká televize*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10122427178-udalosti-v-regionech-brno/>

<sup>75</sup> Události v regionech Praha. *Česká televize*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10118379000-udalosti-v-regionech-praha/>

<sup>76</sup> Odpolední Televizní noviny. *tn.cz*. [online]. 2012 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/tema/11367-odpoledni-televizni-noviny>

<sup>77</sup> R1 (televizní stanice). *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001-2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/R1\\_%28televizn%C3%AD\\_stanice%29](http://cs.wikipedia.org/wiki/R1_%28televizn%C3%AD_stanice%29)

<sup>78</sup> Minuty regionu. *FTV Prima*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/porady/minuty-regionu>

<sup>79</sup> KLUSAKOVÁ, Veronika, Jakub Korda a Jan Křipač. *Filmové a televizní instituce na Moravě po roce 1989*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. 115 s., s. 30 ISBN 978-80-244-2431-6.

## 4. Výběr regionální televizní společnosti

V následující kapitole budu charakterizovat oblast regionu Střední Moravy, kde se Televize Přerov nachází, a kde také vysílá. Dále také zhodnotím regionální média, které se v této oblasti vyskytují a vytváří přímou konkurenci pro Televizi Přerov.

### 4.1. Profil regionu

Město Přerov se nachází v samém středu Moravy, v jižní části Olomouckého kraje. Leží na řece Bečvě a je společenským, administrativním a kulturním centrem celého přerovského okresu. Přerov má přibližně 45 tisíc obyvatel, kteří žijí ve třinácti místních částech. Město je důležitou dopravní křižovatkou se sídlem mnoha významných průmyslových podniků, jako je například PRECHEZA, Přerovské strojírny, Meopta, Kazeto a další. Přerov bylo také městem vojenským, sídlila zde 23. základna vrtulníkového letectva Edvarda Beneše. Historické osídlení lokality sahá až do pravěku, což dokazuje nalezení kosterních pozůstatků z dob lovců mamutů v Přerově-Předmostí. Samotný Přerov byl roku 1256, Přemyslem Otakarem II., povýšen na královské město. V současné době zde vládne čtyřkoalice ANO 2011, Společně pro Přerov, NEZÁVISLÍ a Za prosperitu Přerova a jeho místních částí, kteří v říjnu 2014 vystřídali na radnici dlouholetou koalici ČSSD a ODS.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> *Město Přerov*. [online]. © 2000 – 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.prerov.eu/>

## 4.2. Konkurenční sdělovací prostředky

V přerovském regionu se nenachází mnoho dalších institucí, které by tvořily konkurenci pro TV Přerov. Firma, ale o ní musí vědět a především je nutné znát, kdo jsou její konkurenti a jaké jsou jejich silné a slabé stránky.<sup>81</sup>

### a) Regionální tiskoviny

*Přerovský a hranický deník*<sup>82</sup> (dříve každý zvlášť jako *Přerovský deník* a *Hranický deník*) - vychází každý den kromě neděle a svátků v nákladu 1 200 kusů. Tento titul přináší mezi celostátními a světovými zprávami také seriózní zpravodajství z Přerovska, Hranicka a z Olomouckého kraje, a to ve velmi podrobné podobě, při rozsahu několika stran. V pátek navíc čtenáři na Přerovsku naleznou uvnitř listu oblíbený týdeník s názvem *Nové Přerovsko* (23 000 výtisků) a čtenáři na Hranicku *Hranický týden*. Ve stejný den je součástí novin známý televizní magazín. Sobotní vydání obsahuje barevnou víkendovou přílohu. Existuje již od roku 1990 a největší zájem mezi čtenáři a inzerenty je o páteční vydání *Nového Přerovska*.

*Přerovské listy*<sup>83</sup> - pro Statutární město Přerov je vydává Mladá fronta a.s.. Zpravodaj Magistrátu města Přerova vychází od roku 2002 vždy jedenkrát za měsíc, v nákladu 22 000 výtisků, a ty jsou zdarma distribuovány do všech domácností města Přerova a jeho místních částí. Články jsou orientovány na fungování přerovského magistrátu a také slouží k informaci obyvatel o dění v Přerově a jeho okolí. Avšak nemají přílišný zpravodajský charakter, ale spíše informativní.

*Regionální příloha Mladé fronty DNES* – příloha z Olomouckého kraje je součástí každodenního vydání MF DNES, její digitální podoba se vyskytuje také na internetu<sup>84</sup>. Nevěnuje se pouze Přerovu, ale celému Olomouckému kraji.

---

<sup>81</sup> KOTLER, Philip. *Marketing Management*. 1. vyd. Praha: Grada, 1998. 710 s., s. 209. ISBN 80-7169-600-5.

<sup>82</sup> *Nové Přerovsko* ([www.prerovsky.denik.cz](http://www.prerovsky.denik.cz))

<sup>83</sup> *Přerovské listy* ([www.prerov.eu/cs/o-prerove/prerovske-listy/archiv-prerovskych-listu](http://www.prerov.eu/cs/o-prerove/prerovske-listy/archiv-prerovskych-listu))

<sup>84</sup> Olomoucký kraj. *iDNES.cz*. [online]. © 1999–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://olomouc.idnes.cz/>

## b) Regionální rádia

*Český rozhlas Olomouc*<sup>85</sup> – prakticky jediná zcela zpravodajská stanice přinášející zprávy z regionu střední Moravy. Český rozhlas Olomouc prošel v posledním období řadou programových a strukturálních změn. Zpravodajské relace obsahují i celostátní zpravodajství, přičemž regionální informace zde mají stále výsadní postavení.

*Rádio Čas*<sup>86</sup> – hudební formát Rádia Čas tvoří klasické hity a více než polovina z nich je zpívána česky nebo slovensky. Zpravodajský a informační servis je vysílán regionálně tak, aby se k posluchačům dostávaly zejména aktuální informace přímo z jejich okolí.

*Rádio Haná*<sup>87</sup> – patří k nejstarším stanicím, které vysílají na území regionu střední Moravy. Programovou náplní rádia je popová hudba osmdesátých a devadesátých let a také hudba ze současnosti. Dále rádio poskytuje kompletní informační servis s důrazem na informace z regionu střední Moravy.

Další rádia: *Fajn Rádio Hity, Hitrádio Orion, Rádio Rubi*

## c) Regionální televize

*TV Morava*<sup>88</sup> - vznikla v roce 1994 a již od tohoto roku spolupracovala s TV Prima na každodenních zprávách jako regionální partner pro Olomoucký kraj.<sup>89</sup> V současnosti dodává zpravodajství do TV Prima jako součást společnosti R1, která zastřešuje všechny regionální televize přispívající do Televize Prima. Zároveň samostatně provozuje 24 hodinové vlastní regionální zpravodajství na svých

---

<sup>85</sup> Olomouc. *Český Rozhlas: zprávy, hudba, zábava, četba*. [online]. © 1997–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/olomouc/portal/>

<sup>86</sup> *Rádio Čas: Radost poslouchat*. [online]. 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <https://casradio.cz/>

<sup>87</sup> *Rádio Haná: nejlepší hudební výběr*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.radiohana.cz/>

<sup>88</sup> *TV Morava: zpravodajství z olomouckého regionu*. [online]. © 2014 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.tvmorava.cz/>

<sup>89</sup> KLUSÁKOVÁ, Veronika, Jakub Korda a Jan Křipač. *Filmové a televizní instituce na Moravě po roce 1989*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. 115 s., s. 37-38 ISBN 978-80-244-2431-6.

internetových stránkách. To obsahuje kromě zpravodajství, také magazíny. Věnuje se hlavně zpravodajství z Olomouce a okolí.

*ZZIP*<sup>90</sup> - Olomoucká televize, která provozuje v Olomouci Městský informační kanál (MIK) a v Prostějově Prostějovský informační kanál (PIK). Zprávy vysílá pouze jednou týdně vždy v úterý asi ve třiceti minutové délce. Vznikla v roce 1993.

---

<sup>90</sup> *Televizní studio ZZIP, s.r.o.: Olomoucká televize ZZIP.* [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.zip.cz/>



## 5. Charakteristika televizní stanice TV Přerov

Následující kapitola se bude věnovat vývoji společnosti Televize Přerov. V první části se zaměřím na historii vysílání, které trvá již přes 20 let, dále se zaměřuji na vlastnictví, zdroje příjmů, sledovanost a další podstatné body, které přiblíží fungování televizní společnosti. Ohlédnutí za historií přerovské regionální televize v mé práci sleduji od samotného založení firmy až do současnosti, konkrétněji do konce roku 2014. Cílem tohoto oddílu je deskripce hlavně formální a obsahové stránky vysílání v TV Přerov. Navíc chci na konkrétním případu regionální televize Přerov demonstrovat, jak v praxi funguje lokální televize. Vycházel jsem hlavně z interních zdrojů, výročních zpráv, auditorských zpráv a dalších spisů.

### 5.1. Historie vysílání

Televize Přerov byla založena roku 1992 jako Kabelová televize Přerov, akciová společnost. Na chodu televizní společnosti se podílely tři subjekty – město Přerov, firma Emos a Stavební a bytové družstvo Přerov<sup>91</sup>. Město Přerov jako silný akcionář se zavázalo každým rokem přispívat na provoz televizního studia. V prvním roce existence to byla částka ve výši 1 600 000 Kč. Televize již od počátku sídlila na jediné adrese, kde se nachází dodnes a to nedaleko centra města, u řeky Bečvy.<sup>92</sup> Mezi aktivity, které společnost na začátku své existence provozovala, patřilo zřizování a provozování veřejné telekomunikační sítě, poskytování datových a telekomunikačních služeb, provozování televizního a rozhlasového vysílání, výroba a vysílání zpravodajských pořadů z okolí Přerova, reklamní služby a poradenská činnost. Management firmy v té době tvořil ředitel společnosti a šest jednotlivých vedoucích středisek: Datové a telekomunikační služby, Správa společnosti, Správa sítí, Televizní studio, Poradenské služby a

---

<sup>91</sup> Procentuální rozdělení vlastnictví Kabelové televize Přerov, a.s.: Město Přerov 44 %, Stavební bytové družstvo 35 % a Emos, spol. s r. o. 21 %.

<sup>92</sup> Adresa společnosti Televize Přerov, s. r. o.: U Bečvy 2, Přerov, 750 02

Reklama. Každé oddělení má samostatně vedený účet a hlídá si své vlastní cíle, kterých chce dosáhnout.<sup>93</sup>

Firma v roce 1994 získala licenci pro lokální vysílání.<sup>94</sup> Zaměstnávala čtyři zaměstnance (ředitel společnosti, šéfredaktor, redaktor, kameraman/technik) a začala připravovat 10 – 15 minutové zkušební vysílání, které neslo název *Přerovský magazín*. V premiéře byl vysílán jednou týdně vždy ve středu v 18 hodin a 30 minut a poté ve čtyřech následných reprízách (čtvrtek, pátek, pondělí a úterý). Jednalo se o běžné shrnutí týdenních událostí. V této době ještě nebyla kvalita přenosu dat stejná ve všech částech města a bylo tedy nutné investovat do přenosového systému a výstavby vysílačů, ale také do technického vybavení společnosti a školení personálu.<sup>95</sup>

Od poloviny roku 1996 došlo ke zdvojnásobení počtu premiérového pořadu, který se nyní začal vysílat dvakrát týdně v rozsahu deseti minut. Tímto krokem se zpravodajství stalo aktuálnější a kromě veřejného a politického dění, se začaly objevovat také rubriky jako kultura, sport, publicistické bloky nebo zábavné reportáže. Nabídku zpestřovaly občasné pořady o zajímavých osobnostech Přerovska, pořady s kritickými postřehy či politické debaty.<sup>96</sup>

Na začátku roku 1998 přišla Televize Přerov s novinkou a začala vysílat tři premiérové pořady týdně, vždy v pondělí, středu a pátek, čas i délka zůstaly beze změny. Vedení přišlo i s novým názvem, který zněl *Přerovské aktuality* a měl přiblížit divákovi maximální podchycení aktuálního dění ve městě a jeho okolí. Cílem bylo zachytit informace, zpracovat je a co nejdříve předat divákovi. Kvůli tomuto zlepšení muselo dojít i k technickému vylepšení zázemí v televizi a k přechodu ze zastaralého systému Super – VHS na modernější DVCAM, což znamenalo průlom v regionálním zpravodajství a rovnalo se systému, který v té době používaly celostátní stanice jako Česká televize nebo TV Nova. Díky tomu začala Televize Přerov spolupracovat právě s regionálním studiem České televize

---

<sup>93</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1993*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1994. s. 27.

<sup>94</sup> KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 461 s., s. 294. ISBN 80-2460-632-1.

<sup>95</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1994*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1995. s. 34.

<sup>96</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1996*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1997. s. 33.

Ostrava a její reportáže se staly součástí *Večerníku* a hlavní zpravodajské relace České televize Praha. I díky této spolupráci stoupla také sledovanost zpráv, která se do té doby pohybovala okolo 12 000 diváků. Zvýšila se nejen prestiž, ale také finanční příjem společnosti, který pomohl zmodernizovat studio. Tahle spolupráce přispěla ke vzniku pracovní pozice obchodníka kabelové televize, který se staral o inzerci, reklamní služby lokálního charakteru a také o výrobu reklamních spotů a statických reklam. Právě nehybné reklamy se staly u klientů velmi oblíbené a vysílaly se v rámci infotextové smyčky, na stanici Televize Přerov, po celý den, vyjma doby vysílání *Přerovských aktualit*.<sup>97</sup>

Výrobou nových pořadů a také rozšířením obsahu zpráv se minutová stopáž vysílání *Přerovských aktualit* navýšila z dosavadních asi deseti minut na přibližných patnáct, přibýly nastálo rubriky kultura a sportovní servis.

V roce 2004 došlo k dalšímu rozšíření metropolitní sítě a Kabelová televize Přerov, a.s. se rozšířila již do 29 tisíců domácností celého přerovského regionu. Vysílání *Přerovských Aktualit* zůstalo beze změn a vysílal se vždy zhruba patnáctiminutový pořad, ve třech týdenních premiérách.<sup>98</sup> Z dotazníkového šetření z roku 2006, které bylo provedeno v nově pokrytých lokalitách, vyplývá, že poptávka je nejen po příjmu televizního a rozhlasového vysílání, ale i po zpravodajské relaci komerčního i nekomerčního charakteru.<sup>99</sup>

O rok později přibyl do obchodního oddělení grafik, který měl na starosti nejen tvoření reklamy a správu infotextového vysílání, ale náplní jeho práce bylo také obstarávat servis o klienty, na poli distribuce rozhlasového a televizního vysílání a nově také na internetu.<sup>100</sup>

V dalším roce se dramaticky změnil postoj města Přerova k dotacím a rozvojovým prioritám Televize Přerov. V předešlém roce dostalo vedení společnosti z obecní pokladny částku ve výši 2 260 000 Kč, která pokryla mzdové náklady, revizi a opravy techniky a také nákup části nových technologií. Avšak v roce 2007,

---

<sup>97</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1998*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1999. s. 41.

<sup>98</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2004*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2005. s. 33.

<sup>99</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2006*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2007. s. 45.

<sup>100</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2007*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2008. s. 42.

i v reakci na hospodářský audit, bylo rozpočtovým opatřením společnosti Kabelová televize Přerov a.s. uvolněno pouze 1 500 000 korun. Vzniklá ztráta musela být okamžitě pokryta z jiných zdrojů a operativně byly řešeny i naplánované investice do rozvoje studia. V témže roce došlo také k výraznému poklesu odebírání zpráv pro Českou televizi, neboť si v Olomouci zřídila vlastní studio a neměla již o zpravodajství z Přerovské televize takový zájem. S nastalou situací a úbytkem financí si Kabelová televize Přerov, a.s. poradila zachováním stávajících pracovníků a navýšením o další pozici obchodníka, který se staral o stávající inzerenty a vyhledával nové zákazníky, kteří mají o reklamní služby zájem.<sup>101</sup>

V roce 2010 došlo k dalšímu průlomovému kroku. Společnost Kabelová televize Přerov byla odkoupena od firmy Emos kabelovou televizí NEJ TV. Společnost NEJ TV provozuje televizní a rozhlasové vysílání, internetové připojení a telefonní služby. Tu převzala i se všemi asi 25 tisíci zákazníky a nově se oddělila Televize Přerov<sup>102</sup>, která bez nulových finančních ztrát pokračovala dále ve své činnosti tvoření regionálního televizního zpravodajství.<sup>103</sup> Bez větších změn pokračuje televizní společnost i v současné situaci.

## 5.2. Vlastnictví

Kabelovou televizi Přerov, a.s., od začátku jejího zápisu do obchodního rejstříku v roce 1992, vlastnila trojice společníků, kteří se podíleli na základním jmění společnosti sedmi miliony korun. Vlastníkem akcií bylo Město Přerov (44% akcií), dalším se stalo Stavební a bytové družstvo (35% akcií) a třetím byla společnost Emos spol. s.r.o. (21% akcií). Každý vlastník měl svého zástupce v představenstvu společnosti a také v dozorčí radě.<sup>104</sup> Trvalo to až do roku 2009, kdy společnost Emos spol. s.r.o. odkoupila všechny akcie a stala se tak stoprocentním

---

<sup>101</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2008.* Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2009. s. 51.

<sup>102</sup> Viz. příloha č. 3 – Logo Televize Přerov, s.r.o.

<sup>103</sup> BORO VAN, Aleš. Nej TV dál sílí, pohltila Kabelovou televizi Přerov. *E15.cz: zprávy*. [online]. 8.11.2010 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/nej-tv-dal-sili-pohltila-kabelovou-televizi-prerov>

<sup>104</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1993.* Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1994. s. 27.

vlastníkem instituce Kabelová televize Přerov, a.s..<sup>105</sup> O rok později došlo k dalšímu přelomovému kroku a ke vzniku Televize Přerov s.r.o. Společnost byla zaregistrována dne 25. května 2010 a jejími registrovanými vlastníky byli jednatel společnosti Ing. Vladimír Pospíšilík a ředitelka Mgr. Edita Hausnerová. Základní kapitál společnosti činil, podle výpisu z obchodního rejstříku<sup>106</sup>, dvě stě tisíc korun českých. Předmětem podnikání je provozování rozhlasového a televizního vysílání, reklamní činnost a marketing, zřizování a provozování veřejné telekomunikační sítě, poskytování telekomunikačních služeb, zřizování, montáž, údržba a servis telekomunikačních zařízení připojených k jednotné telekomunikační síti, zpracování dat, správa sítí, velkoobchod, specializovaný maloobchod, poskytování software, poradenství v oblasti hardware a software a poradenská činnost v oblasti společenských věd a rozvoje osobnosti.

### 5.3. Pokrytí

Šíření signálu společnosti Televize Přerov je v současné době provozováno pouze v rámci digitální televizní nabídky organizace Nej TV<sup>107</sup>. Ta svým signálem nejen v Přerově pokrývá více než 47 měst a spadá pod ni na 70 tisíc zákazníků. Vysílání TV Přerov je dostupné v celém městě Přerov a jeho místních částech<sup>108</sup> a také v obcích Radslavice, Sušice a Troubky. V současné době pokrývá území s více než padesáti tisíci obyvateli. Diváci, kteří nejsou klienty společnosti Nej TV, nebo nejsou v oblasti dosahu televizního signálu, mají možnost přehrát si veškeré díly, *Přerovských Aktualit* Televize Přerov, ze záznamu ještě ve stejný den premiéry, nebo kdykoliv později, z internetových stránek<sup>109</sup> televizní společnosti.

---

<sup>105</sup> *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2009*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2010. s. 35.

<sup>106</sup> Viz. příloha č. 1 – Úplný výpis z obchodního rejstříku.

<sup>107</sup> *Nej TV: Digitální televize, Internet a Telefon*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04].

Dostupné z: <http://nejtv.cz/>

<sup>108</sup> Přerov má celkem 12 místních částí: Předmostí, Lověšice, Kozlovice, Dluhonice, Újezdec, Čekyně, Henčlov, Lýsky, Popovice, Vinary, Žravice a Penčice.

<sup>109</sup> Přerovské aktuality. *Televize Přerov*. [online]. 3.4.2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.tvprerov.cz/index.php/prerovske-aktuality/rok-2015/duben>

## 5.4. Zdroje příjmů

Hlavním zdrojem příjmu TV Přerov je reklama. Ta se vzhledem k nesrovnatelně nízkým cenám oproti celoplošným televizím, pestré nabídce služeb s ní spojených a především efektivního dopadu na konkrétního zákazníka, stala vyhledávaným partnerem řadě podnikatelských subjektů. Kromě toho, že napomáhá k rozvoji podnikání v regionu, je pro televizní studio existenčně významným stimulem.

Televize nabízí několik druhů inzerce a klienti mohou ke své propagaci využít kromě tradičních reklamních šotů například i četné způsoby reklamního sponzorství. Ve vysílání televize je možné sponzorovat sport či počasí<sup>110</sup>, avšak pouze do délky deseti sekund, nebo dokonce celý vysílací den. První reklamní blok se uvádí ještě před samotným začátkem zpravodajské relace a druhý je až na konci zpravodajství. Za odvysílání reklamního spotu v délce padesáti sekund zaplatí inzerent přibližně 4 900 korun českých za týden, poté se cena navyšuje podle celkové délky. Reklama je za týden uvedena celkem třikrát v premiérovém vysílání a 67 krát v reprízovaném vysílání. Její cena také stoupá s počtem potencionálních diváků a management TV Přerov počítá po rozšíření signálu do dalších okresů s dalším růstem cen reklamy.

Společnost TV Přerov nabízí také výrobu spotů, různých audiovizuálních pořadů, propagačních a dokumentárních filmů a dalších video projektů, přičemž ceny jsou výrazně diferenciovány – od jednoduché statické reklamy za tři tisíce korun až po výrobu reklamního šotu do vysílání, s natočením, sestřiháním i okomentováním, kde cena začíná na šesti tisících korun a zvyšuje se podle délky a požadavků klienta.

Mezi zdroje příjmů patří i Infotextové vysílání, které běží ve sto šedesáti minutové smyčce vždy mezi *Přerovskými aktualitami*. Jedná se o automaticky odbavovaný blok statických, jedno nebo vícestránkových, obrazových informací, které se vytváří přímo v Televizi Přerov a jsou rozděleny do několika částí - kultura,

---

<sup>110</sup> Díky aktuálnosti počasí a spolupráci s meteostanicí z Bochoře je tato relace velmi sledována a možnost inzerovat v tomto čase se ukázala jako dobrý marketingový tah.

školství, aktuální informace z magistrátu, sport a ostatní. Každá informace se na obrazovce objeví průměrně třináctkrát za den po dobu asi dvaceti sekund. Cena těchto příspěvků se pohybuje v ceně necelého tisíce korun na den. Podle reklamního oddělení je tenhle způsob reklamní prezentace u firem, které chtějí inzerovat, velmi oblíben a často se stává, že inzertní kapacita je zcela naplněna a klienti musí vyčkat do vypršení smlouvy jiného zákazníka a uvolnění místa.

Další zisky firma generuje ze spolupráce s velkými firmami, které se v přerovském regionu nachází. V loňském roce například točila reklamní spot pro společnost Precheza Přerov. Mezi velké projekty roku 2014 patřilo také natáčení několika minutového spotu o propagaci Gymnázia Jakuba Škody pro Univerzitu Palackého v Olomouci nebo náborové video firmy Meopta Přerov. Všechny tyto lukrativní zakázky se v celkové ceně vyšplhaly k několika desítkám tisíc korun za jeden projekt.

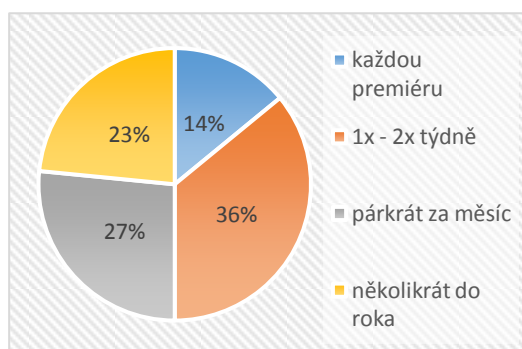
Celkový objem financí, které televize Přerov získá na reklamě je předmětem obchodního tajemství. Řádově však lze z vysílání zjistit, že například za leden či únor letošního roku to činilo měsíčně přibližně 250 tisíc respektive 190 tisíc korun za měsíc. Provoz stanice je částečně hrazen i z prostředků, které společnost získává z poplatků za kabelovou televizi.

## **5.5. Sledovanost**

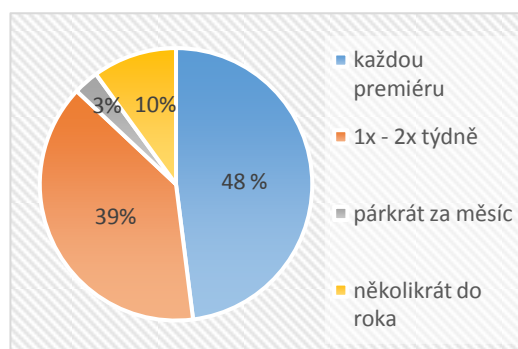
Sledovanost regionálních a lokálních televizí není zahrnuta do celorepublikového peplemetrového průzkumu. Navíc se sledovaností vysílání Televize Přerov zatím nezabývala žádná odborná sociologická studie. Vedení televize iniciovalo pouze vlastní průzkum, jehož údaje jsou ze sociologického hlediska nepřesné, neboť vzorek respondentů nebyl dostatečně reprezentativní. Podle dotazníkového šetření z roku 2007 se ho zúčastnilo celkem 500 respondentů. Sledovanost zpravodajství TV Přerov se podle výsledků pohybovala kolem 42 % všech občanů, kteří v regionu žijí, což představuje asi 19 000 lidí. Vzhledem k tomu, že mi nebylo umožněno nahlédnout do podkladů průzkumu, nemohu posoudit věrohodnost získaných dat. Domnívám se ale, že dané šetření zahrnuje otázky, které se nezaměřují na denní sledovanost, ale na údaje o obecném povědomí obyvatel o

existenci TV Přerov. Data o denní sledovanosti by totiž ve srovnání s výsledky ostatních televizí byla mimořádně vysoká.

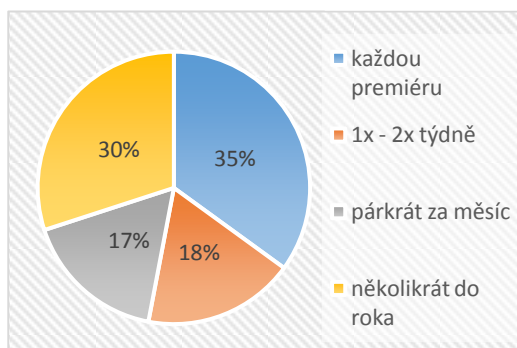
V roce 2013 byl mezi přibližných dvě stě obyvatel Přerova rozeslán nový anketní dotazník s několika otázkami. Do něj jsem již mohl nahlédnout a vyčíst, že nejvíce diváků je ve věku 35-50 let a také obyvatel nad 50 let. Tihle lidé si téměř nenechají utéci premiérové vysílání *Přerovských Aktualit*, zatímco mladší ročníky do 25 let se dívají pouze jedenkrát týdně.<sup>111</sup>



Graf č. 1: Sledovanost vysílání Přerovských Aktualit ve věku 15 – 25 let  
(Zdroj: Interní anketa z roku 2013)



Graf č. 2: Sledovanost vysílání Přerovských Aktualit ve věku 35 – 50 let  
(Zdroj: Interní anketa z roku 2013)



Graf č. 3: Sledovanost vysílání Přerovských Aktualit ve věku 50 a více let  
(Zdroj: Interní anketa z roku 2013)

## 5.6. Vysílací schéma

V průběhu existence TV Přerov došlo k zásadním změnám ve vysílání. Vysílací schéma se od začátku měnilo celkem třikrát. Začínalo se jedním asi deseti minutovým pořadem, který se vysílal vždy ve středu v osmáct hodin a třicet minut a poté se každý den ve stejný čas opakoval. V roce 1996 se pořad zdvojnásobil a

<sup>111</sup> Interní anketa společnosti TV Přerov, prováděná na 200 náhodně vybraných obyvatelích města Přerova a jeho částech v roce 2013.



začaly se vysílat dvojce desetiminutové aktuality každou středu a pátek. O dva roky později se vysílací schéma rozšířilo o další den a vysílalo se navíc premiérově i v pondělí. Tohle rozdělení na tři premiérové vysílací dny v týdnu zůstalo až do současnosti. V roce 2000 se premiéry Přerovských aktualit začaly reprízovat, vždy v sudých hodinách, až do premiéry dalšího zpravodajství. Současné vysílací schéma vypadá takto:

**VYSÍLACÍ SCHÉMA  
PŘEROVSKÝCH AKTUALIT**

Televize Přerov s.r.o.

PO	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30*	20:30	22:30	0:30
ÚT	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30	20:30	22:30	0:30
ST	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30*	20:30	22:30	0:30
ČT	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30	20:30	22:30	0:30
PÁ	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30*	20:30	22:30	0:30
SO	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30	20:30	22:30	0:30
NE	6:30	8:30	10:30	12:30	14:30	16:30	18:30	20:30	22:30	0:30

(\*)premiéra

Přerov, U Bečvy 2883/2, PSČ 750 02, tel.: 581 333 380, fax: 581 333 334

Obr. č. 2: Současné vysílací schéma Přerovských Aktualit  
(Zdroj: <http://www.tvprerov.cz/index.php/vysilaci-schema>)

Zpravodajství TV Přerov začíná každé pondělí, středu a pátek v 18:30 a trvá přibližně patnáct minut. Ještě před začátkem pořadu je uveden krátký, několikaminutový reklamní blok, na který poté navazují *Přerovské aktuality*.

Řazení příspěvků ve zpravodajské relaci se řídí podle základních pravidel pro sestavování pořadu. Podle studie Johana Galtunga a Marie Holmboe-Rugeové, která zkoumala otázku, jak se z událostí stane novinářská zpráva.<sup>112</sup> Do čela zpravodajských pořadů se zařazují zpravidla nejatraktivnější zprávy, jejichž informační náplň osloví nejširší okruh diváků. U komerčních televizí se na první

<sup>112</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. 307 s., s. 106. ISBN 80-7184-134-X.

místo dostávají většinou skandalizující informace nebo zprávy, které mohou šokovat. Veřejnoprávní sdělovací prostředky naopak upřednostňují události, které ovlivní život většiny obyvatel. Dalším vážným kritériem pro rozhodování je aktuálnost nebo kvalita příspěvku. Při kompletování se přihlíží k zaběhnutým stereotypům skladby. Kultura a sport se zpravidla zařazují na konec pořadu a politická témata naopak na začátek relace.

Relace TV Přerov začíná reklamním blokem vždy pár minut před samotnými Aktualitami. Ty jsou poté uvedeny krátkou znělkou s headlines, jež čítají vždy tři nejdůležitější zprávy a nejsou delší než třicet sekund. Poté následuje přivítání hlasatele a hlavní část zpravodajské relace, která trvá průměrně deset až patnáct minut. V té bývají vždy na začátku zařazeny nejatraktivnější zprávy, jejichž informační náplň osloví nejširší okruh diváků, nebo nějakým způsobem šokují, či ovlivní životy obyvatel. Týkají se například politických událostí, témat vázajících se k určitému datu nebo výjimečných událostí z okolí Přerovska. Poté následuje široká paleta pozvánek na nejrůznější kulturní akce v Přerově a jeho okolí a program kina. Dále zhruba čtyř minutová sportovní relace skládající se vždy ze dvou až tří sportovních akcí. Další částí, kterou divák uvidí, je počasí. Na něm spolupracuje TV Přerov s Meteorem letiště v Bochoři, od něhož dostává dvakrát v týdnu aktuální přehled počasí pro celý region. Poté následuje rozloučení hlasatele a úplně na konec koncové titulky. Celé *Přerovské Aktuality* se všemi náležitostmi trvají v průměru patnáct až sedmnáct minut.

## **5.7. Současnost TV Přerov**

Televizní studio Televize Přerov s.r.o. vyrábí vlastní program tematicky profilující dění ve městě a jeho okolí. Informace jsou lokálního charakteru s důrazem na komunální problematiku. Konkrétně se zaměřují na rozvoj města, stanoviska kompetentních zástupců města, městské rady a městská zastupitelstva, sociální programy, bezpečnost ve městě, společensko-kulturní život a sportovní dění.

Vybavení studia a štábu TV Přerov je na vysoké technické úrovni a splňuje všechna kritéria pro profesionální výrobu zpravodajských příspěvků. Studio je

rozděleno na redakci, technický provoz a obchodní oddělení. Každé pracoviště má svého šéfa – šéfredaktorka, šéftechnik a obchodní ředitelka. Pro společnost nyní pracuje celkem deset pracovníků, z nichž šest se stará o zpravodajství a dva o obchodní a reklamní záležitosti. Dalšími zaměstnanci jsou ekonom a jednatel společnosti. Zpravodajství má k dispozici tři redaktorky a tři kameramany, kteří zároveň obsluhují i stříh reportáží a techniku ve studiu. Z nich lze poskládat dva štáby, které disponují digitálními kamerami. Jednu digitální kameru má také televizní studio, které je vybaveno modrou stěnou, jež umožňuje klíčování pozadí. Pro potřeby stříhačů jsou zde dva výkonné počítače, které obsahují stříhové programy pro úpravu reportáží. Pro svou práci mají počítače k dispozici i redaktoři a také grafické studio. Výkonný počítač s operačním a stříhovým programem je také ve střížně, díky kterému lze odbavovat konečný program k vysílání.

## **5.8. Redakce**

### *a) Redaktoři*

V Televizi Přerov pracují celkem dvě redaktorky a jedna šéfredaktorka, které se starají o programové složení jednotlivých zpráv. Jejich úkolem je získávání námětů a témat na jednotlivé reportáže tak, aby naplnily programovou nabídku každého vysílání. Všechny redaktorky se vzájemně střídají na pozici moderátorky zpravodajské relace.

Nejdéle ze všech, a také od samotného založení Televize Přerov, zde pracuje současná šéfredaktorka Mgr. Edita Hausnerová, která má poměrně bohaté zkušenosti s prací ve sdělovacích prostředcích, neboť vystudovala fakultu mediálních komunikací na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Kromě její profese šéfredaktorky se ujímá i klasické redaktorské práce v terénu. V jejím projevu je vidět dlouholetá zkušenost s prací v jiných médiích.

Další dlouholetou redaktorkou je Renata Gájová. V televizi pracuje od roku 2000 a její reportáže výrazně zvyšují kvalitu zpravodajských relací. Má poměrně bohaté zkušenosti s prací ve sdělovacích prostředcích, neboť po dobu pěti let

pracovala jako redaktorka v tištěném médiu - *Nové Přerovsko*. Tématika jejích reportáží je velice široká, ale soustředí se zejména na politiku, školství či kulturu Přerova.

Poslední současná redaktorka se jmenuje Svatava Měrková a součástí přerovské televize je od roku 2002. Její specializací je politika a kultura v Olomouckém kraji a hlavně v Olomouci. Svou prací a pílí dosáhla množství kontaktů a její reportáže zvyšují celkovou kvalitu zpravodajských relací.

### *b) Redakční práce*

Redakční den v Televizi Přerov je v mnoha směrech rozdílný od systému práce v celostátních médiích. Relace se nevysílají živě, ale předtáčejí se zhruba dvě hodiny před vysíláním Přerovských aktualit. Z tohoto důvodu nelze do vysílání zařazovat nejaktuálnější informace. Televize disponuje dvěma štáby, které každý den vyjíždějí do terénu. V TV Přerov neexistují pravidelné redakční porady, kde by se připravovalo a hodnotilo vysílání, přestože právě takové diskuze přinášejí mnoho podnětů a zároveň mohou vést redaktorky k větší profesionalitě. Každá moderátorka vysílání si sestavuje i následný plán pro zařazení příspěvků. Jednotlivé štáby mají své vlastní střížny a nedochází tak ke zdržování, a časové tísni, při konečné výrobě zpravodajského materiálu. Konečný obsah příspěvku neprochází žádným důkladným posouzením tak, jak je tomu v celostátních médiích, kde se schází tým lidí, kteří schvalují konečnou podobu vysílání.<sup>113</sup> Lokální televize si nemohou takový komfort dovolit a o podobě příspěvků, tak rozhoduje pouze redaktorka. Kolem čtvrté hodiny odpoledne se začíná s natáčením vstupů ze studia, přičemž se pořad kompletuje zhruba jednu hodinu. Tou dobou si již redaktoři domlouvají témata natáčení na druhý den.

Práce novináře v televizi Přerov je značně náročná. Ve srovnání s redaktory celoplošných televizí musí redaktor během dne připravit několik příspěvků. Nezřídka se stává, že jediný redaktor za den zpracuje dvě až tři reportáže. V porovnání se zpravodaji z celostátních okruhů má reportér regionální televize i

---

<sup>113</sup> Zpravidla je v takovém týmu vedoucí relace, vedoucí výroby, moderátor pořadu, jazykový korektor a režisér.

mnohem méně času, protože konečné zpracování relace probíhá již v šestnáct hodin. Samotné natáčení proto vyžaduje velkou míru organizačních schopností.

Redaktoři se vyhýbají tvorbě bulvárního a komerčního zpravodajství. Největší důraz kladou na informační nasycenost diváka, před skandalizujícími reportážemi nepodloženými pravdivými skutečnostmi. Důvodem je příliš malý lokální záběr televize, a také možnost ztráty těžce získaných zdrojů informací jednou senzační reportáží. Cílem je opakovaně vytěžovat dobré prameny informací.

### *c) Využívané informační zdroje*

Existuje několik možností, jak můžou redaktoři čerpat informační zdroje do svých reportáží. První skupinou jsou regionální sdělovací prostředky, či jiné tiskové náležitosti. V předchozích kapitolách jsem nastínil současný stav sdělovacích prostředků v přerovském regionu. Právě tyhle média jsou ve většině případů, podle výpovědi redaktorů, prvotním zdrojem informací. Patří sem zejména již zmiňovaný Přerovský deník a Přerovské Listy, ale také Česká tisková kancelář<sup>114</sup>, tiskové zprávy a další informace například z řad veřejnosti.

Další skupinu tvoří vlastní zdroje, které redaktoři během několikaletého působení získají a tihle informátoři jim sami ohlašují akci, která se uskutečnila nebo se konat bude. Patří sem lidé z řad široké veřejnosti, dále magistrátní úředníci, pracovníci z řad policie, hasičů, a zdravotní služby. Mezi redaktory jsou tyto kontakty dost ceněny a považovány za to nejvýznamnější, co může být během působení v redakci získáno.

Třetím způsobem je monitorování práce konkurence, ale tahle možnost je využívána velmi sporadicky, neboť v regionálním zpravodajství je kladen důraz na aktuálnost a při opisování od konkurence by zpráva nemusela být dostatečně aktuální.

Výběr zpráv záleží také na několika příznacích, které ho ovlivňují. Sdělení by se vždy mělo stahovat na danou územní lokalitu vysílání, dále je důležitá časová

---

<sup>114</sup> ČTK: Česká tisková kancelář. [online]. © 2011 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ctk.cz/>

náročnost natočení dané reportáže, vždy by se měla reportáž natočit v jeden den. Vzhledem k tomu, že televize je audiovizuální médium, mohou být do vysílání zařazeny pouze ty příspěvky, ke kterým je audiovizuální záznam natočen, popřípadě se dají použít, v omezené míře, archivní či ilustrační záběry.

#### *d) Tvorba reportáže*

Výběr tématu reportáže je vždy na redaktorovi. Ten získá námět buď pomocí vlastních zdrojů, nebo upozorněním na nějaký problém od obezřetných občanů. Následně obvolá respondenty, domluví si schůzky pro rozhovory a vymyslí časový harmonogram na natočení reportáže. Čas, který je potřeba k natáčení, se vždy odvíjí od individuálních potřeb kameramana a podle tématu reportáže. V terénu se pak natočí domluvené rozhovory<sup>115</sup> a také podle pokynů reportéra podkresové ilustrační záběry k tématu, kterých se většinou pořizuje kolem třiceti minut. Dále si redaktor píše poznámky a v hlavě vytváří scénář reportáže. Po návratu do redakce, nejprve shlédne natočené rozhovory a poznačí si z nich úseky, které bude chtít použít do reportáže a poté začne psát vlastní komentář a vytvářet scénář reportáže<sup>116</sup>. Jakmile má celý text vytvořen, přechází do speciální zvukotěsné místnosti určené pro načítání komentáře. Po načtení předává redaktor scénář reportáže kameramanovi a ten začíná se stříhem příspěvku.<sup>117</sup> Když je reportáž hotová, předá ji ke kontrole redaktorovi a ten provede potřebnou úpravu. Jakmile příspěvek schválí, střihač ho převede do počítače určeného ke kompletaci hotových *Přerovských Aktualit*.

#### *e) Druhy redakční práce*

##### Zpravodajství

Zpravodajství je hlavní doménou Televize Přerov. Redakční tým zde mapuje dění a život v regionu. Věnuje se zejména aktuálním tématům, informuje o

---

<sup>115</sup> Viz. příloha č. 4 - Natáčení v terénu.

<sup>116</sup> Viz. příloha č. 5 - Scénář reportáže.

<sup>117</sup> Rozhovor s šéfredaktorkou Editou Hausnerovou ze dne 16. 2. 2015.

rozvoji města, vývoji nezaměstnanosti, zabývá se dopravní situací, kriminalitou, zdravotnictvím, bytovou výstavbou i komunální politikou. Nechybí zde ani lidské příběhy, nesnáze a problémy, s nimiž se člověk může při svém každodenním životě potkat, jejich řešení, ale i příjemné a radostné kulturní události. Zpravodajství, které je dynamické, a také způsob zpracování reportáží, práci se zvukem i zvolená témata, již několikrát ocenila i odborná porota na Mezinárodní přehlídce regionálních a kabelových televizí v Kopřivnici<sup>118</sup>. Televizní studio má na svém kontě právě v kategorii zpravodajství dvě prvenství, tři třetí místa a jedno čestné uznání.

### Publicistika

Publicistika v Televizi Přerov otevírá možnosti hlubší analýzy jednotlivých témat. I když se jí nevěnují ve větší míře, tak stihla zaujmout i tvůrce pořadu České televize *Týden v regionech*<sup>119</sup> a ti některé zajímavé příspěvky zařadili do svého vysílání. Regionální publicistiku byla také ohodnocena na soutěži v Kopřivnici v kategorii publicistika prvním místem v roce 2013<sup>120</sup> a jedním čestným uznáním.

### Dokument

Dokumentární tvorba patří mezi nejnáročnější část výroby televizních studií. V Televizi Přerov patří k nejméně natáčeným žánrům, ale i tak se stala úspěšnou i v této oblasti. Spolupracovala na výrobě několika příspěvků do *Toulavé kamery*<sup>121</sup> pro Českou televizi a několik prací získalo ceny na Mezinárodní filmové přehlídce Kafka v kategorii Dokumentární tvorba. Přerovská redakce má na svém kontě jedno třetí místo z roku 2004<sup>122</sup> a dvě čestná uznání.

---

<sup>118</sup> Kafka. *Studio Kabelové televize Kopřivnice*. [online]. © 2008 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ktkstudio.cz/kafka/>

<sup>119</sup> Týden v regionech (Ostrava). *Česká televize*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1183909575-tyden-v-regionech-ostava/>

<sup>120</sup> Výsledky. *Kafka: Studio Kabelové televize Kopřivnice*. [online]. © 2008 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ktkstudio.cz/kafka/archiv-kafka/2012-vysledky/>

<sup>121</sup> Toulavá kamera. *Česká televize*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126666764-toulava-kamera/>

<sup>122</sup> Výsledky. *Kafka: Studio Kabelové televize Kopřivnice*. [online]. © 2008 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ktkstudio.cz/kafka/archiv-kafka/vysledky-5/>

## 5.9. Technické práce

Hlavním technikem ve společnosti TV Přerov je inženýr Petr Ludík. Do jeho práce patří i funkce kameramana a střihače. Stará se také o ovládání veškerého technického vybavení v televizním studiu a o správu, údržbu a nákup techniky nové. Pod jeho vedení spadají další dva kameramani.

### *a) Technické vybavení studia*

Studio je vybaveno třemi velkými digitálními kamerami značky Panasonic a jednou menší kamerou Sony. Všechny kamery jsou vybaveny nejmodernějšími technickými parametry a své záznamy nahrávají na digitální čipové karty. Natočený materiál se sestřihává na třech počítačích, které jsou vybaveny stříhovým programem Edius<sup>123</sup>. Stříhovým programem je vybaven i čtvrtý počítač, ale ten je určen pouze pro tvorbu reklamních zakázek. Součástí každé kamery je i bezdrátový mikrofon s ochranným molitanem proti větru, který se používá při rozhovorech. Mezi vybavení patří také několik stativů, náhradní záznamové karty do kamery, náhradní mikrofon, světla a také dva automobily. Zadní stěna moderátorského studia, takzvaný bluescreen<sup>124</sup>, je pokryta modrou barvou, která slouží k pozdějšímu klíčování pozadí studia.

### *b) Kameramanské práce*

V Televizi Přerov pracují na pozici kameramana a zároveň střihače tři pracovníci. Dva z nich pořizují materiál do zpravodajství Přerovských Aktualit a jeden se stará pouze o sport. Zajišťuje záběry z různých sportovních utkání a sám je potom stříhá do finální podoby. Úlohou zpravodajských kameramanů je na požádání redaktorky nebo za její asistence natáčet a koncipovat záběry tak, aby je poté mohli jednoduše a co nejrychleji nastříhat do požadované podoby. Jejich pracovní doba je osmihodinová, avšak podle potřeb natáčení se může upravit a

---

<sup>123</sup> Viz. příloha č. 6 – Stříhový program Edius.

<sup>124</sup> Viz. příloha č. 7 – Moderátorské studio Televize Přerov, s.r.o.



prodloužit. Od kameramana se vyžaduje pořízení záběrů z různých pozic a úhlů, v podobě celků, polocelků a detailů. Záběry musí mít správnou kompozici, být statické a stabilní s délkou trvání alespoň deset vteřin. Také je velice důležitá preciznost zaostření a barevná vyváženost, aby s danými záběry byla ve střížně co nejjednodušší práce.<sup>125</sup>

Vzhledem k co nejaktuálnějšímu zpravodajství je další povinností kameramana mít vždy připravenou a zkontrolovanou techniku k natáčení. Kameru s náhradní baterií a paměťovou kartou. Musí také zkontrolovat dostatek benzínu ve služebním autě, aby bylo neustále připraveno k dispozici.

### *c) Stříhačské práce*

Jak jsem již psal výše, v Televizi Přerov pracují na pozici stříhače dva muži. Ti se starají o stříh samotných reportáží a také se střídají v konečném kompletování vysílání, ukládání *Přerovských Aktualit* do vysílacího systému a nahrávání na internetové stránky televize.

Samotný stříh reportáže začíná zkopírováním natočeného materiálu z kamery na harddisk počítače. Poté stříhač obdrží od redaktorky, se kterou reportáž natáčel, osnovu s vyznačeným komentářem a timecody rozhovorů<sup>126</sup>, podle které má příspěvek sestavit. Ona mezitím načte synchrony (komentáře) ve speciální zvukotěsné místnosti, které si stříhač stáhne do projektu k ostatnímu materiálu. Následně začne skládat jednotlivé zvukové stopy a obrazový materiál za sebe tak, aby obraz korespondoval s komentářem a logicky na sebe navazovaly jednotlivé scény. Nakonec se přidají zvukové filtry pro lepší vyvážení zvuku a celá reportáž se vyexportuje (převede) do formátu .avi a uloží do cílové složky označené datem vysílání kompletních Aktualit.<sup>127</sup>

Protože je relace předtáčená a není vysílána živě, musí se dopředu natočit také vstupy moderátora ze studia. Moderátor si vždy nachystá komentář, který bude číst a ten se mu přes čtecí zařízení promítá přímo před kameru. Jakmile je studio

---

<sup>125</sup> Rozhovor s šéftechnikem Televize Přerov, s.r.o. Petrem Ludíkem ze dne 13. 2. 2015.

<sup>126</sup> Viz. příloha č. 5 – Scénář reportáže.

<sup>127</sup> Rozhovor s šéftechnikem Televize Přerov, s.r.o. Petrem Ludíkem ze dne 13. 2. 2015.

s moderátorem natočeno,<sup>128</sup> naklídčuje se pozadí *Přerovských Aktualit* za moderátora<sup>129</sup> a jednotlivé příspěvky se přidají ke kompletaci.

Kompletaci *Přerovských Aktualit* provádí, v hlavní střížně<sup>130</sup>, vždy jeden ze stříhačů, který má zrovna službu a je za ni také spolu s jedním z redaktorů plně zodpovědný. Před samotným kompletováním obdrží scénář vysílání<sup>131</sup> s požadovanými příspěvky a jejich správným pořadím. Následně si ve stříhacím programu vytvoří nový projekt, do něj postupně zařadí znělku, headlines, uvítání moderátora, jednotlivé příspěvky ve správném pořadí, nakonec přidá sport, počasí a odhlášení moderátora. Jakmile jsou všechny příspěvky v daném pořadí, musí stříhač nahrát celé aktuality do vysílacího počítače. Poté už jen přidá reklamu před zprávy, nastaví čas vysílání a zkontroluje v 18 hodin a třicet minut, jestli se vše vysílá podle plánu tak, jak má.

---

<sup>128</sup> Viz. příloha č. 8 - Moderátorka při načítání zpráv bez pozadí.

<sup>129</sup> Viz. příloha č. 9 - Moderátorka při načítání zpráv s pozadím.

<sup>130</sup> Viz. příloha č. 10 - Hlavní střížna.

<sup>131</sup> Viz. příloha č. 11 - Scénář *Přerovských Aktualit*.

## Závěr

Cílem bakalářské práce bylo předložit čtenáři ucelený pohled na historii a fungování regionální televizní společnosti Televize Přerov s.r.o. Rozbor televizního vysílání dané organizace měl přinést rámcovou představu o každodenním provozu místní televizní společnosti a byl zaměřen na tři hlavní aspekty – proces vzniku, vývoj a fungování. Největší důraz jsem kladl na popis současné podoby televizní společnosti. Studie nabízí pohled na fungování konkrétní televize, včetně předložení interních dat o organizaci a podává tak, co nejdetailnější a nejucelenější popis daného subjektu. Práce se orientuje na společnost Televize Přerov od jejího samotného založení v roce 1994, až do nynější současnosti. Také předkládá aktuální informace a procesy fungování v dané televizní společnosti. Tahle studie by mohla sloužit jako ukázka produkčního modelu současné televizní společnosti, například pro studenty, kteří by chtěli hlouběji proniknout do tajů fungování regionální televize či jako návod pro další analýzy nebo podobnou charakteristiku jiné regionální televizní společnosti.

Práce ukázala, že se situace v oblasti regionálního televizního vysílání po rychlém rozvoji pozvolna zklidňuje a lze říci, že se pozice lokální televizní společnosti TV Přerov vylepšuje. Zásadně se podílí na utváření občanské soudružnosti, zejména tím, že zvyšuje důvěru obyvatel v demokratické principy. Jedině v médiích na regionální úrovni se může občan přesvědčit o svém vlivu na společenském dění. Televizní vysílání nyní poukazuje na své výjimečné postavení na trhu sdělovacích prostředků.

Televize Přerov, ač působí jen v okrese města Přerov, tak předkládá divákovi kvalitní zpravodajství na profesionální úrovni celostátních televizí. Tuhle charakteristiku podtrhuje i fakt, že vyhrála několikrát ocenění, naposledy v roce 2014, na prestižním Mezinárodním soutěžním festivalu kabelových televizí, nezávislých producentů a televizních studií – kopřivnická Kafka 2014. Ze strany odborné poroty byla oceněna také skutečnost, že vysílání přerovské kabelové televize odbavuje třikrát v týdnu 14 až 16 reportážních vstupů v souhrnné délce 14 až 30 minut. Týdně je to v průměru 60 minut zpravodajských informací, vyrobeno ve složení šéfredaktorka a dvě redaktorky, které jsou zároveň moderátorkami a tři

kameramani zastupující také funkce střihačů a techniků. Pro srovnání Česká televize Ostrava vyrábí pětkrát v týdnu premiérově 8 až 10 minutový blok zpravodajství ze severní Moravy – *Události v regionech*. Týdně to znamená asi 45 minut aktualit v počtu 43 pracovníků v redakci zpravodajství. Z toho je 23 redaktorů, 15 kameramanů a zbytek střihačů, moderátorů, dramaturgů a pomocných asistentů.

Za dobu svého poměrně dlouhého fungování prošla Televize Přerov řadou změn. Tou nejpodstatnější je vyčlenění se ze společnosti Kabelová televize Přerov, a.s. a vzniku samostatné společnosti Televize Přerov s.r.o., v roce 2010. Tato změna přinesla osamostatnění se televizního studia od provozovatele kabelových sítí a internetu. Zejména došlo ke zvratu v oblasti financování a ekonomických záležitostí, ovšem tahle analýza již nepatří do této práce a bude muset být součástí jiné studie. Vznik nové společnosti neovlivnil chod televizního studia ani výrobu zpravodajství.

# Seznam použitých zdrojů

## Prameny

1. *ATO: Asociace televizních organizací*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/>
2. Přerovské aktuality. *Televize Přerov*. [online]. 3.4.2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.tvprerov.cz/index.php/prerovske-aktuality/rok-2015/duben>
3. Rozhodnutí o udělení licence TV Přerov. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [online]. 21.12.2010 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/2026421.pdf>
4. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [online]. [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/>
5. Rozhovor s jednatelem společnosti Ing Vladimírem Pospíšilíkem ze dne 9. 2. 2015.
6. Rozhovor s šéftechnikem Petrem Ludíkem ze dne 13. 2. 2015.
7. Rozhovor s šéfredaktorkou Editou Hausnerovou ze dne 16. 2. 2015.
8. Scénáře vysílání
9. Úplný výpis z obchodního rejstříku. Ministerstvo spravedlnosti České republiky: Veřejný rejstřík a Sběrka listin. [online]. 25.5.2010 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=408616&typ=UPLNY>
10. Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1993. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1994.
11. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1994*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1995.
12. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1996*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1997.
13. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 1998*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 1999.
14. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2004*. Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2005.

15. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2006.* Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2007.
16. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2007.* Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2008.
17. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2008.* Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2009.
18. *Výroční zpráva o činnosti Kabelové televize Přerov, a.s. v roce 2009.* Přerov: Kabelová televize Přerov, a.s., 2010.

## Literatura

1. BITTNEROVÁ, Barbora. Neverbální projevy reportérů v živých vstupech ve zpravodajství České televize a televize Nova. Olomouc, 2014. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta
2. BORDWELL, David a Kristin Thompson. *Umění filmu: Úvod do studia formy a stylu*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2011. ISBN 978-80-7331-217-6.
3. BOYD, Andrew, Peter Stewart a Ray Alexander. *Broadcast Journalism: Techniques of Radio & Television News*. 2. vyd. Burlington: Focal Press, 2008. ISBN 02-408-1024-4.
4. DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 978-80-246-0139-7.
5. FIELD, Syd. *Jak napsat dobrý scénář: Základy scénáristiky*. 1. vyd. Praha: Rybka Publishers, 2007. ISBN 80-87067-65-7.
6. HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. ISBN 807-36-7040-2.
7. CHAPMAN, Jane a Marie Kinsey. *Broadcast Journalism: A Critical Introduction*. 1. vyd. Oxon: Routledge, 2009. ISBN 04-154-4155-2.
8. JÍROVCOVÁ, Vladimíra. *Česká televize - aktuální právní problémy*. Brno, 2014. Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA, Právnická fakulta.
9. JURÁŇOVÁ, Gabriela. *Analýza využití barev v reklamě firmy Kabelová televize Přerov, a.s.* Zlín, 2009. bakalářská práce (Bc.). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky

10. KLUSÁKOVÁ, Veronika, Jakub Korda a Jan Křipač. *Filmové a televizní instituce na Moravě po roce 1989*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. ISBN 978-80-244-2431-6.
11. KOTLER, Philip. *Marketing Management*. 1. vyd. Praha: Grada, 1998. ISBN 80-7169-600-5.
12. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií v datech*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-2460-632-1.
13. KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
14. LABÍK, Ludovít. *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televizních žánrech*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola múzických umění, 2012. ISBN 978-80-89439-34-8.
15. MALLETTE, Malcolm F. *Příručka pro novináře střední a východní Evropy*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 1994. ISBN 80-7106-045-3.
16. MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 807-17-8200-9.
17. ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o Televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. ISBN 978-80-7331-246-6.
18. OSVALDOVÁ, Barbora a kolektiv. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.
19. OSVALDOVÁ, Barbora, Jan Halada a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2002. ISBN 807-27-7108-6.
20. PITTERMANN, Jiří. *(Prvních) 10 let České televize*. 1. vyd. Praha: Česká televize, 2002. ISBN 80-85005-37-9
21. POKORNÝ, Libor. *Události České televize – proměny veřejnoprávního zpravodajství v roce 2012*. Brno, 2014. Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA, Filozofická fakulta.
22. ŠVÁBOVÁ, Marcela. *Projekt marketingové komunikace společnosti Kabelová televize Přerov a.s. Zlín, 2009*. diplomová práce (Ing.). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky.
23. TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 807-36-7096-8.
24. WASCHKOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita Brno, 2007. ISBN 978-80-210-4473-9.

## Internetové zdroje

1. 231/2001 Sb. ZÁKON o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání*. [online]. 17.5.2001 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>
2. Analogové vysílání. *MediaGuru: reklama, marketing a média očima Gurua*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/analogove-vysilani/>
3. *ATO: Asociace televizních organizací*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/>
4. BORO VAN, Aleš. Nej TV dál sílí, pohltila Kabelovou televizi Přerov. *E15.cz: zprávy*. [online]. 8.11.2010 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/nej-tv-dal-sili-pohltila-kabelovou-televizi-prerov>
5. *Česká televize*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz>
6. *ČTK: Česká tisková kancelář*. [online]. © 2011 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ctk.cz/>
7. *FTV Prima*. [online]. © 2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/>
8. Kabel Plus. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001-2013 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Kabel\\_Plus](http://cs.wikipedia.org/wiki/Kabel_Plus)
9. Kafka. *Studio Kabelové televize Kopřivnice*. [online]. © 2008 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ktkstudio.cz/kafka/>
10. *Město Přerov*. [online]. © 2000 – 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.prerov.eu/>
11. Minuty regionu. *FTV Prima*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/porady/minuty-regionu>
12. *Nej TV: Digitální televize, Internet a Telefon*. [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://nejtv.cz/>
13. *Nova.cz: Oficiální stránky TV Nova*. [online]. 2012 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://tv.nova.cz/>
14. *Nové Přerovsko* ([www.prerovsky.denik.cz](http://www.prerovsky.denik.cz))



15. Odpolední Televizní noviny. *tn.cz.* [online]. 2012 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: <http://tn.nova.cz/tema/11367-odpoledni-televizni-noviny>
16. Olomouc. *Český Rozhlas: zprávy, hudba, zábava, četba.* [online]. © 1997–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/olomouc/portal/>
17. Olomoucký kraj. *iDNES.cz.* [online]. © 1999–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://olomouc.idnes.cz/>
18. Prehistorie – Československá televize do roku 1992. *Česká televize: Vše o ČT.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/>
19. Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: <http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html#!/mux1>
20. Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: <http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html#!/mux2>
21. Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: <http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html#!/mux3>
22. Programová nabídka. *Digistranky.cz: Pozemní televizní a rozhlasové vysílání.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: <http://www.digistranky.cz/prakticke-informace/programova-nabidka.html>
23. Provozovatelé televizního vysílání šířeného prostřednictvím kabelových systémů. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.* [online]. 30.3.2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: [http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/seznamy-provozovatelu/list\\_cable\\_tv.htm](http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/seznamy-provozovatelu/list_cable_tv.htm)
24. *Přerovské listy* (www.prerov.eu/cs/o-prerove/prerovske-listy/archiv-prerovskych-listu)
25. R1 (televizní stanice). *Wikipedia: the free encyclopedia.* [online]. 2001-2015 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/R1\\_%28televizn%C3%AD\\_stanice%29](http://cs.wikipedia.org/wiki/R1_%28televizn%C3%AD_stanice%29)
26. *Rádio Čas: Radost poslouchat.* [online]. 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <https://casradio.cz/>

27. *Rádio Haná: nejlepší hudební výběr.* [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.radiohana.cz/>
28. *RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.* [online]. [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/>
29. *Televizní studio ZZIP, s.r.o.: Olomoucká televize ZZIP.* [online]. © 2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.zip.cz/>
30. TOMANDL, Jan. *Žurnalistika. Jak oslovit média.* [online]. 16.3.2012 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: <http://jakoslovitmedia.cz/category/zurnalistika-2/>
31. Top 50 pro 15+ za rok 2014 (1.1. – 31.12.). *ATO: Asociace televizních organizací.* [online]. © 2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/vysledky/rocni-data/top-50/15>
32. Toulavá kamera. *Česká televize.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126666764-toulava-kamera/>
33. *TV Morava: zpravodajství z olomouckého regionu.* [online]. © 2014 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.tvmorava.cz/>
34. Týden v regionech (Ostrava). *Česká televize.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1183909575-tyden-v-regionech-ostava/>
35. Události v regionech Brno. *Česká televize.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10122427178-udalosti-v-regionech-brno/>
36. Události v regionech Ostrava. *Česká televize.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10122978233-udalosti-v-regionech-ostava/>
37. Události v regionech Praha. *Česká televize.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10118379000-udalosti-v-regionech-praha/>
38. Vše, co jste chtěli vědět o digitální TV a báli jste se zeptat. *iDNES.cz: Technet.cz.* [online]. 23.10.2008 [cit. 2015-03-26]. Dostupné z: [http://technet.idnes.cz/vse-co-jste-chteli-vedet-o-digitalni-tv-a-bali-jste-se-zeptat-p4r/digitv.aspx?c=A081008\\_103811\\_digitv\\_vse](http://technet.idnes.cz/vse-co-jste-chteli-vedet-o-digitalni-tv-a-bali-jste-se-zeptat-p4r/digitv.aspx?c=A081008_103811_digitv_vse)
39. Výsledky. *Kafka: Studio Kabelové televize Kopřivnice.* [online]. © 2008 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ktkstudio.cz/kafka/archiv-kafka/2012-vysledky/>

40. Výsledky. *Kafka: Studio Kabelové televize Kopřivnice*. [online]. © 2008 [cit. 2015-04-04]. Dostupné z: <http://www.ktkstudio.cz/kafka/archiv-kafka/vysledky-5/>

# Přílohy

## Seznam příloh

1. Úplný výpis z obchodního rejstříku
2. Pokládané otázky v hloubkových rozhovorech o Televizi Přerov
3. Současné logo Televize Přerov, s.r.o.
4. Natáčení v terénu
5. Scénář reportáže
6. Stříhový program Edius
7. Moderátorské studio Televize Přerov, s.r.o.
8. Moderátorka při načítání zpráv bez pozadí
9. Moderátorka při načítání zpráv s pozadím
10. Hlavní střížna
11. Scénář Přerovských Aktualit

# Příloha č. 1: Úplný výpis z obchodního rejstříku

Tento výpis z obchodního rejstříku elektronicky podepsal "Krajský soud v Ostravě [IČ 00215732]" dne 6.4.2015 v 14:28:55.  
EPVId:pxJb8gDw7nZbBy4sDUEFA

## Úplný výpis

z obchodního rejstříku, vedeného  
Krajským soudem v Ostravě  
oddíl C, vložka 44708

Datum zápisu:	25. května 2010	
Spisová značka:	C 44708 vedená u Krajského soudu v Ostravě	zapsáno 25. května 2010
Obchodní firma:	<u>BEZEX3F s.r.o.</u>	zapsáno 25. května 2010 vymazáno 6. prosince 2010
	<u>Televize Přerov s.r.o.</u>	zapsáno 6. prosince 2010
Sídlo:	<u>Bezuchov 1, PSČ 75354</u>	zapsáno 25. května 2010 vymazáno 6. prosince 2010
	<u>Přerov, U Bečvy 2883/2, PSČ 75002</u>	zapsáno 6. prosince 2010
Identifikační číslo:	286 24 882	zapsáno 25. května 2010
Právní forma:	Společnost s ručením omezeným	zapsáno 25. května 2010
Předmět podnikání:	výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona	zapsáno 25. května 2010
Statutární orgán:		
jednatel:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Přerov - Přerov I - Město, Vaňkova 2631/14, PSČ 75002</u> <u>Den vzniku funkce: 25. května 2010</u>	zapsáno 25. května 2010 vymazáno 24. srpna 2013
jednatel:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Vaňkova 2631/14, Přerov I-Město, 750 02 Přerov</u> <u>Den vzniku funkce: 25. května 2010</u>	zapsáno 24. srpna 2013 vymazáno 18. února 2015
jednatel:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>č.p. 60, 753 54 Bezuchov</u> <u>Den vzniku funkce: 25. května 2010</u>	zapsáno 18. února 2015
Způsob jednání:	<u>Jednatel jedná jménem společnosti samostatně.</u>	zapsáno 25. května 2010 vymazáno 8. července 2014
	<u>Jednatel zastupuje společnost samostatně.</u>	zapsáno 8. července 2014
Společníci:		
Společník:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Přerov - Přerov I - Město, Vaňkova 2631/14, PSČ 75002</u>	zapsáno 25. května 2010 vymazáno 27. dubna 2011
Podíl:	<u>Vklad: 200 000,- Kč</u>	

	<u>Splaceno: 100%</u> <u>Obchodní podíl: 100 %</u>	<u>zapsáno 25. května 2010</u> <u>vymazáno 27. dubna 2011</u>
Společník:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Prerov - Prerov I - Město, Vaňkova 2631/14, PSC 75002</u>	<u>zapsáno 27. dubna 2011</u> <u>vymazáno 22. února 2012</u>
Podíl:	<u>Vklad: 160 000,- Kč</u> <u>Splaceno: 100%</u> <u>Obchodní podíl: 80 %</u>	<u>zapsáno 27. dubna 2011</u> <u>vymazáno 22. února 2012</u>
Společník:	<u>Mgr. EDITA HAUSNEROVÁ, dat. nar. 15. ledna 1976</u> <u>Prerov - Prerov I - Město, Dvořákova 2432/31, PSC 75002</u>	<u>zapsáno 27. dubna 2011</u> <u>vymazáno 22. února 2012</u>
Podíl:	<u>Vklad: 40 000,- Kč</u> <u>Splaceno: 100%</u> <u>Obchodní podíl: 20 %</u>	<u>zapsáno 27. dubna 2011</u> <u>vymazáno 22. února 2012</u>
Společník:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Prerov - Prerov I - Město, Vaňkova 2631/14, PSC 75002</u>	<u>zapsáno 22. února 2012</u> <u>vymazáno 24. srpna 2013</u>
Podíl:	<u>Vklad: 174 000,- Kč</u> <u>Splaceno: 100%</u> <u>Obchodní podíl: 174/263</u>	<u>zapsáno 22. února 2012</u> <u>vymazáno 24. srpna 2013</u>
Společník:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Vaňkova 2631/14, Prerov I-Město, 750 02 Prerov</u>	<u>zapsáno 24. srpna 2013</u> <u>vymazáno 8. července 2014</u>
Podíl:	<u>Vklad: 174 000,- Kč</u> <u>Splaceno: 100%</u> <u>Obchodní podíl: 174/263</u>	<u>zapsáno 24. srpna 2013</u> <u>vymazáno 8. července 2014</u>
Společník:	<u>Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963</u> <u>Vaňkova 2631/14, Prerov I-Město, 750 02 Prerov</u>	<u>zapsáno 8. července 2014</u> <u>vymazáno 18. února 2015</u>
Podíl:	<u>Vklad: 174 000,- Kč</u> <u>Splaceno: 100%</u> <u>Obchodní podíl: 174/263</u> <u>Druh podílu: základní číslo 1</u> <u>Kmenový list: nebyl vydán</u>	

zapsáno 8. července 2014

vymazáno 18. února 2015

<b>Společník:</b>	Ing. VLADIMÍR POSPÍŠILÍK, dat. nar. 27. srpna 1963 č.p. 60, 753 54 Bezuchov	
		zapsáno 18. února 2015
<b>Podíl:</b>	Vklad: 174 000,- Kč Splaceno: 100% Obchodní podíl: 174/263 Druh podílu: základní číslo 1 Kmenový list: nebyl vydán	zapsáno 18. února 2015
<b>Společník:</b>	Mgr. EDITA HAUSNEROVÁ, dat. nar. 15. ledna 1976 Přerov - Přerov I - Město, Dvořákova 2432/31, PSČ 75002	
		zapsáno 22. února 2012 vymazáno 8. července 2014
<b>Podíl:</b>	Vklad: 26 000,- Kč Splaceno: 100% Obchodní podíl: 26/263	zapsáno 22. února 2012 vymazáno 8. července 2014
<b>Společník:</b>	Mgr. EDITA HAUSNEROVÁ, dat. nar. 15. ledna 1976 Přerov - Přerov I - Město, Dvořákova 2432/31, PSČ 75002	
		zapsáno 8. července 2014
<b>Podíl:</b>	Vklad: 26 000,- Kč Splaceno: 100% Obchodní podíl: 26/263 Druh podílu: základní číslo 2 Kmenový list: nebyl vydán	zapsáno 8. července 2014
<b>Společník:</b>	Connection media group, a.s., IČ: 284 21 078 Praha I - Staré Město, Benediktská 722/11, PSČ 11000	
		zapsáno 22. února 2012 vymazáno 8. července 2014
<b>Podíl:</b>	Vklad: 63 000,- Kč Splaceno: 100% Obchodní podíl: 63/263	zapsáno 22. února 2012 vymazáno 8. července 2014
<b>Společník:</b>	Connection media group, a.s., IČ: 284 21 078 Praha I - Staré Město, Benediktská 722/11, PSČ 11000	
		zapsáno 8. července 2014
<b>Podíl:</b>	Vklad: 63 000,- Kč Splaceno: 100% Obchodní podíl: 63/263 Druh podílu: základní číslo 3 Kmenový list: nebyl vydán	zapsáno 8. července 2014
<b>Základní kapitál:</b>	200 000,- Kč	

zapsáno 25. května 2010  
vymazáno 22. února 2012

---

263 000,- Kč

zapsáno 22. února 2012

---

**Ostatní skutečnosti:**

Počet členů statutárního orgánu: 1

zapsáno 8. července 2014

---

Obchodní korporace se podřídila zákonu jako celku postupem podle § 777 odst. 5 zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech.

zapsáno 8. července 2014

---



## **Příloha č. 2: Pokládané otázky v hloubkových rozhovorech o Televizi Přerov**

1) Ing. Vladimír Pospíšilík, jednatel společnosti Televize Přerov, s.r.o.

Co Vás vedlo k založení společnosti Kabelová televize Přerov, s.r.o. a kdo byl prvním iniciátorem založení?

Kdy byla společnost založena a kdy bylo provedeno první vysílání?

Jaké dokumenty a co vše bylo potřeba zajistit pro udělení licence od Rady pro rozhlasové a televizní vysílání?

Jaké byly na počátku vysílání konkurenční média pro TV Přerov? A jaká jsou v současnosti?

Popište, jaké byly hlavní milníky ve vývoji vysílání TV Přerov od počátku až do současnosti.

Za jakých podmínek se měnila organizační struktura společnosti?

Z jakého důvodu docházelo ke změně vysílacího schématu a celkové struktury vysílání?

Co vedlo k vytvoření nové společnosti Televize Přerov, a.s. v roce 2010 a jak moc tohle založení ovlivnilo dosavadní chod organizace?

Jaké jsou vlastnické struktury ve společnosti TV Přerov?

Popište, jakou organizační strukturou prošla Televize Přerov od roku 1994 až do současnosti.

Jaké jsou plány do budoucna, jak by mělo vysílání v průběhu několika let vypadat?

Jak moc ovlivňuje město Přerov chod televize?

Máte přístup ke sledovanosti zpravodajství? Jak moc to ovlivňuje kvalitu reportáží?

Kdo je divácká cílová skupina společnosti?

Jak velký finanční zisk hraje pro TV Přerov reklama? Kolik je to procent z rozpočtu?

Kolik času zabírá ve vysílání reklama a jak často se objevuje?

Popište funkci Infotextového vysílání.

Co tvoří hlavní finanční příjem společnosti?

2) Mgr. Edita Hausnerová, šéfredaktorka Televize Přerov, s.r.o.

Jaký je rozdíl mezi vysílacím schématem na začátku a teď po dvaceti letech?

Popište, jaké změny se udály na redakčních postech v průběhu existence společnosti.

Řídíte se nějakými konkrétními předpisy nebo normami pro vysílání televize?

Řídíte se nějakými pravidly a kodexy pro tvoření zpravodajství?

Jakým způsobem sháníte náměty a informace k reportážím?

Jaké pořady vyrábíte a vysíláte?

Jaká je Vaše náplň práce v průběhu dne a jak moc se liší od běžného redaktora v TV Přerov?

Podle čeho vybíráte příspěvky, které se budou točit, a které se budou vysílat?

Jakým způsobem probíhá tvorba reportáže?

Kdo je zodpovědný za vysílací den?

3) Ing. Petr Ludík, šéftechnik Televize Přerov, s.r.o.

Členem instituce jste již dvacet let. Jaké jsou hlavní milníky v průběhu existence společnosti?

Co je náplní vaší práce v průběhu dne?

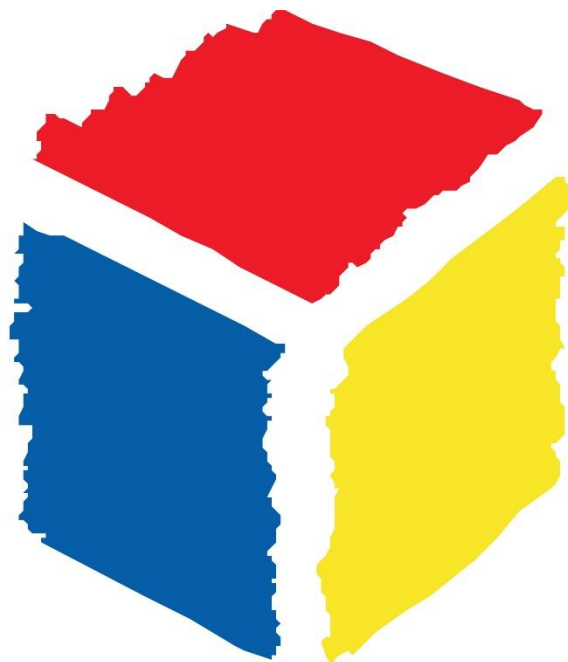
Jaké je vybavení studia a jak se v průběhu let vyvíjelo?

Jaké je vybavení kameramana a jakým způsobem se měnilo?

Jak probíhá výroba reportáže? Od natočení až po exportování?

Jak probíhá finální kompletace vysílání? Jak vypadalo po technické stránce odbavení vysílání dříve a dnes?

### **Příloha č. 3: Současné logo Televize Přerov, s.r.o.**



### **Příloha č. 4: Natáčení v terénu**



## Příloha č. 5: Scénář reportáže

O víkendu vyvrcholilo třiatřicáté setkání uměleckých kovářů na Helfštýně .  
Jedna z největších akcí v regionu – Hefaiston – přilákala do hradu na 10 200 návštěvníků,  
kteří viděli ojedinělou expozici kovářských prací z celého světa.

Hefaistonu se letos zúčastnilo 512 kovářů z 18 zemí. Nejdál to k nám měli účastníci  
z Japonska, Ameriky a Kanady. Na nádvořích hradu bylo k vidění na 358 exponátů, což byl  
rekord - co do počtu vystavovaných kovářských prací za celou dobu pořádání této akce. Ta se  
připravuje měsíce dopředu a jejím hlavním organizátorem je Muzeum Komenského  
v Přerově.

Radim Himmler  
Muzeum Komenského Přerov, ředitel .....Na té samotné akci...  
11:14:28 – 14 :42

Jan Lauro  
Hrad Helfštýn, kastelán .....Posledních 14 dní  
11:17:11 – 17:28

Radim Himmler Myslím si, že to je přesně to.....  
11:15:50 – 11:16:02

Odborná porota hodnotila díla v 7 kategoriích. Absolutním vítězem volné tvorby a plastiky se  
stali kováři z Milostovic a jejich dílo pod názvem narodil se a zemřel na kovářské padlý  
drak. *pod* *meb*

Ondřej Géla  
spoluautor vítězné plastiky  
11:23:46 – 24:07

Opavští kováři pracovali na padlém drakově po celou dobu kovářského fora společně se  
svými kolegy z Belgie.

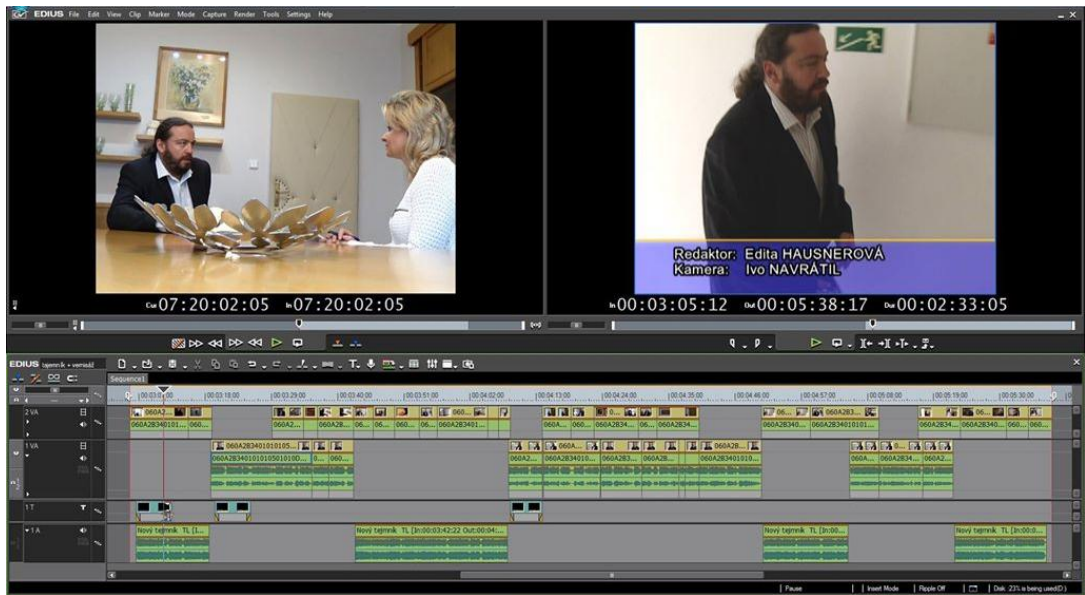
Stanislav Holík  
spoluautor vítězné plastiky  
11:26:05 – 26:28

Poprvé se na Hefaistonu vyhlašovala divácká cena. Tu získal český kovář Jiří Dudek a jeho  
monumentální LEV.

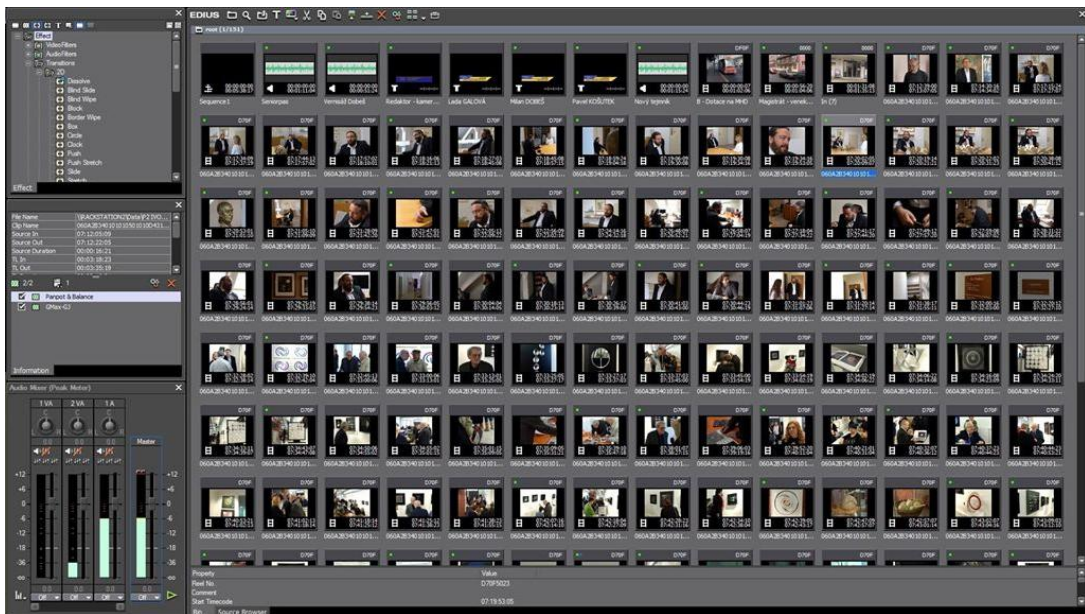
Anketa:  
11:34:43 – 57 manžel paní učitelky  
11:31:51-54 mladá slečna  
11:32:41 -53//55 – 11:33:12 kovář STnada

Letošní ročník Hefaistonu byl ve znamení prezentace nejen profesionálních kovářů, ale také  
studentských prací z českých a slovenských škol - nejčastěji v podobě šperků a užitého umění.  
A právě střední umělecké školy patřily nakonec mezi nejocenenější účastníky 33. ročníku  
Hefaistonu. *a resolve*

## Příloha č. 6: Stříhový program Edius



(Strana 1)



(Strana 2)

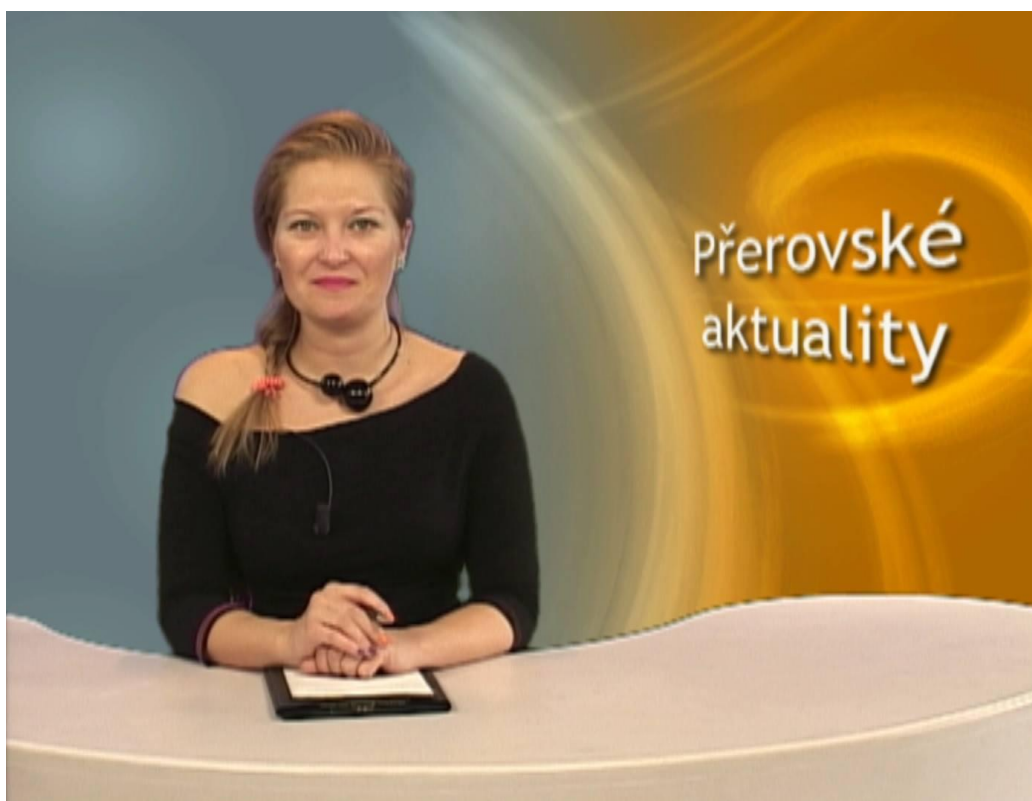
## **Příloha č. 7: Moderátorské studio Televize Přerov, s.r.o.**



**Příloha č. 8: Moderátorka při načítání zpráv bez pozadí**



**Příloha č. 9: Moderátorka při načítání zpráv s pozadím**



## Příloha č. 10: Hlavní střížna



## Příloha č. 11: Scénář Přerovských Aktualit

Scénář Přerovských aktualit				Středa: 11.března 2011
				Editor: Edita Hausnerová
Pořadové číslo příspěvku	Studio	Report. Break	Název příspěvku	Kdo
11.3.15.1	úvod	Report.	Zápisy do MŠ	E+I
11.3.15.2		break	Jižní Čtvrť - opravy komunikací a chodníků	E+I
11.3.15.3		break	Čechova ulice - armádní dům	E+I
11.3.15.4		break	Sražená cyklistka na kruháci	S+P
11.3.15.5	úvod	Reportáž	Muzeum - Dětská móda - animační program	S+P
11.3.15.6		break	Chemická olympiáda	E+I
11.3.15.7		break	Hasiči - Den otevřených dveří pátek 13	E+P
11.3.15.8		break	Pozvánka na den Ledvin	S+P
11.3.15.9		break	Motorcky od Vojzolásce	S+P
11.3.15.10		break	Kino	S+P
11.3.15.11		break	Házená	PITV
11.3.15.12		break	Stolní tenis	PITV
11.3.15.13		break	Basket	PITV
11.3.15.14		break	Počasi	S+P



## **Seznam grafů**

Graf č. 1: Sledovanost vysílání Přerovských Aktualit ve věku 15 – 25 let

Graf č. 2: Sledovanost vysílání Přerovských Aktualit ve věku 35 – 50 let

Graf č. 3: Sledovanost vysílání Přerovských Aktualit ve věku 50 a více let

## **Seznam obrázků**

Obr. č. 1: Obrácená pyramida

Obr. č. 2: Současné vysílací schéma Přerovských Aktualit

## **Seznam tabulek**

Tab. č. 1: Tři skupiny celoplošného digitálního vysílání