

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

Bakalářské kombinované studium

2010 – 2011

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Pavla Pospíšilová, DiS.

Funkčnost a problematika soukromé regionální rozhlasové stanice
Radio Čas Dyje

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Mgr. Milena Grusová

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Combined Studies

2010 – 2011

BACHELOR THESIS

Pavla Pospíšilová, DiS.

Functionality and points at issue of the private regional radio station
Radio Čas Dyje

Prague 2012

The bachelor thesis work supervisor:

Ing. Mgr. Milena Grusová

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Dolních Bojanovicích dne 20. března 2012

Pavla Pospíšilová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí bakalářské práce Ing. Mgr. Mileně Grusové za odborné vedení, pomoc a rady při zpracování této práce. Dále si cením její trpělivosti, kterou se mnou měla a také jsem jí vděčná za to, že se mi při psaní této práce snažila vždy vyjít vstříc.

Anotace:

Tato bakalářská práce představuje, jak funguje soukromá regionální rozhlasová stanice Radio Čas Dyje, která se zaměřuje na oblast Slovácka a snaží se klást důraz na regionálnost. Ne vždy se jí to ovšem daří. Následující text se věnuje profilu této stanice. Poskytuje informace o jejím vzniku, důležitých třech funkčních složkách, kterými jsou program, obchodní oddělení a promotion. Práce se zaměřuje i na současné problémy stanice a nabízí návrhy na jejich řešení, na odstranění nedostatků a celkové zlepšení působení a fungování stanice.

Klíčové pojmy:

Břeclavsko, fungování stanice, Hodonínsko, komunikace, Kyjovsko, masová komunikace, mediální komunikace, média, médium, moderátor, obchodní oddělení, problémy stanice, program, promotion, Radio Čas Dyje, rádio, redakce, regionálnost, reklama, rozhlas, Slovácko, soukromá regionální rozhlasová stanice, vysílání, zpravodajství.

Annotation:

This thesis presents working the private regional radio station Radio Čas Dyje that focuses on Slovácko region and tries to emphasize on that region. However, not always successful. The following text is devoted to the profile of this station. It provides information about its origin, about three major functional elements, namely the program, department and business promotion. This work focuses on current problems of this station, it offers suggestions for their solution and their removing. It also aims to improve its total activity and operation of the station.

Key words:

Břeclav region, operation of the station, Hodonín region, communication, Kyjov region, mass communication, media communication, media presenter, business department, problems of the station, program, promotion, Radio Čas Dyje, radio, redaction, localization, advertising, radio, Slovácko region, private regional radio station, broadcasting, news.

OBSAH

ÚVOD	8
1. MÉDIUM + KOMUNIKACE = MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE	9
1.1 Masová média a masová komunikace	10
1.2 Rozhlas jako prostředek masové komunikace	12
2. ZAČÁTKY ROZHLASU VE SVĚTĚ A U NÁS.....	17
3. SOUKROMÁ REGIONÁLNÍ ROZHLASOVÁ STANICE RADIO ČAS DYJE A JEJÍ FUNGOVÁNÍ.....	20
3.1 Založení rádia	22
3.1.1 Radio Dyje oficiálně vstupuje do velké rodiny moravského Radia Čas.....	24
3.2 Program.....	25
3.2.1 Hudba	28
3.2.2 Mluvené slovo	30
3.3 Obchod – obchodní oddělení	36
3.4 Promotion	39
4. SOUČASNÉ PROBLÉMY VE FUNGOVÁNÍ STANICE RADIO ČAS DYJE, NÁVRHY NA JEJICH ŘEŠENÍ A PLÁNY DO BUDOUCNA	42
4.1 Co Radio Čas Dyje pálí a tipy, jak to napravit	42
4.2 Co chystá Radio Čas Dyje nového	46
ZÁVĚR.....	47
SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY	48
SEZNAM POUŽITÉ ZAHRANIČNÍ LITERATURY	49
SEZNAM PŘÍLOH	50
PŘÍLOHA I	51
PŘÍLOHA II.....	52

ÚVOD

Záměrem této práce je ukázat, jak funguje soukromá regionální rozhlasová stanice Radio Čas Dyje. Ta působí v oblasti Slovácka. Signálem pokrývá Hodonínsko, Kyjovsko, Břeclavsko, Mikulovsko a podstatnou část slovenského Záhoří. Práce se také snaží zhodnotit to, jestli stanice funkci pravého slováckého regionálního rádia, tak jak se posluchačům prezentuje ve svém vysílání, svědomitě plní.

V prvních kapitolách se práce věnuje vymezení základních pojmů, které se zadaným tématem neodmyslitelně souvisí. Definuje, co to vlastně je médium, komunikace, masová komunikace a popisuje funkci rozhlasu jako sdělovacího prostředku. Následně se zajímá o historii rozhlasové vysílání nejen u nás, ale i ve světě, kde to všechno začalo. Plynule přechází v další kapitolu, která se plně soustředí jen na rozhlasovou stanici Radio Čas Dyje. Najdeme zde její profil. V této části práce je popsáno, jak slovácká stanice vznikala a také to, že Radio Čas Dyje není její původní název. Radio Čas Dyje mimo jiné tvoří tři základní složky, které spolu musí navzájem komunikovat a spolupracovat, aby vysílání dobře fungovalo. Jsou jimi program, obchod a promo. Náplň práce těchto složek je velmi důležitá, neboť zajišťují fungování samotného rádia. Věnuje se jim podstatná část práce. Chod rádia se samozřejmě neobejde úplně bez problémů. Jaké nedostatky se odráží na vysílání rádia? I o tom je tato práce, která v poslední kapitole nabízí návrhy na celkové zlepšení a zajímá se i o plány stanice do budoucna.

Téma Funkčnost a problematika soukromé regionální rozhlasové stanice Radio Čas Dyje jsem si zvolila proto, že jsem se o rozhlasovou tvorbu zajímala už na vyšší odborné škole, kde jsem měla i praktickou výuku. K rozhlasu jsem přilnula natolik, že se stal nejen mým koníčkem, ale i zaměstnáním. Navíc jsem v oblasti Slovácka doma, a proto mohu i jako posluchač zhodnotit, zda přívlastek „pohodové slovácké rádio“ je v případě Radia Čas Dyje skutečně správně vystižen.

1. MÉDIUM + KOMUNIKACE = MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

Médium z latiny znamená prostředek nebo prostředí. Médium stojí mezi dvěma či více stranami, lépe řečeno je spojuje a zprostředkovává mezi nimi nějaký děj. Je zde důležité spojení mezi komunikátorem a adresátem. Pomocí média dochází k přenosu informací v různých formách a za různým účelem. Médii jsou většinou velké mediální organizace, které produkují veřejně dostupná, standardizovaná sdělení. Vyrábí je mediální profesionálové a pomocí techniky se šíří k velkému rozptýlenému publiku. (Reifová a kol., 2004)¹

Pojem médium se objevuje například i ve fyzice, chemii, biologii nebo výpočetní technice. V této práci je však výraz médium omezen na oblast mezilidské, sociální komunikace. Ale i zde slovo médium používají uživatelé v různých významech. V některých případech se považuje za technologii, která zajišťuje produkci, přenos a příjem sdělení. Výraz médium mohou také zastupovat lidé, kteří produkují mediální obsahy. Za médium je možné pokládat i kódy, které se používají při komunikaci, tzn. i přirozený jazyk. Médium je prostředím, které umožňuje komunikaci. Zprostředkovává někomu nějaké sdělení. Jde tedy o médium komunikační. (Jiráček, Köpplová, 2007)²

Komunikace je z latinského *communicatio*. Je to odvozeno od *communicare*, což v překladu znamená spojovat. Při komunikaci dochází k produkci a výměně sdělení prostřednictvím znakových systémů. Komunikaci umožňuje systém vzájemně sdílených znaků a kódů. Pět základními prvky komunikace jsou komunikátor, adresát, komunikační kanál – zprostředkující činitel, kterým je právě médium, mediované sdělení a účinek. Komunikace za pomoci médií je interpersonálně nepřímá a působí nepřetržitě. Médium je tedy

¹ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*

² JIRÁK, KÖPPLOVÁ, *Média a společnost*

prostředek mediální neboli masové komunikace. U komunikace mediální, která vychází z oblasti sociální komunikace, se veškeré komunikační aktivity uskutečňují pomocí a prostřednictvím médií. Mediální komunikace se považuje za součást komunikace veřejné. Pojem mediální komunikace v průběhu devadesátých let 20. století nahrazuje termín masová komunikace. (Reifová a kol., 2004)³

1.1 Masová média a masová komunikace

Masová média jsou součástí a iniciátorem svérázné celospolečenské, historickým vývojem podmíněné komunikační aktivity člověka. Představují svébytnou oblast sociální komunikace, v případě této práce masovou komunikaci neboli mediální komunikaci. Nejčastěji se o médiích mluví v souvislosti s tiskem, rozhlasem, televizí a v současné době už i s internetem. Masová média mají společné to, že jsou obsahově univerzální, mají velkou popularitu a jsou veřejné povahy. Jejich charakteristickým rysem je mimo jiné dostupnost mnoha lidem. Dále aktuálnost, produkují obsahy v krátkých časových intervalech (denní tisk) nebo dokonce průběžně (rozhlas, televize, internet), a to s důrazem na to, co je bezprostředně podstatné nebo zajímavé. (Jiráček, Köpplová, 2009)⁴

Masová média mají v moderních společnostech zásadní a stále se rozrůstající význam. Jsou zdrojem moci, mají vliv a dá se říci, že ovládají společnost. Jsou prostředím, kde se odehrává celá řada událostí z oblasti veřejného života. Jsou významným zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní. Známé osobnosti je využívají ke svému zviditelnění a dosažení slávy.

³ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*

⁴ JIRÁK, KÖPPLOVÁ, *Masová média*

Jsou zdrojem uspořádaných a veřejně sdílených významových soustav, které vymezují, co je normální. Média také zprostředkovávají zábavu, určují nejběžnější způsoby trávení volného času a zároveň ho organizují. Z toho vyplývá, že představují největší a stále se rozšiřující průmyslové odvětví, které nabízí mnoho pracovních příležitostí a bohatou škálu potencionálních ekonomických zisků. Pomocí vysvětlení jednotlivých pojmů „masový“ a „komunikace“ můžeme termín „masová komunikace“ definovat asi takto: „masový“ vyjadřuje velký počet, rozsah nebo množství (lidí nebo produktů); „komunikace“ pak označuje předávání a přebírání významů, vysílání nebo přijímání sdělení. Masová média je možné využít jak pro předávání veřejných sdělení rozsáhlému publiku, tak pro individuální, soukromé nebo organizační účely. Mohou se jimi přenášet například velmi osobní oznámení, výzvy, inzeráty nebo další jiná informační či kulturní sdělení. Masová komunikace je dobrovolná a často formovaná kulturou a nároky, které na jedince klade jeho způsob života a sociální prostředí, ve kterém žije. (McQuail, 2007)⁵

Slovník mediální komunikace (2004, s. 100) definuje masovou komunikaci takto: „Masová komunikace – jedna z rovin sociální komunikace, vyznačující se tím, že se veškeré komunikační aktivity (produkce a šíření veřejně dostupných sdělení) dějí v institucionalizované podobě, tedy pomocí a prostřednictvím masových médií, pro jejichž činnost je charakteristické, že institucionálně, organizačně a technologicky vyhovují kritériím procesu komunikace masové. Komunikace masová je definována jako proces přenosu sdělení od komunikátora k adresátovi, přičemž komunikátorem je komplexní organizace zaměstnávající profesionální komunikátory a užívající specializované technologie k výrobě vysoce standardizovaných sdělení určených pro rozsáhlé, nesourodé a disperzní publikum.“⁶

⁵ McQUAIL, *Úvod do teorie masové komunikace*

⁶ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*, s. 100

Publikum, které sdělení přijímá, je velmi početné a rozptýlené. U příjemců se nepředpokládají charakteristické sociální vazby, vnitřní skupinová hierarchie a vzájemná komunikace. Jde o masu. (Reifová a kol., 2004)⁷

Za masová média se pokládají instituce, soubory mediálních organizací. Hlavními činnostmi mediálních institucí je zveřejňování a šíření informací a kultury. Můžeme je rozlišovat podle typu užívané technologie (tisk, film, televize, atd.) a také podle dalších kritérií (například celostátní a lokální tisk nebo vysílání). Kromě toho, že produkují a distribuují informace, můžeme k jejich hlavním rysům přidat to, že operují ve veřejné sféře, odvíjí se od nich formování veřejného mínění a musí tak za svou činnost odpovídat široké veřejnosti podle daných zákonů. Média jsou svobodná, formálně nemají žádnou moc a účast v nich je jak pro podavatele, tak i příjemce dobrovolná. (McQuail, 2007)⁸

1.2 Rozhlas jako prostředek masové komunikace

Mezi masová média tedy patří i rozhlas. Vyvinul se z technologií, které fungovaly před ním – telefon, telegraf, nahrávání zvuku. Dá se říci, že ze začátku spíše hledal využití, než že vznikl díky poptávce po nové službě. Novinkou, kterou toto médium přineslo, byla schopnost přímého sledování, přenášení a zaznamenávání událostí v moment, kdy se skutečně odehrávaly. Mezi další charakteristické rysy rozhlasu jakožto vysílacího média se řadí jeho velký rozsah a dosah, složitá technologie a organizace, veřejný charakter a rozsáhlá regulace. (McQuail, 2007)⁹

⁷ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*

⁸ McQUAIL, *Úvod do teorie masové komunikace*

⁹ tamtéž

Rozhlas je běžným komunikačním prostředkem. Dalo by se říci, že je ze všech prostředků masové komunikace nejdostupnější. Pořízení rozhlasového přijímače už dnes není taková finanční zátěž a jeho obsluha i poslech jsou velmi snadné. Příchod televizního vysílání pozici rozhlasu nijak neohrozil. Je stále operativním informátorem a komentátorem společenských a politických událostí i hlavním zdrojem hudby. Je zaměřený na sluchové smysly. Rozhlasové stanice jsou vnímány jako rozsáhlé komplexy technických zařízení, ale také jako velké organizace pracovníků, kteří představují instituci komunikátora.

Předností rozhlasu je, že vysílaná sdělení dosahují k příjemci téměř okamžitě, umožňuje tak velmi rychlou komunikaci. Posluchačům se sdělení dostávají v jednoduchých, většinou holých větách, tak aby stihli mluvené slovo zaregistrovat. U rozhlasu je text potřeba zachytit napoprvé, protože se k němu adresáti nemohou vrátit jako v případě tisku. Důležitá je zde pozornost a také paměť. Tam, kde posluchač začal poslouchat s výrazným zaměřením, bude pravděpodobně při poslechu pozornější. Ale i tak musí svou pozornost mobilizovat proti rozptylujícím vlivům. Pozornost závisí i na zájmech a cílech posluchače. Věci konkrétní, názorné, jednoduché a emocionálně působivé se v paměti udrží snáze než abstraktní a složité úvahy. Také opakování nebo zařazování zbytečných slov může usnadnit poslech a pomoci příjemci informaci lépe porozumět. Rozhlasové mluvené slovo by mělo být pro všechny srozumitelné. Zároveň využívají lidé rozhlas jako hudební kulisu. Poslouchají ho při každodenních činnostech. Rozhlas také dává prostor pro fantazii oproti televizi, která je audiovizuální. Právě ale prchavost mluveného slova je značnou nevýhodou rozhlasu a často dochází k tomu, že informace, které posluchač v paměti uchoval, jsou neúplné. Když se k tomu ještě přidá již zmíněná představivost, může ve výsledku nastat zkreslování a překrucování informací. Proto se mají sdělení opakovat, pokud možno v nových souvislostech. Opakování musí mít samozřejmě také své meze, aby pozornost posluchačů později neupadala. Vedle opakování je nutné užívání krátkých vět, vyhýbat se složitým souvětím a pracovat s proměnlivou slovní zásobou. „A ještě jedno je důležité – *teasing* (udržet napětí, pozornost); protože rozhlasové

stanice žijí z reklamy, a tím tedy z počtu posluchačů (poslechovosti), je zapotřebí udržet publikum u rádia. Redakční příspěvky se umisťují tak, aby posluchač nepřeladil, i když je zařazen reklamní blok. Ten, kdo poslouchá rozhlasovou stanici, musí mít pocit, že to nejdůležitější přijde po reklamě.“ (Ruß-Mohl, 2005, s. 141)¹⁰

Nejvýraznějšími vlastnostmi rozhlasu jsou rychlost a pohotovost, s nimiž je schopen šířit svá sdělení. V tomto nemůže rozhlasu žádný z prostředků masové komunikace konkurovat. Rozhlas zabezpečuje stálý přísun čerstvých aktuálních informací. Je tak mnohem operativnější než ostatní prostředky. Poslech rozhlasu může být soustředěný nebo nesoustředěný. Druhý jmenovaný je u rozhlasu velmi běžný. Nesoustředěnost způsobuje, že se rozhlasový program, zvláště hudba, stává pouhou zvukovou kulisou pro nějakou běžnou činnost člověka, na kterou především je upřena posluchačova pozornost. Poslouchá se soustavně nebo nesoustavně. Poslech rozhlasu je obyčejně rozptýlen do celého dne většiny posluchačů, což je rozdíl oproti televizi, která se sleduje zpravidla večer. Rozhlas se poslouchá častěji individuálně na rozdíl od televize, ke které se váže především skupinové sledování.

Existují komerční a veřejnoprávní rozhlasové stanice. V prvním případě je rozhlas tohoto charakteru především zdrojem zábavy v podobě velkého množství hudby, pořadů, magazínů, soutěží apod. Komerční rádio vychází vstříc zálibám a potřebám nenáročného publika. U komerčních stanic hraje významnou roli reklama. Veřejnoprávní vysílání poskytuje náročnější kulturu a programy více zaměřené na rozvoj posluchačů. Klade mnohem větší důraz na zpravodajství a jeho hlavním úkolem je informovat.

Rozhlas je jak zdrojem hudby, tak informací. Ale především je zdrojem pohotovým. S jeho pomocí je možné navázat okamžitě kontakt s událostmi, udržovat ho dál tak, jak se události vyvíjejí. Nabízí tak příjemci fiktivní účast na důležitých událostech dne. Rozhlas může také usnadňovat společenský styk,

¹⁰ RUß-MOHL, *Žurnalistika – komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*, s. 141

a to tak, že posluchačům poskytuje společnou zkušenost, získají tím náměty k hovoru. Volba rozhlasové stanice se řídí podle trvalejších zájmů člověka i podle jeho momentálních nálad.

Obsah rozhlasového vysílání tedy tvoří, jak už bylo výše uvedeno, hudba. Dá se říci, že rozhlas je nejvhodnějším prostředkem jejího přenosu. Hudba není omezena v poslechu jazykovou bariérou. „V ČR se už v počátcích komerčního rozhlasového vysílání začaly stanice profilovat podle typu vysílané hudby, přičemž se většina stanic specializuje na jediný nebo výrazně převládající typ. Klasifikace hudby je v ČR spíše americká – tedy s mnoha různými typy a žánry – než evropská.“ (Musil, 2010, s. 87)¹¹ Co se týká informací, jsou obsahem vysílání různé rozhlasové programy a pořady.

Důležitou součástí vysílání je také zpravodajství. Jedná se o tzv. nabízení informací (zpráv) o rozmanitých událostech, které by mohly být pro příjemce užitečné nebo třeba jen zajímavé. Zprávy jsou považovány za významný atribut médií. Někdy dokonce za jednu ze společenských „funkcí“ komunikace. Zprávy pomáhají lidem orientovat se ve světě. Často se považují za relativně věrohodnou informaci o světě, lidech a společnosti. A tato věrohodnost se opírá o představu, že média jsou skutečně schopná nabídnout to, co je důležité, významné, pro příjemce relevantní. (Trampota, 2006)¹²

Konkrétní obsah rozhlasových pořadů je neobyčejně mnohotvárný. Díky tomu je také heterogenost jejich posluchačů patrně mezi všemi prostředky masové komunikace největší. Rozhlas může vyhovět odlišným potřebám a zájmům jednotlivých skupin posluchačů více než televize. Lidé se mohou s rozhlasovým vysíláním buďto bavit lehčími žánry nebo mohou vyhledávat vážnější pořady. Celkový charakter vysílaného obsahu je určený politickým i kulturním kontextem dané společnosti.

¹¹ MUSIL, *Sociální a mediální komunikace*, s. 87

¹² TRAMPOTA, *Zpravodajství*

Rozhlas plní určité sociální funkce. Přichází za člověkem a zprostředkovává mu kontakt se světem. Je to prostředek, který dokáže člověka vytrhnout ze samoty, spojit s druhými lidmi a začlenit ho tak do společnosti. Přispívá k jeho uvolnění a rozptýlení. Rozhlas je pro mnohé lidi společníkem. Pomáhá překonat pocity sociální izolace. Rozhlasové vysílání proniká do soukromí člověka. Ohraničuje jeho den a udává rytmus v jeho celodenní činnosti. Ranní vysílání posluchače psychologicky připravuje na průběh dne, má člověka nastartovat. To večerní má zase funkci uklidňující, jeho úkolem je naopak navodit v člověku pohodu. Mluvené slovo vyvolává pocit těsného kontaktu s mluvčími. Tím, že oslovuje posluchače v jeho soukromí, vytváří pocit intimity. Rozhlas se vyznačuje také rozmanitostí obsahu a širokou možností volby. Posluchač si může vybrat program, který odpovídá jeho vnitřnímu rozpoložení a pomocí toho tento stav udržovat. Nebo si naopak může zvolit program, který jeho náladu změní. Posluchači se liší ve svých zájmech o různé druhy obsahu, ale i svými posluchačskými návyky. Někteří volí často stanice a pořady podle svých zájmů. Mnozí naopak mají přijímač naladěný stále na jednu rozhlasovou stanici.

Na závěr této kapitoly si krátce shrneme, co vlastně pojem rozhlas označuje. Definici rozhlasu uvádí Slovník mediální komunikace (2004, s. 217) takto: „Rozhlas – prostředek pro systematické šíření slovesných a hudebních programů všeho druhu za pomoci elektromagnetických vln bezdrátově nebo pomocí drátů, a to pro neomezené množství rozptýlených posluchačů, kteří – vybaveni příslušnými přijímacími přístroji – tento program simultánně přijímají, ať už individuálně nebo ve skupinách.“¹³

¹³ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*, s. 217

2. ZAČÁTKY ROZHLASU VE SVĚTĚ A U NÁS

„Rozhlas jako technický vynález navazoval na vývoj bezdrátových spojovacích prostředků jako telegraf a telefon. Jedním z nejdůležitějších technických předpokladů pro vznik rozhlasu bylo objevení elektromagnetických vln (Heinrich Hertz, r. 1888). Devět let poté se Italovi Guglielmu Marconimu podařilo pomocí těchto vln bezdrátově přenést Morseovy značky na vzdálenost několika mil (r. 1897). Obdobné pokusy konal ve stejné době v carském Rusku A. S. Popov. První nekódovaný přenos (tj. přenos hlasů a hudby) se podařil o Vánocích r. 1906 Američanům Reginaldu A. Fessendovi a Lee D. Forrestovi, kteří vysílali vážnou hudbu a mluvené slovo. Roku 1916 přišel americký telegrafista David Sarnoff s ideou používat rozhlas jako jakousi domácí hudební skříňku, tedy nejen jako nástroj transoceánské telegrafie.“ (Reifová a kol., 2004, s. 217)¹⁴

„První pravidelné rozhlasové vysílání bylo zahájeno 2. listopadu 1920 v americkém Pittsburghu stanicí KDKA (vyhlášení prezidentských voleb). Jednalo se tedy již o rádio bezdrátové; ještě předtím bylo však provozováno v roce 1893 komerční rádio po telefonu v Budapešti, které mělo roku 1900 dokonce několik tisíc abonentů a šest a půl hodin vysílacího času denně. Příklad prvního komerčního využití je znám z roku 1922, kdy prodala stanice WEFW vysílací čas na desetiminutové rozhovory jedné realitní společnosti na Long Islandu, která si díky tomu zvedla obrát. V Československu došlo k prvním pokusům přenosu hudby a slova s pomocí vojenského vysílače na Petříně v roce 1919.“ (Verner, 2010, s. 113)¹⁵ „V Československé republice se s pravidelným rozhlasovým vysíláním pro veřejnost začalo 18. května 1923 ve 20:15 ve Kbelích a 7. června téhož roku vznikla společnost Radiojournal.“ (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 56)¹⁶ Po Velké Británii to bylo druhé

¹⁴ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*, s. 217

¹⁵ VERNER, *Zpravodajství a publicistika*, s. 113

¹⁶ KONČELÍK, VEČEŘA, ORSÁG, *Dějiny českých médií 20. století*, s. 56

pravidelné vysílání v Evropě. Od 20. června 1923 dostávali posluchači každý den informace o povětrnostních podmínkách a v září pak začal vycházet programový časopis Radio-Journal. (Verner, 2010)¹⁷ „Důležitým momentem, který ztraktivnil rozhlasové vysílání, byl simultánní rozhlas. Svou činnost zahájil v prosinci 1926. Umožňoval přenos programu z jedné stanice do jiných prostřednictvím meziměstského telefonního spojení. Od nynějška mohla každá stanice vstupovat do celostátního vysílání. V srpnu 1936 bylo v chod uvedeno krátkovlnné vysílání pro Čecha a Slováky v zahraničí.“ (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 57)¹⁸

„Rozvoj privátních vysílacích médií byl zahájen zakládáním soukromých rozhlasových stanic. První česká nezávislá soukromá stanice, Radio Stalin, začala vysílat bez úředních povolení z bunkru pod Stalinovým pomníkem v Praze na Letné v říjnu 1990. Licence pro rozhlasové vysílání začal stát udělovat v roce 1991.“ (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 261)¹⁹

Dříve se rozhlasu, stejně jako v současnosti, říkalo rádio. S výrazem rozhlas přišel v roce 1924 redaktor deníku *Národní listy* J. D. Richard (Durdil). Ten v článku Rozhlas navrhl používat tento pojem místo termínů rádio, bezdrátový telegraf, bezdrátový telefon a broadcasting. Podle jeho slov si totiž funkce stanice, která hudbu i zprávy rozhlásí opravdu všem, zaslouží název rozhlas. (Reifová a kol., 2004)²⁰

„Rozhlas byl prvním elektronickým médiem masové komunikace. Objevil se na počátku 20. let 20. století. Zatímco 20. léta představovala éru živelného rozvoje rozhlasu spojenou s experimentováním, ve 30. letech se rozhlas stal masovou záležitostí. Tehdy také začal vážně konkurovat tištěným

¹⁷ VERNER, *Zpravodajství a publicistika*

¹⁸ KONČELÍK, VEČEŘA, ORSÁG, *Dějiny českých médií 20. století*, s. 57

¹⁹ KONČELÍK, VEČEŘA, ORSÁG, *Dějiny českých médií 20. století*, s. 261

²⁰ REIFOVÁ a kol., *Slovník mediální komunikace*

médiím. Přinášel informace, ale i zábavu širokým vrstvám.“ (Končelík, Večeřa, Orság, 2010, s. 56)²¹

Jen pro srovnání zde uvádím informace o evidovaných rozhlasových přijímačích a cenách měsíčního rozhlasového poplatku ve 20. století, kdy začal rozhlas fungovat. Zatímco v roce 1928 bylo v Československu napočítáno 217 349 rozhlasových přijímačů a lidé při průměrné měsíční mzdě 710 korun zaplatili rozhlasový poplatek ve výši 10 korun za měsíc, tak v roce 1993 bylo na území ČR zaznamenáno celkem 2 697 103 rozhlasových koncesionářů, kteří při měsíční průměrné výplatě 5 904 korun dali za rozhlasový poplatek 20 korun na měsíc. (Končelík, Večeřa, Orság, 2010)²²

²¹ KONČELÍK, VEČEŘA, ORSÁG, *Dějiny českých médií 20. století*, s. 56

²² KONČELÍK, VEČEŘA, ORSÁG, *Dějiny českých médií 20. století*

3. SOUKROMÁ REGIONÁLNÍ ROZHLASOVÁ STANICE RADIO ČAS DYJE A JEJÍ FUNGOVÁNÍ

Soukromá regionální rozhlasová stanice Radio Čas Dyje se pyšní přívlastkem pravé slovácké rádio. Signálem totiž pokrývá slováckou oblast, konkrétně Hodonínsko (94,1 FM), Břeclavsko (93,2 FM) a Kyjovsko (91,8 FM). Její vysílání dosahuje i na Mikulovsko a podstatnou část slovenského Záhoří.

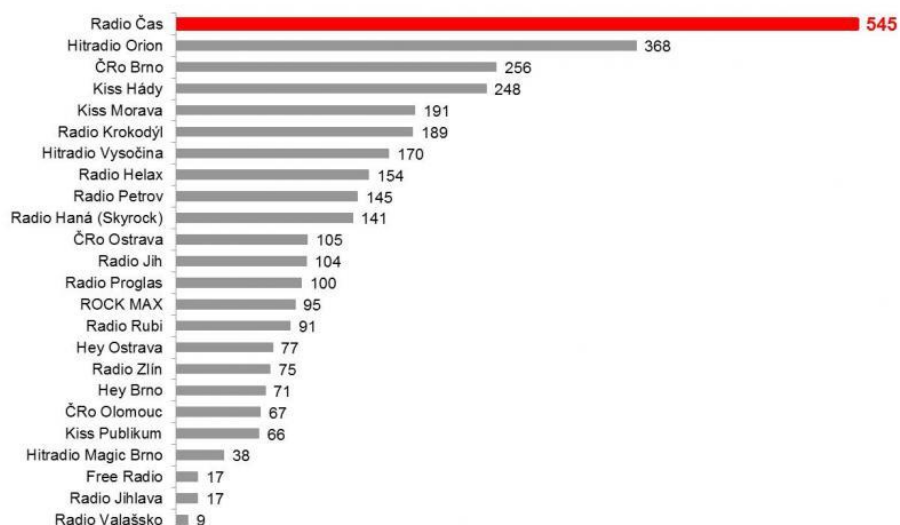
Obr. 1: Mapa pokrytí signálem stanice Radio Čas Dyje



Zdroj: <http://www.radiodyje.info/showpage.php?name=signal> [cit. 2. února 2012]

Rádio Čas Dyje vysílá z budovy bývalých kasáren v Hodoníně, kde si pronajímá prostory ve 3. patře. Slovácká stanice je ale pobočkou moravskoslezského Radia Čas, které je v současné době nejposlouchanějším rádiem na Moravě. Týdně si ho naladí přes půl milionu posluchačů. A k tomu přispívá i slovácké Radio Čas Dyje.

Obr. 2: Poslechovost Radia Čas a Radia Čas Dyje (vysílací okruh), období 1.4. až 30.9. 2011, pondělí až neděle, cílová skupina 12 – 79 let, 15 tisíc respondentů



Zdroj: SKMO Radio Projekt, STEM/MARK-MEDIAN

Rozhlasová stanice Radio Čas Dyje se zaměřuje na cílovou skupinu posluchačů ve věku 35 let a více, ale snaží se samozřejmě stále oslovovat i nižší věkové kategorie, ať už aktuálními hudebními hity, zajímavými tématy nebo svými pořady.

Obr. 3: Logo stanice Radio Čas Dyje



Zdroj: Radio Čas Dyje

Cílem regionální rozhlasové stanice je především šířit pohodu. Tomuto záměru je tedy uzpůsobené i logo rádia.

Radio Čas Dyje má své místo i na internetu. Ať už on-line vysílání, fotogalerie nebo informace o zajímavých akcích se nachází na webu www.casradio.cz, kde je záložka Slovácko. V dnešní době nechybí profil stanice ani na sociální síti Facebook.

Kmotrem Radia Čas Dyje, které těší posluchače svým vysíláním už od roku 2006, je lidový zpěvák Jožka Černý. Generálním ředitelem stanice je RNDr. Radim Pařízek. Slovácké pobočce Radia Čas šéfuje RNDr. Vojtěch Kotásek. Na chodu rádia se dále podílejí výkonný a programový ředitel, hudební dramaturg, moderátoři, redaktoři, promotér, obchodní oddělení a velmi důležitou funkci zastává také technická opora. Pro správné fungování Radia Čas Dyje je ale ze všeho nejdůležitější vzájemná spolupráce a provázanost třech hlavních složek rádia. Jsou jimi program, obchod a promo.

3.1 Založení rádia

Historie Radia Dyje se začala psát teprve nedávno – koncem roku 2005, kdy s nápadem založit pravou slováckou regionální stanicí přišli Radim Pařízek spolu s Vojtěchem Kotáskem. Přihlásili se do výběrového řízení na obsazení frekvence 91,4 FM pro Hodonínsko za společnost Radiospol s.r.o., které vypsal Rada pro televizní a rozhlasové vysílání. Jejich cílem bylo vytvořit rádio, které by vycházelo ze sepětí obyvatel s folklorními tradicemi slováckého regionu. Tady se přímo nabízela spolupráce s moravským zpěvákem lidových písní Jožkou Černým, který byl tímto formátem nadšený, a tak se stal tváří Radia Dyje. Formát měl chytout za srdce ty posluchače, kteří mají vztah ke Slovácku, ke zdejším písničkám, zvykům a lidovým tradicím. Byl zkrátka zaměřen na regionalitu. A možná právě to se zalíbilo většině členů Rady pro

rozhlasové a televizní vysílání. Z celkem dvanácti uchazečů o tuto frekvenci nakonec projekt pohodového slováckého rádia konkurz vyhrál.

Licence, a tedy oficiální stvrzení rozhlasového vysílání pro Hodonín a okolí na frekvenci 91,4 FM, byla Radou pro rozhlasové a televizní vysílání nové slovácké stanici přidělena v dubnu 2006, a to na dobu osm let. Do půl roku se pak rozběhlo vysílání, konkrétněji koncem září 2006. Nejdříve šlo o zkušební provoz. Úplné moderované vysílání pak začalo asi o týden později.

Koncem roku 2006 byl Radiu Dyje přidělen nový kmitočet 93,2 FM pro Břeclavsko a okolí. Úvodní vysílání bylo na této frekvenci zahájeno 2. dubna 2007 v podvečerních hodinách a vysílání se zvukovým obalem se pak datuje od 11. dubna téhož roku.

V pondělí 28. ledna roku 2008 se pak dokonalejšího poslechu Radia Dyje dočkali i obyvatelé Kyjovska. Po týdenním zkušebním provozu začala slovácká stanice vysílat svůj program na nové frekvenci 91,8 FM přímo z Kyjova. Stalo se tak po spoustě žádostí o kvalitnější vysílací signál ze strany občanů Kyjova, kteří si přáli zlepšení příjmu regionálního programu Radia Dyje, který do té doby postrádali.

Radio Dyje svůj program staví hlavně na problematice regionu, která je spjatá se zemědělstvím, vínem a lidovými tradicemi, ale zároveň přináší i pohodovou poslechovou hudbu. Spolupracuje s důležitými osobnostmi i organizacemi regionu, stejně jako s jednotlivými obcemi a jejich představiteli. Ve vysílání dostávají prostor i nejaktuálnější regionální události a dění v oblasti kultury, umění, ale i sportu, zábavy a dobré pohody. Zakladatelé rádia chtějí jeho provozováním přispět ke zkulturnění prostředí regionu. I když jejich prvotním cílem bylo oslovit spíše střední a starší generaci, formát rádia působí na místní publikum bez rozdílu věku.

A jak vlastně vznikl název Radio Dyje? Nynější ředitel rádia Vojtěch Kotásek prý dlouho uvažoval nad tím, jak se bude slovácké rádio jmenovat. První pojmenování, které přicházelo v úvahu, bylo rádio Morava nebo jižní Morava. To už ale bohužel existovalo, takže z toho nakonec sešlo. Pak se

nabízel název Slovácko. Ale i tady se objevil problém. V regionu už totiž vycházel tisk Slovácko a vysílala také televize Slovácko, takže ani toto pojmenování se neprosadilo. Pak přišel zpěvák Jožka Černý s nápadem pojmenovat nové rádio podle řeky Dyje. Ta sice protéká Břeclavskem, ale je takovým spojujícím prvkem mezi breclavským a hodonínským okresem, protože se vlévá do Moravy. A tak se název Radio Dyje ujal.

3.1.1 Radio Dyje oficiálně vstupuje do velké rodiny moravského Radia Čas

Název Radio Dyje žil v povědomí obyvatel Slovácka pět let. Koncem června roku 2011 došlo k zásadnímu kroku „v životě“ Radia Dyje. Při velkolepé akci Karneval v ulicích, kterou pořádalo rádio ve spolupráci s městem Břeclav v areálu pod Břeclavským zámkem, došlo k oficiálnímu spojení Radia Dyje s Radiem Čas. Tenkrát se akce zúčastnil i zástupce za Radio Čas z Ostravy. Na pódiu před zraky posluchačů si na znamení spojitosti navzájem předali mikrofony moderátor Radia Dyje a redaktorka Radia Čas a vše se nakonec stvrdilo fontánou sektu. Tento krok ale vedl k několika změnám, i přesto, že slovácká stanice byla odjakživa součástí Radia Čas. V první řadě se změnil název z Radio Dyje na Radio Čas Dyje. Pak přišlo na řadu nové logo, propagační materiály, jingly, anonce apod. Nejpodstatnější ale bylo, aby si na nový název a na mírně pozměněnou tvář pravého slováckého rádia zvykli lidé, jeho posluchači. Ještě dnes s tímto mají někteří problém.

3.2 Program

Program Radia Čas Dyje se dá jednoduše v jedné větě charakterizovat asi takto. Jde především o hudební vysílání, jehož součástí je zpravodajský a informační servis doplněný zábavnými prvky a zajímavostmi s akcentem na regionálnost. V programové skladbě Radia Čas Dyje jde tedy o proud jednotlivých programových prvků, jako jsou hudba, mluvené slovo, stručné zpravodajství, servisní informace, zajímavost, zábava, apod. Je zde kladen důraz hlavně na regionálnost a lidovost. Programové schéma se liší ve všední dny a o víkendu. V pracovní dny je moderátor s lidmi od 5:00, o víkendu se pak mohou posluchači s moderátorem probouzet až od 6:00. Ráno je vysílání energičtější, svižnější a vstupy jsou mnohem častější. Naopak večer je Radio Čas Dyje klidným pohodovým společníkem. Jednotlivé programové bloky se dělí časově do částí dne následovně:

VŠEDNÍ DEN

RÁNO

- 5:10** KLUCI, HOLKY
- 5:15** POČASÍ
- 5:20** ZAJÍMAVOST
- 5:30** AKTUÁLNĚ DNES
- 5:40** KALENDÁRIUM
- 5:50** HVĚZDNÁ POSELSTVÍ MG
- 6:10** PŘEHLED TISKU
- 6:15** ČÍSLO DNE
- 6:20** ZAJÍMAVOST
- 6:30** ZPRÁVY o ½

DOPOLEDNE

- 9:00-10:00** PÍSNÍČKY Z PRÁCE DO PRÁCE
- 10:15** NA TITULNÍ STRANĚ
- 10:45** PNP

ODPOLEDNE

- 11:15** KLUCI, HOLKY
- 11:45** PNP
- 12:15** BABINEC
- 12:45** PNP
- 13:15** NA TITULNÍ STRANĚ
- 13:45** PNP
- 14:15** ZAJÍMAVOST / POVINNÁ RUBRIKA /

6:40 ANKETA
6:45 jednou větou počasí + U NÁS NA SLOVÁCKU
6:45 POČASÍ LIVE
7:10 KALENDÁRIUM
7:15 POČASÍ LIVE (+ teplotní rekordy)
7:20 KILO ZA SEKUNDU (hudební soutěž)
7:30 ZPRÁVY o ½
7:35 KLUCI, HOLKY
7:40 AKTUÁLNÍ POČASÍ NA MORAVĚ
7:45 U NÁS NA SLOVÁCKU
8:10 HVĚZDNÁ POSELSTVÍ MG
8:15 POČASÍ LIVE
8:20 ZAJÍMAVOST
8:30 ČÍSLO DNE + AKTUÁLNĚ DNES
8:45 U NÁS NA SLOVÁCKU, poté PNP

SOBOTA

RÁNO

5:55 UVÍTACÍ VSTUP (datum, čas, ohlásit zprávy)
6:15 POČASÍ
6:20 ZAJÍMAVOST
6:30 POČASÍ KRÁTCE ŽIVĚ (ohlásit zprávy)
6:40 KALENDÁRIUM
6:45 POČASÍ

SOUTĚŽ

14:45 PNP
15:15 ZAJÍMAVOST / POVINNÁ RUBRIKA / SOUTĚŽ
15:45 PNP
16:15 REGION. ZAJÍMAVOST
16:45 PNP
17:15 ANKETA

PODVEČER

18:15 KLUCI, HOLKY (ÚT – ČERNÁ HODINKA, ČT – VINAŘSKÝ MAGAZÍN)
19:00-20:00 VEČER SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ (TEL., SMS)

VEČER

20:00-21:00 VEČER SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ (DOPISY, MAILY)
21:15 ZAJÍMAVOST
21:00-22:00 ČAS TOP 10 (čtvrtek, repríza)
22:00-24:00 PÍSNIČKY Z LÁSKY

DOPOLEDNE

9:15 BABINEC
10:15 CHALUPÁŘI, nebo ZAJÍMAVOST
11:15 ZAJÍMAVOST ZE SLOVÁCKA

ODPOLEDNE

12:00-13:00 PUTOVÁNÍ PO MORAVĚ
13:15 KALENDÁRIUM, nebo PROSTOR PRO KOMERČNÍ ROZHOVOR

6:50 BABINEC
7:10 PŘEHLED TISKU
7:15 POČASÍ
7:20 ZAJÍMAVOST ZE SLOVÁCKA
7:30 POČASÍ (ohlásit zprávy)
7:40 BABINEC
7:45 POČASÍ
7:50 REGIONÁLNÍ ZAJÍMAVOST
8:10 HVĚZDNÁ POSELSTVÍ MG, vyhlídka na víkend
8:15 ČÍSLO DNE + POČASÍ
8:20 KALENDÁRIUM, stručně jen svátek + nějaké významné výročí
8:30 POČASÍ (ohlásit zprávy)
8:40 KLUCI, HOLKY, ohlásit PNP + POČASÍ
8:45 PNP

NEDĚLE

RÁNO

5:55 UVÍTACÍ VSTUP (datum, čas, ohlásit zprávy)
6:15 POČASÍ
6:20 KLUCI, HOLKY
6:30 promo, co bude dál + POČASÍ
6:40 KALENDÁRIUM
6:45 POČASÍ
7:10 ZAJÍMAVOST
7:15 POČASÍ
7:20 ZAJÍMAVOST ZE SLOVÁCKA

14:15 HVĚZDNÁ POSELSTVÍ MG, vyhlídka na víkend

15:15 CHALUPÁŘI, nebo ZAJÍMAVOST

16:15 ZAJÍMAVOST

17:15 ZAJÍMAVOST

PODVEČER

18:15 ZAJÍMAVOST

18:00-19:00 ČERNÁ HODINKA (REPRÍZA)

19:00-20:00 VEČER SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ (TEL., SMS)

VEČER

20:00-21:00 VEČER SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ (DOPISY,MAILY)

21:00-24:00 SOBOTNÍ MEJDAN RČ

DOPOLEDNE

9:15 BABINEC

10:15 CHALUPÁŘI, nebo ZAJÍMAVOST

11:15 ZAJÍMAVOST ZE SLOVÁCKA

ODPOLEDNE

12:00-13:00 VINAŘSKÝ MAGAZÍN

13:15 KALENDÁRIUM

14:15 HVĚZDNÁ POSELSTVÍ MG, vyhlídka na nový týden

15:15 CHALUPÁŘI, nebo ZAJÍMAVOST

7:30 promo, co bude dál + POČASÍ	16:15 ZAJÍMAVOST
7:40 BABINEC	17:15 ZAJÍMAVOST
7:45 POČASÍ	PODVEČER
7:50 KLUCI, HOLKY	18:00-19:00 ČAS TOP 10 (premiéra)
8:10 HVĚZDNÁ POSELSTVÍ MG, vyhlídka na nový týden	19:00-20:00 VEČER SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ (TEL., SMS)
8:15 ČÍSLO DNE + POČASÍ	VEČER
8:20 KALENDÁRIUM, stručně jen svátek + nějaké významné výročí	20:00-21:00 VEČER SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ (DOPISY,MAILY)
8:30 promo, co bude dál + POČASÍ	21:15 ZAJÍMAVOST
8:40 anonce at' volají o PNP + POČASÍ	22:00-24:00 PÍSNÍČKY Z LÁSKY
8:45 PNP	

3.2.1 Hudba

Radio Čas Dyje je především hudební rádio. Písničky na každý den jsou přesně dané. Výběr hudby do playlistu zajišťuje hudební dramaturg. Tím je Dalibor Dědek. Hudební profil Radia Čas Dyje je tvořený směsicí hudebních žánrů. Může posluchačům nabídnout pop, folk, folkrock, rock nebo country. Hraje se jak česká, tak zahraniční hudební tvorba. Možnosti jsou opravdu pestré, posluchači si na vlnách Radia Čas Dyje mohou vychutnat jak klasiku, tak nejnovější hity. Stanice nezapomíná ani na děti a ve své hudební knihovně má i písničky z pohádek. V nabídce se objevují také filmové nebo muzikálové melodie. Před každou hodinou se udělají tzv. hooky. To znamená, že se pustí ukázky písniček z následující hodiny jako ochutnávka, lákadlo.

Radio Čas Dyje je regionální slovácké rádio, proto se snaží lidem nabídnout hudbu, která je přímo od tvůrců z regionu. Ve vysílání tak zní hudba místních hudebních skupin nebo zpěváků. Velmi důležitým prvkem hudební

složky Radia Čas Dyje je samozřejmě cimbálová muzika. V tom je stanice výjimečná na rozdíl od ostatních regionálních rádií. Cimbálku mohou slyšet posluchači dvakrát až třikrát do hodiny. Každý si zkrátka v hudební nabídce slováckého rádia najde to své.

Posluchači si mohou o písničky na přání psát nebo volat, a to v dopoledním vysílání od 9:00 do 10:00, kdy jsou na programu Písničky z práce do práce. Poté ve večerním bloku ve všední dny od 19:00 do 21:00 a o víkendu od 19:00 do 20:00, kdy se posluchači pravidelně setkávají na Radiu Čas Dyje s Večerem splněných přání. A poslední možnost, kdy si mohou nechat lidé zahrát podle svého gusta, je vždy každou hodinu ve tři čtvrtě. I přesto, že jde o písničky na přání, stále platí, že stejný interpret může ve vysílání zaznít až po dvou hodinách a stejná píseň opětovně až za šest hodin.

Na Radiu Čas Dyje se také hraje hlavně česky a slovensky. Stanice má vymezenou konkrétní dobu, kdy se v éteru smí pouštět pouze české a slovenské písničky. Typicky česko-slovenský je každá pátek a hodina českých a slovenských písniček je denně od 11:00 do 12:00.

Na Radiu Čas Dyje jsou ve vysílání také uvedené určité tematické hudební bloky, jako Sobotní mejdan s Radiem Čas, který posluchačům nabízí tři hodiny nejznámějších hitů (21:00 až 24:00). A zastoupena je i romantika, které patří dvě hodiny ve všední dny a v neděli vždy od 22:00 do 24:00.

Radio Čas Dyje má také rubriky a pořady, kde má hlavní slovo hudba. Jedná se například o soutěž Kilo za sekundu, kdy se ve vysílání pustí opravdu jen sekundový úsek z nějaké skladby a volající, aby dostal finanční odměnu, musí uhodnout přesný název písničky, ze které je ukázka. Ani na slováckém rádiu nesmí chybět hitparáda. Na Radiu Čas Dyje je to konkrétně Hitparáda Čas Top 10. Do tohoto pořadu mohou posílat svou tvorbu také místní tvůrci. Takže i zde je snaha být regionální.

3.2.2 Mluvené slovo

Mluvené slovo se na Radiu Čas Dyje objevuje více ráno a dopoledne, kdy jsou vstupy moderátorů častější. Odpoledne a večery jsou pak, co se týká mluveného slova, volnější. Mluvené slovo se ve vysílání objevuje v několika podobách. A to právě jako moderátorské vstupy, rubriky, pořady, zpravodajství a informační servis (počasí, doprava, pozvánky).

Moderátor má vstup většinou pětkrát do hodiny. Hodina na Radiu Čas Dyje začíná vždy už pár minut před celou. Moderátor nabídne ochutnávku hudby na další hodinu, připojí počasí, stručně nastíní, co přinese dalších 60 minut a uvede to, co následuje. Většinou to jsou aktuální zprávy. Asi sedm minut po celé následuje krátký tzv. lákací vstup. Tady je důležité místo, kdy má moderátor posluchače zaujmout natolik, aby dál vysílali právě s Radiem Čas Dyje. Vždy ve čtvrt je hlavní vstup celé hodiny. O čem zde moderátor mluví, je uvedeno v media plánu. Je to buď nějaká rubrika (anketa, Babinec, Na titulní straně, apod.) nebo zvolí nějakou volnou zajímavost, ať už kulturní, sportovní pozvánku či aktuální novinku ze Slovácka. Po čtvrté se moderátor přihlásí krátce před půl, kdy nás naláká na další půlhodinu a uvede, co je právě teď připraveno. A poslední vstup než začne hodina nová je ve tři čtvrtě, kdy je na řadě písničkové přání. Kolečko začíná opět pár minut před celou.

V jednotlivých vstupech moderátor zrekapituluje, jaká písnička právě dohrála, zmíní datum, aktuální čas, či jméno je dnes v kalendáři, popřípadě připomene své jméno. Řekne to, co je pro vstup dané a v závěru vstupu informuje posluchače o tom, co nás dále čeká.

Na Radiu Čas Dyje se v průběhu všedního dne vystřídá pětice moderátorů. Ti mají vysílací čas rozdělený většinou po čtyřech hodinách, a to sice od 5:00 do 9:00, od 9:00 do 13:00, od 13:00 do 17:00, od 17:00 do 21:00 a od 21:00 do 24:00. Práci moderátorů na Radiu Čas Dyje kontroluje vedoucí vysílání a také programový ředitel.

Radio Čas Dyje nasadilo do svého vysílání také zajímavou novinku. Od počátku roku 2012 se každý den hovoří na nějaké, pokud možno aktuální téma. Tzn., že během dne se ve vysílání objeví několik zhruba pětadvacetisekundových zvuků, ať už povolání osoby, odborníka na danou oblast, nebo redaktora, které uvede moderátor. Ten má k trackům napsanou ohlášku, popř. odhlášku. A pokud to je aspoň trošku možné, všechny rubriky, pořady atd. jsou stejně tematicky zaměřeny. Zadávání témat a dohled nad splněním má manažer regionálního obsahu, což je tedy nově zavedená pozice. Důležité je, aby hlasy lidí, které zazní v tématu dne, byly z regionu Slovácka. Cílem je právě totiž posilování regionálnosti. Jako příklad můžeme uvést téma – syndrom vyhoření. Ohledně této problematiky se natočí tři otázky se stručnými odpověďmi psychologa. Témata ale nejsou vždy jen vážná. S příchodem jara se Radio Čas Dyje věnovalo například chalupaření a chataření. Redaktor zkontaktoval hobby centra nebo soukromé prodejce zahrádkářských a zahradnických pomůcek a potřeb v regionu s otázkou, co se na jaře kupuje nejvíce. Na druhé straně se natočil i vstup s policisty o tom, zda je vykrádání chat a chalup v současné době stále aktuální problém. Měla by zde být snaha, podívat se na problematiku z více pohledů.

Rubriky

Radio Čas Dyje chystá na každý den pro své posluchače různé rubriky různé délky. Většinou je však stopáž jednotlivých rubrik do dvou minut, ať už jde o předtočený track redaktorem nebo o živý vstup moderátora. Rubriky mají své znělky a v některých případech i podkresy. Následuje jejich přehled a stručný popis:

- *Kluci, holky* – forma ankety, kdy se moderátor ptá dětí ve školce na různé otázky; v rádiu rubrice říkají také „naši malí mudrlanti“ nebo kluci, holky z naší školky“; př. Co je to nákupní horečka?

- *Kalendárium* – rubrika, která je součástí moderátorova vstupu; připomíná posluchačům významná výročí pro daný den, narozeniny známých osobností, apod.
- *Hvězdná poselství Milana Gelnara* – tzv. horoskopy; přezdívaný „dvorní astrolog Radia Čas Dyje“ Milan Gelnar prozrazuje v této rubrice posluchačům, co je čeká a nemine
- *Číslo dne* – rubrika, která je opět součástí moderátorova vstupu; pro každý den je stanovené určité číslo, ke kterému se vždy vztahuje nějaká zajímavost; př. 900 – Ze sedmi zemí střední a jihovýchodní Evropy má Česká republika nejvíce maloobchodních ploch na jeden tisíc obyvatel a to 231 metrů čtverečních. Nákupních ploch tak máme více než Polsko, Slovensko, Belgie či Německo. Co se týká zastavěné plochy pak nákupní řetězce u nás zabírají plochu větší než 900 fotbalových hřišť!
- *Anketa* – klasická otázka moderátora a odpověď posluchačů; př. Jakou nejdelší dobu jste na jeden zátah strávili v nákupním centru?
- *U nás na Slovácku* – rubrika, která přináší zajímavosti a novinky z měst a obcí Břeclavska, Hodonínska a Kyjovska
- *Na titulní straně* – tato rubrika je věnovaná celebritám a jejich skandálům; je pojata odlehčenou formou
- *Babinec* – rubrika, která dává rady a tipy především ženám; př. nákupy oblečení s mužem
- *Chalupáři* – víkendová rubrika, která je ve vysílání nasazená od začátku jara do konce „chalupářské sezony“, obvykle do konce srpna nebo září; dává rady a tipy chalupářům, zahrádkářům, kutilům apod.

- *Vikend na Moravě úplně zadarmo* – páteční rubrika, ve které zvou redaktoři na akce po celé jižní Moravě, které jsou pro návštěvníky zdarma

Pořady

Vysílání Radia Čas Dyje není zahlceno pořady. Ty jsou většinou rozloženy do pěti dvouminutových bloků, které jsou rovnoměrně vloženy mezi hodinový úsek s písničkami. Pořady mají většinou úvodní znělky a moderátoři některých případech hovoří do podnesu. Na regionální stanici běží celkem čtyři pořady a jsou rozvrženy do celého týdne takto:

- *Černá hodinka* – ÚT – premiéra, SO – repríza; pořad nejen o zajímavých lidech slováckého regionu; hosty jsou místní tvůrci (muzikanti, spisovatelé, výtvarníci apod.), ale někdy jde i o jiné známé osobnosti, které na Slovácko zavítají (populární zpěváci, herci)
- *Vinařský magazín* – ČT – premiéra, NE – repríza; pořad zasvěcený vínu a všemu okolo; povídání s místními vinaři, popř. představení nových vinařství; součástí pořadu jsou také rady a tipy pro vinaře od odborníků, pozvánky na vinařské akce a informace o zajímavých událostech spojených s vínem
- *Putování po Moravě* – SO – premiéra; pozvánky určené celým rodinám na zajímavé akce, ať už kulturního, sportovního nebo jiného charakteru, které se konají po celé Moravě
- *Hitparáda Čas TOP 10* – NE – premiéra, ČT – repríza; hudební pořad, ve kterém každý týden soutěží deset písniček od známých i neznámých interpretů; každý týden přibude novinka; posluchači hlasují pro svého favorita na webových stránkách rádia; pořad dává šanci prezentace začínajícím moravským interpretům a nově vzniklým místním kapelám

Redakce

Redaktoři tvoří příspěvky do vysílání. Jednak mají na starosti zpravodajství a pak také přehledy různých kulturních, sportovních a společenských akcí, televizní tipy, počasí, informace o aktuálním dění apod. Oficiálně tedy na Radiu Čas Dyje působí jen jeden redaktor. Se zprávami a některými příspěvky vypomáhají redaktoři z ostatních poboček Radia Čas. Náplní jeho práce je komunikace s mluvčími a zastupiteli měst a obcí v regionu, aktivní příprava regionálních zpravodajských témat, vlastní invence k řešení nejrůznějších regionálních problémů a také monitorování dopravní situace v regionu. Práci redaktorů na Radiu Čas a Radiu Čas Dyje hlídá šéfredaktor.

Tab. 1: Zpravodajství Radia Čas Dyje – všední den

čas	track	čas	track
0:00	POČASÍ	10:30	SPORT
1:00	POČASÍ	11:00	NABÍDKA PRÁCE
2:00	POČASÍ	11:30	TIPY 1
3:00	POČASÍ	12:30	SPORT
4:00	ZPRÁVY	13:00	ZPRÁVY
4:15	POČASÍ	13:30	POČASÍ
4:30	AKTUÁLNĚ DNES	13:30	TIPY 1
4:45	POČASÍ	14:00	ZPRÁVY
5:00	ZPRÁVY	14:30	POČASÍ
5:15	POČASÍ	15:00	ZPRÁVY
5:30	AKTUÁLNĚ DNES	15:30	POČASÍ
5:45	POČASÍ	15:30	TIPY 2
6:00	ZPRÁVY	16:00	ZPRÁVY
6:15	POČASÍ	16:30	POČASÍ
6:30	ZPRÁVY	17:00	ZPRÁVY
6:45	POČASÍ	17:30	POČASÍ
7:00	ZPRÁVY	17:30	TIPY 2
7:15	POČASÍ	18:00	ZPRÁVY
7:30	ZPRÁVY	18:30	NABÍDKA PRÁCE
7:45	POČASÍ	18:30	POČASÍ
8:00	ZPRÁVY	19:00	TELEVIZNÍ TIPY
8:30	AKTUÁLNĚ DNES	20:00	POČASÍ
9:00	ZPRÁVY	21:00	POČASÍ
9:30	POČASÍ	22:00	POČASÍ
10:00	ZPRÁVY	23:00	POČASÍ
10:30	POČASÍ		

Zdroj: Radio Čas Dyje

Tab. 2: Zpravodajství Radia Čas Dyje - sobota

čas	track	čas	track
0:00	POČASÍ	9:15	POČASÍ
1:00	POČASÍ	9:15	TIPY 2
2:00	POČASÍ	9:30	ZPRÁVY
3:00	POČASÍ	9:45	POČASÍ
4:00	POČASÍ	10:00	ZPRÁVY SOUHRN
5:00	POČASÍ	10:30	SPORT 1
6:00	ZPRÁVY	11:00	TIPY 2
6:15	POČASÍ	12:00	TIPY 2
6:15	TIPY 1	12:30	SPORT 2
6:30	AKTUÁLNĚ DNES	13:00	TIPY 3
6:45	POČASÍ	14:00	TIPY 3
6:45	SPORT 1	14:00	POČASÍ
7:00	ZPRÁVY	14:30	SPORT 2
7:15	POČASÍ	15:00	TIPY 3
7:15	TIPY 1	15:00	POČASÍ
7:30	ZPRÁVY	16:00	TIPY 4
7:45	POČASÍ	16:00	POČASÍ
7:45	SPORT 1	17:00	TIPY 4
8:00	ZPRÁVY	17:00	POČASÍ
8:15	POČASÍ	18:00	TIPY 4
8:15	TIPY 1	19:00	TELEVIZNÍ TIPY
8:30	ZPRÁVY	20:00	POČASÍ
8:45	POČASÍ	21:00	POČASÍ
8:45	SPORT 1	22:00	POČASÍ
9:00	ZPRÁVY	23:00	POČASÍ

Zdroj: Radio Čas Dyje

V těchto třech tabulkách je zpravodajské schéma, podle kterého točí redaktoři příspěvky do vysílání. Regionální redaktor slováckého Radia Čas Dyje připravuje počasí, které by mělo posluchače informovat o tom, jak bude na Slovácku. Dále chystá sportovní pozvánky, které se v zimním období prezentují jako sněhové zpravodajství. Jeho starostí jsou i tipy, kam na Slovácku, ve kterých se uvádí pozvánky především na kulturní akce. Redaktoři Radia Čas chystají z centrály v Ostravě to, co se bude dít aktuálně dnes a televizní tipy. Tyto příspěvky by neměly být delší než jednu minutu. Formou spolupráce se připravují zprávy. Regionální redaktor natočí denně dvacet místních zpráv. Centrální redaktoři obstarávají celostátní zprávy a informace ze světa. Poté se v Ostravě celé zprávy zkompletují a jsou zařazeny do vysílání. Z Břeclavska, Hodonínska a Kyjovska mohou lidé slyšet většinou tři zprávy, další tři z ostatních částí naší republiky nebo ze zahraničí a na konec

zpravodajského bloku se někdy řadí zajímavá sportovní zpráva. Tracky jsou dlouhé maximálně dvacet sekund a mohou být i se zvukem. V tom případě mají delší stopáž, asi do třiceti sekund. Hlas povolané osoby je pro ucho posluchače vždy zpestřením a jen podtrhuje důvěryhodnost informace. Jednotlivé zprávy se během dne opakují. Jedinou nabídku práce obstarává moderátor. Téměř všechny tracky se točí předem.

Tab. 3: Zpravodajství Radia Čas Dyje - neděle

čas	track	čas	track
0:00	POČASÍ	10:00	TIPY 2
1:00	POČASÍ	10:00	POČASÍ
2:00	POČASÍ	11:00	TIPY 2
3:00	POČASÍ	11:30	SPORT 1
4:00	POČASÍ	12:00	TIPY 2
5:00	POČASÍ	13:00	TIPY 3
6:00	POČASÍ	14:00	TIPY 3
6:30	TIPY 1	15:00	TIPY 3
6:45	POČASÍ	15:00	POČASÍ
6:45	SPORT 1	16:00	TIPY 4
7:00	POČASÍ	16:00	POČASÍ
7:30	TIPY 1	17:00	TIPY 4
7:45	POČASÍ	17:00	POČASÍ
8:00	POČASÍ	18:00	TIPY 4
8:15	POČASÍ	18:00	POČASÍ
8:30	TIPY 1	19:00	TELEVIZNÍ TIPY
8:45	POČASÍ	20:00	POČASÍ
8:45	SPORT 1	21:00	POČASÍ
9:00	TIPY 1	22:00	POČASÍ
9:00	POČASÍ	23:00	POČASÍ
9:30	SPORT 1		

Zdroj: Radio Čas Dyje

3.3 Obchod – obchodní oddělení

Obchodní oddělení je nejdůležitější složka rádia, protože bez obchodních zástupců by rádio nemohlo existovat. Nebylo by výdělečné.

Jediným finančním tokem pro rádio Čas Dyje je obchodní tým, který shání za reklamu peníze a pak z toho celé rádio žije.

Obchodní práce spočívá v tom, že si obchodník vyhledá firmu, zadá si ji do systému. Pokud ji systém schválí, domluví si schůzku s osobou, která má rozhodovací právo o penězích té firmy. Jeden obchodník může mít maximálně 100 firem, aby je stihl obhospodařovat. Na Radiu Čas Dyje funguje „trojschůzkový“ systém. Na prvním obchodním jednání musí provést důkladnou diagnostiku společnosti. Zjistit, co firma potřebuje, jaké jsou její cíle a ambice. Na základě toho vytvoří klientovi prezentaci reklamní kampaně. Tu mu předvede na schůzce druhé, kde se také dělají různé korekce. Zjišťuje se, jestli se klientovi návrh líbí nebo ne. Zkrátka ta kampaň se mu „šije přímo na míru“. Třetí schůzka slouží k tomu, že už se podepisuje smlouva, vymýšlí se spot apod. První schůzka je důležitá proto, aby obchodník zjistil, jestli vůbec má pro klienta smysl inzerovat v rádiu nebo ne. Pokud pro něho není rádiová reklama vhodná, může od něj rádio získat aspoň reference u jiných firem.

Radio Čas Dyje je soukromé rádio. Reklama je tedy jediným finančním příjmem rádia. Proto je velmi důležitá poslechovost. Ta pomáhá prodávat reklamní čas. Je přitom nutné mít na paměti, že rádio se skládá ze tří složek – program, obchod a promo a všichni musí být spokojeni. Čím větší má Radio Čas Dyje poslechovost díky kvalitnímu vysílání, tím je reklama na slovácké stanici pro klienta zajímavější. Poslechovost je v podstatě pro rádio taková reklama. Firmy potřebují také získávat zákazníky. Jde o pomyslný kolotoč. Kvůli ekonomické krizi se klienti bojí investovat. Ale pro obchodní tým Radia Čas Dyje je to naopak výzva více se snažit a využít toho.

Obchodní tým Radia Čas Dyje přistupuje ke každému klientovi individuálně. V tom je síla jeho úspěšnosti. Nenabízí nic univerzálního. Má jiný způsob obchodování. Přistupujeme k zákazníkovi tak, že se chce o té firmě něco dozvědět, co by si firma představovala. Reklama by měla korespondovat s klientovými webovými stránkami, pokud je má. Jestli má logo, tak ho přenést do zvukové podoby. Cílová skupina Radia Čas Dyje je 35+ a reklamy se musí vztahovat k cílové skupině.

Radio Čas Dyje nabízí krátké a dlouhé spoty. Krátké jsou pětisekundové. Jde většinou o image firmy. Vymyslí se slogan, který potom firmu ve vysílání reprezentuje. Pouští se stále dokola, asi dvacet krát za den, a po třech dnech by se měl lidem vrýt do paměti. Delší spot je buď informační, nebo prodejní. Jeho stopáž je dvacet až třicet sekund. Dalším druhem reklamy na rádiu, a to velmi exkluzivním, je sponzoring. Na Radiu Čas Dyje existuje sponzoring času, pořadu nebo počasí. Dalším způsobem propagace firmy je komerční rozhovor. Nenásilnou formou se tady dělá reklama produktu nebo službě, kterou chce firma prodat.

Výroba spotu probíhá tak, že se zadají do systému požadavky na spot, které jsou dohodnuté s klientem. Ten si může dokonce vybrat hlas z databáze na svou reklamu nebo si může spot namluvit sám. Technik spot do dvou dnů vyrobí. Klient finální spot odsouhlasí a umístí se do vysílání. Základní cena dvacetisekundového spotu je pět set korun. Novému klientovi ale většinou obchodní zástupce Radia Čas Dyje nabídne akční balíčky, př. akce 2 + 2 (dva týdny jsou placené a dva týdny jsou zdarma a k tomu může klient využít ještě sezonní slevu. Ta je stanovená pro každý měsíc jinak. Ve finále může klient za spot zaplatit jen 150 korun.

Reklamní bloky jsou ve vysílací hodině celkem tři, a to pár minut o celé, ve čtvrt a ve tři čtvrtě. Množství spotů není omezeno počtem, ale stopáží. Reklamní blok může mít dohromady dvě až tři minuty.

Mezi základními pravidly úspěšné reklamní kampaně, je dáno to, že musí ve vysílání u jednoho klienta zaznít minimálně pět spotů denně se stopáží 20 sekund, aby reklama zafungovala. Reklamní kampaň musí být naplánovaná tak, aby byli sami obchodní zástupci přesvědčeni, že zafunguje a klienti se vrátí. A většina zákazníků se skutečně vrací. Pokud klient zjistí, že je pro něj rádiová reklama na Radiu Čas Dyje výhodná, objedná si ji opět. Tak se stává věrným zákazníkem, který získá slevy. Uzavírají se i celoroční spolupráce s klientem, který například každý měsíc zaplatí paušál pět tisíc, ale reklama se mu rozloží do celého roku podle jeho potřeby.

Radio Čas Dyje má tři stálé obchodní zástupce a jednoho vedoucí obchodu, který také shání reklamu. Když nový obchodník nastupuje, musí absolvovat školení obchodního ředitele. Jedná se o intenzivní dvou až třídenní školení od rána do večera, kde se naučí také správnému obchodnímu chování. Dozví se, jak má vystopovat, mluvit apod. Obchodníci na Radiu Čas Dyje pracují na mandátní smlouvu, mají živnostenský list. Jsou odměňováni na základě provizního systému. Ten se skládá ze tří složek. Tou jednou je paušál dle jeho ročního plánu. Čím více peněz si naplánuje, že do rádia přinese, tím větší bude také jeho paušál. Druhou složkou jeho příjmu jsou provize z obratu a třetí bonusy za uzavřené smlouvy. Malá finanční odměna je i za vymýšlení spotů. Zato všechno samozřejmě musí odvádět viditelnou práci. Jeho povinností je mít denně minimálně tři schůzky tzn. asi šedesát za měsíc. Musí si v elektronickém systému vést zápisky k firmám. To vše kontroluje jeho nadřízený, vedoucí obchodu.

3.4 Promotion

Radio Čas Dyje se ve své propagaci zaměřuje na to, aby bylo nejen slyšet, ale i vidět. To je hlavní úkol promotion. Je to důležité proto, aby si posluchači rádio zapamatovali. Soukromé rádio potřebuje na svůj chod mnoho finančních prostředků a musí si je také umět vydělat. Cílem složky promo na rádiu Dyje je tedy to, aby ho posluchači znali (tzn. slyšeli a viděli) a aby se zmínili o rádiu v průzkumu poslechovosti. Od toho se pak odvíjí volba inzerce, reklamy na Radiu Čas Dyje a jejich cena. Promo se tedy dělá proto, aby se Radio Čas Dyje dostalo do povědomí lidí, udrželo si své věrné posluchače a zároveň získalo i posluchače nové.

Radio Čas Dyje se prezentuje za prvé v tištěné podobě. Vylepují se různé plakáty na billboardy, ať už k akcím, soutěžím nebo jen image plakáty

pro to, aby se udrželo v povědomí posluchačů logo, slogan apod. Radio Čas Dyje vkládá reklamu i do tištěných médií. Velmi oblíbené jsou reklamní poutače, tzv. „áčka“. Jsou totiž velmi působivé, levné a bezúdržbové. Dalším způsobem propagace jsou plachty vyvěšené na dobře situovaných a viditelných místech nebo budovách.

Dalším typem prezentace na veřejnosti jsou různé promo akce rádia. Jako příklad je možné uvést vítání jara. Poslové jara na první jarní den rozdávají kolemjdoucím zdarma žluté tulipány a přejí jim s úsměvem krásné jaro. Další akcí, kterou Radio Čas Dyje pořádá, je například snídaně pro posluchače. Hlídka rozdává lidem na rušných místech Slovácka snídaně v podobě koblihy a k tomu přidá i noviny. Potěší tak lidi při cestě do práce. Mají žlutá trička, jsou dobře vidět. Při promo akcích se Radio Čas Dyje hodně zaměřuje na děti. Pořádá akci na Den dětí, konec školního roku a začátek prázdnin nebo naopak na konec prázdnin, na Mikuláše. Pro děti jsou vždy připravené nějaké aktivity jako hry, soutěže nebo diskotéka a dostávají i odměny, kterými jsou různé propagační materiály rádia. Tyto akce se konají buď každý rok, nebo dvakrát za rok. Další velkou akcí je například Fašank s Radiem Čas Dyje, kdy se moderátoři rádia účastní zabíjačky, dělají se živé telefonické vstupy přímo z místa do vysílání s moderátorem ve studiu. Velmi úspěšnou akcí je Karneval v ulicích. Jde o celodenní akci, která má své velké pódium a někdy i hvězdné hosty. Posluchači přijdou v maskách, především tedy děti a soutěží se o nejlepší masku. Na pódiu vystupují regionální hudební nebo taneční skupiny a jiní místní umělci. Akce vyvrcholí velkolepým průvodem ulicemi města. Za zmínku jistě stojí i Megakoncert, který pořádá Radio Čas spolu s Radiem Čas Dyje v několika větších moravských městech a na kterém se objevují umělci ze současné hudební scény. Tyto akce jsou samozřejmě organizačně a někdy i finančně dosti náročné, ale přinesou zasloužené ovoce v podobě nových posluchačů.

Mediální spolupráce, to je opět způsob propagace rádia, kde ale figuruje Radio Čas Dyje pasivněji. Jde o jednorázové akce. Těmi jsou například různé dětské dny, které nepořádá přímo rádio. Na místě dění visí třeba jen plachta, je

tam umístěná nafukovací brána anebo je tam přistavné auto s polepem Radia Čas Dyje. Pořadatel může naše logo uvést na pozvánkách nebo jiných letácích. Za propagaci rádia je mu poskytnut vysílací čas. Pozvánka na jeho akci je odvysílána v kulturním přehledu. Může také jít o dlouhodobější spolupráce. Na základě smlouvy je Radio Čas Dyje partnerem například hodonínských a břeclovských hokejistů. Takto podporuje Radio Čas Dyje také fotbalový klub 1. FC Slovácko nebo propaguje akce, které se konají v hodonínském Přístavišti U Jezu. Je zde zkrátka dohodnutá spolupráce na delší dobu. Tyto firmy mají ve svých prostorách vyvěšenou plachtu a Radio Čas Dyje jim za to opět poskytuje vysílací čas. O hokejových týmech se zařazují informace do sportu a do kulturního servisu se pak dají pozvánky na akce konané v přístavišti.

Co se týká propagace rádia nebo vůbec jakéhokoli produktu, vždy je důležité logo, nadpis nebo slogan. Logo musí být veselé, pozitivní, dobře zapamatovatelné, proto také jasné, stručné a výstižné. Radio Čas Dyje tohle opravdu splňuje, protože v logu má usmívající se sluníčko. A žlutá je povzbuzující barva. Radio Čas Dyje má tak velmi kamarádké logo a to je základ úspěchu v získávání posluchačů.

4. SOUČASNÉ PROBLÉMY VE FUNGOVÁNÍ STANICE RADIO ČAS DYJE, NÁVRHY NA JEJICH ŘEŠENÍ A PLÁNY DO BUDOUCNA

Každá soukromá společnost, která se snaží v dnešní době rozumně stabilně fungovat anebo nejlépe vzkvétat, se neobejde bez problémů v jakékoli své oblasti. Problémy ale jsou od toho, aby se řešily. Proto je v poslední kapitole této práce u zmíněných nedostatků navrženo případné řešení, které by mohlo pomoci stávající nevyhovující situaci vyřešit nebo alespoň vylepšit. Záměrně se nevěnuji každé funkční složce (program, obchod, promotion) zvlášť, protože stejné problémy prostupují všemi třemi. Nedostatky, které jsou v následujícím textu uvedeny, vzešly z mého osobního pozorování.

4.1 Co Radio Čas Dyje pálí a tipy, jak to napravit

Zásadním problémem, který v podstatě ohrožuje chod rádia, je zastaralá **technika**. Mixážní pulty už jsou opravdu ve velmi špatném stavu. Obměny se dočkal jeden ve střížně u redaktora, ale ten vysílací, který používají moderátoři, chátrá a je doslova nepoužitelný. Jeho součástky z něj doslova odpadávají. Nová výpočetní technika by také přišla vhod. Počítač, na kterém se denně nahrávají a stíhají příspěvky do vysílání, by taky potřeboval vyměnit. Místo dvou obrazovek vedle sebe by se mohl také obstarat jeden širokoúhlý monitor. Jistě by tyto kroky zkvalitnily rozhlasovou práci a celkově by zpříjemnily prostředí. Také telefon, na který volají posluchači například o písničku na přání, vytváří nekvalitní, velmi slabé spojení. Posluchači tak moderátora skoro neslyší a stále si stěžují. Když už je řeč o technice, musím vzpomenout i na služební auto Radia Čas Dyje. Jde o starou Škodu Felicii. Je sice v barvách

rádia i s logem, ale polepy se odtrhávají. Na to, že má rádio, které je pohodové, slovácké a plné lidových prvků, ale zároveň chce být také moderní tzv. jít s dobou, reprezentovat na různých akcích a projíždí celým Slováckem, mělo by určitě přivést k dokonalosti i technické záležitosti. U techniky ještě zůstaneme. Handicapem jistě je, že v rádiu nesídlí technik, který by měl být ihned k dispozici, když nastane technický problém. K poruchám techniky navíc dochází i při přepojování vysílání do Ostravy a zpět, ke kterému se bohužel muselo vedení uchýlit kvůli nedostatku moderátorů na slováckém okruhu Radia Čas. O tom ovšem bude ještě řeč níže.

Bohužel Radio Čas je opravdu velký kolos. Radio Čas Dyje je jen jeho drobná součástka, na kterou se občas zapomíná. Proto zde vážně veškerá **komunikace**. Každý z pracovníků rádia má svou práci někde jinde, takže je jasné, že běžné organizační věci se budou řešit buďto elektronickou poštou nebo telefonicky. Někdy se ale zapomíná i na to. Pokud se pracovníkům Radia Čas Dyje například nedostanou do rukou nějaké důležité instrukce, pak nastávají komplikace ve vysílání. Chybí zde i osobní kontakt. Někteří pracovníci Radia Čas Dyje se například ještě se svým nadřízeným nikdy osobně nepotkali. Jistě by to vyřešily pravidelné porady jednotlivých složek.

Dalším kamenem úrazu je **regionálnost**. Na tu od svého začátku Radio Čas Dyje sází. Po spojení s Radiem Čas ji ale spíše ztrácí. Došlo také k úbytku moderátorů a náhlá situace se vyřešila přepojováním v určité vysílací doby do Ostravy. To se sebou pochopitelně přináší technické problémy, ale také nedostatky, co se týká mluveného projevu. Lidé na Slovácku slyšitelnou změnu okamžitě zaznamenali a spouště posluchačů se tak slovácké Radio Čas Dyje vzdaluje. Souvisí to i se zpravodajstvím, které nezačíná jako dříve nejaktuálnějšími informacemi z Břeclavska, Hodonínska a Kyjovska, ale třeba tím, co se stalo na Stodolní, kdo se tam porval. A odráží se to i v rubrikách, kde hovoří lidé z Ostravska (př. ankety). Tady je citelně regionalista na ústupu, bohužel. To je asi v současnosti ten největší nedostatek. A napravit se to může jedině tak, že se seženou noví lidé. Vždyť na Hodonínsku je stále největší nezaměstnanost v Jihomoravském kraji. Ale je potřeba se snažit někoho hledat.

K vytrácení regionality přispívá jistě i nové mobilní číslo pro sms zprávy, které je stejné jak do Ostravy, tak na Slovácko. V sms bráně tak dochází ke splnutí všech vzkazů a přání, a ty se pak ke svým adresátům nedostanou. Takže se například může stát, že moderátor v Ostravě zahraje písničku na přání třeba pro paní Ladu z Hodonína. Určitě by se zde opět mělo zavést jiné číslo pro Radio Čas Dyje, aby každá stanice uspokojila opravdu své posluchače.

Hudební složka na Radiu Čas Dyje představuje také určitý problém. Stále se hrají stejné písničky dokola. Radio Čas Dyje to odůvodňuje tím, že posluchači je ale chtějí slyšet. Ale dle mého názoru je tady rádio také od toho, aby jim nabídlo něco jiného, nového, aby to zkrátka ani v té hudbě nebyl stereotyp. Radio Čas Dyje je slovácké rádio, a tak na jeho vlnách mohou posluchači slyšet cimbálovou hudbu, to je v pořádku. Ale i lidové písničky u cimbálu jsou stále jedny a ty samé. Možná je to i proto, že hudbu vybírá hudební dramaturg, který v této oblasti nežije a lidové hudbě a vůbec celé slovácké kultuře nerozumí.

Hrubým nedostatkem je to, že na Radiu Čas Dyje chybí v současné době **vedoucí vysílání**, který by na vysílání dohlížel a hlídal by obsah odvysílaného. Na dálku tak musí všechno kontrolovat a řídit programový ředitel. Pozice vedoucí vysílání by se určitě měla opět zavést, aby dohlížela například na průběh různých akcí a soutěží ve vysílání.

S tím je spojený další problém. Radio Čas Dyje má zkrátka **nedostatek kvalifikovaných odborníků** a pracovníků vůbec. V éteru zaznívá skoro po celý všední den z moderátorského křesla jen mužský hlas, a to celkem dvanáct, někdy i více hodin. Ještě ve snesitelné míře to zachraňují ženy z redakce, ale i tak. Posluchačům pak jednotlivé mužské hlasy splývají do jednoho. Tady se také nabízí myšlenka zavést pozici nějakého školitele, který by dohlížel na to, co zní v éteru a zároveň by byl rádcem pro moderátory a redaktory, jak se správně vyjadřovat, co říkat a neříkat. Nedostatek lidí také zapříčinil to, že je vysílání v některých časových úsecích přepojeno do Ostravy. Toto se týká ranního a nočního vysílání ve všední dny a o víkendech se vysílá z Ostravy odpoledne.

Dle mého názoru vysílání na jedné straně kazí i fakt, že veškeré pořady nebo redakční práce jsou předtáčené. Vysílání pak ztrácí na **autenticitě**, ale alespoň se na straně druhé neobjevují chyby v řeči, teda alespoň by neměly.

Protože Radio Čas Dyje spolupracuje na různých akcích s městy na Slovácku. Občas se vyhýbá prezentaci některých skandálních zpráv z radnic a úřadů. Potom se stává, že není tak úplně objektivní. Takže i **politika** představuje pro Radio Čas Dyje určitý problém.

Fungování složky **promotion** postupně upadá. Problém je v tom, že jeden promotér má na starosti na propagaci a pořádání akcí celou jižní Moravu. Zbývá tedy méně pozornosti regionální rozhlasové stanici Radio Čas Dyje, což je škoda. Slovácké rádio se totiž dříve účastnilo mnohem více akcí než v současnosti. Ne jeden člověk, ba naopak celý tým promotérů by byl potřeba, aby se dostatečně mohl postarat o to, že by bylo Radio Čas Dyje vidět co nejvíce.

Radio Čas Dyje má pouze jeden pořad, a to Černou hodinku, kam si zve hosty ze Slovácka nebo interprety, kteří zní v písničkách na rádiu. Dle mého názoru bych určitě zařadila aspoň ještě nějaký pořad či rubriku, kde by se vedly krátké **rozhovory** se známými nebo zajímavými a úspěšnými osobnostmi. Rubrika Na titulní straně je pouhé kopírování informací z bulvárních plátek.

Po spojení s Radiem Čas přešla nedávno pobočka Dyje i na nové webové stránky. Na těch se už ale vůbec stanice neprezentuje jako Radio Čas **Dyje**, ale jako Radio Čas, pobočka Slovácko. Vytrácí se tak původní název podle řeky tekoucí břeclavským okresem – Dyje a podle mého mínění to není dobře. Posluchači měli co dělat, aby si zapamatovali novinku, kdy se do názvu jejich pravého slováckého rádia vloudilo slůvko Čas a teď ještě bez Dyje? Nevím, jestli toto je ta správná cesta.

Určitý problém představuje i **redakce**. V té působí pouze jeden redaktor, tzn., že zjišťování informací do zpravodajství v terénu je téměř nemožné. Určitě by bylo pohodlnější a pro zkvalitnění zpravodajského bloku lepší, kdyby na Radiu Čas Dyje existoval nějaký terénní zpravodaj, který by

zjišťoval podrobnosti přímo v místě, kde by se něco dělo a pracovníkovi do redakce by tak přinášel aktuální informace.

Cílová skupina, na kterou se Radio Čas Dyje zaměřuje, je 35 +. Tedy je tady spíše pro tu starší generaci. Podivuhodné ale je, že moderátoři ve vysílání vybízí posluchače, aby se připojili na facebook Radia Čas Dyje a napsali svůj názor k tématu dne. Myslím, že spousta seniorů ani neví, co to facebook je. Takže určitě bych doporučila vybídnout lidi, že mohou i zavolat. I když vlastně ten telefon moc dobře nefunguje. A jsme zase na začátku. Je to začarovaný kruh.

4.2 Co chystá Radio Čas Dyje nového

Radio Čas Dyje chystá v nejbližší době posílení pokrytí signálem oblast Veselska, kde žádá o přidělení kmitočtu. Soukromá regionální rozhlasová stanice chce také usilovat o další kvalitnější pokrytí, chce hledat další volné kmitočty. Zkvalitnění pokrytí signálu se plánuje i kolem Pálavy, konkrétně na Mikulovsku. Co se týká obsahu, současný program je daný licenci, tím je rádio vázané a nepřísluší mu příliš programové schéma měnit. Možná je inovace některých pořadů, ale ty jsou už zaběhnuté, posluchači jsou na ně zvyklí. Takže ty zatím vyhovují a jejich podob zůstává při starém. Možná je inovace pořadu Černá hodinka. Zde by se mohlo v budoucnu posílit posluchačské spektrum díky hostům, kteří by nebyli zaměřeni jen hudebně. Mezi pozvanými by se mohli častěji objevovat třeba sportovci, malíři nebo spisovatelé působící na Slovácku.

ZÁVĚR

Pokud bych to měla na závěr shrnout, tak soukromá regionální rozhlasová stanice byla dostatečně představena se svými klady i zápory. Myslím, že podrobně jsou popsány nejdůležitější věci, týkající se existence a chodu rádia. Pokud bych se měla vrátit k tomu, co představuje pro stanice největší problém, tak jsou to bezesporu peníze. Od toho se totiž všechno odvíjí. Kdyby byly finance nazbyt, mohli by se přijmout kvalitní pracovníci a koupit lepší technika. Tím pádem by došlo i ke zkvalitnění obsahu rádia. Vysílání by bylo zase více regionální. To by samozřejmě přilákalo zpět ztracené posluchače a popřípadě by se zalíbilo novým. A s vysokou poslechovostí by se lépe prodávala reklama a obchodní zástupci by do rádia přinesly více peněz a s tím by se dalo opět disponovat dále. A všichni by byli spokojení. Rozhodující otázkou samozřejmě je, jaký je záměr majitele radia. Toto byl jen můj subjektivní pohled na věc. Je to opravdu takový kolotoč. Něco jako horská dráha. Jednou je Radio Čas Dyje nahoře, podruhé zase dole. Doufejme, že těch světlých míst nahoře bude víc. Myslím, že spoustu věcí ještě je, které jsem nevpomněla nebo které jsem prostě nepostřehla. Ale některé problémy asi mají být skryty a utajeny. Od toho je diplomová práce, aby těmto neodhaleným věcem přišla na kloub.

SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY

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

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha : Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P. *Dějiny českých médií 20. století*. 1. vyd. Praha : Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8.

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

REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha : Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. 2. vyd. Praha : UJAK, 2010. ISBN 978-80-86723-88-4.

SEZNAM POUŽITÉ ZAHRANIČNÍ LITERATURY

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

RUSS-MOHL, S. *Žurnalistika*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0158-8.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Desatero stanice Radio Čas Dyje.....	I
Příloha B – Desatero redakce Radio Čas Dyje.....	II

PŘÍLOHA I

Radio Čas Dyje mi hraje tu nejlepší muziku. Každá písnička má v hudební nabídce své místo. Žádná není špatná. Poslech rádia je pro mě muziko-terapií a vždycky mi zlepši náladu. I když se v nabídce objeví smutnější písnička ze života, vím, že ji hned vystřídá optimistická.

Moderátor Radia Čas Dyje má vždy dobrou náladu a je můj dobrý kamarád, důvěřuji mu. Mám pocit, že se dobře známe. V domácnosti, kde rádio posloucháme je oblíbeným členem rodiny. Někde je jediným společníkem, přítelem k nezaplacení.

Moderátor Radia Čas Dyje mi rozumí a umí naslouchat. Předává mi energii a pokaždé mě dokáže něčím překvapit. Nikdy se neopakuje a mluví srozumitelně a jednoduše o věcech, které se mě týkají a zajímají mě. (Sám moderátor těmto věcem rozumí.) Je zábavný a pohotový, ale nedělá si legraci za každou cenu, stojí při mě. Zná dobře posluchače, pro které vysílá (cílová skupina).

Moje Radio Čas Dyje vysílá ze stejného kraje, je mi blízké, protože zná dokonale dění v regionu, kde žiju i já. Ví o všem důležitém a zapnu si jej vždy, když chci vědět, co je u nás a v okruhu mého zájmu nového. Už nemusím pátrat jinde. Po poslechu Radia Čas Dyje to budu já, kdo může ostatním říkat, co je nového.

Užitečné informace mi Radio Čas Dyje nabízí jako první už před celou. Nemusím tedy čekat – jako u ostatních stanic, až na celou nebo až skončí dlouhá reklama. Naopak, v době, kdy ostatní vysílají reklamu, moje Radio Čas Dyje už mi hraje do pohody.

Každá informace, kterou mi Radio Čas Dyje nabídne, je pro mě užitečná a vyplatí se mi ji poslechnout. Moje rádio mi dává informace, které potřebuji pro svůj život, díky nim můžu třeba ušetřit nebo si ulehčit či zpříjemnit mé snažení. Moderátoři mě obrazně „vezmou za ruku“ a provedou mě celým dnem.

Jsem zvyklý poslouchat Radio Čas Dyje při práci. Poznal jsem, že mi pak vše jde lépe od ruky a práce mi utíká rychleji. Navíc už před víkendem ve mně dokáže navodit vytoužený pocit zaslouženého odpočinku.

Vysílání Radia Čas Dyje je přístupné dětem. Můžu se spolehnout na to, že když si moje děti Radio Čas Dyje naladí, neuslyší nic, co by ve svém věku slyšet neměly.

PŘÍLOHA II

Radio Čas Dyje mě informuje o všem důležitém z mého regionu. Vždy se dozvím to nejpodstatnější, co se v okolí mého bydliště děje. Kde se staví nové hřiště pro mého syna, kde najdu nové parkoviště, kudy se zítra nedostanu do práce, i kde můžu večer relaxovat.

Na Radiu Čas Dyje mi dávají zprávy už před celou. Nemusím tedy čekat na žádné časové znamení, ani mě od zpráv neodradí dlouhý reklamní blok. Prostě to nejdůležitější z domova a ze světa se tu dozvím jako první už před celou.

Zprávy na Radiu Čas Dyje mě neodradí od poslechu mé oblíbené stanice. Každý hlasatel zpráv ví, co je pro mě důležité, a snaží se to říct tak, abych to pochopil. Na jeho hlase se mi líbí, že je klidný a vyrovnaný, a hlavně že ví, o čem mluví. Stylem mluvy se nepovyšuje, ani si nehraje na učitele. Zároveň mě nezahltí ničím nepodstatným. Hned po prvním poslechu všemu rozumím. Navíc vím, že u zpráv se nikdy nebudu nudit.

Radiu Čas Dyje mi pomůže s plánováním víkendu. Na Radiu Čas Dyje se už před víkendem dozvím, kam mohu během volných dnů zamířit s celou svou rodinou. Poradí mi, jaké nejdůležitější kulturní akce se budou v mém okolí konat, kam mohu vyrazit za relaxací, kde se zadarmo pobavím, kde si v zimě zalyžuju a samozřejmě také jaké bude počasí.

Radio Čas Dyje je mi blíž, kdykoliv je mi nejhůř. V případě nutnosti mi Radio Čas Dyje i kdykoli v hodině nabídne mimořádné zpravodajství, ve kterém se okamžitě dozvím jakoukoli zásadní informaci. Pokud mě postihne přírodní katastrofa, Radio Čas Dyje mi poradí, co mám dělat, na koho se mám obrátit, a ještě mě dokáže potěšit. Je mi v tom blíž než jakákoli stanice vysílající z Prahy. Prostě je mi společníkem i ve chvílích nejhorsích a s Radiem Čas Dyje vím, že v tom nikdy nejsem sám.

Důležité zprávy se dozvím už po probuzení. Radio Čas Dyje vysílá zprávy z mého regionu mnohem dřív než ostatní stanice. Každý pracovní den mi co

půl hodiny nabízí aktualizované zpravodajství nejen z mého domova, ale také ze světa. Okamžitě jsem v obraze a vím vše, co pro tuto chvíli potřebuji.

Mluvené slovo na Radiu Čas Dyje mě nikdy nenudí. Můžu se spolehnout, že kdykoli poslouchám jakékoli zprávy, pozvánky či rozhovory, nikdy nebudu nucen přeladit. Prostě každé mluvené slovo mě nějak obohatí a hlavně neodradí, protože ti, kteří na mě z rádia mluví, si mě váží a jsou na mě milí a příjemní, a nesnaží se mě poučovat.

Také v práci si naladím Radio Čas Dyje. Mé rádio mě nikdy nenaštve, a to přesto, že mě informuje o něčem negativním z mého života. Ve zprávách se vždy dozvím, co se děje u mě doma, a pokud mě práce nebaví a nudím se, Radio Čas Dyje mě vždy příjemně naladí a poradí mi, jak se můžu večer popř. o víkendu bavit, případně jak mohu odpočívat.

Mluva mě nikdy neodradí. Víím, že žádná zpráva ve vysílání není do počtu, ani žádný zvukový příspěvek. A také že zvukový příspěvek ve zprávách bude mít nanejvýš 25 vteřin. Prostě každá zpráva je pro mě důležitá. Podstatné pro mě je, že zprávy jsou nanejvýš lidské a srozumitelné. Nikdy nebude potřeba používat slovník cizích slov nebo se někoho ptát na význam slov. Respektuji stanovenou délku zpráv = max. 6 řádků ve Wordu – písmo Arial 16.

Zprávy pro mě vybírá tým profesionálů. Vše, co slyším, je precizně připraveno a adekvátně podáno. Je nepřijatelné smát se ve chvílích, kdy to není vhodné (dopravní nehody, negativní informace apod.). Avíza zpráv (komunikace s moderátorem) musí být maximálně čitelná, pochopitelná a srozumitelná. Víím, že s címkoli si redaktor nebude vědět rady, tak se obrátí na šéfredaktora – osobně, telefonicky, mailem.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Pavla Pospíšilová, DiS.

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinovaná

Název práce: Funkčnost a problematika soukromé rozhlasové regionální stanice Radio Čas Dyje

Rok: 2012

Počet stran: 54

Celkový počet stran příloh: 3

Počet titulů české literatury a pramenů: 7

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 2

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Milena Grusová