



UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY
A KULTURNÍ ANTROPOLOGIE

Marek BLAHO

**Edukační funkce masových médií:
obsahová analýza programového schématu
dvou stanic Českého rozhlasu**

**The educational function of mass media:
content analysis of program schemes
of two stations of Czech Radio**

Vedoucí práce: doc. Mgr. Miroslav Dopita, Ph.D.

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a zdroje, které jsem použil.

V Olomouci dne 25. března 2013.

OBSAH

ÚVOD.....	4
1 MASOVÁ KULTURA A MÉDIA	6
1.1 MASOVÁ KULTURA	6
1.2 MASOVÁ MÉDIA	7
1.3 ROZHLAS JAKO MASOVÉ MÉDIUM.....	9
2 MODELY, OBSAHY A PŮSOBENÍ MASOVÉ KOMUNIKACE.....	14
2.1 MODELY MASOVÉ KOMUNIKACE	14
2.2 OBSAHY MASOVÉ KOMUNIKACE	24
2.3 PŮSOBENÍ MASOVÝCH MÉDIÍ.....	27
3 ROZHLAS A JEHO VZDĚLÁVACÍ MOŽNOSTI	30
3.1 ROZHLASOVÉ VZDĚLÁVÁNÍ V BBC.....	37
3.2 ROZHLASOVÉ VZDĚLÁVÁNÍ V ČSR A ČSSR.....	41
3.3 VZDĚLÁVÁNÍ ROZHLASEM V ČSFR A ČR	45
3.4 ROZHLAS A FORMÁLNÍ, NEFORMÁLNÍ A INFORMÁLNÍ UČENÍ	48
4 OBSAHOVÁ ANALÝZA STANIC ČESKÉHO ROZHLASU	53
4.1 CHARAKTERISTIKA POŘADŮ STANICE ČESKÝ ROZHLAS LEONARDO A ČESKÝ ROZHLAS 6	54
4.2 OBECNÉ TEMATICKÉ KATEGORIE POŘADŮ ANALYZOVANÝCH ROZHLASOVÝCH STANIC.....	65
4.3 POSLECHOVOST STANIC ČRo 6 A LEONARDA.....	68
ZÁVĚR.....	72
SEZNAM LITERATURY A ZDROJŮ	74
PŘÍLOHA.....	82

Úvod

Ty malá skříňko, kterou prchaje
jsem nesl sám, ať lampám neublížím,
do vlaku, na loď, z kraje do kraje,
jenom ať dál své nepřátele slyším
poslední v noci, první ranní žal –
ať mluví ke mně, do mé bolesti
o mojí bídě, o mém vítězství.
Jen kdybys zmlkla, toho bych se bál!¹

Vzdělávání již řadu let není záležitostí pouze pregraduálních institucí jako jsou školy a postgraduálních vzdělávacích institucí reprezentovaných rovněž školami a nebo komerčními vzdělávacími organizacemi. Svoji roli ve vzdělávání sehrávají i masová média, jako jsou noviny, rozhlas, televize či internet.

Rozhlasové vysílání se na vzdělávání podílelo od svého prvopočátku, a to jak záměrně, tak nezáměrně. Nalezneme v knihovnách studie z 60.-90. let 20. století autorů jako je Josef Branžovský, Jan Průcha, Jiří Vymazal a další, kteří se věnovali působení tehdy působících masových médiích.² V posledních letech se v souvislosti s rozšířením internetu věnuje pozornost především jeho vzdělávacímu působení. Na okraji je zájem o edukační působení původních masových médií. Proto se předložená práce zaměřuje na jedno z masových médií, jež dnes není v centru pozornosti při analýzách edukačního působení, a to rozhlas. Pro studium a obsahovou analýzu byly zvoleny stanice veřejnoprávního Českého rozhlasu. Hlavním cílem práce je popsat vzdělávací funkci veřejnoprávního Českého rozhlasu prostřednictvím obsahové analýzy programového schématu stanic Českého rozhlasu, a to stanice Leonardo a stanice Český rozhlas 6. Obsahová analýza je doplněna i o poslechovost uvedených stanic.

¹ Báseň německého dramatika Bertolta Brechta

² BRANŽOVSKÝ, Josef. *Vzdělání dospělých rozhlasem*. Praha: Československý rozhlas, 1967.; PRŮCHA, Jan (ed.). *Masová komunikace a propaganda*. Praha: Svoboda, 1975.; VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984.; VYMAZAL, Jiří. *Mimoškolní výchova a vzdělávání dospělých a její institucionální systém v ČSR*. Praha: Univerzita Karlova, 1990.

Struktura práce odpovídá dosažení stanoveného cíle. První kapitola se zaměřuje na problematiku masové kultury a masové komunikace realizované prostřednictvím masových médií. Postihuje jak pozitivní prvky v působení masových médií, tak i negativní prvky, související s předáváním ideologicky směřovaných sdělení. V závěru je první kapitola zúžena na působení rozhlasu jako masového média. Modely masové komunikace, které jsou nositeli obsahu sdělení, jsou předmětem druhé kapitoly práce. V jejím závěru se seznamujeme s typy působení masových médií.

Třetí kapitola se orientuje na vzdělávací možnosti rozhlasu jako média, které v minulosti se vzděláváním bylo spojováno často. Vzdělávací působení rozhlasu je dokumentováno na příkladu BBC ve Velké Británii a následně pak v etapách vývoje rozhlasového vysílání v ČSR, ČSSR, ČSFR a ČR. Opomínána není ani nedávná kategorizace vzdělávacího působení formálního, neformálního a informálního, jež může posloužit k popisu vzdělávacího vlivu současného rozhlasového vysílání.

Čtvrtá kapitola odpovídá na výzkumnou otázku, jestli plní Český rozhlas (konkrétně stanice ČRo 6 a Leonardo) vzdělávací funkci? K odpovědi na otázku je postupováno za použití obsahové analýzy programového schématu vysílání rozhlasových stanic Český rozhlas 6 (ČRo 6 nebo také Šestka) a Český rozhlas Leonardo (nebo jen Leonardo) mimo zpravodajství. Výsledky analýzy jsou doplněny poslechovostí uvedených dvou stanic Českého rozhlasu.

Při zpracování práce byla použita česká a zahraniční odborná literatura a internetové zdroje. Pro obsahovou analýzu byly použity informace a zdroje uvedené na internetových stránkách Českého rozhlasu.

1 Masová kultura a média

Masová média nás obklopují na každém kroku. Noviny, rádio, televize, internet. Málokdo si bez informací, které předávají, dokáže představit běžný den. Obsah předávaný masovými médii má různou formu, ale i kvalitu. Úvodní kapitola se pokusí odpovědět na otázku, jak působí masová komunikace prostřednictvím masových médií?

1.1 Masová kultura

Původem německá myslitelka Hannah Arendtová na počátku šedesátých let 20. století píše v souvislosti s krizí kultury, že masová společnost i masová kultura představují navzájem propojené jevy. Jejich společným jmenovatelem je společnost, do níž byla tato masa včleněna. Snad největší rozdíl mezi společností a masovou společností spočívá podle Arendtové v tom, že společnost kulturu sice chtěla, ale kulturní věci nespotořbovala. Masová společnost nechce kulturu, chce zábavu. Zboží nabízené zábavním průmyslem masová společnost spotřebovává jako všechno konzumní zboží. Výrobky, kterých je pro zábavu zapotřebí, slouží životnímu chodu společnosti, slouží k ukrácení času. Společnost 50. let 20. století, tedy masová společnost, je dle Arendtové svou povahou společností spotřebitelů. Volný čas již není naplněn sebezdokonalováním ani nesměřuje k dosažení vyššího společenského postavení, ale je ve stále rostoucí míře naplňován spotřebou a zábavou. Jelikož však není dost spotřebního zboží, jež by uspokojilo stále rostoucí apetit životního stylu, jeho vitální energie nespotořbovaná namáhavou dřinou a tělesnou prací, se musí vybit spotřebou. Výsledkem ovšem není masová kultura, nýbrž masová zábava. Arendtová dále píše v souvislosti s masovou společností o tlaku masové společnosti na jedince. Tlak je působivý obzvlášť proto, že samotná povaha masové kultury neumožňuje útek mimo společenskou vrstvu. Poslední kdo si zachovává svoji individualitu ve společnosti je umělec, který je autentickým producentem atributů, které každá civilizace po sobě zanechává. A právě on, jakožto tvůrce se nejlépe může obrátit proti společnosti, o čemž ostatně svědčí i vznik a vývoj moderního umění. Smyslem umění v masové společnosti už není estetický prožitek, jeho funkcí je „zásobování

kulturními statky“. Toto vyprodukované kulturní zboží je neustále upravováno po vzoru doby a k potřebám spotřebitele.³

Obdobný pohled na masovou kulturu nabízí i práce německého estetika, filozofa a sociologa Theodora W. Adorna vydaná posmrtně v 70. letech minulého století. Adorno ve svých analýzách do totality masové kultury zařazuje i masovou komunikaci. Totalita masové kultury vrcholí v požadavku, že nikdo nemá být jiný, než je vzor jí prezentovaný. Dříve bylo fiktivním trestem, že se člověk nemohl zúčastnit hovoru. Dnes ten, kdo nehovoří správným způsobem, tedy nepoužívá obsahy komunikace pocházející z masové kultury, je existenčně ohrožen a navíc je vnímán jako hlupák.⁴ Adorno tak dokladuje, že právě proto lidé přitakávají masové kultuře, protože vědí nebo tuší, že se zde naučí způsobům, které potřebují jako vstupenku do monopolizovaného života.⁵

Objevuje se však i opačný menšinový názor R. A. Boreckého, kterého cituje Jiří Vymazal, že masová média a masová komunikace je dynamický a svou podstatou demokratický kanál spojení individua se společností.⁶ Uvedené Boreckého tvrzení je rovněž ideou či ideologií demokratizace společnosti skrze masová média mediální (masovou) komunikaci, jež může zpřístupňovat nové informace a být tak nositelem vzdělávání, které přispěje ke vzdělání příjemců mediálních sdělení obsažených v masové komunikaci.

1.2 Masová média

Z mnoha jejích různorodých funkcí je hlavní a rozhodující přenos masové kultury a masové komunikace, objasňování a upevňování nejvyšší formy společenského bytí a vědomí, to jest ideologie. K termínu ideologie je v českém prostředí přístupováno obezřetně, ale v každém případě jej nelze pominout. Objevuje se i v knize mediálního experta Jana Jiráka a historičky Barbary Köpplové *Masová média*, kde autoři uvádí, že pro studium masové (mediální) komunikace a médií je důležité především zjištění, že média jsou výrazem či nositelem nějakého souboru idejí, představ, hodnot a pocitů, které uživatelé chápou jako „skutečné“. Některý

³ ARENDTOVÁ, Hannah: *Krize kultury*. Praha: Mladá fronta, 1994.

⁴ srov. ADORNO, Theodore W. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikoymenth, 2009.

⁵ ADORNO, Theodore W. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikoymenth, 2009.

⁶ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.11.

z těchto souborů může být vnímán jako dominantní⁷ a média mají sklon tento soubor, tuto ideologii, nabízet jako platnou. Pokud tato představa platí, je koncept ideologie významným nástrojem pochopení konstitutivní role médií v sociální komunikaci.⁸

Zpravidla se souslovím masová média rozumí, jak uvádějí Barbara Köpplová a Jan Jiráček, periodický tisk, čili především noviny a časopisy určené široké veřejnosti, rozhlasové a televizní vysílání a stále častěji také veřejně dostupná sdělení na internetu. Ty mohou mít povahu výstupu výrobní organizace, například zpravodajské portály, nebo se jedná o akumulaci uživatelských příspěvků, tedy servery typu YouTube. Mohou mít také povahu individuálních počinů, například autorské blogy, popřípadě kontaktních nástěnek, například facebook. Jak dále pokračují Jan Jiráček a Barbara Köpplová, jedná se o historicky a společensky podmíněné formy sociální komunikace, jejichž společným charakteristickým rysem je to, že:

- a) díky technickým, organizačním a distribučním možnostem jsou dostupné neomezenému množství adresátů;
- b) nabízejí těmto adresátům obsahy, které pro ně mohou být z různých důvodů použitelné;
- c) tyto obsahy nabízejí průběžně nebo pravidelně
- d) na zájmu adresátů závisí samotná existence těchto forem komunikace.⁹

Jak doplňují Barbara Köpplová a Jan Jiráček v publikaci *Média a společnost* masová média vytvářejí nové sociální vazby ve společnosti, utvrzují skupinovou identitu a pomáhají jedinci najít jeho, ať už skutečné nebo domnělé, místo mezi ostatními lidmi.¹⁰

Přejdeme tedy k bližší specifikaci masové komunikace, jež je předmětem našeho zájmu. Německý sociolog Michael Kunczik uvádí, že v procesu masové komunikace je a) materiál určený prvotně ke krátkodobému užití (zprávy, zábava) b) produkován formálními organizacemi užívajícími vyspělé technologie c) s pomocí rozmanitých mediačních technik, jež jsou k dispozici d) současně velkému počtu osob, příjemců, kteří jsou pro masového komunikátora anonymní, e) a to veřejně, to jest bez omezení přístupu, f) jednosměrně, to jest komunikátor a recipient si nemohou vyměnit svá postavení, jejich vzájemný vztah je asymetrický ve prospěch

⁷ Van DIJK, T.A. *Ideology: a multidisciplinary approach*. London-Tousand Oaks-New Delhi:Sage, 1998. In JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

⁸ JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s.35.

⁹ JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

¹⁰ Srov. JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2007, s. 16, 21, 22.

komunikátora g) a je nepřímý (bez přímé zpětné vazby), h) a to vše s určitou periodicitou produkce, která je i) nabízena průběžně.¹¹

Kunczik dále upřesňuje, že masová komunikace není shodná s komunikací interpersonální, ale masová a interpersonální komunikace jsou spjaté. Zatímco interpersonální komunikace se obvykle uskutečňuje v sociálních situacích, vztah mezi masovým komunikátorem a recipientem může být nanejvýš parasociální, a to jen za určitých okolností, když se například televizní hlasatel přímo obrací k televiznímu publiku. Jde o vztah jednosměrný a ze strany recipienta, při absenci jakéhokoliv závazku, může být tento kontakt kdykoliv přerušen. Výhodou interpersonální komunikace je také například to, že zde existuje možnost vykonávání sociálního nátlaku, kterou má masový komunikátor v mnohem omezenější míře. Na druhou stranu, jak píše Kunczik, výhodou masové komunikace je její multiplikační faktor při uvádění sdělení a informací do oběhu. Tato výhoda, to jest rozmnožování a rozšiřování komunikace ve velkém rozsahu, má ovšem svá omezení. Komunikátor v procesu masové komunikace zasahuje nezjistitelný a nepřehledný počet lidí a nemá možnost brát v úvahu rozdílné situace jednotlivců, na něž se obrací.¹²

Z uvedeného vyplývá, že masová, mediální komunikace má svá specifika, která je při analýze obsahu sdělení masovými médii brát v potaz. Může se jednat o možnost provázanosti masových médií s ideologiemi, ale stejně tak i s demokratizačními procesy ve společnosti. V následujícím textu bude analyzován proces přenosu informací prostřednictvím masových médií.

1.3 Rozhlas jako masové médium

V České republice se vyskytuje smíšený, takzvaný duální systém vysílání. Jsou zde tedy vysílatelé veřejné služby, takzvaná veřejnoprávní média, a soukromí vysílatelé. Média veřejné služby jsou sdělovacími prostředky, které mají příjem z veřejných zdrojů. A jak připomíná novinář Karel Hvížďala, mají také právně definovaný rozsah povinností. Cílem jejich provozování je zabránit zneužití médií politickými stranami. Zpravidla se jedná o televizi a rozhlas, v České republice se jím

¹¹ srov. KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995.

¹² KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995.

ze zákona stává Český rozhlas, Česká televize a Česká tisková kancelář.¹³ Český rozhlas byl zřízen zákonem České národní rady v roce 1991 s platností od 1.1.1992.¹⁴

Soukromá média jsou rovna v duálním systému vysílání médiím veřejnoprávním. Provoz soukromých médií ovšem není hrazený z uživatelských poplatků posluchačů, ale výhradně z výnosu z reklamy, sponzoringu a sponzorských příspěvků. Novinář Václav Moravec doplňuje, že sektor soukromého vysílání se dělí do dalších dvou podskupin: 1) soukromé komerční vysílání, jehož cílem jsou co nejvyšší zisky vysílatelů, a 2) soukromé neziskové vysílání. U nás například vzdělávací stanice při vysokých školách nebo náboženské stanice, třeba stanice Proglas.¹⁵ Dělení médií v ČR ukazuje schéma č. 1.

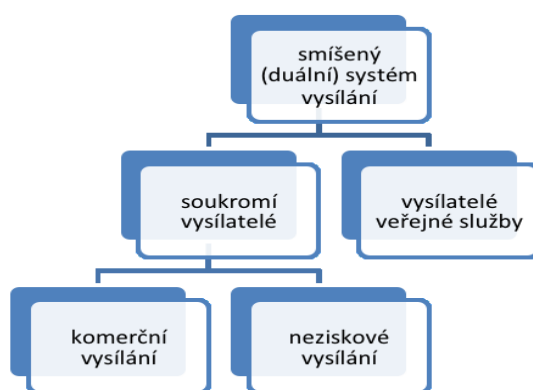


Schéma č. 1: Smíšený (duální) systém vysílání

Mezi charakteristické rysy rozhlasu, jak uvádí Jiří Vymazal, je to, že rozhlas jako prostředek masové komunikace, který je zaměřený výhradně na smyslové receptory sluchu. Umožňuje velmi rychlou komunikaci. Vysílané informace získá příjemce téměř okamžitě. Rozhlas je tak v rychlosti a pohotovosti de facto bez konkurence.¹⁶

¹³ HVÍŽDALA, Karel. Základní pojmy a struktura veřejnoprávní instituce In *Moc a nemoc médií*. Praha: Jaroslava Jiskrová – Máj, 2003, s. 236-242.

¹⁴ Zákon ČNR 484/1991 Sb.o Českém rozhlasu s účinností od 1.ledna 1992.

V zákoně se mimo jiné uvádí, že hlavními úkoly v oblasti veřejné služby rozhlasového vysílání je poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů. Dále vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti.

¹⁵ MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990-2003. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 398–482.

¹⁶ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984.

Je třeba také zmínit, že v České republice již se začátkem komerčního rozhlasového vysílání vznikala takzvaná formátová rádia. Jedná se o moderní formu komerčního rádia, která se objevovala v Německu už v 80. letech minulého století, jak zmiňuje německý sociolog Dieter Prokop. Formátem se myslí to, co bylo dříve nazýváno programová koncepce nebo žánr. Formáty jsou klasika a kultura, lidová hudba, vysílání pro mladé, popmusic a „talkradio“. Formátová rádia se obracejí na co nejširší reklamní cílové skupiny. Jedná se věkovou skupinu 25-49 letých.¹⁷ Posluchači dnes nezapínají rádio s určitým cílem, ale úplně náhodně. Jak připomíná Dieter Prokop ve své knize *Boj o média* výsledky analýzy provedené v Německu v roce 1993, rádio se nechává jen tak mimochodem hrát. Nejčastěji poslouchají lidé rádio při snídani a u oběda, při vykonávání jednoduchých činností doma a ve volném čase. Posluchači očekávají, že hned narazí na něco, co odpovídá jejich vkusu, jinak okamžitě stanici přepínají.¹⁸ Toto doplňují i výsledky Focus groups z roku 2009.¹⁹ Rozhovory v roce 2009 byly provedeny s posluchači soukromých rádií i veřejnoprávního rozhlasu. Z rozhovorů vyplynulo, že rádio uspokojuje více potřeb posluchačů – funguje jako budíček, zdroj povzbuzení (zábava), zdroj informací (zprávy) a jako aktivní nebo tichý společník. Jako budíček samozřejmě funguje ráno pro probuzení a navození dobré nálady. Mluveným slovem, jako zdroj zábavy funguje přes den, na povzbuzení, pomoc při udržení pozornosti, aby rychleji utíkal čas. A to hlavně dynamickou hudbou.²⁰ Valná část rozhlasových příspěvků trvá méně než tři minuty. Vysílání rozhlasu slouží jako automatické pozadí, poslouchá se jaksi „mimochodem“. V programu našeho dne sice rozhlasu věnujeme více času než televizi, ale čas se nekryje s pozorností. U rádia věšíme záclony, cvičíme, žehlíme, vaříme, uklízíme, čistíme si zuby nebo řídíme auto. Rádio tedy musí nabízet něco uvolněnějšího a lehčího – tak si to alespoň myslí většina těch, kteří v rozhlase

¹⁷ PROKOP, Dieter. *Boj o média*. Praha: Karolinum, 2005.

¹⁸ BALDAUF, Monika, KLINGLER, Walter. Konstante Hörfunknutzung in Deutschland: Ergebnisse der Media-Analyse 1993. *Media Perspektiven*. 1993, č. 9, s. 410-416., srov. PROKOP, Dieter. *Boj o média*. Praha: Karolinum, 2005.

¹⁹ Focus groups z angličtiny překládáme jako ohniskové skupiny. Jedná se o profesionálně vedený rozhovor s vybranou skupinou lidí, jehož cílem je zjistit postoj k produktu, službě, reklamě či k myšlence. Zajišťuje především žádoucí zpětnou vazbu od předpokládané cílové skupiny. STRACHOTA, Karel, VALŮCH, Jaroslav. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísni, 2007.

²⁰ *Focus groups 2009*: zdroj Rádio Impuls.

vytvářejí programy.²¹ Jak zjistíme, neplatí to pro dvě stanice Českého rozhlasu, na které se část této práce zaměřuje.

Jako zdroj informací: posluchači rozlišují informace na zprávy a zábavnější informace (hobby, volný čas, vaření). Rádio také funguje jako partner, tedy aktivní společník – to hlavně večer, v noci a o víkendech. Pomáhá lidem dávat pocit, že nejsou sami. Je u nich někdo „živý“, kdo s nimi komunikuje.

Rádio občas plní i úlohu takzvaného němého společníka, tedy kulisy. To, když člověk nechce být sám, ale potřebuje se soustředit na jinou práci. Nebo, když přijde návštěva a člověk nechce, aby bylo ticho. Tuhle potřebu plní hudba.

Rozhlas je podle Jiřího Vymazala v nevýhodě oproti jiným prostředkům masové komunikace, pokud jde o názornost. Je pouze auditivní. To jej může omezovat právě v případě vzdělávání. Pouhý poslech hlasu znamená pro člověka větší zatížení, nároky na pozornost a zapamatování. Při poslechu dochází rychleji k únavě a vnímání je fragmentární. Nevýhodou rozhlasu je také prchavost mluveného slova. Složitější věci se těžko pamatují.²² V současné době je možné si pořady a informace dohledat v archivech vysílání, které jsou na internetových stránkách rozhlasových stanic. To například před dvaceti lety nebylo myslitelné. Zde je ovšem nutné počítat s iniciativou posluchače, že si skutečně najde čas, aby si pořad našel a poslechl znovu. V dnešní době informací, kdy je podnětů denně až příliš, bych na to rozhodně nespolehal. Díky ale za tyto archivy.

Jiří Vymazal považuje rozhlas za prostředek zábavy, společníka, zdroj informací. Připouští, že i v roce 1984 chtěla většina posluchačů od rozhlasu zábavu a informace. Vnímá ale výchovně vzdělávací roli rozhlasu. Jako příklady pro vzdělávání uvádí populární vědecké magazíny, výchovně vzdělávací pořady z oblasti literatury a umění, ankety, besedy, soutěže nebo jazykové kurzy.²³

Německý profesor žurnalistiky Stephan Russ-Mohl a česká novinářka Hana Bakičová v knize *Žurnalistika* uvádějí a doplňují tak výše zmíněné, že na formy prezentace v rozhlase mají vliv módní trendy, stejně to lze vypočítat i v ostatních médiích. V německy mluvících zemích bylo podle citovaných autorů znovu objeveno mluvené slovo. V rádiích můžeme zaznamenat i delší pořady mluveného slova, jež

²¹ RUSS-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada, 2005.

²² Srov. VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s. 111-117.

²³ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984.

každých pět minut nepřerušuje hudba.²⁴ Analýze témat je věnována větší pozornost. Odhlédnuto ovšem od několika veřejnoprávních stanic, rozhlas se stal médiem, ve kterém dominuje především zábava a informace mají prostor jen v omezené formě.

Masová kultura a média dnes šíří informace čtyřadvacet hodin kolem nás. Současný západní svět je plně medializovaný. I proto s sebou česká reforma vzdělávání přinesla zavedení nového průřezového vzdělávacího tématu mediální výchova. Jak uvádí Jaroslav Jeřábek, pro uplatnění jednotlivce ve společnosti je důležité umět zpracovat, vyhodnotit a využít podněty přicházející z médií. Média se stávají důležitým socializačním faktorem, mají výrazný vliv na chování jedince a společnosti, na utváření životního stylu a na kvalitu života vůbec.²⁵ Média jsou záměrným i nezáměrným působením vzdělávají své čtenáře, posluchače a diváky. Je třeba však získat dovednosti posoudit kvalitu a objektivitu médií distribuovaných sdělení.

²⁴ RUSS-MOHL, Stephan. BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada, 2005.

²⁵ JEŘÁBEK, Jaroslav a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: VÚP, 2005.

2 Modely, obsahy a působení masové komunikace

Jak vlastně funguje sdělování masovou komunikací? Obsah je v podstatě stejný s tím, co bychom si sdělili ve dvou nebo více lidech. Někdo sděluje to, co považuje v ten moment za hodno sdělení, další osobě nebo osobám. Smyslem je, aby ti, kterým je obsah určený, naslouchali. Rozdíl mezi masovou komunikací a komunikací face to face je především v možnostech zpětné vazby a v interpretaci obsahu sdělení v závislosti na použitých komunikačních kanálech či jejich kombinacích. Michael Kunczik rozlišuje kanály auditivní (verbální komunikace), vizuální (zrakový kanál), hmatový kanál, čichový kanál, chuťový kanál a teplotní kanál.²⁶ Interpretaci sdělení může ovlivnit, zda je použit pouze sluchový kanál nebo máme-li k dispozici i vizuální kanál, kdy je možné sledovat výraz tváře komunikujících či jejich postoj při komunikaci atd. Proces komunikace komunikačním kanálem je schematicky znázorňován v komunikačních modelech.

2.1 Modely masové komunikace

S prvním komunikačním modelem už přišel před naším letopočtem řecký filozof Aristotelés. Cílem komunikace bylo přesvědčit posluchače, a to prostřednictvím argumentů a přednesu projevu (schéma č. 2).

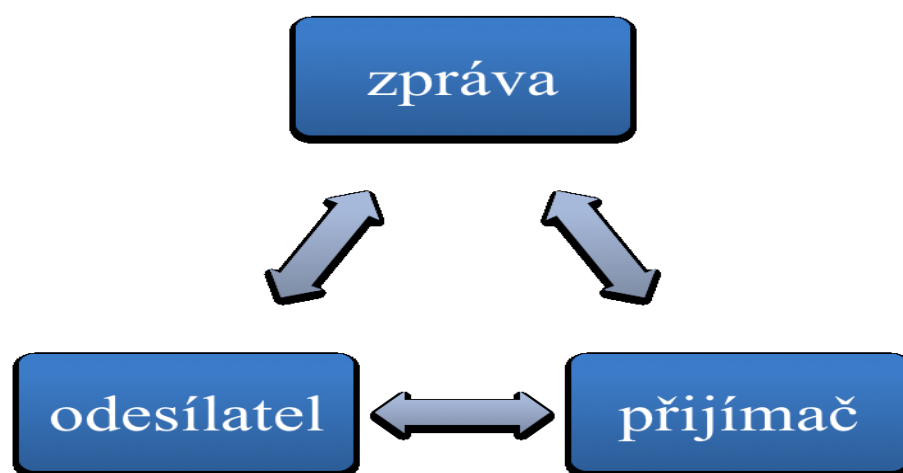


Schéma č. 2: Aristotelův model komunikace

²⁶ KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995, s. 13.

Hlubší studium modelů komunikace se objevuje na sklonku první poloviny 20. století. Americký politolog a teoretik komunikace Harold Lasswell v roce 1948 popsal masovou komunikaci jako proces, v němž: někdo - říká něco - někomu - nějakým kanálem - a s nějakým účinkem (schéma č. 3).²⁷



Schéma č. 3: Proces Lasswellův model komunikace

V roce 1949 vychází kniha Clauda Elwooda Shannona a Warrena Weavera *Matematická teorie komunikace*.²⁸ Shannon-Weaverův model je lineární model, kdy existuje posloupnost komunikačních aktivit. Model je obecný, tedy dá se aplikovat na různé druhy komunikace (schéma č. 4). Jak uvádí Petra Zia Sluková v *Komunikaci informací*, podle Shannona se každý komunikační systém skládá z jednotlivých komponent, s nimiž je možné zacházet jako s samostatnými matematickými modely. Je tedy možné oddělit kanál od zdroje. Obsah sdělení není relevantní jeho přenosu, může to být obraz, video, text či zvuk. Vše může být převedeno do binárního kódu jedniček a nul. Kapacita kanálu je maximální množství informace, které je možné přenést za stanovenou časovou jednotku. Shannon vymezil i termín šum, jako označení pro jakékoliv zkreslení, které narušuje přenos signálu od zdroje k místu určení.²⁹ Právě prvek šumu je pro studium komunikace významný.

²⁷ LASWELL, Harold. The structure and function of communication and society. In BRYSON, Lyman (ed.). *The communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948, s. 203-243.; srov. JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s.27.

²⁸ SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1964.

²⁹ SLUKOVÁ, Petra Zia. *Komunikace informací*. Praha: Univerzita Karlova, nedatováno.

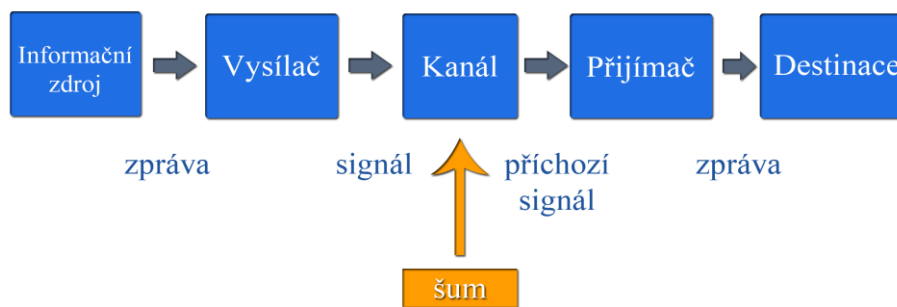


Schéma č. 4: Shannon – Weaverovo komunikační schéma

Informační zdroj vytváří zprávu (sdělení). Vysílač (kodér) převádí zprávu v signál, který je přes komunikační kanál poslán k příjemci (dekodéru). Dekodér obnovuje zprávu ze signálu a poté zpráva dosáhne místa určení.³⁰

Americký vědec Wilbur Lang Schramm porušil v roce 1954 lineární pravidlo a vytvořil kruhový model komunikace (schéma č. 5). Chtěl tak podle Petry Zii Slukové zdůraznit cyklickou přirozenost komunikace. Schramm se zabýval i významem zpětné vazby, kterou vidí jako účinný prostředek k řešení problému šumu. Podstatná je také Schrammova úvaha, že přijetí zprávy není záležitost týkající se dekódování, ale také výkladu, interpretací zprávy. Rozšíření modelu o prvek tlumočnicka se snaží nahlédnout na problém obsahu zprávy, a tak zohlednit možný odlišný význam jednotlivých sdělení.³¹

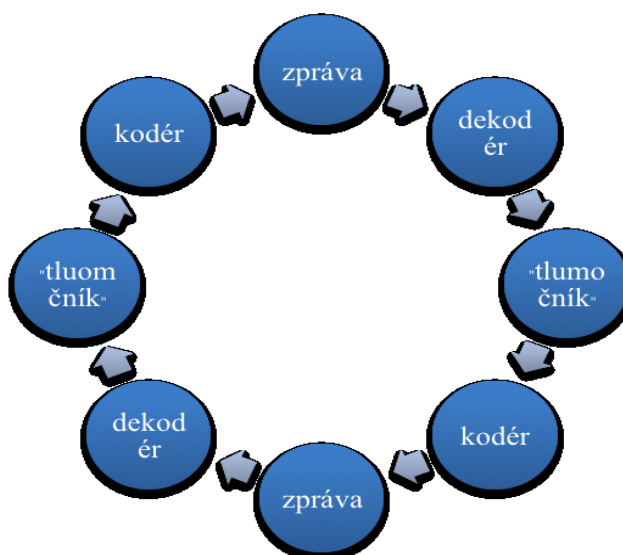


Schéma č. 5: Schrammův model komunikace

³⁰ SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1964, s. 7

³¹ SLUKOVÁ, Petra Zia. *Komunikace informací*. Praha: Univerzita Karlova, nedatováno.

Shrannův student David K. Berlo v roce 1960 podrobněji definoval, jak dále uvádí Petra Zia Sluková, jednotlivé části komunikačního procesu. U zdroje považoval za důležité vyzdvihnout sociální systém, kulturu, přístup, znalost a komunikační dovednosti. Berlo vnímá komunikaci jako regulovaný proces, kde je významný vztah obou komunikačních partnerů a míra jejich komunikačních dovedností. Komunikační dovednosti dělí na pět druhů: mluvení, psaní, naslouchání, čtení a myšlení (schéma č. 6).

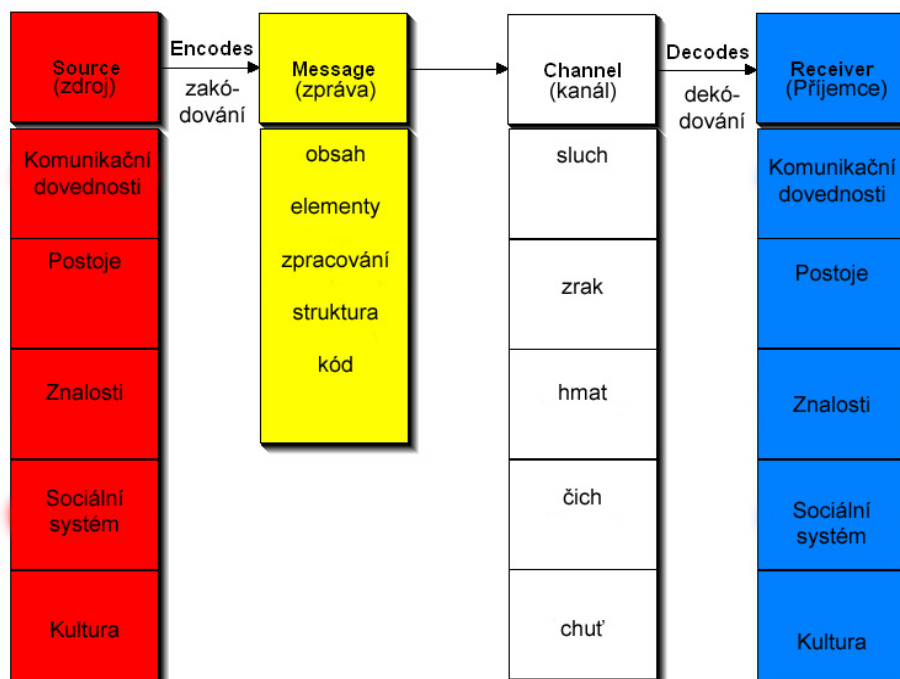


Schéma č. 6: Berlův komunikační model

Americký badatel George Gerbner rozvedl v roce 1956 Lasswellův model z pětiprvkového na desetiprvkový:

- někdo
- vnímá nějakou událost
- a reaguje na ni
- v nějaké situaci
- pomocí nějakých prostředků,
- aby nabídl materiály
- v nějaké podobě
- a v nějakém kontextu
- a s nějakým obsahem

- a s nějakými důsledky.³²

Gerbnerův model už počítá s existencí mediátora a tím, že událost a sdělení, které se jí nechalo inspirovat, se od sebe mohou významně lišit.³³ Model interpersonální komunikace teoretika Theodora M. Newcomba z roku 1953, jak uvádí Petra Zia Sluková, klade důraz na psychiku a vztah účastníků, které jsou ovlivněny komunikačním procesem. V modelu (schéma č. 7) se neobjevují pojmy zpráva, kanál. Model zkoumá dopad komunikačního procesu na psychiku jedince, zdůrazňuje obousměrnou komunikaci, postihuje vztah mezi účastníky a vztah k předmětu komunikace.³⁴

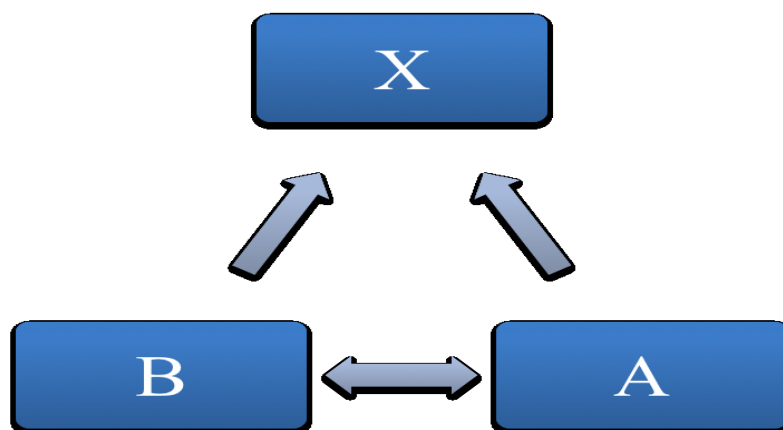


Schéma č. 7: Newcombův komunikační model

V roce 1957 nabízejí Bruce Westley a Malcolm MacLean kruhový model, který vychází z modelu mezilidské komunikace podle Newcomba, ale je aplikován na oblast masové komunikace. Zavádí, jak uvádí Petra Zia Sluková, novou roli zprostředkovatele a snaží se popsat vzájemné vztahy mezi hlavními prvky masové komunikace. Jedním z jeho kladů je zachycení proměnlivosti zprávy v průběhu masové komunikace.³⁵ Z práce Westleyho a MacLeana vychází přenosový model (schéma č. 8), kterému se věnuji dále v této kapitole.

³² JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s.29.

³³ srov. McQUAIL, Denis, WINDAHL, Sven. *Communication models*. London: Longman, 1993.

³⁴ SLUKOVÁ, Petra Zia. *Komunikace informací*. Praha: Univerzita Karlova, nedatováno.

³⁵ SLUKOVÁ, Petra Zia. *Komunikace informací*. Praha: Univerzita Karlova, nedatováno.

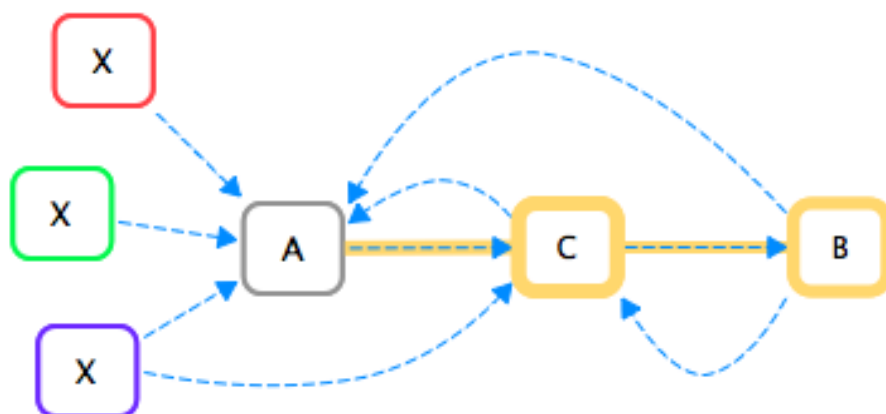


Schéma č. 8: Westley a MacLeanův model komunikace

V masové komunikaci jsou dodavateli informací bez výjimky, jak uvádí odborník na masová média Denis McQuail v knize *Úvod do teorie masové komunikace*, buď profesionální komunikátoři (novináři, producenti, baviči atd.) zaměstnaní mediálními organizacemi nebo jiné osoby, například inzerenti nebo politici, jimž organizace umožnila přístup do média. Symbolický obsah „sdělení“ bývá často vyrobený standardizovaným způsobem, než aby se vyznačoval jedinečností, kreativitou či překvapivostí.³⁶

Je třeba si také podle McQuaila uvědomit, že vztahy v masové komunikaci jsou jednosměrné a neosobní a většina masově komunikovaných sdělení pochází z centralizovaných organizací, jež mají od svých adresátů značný odstup. Konzument média bývá často pojímán jako pasivní pozorovatel už jen proto, že jeho možnosti se zapojit do komunikačního procesu jsou velmi malé nebo žádné.³⁷ McQuail nabízí další čtyři modely komunikace: přenosový, rituálový čili výrazový model, propagační model a příjmový model.

Přenosový model vychází z práce Bruce Westleyho a Malcolma MacLeana z roku 1957. Ti berou v potaz skutečnost, že masoví podavatelé nejsou zpravidla původci sdělení, komunikace. Nejde o posloupnost podavatele-sdělení-kanál-příjemce, ale spíše: událost, hlasy ve společnosti-kanál, role komunikátora-sdělení-příjemce.³⁸ Jedná se o doplněný model Lasswela (viz.výše). Model doplněný Westleye

³⁶ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

³⁷ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

³⁸ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

a MacLeanem obsahuje několik významných prvků. Klade důraz na to, že úkolem masových komunikátorů je vybírat. Výběr je prováděn na základě představ, co bude publikum považovat za zajímavé. Taková komunikace není v žádném jiném směru účelová. Sama média si zpravidla nekladou za cíl přesvědčovat, vzdělávat a dokonce ani informovat. V tomto pojetí je masová komunikace, jak uvádí McQuail, samoregulujícím procesem řídicím se zájmy a požadavky publika, které aktéři znají pouze z hlediska toho, co si publikum vybírá a jak reaguje na nabízené obsahy. Takový proces již nelze považovat za lineární, jelikož je silně ovlivňován „zpětnou vazbou“, kterou publikum směřuje k médiím. V jádru však jde stále o přenosový model (od podavatele k příjemci). Místo přenosu informací se měřítkem účinného jednání stává uspokojení publika.³⁹

Rituálová či výrazová komunikace závisí na sdílených významech a citech. Jejím cílem je podle McQuila spíše obřad, prožívání a zdobnost než užitek. Sdělení rituálové komunikace je obvykle skryté a nejednoznačné a závisí na asociacích a symbolech, jež si účastníci nevybírají, ale které jsou k dispozici v kultuře. Rituálová komunikace není sice v přirozených podmínkách účelová, ovšem má určité důsledky pro společnost či pro společenské vztahy. Například některé komunikační kampaně v politice či v reklamě někdy přejímají principy rituálové komunikace a využívají je. Například užívání platných symbolů, skryté odkazy na kulturní hodnoty, pospolitost, tradici a podobně.⁴⁰ Jan Jiráček a Barbara Köpplová doplňují, že rituálový⁴¹ model vede k položení jiných otázek o komunikaci, než model přenosový. Zatímco představa přenosu zaměřuje pozornost na informace, údaj, fakta, úspěšnost komunikačního jednání, představa sdíleného prostoru významů v konstitutivním modelu vyvolává představy o vzájemném a neustálém potvrzování platnosti významů, hodnot, soudů a přesvědčení či o jejich nových definicích. Zatímco přenos dává iniciativu komunikačního chování do rukou podavatele, komunikace se děje, protože podavatel chce, jedná se o jeho nadřazenost, konstitutivní pojetí komunikace účastníky zrovnoprávňuje, nebo dokonce přisuzuje

³⁹ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁴⁰ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁴¹ Rituálový, ale také název konstitutivní model, jak doporučuje Jiří Kraus in: JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. Konstitutivní model se soustřeďuje na hledání vztahu mezi procesy sociální komunikace a vytváření, konstituování společné (sdílené) kultury neustálým potvrzováním a rozvíjením významů, hodnot a postojů v komunikativním chování.

větší moc příjemci. Na něm v poslední instanci záleží, jaký význam bude sdělení mít, jak bude pochopeno, jak bude interpretováno.⁴²

Propagační model vychází z předpokladu, že prvotním úkolem masových médií často není přenést určitou informaci či sjednotit veřejnost nějakým kulturním projevem vírou nebo hodnotami, ale prostě jen předvést se a získat a udržet zrakovou či sluchovou pozornost. Média tím naplňují jeden přímý ekonomický cíl, totiž získávají příjem publika, pozornost = spotřeba, a jeden nepřímý úkol – prodávají pravděpodobnou pozornost publika inzerentům. Pozornost zde bývá považována za bezprostřední cíl a je pak často brána jako měřítko úspěchu či selhání. Skutečnost, že je něco známé je mnohdy důležitější než obsah toho, co příjemci vědí. Například pro veřejně známé osoby je toto nezbytnou podmínkou existence. Pokud pojmem komunikaci jako proces předvedení se a pozornosti, dostaneme, jak dále píše McQuail, několik dalších rysů komunikace, které nezahrnuje ani přenosový, ani rituálový model:

- Proces získávání pozornosti je procesem, kdy zisk jednoho je vždy ztrátou druhého. Čas strávený sledováním jednoho média nemůže být věnován jinému médiu a čas, jímž disponuje dostupné publikum, je konečný.
- Komunikace v režimu předvádění se a získávání pozornosti existuje pouze v přítomnosti. Není žádná minulost, na níž by záleželo, a budoucnost hraje roli jen jako pokračování či zesílení současnosti. Ve vztahu k příjemci vůbec nevystávají otázky příčin a účinků.
- Získávání pozornosti je cílem samo o sobě a z krátkodobého pohledu je hodnotově neutrální a v podstatě prosté významu. Formy a technika jsou více než sdělení.

Prezentované tři rysy lze považovat za základ soutěživosti, aktuálnosti a objektivity, což jsou přiznávané charakteristické rysy masové komunikace, zvláště pokud hovoříme o komerčních mediálních institucích.⁴³

Příjmový model můžeme chápat tak, že na masovou komunikaci nahlíží z pozice mnoha různých příjemců, kteří nevnímají a nechápou sdělení, jak „bylo vysíláno“, ani jak „bylo vyjádřeno“. Tento model je svázán se vznikem analýzy příjmu. Podstatou analýzy příjmu je snaha umístit přisuzování a konstruování významu odvozeného z médií do blízkosti příjemce. Mediovaná sdělení jsou vždy

⁴² JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

⁴³ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

otevřená, mají více významů a jsou interpretována podle kontextu a podle kultury příjemců. Komunikace začíná v mediální instituci, jejíž typický významový rámec má sklon být v souladu s převládajícími mocenskými strukturami. Konkrétní sdělení je „zakódováno“, často v podobě ustáleného žánrového vzorce příznačného pro daný obsah (například jako zprávy, sportovní zpravodajství, rodinný seriál), má běžný, prvoplánový význam a pro publikum jsou do něj zabudovány návody, jak je má interpretovat. Publikum pak ovšem přistupuje k médiím s významovými strukturami, které vycházejí z jeho vlastních myšlenek a zkušeností. Dekódování významu se může vydat jiným, než zamýšleným směrem. Příjemci mohou číst mezi řádky a dokonce obrátit zamýšlené zaměření celého sdělení.⁴⁴

Ze srovnání čtyř modelů, jak ukazuje tabulka číslo 1, je podle McQuila patrné, že přenosový model je do značné míry převzat ze starších institucionálních kontextů – vzdělání, náboženství, vlády – a je vhodný pouze pro ty mediální aktivity, které mají instruktážní, informační nebo propagační účel. Rituálový čili výrazový model se používá většinou k postizení rysů typických spíše pro umění, drama, zábavu a mnohé další symbolické využití komunikace. Propagační model, tedy komunikace jako předvádění se a pozornost, vychází ze základního cíle médií – přilákat publikum, dosáhnout vysoké sledovanosti a širokého záběru, z důvodů prestiže nebo příjmu. Příjmový model připomíná, že zjevná moc médií formovat, vyjadřovat či ovládat je částečně iluzorní, jelikož poslední slovo má nakonec publikum.⁴⁵

Modely	Orientace na podavatele	Orientace na příjemce
Přenosový	Přenos významu	Kognitivní proces
Rituálový či výrazový	Jednání (performance)	Naplnění, sdílený prožitek
Propagační	Předvádění se v soutěži	Poskytnutí pozornosti, diváctví
Příjmový	Preferované zakódování	Rozdílné dekodování, konstrukce významu

Tabulka č. 1: Srovnání čtyř modelů masové komunikace

Masová komunikace ve srovnání s jinými komunikačními procesy, jak dále píše McQuail, ztrácí na významu a není snadné ji jasně vymezit. Hlavní příčinou je vznik nových, elektronických - telematických médií, jež lze definovat jako soubor služeb, které mohou uživateli poskytnout telekomunikační sítě a jež dovolují odesílání i přijímání veřejných i soukromých informací. Prapůvodní nové telematické médium -

⁴⁴ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁴⁵ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

videotex. Tyto změny podporují posun od masových médií k médiím s omezenějším dosahem a přesun ovládání procesu od podavatele směrem k příjemci. Pokud se podíváme na důsledky těchto změn, tak se na ně vyplatí nahlížet z hlediska rozdílných druhů toků informací a jejich vyváženosti.

Dva nizozemští odborníci na telekomunikace Jan L. Bordewijk a Ben Van Kaam navrhli v roce 1986 model, který pomáhá ujasnit a probádat probíhající změny. Vymezuje čtyři základní způsoby komunikace a ukazuje, jaké jsou mezi nimi vztahy - projev, konverzace, konzultace, registrace.⁴⁶

V případě **projevu** se informace šíří simultánně z jednoho centra ke koncovým příjemcům. Například sem patří přednáška, kázání, koncert, kdy jsou posluchači nebo diváci v auditoriu. Patří sem i vysílání, při němž rozhlasové či televizní sdělení přijímá ve stejnou chvíli velký počet rozptýlených jedinců. Projev je typicky jednosměrnou komunikací k početnému publiku, která se vyznačuje poměrně malou příležitostí k osobní zpětné vazbě. Místo a čas komunikace jsou určovány podavatelem nebo nějakým centrem.⁴⁷

V **konverzaci** na sebe jednotlivci vzájemně a přímo působí a opomíjejí centrum nebo zprostředkovatele. Vybírají si kromě partnerů i času, místo a také téma komunikace. Takový vzorec se týká široké škály situací. I když i tato konverzace předpokládá jisté centrum, jeho funkce v komunikaci není ani aktivní ani iniciační, například komunikace po internetu vyžaduje připojení, ale neurčuje obsah. Pro konverzaci je charakteristické, že účastníci jsou si v procesu komunikace rovni. V zásadě je podle McQuaila možné, aby účastníků bylo více než jen dva. Se zvyšováním jejich počtu však v jistém okamžiku dojde ke splnutí se situací, která nastává při projevu.⁴⁸

Konzultace odkazuje k celé řadě komunikačních situací, v nichž jedinec hledá informaci v shromaždišti informací – v knihovně, v databance, disku počítače, internetu atd.. Příjemce si určuje čas, místo a téma.⁴⁹

Registrace je opakem konzultace, neboť v tomto modelu shromaždiště požaduje a získává informace od účastníků, často bez jejich vědomí. Jedná se například o automatické zaznamenávání přístupu na internetové stránky, při výzkumu

⁴⁶ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁴⁷ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁴⁸ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁴⁹ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

sledovanosti televizních pořadů pomocí peplemetrů a pod. Pro obsah komunikace a její podoby má mnohem větší vliv centrum než jednotlivci na periférii.⁵⁰

McQuail dále shrnuje, že uvedené čtyři typy se vzájemně doplňují a navazují na sebe nebo se překrývají. Model projevu zastupují typická „stará média“ a odpovídá především přenosovému modelu, zvláště televiznímu a rozhlasovému vysílání, které poskytuje masovému publiku omezený obsah. Konzultační model se mohl rozvinout nejen díky telefonu a novým telematickým médiím, ale také proto, že se rozšířil videozáznam a zařízení pro nahrávání zvuku. Kromě toho vrostl počet přenosových kanálů díky kabelovému a satelitnímu přenosu. Nová média rovněž zvýšila možnosti konverzační neboli interaktivní komunikace mezi široce rozptýlenými jedinci. Stále využívanější je také registrace, která se vyskytuje stále častěji, ale jistě nevytlačí ostatní formy informačních toků. Podle McQuaila ji lze také chápat tak, že představuje vzrůstající moc průběžné kontroly v elektronickém věku.⁵¹

Z představených modelů všechny mají potenciál ovlivnit výchovu, ale spíše vzdělávání prostřednictvím jejich aplikace v masových médiích. Zejména se jedná o model projevu, kdy jsou informace šířeny z jednoho centra, v případě rozhlasu z rozhlasového studia (centra, shromaždiště informací) k rozhlasovým posluchačům prostřednictvím rozhlasových přijímačů.

2.2 Obsahy masové komunikace

K obsahu masové komunikace můžeme přistupovat různě. Například Jiří Vymazal v knize *Koncepce masové komunikace v sociologii* popsal tři různé obecné roviny přístupu k masové komunikaci.

Za první, základní prvek obsahu považuje informace. Sdělení je komplexnější významovou jednotkou. Zprávou je sdělení o nové události. Zprávy, sdělení i informace vypovídají o určité části reality, podávají její obraz. Obraz závisí na záměru komunikátora. Pro upřesnění, jde o redakci konkrétního média, jejího vlastníka, zaměření. Dále uvádí Jiří Vymazal, že záleží také na technických vlastnostech jednotlivých prostředků.

⁵⁰ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

⁵¹ McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.

Za druhé, Vymazal uvádí, že na vyšší rovině obecnosti jde o rozsáhlejší významové celky a je možno uvažovat o jejich obsahu jako o popularizaci nebo může jít i o propagandu. Masové šíření poznatků a ovlivňování je zaměřené na určité problémy nebo jejich komplexy. Takto šířený obsah znamená výraznější intervenci do sociálního vývoje a jeho problémů.

Za třetí v nejobecnější rovině může být obsah masové komunikace analyzován jako kultura. Masová komunikace kulturu jak zprostředkovává, tak sama vytváří. Podílí se na určitém způsobu života, na formování společných názorů, mínění, pocitů. Je sama také součástí a produktem určité kultury.⁵²

Obsah sdělení masové komunikace, jak dále uvádí Jiří Vymazal, vypovídá o způsobu života a organizaci sociálních vztahů. Odráží hodnoty obsažené v sociálních vrstvách dominantních skupin případně sociálních tříd, jež mají být prostřednictvím masové komunikace rozšiřovány. Charakter obsahu vychází ze základních sociálních funkcí masové komunikace. V první řadě upevňuje určitý typ ekonomického, politického a ideologického panství, použijeme-li společně s Vymazalem kategorie Maxe Webera pro popis nadvlády, dominance ve společnosti. Řada autorů, jak bylo uvedeno výše, například Arendtová a Adorno, vidí v prostředcích masové komunikace především nástroje manipulace a prosazování ideologie.

Obsah masové komunikace podle Vymazala podléhá procesu homogenizace a měl by se vztahovat k obecným lidským zájmům průměrného příjemce. Ve skutečnosti má uspokojovat spotřební zájmy pasivního konzumenta a vycházet vstřícně jeho sklonům ke konformnímu myšlení, cítění a chování. Jiří Vymazal uvádí konkrétní seznamy požadované tematiky. Cituje zde K. Younga jeho knihu z roku 1946 *Handbook of Social Psychology*. Zde je takové pořadí témat:

1. boj a konflikty (politické, společenské, sportovní),
2. láska a sex (romantika, skandály, rodina),
3. vše neobyčejné, mimořádné a vzrušující,
4. nové objevy a doklady o pokroku (důraz na změnu),
5. móda a vzdálený svět populárních osobností a hvězd společenského života,
6. situace, které dávají vznik sympatií s masami, hnutími nebo jednotlivci,
7. jiné předměty zájmu (staří lidé, zvířata atd.).

⁵² VYMAZAL, Jiří. *Koncepce masové komunikace v sociologii*. Praha: Karolinum, 1991, s. 93.

Jedná se tedy o eklektickou obsahovou směs od politiky a sportu přes hudbu a sex až k vědě nebo zločinu. Vše se snadno nabízí k okamžité spotřebě, v lákavých formách, ve standardním, ale přitažlivém balení.⁵³ Uvedené obsahy nalezneme v masových médiích i dnes. Může samozřejmě dojít a dochází k modifikacím v pořadí podle typu čtenářů, posluchačů, diváků a také podle typu média. Podobně kategorizované obsahy sdělení masových médií nalezneme označené jako funkce žurnalistiky v práci Stephana Russ-Mohla a Hany Bakičové *Žurnalistika*. Jedná se o:

1. Od médií se očekává **informování**, to znamená, že budou v potřebné a náležité míře přinášet informace, které potřebujeme v běžném životě.
2. Média vyjadřují určité věcné obsahy a problémy, tedy dělají z nich věc veřejnou, jinak řečeno, **formulují je a zveřejňují**. V ideálním případě mohou fungovat ve společnosti jako „včasný výstražný systém“. Někdy se uvádí, že jsou „hlídacím psem demokracie“. V obsahu masová média soustřeďují pozornost na několik málo témat a událostí ocitajících se ve světle zájmu veřejnosti. Témata a obsah se snaží ovlivňovat mediální poradci a odborníci z oblasti Public Relation (PR), neurčují jej pouze novináři.
3. Pracovníci z oblasti PR jsou pro novináře nejen zdrojem zpráv, ale i odvádějí pozornost. Ne všechno, co se děje v oblasti politiky, ekonomie a společnosti, má být viditelné pro veřejnost. Využívá-li novinář **kontroly a kritického přístupu**, dostane se k podstatě sdělení, což může to být ke všeobecnému prospěchu.
4. Od masových médií lidé očekávají, že nás provedou všedním dnem a nabídnou nám rozptýlení, **zábavu**. Média a potažmo i žurnalistika jsou pevnou součástí zábavy. Sama masová média ji vytvářejí, formují a jsou jejím pilířem.
5. Masová média jsou nástrojem **socializace** a „**vedení**“. Člověka „vychovávají“, směřují a intencionálně, ale i funkcionálně ovlivňují jeho nahlížení na okolí i jejich chování. Média mají mnohem větší vliv, než si novináři přiznávají a než mnozí vědci po dlouhá léta chtěli uvěřit.⁵⁴ Zde bych doplnil, že je to podle mě o tom, aby si každý novinář a pracovník v médiích, který může hovořit na diváky, posluchače nebo píše články čtenářům, a aby každý přijal za toto zodpovědnost při své práci.

⁵³ VYMAZAL, Jiří. *Koncepce masové komunikace v sociologii*. Praha: Karolinum, 1991, s. 55-58.

⁵⁴ RUSS-MOHL, Stephan. BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada, 2005.

6. Masová média propojují, **integrují**, různé světy a oblasti života.
7. Se zábavou ustupuje do pozadí **vzdělávání a výchova**, což média rovněž plní. Obecně je za oblast vzdělávání v současných společnostech odpovědné školství, ale mimochodem vzdělání zprostředkovávají i média. V počátcích televizního vysílání byly pro vzdělávání zamýšleny třetí, v českém prostředí druhé programy. Svoji roli sehrál před druhou světovou válkou i rozhlas. Současné školy nevyužívají příliš masových médií k tomu, aby při vyučování držely krok s dobou.⁵⁵ Přesto však získáváme značnou část všeobecného vzdělání skrze masová média, když ne intencionálně, tak alespoň funkcionálně. Pro analýzu je možné pak hovořit o formálním, informálním a neformálním vzdělávání prostřednictvím masových médií, což bude obsaženo v další části práce.

Z uvedené kategorizace je zřejmé, že se nejedná o totéž, ale obsahově se i po bezmála šedesáti letech některé pojmy opakují a nebo byly nahrazeny synonymy odpovídajícími současným rozpravám o masových médiích a výchově a vzdělávání.

2.3 Působení masových médií

V uvedených modelech média působí z hlediska času krátkodobě nebo dlouhodobě, působení může mít povahu zjevnou nebo skrytou. Jak uvádějí američtí sociologové Bernard Berelson a Morris Janowitz „... *mohou být i zjevné, nebo skryté, silné, nebo slabé. Mohou se odvozovat od kteréhokoli z velkého počtu aspektů obsahu komunikace. Lze o nich uvažovat jako o psychologických, politických, ekonomických či sociologických. Mohou se projevovat na postojích, hodnotách, úrovni informovanosti, dovednostech, vkusu, chování*“.⁵⁶

Řekněme si více o plánovaném a neplánovaném působení médií. Protože, jak uvádějí Jiráček a Köpplová, výroba a šíření mediálních produktů je intencionální, tedy nepochybně se děje s nějakým záměrem. Intence může být – a v liberálně-demokratických režimech převážně je – především povahy ekonomické, může být i povahy politické, dále vzdělávací.⁵⁷ Americký psycholog William McGuire v roce

⁵⁵ Srov. RUSS-MOHL, Stephan. BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada, 2005.

⁵⁶ BERELSON, Bernard, JANOWITZ, Morris. *Reader in Public Opinion and Communication*. Glencoe, 1950.; srov. JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 329.

⁵⁷ JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s.336.

1986 utřídil představy o záměrných a nezáměrných dopadech působení a konstatuje, že nejčastěji se objevují zmínky o těchto záměrných účincích či vlivech:

- a) účinky reklamy na spotřebitelské chování,
- b) účinky politických kampaní na volební chování,
- c) účinky osvětových a sociálních kampaní na chování jednotlivců a na zvýšení solidárního jednání ve společnosti,
- d) účinky propagandy na ideologii,
- e) účinky mediálních rituálů na sociální kontrolu.

Co se týká nezáměrných účinků, tak nejčastěji se vyskytují zmínky o:

- a) účinku mediálního násilí na agresivní chování,
- b) dopadu mediálních výjevů (images) na sociální konstrukci reality,
- c) účincích předpojatosti médií na stereotypizaci,
- d) účincích erotických a sexuálně explicitních obsahů na postoj a jednání,
- e) o tom, jak jednotlivé typy mediálních produktů ovlivňují poznávací činnosti, životní styl a vkus.⁵⁸

Co se týká poznávacího působení médií a učení, tak uvádí Jirák s Köpplovou, kognitivní, tedy poznávací působení označuje schopnost médií nabízet podněty, které je možné se naučit. Kognitivní účinky mohou být záměrné i nezáměrné.

Záměrné mohou být z hlediska média: zpravodajství, z hlediska zadavatele: reklama a osvěta, z hlediska publika: vyhledávání informací kvůli lepší orientaci v okolním světě, řešení praktických problémů apod. Nezáměrné kognitivní procesy se odehrávají mimoděk, například filmy určené výhradně k relaxaci či zábavě poskytují současně poznatky o určité zemi, o chování lidí apod.⁵⁹

Právě na nezáměrných kognitivních účincích stojí časté kritiky médií. Na základě těchto výhrad je uživatel média v nezáměrném procesu poznávání vůči tomuto procesu pasivní, a tedy bezbranný. Platí to hlavně pro reklamní a propagandistické komunikační strategie. Ty se často pokoušejí dostat pod kontrolu procesy pasivního (nezáměrného, a tedy neuvědomovaného) učení a nabídnout

⁵⁸ McGUIRE, William.J. The myth of massive media impact: Savagings and salvagings. In COMSTOCK, G. *Public Communication and Behavior I*. Orlando, Academic Press, 1986, s. 173-257. In JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 337-338.

⁵⁹ JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 356-358.

uživatelům médií informace, které nejsou jako takové identifikovány, a tím jimi manipulovat.⁶⁰

Mezi kognitivní působení médií můžeme podle Jiráka a Köpplové zařadit i poměrně časté úvahy o ohlupujícím účinku médií (tzv. dumbing down effect). Média nepochybně nabízejí ve fiktivních i nefiktivních produktech obraz světa ve zjednodušené, trivializované, schematizované podobě. Nepochybně stereotypně opakují tatáž výkladová schémata, nepochybně kladou stále větší důraz na emoce než na kritickou racionalitu.⁶¹ Dále se budu v textu zabývat působení médií v oblasti vzdělávání.

⁶⁰ Srov. JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 356-358.

⁶¹ JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s.357-358.

3 Rozhlas a jeho vzdělávací možnosti

Rozhlas má velké vzdělávací možnosti a rozhodně neřekl své poslední slovo. Kanadský filozof a mediální teoretik Marshal McLuhan ve své knize *Jak rozumět médiím*⁶² popisuje srovnávací pokus s různými médii, který byl uskutečněn v Torontu. V něm dostaly čtyři náhodně vybrané skupiny univerzitních studentů shodné informace. Jedné skupině byly předloženy pomocí rozhlasu, druhé prostřednictvím televize, třetí se je dověděla na přednášce a čtvrtá skupina potřebovala k jejich získání četbu literatury. Každá skupina se s informacemi seznamovala 30 minut a každá následně vyplnila stejný dotazník. Studenti, kteří dostali informace pomocí televize a rozhlasu, dosáhli lepších výsledků než ti, kteří je získali z přednášek nebo čtením. Značně lepších výsledků dosáhla televizní skupina, než skupina rozhlasová. Nebylo ale využito specifik jednotlivých médií. Tak se stalo až při opakování pokusu. Informace pro rozhlas a televizi byly zdramatizovány. Posloužily k tomu sluchové a vizuální prostředky. U přednášky využil přednášející tabule a s posluchači diskutoval. A konečně ve verzi četby měl text nápaditou úpravu. Při opakovaném pokusu dosáhl mnohem lepších výsledků rozhlas na úkor televize. Jak dále McLuhan uvádí, příčina byla odhalena dlouho po výzkumu: televize je chladným, participačním médiem. Rozhlas je médiem horkým. Čím vyšší je jeho intenzita, tím je úspěšnější. U posluchačů nezbuzuje stejný stupeň participace. Rozhlas může posloužit jako zvuková kulisa, nebo jako nástroj, kterým můžeme ovládat úroveň šumu prostředí (viz. dále). Televize však angažuje každého, kdo ji sleduje a nepůsobí jako kulisa.⁶³

Pro efektivní vzdělávání rozhlasem je prvním předpokladem, jak píše Jiří Vymazal, „orientace v obsahu vysílání rozhlasových stanic a vhodný výběr pořadí z hlediska vzdělávacích cílů.“ Nutné je také znát výrazové prostředky v rozhlase a mít také vědomosti o metodách rozhlasového vzdělávání.⁶⁴

Jak už je uvedeno výše, rozhlasu chybí názornost, jedná se o auditivní médium. Podle Vymazala znamená značnou překážku při vzdělávání nedostatek pozornosti. Mluvené slovo je abstraktní, a to může mít za následek, že některá témata či vyučovací předměty jsou pro rozhlasové sdělování vhodnější než jiné. Vhodná je

⁶² McLUHAN, Marshal. *Jak rozumět médiím*. Praha: Mladá fronta, 2011.

⁶³ McLUHAN, Marshal. *Jak rozumět médiím*. Praha: Mladá fronta, 2011.

⁶⁴ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.118-119.

především hudba nebo jazykové vzdělávání. Tam, kde je potřeba názornost je vhodné vydávat tištěné materiály k pořadům.⁶⁵ Dnes bychom doporučili využívat internet a také se tak děje. Jinde ve svém textu Vymazal ale uvádí, že vizuální demonstrace televize zase příliš rozptyluje při vzdělávacích pořadech a divák si nemůže dělat poznámky, kriticky analyzovat a srovnávat. Rozhlas uvedené činnosti umožňuje ve větší míře.⁶⁶

Zajímavé jsou u rozhlasu také nároky na paměť. I zde by Vymazal doporučil tištěné materiály a také opakování důležitých myšlenek ze vzdělávacího pořadu. Posluchač si také může dělat poznámky, to ale ovlivní rychlost výkladu.⁶⁷ Výše už jsem uvedl, že rozhlas se také poslouchá i jako kulisa. Právě tento typ poslechu není podle Vymazala efektivní při vzdělávacích pořadech.

Pro dokonalé využití mluvených pořadů se předpokládá také správné porozumění. To ovlivní kvalita příjmu a také přiměřená úroveň znalostí posluchačů. Pro srozumitelnost mluvené řeči je dobré, když člověk, který mluví z rozhlasu, používá krátkých vět s malým počtem slov a pokud se vyhýbá rozvitým větám vedlejším. Nevhodné jsou zpodstatnělé přívlastky nebo častý výskyt cizích slov. Dobré vzdělávací atmosféře prospívá podle Vymazala využívání sloves v aktivním tvaru a vyhýbání se hovorovému jazyku.⁶⁸

Rozhlasové pořady mohou být svým zaměřením podle Vymazala všeobecně vzdělávací, zde konkrétně uvádí vzdělávání politické, národohospodářské nebo popularizující vědu.⁶⁹ S ohledem, že kniha je z roku 1984, tak bych ponechal popularizující vědu, dále bych spíše použil ekonomicky zaměřené pořady a publicistické nebo politické by byly v jiné podobě, než v roce 1984.

Dále Jiří Vymazal uvádí, že vzdělávací pořady mohou být také speciálně zaměřené a být určené speciálním zájmovým skupinám. Ovšem toto určení má své hranice, protože by to mohlo vést k přílišnému tříštění programu a rozhlas by tak vlastně omezoval svou schopnost působit masově.⁷⁰

⁶⁵ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.118-119.

⁶⁶ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.121.

⁶⁷ srov. *tamtéž*

⁶⁸ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.120.

⁶⁹ *Tamtéž*.

⁷⁰ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.120.

Pokud jde o situaci při vzdělávání, tak při poslechu je rozhlas oproti televizi ve výhodě díky tomu, že umožňuje individuální využívání. Jeho sledování nemusí uvádět posluchače, který se vzdělává do konfliktu s členy rodiny, kteří mají jiné zájmy. Problematické je u obou médií vybrat vysílací časy pořadů. Zvláště u dospělých posluchačů, kteří se vzdělávají ve svém volném čase je těžké vybrat vhodný termín, protože jejich časové možnosti jsou různorodé a navíc se mohou často měnit. Navíc nejvíce exponované časy jsou určeny pořadům univerzálního dosahu. Vzdělávací pořady se tak často zařazují v časech, kdy většina posluchačů rozhlas nesleduje (například večer) a ty nejsou vždy výhodné (únava, rodinné a jiné povinnosti).⁷¹ I zde nám pomůže, když se pořad umístí na internetové stránky rozhlasové stanice a každý z posluchačů si jej může pustit v době, která mu plně vyhovuje.

Dalším plusem rozhlasových pořadů je, že jsou ve srovnání s televizními levnější. U rozhlasových pořadů se počítá spíše s individuálním poslechem v domácích podmínkách. Jiné pořady jsou určeny především pro skupinový poslech ve školách a vzdělávacích zařízeních.⁷² Ovšem klasické vysílání pro školy už v rozhlase ani v televizi není. Jeho tradice přitom v podstatě začala se startem rozhlasového vysílání. Ať už u nás nebo v zahraničí.⁷³

Jak dále Jiří Vymazal zdůrazňuje, pro individuální vzdělávání je zvláště u rozhlasu nutná silná motivace, sebekázeň a také samotné organizování vzdělávání. Velký význam pak i zde mají učební texty, které mají výklad doprovázet. Navíc, jejich účinnost je přímo úměrná tomu, jak pečlivě jsou připravené.⁷⁴ Jaké výchovné a vzdělávací pořady nabízejí dvě stanice Českého rozhlasu uvedu v další části práce.

Bylo by liché se domnívat, že v současnosti dostane jedinec v počátečním vzdělávání vzdělanostní a kompetenční výbavu pro celý život uvádí František Pelka ve svém příspěvku v knize *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Naopak současný stav společnosti a také její vývojové trendy předpokládají celoživotní

⁷¹ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.120.

⁷² VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.121.

⁷³ Český rozhlas nabízí i po roce 1989 pořad Domino. Nejedná se o klasické vysílání pro školy, ale jde o magazín pro děti a mládež ve věku 10-15 let. Nabízí informace ze světa přírody, sportu, vědy, hudby, kultury a počítačů. Součástí jsou i seriály, soutěže nebo linka důvěry. Pořady Domino vysílá Český rozhlas od roku 1982.

⁷⁴ VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984, s.121.

vzdělávání a učení. Celoživotní učení a především jeho složka další vzdělávání musí pružně reagovat na vývoj společnosti v oblasti trhu práce, samo o sobě může do jisté míry i dynamiku trhu práce ovlivňovat. Tedy další vzdělávání nejen jako důsledek ale i jako faktor společenského a ekonomického vývoje.⁷⁵

Pelka se soustřeďuje na problematiku dalšího vzdělávání a význam médií pro další vzdělávání. Vychází z dat prvního výzkumu projektu „Pražské mediální a komunikační centrum – tvorba, ověřování a evaluace vzdělávacích programů a výzkumná činnost v oblasti dalšího vzdělávání.“⁷⁶ Výzkum se mimo jiné soustředil i na vybavenosti populace k užívání elektronických médií a nových informačních technologií k dalšímu vzdělávání.⁷⁷

Veřejnoprávní Český rozhlas a také Česká televize, jak připomíná Pelka, měly tradici ve vzdělávání. Od počátku rozvoje rozhlasu bylo v Československém rozhlase jako součást hlavního proudu rozvoje také rozhlasové vzdělávání. Pelka uvádí, že význam vzdělávání prostřednictvím elektronických médií, v tomto případě rozhlasu a televize spočívá v tom, že může zmenšovat rozdíly ve vzdělávání vzdělanějších a méně vzdělaných. Pelka odkazuje na studii, kterou v rámci projektu občanské společnosti Hermés⁷⁸ zpracovala organizace EU fórum a ze které vyplývá, že nástup komerčních (soukromých) médií a masové kultury v devadesátých letech se promítl do kvality České televize i Českého rozhlasu. Hlavním kritériem se stala sledovanost a poslechovost navzdory kritériím veřejnoprávnosti. To vedlo k bulvarizaci veřejnoprávních médií, ke sblížení s komerčními a bulvárními médii a k potlačení některých typů pořadů a žánrů. To se týká v první řadě vzdělávacích pořadů.

Přitom, jak dále uvádí Pelka, vzdělávání prostřednictvím elektronických médií má obrovský potenciál. Jediný vzdělávací pořad může totiž sledovat až několik milionů diváků. To je ve srovnání s klasickou formou vzdělávání nepředstavitelná efektivita. Kvalitní vzdělávací pořad, který by shlédli v jednom okamžiku jeden milion

⁷⁵ PELKA, František. Úloha médií v dalším profesním vzdělávání. In *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, s. 108–117.

⁷⁶ Šlo o 1313 respondentů z celé ČR ve věku 18 až 59 let (kvótní výběr podle kritérií pohlaví, věku, vzdělání, velikostního pásma bydliště a kraje). Standardizované osobní rozhovory (face to face) provedli tazatelé STEM v prosinci 2006.

⁷⁷ Projekt je financován z rozpočtu Evropského sociálního fondu, státního rozpočtu ČR a z rozpočtu hlavního města Prahy.

⁷⁸ Společnost Hermés vznikla v roce 1997. Prvotním cílem občanského sdružení bylo nalézat, ukazovat a analyzovat cesty a směřování českého mediálního světa. Od roku 2004 rozšířil Hermés teoretické výzkumné poznatky o praxi, zejména vzdělávání. V roce 2005 získalo sdružení grant z Evropského sociálního fondu na další profesní vzdělávání pracovníků médií a také na výzkum v této oblasti. *O Hermés*. [online]. Praha: Volná novinářka, 2012. Citováno dne 2012-07-14. Dostupný z [www <http://novinarka.hermesmedia.cz/o-projektu/hermes>](http://novinarka.hermesmedia.cz/o-projektu/hermes).

diváků, by pro klasické další vzdělávání při srovnatelném efektu představovalo zhruba 30 tisíc učitelů, 30 tisíc učeben. Jak konstatuje výše zmíněná studie v informační, mediální a učící se společnosti by bylo dobré využít vzdělanostní potenciál televize. Propojením všech médií, které jsou digitální, by došlo k vytvoření homogenního digitální prostředí ve společnosti. Informace a poznatky v jakékoliv podobě, ať už se jedná o text, obraz, video, hudbu, mluvený projev, bude možné procházet bez jakékoliv technické či technologické bariéry v multimediální podobě institucemi, které představují osobní počítače jedinců.⁷⁹ Tato doba již nastala. Svůj potenciál by podle mě měl využít také rozhlas. Jak jsme se přesvědčili výše podle McLuhana, může rozhlas dosáhnout ve sdělování lepších výsledků, než televize. Podle Pelky by se měla televize a rozhlas v budoucnu více zaměřit na skupiny diváků a posluchačů, které nejsou připravené na rychlý vývoj informačních technologií a zaměření by mělo být především praktické. Lidé, kteří jsou dostatečně vzdělaní a mají motivaci pro uspokojování svých vzdělávacích potřeb si totiž sami najdou způsoby, které jim nejvíce vyhovují. Například samostudium, informace získané prostřednictvím internetu, e-learningu. Současný stav využívání vzdělávacích pořadů v televizi je dán i pasivním přístupem k dalšímu vzdělávání, namísto aby byl další vývoj předjímán a televizní publikum bylo cílevědomě, i když nenásilně připravováno na potřebu dalšího vzdělávání.⁸⁰

Vzdělávání rozhlasem má velký potenciál už od svého počátku. S historií nás seznámí další kapitola. V této části chci zdůraznit, že možnosti rozhlasového vysílání pro vzdělávání jsou velké i v současnosti. Myslím, že ve znalostní společnosti o to větší. Ilustrovat to mohu například na výsledcích průzkumu⁸¹ Mediascope⁸² z června 2012. Z něj vyplynulo, že nejvyužívanější mediálním kanálem v České republice je televize, následovaná rozhlasem a internetem. Televizi běžně sleduje naprostá většina české populace starší 16 let, je to 93%. Rádio poslouchá denně 83% lidí. Jak dále

⁷⁹ PELKA, František: Úloha médií v dalším profesním vzdělávání. In *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, s. 108–117.

⁸⁰ PELKA, František Úloha médií v dalším profesním vzdělávání. In *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, s. 108–117.

⁸¹ *Poslechovost rádia, sledovanost televize*. [online]. Praha: Sdružení pro internetovou reklamu, 2012. Citováno dne 2012-10-12. Dostupný z [www < http://www.spir.cz/tz-lide-jsou-line-pri-sledovani-televize-i-poslechu-radia>](http://www.spir.cz/tz-lide-jsou-line-pri-sledovani-televize-i-poslechu-radia).

⁸² Mediascope je celoevropský průzkum mediálního chování s důrazem na on-line aktivity. Jeho cílem je zmapovat měnící se způsoby využívání médií a popsat trendy v internetovém chování. Výzkum byl realizován Sdružením pro internetovou reklamu ve spolupráci s IAB Europe na jaře roku 2012 telefonickým a on-line dotazováním ve 28 evropských zemích. Celkem bylo dotázáno 51 700 lidí napříč Evropou.

ukazuje schéma číslo 9, internet využívá 71%, magazíny čte 69% a noviny 65% populace starší 16 let.

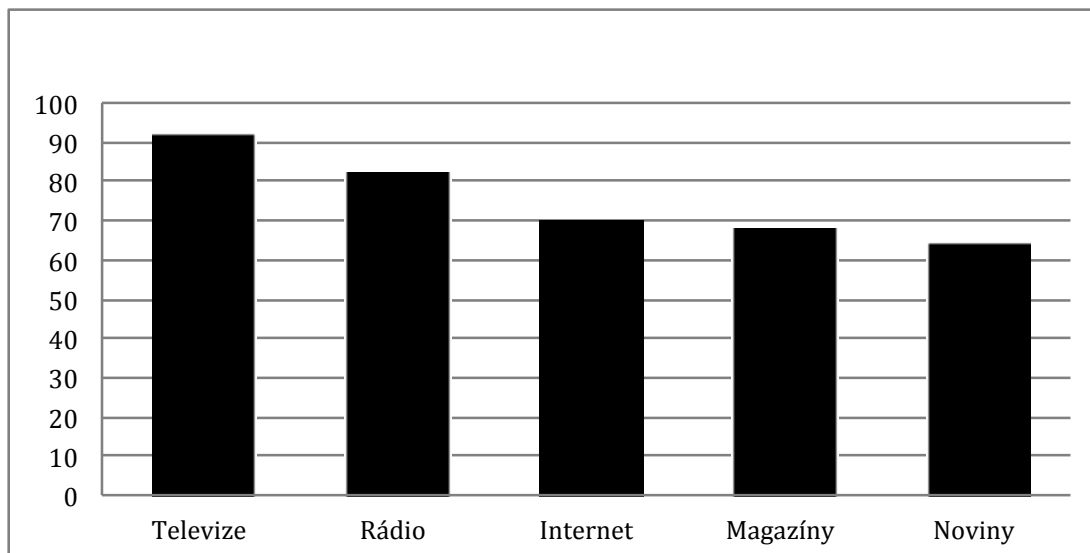


Schéma č. 9: Týdenní využívanost médií v České republice

Ovšem, jak vyplývá ze stejného průzkumu, nejvíce času stráví lidé u rádia, je to plných 18 hodin týdně, tedy přes dvě hodiny denně. Jak ukazuje schéma číslo 10, ve srovnání s jinými evropskými státy je to o šest hodin týdně více.

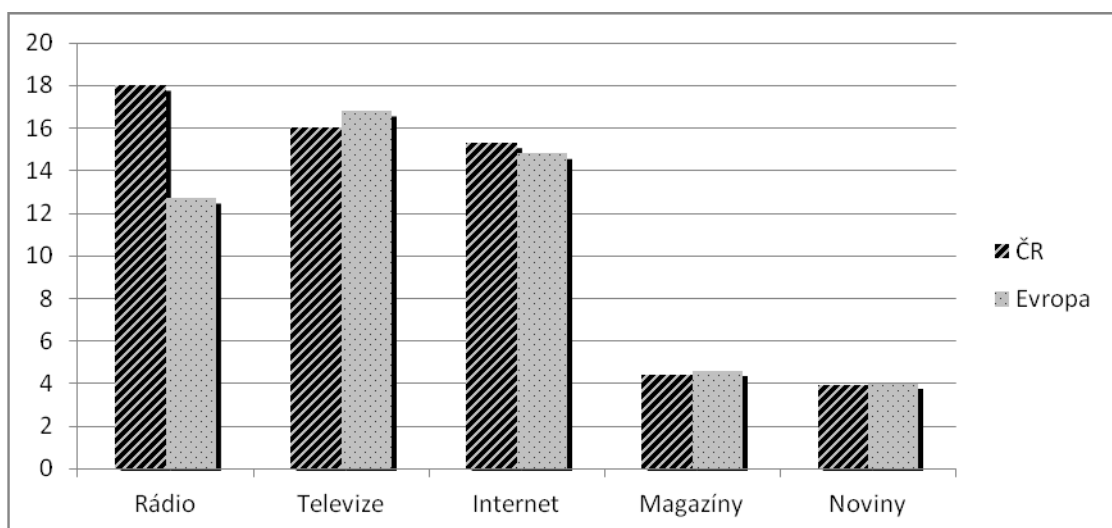


Schéma č. 10: Průměrný strávený čas s médii, v hodinách týdně

Výzkum se věnoval také využití více médií současně. Lidé poměrně často používají internet při sledování televize (44%), třetina lidí pak používá internet během poslechu rádia. V některých evropských zemích je však současná konzumace médií ještě běžnější. Používání internetu tak přestává být samostatnou a izolovanou mediální aktivitou. Roste tak počet lidí, jejichž on-line aktivita je například při sledování televize nějak spojena s pořadem, na který se právě dívají. U vzdělávacích pořadů nebo u vzdělávání rozhlasem by se tak snadno dal propojit poslech vzdělávacího pořadu s on-line aktivitami na internetu.

Z průzkumu dále vyplynulo, že zatímco u televize, rozhlasu, internetu a novin je využívanost mezi oběma pohlavími podobná, magazíny čtou častěji ženy než muži. Rozdíly se projevují také věkových skupin. To platí zejména pro využívání internetu. Na internetu jsou aktivní čtyři pětiny lidí ve věku do 35 let. U lidí starších 55 let už internet využívá necelá polovina.

Pro rozhlas hraje také skutečnost, že stabilně jej poslouchají lidé věku od 19 do 60 let, zatímco sledování televize ve věkových skupinách postupně roste, avšak nejméně času, jak uvádějí Petr Sak a Karolína Saková, věnují sledování televize mladí lidé ve věku 19-25 let.⁸³ Neopomenutelný je také fakt, že vysoká je v České republice takzvaná doba poslechu rozhlasového vysílání, tedy součet všech časových úseků, kdy konkrétní člověk poslouchá jakoukoliv stanici v určitém dni. Novinář Jan Souček připomíná, že tento údaj překračuje v mnoha zemích Evropy tři hodiny. Nejvyšší hodnoty ale vykazuje Česká republika, Litva, Belgie a Polsko. V těchto zemích lidé poslouchají rádio v průměru více než 4,5 hodiny denně.⁸⁴

Potenciál rozhlasového vysílání ve vzdělávání roste také při současném využití internetu. Tedy při poslechu vzdělávacího pořadu v rozhlase je uživatel současně připojený k internetu a má otevřené stránky, které doplní informace z rádia. Ty mohou být přímo vysílaného pořadu nebo na jiné, na které odkáže autor daného pořadu.

⁸³ SAK, Petr, SAKOVÁ, Karolína. Hodnota vzdělání a místo médií v celoživotním vzdělávání. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha: Portál, 2007. s. 117–146.

⁸⁴ SOUČEK, Jan. Rozhlasová dramaturgie a žurnalistika. In MOTAL, Jan a kol. *Nové trendy v médiích II. Rozhlas a televize*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 92.

3.1 Rozhlasové vzdělávání v BBC

Vzdělávání prostřednictvím rozhlasových vln má svoji tradici. S vzdělávacími pořady v éteru se setkáváme od roku 1922 až do současnosti. Nelze pochybovat, že vzdělávací obsah předávaly i relace, které a priori vzdělávacími nazvány nebyly. Zaměříme se však pouze na formálně deklarované vzdělávací programy. Významným referenčním rámcem pro obsahy a formu vysílání nejen v Evropě jsou stanice BBC, na které navazují i od roku 1923 rozhlasové stanice v českých zemích.

Pro srovnání, jak se dělá vzdělávání u nás a jak v zahraničí, jsem ze zahraničního rozhlasu vybral společnost BBC ve Velké Británii. Důvodem je, že považují práci novinářů BBC za jeden ze vzorů žurnalistické práce a jedná se o jednu z nejprestižnějších společností na světě.⁸⁵

British Broadcasting Corporation je rozhlasová a televizní společnost plnící funkci veřejnoprávního vysílání ve Velké Británii. Zajišťuje vysílání několika britských rozhlasových a televizních stanic i vysílání do zahraničí. Je všeobecně uznávána pro kvalitu a objektivitu svého zpravodajství. Byla založena pod jménem British Broadcasting Company roku 1922 a od roku 1927 nese jméno British Broadcasting Corporation.⁸⁶ BBC je mediálními odborníky považována za vzor žurnalistické práce a má, jak je uvedeno výše, své tradice. Ty nebyly, na rozdíl od českého, respektive československého vysílání, přerušeny totalitním režimem. Ať už fašistickým v letech 1939 – 1940, tak komunistickým v letech 1948 – 1989.

Když bych měl najít v nabídce rozhlasových programů společnosti BBC nějakou stanici, která má blízko dvěma stanicím, kterým se budu věnovat po obsahové analýze – Leonardu a Šestce – tak by to byla BBC Radio 4. Jedná se o takzvané rádio inteligentního slova. Nabízí čistě mluvené slovo, publicistiku a zpravodajství, diskusní pořady, pořady o vědě a historii, dramatické pořady. BBC Radio 4 je druhou nejoblíbenější stanicí ve Velké Británii a její podíl na trhu je,

⁸⁵ Kauza Sir James Wilson Vincent Savile (1926–2011), otrásla prestiží BBC a rozpoutala v ní krizi, která začala v říjnu 2012 aférou kolem Savilea, jež zemřel před rokem ve věku 84 let a patřil k nejznámějším televizním celebritám v Británii. Ukázalo se, že Savile dlouhá léta zneužíval děti a na BBC vrhlo vyšetřování velmi nepříjemné světlo. Navíc vyšlo najevo, že pořad Newsnight loni v prosinci náhle zrušil vysílání skoro hotové reportáže o Savileově údajné pedofilii. Potom si společnost utrhla ještě jednu ostudu. Zbrkle zveřejnila jiné obvinění ze sexuálního zneužití proti bývalému politikovi, které se ale ukázalo jako falešné. Následovala rezignace šéfa BBC a změny na dalších vedoucích pozicích. To se stalo skvrnou na pověsti společnosti BBC.

⁸⁶ BBC. [online]. Praha: Otevřená encyklopedie, 2012. Citováno dne 2012-09-12. Dostupný z [www < http://cs.wikipedia.org/wiki/BBC >](http://cs.wikipedia.org/wiki/BBC).

takzvaný share 10 až 12 procent, což je velmi vysoký podíl na to, že se jedná o stanici čistě mluveného slova. Pro srovnání – u nás dosáhne sharu 12-13 procent nejposlouchanější stanice, soukromé Rádio Impuls, které si denně naladí přes jeden milion posluchačů.

Vysílání BBC se už ve svých počátcích zaměřuje na vzdělávání. Profesor Andrew Crisell píše, že vysílání pro školy se začíná v programu objevovat už od roku 1924. Tehdy vysílání přijímalo na 220 škol, v roce 1927 to bylo tři tisíce škol a v roce 1939 poslouchalo deset tisíc škol na 39 programů týdně. Ovšem se školním vysíláním byly spojeny i problémy, od kterých se už neosvobodilo. Za prvé: rádio je vnímáno spíše pro volný čas a zábavu, než jako prostředek vzdělávání. Bylo těžké určit, jestli poslech vysílání patří do školních osnov. Za druhé hodiny musely být upraveny podle času vysílání vzdělávacího programu a ne naopak. Za třetí časový rozměr hrál roli i v rámci jednotlivých pořadů. I když byly učitelé seznámeni s možnostmi vzdělávacích pořadů, ne vždy dokázaly o nutnosti poslechu přesvědčit i děti. Rádio tak bylo vždy účinnější jako výchovně-informativní médium, než jako médium přímé výuky. Potěšitelné ovšem je, že informace, které rádio šířilo, vyvolalo poptávku ve veřejných knihovnách po publikacích, které souvisely s tématy, s obsahy vysílaných pořadů.⁸⁷

Jak dále Andrew Crisell uvádí, velmi odlišné od vzdělání a vzdělávacích výstupů v rozhlase, byla kategorie dokumentů. Ty se objevily v programu BBC poprvé v roce 1928 a zabíraly velký prostor dramatem a publicistikou. Často byly považovány za jakýsi experiment rozhlasového vysílání. Mnohé dokumenty byly fotomontáží vyprávění, dramatického dialogu, hudby a poezie. Později už se jednalo o směs aktuálních informací, skutečnosti i fikce. Dokumenty tehdy byly ovšem rozdílné oproti těm, které se objevily později a známe je dnes, byly velkým přínosem tehdejšího vysílání. Zajímavé je, že před druhou světovou válkou bylo veškeré mluvené slovo v dokumentech napsané, tedy respondenti četli napsaný text. Částečně proto, že BBC chtěla udržet přísnou redakční kontrolu nad mluveným slovem, ale také proto, že chybělo kvalitní nahrávací zařízení. To znamenalo, že třeba v dokumentech nikdy projev neznel autenticky zvukově, ale respondenti četli z papíru to, co ovšem prožili a co byla pravda.⁸⁸

⁸⁷ CRISELL, Andrew. *An Introductory History of British Broadcasting*. Londýn: Routledge, 1997, s.35.

⁸⁸ CRISELL, Andrew. *An Introductory History of British Broadcasting*. Londýn: Routledge, 1997, s.36.

Podrobnější informace o etapách vývoje rozhlasového vysílání BBC vycházejí především z vlastních internetových stránek společnosti bbc.co.uk.⁸⁹

Období 1930 - 1939

BBC se rozšiřuje, nabývá na jistotě. Staví se první účelové vysílací centrum ve Velké Británii, Broadcasting House. Rozšiřuje se také nabídka pořadů. Jsou zaměřeni na kulturu, vzdělání a spouští se také Empire Service (předchůdce World Service).

Období 1940 – 1949

Stejně jako u nás, vypuknutím druhé světové války hraje rozhlasové vysílání klíčovou roli. BBC se stává doslova záchranným lanem pro nespočet posluchačů ve Velké Británii a po celém světě, jako zdroj objektivního a nezávislého zpravodajství. Rádio ale nabízí i lehčí žánr. Například hudební pořady nebo delší pořady. Například Hodinu pro ženy nebo četbu na dobrou noc. Vzniká také třetí program, později Rádio 3.

Období 1950 - 1959

Rádio přináší nezapomenutelné komedie a jedinečné pořady, například nejdelší „mýdlovou operu“ na světě - Lukostřelci.

Období 1960 – 1969

Tato dekáda je spíše ve znamení rozvoje televizního vysílání BBC. U rozhlasového vysílání se mění například hudební skladba na stanici Radio 1, to hraje jen populární hudbu.

Období 1970 – 1979

Rozvoj vysílání a vznik partnerství mezi BBC a Open University. Díky tomu vypukne nová vlna vzdělávání. Promění to v podstatě přístup k vysokoškolskému vzdělávání a stane se vzorem pro distanční vzdělávání. V průběhu let produkuje nespočet vzdělávacích programů. Ty jsou uváděny ráno a v noci.

V té době se také v televizním vysílání objevuje pořad, který jako první nabízí zpravodajství pro děti.

⁸⁹ *The BBC Story*. [online]. Londýn: BBC, 2012. Citováno dne 2012-09-25. Dostupný z [www <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml>](http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml).

Období 1980 – 1989

Mění se počítačová gramotnost. BBC Micro inspiruje generace dětí a mládeže a začíná používání počítačů. S tím také vznikají nová média a počítačové hry.

Období 1990 – 1999

BBC vstupuje do digitálního věku. Vyvíjí se digitální vysílání a internetové služby. Vznikají nové stanice, například sportovní a stanice pro ženy. Začíná také vysílat zpravodajská stanice, která nabízí po celých 24 hodin denně zprávy a analýzy. V roce 1995 začíná vysílat digitální rádio, které změnilo obsah rozhlasových sdělení, ale i jejich strukturu. Spuštění digitálního rádia, využívající technologie a podpory poskytnuté výzkumem a vývojem BBC, transformovalo poslechové návyky posluchačů nejen ve Velké Británii.

Období 2000 – 2009

Tato dekáda BBC je plně ve znamení digitalizace. Jedná se v podstatě o naplnění potřeby diváků a posluchačů mít program kdykoliv a kdekoliv. Tedy i na internetu, kde se objevují záznamy pořadů a podcasty. BBC je také stále více globální. Například olympijské hry v roce 2008 jsou k dispozici v televizi, rádiu, on-line a také v mobilních telefonech.⁹⁰ Dochází ale také k omezování vysílání do zahraničí. Například se ruší i česká redakce BBC v Praze.

Anglický novinář George Perry píše, že rádio bylo a je ve Velké Británii médium, na které lidé spoléhají. Doslova „dosáhlo do každé domácnosti a zároveň spojovalo národ během druhé světové války.“⁹¹

BBC předkládá svými televizním i rozhlasovým vysíláním program pro široké publikum. S příchodem BBC 2 se začaly objevovat programy také menšinového žánru, dramata, dokumenty, publicistika, zábava i sport. Jako příklady jsou uváděny pořady *Civilizace*, *Monty Pythonův létající cirkus*.⁹²

⁹⁰ *The BBC Story*. [online]. Londýn: BBC, 2012. Citováno dne 2012-09-25. Dostupný z [www <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml>](http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml).

⁹¹ PERRY, George. *The Life of Python*. London: Pavilion Books, 1997, s.14.

⁹² *Cultural significance*. [online]. Londýn: 2012. Citováno dne 2012-09-25. Dostupný z [www <http://en.wikipedia.org/wiki/BBC#cite_note-71>](http://en.wikipedia.org/wiki/BBC#cite_note-71).

3.2 Rozhlasové vzdělávání v ČSR a ČSSR

Vzdělávání v rozhlase má svoji má svoji historii. Ta se začala psát v podstatě se začátkem vysílání rozhlasu v Československu roku 1923. Jak se uvádí v knize autorů *Od mikrofonu k posluchačům*, která vyšla k osmdesátému výročí vysílání Českého rozhlasu.⁹³

Období 1923 - 1925

V prvních letech se ve vysílání rozhlasu objevovaly hlavně přednášky. Vysílání „... doslova otevíralo dveře do koncertních sál, divadel, seznamovalo s klasiky, rozšiřovalo osvětu a kulturní rozhled“, uvádí Josef Maršík.⁹⁴ Rozhlas byl vnímán zejména jako prostředek osvěty a lidovými a pozornost se soustředila převážně na hudební program. Navíc šlo pouze o klasickou hudbu. Zcela se podceňovalo slovesné vysílání. Důvodem byly třeba i technické možnosti nebo ekonomické podmínky. Zcela stranou stála publicistika a zpravodajství.⁹⁵ Od roku 1925 se začalo také s vysíláním pro děti, které kontinuálně, v různých podobách a formách, vydrželo až do roku 1989.

Období 1926 - 1929

Druhá polovina dvacátých let znamená období stabilizace a rozvoje rozhlasového vysílání. Podle Josefa Maršíka se rozhlas zařadil mezi významné kulturní a vzdělávací instituce. Do soukromí posluchačů vstupuje pravidelnými informacemi o aktuálním dění doma i ve světě, a to mnohem rychleji než tisk. Objevují se nové metody práce, především rozhlasová reportáž. Rozvíjí se hudební i literárně-dramatické vysílání, jako jsou přenosy veřejných koncertů, sportovní přenosy, přenosy a adaptace divadelních představení i původní dramatická tvorba. V programu se objevily také tematické večery. Do nich patřily hudební večery nebo literární hodinky, kdy třeba každá hodina byla věnována jednomu básníkovi. Vzdělávací

⁹³ KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2007.

⁹⁴ Josef Maršík působí na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze.

⁹⁵ MARŠÍK, Josef. Průkopníci rozhlasového vysílání. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 14–51.

program tvořily také jazykové kurzy (francouzštiny, srbochorvatštiny, angličtiny a esperanta), těsnopis a technika radiofonie.

Vzdělávací program se ve druhé polovině dvacátých let minulého století zaměřil také na dětského posluchače a položeny tak byly základy pro pozdější široké využití rozhlasu při školním vyučování. Mladým posluchačům nabízel rozhlas pořady rozdělené podle věku na pořady pro děti a pro mládež. Objevovaly se pohádky, besídky, hry. Vzdělávací program se již měl jasnější koncepci, pedagogický záměr a nechybělo využití základních didaktických zásad, jako je soustavnost, názornost, přiměřenost, trvalost. Ve vysílání se už neobjevovala pouze vážná hudba, ale také hudba zábavná, jak byla tehdy označována.⁹⁶

Období 1930 - 1938

Ve třicátých letech minulého století už rozhlasové vysílání, jak uvádí pedagog Jiří Hraše, rozšiřuje škálu programových žánrů. Jsou patrné základní modely rozhlasového vyjádření: reportáž, pásmo a rozhlasová hra. Ve vzdělávání se už vedle přednášky objevuje beseda a vzdělávací pásmo. Roste také počet posluchačů, tehdy koncesionářů, v roce 1933 to bylo 453 257 koncesí, v roce 1938 to bylo něco přes jeden milion koncesí.⁹⁷ Jen podotknu, že počet koncesí neznamenal přesný počet posluchačů, ale jen možnost vlastnit přístroj. U něj mohlo sedět ale mnohem více lidí, například celé rodiny nebo i sousedé.

Období 1939 - 1945

Rozhlas v okupaci zažíval těžké chvíle. Nebudu se tomuto období věnovat obsírně, jen uvedu, že rozhlas byl podle dramatika Františka Hrdličky pod přísnou kontrolou a přijata byla opatření, která potlačovala českou kulturu. Posluchači se dovídali informace z válečných front a ze světa prostřednictvím zahraničních rozhlasových stanic. Rozhlas přispěl k úspěchu pražského Květnového povstání v roce 1945.⁹⁸

⁹⁶ MARŠÍK, Josef. Stabilizace vysílání 1926-1929. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 56–91.

⁹⁷ HRAŠE, Jiří. Profesionalizace vysílání 1930-1938. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 94–145.

⁹⁸ HRDLIČKA, František. Rozhlas v okupaci 1939-1945. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003. s. 148–179.

Období 1945 - 1948

Po druhé světové válce se rozhlas zapojil do obnovy Československa. Vedoucí archivních a programových fondů Českého rozhlasu Eva Ješutová uvádí, že k zásadní změně došlo především v jeho poslání: do popředí vystoupila organizátorská a informativní role. Rozhlas plnil i své poslání vzdělávací, neopomíjel literárně-dramatickou oblast a také zábavnou složku vysílání. Vzdělávací pořady se orientovaly na podporu vládního programu. Řada pořadů byla obsahově zaměřena na výchovu ke státnosti, prohlubování sociálního cítění, znalost socialismu a správní organizaci státu. Objevovaly se i pořady připomínající významná jubilea a osobnosti, pořady zabývající se vztahy Čechů a Slováků i obecně slovanskými záležitostmi. Ve vysílání se v roce 1947 poprvé objevila *Rozhlasová univerzita*, jejímž cílem bylo obnovit povědomí o vývoji světové vědy, přerušené šestiletou okupací. Novou formou sdělení byl volný rozhovor. V období po válce také vzniklo samostatné politické zpravodajství, které nebylo závislé na do té doby jediném zdroji zpráv, České tiskové kanceláři. Významným zdrojem aktuálních informací mocným propagandistickým nástrojem se stala hlavní zpravodajská relace, Rozhlasové noviny. Rozmachu v té době dosáhla rozhlasová publicistika. Ve vysílání se objevovala budovatelská tematika. V oblasti literárně-dramatické vyvinul rozhlas nemalé úsilí o získání vhodných děl jednáním se spisovateli a také vypisováním soutěží na hry s aktuální tematikou.⁹⁹

Období 1949 - 1958

Rozhlas po komunistickém puči v roce 1948 se má podle redaktora Českého rozhlasu Rostislava Běhala stát „nástrojem socialistické převýchovy a popoháněčem budovatelského úsilí.“ Rozhlas byl považován za významný prostředek masového šíření osvěty, vzdělávání a výchovy. Prostřednictvím rozhlasového vysílání se mělo vyvrátit mnoho z toho, co se učilo před válkou, náboženská víra, filozofie i dějiny měly projít novým výkladem. Bylo třeba vychovat nebo, jak se tehdy mluvilo a psalo, „vytvořit“ nového socialistického člověka. Jedním z prostředků se stala již výše

⁹⁹ JEŠUTOVÁ, Eva. Budovatelský rozhlas 1945-1948. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003. s. 184–233.

zmíněná Rozhlasová univerzita. Dřívější témata, například dějiny lidstva nebo dějiny lidského myšlení nahradily dějiny socialismu.¹⁰⁰

V letech 1950-1952 jsou vysílány velké politické procesy. Později ale dochází k pozitivním změnám. Ve vysílání se objevuje znovuobjevená lidová píseň, pětileťý projekt s uvedením sto padesáti dramát a oper v Nedělních divadelních večerech, četba na pokračování.¹⁰¹

Období 1959 - 1968

Redaktor a publicista Českého rozhlasu Milan Rykl uvádí, že v této době se už vysílání zcivilňuje, je přehlednější, z pořadů se vytrácela didaktičnost, pozérství, fráze a dogmata. Zásluhou některých pořadů se překračovala někdejší tabu politicko-společenských, etických a estetických témat. Hlavní redakce pro děti a mládež a nabízí rozsáhlou a pestrou skladbu programu: od her a pohádek přes hudebně a literárně vzdělávací pořady, školství vysílání, Hovory s rodiči, pořady věnované vědě a technice.¹⁰²

Období 1968 - 1989

V tomto období se rozhlas, jak uvádějí Zdeněk Bouček a Jiří Hubička, znovu ocitl v roli nástroje stranických a vládních špiček. Téměř třetina zaměstnanců byla kvůli stranickým čistkám propuštěna. Nastalo období, které praktikami připomínalo padesátá léta. Masivní výměna zaměstnanců způsobila, že docházelo k vytrvalému úpadku rozhlasového řemesla, zejména v oblasti zpravodajství a publicistiky. V roce 1970 vzniká celostátní zpravodajská stanice Hvězda, která nabízela 22 zpravodajských relací denně, komentáře, publicistiku. Dominující složkou se stala zábavná hudba, která měla mít především zábavný a rekreativní charakter. Kvalitní pořady dokázaly i přes nesvobodné poměry produkovat redakce připravující vysílání vážné hudby, literární a dramatické pořady. V polovině sedmdesátých let vznikl „nekonečný“ rozhlasový seriál *Jak se máte, Vondrovi?*, který se zařadil mezi nejposlouchanější pořady Československého rozhlasu vůbec. V listopadových dnech 1989 bylo rozhlasové vysílání (s výjimkou Mikrofóra a vysílání pro hlavní město

¹⁰⁰ BĚHAL, Rostislav. Rozhlas po nástupu totality 1949-1958. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 236–287.

¹⁰¹ *tamtéž*

¹⁰² RYKL, Milan. Renesance rozhlasu 1959-1968. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 290–335.

Prahu) spíše opatrné a pravdivě začalo své posluchače informovat až v situaci, kdy bylo o změně společenského systému rozhodnuto.¹⁰³

3.3 Vzdelávání rozhlasem v ČSFR a ČR

Období 1990 – 2003

Rozhlas prošel v devadesátých letech, podle Václava Moravce, největšími institucionálními, obsahovými a technologickými proměnami ve své dosavadní historii. Státní rozhlas byl transformován na rozhlas veřejné služby.¹⁰⁴ Vznikly desítky soukromých rozhlasových stanic a Československý, respektive Český rozhlas přišel o své dominantní postavení a ocitl se v konkurenčním prostředí. Podle Moravce rozhlas nedokázal jasně definovat své úkoly a postavení. Téměř rezignoval na svou vzdělávací funkci prostřednictvím specializovaných pořadů s tím, že takové pořady posluchači spíše odrazují. Nepokoušel se ovšem ani vyvíjet moderní rozhlasové formy, které by k poslechu pořadů, jejichž primárním úkolem je vzdělávat, přilákaly širší publikum.¹⁰⁵ Petr Sak a Karolína Saková mluví dokonce o devadesátých letech 20. století jako o období úpadku pro Český rozhlas. Což je zvláště na vzdělávacích pořadech lehce identifikovatelné. Hlavní příčinou, je podle autorů, vývoj médií směrem k bulváru a komerci. Vzdělávací pořady nejsou nositeli vysoké sledovanosti a poslechovosti, a tak jsou vytěsňovány.¹⁰⁶ Svoji roli sehrála i novost, kterou nabídla soukromá rozhlasová média v devadesátých letech, po dlouholetém monopolu Československého a posléze Českého rozhlasu. Bylo to období hledání nových možností rozhlasového vysílání, s čím přicházela soukromá rozhlasová média rychleji. Nemuselo se za každou cenu jednat o bulvarizaci. Soukromá rozhlasová média potřebují poslechovost, od které se odvíjí přísun peněz z reklamy a tedy životaschopnost soukromých rozhlasových stanic. Stýskat si ovšem u veřejnoprávního média jen na to, že vzdělávací pořady mají nízkou poslechovost a tedy jsou vytěsňovány už je v současné době lichý argument. Hledal veřejnoprávní Český

¹⁰³ BOUČEK, Zdeněk, HUBIČKA, Jiří. Období normalizace 1968-1989. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 338–396.

¹⁰⁴ MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990-2003. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 398–482.

¹⁰⁵ *tamtéž*

¹⁰⁶ SAK, Petr, SAKOVÁ, Karolína. Hodnota vzdělání a místo médií v celoživotním vzdělávání. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha: Portál, 2007, s. 117–146.

rozhlas jiné atraktivní formy v podobě vzdělávacích pořadů, které by mohly být pro posluchače poutavé, zábavné, ale současně plnily svou vzdělávací úlohu? Zřejmě nedostatečně. Příčin úpadku rozhlasového vysílání je podle Saka a Sakové více. Například nové informační technologie, komercializace médií a nástup masové kultury. Autoři dokonce hovoří v souvislosti s nástupem komerčních médií o fenoménu „nízkonákladových“ rozhlasových stanic s nevzdělanými, nekulturními a neprofesionálními redaktory a moderátory. Mluví i o tom, že součástí vysílání se stal „mediální smog“, reklama, sponzorské vzkazy, propagandistické slogany, vlastní sebepropagace stanice. Vše, co podle autorů údajně nepatří k rozhlasovým pořadům.¹⁰⁷ Je třeba si ovšem uvědomit, že na začátku 90. let minulého století proběhla i velká personální obměna na žurnalistický pozicích i ve veřejnoprávních médiích. Někdo musel nahradit středoškolsky a vysokoškolsky vzdělané „komunistické kádry“, ale často členy KSČ, protože členství ve straně bylo jedním z kvalifikačních předpokladů pro jejich práci za mikrofonem. S výměnou na žurnalistických pozicích přicházeli tuto práci skutečně vykonávat lidé, kteří neměli průpravu ani vzdělání pro výkon profese. Vše se teprve učili tzv. za pochodu. Obdobně to platilo i pro pracovníky vznikajících nových soukromých rozhlasových stanic. Co se týká sebepropagace stanice, i to patří k veřejnoprávnímu médiu. Nástup soukromých médií znamenal změnu pro veřejnoprávní média, objevila se konkurence. Tvářit se, že se nic nestalo a není nutné měnit formy veřejnoprávního vysílání je jako strkání hlavy do písku. Neznamená to ovšem rezignovat na kvalitu, ale na kvalitu umět upozornit, zaujmout jí posluchače atraktivní formou. Myslím, že nelze rezignovat na počet posluchačů, protože i velký zásah vysílání pro všechny věkové kategorie, patří k funkci média veřejné služby. Vznik divize ČRo 8 – Internet. V roce 2002 se podle Moravce mohl pyšnit rozsáhlým zpravodajským serverem, kterým rozšířil služby pro posluchače.¹⁰⁸

Období 2004 - 2012

Pokračuje trend pohlížet na vzdělávací pořady spíše jako na menšinový žánr. Ovšem 1.9.2005 začala vysílat populárně naučná stanice Leonardo. Kromě vlastních pořadů přebírá populárně naučné programy jiných stanic Českého rozhlasu, například Meteor

¹⁰⁷ SAK, Petr, SAKOVÁ, Karolína. Hodnota vzdělání a místo médií v celoživotním vzdělávání. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha: Portál, 2007, s. 117–146.

¹⁰⁸ MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990-2003. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 398–482.

nebo Toulky českou minulostí. Ředitelem stanice byl do roku 2009 Miroslav Bobek, autor projektu sledování goril Odhalení a současný ředitel Zoologické zahrady Praha.

Velmi pozitivní je pokračující rozvoj v nabídce internetových stránek Českého rozhlasu a jednotlivých stanic. Zde najdeme archiv odvysílaných pořadů, jejich takzvané podcasty¹⁰⁹ a každý posluchač si zde díky tomu může pustit svůj oblíbený pořad podle svých časových možností.

V září 2008 se rozjíždí projekt Českého rozhlasu 3 – Vltava Čtenářský deník. Ten nabízí k volnému stažení ve formátu mp3 klasická díla české literatury, o kterých se učí v hodinách českého jazyka. Jedná se o několik desítek nahrávek, které vznikly podle známých básní, románů a povídek. Nabídka se ovšem postupně rozšiřuje podle toho, jak se Českému rozhlasu podaří vykoupit práva na šíření nahrávek po internetu.

V letech 2005-2008 nabízí stanice Leonardo projekt sledování goril s názvem Odhalení. Projekt měl podtitul Trochu jiná reality show a byla to v podstatě parodie, reakce na v té době vysílané televizní reality show. Cílem projektu bylo přiblížit divákům život goril v zajetí. Diváci mohli vše sledovat prostřednictvím internetových stránek speciálně vytvořených pro tento projekt. Kvůli postoji Rady Českého rozhlasu k multimediálním projektům tohoto typu, projekt Odhalení skončil v roce 2008. Rada Českého rozhlasu uvedla, že „rozhlas by neměl dělat televizi.“¹¹⁰ Od roku 2009 se projekt zaměřuje více na život goril ve volné přírodě. Vedoucím projektu byl do roku 2009 tehdejší ředitel stanice Leonardo Miroslav Bobek. V současnosti pracuje jako ředitel Zoologické zahrady v Praze.

Postoj Rady Českého rozhlasu k projektu Odhalení, je podle mě, brzdou v popularizaci rádia a rozhlasového vysílání a také brzdou pro vzdělávací pořady. Právě propojení rozhlasu a internetu můžu přinést nové pořady.

Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu za rok 2011 konstatuje, že „vzdělávací pořady zahrnovaly široké tematické spektrum (od finanční gramotnosti přes historii až k vědním a uměleckým oborům). Zvláštní pozornost byla věnována češtině. Volba formy byla pro tento typ pořadu klíčová a vztahovala se k cílovým skupinám jednotlivých stanic. ČRo usiloval o synergii FM vysílání s moderními médii včetně

¹⁰⁹ Jde o zvukové nebo video záznamy, které autor podcastu umísťuje na internet v podobě souborů, často ve formátu MP3, na které odkazuje na webových stránkách, ale především v uzpůsobeném RSS feedu. Ten pak specializovaný program průběžně monitoruje a nové soubory sám stahuje a nahrává do uživatelského osobního přehrávače. *Podcast 2012*. [online]. Praha: Wikipedie, 2012. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z [www < http://cs.wikipedia.org/wiki/Podcast >](http://cs.wikipedia.org/wiki/Podcast).

¹¹⁰ *Odhalení*. [online]. Praha: 2011. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z [www < http://cs.wikipedia.org/wiki/Odhalen%C3%AD >](http://cs.wikipedia.org/wiki/Odhalen%C3%AD).

multimediálních produktů. Společným projektem regionálních studií byl cyklus Česko země neznámá (25 minut, neděle) – vlastivědné toulky po zajímavých místech a jejich příbězích.¹¹¹ Vzdělávací pořady nabízela jednotlivá regionální studia Českého rozhlasu v rozpětí od jedné minuty (Minuta s encyklopedií, kdy se vysvětlí význam a původ společenských jevů, ČRo Region, Středočeský kraj, denně vždy v 15:20) až po šedesátiminutové pořady magazínového typu. Ty ovšem nenabízejí všechna regionální studia a pokud ano, tak třeba jen jednou týdně.

Co se týká stanice Leonardo, tak zde Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu za rok 2011 konstatuje, že „tematické magazíny (60 minut, premiéry po-pá 9:00 + 6 repríz v následujících dnech) byly doslova programovou páteří ČRo Leonardo: technologiím se věnoval pořad Nula-jednička (po), medicíně Ženšen (út), multikulturním problémům a rozličným kulturám světa Sedmý světadíl (st), přírodním vědám a ochraně přírody Natura (čt), historii Zrcadlo (pá), vesmíru a kosmonautice Nebeský cestopis (so 20:00). Magazínové pořady pak doplňovaly velké portrétní rozhovory s předními českými vědci i nadějnými studenty Vstupte! (60 minut, po-pá 11:00) a diskusní Třetí dimenze (60 minut, po-pá 14:00).¹¹²

Je překvapující, že Výroční zpráva Českého rozhlasu za rok 2011 nezmiňuje v sousvislosti se vzdělávacími pořady o stanici Český rozhlas 6, jejíž pořady jsou rovněž vzdělávacího charakteru.

3.4 Rozhlas a formální, neformální a informální učení

Proměnami neprošlo jen rozhlasové vysílání, ale i charakter vzdělávání, tak jak je popsal například Josef Branžovský v roce 1967.¹¹³ Současné formy vzdělávání nejsou spojeny pouze se školními lavicemi. Nacházíme se v době, kdy se vzděláváme nejen formálně, ale i ve svém volném čase, často jiným způsobem, z důvodu své aktuální potřeby. To stejné platí také pro vzdělávací pořady, které nabízejí média, v případě zaměření této práce zejména rozhlasové vysílání.

¹¹¹ Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2011. [online]. Praha: Český rozhlas, 2012. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/1101188>](http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/1101188).

¹¹² Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2011. [online]. Praha: Český rozhlas, 2012. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/1101188>](http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/1101188).

¹¹³ BRANŽOVSKÝ, Josef. *Vzdělání dospělých rozhlasem*. Praha: Československý rozhlas, 1967.

Žijeme v postmoderní společnosti, či ve společnosti vědění nebo řečeno ještě jinak knowledge society. Svou podstatu má znalostní společnost už ve svém názvu. Charakteristickým znakem je vědění a vzdělávání. Celoživotní učení je součástí běžného života většiny lidí. Určitě těch, kteří žijí v takzvané západní společnosti. Nelze se ale jen učit a nabývat vědomosti a dovednosti, ale podstatou je také umět tyto vědomosti a dovednosti ve svém životě uplatnit, použít a případně předat dál.

Britský sociolog polského původu Zygmunt Bauman při popisu současné společnosti vidí rozdíl mezi modernou a postmodernou v tom, že osvojené hodnoty v moderní společnosti vydržely po celý život, v postmoderním světě přestávají být dlouhodobě trvalé. Neustálý technologický pokrok výrazně snižuje životnost užitečných dovedností, které nezřídka ztrácejí svou užitnou hodnotu rychleji, než kolik jste potřebovali času na to, aby je získali a podložili univerzitním diplomem.¹¹⁴ Je také bláhové se domnívat, že celý život člověk stráví v jednom zaměstnání. Stejně jako se dynamicky mění společnost, tak se stejně objeví nové výzvy, nové pracovní příležitosti, o kterých ještě ani nevíme, ale je dobré umět se na něj připravit třeba jen tím, že budeme schopni si jejich potřebu uvědomit a realizovat ji. Podstatou společnosti znalostí je tak podporovat schopnost učit se.

V souvislosti s celoživotním vzděláváním se objevila analýza dělící jej na tři složky, a to na formální vzdělávání, neformální vzdělávání a informální učení. Uvedené složky mohou být použity i pro popis působení rozhlasového vysílání v případě vzdělávacích pořadů. Strategický dokument, který byl schválen vládou České republiky v roce 2007, Strategie celoživotního vzdělávání uvádí k jednotlivým dělením toto:

Formální vzdělávání je realizováno ve vzdělávacích institucích, zpravidla ve školách. Jeho funkce, cíle, obsahy, organizační formy a způsoby hodnocení jsou vymezeny právními předpisy. Jeho součástí jsou zpravidla na sebe navazující stupně vzdělávání, tedy základní, střední, střední s výučním listem, střední s maturitní zkouškou, vyšší odborné v konzervatoři, vyšší odborné, vysokoškolské vzdělání. Jejich absolvování vždy potvrzuje příslušné osvědčení.¹¹⁵

Neformální vzdělávání je zaměřeno na získání vědomostí, dovedností a kompetencí, které mohou respondentovi zlepšit jeho společenské i pracovní uplatnění. Neformální vzdělávání je nabízeno v soukromých vzdělávacích institucích,

¹¹⁴ BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta, 2004.

¹¹⁵ *Strategie celoživotního učení ČR*. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2007.

ve školských zařízeních, v zařízeních zaměstnavatelů, nestátních neziskových organizacích a dalších organizacích. Patří sem například kurzy cizích jazyků, rekvalifikační kurzy, počítačové kurzy, rekvalifikační kurzy, ale také krátkodobá školení a přednášky. Podmínkou pro realizaci takového druhu vzdělávání je samozřejmě účast odborného lektora, učitele či proškoleného vedoucího. Toto vzdělávání nevede k získání stupně vzdělání.¹¹⁶ Andragogové Michal Šerák a Miroslava Dvořáková ještě doplňují, že sem, v tom nejširším pojetí patří vzdělávací aktivity mimo školský systém, včetně vzdělávacího působení médií. Tyto činnosti se mohou realizovat samostatně, případně mohou být součástí širších aktivit. Patří sem zájmové vzdělávání dospělých, další profesní vzdělávání dospělých a občanské vzdělávání dospělých.¹¹⁷

Informální učení, je chápáno jako proces získávání vědomostí, osvojování si kompetencí (znalostí, dovedností, postojů) z každodenních zkušeností a činností v práci, v rodině, ve volném čase. Součástí je také sebevzdělávání, kdy neexistuje možnost si ověřit nabyté znalosti (například televizní jazykové kurzy). Na rozdíl od formálního neformálního vzdělávání je zpravidla nesystematické, neorganizované, a institucionálně nekoordinované.¹¹⁸ Opět doplňuje Šerák s Dvořákovou, že informální učení zahrnuje veškeré sebeřízené učení se (studium literatury, sledování vzdělávacích pořadů v TV), současně ovšem také bezděčné a neplánovité učení vycházející z každodenních aktivit běžného života. V tomto ohledu se vyznačuje postupným, často nezáměrným akumulováním vědomostí, dovedností, postojů a denních zkušeností. I když se jedná o proces z valné části nesystematický a neorganizovaný, jeho přínos je zásadní pro celkový rozvoj osobnosti.¹¹⁹ Milan Beneš citující Dohmena uvádí, že informální učení pokrývá podle kvalifikovaných odhadů až 75% veškerého lidského učení.¹²⁰ Jedni z odborníků na vzdělávání dospělých v České republice, Milada Rabušicová a Ladislav Rabušic uvádějí, že informální učení je jedním z nejstarších způsobů získávání znalostí a dovedností. Před rozvojem formálních vzdělávacích systémů se znalosti a dovednosti dědily z otce na syna, z matky na dceru. Mezi nevýhody informálního učení je absence certifikátu

¹¹⁶ *Strategie celoživotního učení ČR*. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2007.

¹¹⁷ ŠERÁK, Michal, DVOŘÁKOVÁ, Miroslava. *Kapitoly z teorie a praxe vzdělávání dospělých*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2009.

¹¹⁸ *Strategie celoživotního učení ČR*. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2007.

¹¹⁹ ŠERÁK, Michal, DVOŘÁKOVÁ, Miroslava. *Kapitoly z teorie a praxe vzdělávání dospělých*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2009.

¹²⁰ Srov. BENEŠ, Milan. *Andragogika*. Praha: Grada, 2008, s. 54.

nebo diplomu, zkrátka nějakého potvrzení o absolvování, o dosažených znalostech a dovednostech. Přesně definovat pojem informální vzdělávání, určit jeho hranice a způsob hodnocení není tak jasné, i když už se ve vzdělávací politice České republiky a ostatních států Evropské unie staví na úroveň pojmů formálního a neformálního vzdělávání. Přitom potenciál informálního učení v životě dospělých je obrovský. Informální učení umožňuje ve všech fázích života získávat, doplňovat a obohacovat si své vědění, získávat kvalifikace a kompetence užitečné pro pracovní i osobní život. Problémem ovšem je, že tuto formu lidského učení neumíme dostatečně využít tak, aby se promítla do vzdělávací kariéry jednotlivce. Informální učení je tedy, podle Rabušice a Rabušicové, pro nás „individuálně významné, ale v utilitárním, užitečném slova smyslu nedůležité.“¹²¹

Existuje tedy možnost, jak legitimizovat informální učení, nebo zařadit tento způsob vzdělávání do vzdělávacího systému a také do pracovního života jedince? Odpověď na otázku nabízí Rabušic a Rabušicová jednoduchou. Nehodnotit kvalitu zdrojů či institucí, které jsou poskytovateli vzdělávání, jak se to činí u formálního nebo neformálního vzdělávání, ale hodnotit pouze a jen kvalitu samotných nabytých vědomostí a dovedností. Ta se ovšem dá formálně posoudit pouze tehdy, jestliže se je jedinec sám rozhodne formálně zužitkovat. Například složením zkoušek za účelem získání příslušného certifikátu. V takovém případě musí prokázat kvalitu svých vědomostí a dovedností, přičemž nezáleží na tom, kde a jakým způsobem je nabyl.¹²²

V případě informálního učení Rabušic s Rabušicovou ukázali, že nejvýznamnějším faktorem aktivity v této oblasti je u českých dospělých jejich dosažené vzdělání. Více vzdělání lidé mají mnohem vyšší šance, že se budou informálně učit, než dospělí se vzděláním nižším. Zatímco terciárně vzdělané osoby se v ČR věnují samostudiu stejně nebo dokonce o něco více než jejich evropské protějšky, osoby s nižší kvalifikační úrovní naopak výrazně méně. Rozdíly v české populaci v přístupu k informálnímu učení podporuje vedle nízké motivace a informovanosti také nedostatečná vybavenost domácností počítači, omezený přístup k internetu a nízká počítačová gramotnost.¹²³ Autoři Milada Rabušicová, Ladislav

¹²¹ srov. RABUŠICOVÁ, Milada, RABUŠIC, Ladislav. *Učíme se po celý život? O vzdělávání dospělých v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta a Fakulta sociálních studií, 2008.

¹²² RABUŠICOVÁ, Milada, RABUŠIC, Ladislav. *Učíme se po celý život? O vzdělávání dospělých v České republice*. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta a Fakulta sociálních studií. Brno, 2008.

¹²³ RABUŠICOVÁ, Milada, RABUŠIC, Ladislav. *Učíme se po celý život? O vzdělávání dospělých v České republice*. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta a Fakulta sociálních studií. Brno, 2008.

Rabušic a Klára Šeďová uvádějí v jiné části knihy *Učíme se po celý život?* tak platí, že v české společnosti vzdělání plodí další vzdělávání. Je zřejmé, že vzdělanostní společnost má silný autoreprodukční potenciál – čím jsou lidé vzdělanější, tím více se dále vzdělávají.¹²⁴

Z výše uvedeného dělení vzdělávání a učení vyplývá, že vzdělávání, učení prostřednictvím rozhlasu může být součástí neformálního vzdělávání a také informálního učení. Z mého pohledu by vzdělávací pořady měly spíše patřit do neformálního vzdělávání, protože vznikají s cílem vzdělávat, předávat informace, zprostředkovávat znalosti, dovednosti a zkušenosti.

¹²⁴ RABUŠICOVÁ, Milada, RABUŠIC, Ladislav, ŠEĎOVÁ, Klára. *Učíme se po celý život? Motivace a bariéry ve vzdělávání dospělých*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta a Fakulta sociálních studií, 2008.

4 Obsahová analýza stanic Českého rozhlasu

Hlavním cílem práce je popsat vzdělávací funkci veřejnoprávního Českého rozhlasu prostřednictvím obsahové analýzy programového schématu stanic Českého rozhlasu, a to stanice Leonardo a stanice Český rozhlas 6. Výzkumná otázka zní: Plní Český rozhlas (konkrétně stanice ČRo 6 a Leonardo) vzdělávací funkci? Obsahová analýza je doplněna i o poslechovost uvedených stanic.

Obsahová analýza, píše Fred Kerlinger, je metodou studia a analyzování sdělení systematickým, kvantitativním a objektivním způsobem, jehož účelem je měření proměnných. Většinou se obsahová analýza používá k určení relativní převahy nebo frekvence různých komunikačních fenoménů, tendencí, změn v obsahu, propagandy, stylů a čitelnosti.¹²⁵ Miroslav Disman nabízí jednoduchou specifikaci obsahové analýzy. Jedná se o kvantitativní, objektivní analýzu sdělení jakéhokoliv druhu. Obsahová analýza se zabývá stejně jako obsahem, tak jeho autorem, adresátem takového sdělení a formou.¹²⁶ Německý sociolog Klaus Merten píše, že za obsahovou analýzu označuje velké množství navzájem různých metod a postupů, které se vzájemně liší podle cílů, východisek, postupů i náročnosti. Nutná je typologie postupů obsahové analýzy. Základní otázkou při jejím vytváření je výběr hodnotících kritérií. Jako první se nabízí samotný obsah a možnost klasifikovat texty podle záměru, nebo podle komunikativního záměru. Další možností je volba analytického přístupu s odlišením kontextových a mimokontextových hledisek a s rozlišením sémiotických a sociálních kritérií. Merten volí dvojrozměrné schéma, ve kterém rozlišuje podle cílů (sem řadí komunikátora, recipienta a komunikační situaci) a prostředků (sémiotické roviny). Komunikátor, recipient a komunikační situace jsou cíle analýzy. Komunikátorem nazýváme odesílatele obsahu, jímž může být jak nefyzická osoba – korporace (vláda, sdružení, politická strana) nebo skupina fyzických osob nebo jednotlivec. Recipientem je příjemce zkoumaného obsahu (organizace, skupina, jednotlivec). Situace je relativně otevřené vymezení cíle, které je přidáno, pokud nejsou předmětem analýzy ani komunikátor ani recipient. K analýze situace patří

¹²⁵ KERLINGER, Fred N. *Základy výzkumu chování*. Praha: Academia, 1972.

¹²⁶ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 1993.

rozbor hodnot, představ, norem, ovšem též analýza struktury skupin nebo informace, které je možné odvodit z dostupných znaků.¹²⁷

Pro svou práci jsem zvolil obsahovou analýzu témat. Zaměřuji se na analýzu tématického zaměření vysílacího programu dvou rozhlasových stanic Českého rozhlasu podle jednotlivých pořadů, konkrétně stanice Český rozhlas 6, také řečeno Šestka, a stanice Leonardo. Obě stanice jsou svým zaměřením stanice vzdělávací. Šestka je analyticko-publicistická, vysílá pořady zaměřené na kulturu, ekonomiku, historii. Leonardo se snaží popularizovat vědu, techniku, přírodu, historii.

Analýza témat, je podle Kerlingera, nejstarší metodou obsahové analýzy vůbec. Hlavní předností této metody je, že témata (obsahy) libovolného druhu jsou tříděny do poměrně malého počtu kategorií, které musí být definovány před započítáním výzkumu. Analýza témat tím představuje výraznou redukci informací a je poměrně hospodárnou metodou.¹²⁸ Do své obsahové analýzy nezahrnu zpravodajské relace, protože zpravodajství není podstatou této práce.

Pro obsahovou analýzu jsem zvolil analýzu programového schématu. Vycházel jsem z deklarovaného popisu jednotlivých pořadů obou zvolených stanic. Na základě klíčových slov v popisech pořadů jsem vytvořil obecnější kategorie pořadů, které jsme následně srovnal podle míry zastoupení premiérových vysílání na jednotlivých stanicích v rámci jednotlivých kategorií.

4.1 Charakteristika pořadů stanice Český rozhlas Leonardo a Český rozhlas 6

Český rozhlas Leonardo je digitální a internetová stanice zaměřená na popularizaci vědy, techniky, přírody, historie a medicíny. V programu najdete diskuse na aktuální témata, rozhovory s osobnostmi české vědy, specializované magazíny i hudební pořad. Každý všední den nabízí přehled aktuálního dění. Kromě toho

¹²⁷ MERTEN, Klaus. *Inhaltsanalyse: Einführung in Theorie, Methode und Praxis*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.

¹²⁸ KERLINGER, Fred N. *Základy výzkumu chování*. Praha: Academia, 1972.

přebírá to nejlepší z ostatních stanic Českého rozhlasu.¹²⁹ Pořady stanice Leonardo:
130

Meteor – populárně vědecký magazín. Představuje zajímavosti z oblasti vědy. Od témat příroda, život na dnech oceánů, až po témata jako alkohol za volantem. Vysílá se v sobotu v 8 hodin. Stopáž: 52 minut.¹³¹

Monitor – živě vysílaný proud aktualit a zajímavostí ze světa vědy a techniky. O nejdůležitějších novinkách ze světové a i české vědy se posluchači dozvídají v rozhovorech, příspěvcích i čtených zprávách. Vysílá se každý den od pondělí do pátku v 10 hodin. Stopáž: 60 minut.¹³²

Natura – jedná se o přírodovědný magazín. Jak je uvedeno na stránkách pořadu, autoři slibují pohled ve světovém, regionálním nebo místním kontextu na problémy, před kterými stojí lidská společnost a které bude muset řešit. Dále pořad nabízí rozhovory s přírodovědeckými kapacitami o současném dění ve vědě a výzkumu. Pořad se vysílá ve čtvrtek v 9 hodin. Stopáž: 60 minut.¹³³

Nebeský cestopis – jedná se o souhrn informací a zajímavostí z astronomie, meteorologie a fyziky. Hodinový pořad se věnuje zejména aktuálnímu dění a novým objevům v těchto třech vědních disciplínách. Odhaluje jejich nečekané souvislosti a to vše pohledem odborníků. Pořad se vysílá v sobotu ve 20 hodin. Stopáž: 60 minut.¹³⁴

Nota bene – Pondělní a středeční pořad Nota Bene je zaměřený na etnickou hudbu a world music. V úterý má pořad podtitul Hity století. Zde se nabízí zajímavý příběh ke každé slavní písni. Čtvrteční vydání pořadu Nota Bene přináší hudbu v žánru Rock a Pop. Prezentují se zde aktuální rockové koncerty u nás i ve světě. Mapuje se zde také česká a československá historie rockové hudby. Ve čtvrtečním vydání Nota Bene je možné také slyšet unikátní nahrávky z různých neveřejných koncertů z let před

¹²⁹ *O stanicích*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-05. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/ostanici>>.

¹³⁰ *Pořady*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/porady/>>.

¹³¹ *Meteor*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/meteor/portal/>>.

¹³² *Monitor*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/leonardo/porady/_porad/2635>.

¹³³ *Natura*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/natura>>.

¹³⁴ *Nebeský cestopis*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/cestopis>>.

rokem 1989. Páteční *Nota Bene* je věnovaný jazzu. Pořad se vysílá v premiéře každý den od pondělí do pátku ve 12 hodin. Stopáž: 30 minut.¹³⁵

Nula-jednička – magazín se věnuje špičkové i všední technice. Doslova je to o technice, která opouští sluneční soustavu, ale i o technice, která leží před každým na dostřel. V závěru magazínu se čtou také krátké sci-fi povídky českých autorů, známých i neznámých. Možné je číst i povídky přímo od posluchačů pořadu. Pořad se vysílá v pondělí v 9 hodin. Stopáž: 60 minut.¹³⁶

Periskop – periskop je pořad pro všechny kluky a holky ve věku do 15 let. Nabízí informace ze světa vědy, techniky i historie. Pořad se vysílá v premiéře v úterý v 8:30. Stopáž: 30 minut.¹³⁷

Sedmý světadíl – magazín o světě, jeho rozmanitosti a problémech. Cílem pořadu je hledat odpovědi na otázky, čím nás mohou jiné země, kultury, národy inspirovat, fascinovat, znepokojovat a informuje o jejich problémech. Pořad představuje také etnickou hudbu z celého světa. Pořad se vysílá ve středu v 9 hodin. Stopáž: 60 minut.¹³⁸

Třetí dimenze – slibuje světové problémy očima vědy. Jedná se o rozbor aktuálních problémů z pohledu politiků, ekonomů a vědců. Jedná se o hodinu besedu za účasti dvou a více hostů. Tematický záběr pořadu sahá od technologie, medicíny, astronomie, historie až po obecnější otázky na hranici filosofie. Pořad se vysílá každý všední den ve 14 hodin. Stopáž: 60 minut.¹³⁹

Týden ve vědě a technice – jedná se o souhrn toho nejzajímavějšího z odvysílaných pořadů stanice Leonardo. Pořad se vysílá v sobotu ve 12 hodin. Pořad vysílá i ČRo 1 – Radiožurnál a Rádio Česko. Stopáž: 60 minut.¹⁴⁰

Víkendová univerzita – jedná se o nabídku zvukových záznamů popularizačních akcí, které pořádá Akademie věd nebo vysoké školy. Pořad se vysílá v sobotu v 10 hodin. Stopáž: 120 minut.¹⁴¹

¹³⁵ *Nota Bene*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/notabene>>.

¹³⁶ *Nula jednička*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/nulajednička>>.

¹³⁷ *Periskop*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/periskop>>.

¹³⁸ *Sedmý světadíl*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/svetadil>>.

¹³⁹ *Třetí dimenze*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/dimenze>>.

¹⁴⁰ *Týden ve vědě a technice*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/leonardo/porady/_porad/2650>.

Vstupte! – představování zajímavých osobností vědeckého a kulturního života.

Pořad se vysílá každý všední den v 11 hodin. Stopáž: 60 minut.¹⁴²

Zrcadlo – historický magazín. Chce nabídnout pohledy do minulosti bez ideologických pokřiveností a školometských pouček. Chce dát prostor k diskusi historikům, kteří mají s popularizací dějin zkušenosti, ale i těm, kteří ve své vědecké práci teprve začínají. Autoři chtějí ukázat dějiny jako neustále živou skutečnost. Pořad se vysílá v pátek v 9 hodin. Stopáž: 60 minut.¹⁴³

Ženšen – magazín o zdraví, medicíně a životním stylu. Zdraví ale není jen zdatné tělo, ale i lidská psychika, medicína nejsou jen léky, ale i nové objevy a životní styl není jen o tom, jak jíst a sportovat, ale i o mezilidských vztazích. Pořad se vysílá v úterý v 9 hodin. Stopáž: 60 minut.¹⁴⁴

Český rozhlas 6 je celoplošná analyticko-publicistická stanice, zaměřená nejen na komentování politických událostí, ale zejména na přibližování vzniku, vývoje a života občanské společnosti České republiky a evropských zemí. Vysílá pořady zaměřené na kulturu, ekonomiku, historické události, náboženský život, ekologii a rozhovory se zajímavými lidmi. Zabývá se problematikou národnostních menšin.¹⁴⁵ Věnuje se tématům, která jsou společností diskutována. Pořady stanice Český rozhlas 6:¹⁴⁶

Aréna – jedná se o diskusní pořad. Cílem je hledat souvislosti, propojení a vazby mezi kulturní a politickou scénou u nás, odhalení vztahů mezi politikou a kulturou. Hosty pořadu jsou výrazné osobnosti kulturního života. Aréna se nezaměřuje jen na takzvané velké kauzy a nemapuje jen klíčové kulturní události. Často informuje

¹⁴¹ *Víkendová univerzita*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/leonardo/univerzita >](http://www.rozhlas.cz/leonardo/univerzita).

¹⁴² *Vstupte!* [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/leonardo/vstupte >](http://www.rozhlas.cz/leonardo/vstupte).

¹⁴³ *Zrcadlo*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/leonardo/zrcadlo >](http://www.rozhlas.cz/leonardo/zrcadlo).

¹⁴⁴ *Ženšen*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/leonardo/zensen >](http://www.rozhlas.cz/leonardo/zensen).

¹⁴⁵ LANDOVÁ, Marina, ŠKALOUDOVÁ, Miroslava, DOBAL, Jakub. *Rozhlas, televize, škola - místa doteku*. Praha : Ústav pro informace ve vzdělávání, 2003. Taktéž: *O stanici*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-05. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/ostanici >](http://www.rozhlas.cz/cro6/ostanici).

¹⁴⁶ *Pořady*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady >](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady).

i o událostech v regionech. Pořad se vysílá každou středu ve 21:10 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁴⁷

Česká justice – unikátní pořad v českém éteru. Věnuje se výhradně justici a otázkám spravedlnosti. Přispívá k právnímu vědomí občanů České republiky. Pořad se vysílá v pátek ve 21:10 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁴⁸

Člověk a obec – půlhodinový diskusní pořad, obvykle s jedním hostem ve studiu a dalšími hosty v telefonickém spojení. Cyklus pořadů, který se věnuje komunální politice a občanské společnosti. Pořad se vysílá v pondělí ve 21:10 hodin.¹⁴⁹ Stopáž: 30 minut.

Člověk a trh - půlhodinový diskusní pořad o ekonomice a ekonomii, tržních principech a pracovním trhu. Ekonomové, odborníci z praxe nebo sociologové zde vysvětlují fenomény a principy fungování trhu v dané oblasti. Pořad se vysílá ve čtvrtek ve 21:10 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁰

Dobrý názor – přední osobnosti v pořadu s nadhledem glosují aktuální politické dění v České republice. Pořad se vysílá jen občasně v pátek ve 23:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁵¹

Historie věčně živá – půlhodinový komponovaný pořad se zabývá událostmi osobnostmi a fenomény starších i novodobých dějin, které jsou dnes stále, nebo opět aktuální. Rozhovory s historiky, kurátory výstav, archeology, průvodci či pamětníky doplňuje hudba a úryvky z dokumentů dané doby. Pořad se vysílá v sobotu ve 21:10 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵²

Hovory – věda, zdraví, společnost a životní styl – půlhodinový magazín mapuje aktuální události, domácí i zahraniční objevy a trendy v oblasti vědy, zdravotnictví a dalších oborů lidské činnosti. Zajímavá a aktuální témata analyzujeme, posuzujeme

¹⁴⁷ *Aréna*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3408>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3408).

¹⁴⁸ *Česká justice*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1979>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1979).

¹⁴⁹ *Člověk a obec*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1978>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1978).

¹⁵⁰ *Člověk a trh*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1980>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1980).

¹⁵¹ *Dobrý názor*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/100896>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/100896).

¹⁵² *Historie věčně živá*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1975>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1975).

je z odstupu a poznatky zasazujeme do širšího společenského kontextu. Pořad se vysílá v pátek v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵³

Hovory na bělidle – v rámci Českého rozhlasu ojedinělý pořad, který se zabývá nejrůznějšími aspekty genderové problematiky, rovnému postavení žen a mužů, životu, právy dětí a seniorů a v neposlední řadě také zatím mizivému podílu českých žen zejména ve vysoké politice. Za patronku pořadu si Hovory na bělidle zvolily spisovatelku a výjimečnou ženu Boženu Němcovou, součástí každého vydání je i krátký úryvek z její Babičky. Pořad se vysílá v úterý v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁴

Hovory o Evropě – půlhodinový pořad o Evropě. Jedná se o diskusi s hosty ve studiu, doplněno audio příspěvky a telefonickými hovory. V pořadu se občasně vysílá i stříhový záznam z veřejných panelových diskusí na téma evropské politiky a ekonomiky. Mezi témata patří například integrační proces Evropské unie, Lisabonská smlouva, Evropská komise jako exekutivní orgán, Rada Evropské unie, Evropský soudní dvůr, dále události v jednotlivých zemích Evropské unie, pozice České republiky v Evropské unii, role centrální Evropské banky a měnová politika apod. Pořad se vysílá ve středu v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁵

Hovory o hledání – půlhodinový diskusní pořad s hosty. Hledání odpovědí na otázky jaká je cesta člověka, jaká byla cesta jeho předků a jaké by mohly být cesty jeho dětí. Odpovědi na otázky, které se týkají identity, skutečnosti, slova a tradice. Hosty jsou osobnosti z různých oblastí života společnosti. Historikové, režiséři, publicisté, literární kritici, novináři. Pořad se vysílá ve čtvrtek v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁶

Hovory o politice – analytická debata nad smyslem politického dění. S politiky, politology a mediálními odborníky o problematických otázkách a dilematech politického řemesla. Pořad se vysílá v pondělí v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁷

¹⁵³ *Hovory-věda, zdraví, společnost a životní styl*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1622>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1622).

¹⁵⁴ *Hovory na bělidle*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1967>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1967).

¹⁵⁵ *Hovory o Evropě*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3178>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3178).

¹⁵⁶ *Hovory o hledání*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3179>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3179).

¹⁵⁷ *Hovory o politice*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/821>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/821).

Hovory o víře – pořad mapuje nejrůznější podoby víry. Teologické i filozofické úvahy na téma víry. Představuje jednotlivé církve náboženských skupin a společností s osobními příběhy jednotlivých věřících. Smyslem pořadu není přesvědčovat o jedné pravé víře, ale ukázat, jak mnoho je podob víry. Pořad se vysílá v sobotu v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁸

Hovory o vztazích – půlhodinový pořad ve formě strukturovaného rozhovoru s jedním nebo formou diskuse s až třemi hosty na dané téma. Pořad pokrývá škálu od vztahu člověka k sobě samému, vztahů v rodině, mezi generacemi, na pracovišti, k seniorům, výchovy dětí, partnerských vztahů po rozhovory s významnými sociology, kteří se vyjadřují k hodnotovým změnám české populace a trendům vývoje. Pořad se vysílá v neděli v 19:30 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁵⁹

Kaleidoskop – půlhodinový hudební magazín. Záměrem je upozorňovat na nové a zatím neznámé talentované zpěváky, zpěvačky a skupiny a alternativní žánry. Formou profilů také připomíná narozeniny či úmrtí významných skupin naší a světové populární hudby. Pořad se vysílá v sobotu ve 23:20 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁶⁰

Kořeny – komponovaný pořad s pravidelnými hosty, ve kterém se čtou ukázky textů z literatury, teologie nebo religionistiky, doprovobené hudebním ztvárněním daného tématu. Pořad je určený nejen zájemcům o témata spojená s náboženstvími, ale i pro ty, které zajímají kulturní kořeny společnosti, ve které žijeme. Pořad se vysílá ve středu ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶¹

Kritický klub Jana Rejžka – padesátiminutový kontaktní pořad je postaven na diskusi autora a moderátora s pozvanými kritiky nejrůznějších generací o aktuálních kulturních událostech, divadelních a filmových premiérách, knihách, výstavách. Cílem je reflexe kulturních událostí, ale také vytvoření unikátní tribuny, v níž se představují kritici zavedení, ale též nejmladší generace, která je zatím známa jen

¹⁵⁸ *Hovory o víře*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3412>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3412).

¹⁵⁹ *Hovory o vztazích*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1971>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1971).

¹⁶⁰ *Kaleidoskop*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1182>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1182).

¹⁶¹ *Kořeny*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/815>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/815).

podle jmen v tisku. Do diskusí se telefonicky zapojují i posluchači. Pořad se vysílá ve čtvrtek ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶²

Lidé pera – komponovaný pořad složený z vybraných textových citací nebo částí zvukových záznamů. Pořad je kritickou recenzí především českého politického myšlení v evropských a historických souvislostech. Pojednávávané téma je zprostředkováno zásadně očima autora, posluchači však umožňuje, aby si případně jasně uvědomil, proč v některých případech s autorem nutně nemusí souhlasit. Pořad se vysílá v úterý ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶³

Média v postmoderním světě – úvahy a diskuse nad rolí médií v současné společnosti. Hledání smyslu a poslání médií, kritická reflexe práce novinářů. Nabízí zkušenosti také z mediálního světa v Evropě a ve světě. Prostor dostávají novináři, pedagogové, nezávislí odborníci i politici. Pořad se vysílá v pátek ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶⁴

Názory a argumenty – hlavní publicistický pořad Českého rozhlasu 6. Informace, komentáře, analýzy, rozhovory a debaty. Součástí pořadu jsou i rozhovory s významnými osobnostmi. Pořad se vysílá každý všední den v 18:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶⁵

Politická analýza domácí – krátký souhrnný rozbor domácího politického dění. Pořad se vysílá v sobotu ve 23:10 hodin. Stopáž: 10 minut.¹⁶⁶

Politická analýza zahraniční - krátký souhrnný rozbor zahraničního politického dění. Pořad se vysílá v neděli ve 23:10 hodin. Stopáž: 10 minut.¹⁶⁷

Politická literatura na českých pultech – historické události celosvětového i domácího významu, politické trendy minulosti i současnosti, paměti významných světových politiků, novinářské deníky, ale i beletristické texty se silnými politickým

¹⁶² *Kritický klub Jana Rejčka*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1368>.

¹⁶³ *Lidé pera*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/807>.

¹⁶⁴ *Média v postmoderním světě*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/820>.

¹⁶⁵ *Názory a argumenty*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/cro6/komentare/>>.

¹⁶⁶ *Politická analýza domácí*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1965>.

¹⁶⁷ *Politická analýza zahraniční*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1966>.

nábojem. Pořad je určen pro lepší orientaci vyznavačům tohoto žánru na trhu knižních novin. Pořad se vysílá v pondělí ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶⁸

Portréty – komponovaný pořad, diskuse nad dokumenty dané doby se prolíná a doplňuje s ukázkami ze života dané osobnosti. Pořad vznikl původně jako popularizační pořad zaměřený na osobní historii osobností evropské politiky s důrazem na utváření Evropské unie. Od roku 2004 jde o kroniku dvacátého století viděnou skrz osobní příběhy politiků střední Evropy, ale i lidí politikou zasažených, například novinářů, historiků, umělců, vědců, nakladatelů, sociologů, politických vězňů atd. Pořad se vysílá v neděli ve 22:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁶⁹

Rozmluvy – pětadvacetiminutový pořad, ve kterém se formou rozhovoru představují zajímavé osobnosti ze světa politiky, vědy, umění i občanské společnosti, kteří svými názory, tvorbou i činy jsou v nějakém ohledu ojedinelí, zajímaví a mají veřejnosti co říci. Hosty jsou politici, spisovatelé, filozofové, výtvarníci, fotografové, počítačovní odborníci, lidé ze světa financí, zástupci nevládních organizací i obecně prospěšných společností, zakladatelé nadací. Pořad se vysílá v sobotu ve 22:10 hodin. Stopáž: 25 minut.¹⁷⁰

Slovo na neděli – pořad přináší úvahy, jež nabízejí duchovní inspiraci pro nadcházející neděli. Pořad se vysílá v sobotu ve 23:50 hodin. Stopáž: 10 minut.¹⁷¹

Slovo na příští týden – pořad chce být jakýmsi odrazovým můstkem do nového týdne. Pořad se vysílá v neděli ve 23:50 hodin. Stopáž: 10 minut.¹⁷²

Songy a myšlenky – umělci nejrůznějších žánrů a zaměření diskutují o roli umění v současném světě, o politice, historii, současné společnosti, ale i o svých snech, touhách a ambicích. Pořad se vysílá v neděli 23:20 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁷³

Stopy, fakta, tajemství – Pořad je vyvrcholením životního pátrání, zkušeností, hledání v archivech, vášně pro postihnutí pravdy a nacházení souvislostí hlavního

¹⁶⁸ *Politická literatura na českých pultech*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1016>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1016).

¹⁶⁹ *Portréty*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1976>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1976).

¹⁷⁰ *Rozmluvy*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1647>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1647).

¹⁷¹ *Slovo na neděli*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1963>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1963).

¹⁷² *Slovo na příští týden*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1964>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1964).

¹⁷³ *Songy a myšlenky*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z [www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1974>](http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1974).

protagonisty Stanislava Motla. Pořad se vysílá v sobotu ve 22:35 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁷⁴

Studio STOP - Padesátiminutová diskuse na aktuální politické, či společenské téma z domova i ze světa. Diskutuje se s politiky, odborníky. Pořad se vysílá ve všední dny ve 22:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁷⁵

Svět viděný internetem – Publicistika ze všech koutů světa, jak ji prezentují přední světové servery. Pořad se vysílá ve všední dny v 19:10 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁷⁶

Téma – to nejlepší z politického dokumentu – Padesátiminutové dokumentární pásmo nebo feature s politickým nebo společenským přesahem. Pořad se vysílá v neděli ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁷⁷

Volejte Šestku – Kontaktní pořad, diskuse moderátora s posluchači na aktuální téma týdne. Pořad se vysílá v sobotu ve 20:10 hodin. Stopáž: 50 minut.¹⁷⁸

Zaostřeno na církve – Magazín odhalující duchovní rozměr domácího i zahraničního dění. Jsou v něm příspěvky, rozhovory, komentáře. Pořad se vysílá v neděli ve 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁷⁹

Zaostřeno na cizince – Pořad o soužití většinové společnosti s cizinci a národnostními menšinami. Formou reportáží a rozhovorů přímo z kulturních i protestních akcí, úřadů, uprchlických táborů a domovů cizinců přibližuje téma migrace nejen v Česku, ale i na úrovni Evropské unie. Pořad se vysílá v úterý ve 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁸⁰

Zaostřeno na finance – Ekonomický magazín. Domácí i světové hospodářství v podání národohospodářských expertů, podnikatelů i politiků. Pořad se vysílá ve středu ve 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁸¹

¹⁷⁴ *Stopy, fakta, tajemství*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/4697>.

¹⁷⁵ *Studio STOP*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1964>.

¹⁷⁶ *Svět viděný internetem*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/cro6/internet>>.

¹⁷⁷ *Téma – to nejlepší z politického dokumentu*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1982>.

¹⁷⁸ *Volejte Šestku*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1970>.

¹⁷⁹ *Zaostřeno na církve*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1981>.

¹⁸⁰ *Zaostřeno na cizince*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1977>.

¹⁸¹ *Zaostřeno na finance*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1617>.

Zaostřeno na lidská práva – Ojedinelý pořad svého druhu v českých médiích, jenž seznamuje posluchače se stavem lidských práv v České republice i v zahraničí. Pořad se vysílá v pátek 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁸²

Zaostřeno na mladé – Dvacetiminutový magazín o mladých lidech. Pro všechny, které zajímají názory nastupující generace. Pořad se vysílá v sobotu ve 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁸³

Zaostřeno na moderní dějiny – Autoři ve dvacetiminutovém pořadu přibližují určitou historickou událost nebo trend, a to jak vlastním slovem, tak pomocí načtených ukázek z knih, článků nebo jiných dokumentů. Pořad se vysílá v pondělí ve 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁸⁴

Zaostřeno na občana – Pořad z nejrůznějších úhlů mapuje každodenní starosti občanů, jejich problémy s úřady, boj s byrokracií či obyčejnou lidskou hloupostí a arogancí. Pořad se vysílá ve čtvrtek 21:40 hodin. Stopáž: 20 minut.¹⁸⁵

Zbožní a bezbožní – labyrintem Evropy s Biblií v ruce – Pořad představuje Evropu z hlediska současných duchovních trendů i historických a náboženských vlivů. Pořad se vysílá v neděli ve 21:10 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁸⁶

Zeměžluč – Ekologický magazín. V rámci Českého rozhlasu unikát. Přináší široké spektrum domácích a zahraničních problémů, událostí a novinek z oblasti životního prostředí. Pořad se vysílá v úterý ve 21:10 hodin. Stopáž: 30 minut.¹⁸⁷

Zprávy – zpravodajská relace. Pořad se vysílá každý den od 7 do 18 hodin. Stopáž: Až 10 minut.¹⁸⁸

¹⁸² *Zaostřeno na lidská práva*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/48>

¹⁸³ *Zaostřeno na mladé*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1010>.

¹⁸⁴ *Zaostřeno na moderní dějiny*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/4336>.

¹⁸⁵ *Zaostřeno na občana*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3410>.

¹⁸⁶ *Zbožní a bezbožní – labyrintem Evropy s biblií v ruce*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/4746>.

¹⁸⁷ *Zeměžluč*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/55>.

¹⁸⁸ *Zprávy*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/42>.

4.2 Obecné tematické kategorie pořadů analyzovaných rozhlasových stanic

Z popisu vysílaných pořadů obou rozhlasových stanic byla zvolena klíčová slova, jež byla následně provázána s tematickými kategoriemi. Klíčová slova byla zvolena podle specifikace pořadů, jejich obsahu a podle témat, kterým se věnují. Jedná se o následující kategorie:

– církve, náboženství, víra	– ekonomie
– justice, právo	– kultura
– politika, komentáře, diskusní pořady	– publicistika, společnost
– věda, dělí se na podkategorie: a) astronomie, fyzika, b) historie, vojenství, c) příroda, biologie, ekologie, zeměpis, d) technika, technické vědy, e) zdravotnictví, f) věda obecně	

K jednotlivým výše uvedeným kategoriím byly následně přiřazeny jednotlivé pořady. Jejich přiřazení probíhalo rovněž na základě jejich obsahu. Následně byl sečten premiérový vysílací čas, konkrétně kolik minut je věnováno každé z uvedených kategorií, jak dokladuje *Obsahová analýza programového schématu premiérových pořadů rozhlasových stanic Český Rozhlas 6 a Leonardo*.

Obsahová analýza programového schématu premiérových pořadů rozhlasových stanic Český Rozhlas 6 a Leonardo

Téma	kategorie	Český rozhlas 6			Poslechovost		Leonardo		Poslechovost	
		pořad	min	N	% z denní poslechovosti	pořad	min	N	% z denní poslechovosti	
Církev, náboženství, víra 150 min/ 11,5 %		Hovory o víře	30	18.000	42,85					
		Kořeny	50	1.000	2,38					
		Slovo na neděli	10	2.000	4,76					
		Slovo na příští týden	10	0	0					
		Zaostřeno na církev	20	0	0					
		Zbožní a bezbožní – labyrintem Evropy s Bibli v ruce	30	0	0					
Ekonomie 50 min/ 3,8 %		Člověk a trh	30	7.000	16,66					
		Zaostřeno na finance	20	6.000	14,28					
Justice, právo 50 min / 3,8 %		Člověk a justice	30	8.000	19,04					
		Zaostřeno na lidská práva	20	8.000	19,04					
Kultura ČRo 6 140 min/ Leonardo 90 min ČRo 6 10,7 % / Leonardo 11,2 %		Kaleidoskop	30	1.800	4,28	Nota bene	30	1.800	6,42	
		Aréna	30	1.800	4,28	Vstupte!	60	1.800	6,42	
		Kritický klub Jana Rejžka	50	6.900	16,42					
		Songy a myšlenky	30	7.100	16,90					
Politika, komentáře, diskusní pořady 360 min/ 27,6 %		Člověk a obec	30	1.300	3,09					
		Dobrý názor	50	1.600	3,80					
		Hovory o Evropě	30	0	0					
		Hovory o politice	30	17.100	40,71					
		Lidé pera	50	1.200	2,85					
		Politická analýza domácí	10	7.800	18,57					
		Politická analýza zahraniční	10	7.100	16,90					
		Politická literatura na českých pultech	50	0	0					
		Portréty	50	6.600	3015,71					
		Téma – to nejlepší z politického dokumentu	50	0	0					
Zprávy (nesledované)		Zprávy								

Téma	kategorie	Český rozhlas 6			Poslechovost		Leonardo		Poslechovost	
		pořad	min	N	% z denní poslechovosti	pořad	min	N	% z denní poslechovosti	
Publicistika/ Společnost 395 min/ 30,3 %		Hovory na bělidle	30	1.200	2,85					
		Hovory o hledání	30	1.300	3,09					
		Hovory o vztazích	30	0	0					
		Média v postmoderním světě	50	8.400	20					
		Názory a argumenty	50	12.700	30,23					
		Rozmluvy	25	0	0					
		Studio STOP	50	5.800	13,80					
		Svět viděný internetem	20	5.100	12,14					
		Volejte Šestku	50	20.900	49,76					
		Zaostřeno na cizince	20	16.000	38,09					
		Zaostřeno na mladé	20	4.400	10,47					
	Zaostřeno na občana	20	6.900	16,42						
Věda	Astronomie, fyzika,					Nebeský cestopis	60	0	0	
ČRo6 160 min/ Leonardo 712 min ČRo 6 12,3 % / Leonardo 88,8 %	Historie, vojenství	Historie věčně živá	30	4.400	10,47	Zrcadlo	60	0	0	
		Stopy, fakta, tajemství	50	7.800	18,57					
		Zaostřeno na moderní dějiny	20	1.300	3,09					
	Příroda, biologie, ekologie, zeměpis	Zeměžluč	30	2.700	6,42	Natura	60	0	0	
						Sedmý světadíl	60	9.000	32,14	
	Technika, technické vědy					Monitor	60	2.900	10,35	
						Nula-jednička	60	0	0	
						Periskop	30	3.300	11,78	
						Týden ve vědě a technice	60	1.200	4,28	
	Zdravotnictví	Hovory – věda, zdraví, společnost a životní styl	30	10.900	25,95	Meteor	52	2.200	7,85	
	Věda obecně					Žeňšen	60	4.900	17,50	
						Třetí dimenze	60	1.800	6,42	
						Víkendová univerzita	120	12.100	43,21	
Celkem stopáž premiér			1305			802				

Poslechovost – byl použit počet posluchačů, kteří si stanici v daný okamžik naladili. Procenta jsou počítána z týdenní poslechovosti stanic.

Z obsahové analýzy stanice Leonardo vyplývá, že stopáž premiérových pořadů měla týdně 802 minuty, což je přes 13 hodin vysílání. Podstatná část pořadů, plných 712 minut, tedy téměř 89% vysílání, bylo věnováno vědě. Kultura má 90 premiérových minut týdně, což je 11,2%. Stanice se vůbec nevěnovala ve svém původním vysílání (část pořadů totiž přebírala z ostatních stanic Českého rozhlasu) politice, komentářům, ekonomii, církvím, náboženství, publicistice a ani kategorii společnost. Dostala tak svého zaměření na popularizaci vědy, techniky, přírody, historie a medicíny.

Z obsahové analýzy stanice ČRo 6 vyplývá, že stopáž premiérových pořadů měla týdně 1305 minut, což je přes 21 hodin vysílání. Podstatná část pořadů, plných 395 minut, tedy přes 30% vysílání, bylo věnováno společnosti a publicistice. V závěsu následovaly s 360 minutami, zhruba 27,6% politika, komentáře a diskusní pořady. 150 minut, 11,5% bylo věnováno tématům církví, náboženství a víry. Kultura měla 140 premiérových minut týdně, což bylo 10,7%. Stanice se věnovala ve svých pořadech všem uvedeným kategoriím v obsahové analýze. Dostala tak svého zaměření na komentování politických událostí, na přibližování vzniku, vývoje a života občanské společnosti České republiky a evropských zemí. Nabízela pořady s obsahem kulturním, ekonomickým, historickým, náboženským.

4.3 Poslechovost stanic ČRo 6 a Leonarda

Z průzkumů poslechovosti uvedených dvou stanic za první pololetí roku 2012 viz. tabulka číslo 2, mimo jiné vyplývá, že obě tyto stanice poslouchají lidé až od třiceti let věku. Posluchači obou rádií, především u Leonarda, vykazují nadprůměrnou vzdělanostní strukturu. Vysokoškolské vzdělání má u Šestky téměř 40% posluchačů a u Leonarda téměř 39 % posluchačů. Střední vzdělání s maturitou má u Šestky 28,5 % posluchačů, u Leonarda je to plná polovina posluchačů.

U obou stanic převažují mezi posluchači muži. U Šestky je to téměř 62 %, u Leonarda pak dosahuje podíl mužů – posluchačů 56 %.

Denní poslechovost Šestky je 22 tisíc posluchačů, týdenní poslechovost, tedy alespoň jednou týdně si stanici naladí 42 tisíc posluchačů.

U Leonarda je denní poslechovost 8 tisíc a týdenní poslechovost je 28 tisíc lidí. To je ale dáno tím, že se jedná o digitální a internetovou stanici.

RADIO PROJEKT 2012 1. - 2. kvartál (1.1.2012 - 30.6.2012)	Pohlaví respondenta		Věk respondenta (R)							Vzdělání respondenta (R)				Je respondent ekonomicky aktivní?	
	Muž	Žena	12-19 let	20-29 let	30-39 let	40-49 let	50-59 let	60-69 let	70-79 let	Základní	Sřední bez maturity	Sřední s maturitou	Vysokoškolské	Ano	Ne
CS: CS Všichni	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %	ř. %
Projekce na jednotlivce, Váženo															
ČRo 6	61,8	38,2	0	3,9	8,7	7,7	23,3	27,9	28,6	7,2	25,1	28,5	39,2	40,1	59,9
ČRo Leonardo	56,1	43,9	0	4,6	22,6	8,8	41,7	15,0	7,2	0,7	10,7	50,0	38,6	62,3	37,7

Tabulka 2: Výsledky poslechového ČRo 6 a ČRo Leonardo. Radioprojekt 2012 (1.1.2012-30.6.2012).

Pro rozhlasové stanice je stále důležitá poslechovost, od které se odvíjí podíl na trhu a tedy cena reklamy. I když Český rozhlas už reklamu nevysílá, i tak je důležitý počet posluchačů, kteří si jeho stanice pustí. Jak jsem uvedl v práci – smyslem vysílání je zasáhnout široké masy, to je podstatou, to je alfou omegou programové skladby. Teď si jen uvědomme, co posluchači nabídnout, aby to nebyl brak, ale aby to zase nebylo jako ve školních lavicích.

Z obsahové analýzy stanice ČRo 6 a Leonarda vyplývá, že vzdělávací pořady těchto stanic jsou poslouchané, ovšem velmi málo. U stanice ČRo 6 má nejvyšší poslechovost kontaktní pořad Volejte Šestku, který si zapne na 20.900 posluchačů, což je 49,76 % z celkového počtu posluchačů, kteří si stanici týdně naladí. Následuje pořad Hovory o víře, který má 18 tisíc posluchačů, což je 42,85 %. Třetí je pořad o soužití většinové společnosti s cizinci a národnostními menšinami Zaostřeno na cizince, který si zapne na 16.900 posluchačů, což je 38,09 % z celkového počtu posluchačů stanice. Na čtvrtém místě je hlavní publicistický pořad Českého rozhlasu 6 Názory a argumenty, který si zapne 12.700 posluchačů, 30,23% a na pátém místě je pořad Hovory – věda, zdraví, společnost a životní styl, který si pustí 10.900 posluchačů, tedy 25,95 % z celkového počtu posluchačů, kteří si stanici týdně naladí.

U stanice Leonardo má nejvyšší poslechovost Víkendová univerzita, která nabízí záznam akcí Akademie věd nebo vysokých škol a jež si poslechne na 12.100 posluchačů, což je 43,21 % z celkového počtu posluchačů, kteří si stanici týdně naladí. Na druhém místě je magazín o světě, jeho rozmanitosti a problémech Sedmý

světadíl s 9.000 posluchači, tedy 32,14 %. Následuje magazín o zdraví, medicíně a životním stylu Ženšen se 4.900 posluchači, 17,5 %, dále pořad pro děti do 15 let, který nabízí informace z oblasti vědy, techniky a historie Periskop, který si pustí 3.300 posluchačů, tedy 11,78 %. Na pátém místě je živě vysílaný proud aktualit a zajímavostí ze světa vědy a techniky Monitor, který si zapne 2.900 posluchačů, tedy 10,35 % z celkového počtu posluchačů, kteří si stanici týdně naladí.

U obou stanic jsou pořady, které mají u poslechového uvedenu 0. Jistě pořady někdo poslouchá, ale není možné vůbec toto množství průzkumem zachytit.

Rozhlas tak má sice velký potenciál vzdělávat své posluchače, ale ti to převážně od rádia jako média nečekají. Vypovídá o tom i fakt, že nejposlouchanější v České republice jsou stanice, které nabízejí mix hudby, zábavy a zpravodajství, jako Impuls, Frekvence 1, Evropa 2 nebo ČRo Radiožurnál.

Ke konci února 2013 zanikly stanice Leonardo, Šestka a Česko a vznikla nová celoplošná stanice Český rozhlas Plus, která nabízí pouze mluveného slovo. Vysílá na středních vlnách a zatím pouze osm hodin denně, mezi 16 a 24 hodinou. Některé programové prvky ze zaniknuvších stanic byly zachovány. Například ve všední dny nabízí hodinový blok Leonardo, jež nabízí informace z vědy a techniky a v rámci sobotní hodiny je v něm pořad Týden ve vědě a technice. Ten se ale v poslechové neumístil v první pětce nejposlouchanějších u původní stanice Leonardo. Z původního programu Šestky se v programu nové stanice ČRo Plus objevují pořady Názory a argumenty a Zaostřeno. Tyto pořady patřily do první pětice nejposlouchanějších pořadů Šestky. Dále se v programu ČRo Plus ze Šestky objevují pořady Média v postmoderním světě, Lidé pera, Svět viděný internetem, Portréty nebo Lidé pera. Tyto pořady nebyly v první pětici, ale na Šestce si je týdně pustilo 1.200 (Lidé pera) až 8.400 (Média v postmoderním světě) posluchačů. Nová stanice ČRo Plus také nabízí denně půlhodinový zpravodajský souhrn Radioforum, který dříve vysílal ČRo Radiožurnál a ve všední dny padesátiminutovou diskusi Dva na jednoho ve stylu Hardtalk BBC. Program ukazuje tabulka číslo 3.¹⁸⁹

¹⁸⁹ Stanice mluveného slova Český rozhlas Plus. [online]. Praha: Mediář, 2012. Citováno dne 2013-01-08. Dostupný z [www < http://www.mediary.cz/stanice-mluveneho-slova-cesky-rozhlas-plus-ma-stat-60-milionu-rocne-ozivi-treba-radioforum/>](http://www.mediary.cz/stanice-mluveneho-slova-cesky-rozhlas-plus-ma-stat-60-milionu-rocne-ozivi-treba-radioforum/)

PLUS	Pondělí - Pátek	Sobota	Neděle
16:00	Leonardo (dobrodružství s vědou a technikou, výročí dne) 50'	Leonardo plus (Týden ve vědě a technice)	Archiv plus (komentované archivní ukázky k výročním týdne)
16:30			
17:00	Pondělí-Pátek podle ... (vybraná osobnost) 50'	Interview Plus (Hard Talk - rozhovor s významnou osobností)	Týden podle ... (zaměřeno převážně na události v kultuře)
17:30			
18:00	Svět viděný internetem 20'	Svět viděný internetem 20'	Svět viděný internetem 20'
18:30	Radiofórum (mod. + host + posluchači) 30'	Radiofórum (mod. + host + posluchači) 30'	Radiofórum (mod. + host + posluchači) 30'
19:00	Názory a argumenty 30'	Názory a argumenty 30' (kulatý stůl - shrnutí týdne)	Názory a argumenty 30' (kulatý stůl - oček. události v příštím týdnu)
19:30	Zaostřeno (reportážní útvar) 20'	Zaostřeno (reportážní útvar) 20'	Zaostřeno - cirkve (reportážní útvar) 20'
20:00	Dva na jednoho (HardTalk 1 mod. x 2 hosté - kontroverzní téma) 50'	Kničky - plus / EX LIBRIS (novinky na knižním trhu, rozhovory s autory, nakladateli)	Historie - plus (nejnovější historie, Historie věčně živá)
20:30			
21:00	Portréty, Lidé pera, Kořeny, Dobrá vůle, Média v postmoderním světě 50'	Politická literatura 50'	Příběhy 20. století 50'
21:30			
22:00	Hovory 30'	Hovory (o víře) 30'	Student plus (studentské vysílání, kolejní rádio)
22:30	Svět viděný internetem 20'	Svět viděný internetem 20'	
23:00	Názory a argumenty 30' ®	Názory a argumenty 30' ®	Názory a argumenty 30' ®
23:30	Zaostřeno (reportážní útvar) 20' ®	Zaostřeno (reportážní útvar) 20' ®	Zaostřeno - cirkve (reportáž. útvar) 20' ®

	Živé vysílání
	Předtočené pořady
	Reprízy

Tabulka č.3: Programové schéma stanice Český rozhlas Plus

Předložené skutečnosti více než jasně odpovídají na otázku, zda plní Český rozhlas (konkrétně stanice ČRo 6 a Leonardo) vzdělávací funkci. Prostřednictvím obsahové analýzy bylo zjištěno, že sledované dvě rozhlasové stanice Českého rozhlasu edukační funkci plní, ovšem zájem o vzdělávací pořady je podle výsledků poslechovosti velmi malý, jak dokladuje i Příloha práce.

Závěr

Analýzy masových médií je v posledních letech realizována z různých perspektiv. Předložená práce se pokusila ověřit, jestli rozhlas jako jedno z masových médií plní stále ještě edukační funkci, kterou plnil od svého vzniku. K odpovědi na otázku bylo postupováno tak, jak dokladuje deduktivní struktura práce.

V první kapitole se práce věnovala masové kultuře a masové komunikaci realizované prostřednictvím masových médií, postihl jsem pozitivní i negativní prvky v působení masových médií, které souvisejí s předáváním ideologicky směřovaných sdělení. Úvodní kapitola je také zaměřena na působení rozhlasu jako masového média. Druhá kapitola se zaměřuje na modely masové komunikace, které jsou nositeli obsahu sdělení a na typy působení masových médií.

Na vzdělávací možnosti rozhlasu jako média, které v minulosti se vzděláváním bylo spojováno často, se orientuje třetí kapitola. Působení rozhlasu v oblasti vzdělávání je dokumentováno na příkladu BBC ve Velké Británii a následně pak v etapách vývoje rozhlasového vysílání v ČSR, ČSSR, ČSFR a ČR. Uvedena je také nedávná kategorizace vzdělávacího působení formálního, neformálního a informálního, jež může posloužit k popisu vzdělávacího vlivu současného rozhlasového vysílání.

Čtvrtá kapitola práce odpovídá na výzkumnou otázku, jestli plní Český rozhlas (konkrétně stanice ČRo 6 a Leonardo) vzdělávací funkci? K odpovědi na otázku je postupováno za použití obsahové analýzy programového schématu vysílání rozhlasových stanic Český rozhlas 6 (ČRo 6 nebo také Šestka) a Český rozhlas Leonardo (nebo jen Leonardo) mimo zpravodajství. Výsledky analýzy jsou doplněny poslechovostí uvedených dvou stanic Českého rozhlasu. Zjištěná fakta ukazují, že vzdělávací pořady nejsou, co do poslechovosti, příliš oblíbenými a dalo by se tak konstatovat, že i přes poměrně vysokou stopáž neplní svoji funkci.

V době, kdy jsem se rozhodl pro zaměření své práci jsem netušil, že dvě mnou sledované stanice zaniknou k poslednímu únorovému dni roku 2013 a nahradí je stanice mluveného slova. Některé pořady z obou stanic se ale objevily v novém programovém schématu nové stanice. Nebyly to ale vždy ty nejposlouchanější pořady, ale kritérium výběru bylo na vedení Českého rozhlasu.

Při zpracování práce byla použita česká a zahraniční odborná literatura a internetové zdroje. Pro obsahovou analýzu byly použity informace a zdroje uvedené na internetových stránkách Českého rozhlasu.

Seznam literatury a zdrojů

- Aréna*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3408>.
- ARENDTOVÁ, Hannah: *Krize kultury*. Praha: Mladá fronta, 1994.
- ADORNO, Theodore W. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikoymenh, 2009.
- BALDAUF, Monika, KLINGLER, Walter. Konstante Hörfunknutzung in Deutschland: Ergebnisse der Media-Analyse 1993. *Media Perspektiven*. 1993, č. 9, s. 410-416.
- BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta, 2004.
- BBC. [online]. Praha: Otevřená encyklopedie, 2012. Citováno dne 2012-09-12. Dostupný z www < <http://cs.wikipedia.org/wiki/BBC> >.
- The BBC Story*. [online]. Londýn: BBC, 2012. Citováno dne 2012-09-25. Dostupný z www < <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/innovation/index.shtml>>.
- BĚHAL, Rostislav. Rozhlas po nástupu totality 1949-1958. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 236–287.
- BENEŠ, Milan. *Andragogika*. Praha: Grada, 2008.
- BERELSON, Bernard, JANOWITZ, Morris. *Reader in Public Opinion and Communication*. Glencoe, 1950.
- BOUČEK, Zdeněk, HUBIČKA, Jiří. Období normalizace 1968-1989. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 338–396.
- BRANŽOVSKÝ, Josef. *Vzdělání dospělých rozhlasem*. Praha: Československý rozhlas, 1967.
- CRISELL, Andrew. *An Introductory History of British Broadcasting*. Londýn: Routledge, 1997.
- Cultural significance*. [online]. Londýn: 2012. Citováno dne 2012-09-25. Dostupný z www < http://en.wikipedia.org/wiki/BBC#cite_note-71>.
- Česká justice*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1979>.DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 1993.
- Člověk a obec*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1978>.

- Člověk a trh.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1980>.
- Dobrý názor.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/100896>.
- Focus groups 2009: zdroj Rádio Impuls.*
- Historie věčně živá.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1975>.
- Hovory-věda, zdraví, společnost a životní styl.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012.
Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1622>.
- Hovory na bělidle.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1967>.
- Hovory o Evropě.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3178>.
- Hovory o hledání.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3179>.
- Hovory o politice.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/821>.
- Hovory o víře.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3412>.
- Hovory o vztazích.* [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.
Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1971>.
- HRAŠE, Jiří. Profesionalizace vysílání 1930-1938. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům.* Praha: Český rozhlas, 2003, s. 94–145.
- HRDLIČKA, František. Rozhlas v okupaci 1939-1945. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům.* Praha: Český rozhlas, 2003. s. 148–179.
- HVÍŽDALA, Karel. Základní pojmy a struktura veřejnoprávní instituce In *Moc a nemoc médií.* Praha: Jaroslava Jiskrová – Máj, 2003, s. 236-242.
- JEŘÁBEK, Jaroslav a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání.* Praha: VÚP, 2005.
- JEŠUTOVÁ, Eva. Budovatelský rozhlas 1945-1948. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům.* Praha: Český rozhlas, 2003. s. 184–233.
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace.* Praha: Portál, 2007.

- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.
- Kaleidoskop*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1182>.
- KERLINGER, Fred N. *Základy výzkumu chování*. Praha: Academia, 1972.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2007.
- Kořeny*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/815>.
- Kritický klub Jana Rejžka*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1368>.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995.
- LANDOVÁ, Marina, ŠKALOUDOVÁ, Miroslava, DOBAL, Jakub. *Rozhlas, televize, škola - místa doteku*. Praha : Ústav pro informace ve vzdělávání, 2003.
- LASWELL, Harold. The structure and function of communication and society. In BRYSON, Lyman (ed.). *The communication of ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948, s. 203-243.
- Lidé pera*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/807>.
- MARŠÍK, Josef. Průkopníci rozhlasového vysílání. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 14–51.
- MARŠÍK, Josef. Stabilizace vysílání 1926-1929. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 56–91.
- McGUIRE, William.J. The myth of massive media impact: Savagings and salvagings. In COMSTOCK, G. *Public Communication and Behavior I*. Orlando: Academic Press, 1986, s. 173-257.
- McLUHAN, Marshal. *Jak rozumět médiím*. Praha: Mladá fronta, 2011.
- McQUAIL, Denis, WINDAHL, Sven. *Communication models*. London: Longman, 1993.
- McQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2007.
- Média v postmoderním světě*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/820>.
- MERTEN, Klaus. *Inhaltsanalyse: Einführung in Theorie, Methode und Praxis*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.
- Meteor*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/meteor/portal/>>.

- Monitor*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/leonardo/porady/_porad/2635>.
- MORAVEC, Václav. Svobodný rozhlas 1990-2003. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 398–482.
- Natura*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/natura>>.
- Názory a argumenty*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/cro6/komentare/>>.
- Nebeský cestopis*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/cestopis>>.
- Nota Bene*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/notabene>>.
- Nula jednička. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/nulajednicka>>.
- O Hermés*. [online]. Praha: Volná novinářka, 2012. Citováno dne 2012-07-14. Dostupný z www <<http://novinarka.hermesmedia.cz/o-projektu/hermes>>.
- O stanici*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-05. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/ostanici>>.
- Odhalení*. [online]. Praha: 2011. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z www <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Odhalen%C3%AD>>.
- PELKA, František: Úloha médií v dalším profesním vzdělávání. In *Mediální gramotnost – nový rozměr vzdělávání*. Praha: Radioservis, 2007, s. 108–117.
- Periskop*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/periskop>>.
- PERRY, George. *The Life of Python*. London: Pavilion Books, 1997.
- Podacast 2012*. [online]. Praha: Wikipedie, 2012. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z www <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Podcasting>>.
- Politická analýza domácí*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1965>.
- Politická analýza zahraniční*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1966>.
- Politická literatura na českých pultech*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1016>.

- Portréty*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1976>.
- Pořady*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/porady>>.
- Poslechovost rádia, sledovanost televize*. [online]. Praha: Sdružení pro internetovou reklamu, 2012. Citováno dne 2012-10-12. Dostupný z www <<http://www.spir.cz/tz-lide-jsou-line-pri-sledovani-televize-i-poslechu-radia>>.
- PROKOP, Dieter. *Boj o média*. Praha: Karolinum, 2005.
- PRŮCHA, Jan (ed.). *Masová komunikace a propaganda*. Praha: Svoboda, 1975.
- RABUŠICOVÁ, Milada, RABUŠIC, Ladislav. *Učíme se po celý život? O vzdělávání dospělých v České republice*. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta a Fakulta sociálních studií. Brno, 2008.
- RABUŠICOVÁ, Milada, RABUŠIC, Ladislav, ŠEĎOVÁ, Klára. *Učíme se po celý život? Motivace a bariéry ve vzdělávání dospělých*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta a Fakulta sociálních studií, 2008.
- Rozmluvy*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1647>.
- RYKL, Milan. *Renesance rozhlasu 1959-1968*. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003, s. 290–335.
- RUSS-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada, 2005.
- SAK, Petr, SAKOVÁ, Karolína. *Hodnota vzdělání a místo médií v celoživotním vzdělávání*. In KOLEKTIV AUTORŮ. *Člověk a vzdělání v informační společnosti*. Praha: Portál, 2007, s. 117–146.
- Sedmý světadíl*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <<http://www.rozhlas.cz/leonardo/svetadil>>.
- SHANNON, Claude E., WEAVER, Warren. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1964.
- Slovo na neděli*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1963>.
- Slovo na příští týden*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www <http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1964>.
- SLUKOVÁ, Petra Zia. *Komunikace informací*. Praha: Univerzita Karlova, nedatováno.

- Songy a myšlenky*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1974>.
- SOUČEK, Jan. Rozhlasová dramaturgie a žurnalistika. In MOTAL, Jan a kolektiv: *Nové trendy v médiích II. Rozhlas a televize*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 81-101.
- Stanice mluveného slova Český rozhlas Plus*. [online]. Praha: Mediář, 2012. Citováno dne 2013-01-08. Dostupný z www < <http://www.mediar.cz/stanice-mluveneho-slova-cesky-rozhlas-plus-ma-stat-60-milionu-rocne-ozivi-treba-radioforum/>>
- Stopy, fakta, tajemství*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/4697>.
- STRACHOTA, Karel, VALŮCH, Jaroslav. *Být v obraze: mediální vzdělávání s využitím audiovizuálních prostředků*. Praha: Člověk v tísni, 2007.
- Strategie celoživotního učení ČR*. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2007.
- Studio STOP*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1964>.
- Svět viděný internetem*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/cro6/internet>>.
- ŠERÁK, Michal, DVOŘÁKOVÁ, Miroslava. *Kapitoly z teorie a praxe vzdělávání dospělých*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2009.
- Téma – to nejlepší z politického dokumentu*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1982>.
- Třetí dimenze*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/dimenze>>.
- Týden ve vědě a technice*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/leonardo/porady/_porad/2650>.
- TYNER, Kathleen. *Literacy in a Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information (Routledge Communication Series)*. Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates, 1998.
- Van DIJK, T.A. *Ideology: a multidisciplinary approach*. London-Tousand Oaks-New Delhi:Sage, 1998.

- Víkendová univerzita*. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/univerzita>>.
- Volejte Šestku*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1970>.
- Vstupte!* [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/vstupte>>.
- VYMAZAL, Jiří. *Masová komunikace a její prostředky ve výchově a vzdělávání dospělých*. Praha: SPN, 1984.
- VYMAZAL, Jiří. *Mimoškolní výchova a vzdělávání dospělých a její institucionální systém v ČSR*. Praha: Univerzita Karlova, 1990.
- VYMAZAL, Jiří. *Koncepce masové komunikace v sociologii*. Praha: Karolinum, 1991.
- Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu o hospodaření Českého rozhlasu za rok 2011*. [online]. Praha: Český rozhlas, 2012. Citováno dne 2012-09-03. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/rada/dokumenty/_zprava/1101188>.
- Zákon ČNR 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu s účinností od 1. ledna 1992*.
- Zaostřeno na církve*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1981>.
- Zaostřeno na cizince*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1977>.
- Zaostřeno na finance*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1617>.
- Zaostřeno na lidská práva*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/48>.
- Zaostřeno na mladé*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/1010>.
- Zaostřeno na moderní dějiny*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/4336>.
- Zaostřeno na občana*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/3410>.
- Zbožní a bezbožní – labyrintem Evropy s biblí v ruce*. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/4746>.

Zeměžluč. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20.

Dostupný z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/55>.

Zprávy. [online]. Praha: Český rozhlas 6, 2012. Citováno dne 2012-06-20. Dostupný

z www < http://www.rozhlas.cz/cro6/porady/_porad/42>.

Zrcadlo. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20.

Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/zrcadlo>>.

Ženšen. [online]. Praha: Český rozhlas Leonardo, 2012. Citováno dne 2012-06-20.

Dostupný z www < <http://www.rozhlas.cz/leonardo/zensen>>.

Příloha

Z Radio Projektu, tj. jednotné míry rádiového trhu v České republice, vyplývá, že za posledních pět let se míra konzumace rádia u mladých lidí do 29 let nijak výrazně nezměnila.

Mladí lidé dávají přednost těm soukromým rádiím, která na ně cílí (tj. např. Evropa 2). To, že mladí lidé poslouchají stanice Českého rozhlasu méně než stanice soukromé, nesouvisí s jeho veřejnoprávností, ale s tím, že vědomě cílí na starší věkovou skupinu posluchačů.

RADIO PROJEKT 2012 1. - 2. kvartál (1.1.2012 - 30.6.2012)	Věk respondenta (R)						
	12-19 let	20-29 let	30-39 let	40-49 let	50-59 let	60-69 let	70-79 let
CS: CS Všichni	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000
Projekce na jednotlivce, Váženo							
Rádia včera							
Rádio Impuls	67	115	250	245	208	128	29
Free Radio 107 FM	4	6	1	2	0	1	0
Evropa 2	234	258	218	113	47	19	2
ČRo 1 - Radiožurnál	17	45	153	116	156	144	78
ČRo 2 - Praha	5	11	24	32	84	111	120
ČRo 3 - Vltava	1	8	9	10	18	12	9
ČRo 6	0	0	2	1	3	6	10
ČRo Leonardo	0	0	3	1	4	0	0
Rádia v posl. 7 dnech							
Rádio Impuls	182	278	498	442	397	240	62
Frekvence 1	133	273	416	360	354	268	85
Evropa 2	414	521	428	256	116	50	5
ČRo 1 - Radiožurnál	33	130	303	206	240	233	121
ČRo 2 - Praha	12	24	57	72	137	173	176
ČRo 3 - Vltava	5	17	26	23	42	31	21
ČRo 6	0	2	4	3	10	12	12
ČRo Leonardo	0	1	6	2	12	4	2

RADIO PROJEKT 2012 1. - 2. kvartál (1.1.2012 - 30.6.2012)	Věk respondenta (R)						
	12-19 let	20-29 let	30-39 let	40-49 let	50-59 let	60-69 let	70-79 let
CS: CS Všichni	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000	Prj 000
Projekce v tisících posluchačů							
Denní poslechovost							
Rádio Impuls	67	115	250	245	208	128	29
Frekvence 1	42	124	190	175	199	161	45
Evropa 2	234	258	218	113	47	19	2
ČRo 1 - Radiožurnál	17	45	153	116	156	144	78
ČRo 2 - Praha	5	11	24	32	84	111	120
ČRo 3 - Vltava	1	8	9	10	18	12	9
ČRo 6	0	0	2	1	3	6	10
ČRo Leonardo	0	0	3	1	4	0	0
Týdenní poslechost							
Rádio Impuls	182	278	498	442	397	240	62
Frekvence 1	133	273	416	360	354	268	85
Evropa 2	414	521	428	256	116	50	5
ČRo 1 - Radiožurnál	33	130	303	206	240	233	121
ČRo 2 - Praha	12	24	57	72	137	173	176
ČRo 3 - Vltava	5	17	26	23	42	31	21
ČRo 6	0	2	4	3	10	12	12
ČRo Leonardo	0	1	6	2	12	4	2