

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka a literatury

Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici

Bakalářská práce

Autor: Marcela Robková
Studijní program: B7310 – Filologie
Studijní obor: Jazyková a literární kultura
Vedoucí práce: Mgr. Michal Šeba
Oponent práce: Mgr. Michal Čuřín

Zadání bakalářské práce

Autor: Marcela Robková

Studium: P15K0058

Studijní program: B7310 Filologie

Studijní obor: Jazyková a literární kultura

Název bakalářské práce: **Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici.**

Název bakalářské práce AJ: Analysis of radio news coverage on public and commercial radio broadcasting.

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Téma práce „Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici“, je založeno mj. na tom, že oblast rozhlasového vysílání je členěna na vysílání veřejnoprávní, které vychází z konkrétní právní úpravy, stejně jako vysílání soukromé, které je upraveno licenčními podmínkami, zejména pak RRTV, kdy tato licence soukromým vlastníkům rozhlasových stanic vydává na základě schválení předložených projektů. Obě sféry mají svoje specifika, a toto se dotýká také obsahu a formy rozhlasového zpravodajství. Soukromé rozhlasové vysílání je také složitým procesem, kdy pro svoji činnost také musí splňovat určité podmínky a kritéria. V rámci této práce je provedena analýza rozhlasového zpravodajství z hlediska jeho jednotlivých částí. Mimo zákonné právní úpravy a dalších oblastí jsou to zejména požadavky na kvalitu a obsah rozhlasového zpravodajství. V návaznosti na toto se zaměřujeme na analýzu obsahu rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávním a soukromoprávním rozhlase a zejména pak na strukturu zpravodajského vysílání pro jednotlivé skupiny posluchačů. Mimo toho zejména u soukromoprávní stanice je to také hledisko ziskovosti, jako je tomu u jiných podnikatelských subjektů, které je hodnoceno. Právě zhodnocení a analýza obsahových kritérií a kvalitativních kritérií budou hlavními výstupy práce a na ně budou navazovat závěry a doporučení, které by se mohly vztahovat k rozhlasovému zpravodajství veřejnoprávních a soukromoprávních rozhlasových stanic.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2003. 391 s. ISBN 80-85947-67-6. KOLEKTIV AUTORŮ. Dějiny českých médií v datech: Rozhlas, televize, mediální právo. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 461 s. ISBN 80-246-0632-1. OSVALDOVÁ, Barbora, et al. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3. vyd. Praha: Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7. OSVALDOVÁ, Barbora, et al. Zpravodajství v médiích. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2. TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8. REIFOVÁ, Irena, et al. Slovník mediální komunikace. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7. SCHULZ, Winfried, et al. Analýza obsahu mediálních sdělení. Barbara Köpplová. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8.

Garantující pracoviště: Katedra českého jazyka a literatury, Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: Mgr. Michal Šeba

Oponent: Mgr. Michal Čučín, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 16.11.2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci s názvem *Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici* vypracovala samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové, dne 20. 5. 2021

.....

Marcela Robková

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucímu bakalářské práce Mgr. Michalu Šebovi za ochotu a cenné rady, které mi během celé její tvorby věnoval. Poděkování patří také Českému rozhlasu za poskytnutí důležitých informací.

Anotace

ROBKOVÁ, Marcela: *Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici*. Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta, 2021. 44 s. 18 s. příloh. Bakalářská práce.

Téma práce: „Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici“ je založeno mj. na tom, že oblast rozhlasového vysílání je členěna na vysílání veřejnoprávní, které vychází z konkrétní právní úpravy, stejně jako vysílání soukromé, jež je upraveno licenčními podmínkami, zejména pak RRTV, kdy se tato licence vydává soukromým vlastníkům rozhlasových stanic, a to na základě schválení předložených projektů. Obě sféry mají svá specifika, jež se dotýkají také obsahu a formy rozhlasového zpravodajství. Soukromé rozhlasové vysílání je složitým procesem, který musí pro svou činnost splňovat určité podmínky a kritéria.

Tato práce analyzuje rozhlasové zpravodajství z hlediska jeho jednotlivých částí. Mimo zákonné právní úpravy a další oblasti to jsou zejména požadavky na kvalitu a obsah rozhlasového zpravodajství. V návaznosti na to se zaměřujeme na analýzu obsahu rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávním a soukromoprávním rozhlase a zejména pak na strukturu zpravodajského vysílání pro jednotlivé skupiny posluchačů. U soukromých stanic je hodnoceno hledisko ziskovosti, stejně jako u jiných podnikatelských subjektů. Právě zhodnocení a analýza obsahových a kvalitativních kritérií budou hlavními výstupy práce a na ně budou navazovat závěry a doporučení, které by se mohly vztahovat k rozhlasovému zpravodajství veřejnoprávních a soukromoprávních rozhlasových stanic.

Klíčová slova: Radiožurnál, Evropa 2, veřejnoprávní rozhlasová stanice, komerční rozhlasová stanice, analýza

Annotation

ROBKOVÁ, Marcela: *Analysis of Radio News on Public and Commercial Stations*. Hradec Králové: University of Hradec Králové, Faculty of Education, 2021. 44 pp. 18 pp. of appendices. Bachelor's dissertation.

The work entitled "Analysis of radio news on public and commercial stations" is grounded, inter alia, on the fact that the field of radio broadcasting is divided into public service broadcasting, which is coming out of specific legislation, as well as private broadcasting, which is governed by the license conditions, in particular the conditions of RRTV (The Council for Radio and Television Broadcasting of the Czech Republic), the body that issues licenses to private owners of radio parties, based on the approval of the submitted projects. Both spheres have their specifics, which also concern the content and form of radio news. Private radio broadcasting is a convoluted process that must meet certain conditions and criteria to remain active.

The paper analyzes radio news in terms of its individual components. In addition to legal regulations and other areas, the requirements for the quality and content of radio news are examined. Following this, the author focuses on the analysis of the content of radio news on public and private radio stations and especially on the structure of news broadcasting for individual groups of listeners. In the case of private stations, the aspect of profitability is assessed in the same way as in the case of other business entities. It is the assessment and analysis of content and qualitative criteria that will be the main outputs of the work, which will be followed by conclusions and recommendations that could relate to the radio news of public and private radio stations.

Keywords: Radiožurnál, Evropa 2, public radio station, commercial radio station, analysis

Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářská práce je uložena v souladu s rektorským výnosem č. 13/2017 (Řád pro nakládání s bakalářskými, diplomovými, rigorózními, dizertačními a habilitačními pracemi UHK).

Datum:

.....

Marcela Robková

Obsah

Úvod	9
Teoretická část	11
1 Historický vývoj rozhlasového vysílání v České republice.....	12
1.1 Československý rozhlas v období protektorátu a po něm.....	12
1.2 Rozhlasové vysílání po roce 1989.....	13
2 Dohled a organizace vztahující se k utváření a regulaci rozhlasového vysílání. 15	15
2.1 Legislativní rámec rozhlasového vysílání.....	15
3 Rozhlasové zpravodajství a jeho charakteristika	16
3.1 Analýza obsahu a kvality rozhlasového zpravodajství	17
4 Veřejnoprávní rozhlasová stanice Radiožurnál a její specifika	19
4.1 Rozbor obsahu a kvality veřejnoprávního vysílání.....	20
5 Komerční rozhlasové vysílání Evropa 2 a jeho specifika	22
5.1 Rozbor obsahu a kvality komerčního rozhlasového vysílání.....	22
6 Zhodnocení rozdílů ve veřejnoprávním a komerčním rozhlasovém vysílání.....	25
Praktická část.....	27
7 Cíl a metodika.....	27
7.1 Tvorba dotazníku	28
8 Analýza a interpretace výsledků výzkumu.....	29
8.1 Výsledky dotazníkového šetření	34
9 Sestavení optimální skladby hlavní zpravodajské relace	38
Závěr	39
Seznam použité literatury a zdrojů.....	41
Seznam tabulek a grafů.....	43
Seznam zkratk	44
Přílohy	
Příloha A: Distribuovaný dotazník	Chyba! Záložka není definována.
Příloha B: Příručka pro vytvoření optimální zpravodajské relace.....	Chyba! Záložka není definována.

Úvod

Bakalářská práce na téma: „Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici“ si klade za cíl poskytnout komplexní přehled o této oblasti. Samotná práce bude rozdělena na dvě hlavní části, část teoretickou a praktickou.

Teoretická část bude vycházet z literární rešerše odborné domácí i zahraniční literatury a dalších dostupných, převážně elektronických zdrojů. Nejprve bude zaměřena na historický vývoj rozhlasového vysílání na území České republiky a krátce bude nastíněn také jeho vývoj ve světovém kontextu. Následně bude pozornost věnována vymezení a popsání dohledu nad rozhlasovým vysíláním na našem území z legislativního hlediska. Práce seznamuje čtenáře také s jednotlivými organizacemi, které se vztahují jak k utváření, tak i k samotné regulaci rozhlasového vysílání. Zaměřuje se přímo na charakteristiku a vymezení rozhlasového zpravodajství jako jedné z možných forem zpravodajství a soustředí se na podrobný rozbor obsahu a kvality, jak veřejnoprávního, tak i komerčního vysílání. Pro získání relevantních informací pro praktickou část bakalářské práce bude realizováno kvantitativní výzkumné šetření prostřednictvím dotazníku mezi posluchači rozhlasových stanic.

Na konci teoretické části, s ohledem na předchozí uvedené, a prostřednictvím dotazníkového šetření zjištěné informace, budou zhodnoceny rozdíly v obsahu i kvalitě obou sledovaných zpravodajství a přibližných forem vysílání. Cílem této části práce je poskytnout kvalitní teoretický rámec pro následnou praktickou část, která bude tyto cenné poznatky využívat v praxi samotného rozhlasového zpravodajství.

V rámci praktické části bakalářské práce, tzv. projektu, bude vytvořena příručka optimální zpravodajské relace v komerčním rozhlasovém vysílání na základě výstupu z dotazníkového šetření a vlastních praktických zkušeností (tzn. z pohledu posluchače).

V samotném závěru, a na základě teoretické části a její následné implementace v rámci praktické části, bude sestavena optimální zpravodajská relace komerční stanice tak, jak si ji představují respondenti, respektive sami posluchači. Závěrečná část práce bude obsahovat zhodnocení naplnění jejích cílů a bude v ní reflektováno, zda bylo stanovených cílů dosaženo.

Klíčovým úkolem praktické části předkládané bakalářské práce je sestavení optimální hlavní zpravodajské relace z pohledu posluchače. Vedlejším cílem je formulace

doporučení, která by měla komerčním rozhlasovým stanicím v praxi pomoci tak, aby sestavované zpravodajské relace vyhovovaly jejich stávajícím i novým posluchačům, čímž si zajistí jejich přízeň.

Na základě výzkumných otázek a hypotéz bude zjištěno, která témata zpravodajských relací jsou pro posluchače nejdůležitější, zda z hlediska vysílacích témat upřednostňují kvalitu či kvantitu, zda dávají přednost domácím či zahraničním zprávám apod. Na základě těchto zjištění bude navržena optimální délka zpravodajské relace nejposlouchanější rozhlasové stanice v České republice.

Teoretická část

Jak bylo zmíněno v úvodu bakalářské práce, její teoretická část se za pomoci literární rešerše odborné domácí i zahraniční literatury zaměří nejprve na historický vývoj rozhlasového zpravodajství, který bude rozdělen do několika etap. Následně seznámí se způsobem organizace rozhlasového vysílání u nás a s jeho legislativní úpravou. Přiblížena bude specifikace obsahu a kvality jak komerčního, tak i veřejnoprávního vysílání rozhlasového zpravodajství v rámci České republiky. Formou kvantitativního výzkumného šetření prostřednictvím dotazníku budou získány relevantní informace a názory od posluchačů na obsah i kvalitu komerčního i veřejnoprávního rozhlasového vysílání. Výsledky budou následně použity a interpretovány v praktické části.

Lze se domnívat, že pro nikoho nebude překvapením, že lidé od nepaměti prahli po poznání, objevování a porozumění, a tedy i po získávání informací. Informovanost jako taková je mnohými z nás vnímána jako povinnost samotné společnosti, ve které žijeme. Ostatně právo na informace patří mezi základní lidská práva, které nám všem udává i Listina základních práv a svobod, a daná problematika je dále řešena v některých nařízeních Evropské unie, stejně jako v platném právním řádu České republiky.

V rámci snahy o informovanost společnosti hovoříme o zpravodajství. S ohledem na historický kontext je nutno zmínit, že původně nebyl rozhlas využíván tak, jak je tomu dnes, tedy k informování společnosti. Využití nacházel především jako prostředek sloužící k ochraně společnosti, k její mobilizaci a k propagaci režimu a s tím související regulaci informací, které se ke společnosti dostanou, či nedostanou. Ve zpravodajství je využívána spousta forem poskytování a předávání informací. Ať už se jedná o televizní či tištěné zpravodajství, internetové formy nebo o zpravodajství rozhlasové. Právě významnost rozhlasového zpravodajství pro jeho uživatele, respektive pro společnost jako celek, nelze zpochybnit. Rozhlasovým vysíláním se tato bakalářská práce bude podrobněji dále zabývat.

1 Historický vývoj rozhlasového vysílání v České republice

Máme-li se zabývat rozhlasovým zpravodajstvím a jeho podstatou, je nejprve potřeba zaměřit se na jeho historický vývoj a jeho následné utváření až do dnešní podoby, kterou dobře známe a se kterou se v rámci aktuální praxe setkáváme.

První počátky rozhlasového vysílání patřily do oblasti radiotelegrafie a radiotelefonie a datují se do roku 1908. První významné radiofonické pokusy u nás se odehrávaly na Petřínské stanici v Praze, kdy v roce 1919 došlo k přenosu prvního telefonického vysílání. A následně v roce 1920 byl vysílán hodinový pořad, který byl sestaven a vysílán k druhému výročí vzniku samostatné Československé republiky.¹

Období od roku 1930 až do začátku okupace je označováno jako období profesionalizace vysílání, kdy je kladen důraz na jeho programovou stránku. „*Třicátá léta byla zlatým věkem rozhlasu ve světě i u nás. V naší rozhlasové historii jsou s nimi srovnatelná jen léta šedesátá, která byla nazvána obdobím renesance rozhlasu. Shoda mezi obojím rozhlasovým desetiletím spočívá ve vynalézavosti rozhlasové tvůrčí práce a v sociální rezonanci vysílání.*“² S profesionalizací rozhlasového vysílání se rozvíjela i kvalita obsahu s větším zaměřením na politická témata a dění ve světě.

1.1 Československý rozhlas v období protektorátu a po něm

V roce 1936 byl vydán Zákon o mimořádných opatřeních, na jehož základě vznikla v období druhé republiky cenzurní komise.³ Rozvoj rozhlasového vysílání přináší cenzuru, která nabírá na intenzitě německou okupací a zřízením Protektorátu Čechy a Morava.

S příchodem německých vojsk a následně v rámci Protektorátu Čechy a Morava dochází v České republice k velkým reorganizačním změnám, které se dotýkají globálně všech oblastí, a dopadají tedy i na působení československého rozhlasu. Pro toto období je typická celková cenzura, a to nejen v rámci rozhlasu. Cenzura výrazně ovlivnila českou kulturu na šest let a zapříčinila, že publiku byly předkládány pouze

¹ JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9.

² Tamtéž, s. 118.

³ ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923–1939*. Praha: Karolinum, 2003. 198 s. ISBN 80-246-0624-0.

předem schválené texty, písně a pořady, které byly v souladu s německou propagandou. Zároveň se cenzura ve velkém dotýkala zákazu sledování zahraničního zpravodajství.⁴

V roce 1945 byl Radiožurnál přestěhován do nové budovy poštovní správy ve Fochově ulici (kde se nacházel již v roce 1925⁵) a již v tomto roce se nad jeho vstupem objevil nápis *Československý rozhlas*. Významnou skutečností je, že po skončení druhé světové války dochází k obnově zahraničního vysílání (vysílače moskevské, londýnské, povstalecké).⁶ Po roce 1948 je rozhlasové vysílání využíváno hlavně k šíření ideologické propagace. V roce 1961 se měnila vysílací schémata, zaváděly se nové pořady a rubriky a objevovala se snaha o globální informovanost společnosti. „*Sílí snahy zcivilnit vysílání a zajistit větší pohotovost i otevřenost rozhlasového programu. Hledají se nové metody v přípravě pořadů, podporované rozvíjejícími se technickými možnostmi. Nastupuje éra komplexní přestavby vysílacích okruhů a programového schématu.*“⁷

Definované rubriky pak umožnily detailnější a specializovanější zaměření se na obsah a kvalitu zpravodajské relace.⁸ Objevovaly se následující rubriky:

- politické vysílání a zpravodajství,
- literárně-dramatické vysílání,
- hlavní redakce hudebního vysílání (HRHV),
- vysílání pro děti a mládež.

1.2 Rozhlasové vysílání po roce 1989

Po sametové revoluci v listopadu 1989 se vysílání Československého rozhlasu oprostilo od ideologického balastu a vrátilo se k nezaujatému informování, vzdělávání a pobavení posluchačů. V roce 1990 se stal Československý rozhlas členem Evropské vysílací unie EBU. O rok později byl zřízen jako veřejná instituce, která je nezávislá na státu a je financována z koncesionářských poplatků. V dalším období již hovoříme výstižně

⁴ JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9.

⁵ ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923–1939*. Praha: Karolinum, 2003, 198 s. ISBN 80-246-0624-0.

⁶ Tamtéž.

⁷ JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9, s. 289.

⁸ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

o svobodném rozhlasu, kdy se cenzura stává minulostí. Dne 1. ledna 1992 vznikl samostatný Český rozhlas a s rozpadem Československa zanikl i Československý rozhlas. V první polovině devadesátých let pak došlo k expanzivnímu rozvoji soukromého rozhlasového vysílání.⁹ Součástí Českého rozhlasu byly tři celoplošné stanice a síť regionálních studií. Mezi hudebně-zpravodajské stanice s celonárodním dosahem patřil Radiožurnál. Rodinná stanice Praha se zaměřila na naučné a zábavné pořady, stanice Vltava pak na literaturu a vážnou hudbu. Od roku 2002 funguje stanice Český rozhlas 6.¹⁰ Rozvojem informačních a komunikačních technologií se začínal v globálním měřítku významně prosazovat trend digitalizace společnosti ve všech oblastech, rozhlasové vysílání nevyjímaje. K novinkám rozhlasového média patří internetové rádio (např. Impuls Rádio). Jeho předností je, že není omezeno pevným vysílacím schématem, nepodléhá žádné licenci, může vysílat, kdy chce, co chce a komu chce. Z dosavadních výzkumů vyplývá, že internetové rádio poslouchají posluchači většinou v zaměstnání, protože zde mají možnost pevně se připojit přes internet k internetovému rádiu.¹¹

⁹ JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9, s. 397.

¹⁰ KRUPÍČKA, Miroslav. *Historie českého rozhlasu: Český rozhlas v datech* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020 [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <https://archiv.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>

¹¹ SVOBODA, Václav. *Public relations – moderně a účinně. 2.*, aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-6964-6, s. 196.

2 Dohled a organizace vztahující se k utváření a regulaci rozhlasového vysílání

Regulace je všeobecně vnímána jako kontrola. Osobně se domnívám, že tento pojem by měl být vnímán spíše jako usměrňování. Z hlediska rozhlasového vysílání bychom pak měli hovořit o třech typech regulace, a to přesněji o regulaci obsahu, regulaci strukturální a regulaci behaviorální.^{12 13}

2.1 Legislativní rámec rozhlasového vysílání

Rozhlasové vysílání v České republice se řídí zákonem č. 484/1991 Sb., České národní rady o Českém rozhlase, který byl přijat koncem roku 1991 a účinnosti nabyl dne 1. ledna 1992. Následně byl aktualizován a v platnosti je momentálně jeho aktuální znění z května roku 2015. Tento zákon definuje mimo jiné hlavní úkoly veřejné služby v oblasti rozhlasového vysílání, a tedy služby, která má být k dispozici všem občanům. Zákon současně vymezuje Radu Českého rozhlasu, jakožto devítičlenný orgán spadající pod Poslaneckou sněmovnu Parlamentu České republiky, jehož cílem je uplatňovat právo veřejnosti na kontrolu činnosti Českého rozhlasu. Působení Českého rozhlasu se řídí i mnoha dalšími zákony.

¹² BLUMLER, Jay G. *Television and the public interest: vulnerable values in west European broadcasting*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications in association with the Broadcasting Standards Council, 1992. ISBN 978-08-039-8649-7.

¹³ FEINTUCK, Mike. *Media regulation, public interest, and the law*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999. ISBN 978-07-486-0997-0.

3 Rozhlasové zpravodajství a jeho charakteristika

Odborná literatura nabízí hned několik méně či více se lišících definic pojmu zpravodajství. Za zajímavou lze považovat definici autorky Osvaldové a jejího kolektivu, kteří zmiňují, že zpravodajství je „*profesionální činností směřující k získávání, ověřování a třídění informací.*“¹⁴ Stejný zdroj pak uvádí, že v širším ohledu do zpravodajství řadíme také vytváření mediálních obsahů. S ohledem na tuto bakalářskou práci je zmíněnou definici nutno rozšířit také o předávání informací, které, jak samotný název práce napovídá, je zprostředkováváno ústní formou, bez přímého či vizuálního kontaktu s posluchačem jako příjemcem informace.

V praxi mediální sféry se pak setkáváme se dvěma základními typy rozhlasových stanic, a to veřejnoprávními a komerčními, jejichž činnost rozebereme podrobněji. Jejich obsahem jsou zpravodajské relace, které si kladou za cíl poskytnout posluchači maximum podstatných informací v krátkém časovém úseku.¹⁵ Následující graf 1 vyobrazuje podílové rozdělení českého rozhlasového trhu v roce 2019.

Graf 1 Podíly na rozhlasovém trhu v České republice v roce 2019



Zdroj: vlastní zpracování

V rámci rozhlasového zpravodajství se setkáváme s různými žánrovými strukturami. Základním a také nejčastěji využívaným žánrem zpravodajství je **zpráva**, která by měla být věcná, aktuální, s objektivními informacemi, jež jsou formulovány přesně a konkrétně. Zpráva je ve své podstatě součástí každé zpravodajské relace a podává

¹⁴ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích. 2.*, upravené vydání. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 104.

¹⁵ MARŠÍK, Josef. *Úvod do teorie rozhlasového programu.* Praha: Karolinum, 1995. 106 s. ISBN 80-7184-013-0.

informace o tom, co, kde, kdy, kdo, proč a jak. Setkat se můžeme také se **zpravodajským přenosem**, který je zpravidla vysílán živě z místa původu informace. Posledním žánrem v praxi je **zpravodajský rozhovor**, který zpravidla využívá zpovídání svědků, odborníků nebo zainteresovaných osob. Jeho cílem je podávání informací na základě objektivních otázek. Ačkoliv s některými ze zmíněných žánrů se setkáváme spíše v audiovizuálním zpravodajství, jsou využívány také v rámci rozhlasového zpravodajství.¹⁶ Mezi další, často uváděné zpravodajské žánry, patří například referát, report, komuniké, oznámení, noticka, skládačka nebo fleš.¹⁷

3.1 Analýza obsahu a kvality rozhlasového zpravodajství

S ohledem na skutečnost, že v rámci rozhlasového zpravodajství chybí jak textová forma zprávy, kdy by se její čtenář mohl k předchozímu textu vrátit, tak také vizuální stránka, je nutné tomu zprávu přizpůsobit. Zprávy, které jsou prostřednictvím rozhlasového zpravodajství předávány, by tak měly být jasné. K jejich předání by měl být využit jednodušší, ihned pochopitelný jazyk a zásadní informace by měla být předávána co možná nejpřesněji a opakovaně. Kvalita zpráv pak závisí na mnohých faktorech. Jedním z nich je podstata a kvalita samotné informace, neméně podstatným je ale také lidský faktor, kdy záleží na formě podání toho, kdo informace předává publiku. Ostatně, důležitost zajišťování kvality rozhlasového zpravodajství udává již samotná skutečnost, že „*zpravodajské relace představují v tradici našeho rozhlasového vysílání jednu ze základních programových dominant.*“¹⁸

Ještě před dvaceti lety neexistovalo digitální rozhlasové vysílání, které již v současnosti není neobvyklé. Posluchači rozhlasových zpravodajství mají možnost z mobilu, tabletu, notebooku či stolního počítače poslouchat informace ze zpravodajství, číst plné verze zpravodajských serverů a nahlížet do programových průvodců rozhlasových stanic, včetně odkazů na archivní záznamy. Důležité je tak zajistit potřebnou kvalitu digitálního rozhlasového zpravodajství co se týče zvuku, obrázkových slide-show a doprovodných informací. Kvalita rozhlasového zpravodajství je důležitá nejen z hlediska digitálního vysílání, ale také analogového. Všeobecně platí, že rozhlasové

¹⁶ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upravené vydání. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9.

¹⁷ JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada, 2012. 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7.

¹⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upravené vydání. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 57.

zpravodajství musí mít zajištěno kvalitní signál, nesmí šumět, prskat nebo jakkoli jinak snižovat úroveň zvukového signálu.¹⁹ Co se týče kvality zvuku z hlediska personálního, je důležité, aby osoba, která informace posluchačům předává, mluvila srozumitelně, dostatečně nahlas a nikoli monotónně. U rozhlasového vysílání totiž platí, že jeho posluchače můžou zaujmout nejen získané informace, ale také barva a výška hlasu daného moderátora. Pokud je jeho výklad monotónní, mluví příliš potichu nebo naopak příliš křičí, předávané informace přestávají být zajímavé a může dojít k tomu, že posluchač dané stanice přeladí na jinou stanici, která bude pro jeho sluch přijatelnější.²⁰

¹⁹ MIKULÁŠTÍK, Karel. *Rádia v době digitální? Využijeme dostupné technologie na maximum* [online]. 2019 [cit. 2021-01-26]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/dab-radia-pred-branami-digitalniho-vysilani-prestanme-plytvat-energi/>

²⁰ OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích. 2.*, upravené vydání. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 60.

4 Veřejnoprávní rozhlasová stanice Radiožurnál a její specifika

Veřejnoprávní rozhlasovou stanicí představují v České republice veškeré stanice Českého rozhlasu, což je dáno legislativní úpravou státní správy, která byla nastíněna v předcházející kapitole. „*Veřejnoprávní Český rozhlas nyní reprezentují čtyři celoplošné stanice (vlajková loď ČRo Radiožurnál, ČRo Dvojka, ČRo Vltava a ČRo Plus), čtyři speciální stanice (Radio Wave, Český rozhlas D-dur, Rádio Junior a ČRo Jazz) a dvanáct regionálních stanic (ČRo Brno, ČRo České Budějovice, ČRo Hradec Králové, ČRo Ostrava, ČRo Olomouc, ČRo Plzeň, ČRo Regina DAB Praha, ČRo Sever, ČRo Liberec, ČRo Region – Vysočina, ČRo Region – Středočeský kraj, ČRo Pardubice).*“²¹

Radiožurnál je nejposlouchanějším veřejnoprávním vysíláním Českého rozhlasu. Veřejnoprávní vysílání lze charakterizovat jako cestu k informované veřejnosti, která představuje „*prostředek pluralismu, který umožňuje různým skupinám společnosti vést spolu dialog k rozličným tématům lidské společnosti. Poskytuje nezaujaté a plně nezávislé informace, a to jak ve formě masové informovanosti, tak i v rámci programů pro náročnější posluchače.*“²² Český rozhlas Radiožurnál je celoplošná rozhlasová stanice Českého rozhlasu, která vznikla v roce 1993 a zaměřuje se na aktuální zpravodajství a publicistiku. Každých 30 minut vysílá zprávy a dopravní zpravodajství Zelenou vlnu. Od roku 1998 vysílá stanice také živě na internetu. Vysílání této stanice pokrývá celou Českou republiku a poslech je umožněn i mimo její území, především díky analogovému vysílání dlouhých vln s frekvencí 270 kHz. Kromě internetového vysílání je k dispozici také vysílání pro mobilní telefony. Některé známé osobnosti a zaměstnanci Českého rozhlasu však kritizovali Radiožurnál pro jeho slabou žánrovou pestrost a dramaturgii písniček, a tak se nyní vedení stanice snaží uspokojit většinového posluchače například popularizováním vědy, rozhovory s vědci, zaměřuje se na astrologii.²³

²¹ Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/>

²² POTŮČEK, Martin. *Strategické vládnutí a Česká republika*. Praha: Grada, 2007. 360 s. ISBN 978-80-247-2126-2, s. 190.

²³ Co soudí o hudbě na Radiožurnálu Michal Horáček, Alexandr Pícha, Zdeněk Vřešťál, Honza Vedral a další. *Mediář* [online]. 2011 [cit. 2020-12-28]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/co-soudi-o-hudbe-na-radiozurnalu-michal-horacek-alexandr-picha-zdenek-vrestal-honza-vedral-a-dalsi/>

4.1 Rozbor obsahu a kvality veřejnoprávního vysílání

„V jádru veřejnoprávního konceptu byla myšlenka, že rozhlasové vysílání má, jakožto zcela unikátní způsob veřejné interakce, sloužit veřejnosti.“²⁴ Právě služba veřejnosti je základním stavebním kamenem veřejnoprávního konceptu, díky němuž je řízen státní správou. Pokud se zaměříme na Český rozhlas Radiožurnál, pak nalezneme v jeho obsahu:

- **Aktuální zprávy a hlavní zprávy**, které přináší aktuální a nejdůležitější informace o událostech, které se během dne staly. Aktuální zprávy jsou uváděny na Radiožurnálu v půlhodinových intervalech dvacet čtyři hodin denně, sedm dní v týdnu. Přináší aktuální zpravodajské informace z České republiky i ze zahraničí, doplněné o informace o sportu, počasí atd. Aktuality ze silnic a dálnic přináší Radiožurnál v rámci Zelené vlny, kde jsou okamžitě hlášeny vážné dopravní nehody a kolony. Hlavní zprávy vysílá Radiožurnál ve všední dny a v sobotu ráno, a to převážně po hodinových intervalech.
- **Ranní/Dopolední/Odpolední/Večerní/Noční Radiožurnál**, který se soustředí na aktuální reportáže a nejrychlejší zpravodajství, ekonomické aktuality atd. V rámci Ranních Radiožurnálů se tedy setkáváme převážně s aktualitami, které byly uveřejněny v tisku. Například Odpolední Radiožurnál je více zaměřen na reportáže z aktualit daného dne. Noční Radiožurnál zase přináší informace o tom, co se bude dít v následujících dnech, jaké bude počasí a podobně.
- **Interview/Host/Rozhovory a komentáře** – vložky, které se soustředí na aktuální témata, a to zpravidla formou zpravodajského rozhovoru.²⁵ Hosty bývají především umělci, lékaři, hudebníci, odborníci z nejrůznějších oborů nebo vysokoškolští profesori. Moderátoři s hosty rozebírají například aktuální témata. Posлуhač Radiožurnálu se může zapojit do rozhovoru, a to vyplněním formuláře na webových stránkách Českého rozhlasu.

²⁴ ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923–1939*. Praha: Karolinum, 2003. 198 s. ISBN 80-246-0624-0, s. 20.

²⁵ *O rozhlase* [online]. 2021 [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/>

Radiožurnál nabízí především aktuální zpravodajství a publicistiku. Posluchačům přináší čerstvé zprávy a dopravní zpravodajství Zelenou vlnu. Šéfredaktorem stanice Český rozhlas Radiožurnál je již třetím rokem Ondřej Suchan.²⁶

Radiožurnál, hlavní zprávy dne 6. 5. 2019, v 6 hodin

Radiožurnál má své zpravodajské relace rozdělené denně do několika vysílacích bloků, které se opakují každou půl hodinu. Zpravodajská relace této rozhlasové stanice veřejnoprávního vysílání se skládá ze zpravodajství z Česka i ze světa, sportu, Zelené vlny a počasí.²⁷

Znělka (45 vteřin) – znělka samotného rádia, uvedení času vysílání a stručný úvod do zpráv, včetně uvedení zhruba tří novinek, aktuální situace z dopravy a rychlé informace o počasí, včetně krátké znělky rádia.

Politika (34 vteřin) – prověrky korunových dluhopisů nejsou po dvou letech ani v polovině, informace od šéfky Generálního finančního ředitelství Tatyany Richterové.

Dopravní zpravodajství (45 vteřin) – nová technologie na opravy výtluků, hlasový záznam studenta Vysokého technického učení v Brně a hlasový záznam jednatele společnosti, která se podílela na výrobě stroje.

Znělka (14 vteřin) – znělka Radiožurnálu.

Mezi další aktuální zpravodajství patří **Zahraničí a mezinárodní vztahy** (57 vteřin), **Zajímavosti ze světa sportu** (24 vteřin), **Dopravní zpravodajství** (45 vteřin), **Zahraničí a mezinárodní vztahy** (25 vteřin), **Sport** (55 vteřin), **Zelená vlna** (50 vteřin) – Znělka Zelené vlny, informace a kontakt na Zelenou vlnu a **Počasí** (26 vteřin) – znělka Počasí a 25vteřinový blok věnovaný počasí.

²⁶ *O rozhlase* [online]. 2021 [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/>

²⁷ *Český rozhlas Radiožurnál* [online]. Český rozhlas, 2021 [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <http://www.radiozurnal.rozhlas.cz/>

5 Komerční rozhlasové vysílání Evropa 2 a jeho specifika

Rozhlasová stanice Evropa 2 začala vysílat v roce 1990, a to pod názvem Europe 2. Aktuálně je třetí nejposlouchanější stanicí u nás.²⁸ Patří tedy k těm nejoblíbenějším.

Vysílání komerční stanice můžeme považovat za pomyslný protiklad veřejnoprávního vysílání. Oproti veřejnoprávnímu vysílání, jehož smyslem je sloužit široké veřejnosti jako zdroj informací, smysl komerčního vysílání, jak již jeho název napovídá, je čistě komerční neboli obchodně zaměřený. Cílem převážné většiny firem, které působí na individuálních trzích národních ekonomik jednotlivých států, je vytváření zisku prostřednictvím vlastní činnosti. V rámci rozhlasového vysílání je to rovněž záměrem komerčních stanic. To vede k tomu, že pro komerční stanice je s ohledem na nabízenou reklamu, za kterou firmy platí nemalé finanční prostředky, bezprostředně významný počet posluchačů, kteří následně odráží dosah reklamy v rámci populace.

Příkladem komerční stanice v rozhlasovém vysílání může být právě Evropa 2, vůbec první komerční stanice v České republice po roce 1989 a dále také Frekvence 1, Kiss nebo Rádio Impuls. V praxi pak rozlišujeme rozhlasové stanice, které jsou typu všeobecného, zpravodajského, zpravodajsko-hudebního, vyprávěcího či jinak zaměřeného (například stanice křesťanské, rodinné atd.). Autor uvedených informací zároveň dodává, že u posluchačů jsou oblíbené především stanice hudební, jelikož hudba se poměrně snadno kombinuje s reklamou, která pak komerčním stanicím zajišťuje zmiňovaný zisk.²⁹

5.1 Rozbor obsahu a kvality komerčního rozhlasového vysílání

Analýza obsahu a kvality rozhlasového vysílání je z hlediska komerčních rozhlasových stanic složitější než u těch veřejnoprávních, což je dáno jejich samotným cílením na různé typy posluchačů. Jako příklad můžeme uvést program Evropy 2 v rámci pracovních dnů. Program samotný je zaměřen hlavně na hraní hudby a zábavu pro posluchače. Klasicky začíná a končí MaXXimem muziky, což je na programu mezi 12–15 hodinou, stejně jako mezi 18–20 hodinou a následně od půlnoci do 6 hodin ráno. Čas mezi 6–9 hodinou se nese v duchu Patrika Hezuckého a Leoše Mareše v rámci

²⁸ *Rádia: vede Impuls, Radiožurnál druhý, polepšila si Evropa 2* [online]. 2021 [cit. 2021-04-06]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/>

²⁹ *Čeština doma a ve světě: Mluvená čeština v médiích*. 2008, 16(1–2).

Ranní show. Se show se setkáváme také odpoledne, a to v rámci Odpolední show, která je často tematicky zaměřená. V běžném programu aktuálně nalezneme také populární YouTube ženské trio 3v1, Afterparty s Liborem Boučkem nebo Evropa 2 Music Chart. Večer na MaXXimum nabízí posluchačům výběr písniček dle vlastního výběru. Nedělní večer je opět věnován show Brzda Evropy 2 aneb Jakoby show, která je vtipně pojata. Jak lze ovšem vidět, z 90 % se jedná o hraní hudby samotné nebo o hudebně zaměřené show.

Ve zpravodajské relaci rozhlasové stanice Evropa 2 nalezneme:

- **Aktuální zprávy a hlavní zprávy** – přináší souhrn aktuálních a nejdůležitějších informací především z hlavního města. Zpravodajská relace obsahuje také informace ze zahraničí, včetně informací o sportu, počasí, politice atd. Hlavní zprávy jsou vysílány po hodinových intervalech. Dopravní zpravodajství, aktuální nehody a kolony, především z Prahy a českých dálnic, jsou hlášeny v rámci zpravodajské relace a jsou odděleny znělkou: „Kde to stojí“. Následně je zmíněna informace o počasí. V ranních hodinách, mezi 6–9 hodinou, jsou krátké aktuální zprávy vysílány po 30 minutách.
- **Brzda Evropy 2 aneb Jakoby show** – vtipná show, která je na komerční stanici Evropa 2 vysílána každou neděli mezi 20–22 hodinou, přináší zajímavé a aktuální informace, které se udály během týdne. Informace posluchačům vtipně podává trojice komiků.
- **Rozhovory/Host** – vložky, které bývají do vysílání zařazovány nepravidelně a většinou v rámci show. Hosty bývají známí muzikanti, herci, youtubeři nebo influenceři. Často bývají do rozhovoru zapojováni i posluchači. Moderátoři s hosty i posluchači rozebírají aktuální témata, módu, vztahy, dovolené atd.

Evropa 2, zprávy dne 17. 5. 2019, v 6 hodin

Zpravodajské relace Rádia Evropa 2 jsou zařazovány každou hodinu do vysílání. Stejně jako u veřejnoprávní rozhlasové stanice Radiožurnál, tak i u komerční rozhlasové stanice Evropa 2, se uspořádání jednotlivých zpravodajských relací v průběhu dne mění, a to s ohledem na aktuálnost a důležitost sdělovaných informací.³⁰

³⁰ *Rádio Evropa 2* [online]. 2021 [cit. 2021-04-10]. Dostupné z: <http://www.evropa2.cz/>

Znělka (18 vteřin) – krátká znělka a předání slova moderátorce zpráv, stručný úvod do zpráv, včetně uvedení tří novinek, znělka samotného rádia. Následuje **Politika** (15 vteřin), **Kultura** (20 vteřin), **Zajímavosti** (20 vteřin), včetně předání slova druhé zprávařce, dále **Sport** (16 vteřin), **Dopravní zpravodajství** (40 vteřin) – sponzoring (reklamní upoutávky na hokej), znělka: „Evropa 2, kde to stojí“, včetně 20vteřinového bloku věnovanému aktuální dopravní situaci a **Počasí** (32 vteřin) – sponzoring (přívěsy Agados), znělka: „Evropa 2, počasí“, včetně 18vteřinového bloku věnovanému počasí.

6 Zhodnocení rozdílů ve veřejnoprávním a komerčním rozhlasovém vysílání

Prvním a zásadním rozdílem, z hlediska veřejnoprávního a komerčního rozhlasového vysílání, je bezesporu jejich samotný cíl a účel. Pro veřejnoprávní vysílání jde o službu veřejnosti a naopak u komerčních stanic jde o získávání posluchačů na základě jejich kvantity a schopnosti vytvářet zisk stanice za využití reklam. S ohledem na cíl je pak přizpůsobován také program jednotlivých rozhlasových stanic, což není překvapením, protože právě sestavení programu je způsob, jakým lze stanovených met dosáhnout. Vzhledem k cílům a sestavenému programu jsou pak samozřejmě voleni také moderátoři vysílání, a to s ohledem na vlastní pozici v daném oboru.

- **Veřejnoprávní rozhlasové vysílání** zahrnuje obsáhlejší zpravodajskou relaci. Moderátoři mluví spisovným jazykem, seriózně. Způsob vedení komunikace s posluchači je odlišný než na komerční rozhlasové stanici Evropa 2. Moderátoři rozhlasové stanice Radiožurnál svým posluchačům vždy vykají a vzájemná komunikace s nimi je až upjatá. Odlišný je také výběr hostů, kteří přicházejí do studia na rozhovor. S tím souvisí také výběr aktuálních témat a tvorba vysílacího schématu, které jsou přizpůsobeny převážně starším posluchačům, neboť Radiožurnál Českého rozhlasu patří mezi serióznější typ stanice. Moderátorské vstupy a soutěžní otázky jsou opět podmíněny skladbou posluchačů, ať již věkovou nebo sociální.
- **Komerční rozhlasové vysílání** – stanice Evropa 2 přináší oproti veřejnoprávnímu rozhlasovému vysílání Radiožurnál kratší zpravodajské relace. Moderátoři na stanici Evropa 2 mluví se svými posluchači hovorově a často také používají anglické výrazy. Způsob vedení komunikace s nimi je ležerní, kamarádský až žoviální. Velmi často jsou používány hovorové výrazy, někdy až slangové. Posluchači komerční rozhlasové stanice Evropa 2 jsou často zváni do éteru a bývají součástí vysílání. Moderátoři posluchačům někdy i tykají, aby tak ukázali, že mluví ke svým nejbližším a kamarádům. Vtipkují, avšak místy až na hranici nevkusu. Komunikace mezi samotnými moderátory je bezprostřední. Výběr hudby je velmi aktuální a zahraniční. Převážnou většinu vysílání tvoří hudební bloky. Mezi tyto bloky jsou vloženy krátké zpravodajské relace či moderátorské vstupy. Komerční stanici Evropa 2 poslouchají

především mladí lidé a studenti. Podle toho je vybrán moderátor, hudba, témata, soutěže, způsob mluvy, komunikace, hosté. Cílí se na posluchače určité věkové skupiny a těm je přizpůsobeno denní schéma.

Praktická část

Praktická část práce se zaměřuje především na provedené výzkumné šetření a jeho výsledky, na základě kterých bude následně sestavena optimální zpravodajská relace komerčního rozhlasového vysílání z pohledu posluchače, stejně jako formulace souvisejících doporučení pro rozhlasové stanice komerčního vysílání.

7 Cíl a metodika

Klíčovým úkolem praktické části předkládané bakalářské práce je sestavení optimální hlavní zpravodajské relace z pohledu posluchače. Vedlejším cílem je formulace doporučení, která by měla komerčním rozhlasovým stanicím v praxi pomoci při sestavování zpravodajských relací tak, aby vyhovovaly jejím posluchačům. V ideálním případě by jim tato doporučení měla zajistit spokojené stávající i nové posluchače.

Na samotné sestavení optimální hlavní zpravodajské relace lze nahlížet jak z pohledu rádia jako vysílatele, tak z pohledu posluchače jako příjemce. Z tohoto důvodu se hlavní cíl této části práce zaměřuje na úhel pohledu posluchače. Aby bylo možné praktickou část dobře realizovat, bylo nutné zúžit oblast výzkumu, kdy byla pozornost zaměřena pouze na komerční vysílání z následujících důvodů:

- 1) pro rozhlasové vysílání komerčních stanic není prioritou pouze informování veřejnosti, jako je tomu u veřejnoprávního vysílání,
- 2) pro rozhlasové vysílání komerčních stanic je z hlediska vytváření zisku (pomocí reklam atd.) zásadní získávání posluchačů,
- 3) z hlediska chybějícího monopolního postavení jakékoli komerční stanice rozhlasového vysílání na našem trhu je nezbytné zajímat se o názor, požadavky a potřeby posluchačů.

Pro účely výzkumného šetření a objektivního posouzení názorů posluchačů na veřejnoprávní a soukromé rozhlasové vysílání byl vytvořen dotazník. Samotné výzkumné šetření si kladlo za cíl získat informace poskytující ucelený pohled na očekávání posluchače od optimální zpravodajské relace komerčního rozhlasového vysílání. Tento dotazník byl vytvořen v rámci platformy Google Forms a následně byl online formou distribuován. Ke statistické analýze získaných dat byl využit program SPSS Statistics, který poskytuje nejen základní statistické charakteristiky (průměr,

medián, modus), ale i pokročilé statistické funkce, jako je například korelační analýza nebo křížové tabulky. Pro účely grafického vyobrazení výsledků byl využit program Microsoft Office Excel.

7.1 Tvorba dotazníku

Samotný dotazník zahrnuje celkem 10 otázek, které jsou otevřeného, uzavřeného a polouzavřeného charakteru. Byl sestaven pomocí platformy Google Forms a v měsíci lednu 2020 byl distribuován online formou potenciálním respondentům. Za účelem zajištění vypovídací schopnosti dat bylo cílem získat alespoň 40 respondentů. V tomto ohledu byl sestaven profil ideálního vzorku respondentů, a to následovně:

- muži i ženy bez preference pohlaví, ve věku 20–60 let,
- respondenti pravidelně poslouchající komerční rádio,
- lidé zajímající se o dění ve společnosti.

Výzkumného šetření se nakonec zúčastnilo celkem 54 respondentů.

8 Analýza a interpretace výsledků výzkumu

Jak již bylo zmíněno, pro účely analýzy získaných dat bylo využito především programu SPSS Statistics, jehož výstupy budou vyobrazeny v rámci této kapitoly.

Otázka č. 1 – Pohlaví respondentů

První otázka v dotazníku se zaměřovala na pohlaví respondentů. Výsledky jsou vyobrazeny v následující tabulce:

Tabulka 1 Deskriptivní analýza pohlaví respondentů

	Počet	Procenta
Žena	32	59,3
Muž	22	40,7
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Jak lze vidět z tabulky 1, výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 32 žen (59,3 %) a 22 mužů (40,7 %).

Otázka č. 2 – Věk respondentů

Druhá otázka v dotazníku zjišťovala, jakého věku jsou respondenti. Výsledky jsou zachyceny v tabulce 2.

Tabulka 2 Deskriptivní analýza věku respondentů

	Počet	Minimální věk	Nejvyšší věk	Průměr
Jaký je Váš věk?	54	19	55	34,29

Zdroj: vlastní zpracování

Daného výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 54 respondentů, jejichž věkové rozmezí bylo mezi 19 a 55 lety, což korespondovalo se stanoveným ideálním výzkumným vzorkem, který kladl nároky na věkové rozmezí 20–60 let. Jak je vidět v tabulce 2, průměrný věk respondentů je 34,3 let.

Otázka č. 3 – Jak často posloucháte rádio?

Následující otázka se zaměřovala na frekvenci poslouchání rozhlasového vysílání, tedy zda respondenti poslouchají rádio denně, každý týden, měsíc nebo zřídka. Výsledky analýzy jsou pak zachyceny v tabulce 3.

Tabulka 3 Deskriptivní analýza frekvence poslouchání rádia

	Počet	Procenta
Denně	27	50,0
Několikrát do týdne	19	35,2
Několikrát do měsíce	8	14,8
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledků v tabulce vyplývá, že celkem 27 respondentů (tedy 50 % výzkumného vzorku) poslouchá rádio denně. Dále 19 respondentů, respektive 35,2 %, hned několikrát do týdne a nakonec zbývajících 8 respondentů (tedy 14,8 %) několikrát do měsíce.

Zde již můžeme sledovat, zda je to, jak často respondenti poslouchají rádio, ovlivněno jejich věkem a pohlavím. Za tímto účelem využijeme korelační analýzy, která zkoumá vztah mezi hodnotami dvou proměnných. Její výsledek je zachycen v tabulce 4.

Otázka č. 4 – Kterou z komerčních stanic posloucháte nejčastěji?

V rámci čtvrté otázky bylo sledováno, jakou rozhlasovou stanicí respondenti nejčastěji poslouchají. S ohledem na množství komerčních stanic byly předdefinovány čtyři možnosti, které byly doplněny možností „jiné“.

Tabulka 4 Deskriptivní analýza nejčastěji poslouchaných stanic

	Počet	Procenta
Jiné	1	1,9
Evropa 2	19	35,2
Frekvence 1	11	20,4
Rádio Kiss	10	18,5
Rádio Impuls	13	24,1
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Celkem 19 respondentů (35,2 %) nejčastěji poslouchá Evropu 2, 11 (20,4 %) pak Frekvenci 1, 10 (18,5 %) Rádio Kiss a 13 respondentů (24,1 %) uvedlo Rádio Impuls. 1 dotazovaný nakonec zvolil možnost „jiné“ a v rámci odpovědi uvedl Rádio Wave. Z výsledků vyplývá, že nejposlouchanější stanicí je tedy Evropa 2.

Otázka č. 5 – Které z témat ve zpravodajských relacích posloucháte nejčastěji?

Tabulka 5 Deskriptivní analýza vyhledávání nejčastěji poslouchaných témat

	Počet	Procenta
Politika (politické dění, volby atd.)	18	33,3
Ekonomika (vývoj trhu, nezaměstnanost atd.)	15	27,8
Zahraníčí a mezinárodní vztahy	6	11,1
Justice, bezpečnost a kriminalita	5	9,3
Zdravotnictví	1	1,9
Náboženství	0	0,0
Kultura, zábava, společnost	2	3,7
Vzdělání, věda, školství	1	1,9
Sport	5	9,3
Počasí	1	1,9
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky 5 vyplývá, že nejčastěji se posluchači ve vysílajících stanicích zajímají o politická témata (33,3 %) a ekonomiku (27,8 %). Na třetím místě se umístily zahraničí a mezinárodní vztahy (11,1 %), na čtvrtém místě sport, justice, bezpečnost a kriminalita (9,3 %), následně upoutávají pozornost kultura, zábava a různá společenská témata (3,7 %). Nejméně zajímavé je zdravotnictví, vzdělávání, věda, školství a počasí (1,9 %). Ani jeden z respondentů neuvedl, že nejčastěji poslouchá náboženství.

Otázka č. 6 – Mají pro Vás větší význam domácí aktuality nebo aktuality ze světa?

Doby totalitních režimů, kdy lidé neměli přílišnou možnost získávání informací ze zahraničí, jsou nadobro pryč. S ohledem na globalizaci a v posledních letech stále se zvyšující otevřenost světa nejsou pro světovou populaci podstatné pouze informace národního měřítka, ale i toho nadnárodního.

Tabulka 6 Deskriptivní analýza význam domácích a zahraničních aktualit

	Počet	Procenta
Domácí	27	50,0
Zahraníční	27	50,0
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

V rámci tabulky 6 vidíme, že rozložení názorů je rovnoměrné. 50 % respondentů uvádí, že významnější jsou aktuality domácí, stejně tak 50 % tvrdí, že pro ně mají větší význam aktuality ze světa.

Otázka č. 7 – Jak dlouhá by podle Vás měla být hlavní zpravodajská relace?

Délka zpravodajské relace je velmi podstatným ukazatelem, jelikož jednak limituje čas, během kterého je nutné sdělit vše podstatné, zároveň musí odrážet schopnost posluchačů udržet pozornost.

Tabulka 7 Deskriptivní analýza délky zpravodajské relace

	Počet	Procenta
6–9 minut	31	57,4
10 a více minut	23	42,6
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

V rámci tabulky 7 je vidět, že 31 respondentů (57,4 %) uvádí, že délka hlavní zpravodajské relace by podle nich měla být v rozmezí 6–9 minut. Zbýlých 23 dotazovaných (42,6 %) tuto délku navyšuje dokonce na 10 a více minut. Vzhledem k tomu, že se respondenti nejvíce zajímají o politiku a ekonomiku, měly by být nejdůležitější informace z těchto oblastí shrnuty v prvních deseti minutách.

Otázka č. 8 – Je tematická bohatost hlavní zpravodajské relace podstatná?

Respondenti měli rozhodnout, zda je bohatost z hlediska témat zpravodajské relace podstatná, či nikoliv.

Tabulka 8 Deskriptivní analýza tematické bohatosti zpravodajské relace

	Počet	Procenta
Rozhodně ano	31	57,4
Spíše ano	23	42,6
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Ve skutečnosti všichni respondenti tvrdí, že ano, jelikož 31 jich (57,4 %) uvedlo, že tematická bohatost je rozhodně podstatná, zbylých 23 respondentů (42,6 %) pak zmínilo, že je spíše podstatná.

Otázka č. 9 – Kolik témat (ze dříve zmíněných 10) by podle Vás měla hlavní zpravodajská relace obsahovat?

S ohledem na předešlou otázku se dalo předpokládat, že respondenti budou z pozice posluchače doporučovat spíše vyšší počet témat pro hlavní zpravodajskou relaci. Výsledky základní statistické analýzy zachycuje tabulka 9.

Tabulka 9 Deskriptivní analýza počtu témat hlavní zpravodajské relace

	Počet	Procenta
4–7 témat	16	29,6
8–10 témat	38	70,4
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Celkem 16 respondentů (29,6 %) uvádí, že hlavní zpravodajská relace by měla obsahovat 4–7 témat, zbylých 70,4 %, respektive 38 jich vypovědělo, že by se mělo v rámci hlavní zpravodajské relace jednat o 8–10 témat. Lze se domnívat, že pro 70,4 % respondentů je podstatné, aby se v rámci hlavní zpravodajské relace dozvěděli co nejvíce informací z oblasti politiky, ekonomiky, zahraničních vztahů, justice a kriminality, sportu, kultury, vzdělávání a zdravotnictví. Za nejméně důležité téma lze označit počasí, o které se ve zpravodajských relacích zajímá pouze 1,9 % dotazovaných. Náboženská témata nejsou vyhledávaná žádným posluchačem, proto by mohla být nahrazena jinými zajímavostmi.

Otázka č. 10 – Domníváte se, že kvalita je v rámci zpravodajské relace důležitější než kvantita?

Kvalita nebo kvantita, to je v mnoha oblastech věčný boj, zpravodajství nevyjímaje. V rámci rozhlasových zpravodajských relací je posléze problém najít zlatou střední cestu, která bude poskytovat dostatečné množství informací v dostatečné kvalitě. Nejprve je důležité vysvětlit uvedené pojmy. Kvantitou se v této bakalářské práci rozumí údaj o počtu témat ve zpravodajských relacích a kvalitou se rozumí vlastnosti těchto témat. Cílem této otázky bylo zjistit, zda je pro respondenty důležitější kvalita nebo kvantita témat ve zpravodajských relacích.

Tabulka 10 Deskriptivní analýza kvalita versus kvantita

	Počet	Procenta
Ano, kvalita	23	42,6
Ne, kvantita	31	57,4
Celkem	54	100,0

Zdroj: vlastní zpracování

Celkem 23 respondentů (42,6 %) uvádí, že přednější je dbát na kvalitu, naopak 31 se jich (57,4 %) domnívá, že podstatnější je kvantita informací. Co se pak týče důvodů, tak dvěma nejčastěji zmiňovanými důvody byly:

Kvalita

- důležitost zpravodajství pro společnost,
- důvěra kladená ze strany posluchače – pravdomluvnost, detail informací.

Kvantita

- možnost dohledání informací jinými způsoby,
- nedostatek času ke čtení tisku, internetu – šetření času posluchačů.

V rámci této otázky můžeme sledovat rovněž vzájemné vztahy s dalšími proměnnými, jako jsou respondenty nejčastěji poslouchané stanice, upřednostňování domácích a zahraničních aktualit a počet témat, které by podle dotazovaných měla hlavní zpravodajská relace pokrýt.

8.1 Výsledky dotazníkového šetření

Z výsledků realizovaného výzkumného šetření, které bylo v bakalářské práci na téma: „*Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici*“ uveřejněno, vychází, že zatímco posluchači mají velký zájem o témata zahraničního obchodu a mezinárodních vztahů, sportu či ekonomiky, nemají naopak přílišný zájem o informace a novinky týkající se kultury, zábavy a společnosti, zdravotnictví nebo justice, bezpečnosti a kriminality. Nejoblíbenější stanicí je Evropa 2 a dále pak rádio Impuls. Tyto stanice poslouchají z větší části ženy, a to denně. Strategicky je vhodné umístit až na konec ty zpravodajské relace, které jsou pro posluchače nejvíce důležité (například sport, který zmínilo z hlediska důležitosti celkem 85,19 % výzkumného vzorku). Lze se domnívat, že tímto strategickým krokem vydrží respondent u poslouchání relace až do samotného konce. Příkladem může být tematické rozvržení optimální zpravodajské relace, ke kterému bylo dospěno také v rámci mé bakalářské práce.³¹

- 1) **znělka** (5 vteřin)
- 2) **zahraničí a mezinárodní vztahy** (100 vteřin)
- 3) **ekonomika** (70 vteřin)
- 4) **politika** (70 vteřin)
- 5) **vzdělání, věda, školství** (55 vteřin)

³¹ Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici, 2018.

- 6) **justice, bezpečnost a kriminalita** (45 vteřin)
- 7) **zdravotnictví** (25 vteřin)
- 8) **sport** (100 vteřin)
- 9) **upozornění na další zpravodajskou relaci** (5 vteřin)
- 10) **znělka** (5 vteřin)

Z hlediska finálního rozvržení zpravodajské relace je samozřejmě důležité respektovat vše, na co tato příručka poukazovala – svůj vlastní smysl, přání a očekávání posluchačů a v neposlední řadě významnost jednotlivých sdělení.

Nyní je na místě zodpovědět výzkumné otázky a vyhodnotit hypotézy.

Výzkumná otázka č. 1 – *Jaký podíl domácích a zahraničních zpráv by podle posluchačů měla obsahovat optimální hlavní zpravodajská relace komerčního vysílání?*

Podle posluchačů je důležité zahrnout do hlavní zpravodajské relace domácí i zahraniční zprávy. Odpovědi na tuto otázku byly rovnoměrně rozloženy. Respondenti se shodli v názoru, že jsou pro ně politická a ekonomická témata důležitá. Je všeobecně známo, že politika, ekonomika a zahraniční vztahy jsou diskutovanými tématy ve všech zemích světa, protože se vzájemně ovlivňují a navazují na sebe.

Výzkumná otázka č. 2 – *Je preference z hlediska témat zpravodajské relace ovlivňována věkem a pohlavím posluchačů?*

Dá se říci, že preference témat zpravodajských relací jsou nejvíce ovlivňovány věkem respondentů. Na pohlaví tolik nezáleží. Věk určuje, která témata budou více či méně zajímavá a vyhledávaná. Našeho průzkumu se účastnilo více žen než mužů ve věkovém průměru 34,3 let. Nejmladšímu respondentu bylo pouhých 19 a nejstaršímu 55 let. Lze se domnívat, že pokud by se průzkumu účastnilo více mladších školou povinných posluchačů, patřila by mezi vyhledávaná témata zpravodajských relací vzdělávání, školství, sport, kultura a zábava místo politiky, ekonomiky a zahraničních vztahů.

Výzkumná otázka č. 3 – *V jakých časech a kolik zpravodajských relací by denně mělo být zaneseno do komerčního vysílání podle posluchačů?*

Do komerčního vysílání by podle respondentů (posluchačů) mělo být zaneseno 8–10 témat. Tato odpověď souvisí i s jejich názorem, že kvantita je pro ně důležitější než kvalita. Témata by měla být prodiskutována v šesti až devíti minutách a nemělo by jim být věnováno více než 10 minut.

Hypotéza č. 1 – Respondenti přikládají význam spíše domácím zprávám než zprávám ze zahraničí.

Tuto hypotézu nelze potvrdit. Respondenti se shodli v názoru (shodně po 50 %), že jsou pro ně podstatné zprávy národního i nadnárodního měřítka. Zajímá je dění v České republice i ve světě, což souvisí také s výběrem témat, která posluchače nejvíce oslovují – politika, ekonomika a zahraniční a mezinárodní vztahy. Tyto sféry jsou vzájemně provázány jak u nás, tak v zahraničí mezi jednotlivými státy světa. Například politická rozhodnutí a vývoj ekonomiky USA ovlivňují vývoj ekonomiky u nás a na ně navazují politická opatření, vyhlášky apod.

Hypotéza č. 2 – Polovina respondentů (50 %) poslouchá rádio každý den.

Tuto hypotézu lze potvrdit. Přesně 50 % dotazovaných uvedlo, že poslouchají rádio denně. Jedná se celkem o 27 respondentů. Dalších 19 (35,2 %) poslouchá rádio několikrát do týdne a zbylých 8 (14,8 %) dotazovaných několikrát do měsíce.

Hypotéza č. 3 – Nejposlouchanější rádiovou stanicí je Evropa 2.

Tuto hypotézu lze také potvrdit. Celkem 19 respondentů (35,2 %) označilo stanicí Evropa 2 za nejčastěji poslouchanou. Na druhém místě je v oblibě Rádio Impuls (24,1 %) a na třetím místě Frekvence 1 (20,4 %).

Hypotéza č. 4 – Respondenti preferují při poslechu zpravodajských relací politická a ekonomická témata.

Hypotézu č. 4 je možné potvrdit. Politika (33,3 %) a ekonomika (27,8 %) jsou nejposlouchanějšími tématy zpravodajských relací. Vzhledem k tomu, že témata zahrnující zahraniční a mezinárodní vztahy, včetně justice, bezpečnosti a kriminality, jsou také součástí politik států světa, lze je také označit za nejčastěji poslouchaná. Zahraniční a mezinárodní vztahy jsou důležité pro 11,1 % respondentů a zprávy z justice, bezpečnosti a kriminality jsou důležité pro 9,3 % respondentů. V součtu tedy při poslechu zpravodajských relací preferuje politická a ekonomická témata celkem 81,5 % respondentů.

Hypotéza č. 5 – Respondenty absolutně nezajímají náboženská témata vysílaná ve zpravodajských relacích.

Tato hypotéza tvrdí, že v absolutním vyjádření nezajímají respondenty náboženská témata neboli, že žádného z nich toto téma nezajímá. Je přesná na 100 %, protože žádný z dotazovaných neuvedl náboženství jako nejčastěji poslouchané náměty. V absolutním vyjádření tedy 0 % respondentů zajímají náboženská témata, vysílaná ve zpravodajských relacích. Hypotéza je pravdivá.

Hypotéza č. 6 – Respondenti preferují vysílání menšího množství zpravodajských relací, protože je pro ně důležitější kvalita místo kvantity.

Respondenti uvedli, že kvantita, tedy v našem případě počet témat ve zpravodajských relacích, je důležitější (57,4 %) než kvalita (42,6 %). Z toho vyplývá, že pro dotazované je prvořadé získávání informací z co největšího počtu zpravodajských relací bez ohledu na jejich kvalitu. Jinak řečeno, pro větší polovinu respondentů je důležité znát informace napříč všemi vysílanými tématy, což způsobí, že se dozví informace ze všech oblastí stručněji v kratším čase. Pokud by pro ně byla důležitá kvalita informací namísto kvantity, požadovali by vysílání menšího množství zpravodajských relací v průběhu dne, které by je detailněji informovaly o jimi preferovaných tématech. Hypotézu č. 6 je tedy nutné vyvrátit.

9 Sestavení optimální skladby hlavní zpravodajské relace

Z hlediska optimální délky zpravodajské relace uvádělo 31 respondentů délku 6–9 minut a 23 délku 10 a více minut. Optimální délku zpravodajské relace komerčního vysílání proto stanovme na **8 minut** (480 vteřin).

V rámci této délky relace by měla být podle otázky č. 10 zahrnuta témata: **Zahraničí a mezinárodní vztahy** (53 respondentů), **Sport** (46 respondentů), **Ekonomika** (32 respondentů), **Politika** (11 respondentů), **Vzdělání, věda, školství** (9 respondentů), **Justice, bezpečnost a kriminalita** (6 respondentů), **Zdravotnictví** (4 respondentů). O oblasti **Kultura, zábava a společnost**, kterou v rámci této otázky uvedl pouze 1 respondent, neuvažujme.

Optimální zpravodajská relace pro komerční rozhlasové stanice bude s ohledem na preference posluchačů jako cílových zákazníků a současně s ohledem na logickou posloupnost a zachování přízně posluchačů až do konce zpravodajské relace, sestavena následovně:

- 1) **znělka** (5 vteřin)
- 2) **zahraničí a mezinárodní vztahy** (100 vteřin)
- 3) **ekonomika** (70 vteřin)
- 4) **politika** (70 vteřin)
- 5) **vzdělání, věda, školství** (55 vteřin)
- 6) **justice, bezpečnost a kriminalita** (45 vteřin)
- 7) **zdravotnictví** (25 vteřin)
- 8) **sport** (100 vteřin)
- 9) **upozornění na další zpravodajskou relaci** (5 vteřin)
- 10) **znělka** (5 vteřin)

Domnívám se, že se v současné době žádná rozhlasová stanice nepřibližuje výstupu dotazníkového šetření.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo porovnání zpravodajských relací v komerčních rozhlasových stanicích a sestavení jejich optimální zpravodajské relace a na základě toho vytvoření příručky pro začínající rozhlasové stanice či stanice, které chtějí zlepšit obsahové schéma zpravodajské relace.

Předkládaná bakalářská práce se zabývala analýzou rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici. Jejím cílem bylo poskytnout komplexní přehled o této oblasti a analyzovat preference samotných posluchačů co se týče zpravodajských relací komerčních stanic. Na základě analýzy byla sestavena jejich optimální zpravodajská relace.

První (teoretická) část práce poskytla na základě literární rešerše odborných domácích i zahraničních zdrojů teoretický základ. V rámci jednotlivých kapitol byla věnována pozornost historickému vývoji rozhlasového vysílání na území České republiky. Byl vymezen a popsán dohled nad zkoumanou oblastí včetně jeho legislativního zakotvení stejně jako jednotlivých organizací, které souvisí s utvářením rozhlasového vysílání u nás. Zvýšená pozornost byla věnována charakteristice a vymezení rozhlasového zpravodajství, stejně jako vymezení a analýze obsahu a kvality jak veřejnoprávního, tak komerčního vysílání, včetně jejich srovnání za pomoci komparativní analýzy.

V rámci praktické části byly představeny výzkumné otázky a hypotézy, stejně jako realizované kvantitativní výzkumné šetření, které si kladlo za cíl zjistit preference a názory posluchačů jednotlivých komerčních stanic, jak by měla vypadat optimální zpravodajská relace komerční stanice. Byla provedena statistická analýza získaných dat a na základě výsledků byla sestavena optimální zpravodajská relace komerční stanice tak, jak si ji představují samotní posluchači, kteří by s ohledem na cíl vytváření zisku měli být v centru dění.

Z výsledků práce vyplynulo, že posluchači rozhlasového zpravodajství v České republice nejvíce poslouchají stanici Evropa 2, kterou si naladí každý den nebo několikrát týdně. Mezi jejich preference patří v hlavních zpravodajských relacích politická a ekonomická témata místo sportovních zpráv, zpráv o počasí, kultuře či zábavě. Náboženství je pro posluchače absolutně nezajímavé. Ani jeden z nich je neoznačil jako významné pro zahrnutí do hlavní zpravodajské relace.

I když posluchače nejvíce zajímá dění v politice a ekonomice, a to jak u nás, tak v zahraničí, dávají přednost kratším zpravodajským relacím, které obsahují větší počet témat. Delší zpravodajské relace, které zahrnují pouze vybraná témata, nejsou pro ně příliš atraktivní. Raději se dozví informace z více oblastí najednou. Pro posluchače Evropy 2 by bylo ideální, kdyby zpravodajská relace trvala 6–9 minut a obsahovala 8–10 zajímavých témat. Lze se domnívat, že stanici Evropa 2 preferují především posluchači střední věkové kategorie s průměrným věkem 34,2 let.

Je nutné poznamenat, že klasické formy vysílání rozhlasu v rámci České republiky jsou na ústupu, avšak rozhlas v ČR i přesto nadále nabízí desítky stanic, které pokrývají požadované lokality a mají odlišnou programovou strukturu. Každý posluchač má možnost vybrat si svou stanici i vysílání podle svých představ a preferencí.

Na základě vyhodnocených výzkumných otázek a hypotéz byla navržena optimální délka zpravodajské relace komerčního vysílání na 8 minut, která bude zahrnovat témata zahraničních a mezinárodních vztahů, sportu, ekonomiky, politiky, vzdělávání, vědy a školství, justice, bezpečnosti, kriminality a zdravotnictví. Vzhledem k nízkému zájmu ze strany posluchačů nebyly v návrhu zohledněny kulturní, zábavní, společenské a náboženské oblasti. Navrženo také bylo, jak dlouho by včetně znělky jednotlivá témata měla trvat, aby se vešla do stanovených optimálních 8 minut vysílacího času zpravodajské relace.

Problematika rozhlasového zpravodajství je velmi rozsáhlá. Ačkoliv rámec bakalářské práce neumožňoval věnovat se jí více, věřím, že sama o sobě byla přiblížena v celé své komplexnosti. Výsledky práce je možné využít v rámci plánování zpravodajských relací komerčních stanic a také jako kvalitní podklad pro další, rozsáhlejší výzkum a bádání v dané oblasti.

Seznam použité literatury a zdrojů

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

BLUMLER, Jay G. *Television and the public interest: vulnerable values in west European broadcasting*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications in association with the Broadcasting Standards Council, 1992. ISBN 978-08-039-8649-7.

ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radiojournal: rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923–1939*. Praha: Karolinum, 2003. 198 s. ISBN 80-246-0624-0.

FEINTUCK, Mike. *Media regulation, public interest, and the law*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999. ISBN 978-07-486-0997-0.

JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9.

JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada, 2012. 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7.

MARŠÍK, Josef. *Úvod do teorie rozhlasového programu*. Praha: Karolinum, 1995. 106 s. ISBN 80-7184-013-0.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upravené vydání. Praha: Karolinum, 2011. 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 104.

POTŮČEK, Martin. *Strategické vládnutí a Česká republika*. Praha: Grada, 2007. 360 s. ISBN 978-80-247-2126-2.

SVOBODA, Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-6964-6.

Odborné časopisy

Čeština doma a ve světě: Mluvená čeština v médiích. 2008, **16**(1–2).

Internetové zdroje

Co soudí o hudbě na Radiožurnálu Michal Horáček, Alexandr Pícha, Zdeněk Vřešťál, Honza Vedral a další. *Mediář* [online]. 2011 [cit. 2020-12-28]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/co-soudi-o-hudbe-na-radiozurnalu-michal-horacek-alexandr-picha-zdenek-vrestal-honza-vedral-a-dalsi/>

Český rozhlas Radiožurnál [online]. Český rozhlas, 2021 [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <http://www.radiozurnal.rozhlas.cz/>

KRUPÍČKA, Miroslav. *Historie českého rozhlasu: Český rozhlas v datech* [online]. Praha: Český rozhlas, 2020 [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: <https://archiv.radio.cz/cz/static/historie-radia-praha/historie-cro>

MIKULÁŠTÍK, Karel. *Rádia v době digitální? Využijeme dostupné technologie na maximum* [online]. 2019 [cit. 2021-01-26]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/dab-radia-pred-branami-digitalniho-vysilani-prestanme-plytvat-energii/>

O rozhlase [online]. 2021 [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/>

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/>

Rádia: vede Impuls, Radiožurnál druhý, polepšila si Evropa 2 [online]. 2021 [cit. 2021-04-06]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/>

Rádio Evropa 2 [online]. 2021 [cit. 2021-04-10]. Dostupné z: <http://www.evropa2.cz/>

Ostatní zdroje

Analýza rozhlasového zpravodajství ve veřejnoprávní a komerční stanici, 2018.

Seznam tabulek a grafů

Seznam tabulek

Tabulka 1 Deskriptivní analýza pohlaví respondentů.....	29
Tabulka 2 Deskriptivní analýza věku respondentů.....	29
Tabulka 3 Deskriptivní analýza frekvence poslouchání rádia	30
Tabulka 4 Deskriptivní analýza nejčastěji poslouchaných stanic.....	30
Tabulka 5 Deskriptivní analýza vyhledávání nejčastěji poslouchaných témat.....	31
Tabulka 6 Deskriptivní analýza význam domácích a zahraničních aktualit.....	31
Tabulka 7 Deskriptivní analýza délky zpravodajské relace.....	32
Tabulka 8 Deskriptivní analýza tematické bohatosti zpravodajské relace	32
Tabulka 9 Deskriptivní analýza počtu témat hlavní zpravodajské relace.....	33
Tabulka 10 Deskriptivní analýza kvalita versus kvantita	33

Seznam grafů

Graf 1 Podíly na rozhlasovém trhu v České republice v roce 2019	16
---	----

Seznam zkratek

HRHV – Hlavní redakce hudebního vysílání

