

Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta

Bakalářská práce

**Fenomén studentských rádií.  
Případová studie rádio UP AIR.**

Martina Foldynová

**Katedra divadelních a filmových studií**

Vedoucí práce: Mgr. Zuzana Řezníčková, Ph.D.

Studijní program: Teorie a dějiny dramatických umění

Olomouc 2019

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Fenomén studentských rádií. Případová studie rádio UP AIR*. vypracovala samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Datum 25. dubna 2019

.....  
Martina Foldynová

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování Mgr. Zuzaně Řezníčkové, Ph.D. za její cenné rady a velkou trpělivost při vedení mé bakalářské práce. Děkuji také své rodině za podporu po celou dobu mého studia.

# Obsah

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÚVOD</b> .....   | <b>5</b>  |
| <b>1. METODOLOGIE</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>2. KRITIKA LITERATURY A PRAMENŮ</b> .....                                    | <b>10</b> |
| <b>3. KOMUNITNÍ RÁDIO</b> .....   | <b>14</b> |
| 3.1. DEFINICE POJMU KOMUNITNÍ RÁDIO .....                                       | 14        |
| 3.2. CHARAKTERISTIKY KOMUNITNÍHO RÁDIA .....                                    | 17        |
| 3.2.1. <i>Organizační systém vycházející z komunity</i> .....                   | 19        |
| 3.2.2. <i>Nízkonákladový provoz</i> .....                                       | 20        |
| 3.2.3. <i>Interaktivní obousměrná platforma</i> .....                           | 21        |
| 3.2.4. <i>Neziskovost</i> .....   | 22        |
| 3.2.5. <i>Lokální charakter</i> .....   | 24        |
| 3.2.6. <i>Využití lokálních zdrojů</i> .....                                    | 26        |
| 3.2.7. <i>Služba zájmům a potřebám komunity</i> .....                           | 26        |
| 3.2.8. <i>Programová skladba podporuje komunitu</i> .....                       | 28        |
| <b>4. PŘÍPADOVÁ STUDIE RÁDIO UP AIR</b> .....                                   | <b>30</b> |
| 4.1. ORGANIZAČNÍ SYSTÉM RÁDIA UP AIR .....                                      | 31        |
| 4.2. NÍZKONÁKLADOVÝ PROVOZ RÁDIA UP AIR .....                                   | 33        |
| 4.3. RÁDIO UP AIR A OBOUSMĚRNÁ KOMUNIKACE .....                                 | 35        |
| 4.4. NEKOMERČNÍ RÁDIO UP AIR .....  | 35        |
| 4.5. LOKÁLNÍ CHARAKTER RÁDIA UP AIR .....                                       | 36        |
| 4.6. RÁDIO UP AIR A LOKÁLNÍ INFORMACE .....                                     | 37        |
| 4.7. RÁDIO UP AIR JAKO SLUŽBA KOMUNITĚ .....                                    | 38        |
| 4.8. PROGRAMOVÁ SKLADBA RÁDIA UP AIR .....                                      | 39        |
| <b>ZÁVĚR</b> .....  | <b>42</b> |
| <b>SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY</b> .....                              | <b>44</b> |
| <b>1. OBRAZOVÁ PŘÍLOHA: FOTOGRAFIE Z PRVNÍCH LET FUNGOVÁNÍ RÁDIA UP AIR ...</b> | <b>47</b> |

## Úvod

Během mého studia na Katedře divadelních a filmových studií jsem si k rozhlasovému médiu vytvořila upřímný a srdečný vztah. Univerzita Palackého v Olomouci mi vedle výuky teoretických základů v oboru rozhlasových, ale také filmových, divadelních i televizních studií, poskytla i možnost praktického zapojení do chodu a organizační struktury studentského rádia UP AIR, které již 5 let funguje pod její záštitou. Zejména mé působení v tomto rádiu slouží jako hlavní důvod pro zvolení daného tématu této bakalářské práce.

V České republice zatím není příliš rozšířen fenomén komunitních rádií, který se na jiných místech světa těší daleko větší oblibě a šíří své působnosti.<sup>1</sup> Pravděpodobně na základě malého množství komunitních stanic u nás ještě nebyla tato média ani zanesena do legislativy o rozhlasovém a televizním vysílání.<sup>2</sup> Svým působením ve studentském rádiu UP AIR jsem se snažila, zejména mezi studenty, rozšířit povědomí o rozhlase, jakožto atraktivním médiu, které jim má nejen ve své komunitní formě co nabídnou jako posluchačům, ale také jako tvůrcům obsahu. Dá se říci, že velmi podobný cíl má i tato práce, jež se snaží popsat a postihnout specifika komunitního vysílání ve vztahu ke studentskému prostředí vázanému na dané univerzitní město.

Tato práce si klade za cíl specifikovat studentské rádiové vysílání na vybraném příkladu olomouckého univerzitního rádia UP AIR z hlediska obecných charakteristik komunitního vysílání jako jsou nízkonákladový provoz nebo neziskový a lokální charakter. Dále se práce snaží přiblížit programovou skladbu daného komunitního rádia a možnost jejího následného vlivu na posluchače, tedy studentskou komunitu.

---

<sup>1</sup> Vybraná studie předpokládá, že na území Asie, Latinské Ameriky, Afriky a Pacifiku v současnosti funguje až 1500 rozhlasových stanic, které nepatří mezi veřejnoprávní či komerční rádia. (FRÖHLICH, Julia, DÄSCHLE, Daniel, GEERTS, Andréas, JANNUSCH, Sofie. *Community Participation at Local and Community Radio Stations. An explorative study in Africa, Asia, Latin America and the Pacific*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: [https://www.cameco.org/media/general\\_report\\_final.pdf](https://www.cameco.org/media/general_report_final.pdf).)

<sup>2</sup> CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

Studentské rádio UP AIR v letošním roce oslavilo 5. narozeniny. Sama jsem v jeho organizační struktuře působila bez mála čtyři roky. Praktické znalosti, které jsem po dobu svého působení v daném komunitním rádiu získala jsem již měla možnost prakticky využít ve svém nynějším zaměstnání v Českém rozhlasu na stanici Radio Wave.

Doufám, že tato práce v budoucnu poslouží vysokoškolským či středoškolským studentům k možnému impulzu pro založení další studentské komunitní rozhlasové stanice. Myslím si, že tento formát vysílání by byl pro mnohé studenty, s určitým zájmem o rozhlas či jakoukoliv mediální tvorbu, velmi atraktivní. Tato práce může rovněž pomoci členům již fungujících komunitních stanic k rozšíření povědomí o teoretických základech organizační struktury nebo programové skladby. Těm, kteří se s fenoménem studentského vysílání nesetkali, pak tato práce může sloužit jako úvodní vhled do celé problematiky a zároveň jim nastínit a ukázat, kolik práce, úsilí a nadšení může za takovou malou amatérskou rádiovou stanicí stát.

# 1. Metodologie

V českém teoretickém kontextu zatím nevzniklo dostatečné množství odborných textů či diplomových prací zaměřených na tuzemská komunitní či studentská rádia, které by pokryly tuto problematiku ve větším detailu. Diplomové práce, které již měly možnost vzniknout, se dle mého názoru dostatečně nevěnovaly podrobným charakteristikám komunitních médií a jejich následné aplikaci na konkrétní případy vysílání studentských rádií u nás. Záměrem mé práce je tedy podrobně popsat specifika studentského rozhlasového vysílání na příkladu konkrétní vybrané stanice. Za tímto účelem bude v této práci kombinováno hned několik metodologických přístupů.

Jako cíl této diplomové práce jsem stanovila charakterizaci studentského rádiového vysílání ve vztahu k obecným charakteristikám komunitního vysílání. V první části práce proto stanovuji z teoretického pohledu jednotlivá specifika a charakteristiky typické pro komunitní vysílání. V navazující části vztáhnou daná specifika a charakteristiky na konkrétní příklad komunitního vysílání reprezentovaný olomouckým studentským rádiem UP AIR. Neziskovost, amatérský charakter a dobrovolnictví jsou jedněmi z podstatných znaků studentského komunitního vysílání. Právě tato specifika ve své práci podrobně představím za použití především zahraničních odborných textů věnujících se problematice jinak v odborné literatuře spíše opomíjeného třetího pilíře mediálního systému. Rovněž pak budou tyto charakteristiky představovat analytická kritéria pro klíčovou část práce, kterou je případová studie.

Teoretický fokus práce a zároveň její předepsaný rozsah zabraňuje poskytnout více historický vývoj studentských rádií u nás i v zahraničí. Přestože především v rozvojových zemích jsou komunitní média rozšířeným fenoménem, jejich odvětví v podobě studentských rádií se soustředí zejména na univerzitní města Evropy a Spojených států amerických. Jak dokládá již zmíněná studie *Community Participation at Local and Community Radio Stations. An explorative study in Africa, Asia, Latin America and the Pacific*, mezi zřizovateli a zároveň provozovateli komunitních stanic v těchto oblastech převažují především různé nevládní, neziskové a církevní organizace. Mnohem menším podílem jsou zde zastoupeny vzdělávací

instituce.<sup>3</sup> Studentská rádia, jež povětšinou fungují pod záštitou příslušných univerzit či jiných škol, však sdílí většinu obecných specifik komunitního vysílání, jež dále rozvíjí především ve vztahu ke své komunitě – studentům.

Jak již bylo výše zmíněno, diplomová práce bude rozdělena na dvě stěžejní části. V první části výzkumu se zaměřím zejména na osm základních charakteristik komunitních médií podle filipínského profesora žurnalistiky a komunikace Crispina C. Masloga, ze kterých následně budu čerpat informace a podklady pro druhou část práce, již představuje případová studie. Kompilativní metodou tyto charakteristiky dále rozvíjím pomocí poznatků dalších autorů, mezi něž patří Louie Tabing, Colin Fraser, Sonia Restrapo Estrada, Jean Fairbairn, Henry Loeser a další. Výsledný kompilát, vzniklý prostudováním těchto přístupů<sup>4</sup> bude průběžně doplňován poznatky z vysílací praxe, jež jsem získala ve své vlastní praxi za působení v rádiu, nebo při rozhovorech s dalšími členy rádia UP AIR.

Pro účely kvalitativní části mé bakalářské práce jsem zvolila metodu případové studie. Robert Stake charakterizuje případovou studii jako „úsilí o porozumění sociálnímu objektu v jeho jedinečnosti a komplexitě“.<sup>5</sup> Tato metoda se obvykle detailně zabývá jedním nebo nejvíce několika málo případy z praxe. Cílem je zde zachycení složitosti vybraného případu a popis vztahů v jejich integritě.<sup>6</sup> Základní výzkumná otázka případové studie se zabývá charakteristikami vybraného případu. V této práci jsem jako případ svého zkoumání zvolila studentské internetové rádio UP AIR, které vysílá pod záštitou a za podpory Univerzity Palackého v Olomouci z prostor budovy bývalého jezuitského konviktu, dnes fungujících jako univerzitní umělecké centrum.

V organizační struktuře rádia UP AIR jsem několik let sama působila na pozicích moderátorky, hudební dramaturgyně a v poslední fázi rovněž šéfredaktorky tohoto média. V případové studii budu zejména vycházet z poznatků, které jsem po

---

<sup>3</sup> FRÖHLICH, Julia, DÄSCHLE, Daniel, GEERTS, Andréas, JANNUSCH, Sofie. *Community Participation at Local and Community Radio Stations. An explorative study in Africa, Asia, Latin America and the Pacific*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: [https://www.cameco.org/media/general\\_report\\_final.pdf](https://www.cameco.org/media/general_report_final.pdf).

<sup>4</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2016.

<sup>5</sup> STAKE, Robert. *The art of case study research*. Londýn: SAGE Publication, 1995, s. 2.

<sup>6</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2016, s. 102.



dobu svého působení v tomto rádiu získala osobním pozorováním. Dalším zdrojem informací jsou veřejně přístupné a interní dokumenty týkající se provozu rádia, webové stránky, programové koncepce, podklady pro živé vysílání a jeho záznamy na internetové platformě Mixcloud.

Metodu oral history jsem aplikovala na další účastníky procesu vzniku a provozu této komunitní stanice. Miroslav Vaněk a Pavel Mücke popisují ve své publikaci metodu oral history jako „řadu propracovaných, avšak stále se vyvíjejících a dotvářejících postupů, jejichž prostřednictvím se badatel v oblasti humanitních a společenských věd dobírá nových poznatků a to na základě ústního sdělení osob, jež byly účastníky či svědky určité události, procesu nebo doby, které badatel zkoumá, nebo osob, jejichž individuální prožitky, postoje a názory mohou obohatit badatelovo poznání o nich samých, případně o zkoumaném problému obecně.“<sup>7</sup> Za respondenty jsem zvolila aktuální šéfredaktorku rádia UP AIR Vendulu Kubíčkovou a dále Alenu Lančovou, která v organizační struktuře tohoto studentského rádia působila na pozici vedoucí personalistiky a v současnosti také moderuje hudební pořad. V souladu s přístupem Miroslava Vaňka a Pavla Mückeho přistupuji k tomuto typu kvalitativního výzkumu především jako ke sdělení jednotlivce, které má svébytnou poznávací hodnotu a nesnaží se obsah výpovědí pomocí kvantifikujících postupů zobecnit.<sup>8</sup> Považuji tedy tyto zdroje informací za relevantní prameny vztahující se ke konkrétní zkušenosti s fungováním vybrané rádiové stanice, nikoliv se studentským komunitním vysíláním obecně.

Pomocí metody případové studie si tedy kladu za cíl podrobně popsat principy fungování komunitní stanice na příkladu rádia UP AIR. Cílem však není hodnotit efektivitu nebo úroveň profesionality a kvality samotného vysílání, ale spíše přiblížit specifickou situaci a jisté kouzlo tohoto typu dobrovolnické a amatérské činnosti.

---

<sup>7</sup> VANĚK, Miroslav. MÜCKE, Pavel. *Třetí strana trojúhelníku. Teorie a praxe orální historie*. Praha: Karolinum, 2011, s. 8.

<sup>8</sup> Tamtéž.

## 2. Kritika literatury a pramenů

V této kapitole uvedu odbornou literaturu a prameny, které jsem využila k tvorbě mé bakalářské práce. Jedná se o publikace zaměřené na problematiku komunitních médií, jejich organizační struktury nebo programovou skladbu, přičemž většinu z nich tvoří studie a publikace v cizím jazyce. Tato skutečnost jen dokládá, jak málo je v českém teoretickém kontextu daná problematika sledována. Dále budou zmíněny publikace zaměřené na zvolenou metodologii mé práce.

Pro základní vymezení pojmu komunitní rádio jsem využila definici evropské odnože Světové asociace komunitních rádií AMARC, která je uvedena v publikaci *Communication for development and social change*.<sup>9</sup> Autory daného textu jsou Nico Carpentier, Rico Lie a Jan Servaes a věnují se v něm podrobně obecné problematice komunitních médií. Pro rozšíření definice komunitního média jsem využila další z publikací Jana Servaese. K tomuto účelu mi posloužila *Communication for development. One world, multiple cultures*.<sup>10</sup>

Informace o české i zahraniční mediální legislativě mi poskytl text *Komunitní média*,<sup>11</sup> který si nechala vypracovat Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Jedním z hlavních cílů tohoto textu bylo vyvolat v českém mediálním prostoru diskuzi o postavení komunitních médií mezi veřejnoprávním a komerčním sektorem. Dle mně dostupných informací jiný odborný text v českém jazyce věnující se problematice komunitních médií u nás zatím nevznikl. Výjimku tvoří pouze několik diplomových prací na dané téma. Autorem kapitoly věnující se definici komunitních médií je docent komunikačních studií a odborník na komunitní média Nico Carpentier. K obecným definicím komunitního média jsem rovněž využila Carpentierův pohled

---

<sup>9</sup> CARPENTIER, Nico, LIE, Rico, SERVAES, Jan. *Communication for development and social change*. New Delhi: SAGE Publication, 2008.

<sup>10</sup> SERVAES, Jan. *Communication for development. One world, multiple cultures*. 1. vyd. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 1999.

<sup>11</sup> CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

na daná média pomocí jejich čtyř rozměrů. Jedná se o komunitní, alternativní, občanský a rhizomatický rozměr komunitních médií. Tyto rozměry ve své práci podrobněji rozvádím.

Základní charakteristiky komunitního média jsem určila podle profesora Crispina C. Masloga. Dané charakteristiky jsou uvedeny ve sborníku zaměřeném na komunitní média *Community media. International perspectives*,<sup>12</sup> který sestavila Linda K. Fuller. Zvolené charakteristiky posloužily jako základní rámec mé práce, na kterém následně demonstruji fungování studentského komunitního rádia UP AIR. Toto studentské rádio je předmětem mé případové studie.

Studii *How to do community radio. A primer for community radio operators*<sup>13</sup> Louieho Tabinga jsem využila zejména k rozšíření charakteristik komunitního média podle Crispina C. Masloga. Text je komplexní příručkou pro všechny rozhlasové nadšence, kteří si chtějí založit vlastní komunitní stanici nebo již některou z fungujících provozují. Tabin g v daném textu určuje základní principy a charakteristiky komunitního rádia. Podrobně se věnuje také technickému vybavení, které je potřebné pro založení komunitní stanice nebo způsobům moderace v daném médiu. Určuje základy organizačního systému komunitního rádia a jeho programovou skladbu. Tato příručka mi pomohla utvořit kompletní náhled na celkovou stavbu komunitního rádia.

Další z důležitých publikací, které mi pomohly rozšířit obecné charakteristiky komunitního média byla anglická příručka *Community radio handbook*.<sup>14</sup> Text Colina Fräsera a Sonii Restrepo Estrady vznikl pod záštitou UNESCO. Zmíněná příručka se podobně jako text Louieho Tabinga, věnuje popisu organizační struktury komunitních rádií. Na základě četby této příručky jsem také pochopila možné problémy spojené s financováním a sponzoringem komunitních stanic.

---

<sup>12</sup> FULLER, Linda. *Community media. International perspectives*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

<sup>13</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>14</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

Pro svou práci jsem rovněž využila publikaci *Community media sustainability guide. The Business of Changing Lives*<sup>15</sup> od Jean Fairbairn. Daná publikace mi zejména pomohla proniknout do problematiky udržitelnosti komunitních médií. Také jsem z ní čerpala důležité informace o možných způsobech vlastnictví komunitních médií a vlivu vlastnické struktury na jejich provoz.

Přehled o stavu komunitních rádií mimo Českou republiku jsem získala ze studie *Community participation at local and community radio stations*,<sup>16</sup> jejíž autoři podrobně zkoumají komunitní rádia v Africe, Asii, Latinské Americe a Pacifiku. Daná studie ukazuje podrobný průzkum stanic v těchto lokalitách na základě jejich zapojení do organizačních struktur těchto médií, vlastnictví, financování nebo tvorby programu.

Se správným stanovením dílčí metodologie mé bakalářské práce mi pomohla hned dvojice titulů. Prvním z těchto titulů byl *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*<sup>17</sup> od Jana Hendla. V této publikaci jsem podrobněji nahlédla do problematiky kvalitativního výzkumu. Na základě četby dané publikace jsem vybrala metodu případové studie, které se podobněji věnují již v předchozí metodologické kapitole. *Třetí strana trojúhelníku. Teorie a praxe orální historie*<sup>18</sup> autorů Miroslava Vaňka a Pavla Mückeho mi k metodě případové studie poskytla další důležité poznatky pro celkové uchopení dané problematiky.

Pro získání všech potřebných informací o studentském rádiu UP AIR jsem zvolila metodu oral history. Rozhovory o dané komunitní stanici byly jedním z nejdůležitějších pramenů v mé případové studii. Tyto rozhovory jsem vedla s jeho současnou šéfredaktorkou Vendulou Kubíčkovou a bývalou personalistkou Alenou

---

<sup>15</sup> FAIRBAIRN, Jean. *Community media sustainability guide: The Business of Changing Lives*. [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://internews.org/sites/default/files/2017-08/InternewsCommunityMediaGuide2009.pdf>.

<sup>16</sup> FRÖHLICH, Julia, DÄSCHLE, Daniel, GEERTS, Andréas, JANNUSCH, Sofie. *Community Participation at Local and Community Radio Stations. An explorative study in Africa, Asia, Latin America and the Pacific*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: [https://www.cameco.org/media/general\\_report\\_final.pdf](https://www.cameco.org/media/general_report_final.pdf).

<sup>17</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2016.

<sup>18</sup> VANĚK, Miroslav. MÜCKE, Pavel. *Třetí strana trojúhelníku. Teorie a praxe orální historie*. Praha: Karolinum, 2011.

Lančovou. Výpovědi obou respondentek byly velmi nápomocné pro můj kvalitativní výzkum, v němž se pomocí metody případové studie věnuji právě komunitnímu studentskému rádiu UP AIR. Dozvěděla jsem se podrobnosti o aktuálním počtu a složení členů v organizačním týmu daného rádia, vývoji členské základny, ale také informace o současné programové skladbě rádia a jejím směřování.

Nápomocnou mi byla i bakalářská práce Marka Petříka z Janáčkovy akademie múzických umění v Brně. *Komunitní internetová rádia v českém rozhlasovém éteru*<sup>19</sup> mi pomohla s orientací mezi komunitními rádii v České republice. Ve své práci však oproti Petříka komunitní média, a zejména pak studentské rádio UP AIR, rozebírám podrobněji.

Všechny výše uvedené prameny a literatura byly pro můj kvalitativní výzkum i celkovou podobu bakalářské práce velmi nápomocné. S jejich oporou jsem stanovila charakteristiky komunitních médií a ty následně ve své případové studii aplikovala na zvolený případ mého kvalitativního výzkumu, tedy na studentské komunitní rádio UP AIR.

---

<sup>19</sup> PETŘÍK, Marek. *Komunitní internetová rádia v českém rozhlasovém éteru*. Brno: 2011. Janáčkova akademie múzických umění. Divadelní fakulta.

### 3. Komunitní rádio

V současnosti v České republice rozlišujeme především základní dva typy rozhlasového a televizního vysílání. Tzv. duální systém vytváří v platné mediální legislativě prostor pro veřejnoprávní a soukromé neboli komerční vysílání. Studentská rádia však svou charakteristikou mnohem více spadají pod třetí skupinu médií, kterou označujeme termínem komunitní rádia. V odborném textu o komunitních médiích, který nechala vypracovat Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se uvádí, že „*třetí sektor vysílání, komunitní média, nebyl v mnoha středě a východoevropských zemích, včetně České republiky, do reformního procesu zařazen.*“<sup>20</sup> V zavedeném duálním systému rozhlasového a televizního vysílání tedy zatím nemají komunitní rádia své pevné místo, ačkoliv jich na našem území již řada funguje.<sup>21</sup> Svým charakterem a způsobem fungování patří mezi komunitní rádia také studentské rádio UP AIR v Olomouci, které jsem zvolila pro svou případovou studii.

#### 3.1. Definice pojmu komunitní rádio

K samotnému výrazu komunitní rádio můžeme dohledat několik platných definic. Pojem je to ovšem velmi problematický, zejména z důvodu rozdílných organizačních struktur jednotlivých médií nebo jejich zaměření či odlišné cílové skupiny. V jiných zemích jsou často používány pojmy populární rádio, vzdělávací rádio, sousedské rádio, rozvojové rádio nebo lokální rádio.<sup>22</sup> Všechny tyto pojmy ale můžeme obecně označit jako komunitní rádio. Evropská odnož Světové asociace komunitních rádií AMARC označuje komunitní rádiovou stanici jako „*vysílající*

---

<sup>20</sup> CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

<sup>21</sup> Například Maďarsko má platné právní normy pro komunitní média již od roku 1996. (CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf))

<sup>22</sup> SERVAES, Jan. *Communication for development. One world, multiple cultures*. 1. vyd. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 1999, s. 259.

*neziskovou stanicí, která nabízí službu komunitě, ve které se nachází nebo k níž vysílá, a zároveň podporuje účast této komunity na samotném vysílání“.*<sup>23</sup>

Komunitní rádio slouží jako prostor pro nápady či názory a umožňuje lidem vyjádřit se společensky, politicky nebo kulturně. Do svého vysílání zahrnuje důležité lokální problémy a pomáhá je členům komunity vyřešit.<sup>24</sup> Jan Jandourek definuje v Sociologickém slovníku komunitu jako „*pojem, který je dnes také označením spřízněných, často interagujících jedinců, sdílejících určitou identitu bez ohledu na jejich místo pobytu.*“<sup>25</sup>

Louie Tabing definoval následujících šest základních charakteristik komunitního rádia: 1. slouží rozpoznatelné komunitě, 2. nabádá účastníky k demokratickým procesům (participativní demokracii), 3. kterémukoliv ze členů komunity nabízí prostor k diskusi a možnost podílet se na vytváření programu, vedení nebo vlastnictví rádiové stanice, 4. využívá technologie odpovídající finančním možnostem účastníků tak, aby nedocházelo k závislosti na vnějších zdrojích, 5. motivací je podpora komunity, nikoliv komerční zisk, 6. podporuje a vylepšuje řešení problémů v komunitě.<sup>26</sup> Tabingův teoretický přístup k uchopení definice komunitního rádia mohl dobře posloužit jako rámec pro mé následné rozepisování charakteristik těchto médií. Nakonec jsem ovšem zvolila ještě podrobnější přístup filipínského profesora Crispina C. Masloga, ke kterému se ve své práci dostanu v následující podkapitole.

Nico Carpentier definuje čtyři rozměry komunitních médií. Prvním z nich je komunitní rozměr, který vyzdvihuje vztah mezi provozovatelem stanice a komunitou. Komunitní médium nabízí obousměrnou komunikaci. Členové komunity se tedy mohou přímo podílet na fungování média. Pro pozitivní sociální vývoj nebo změnu

---

<sup>23</sup> CARPENTIER, Nico, LIE, Rico, SERVAES, Jan. *Communication for development and social change*. New Delhi: SAGE Publication, 2008, s. 348.

<sup>24</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>25</sup> JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 127.

<sup>26</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

toho mohou využít i znevýhodněné či utlačované společenské skupiny. Hrozbou pro komunitní média v prvním rozměru může být nepostačující vzbuzení zájmu o obousměrnou komunikaci, nedostatek dovedností a odpovídající audiovizuální technologie. Omezení média může spočívat i v jeho zeměpisném významu. Malá lokální média se nakonec snaží přežít jen díky přizpůsobení na formáty komerčních médií.<sup>27</sup>

Alternativní rozměr dle Nico Carpentiera ukazuje komunitní média jako alternativu ke sdělovacím prostředkům v médiích v hlavním proudu jako jsou například veřejnoprávní rozhlasové domy nebo většina komerčních rádií. Svou existencí komunitní média dokazují svou nezávislost na státu a trhu. Také zde fungují alternativní způsoby uspořádání pro vyrovnanější či horizontálněji<sup>28</sup> stavěné struktury fungování těchto médií. Dávají průchod k sebevyjádření sociálních menšin a subkultur, což vede k různorodosti obsahu. Využívají také prostor pro experimentování díky rozmanitosti formátů a žánrů. Komunitní média se však právě kvůli své nezávislosti a struktuře mohou dostávat do špatné finanční i organizační situace. Často bývají označována jako neefektivní, neprofesionální a bez možnosti zaujmout širší publikum.<sup>29</sup> Právě tyto faktory jsou často využívány ke kritice studentských médií.

Občanský rozměr řadí komunitní média k nezávislým na státu či trhu a tím je označuje za součást občanské společnosti. Carpentier občanskou společnost popisuje jako „skupinu mezilehlých organizací oddělených od soukromě vlastněných hospodářských organizací působících v tržním hospodářství, od osobních a rodinných vztahů i od státních a kvazistátních organizací.“<sup>30</sup> Komunitní média mají demokratizující tendence a různé sociální skupiny nebo komunity zapojuje do veřejné

---

<sup>27</sup> CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-03-07]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

<sup>28</sup> Více jednotlivců pracujících na stejné nebo podobné pozici v jednom organizačním týmu. Veřejnoprávní a komerční média fungují spíše s vertikální organizací. (CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf))

<sup>29</sup> Tamtéž.

<sup>30</sup> Tamtéž.



debaty. Rovněž jim nabízí příležitost sebezprezentace. Většina členů je tvořena dobrovolníky, případně pouze několika placenými zaměstnanci. Odmítání placené reklamy ovšem může vést k častým finančním problémům komunitních médií. Hrozbou občanského rozměru může být také určitá míra neefektivity, která je zapříčiněna horizontální strukturou těchto médií.<sup>31</sup>

Čtvrtý a poslední je rhizomatický rozměr. Tento rozměr se zaměřuje na katalyzační funkci komunitních médií. Ty zde fungují jako křižovatky, které propojují členy z nejrůznějších hnutí (studentské, ženské) nebo aktivistických skupin (protirasistické). Rhizomatický rozměr také poukazuje na nestabilitu a kontingenci komunitních médií, pomocí kterých se odlišují od veřejnoprávních a soukromých organizací. Oproti médiím v hlavním proudu jsou tedy komunitní média téměř nepostižitelná a díky tomu těžce kontrolovatelná. Nedostatek kontroly pak zajišťuje jejich nezávislost. Hrozba čtvrtého rozměru přichází ve chvíli, kdy si komunita neuvědomuje důležitost své úlohy jako křižovatky a nepropojuje tak své členy.<sup>32</sup>

Zatímco Tabing tedy vychází při definování charakteristik komunitních rádií především z jejich prosté odlišnosti oproti ostatním, řekněme médiím nekomunitního charakteru, rozměry popsané Nico Carpentierem mají za cíl určovat nejen silné stránky komunitních médií, tedy takové vlastnosti a principy fungování, které ostatní média často nemají, ale také poukázat na možná rizika, která z těchto charakteristik nutně plynou.

## **3.2. Charakteristiky komunitního rádia**

V této kapitole se budu podrobněji zabývat charakteristikami komunitních médií. Nad rámec výše uvedených definic pojmu komunitního média poskytují i další autoři mnoho variabilních definic komunitních médií, které se však v mnoha ohledech vzájemně prolínají. Pro komplexní uvedení do problematiky však zařazují např. myšlenky ze společné práce Colina Fräsera a Sonii Restrapo Estrady, kteří pod

---

<sup>31</sup> CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

<sup>32</sup> Tamtéž.

záštitou UNESCO zkompletovali komplexní příručku pro komunitní rádiové vysílání *Community radio handbook*.

V této práci se hodlám zejména zabývat otázkou, jakým způsobem naplňuje studentské rádio UP AIR jednotlivé aspekty komunitního média. Výchozím zdrojem pro další definování charakteristik komunitního se stane teoretický přístup prezentovaný Crispinem C. Maslogem, jenž se mi jeví pro účely této práce jako nejvhodnější. Maslog uvádí osm níže zmíněných rysů komunitního média:

- Organizační systém vycházející z komunity
- Nízkonákladový provoz
- Interaktivní obousměrná platforma
- Neziskovost
- Lokální charakter
- Využití lokálních zdrojů
- Služba zájmům a potřebám komunity
- Programová skladba podporuje komunitu<sup>33</sup>

Na následujících řádcích se pokusím předmětné charakteristiky podrobněji rozvést a prezentovat také v kontextu jiných odborných názorů. Výše zmíněné charakteristiky představují komunitní stanice jako nekomerční a nízkonákladové. Poukazují na možnost vedení diskuze na lokální témata a problémy, které se pak na základě jejich odvysílání v komunitním rádiu lépe řeší.

---

<sup>33</sup> MASLOG, Crispin C. In: FULLER, Linda. *Community media: international perspectives*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, s. 3.

### 3.2.1. ORGANIZAČNÍ SYSTÉM VYCHÁZEJÍCÍ Z KOMUNITY

Komunitní média bývají vlastněna i kontrolována zejména členy své komunity. Stačí jim k tomu dostatek zkušeností a pochopení všech potřebných dovedností k provozu. Může se jednat o jednu či více sdružených skupin. Mohou to být kupříkladu skupiny složené čistě z ženského zastoupení, dětí, farmářů, rybářů, seniorů nebo různých etnických menšin.<sup>34</sup> V současnosti je největším komunitním rádiem fungujícím v České republice nábožensky zaměřené Radio Proglas. Stanici lze naladit v pásmu FM,<sup>35</sup> které pro toto rádio aktuálně pokrývá zhruba 40 procent našeho území nebo také na internetu.<sup>36</sup> Dalším příkladem komunitního rádia může být brněnské Rádio 7. Znovu se jedná o stanici zaměřenou na křesťanskou komunitu. Funguje u nás ale také několik studentských rádií, která působí pod příslušnými univerzitami v jednotlivých městech. U těchto médií je tedy za jejich komunitu považována studentská obec. Do skupiny studentských komunitních rádií se kromě rádia UP AIR (Univerzita Palackého v Olomouci) řadí např. Radio R (Masarykova univerzita v Brně), Rádio Wéčko (Západočeská univerzita v Plzni) nebo Rádio Kolej (Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava).

Posluchači komerčních nebo veřejnoprávních rádií mohou participovat na vysílání stanice pouze omezenými způsoby. Lze tak učinit např. využitím telefonní linky do studia, pomocí chatu či jinou elektronickou formou, přičemž se však tato interaktivní komunikace mezi posluchačem a médiem obvykle omezuje jen na několik málo oblastí, jako je např. žádost o oblíbenou skladbu či odpověď na soutěžní otázku. Naopak posluchači komunitního rádia mohou být producenty, manažery, režiséry, kritiky nebo dokonce spolujednateli komunitní stanice. Vysílání komunitních rádií také bývá často provozováno s určitou vášní pro řemeslo, která není u

---

<sup>34</sup> TABING, Louie. How to do community radio. A primer for community radio operators. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>35</sup> Jedná se o šíření rozhlasového vysílání pomocí frekvenční modulace. (Frekvenční modulace. [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/frekvencni-modulace>.)

<sup>36</sup> *FM vysílače*. [online]. Radio Proglas [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.proglas.cz/kontakty-a-info/prijem-vysilani/fm-vysilace/>.

komerčních a veřejnoprávních stanic zcela běžná. Tato vášeň vychází především z potřeby vyvolat u svých posluchačů chuť spolupracovat na společném projektu nebo na společenských, kulturních a politických změnách, které přímo ovlivní fungování dané komunity.<sup>37</sup>

Komunitní médium může být provozováno a vedeno členy své komunity, ale zároveň vlastněno neziskovou organizací, náboženskou institucí, kulturním sdružením nebo univerzitou. V takovém případě má ale vlastník na projekt plný právní nárok, včetně registrace a názvu novin nebo rádiové či televizní licence. Je zodpovědný za veškeré vybavení od počítačů po dopravní prostředky a dále má na starost řešení všech potřebných dohod a smluv.<sup>38</sup>

### 3.2.2. NÍZKONÁKLADOVÝ PROVOZ

Komunitní média bývají spíše menší a nízkonákladové organizace. Komunitní charakter obvykle již sám o sobě zapříčiňuje menší počet osob podílejících se na chodu média. Užší profilace komunitních médií většinou vyvolává menší zájem o účast v organizačním týmu i v následné posluchačské či čtenářské základně. Toto tvrzení však nemusí platit vždy. Například jedním z pěti v současnosti vysílajících komunitních rádií na ostrovním státě Srí Lanka je Kothmale Community Radio. Jeho vysílač pokrývá území, které je bezproblémově slyšeno 400 000 posluchači žijícími v dané lokalitě.<sup>39</sup>

Oproti populárním či komerčním stanicím je provoz komunitního rádia vcelku nenáročný. Provozní náklady souvisejí zejména se spotřebou energií a dalších nákladů souvisejících s prostory, kde se média nachází, náhradními díly technického vybavení a kancelářskými potřebami. Chod zajišťují dobrovolníci, kteří za odvedenou práci získají pouze minimální honorář nebo pracují zcela zdarma.

---

<sup>37</sup> GIRARD, Bruce. *A passion for radio: radio waves and community*. Comunica, 2001, s. 2.

<sup>38</sup> FAIRBAIRN, Jean. *Community media sustainability guide: The Business of Changing Lives*. [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://internews.org/sites/default/files/2017-08/InternewsCommunityMediaGuide2009.pdf>.

<sup>39</sup> NAFIZ, Ahmed Zaki. *Reaching the community through community radio*. Christchurch: 2012. University of Canterbury. Department of Philosophy.

Management stanice je obvykle proškolen v získávání peněz na provoz stanice od lokálních, národních či z mezinárodních zdrojů. Těmito zdroji mohou být nejrůznější dary, získávání prostředků pomocí takzvaného fundraisingu, ať již ze soukromých (komunitních) zdrojů či zdrojů veřejných. Komunitní média mají za cíl sloužit zájmům své komunity. Proto je pro členy obvykle přirozené převzít zodpovědnost za jejich provoz.<sup>40</sup> Vedle určité dobrovolné báze se jako další možnost pro zaplacení potřebných provozních nákladů nabízí výběr členských poplatků.

### 3.2.3. INTERAKTIVNÍ OBOUSMĚRNÁ PLATFORMA

Třetím znakem komunitních médií je podle Masloga obousměrná komunikace. V textu výše jsem zmiňovala definici komunitního rádia od Evropské odnože Světové asociace komunitních rádií AMARC. Již ta vymezuje obousměrnou komunikaci jako vztah mezi komunitní stanicí a komunitou. Zapojení komunity se považuje za proces, během něhož členové komunity získají moc ovlivnit nebo určit výsledek daného procesu.<sup>41</sup> Nico Carpentier zdůrazňuje, že „komunitní média nejen umožňují, ale také usnadňují zapojení členů komunity do vyráběného obsahu i do organizace vyrábějící obsah.“<sup>42</sup> Například u studentského rádia to v praxi znamená, že moderátory komunitní rozhlasové stanice se mohou stát sami studenti (členové komunity) a své posluchače (komunitu) informovat třeba o právě probíhajících volbách do akademického senátu, o programu aktuálního Majálesu či jiných aktivitách, které jsou úzce spojeny právě s fungováním dané komunity.

Komunitní médium poskytuje možnost zapojit se do veřejné debaty a společně tak analyzovat zvolenou problematiku a zároveň skýtá platformu pro vzájemné vyměňování nápadů či názorů na dané téma.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>41</sup> PATEMAN, Carole. *Participation and democratic theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1970, s. 71.

<sup>42</sup> CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-04-14]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

<sup>43</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

### 3.2.4. NEZISKOVOST

Komunitní média jsou nezisková, nezávislá a nekomerční. Právě nezávislost je jeden ze základních bodů charakterizující tato média. Většina externího financování či podpory z jakéhokoliv zdroje s sebou přináší možné zájmy na straně daného podporovatele. Ty mohou být transparentní, tj. podporovatelem v okamžiku poskytování dané podpory jasně deklarované, ale i skryté. Dokonce i samotná podpora média ze strany dobrovolníků bývá motivována ziskem určitých benefitů, ať už v podobě odborného bezplatného proškolení dobrovolníka v určité problematice či v získání možného budoucího zaměstnání. Pro udržitelnost média je proto důležité nespolehat se pouze na jeden konkrétní zdroj financování.<sup>44</sup>

Financování je jedním z klíčů k úspěchu a udržitelnosti komunitního vysílání. Zároveň je to také jedna z největších výzev. Sociální, ekonomické a politické prostředí, ve kterém komunitní vysílání působí, může výrazně ovlivnit možnosti a strategie financování. Nezávislým způsobem vlastněné a vedené komunitní stanice často kombinují několik zdrojů svých příjmů. Může jít o nejrůznější vládní fondy a dotace, dary v komunitě, členské příspěvky, sponzoring, reklamu, případně další zdroje.<sup>45</sup>

Většina zdrojů potřebných pro fungování komunitní rozhlasové stanice ale pochází od soukromých osob, institucí a organizací v rámci dané komunity. Finanční podporu, technické zázemí či sponzorské dary mohou poskytnout také instituce mezi něž patří školy, nadace, náboženské organizace, vedení měst, v nichž komunitní rádia působí nebo družstva založená členy dané komunity.<sup>46</sup>

Problematická může být ovšem reklama. Ve většině zemí byla přijata legislativa, která komunitním médiím využití reklamy úplně zakazuje.<sup>47</sup> Tento

---

<sup>44</sup> FAIRBAIRN, Jean. *Community media sustainability guide: The Business of Changing Lives*. [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://internews.org/sites/default/files/2017-08/InternewsCommunityMediaGuide2009.pdf>.

<sup>45</sup> LOESER, Henry. *Publics, Participants and Policies: Examining Community Broadcasting in Austria and Czech Republic*. Brno: 2016. Masarykova Univerzita. Fakulta sociálních studií. Katedra sociologie.

<sup>46</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>47</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

přístup s sebou může přinášet určité výhody například v podobě větší důvěryhodnosti média v očích příslušné komunity, jeho větší nezávislosti a zlepšení celkového vnímání komunitní stanice uvnitř i vně dané komunity. Komunitní média primárně slouží veřejnosti, své komunitě. Proto by se měla vyvarovat vlivům úzkých skupin či korporací, jejichž komerční ale i jiné, například politické, zájmy i cíle mohou být často v rozporu se zájmy příslušné komunity.

Některé země mají ovšem reklamu v rámci komunitních médií povolenu.<sup>48</sup> Rozhodne-li se v takové zemi komunitní médium reklamu jako zdroj svého financování využít, je pro vedení média velmi důležité myslet a nezapomenout na charakter média, jeho komunitu a její zájmy a výběr reklamy tímto směrem uzpůsobit. Vyhnout by se tak mělo například reklamě velkých mezinárodních firem a prezentovat pouze malé a lokální firmy či služby.<sup>49</sup> V České republice stále nejsou komunitní média jakýmkoli způsobem začleněna do mediálního systému. Proto je pouze na rozhodnutí majitele či provozovatele stanice, případně jejího vedení, zda a v jaké podobě se reklama ve vysílání daného komunitního rádia objeví.

Také sponzorství přináší možné problémy. Zejména pokud se jedná o spolupráci s komerčními organizacemi. Na druhou stranu sponzoring pocházející z asociací rovněž založených na komunitním charakteru (ženy, farmáři, rybáři), rozvojových organizací nebo nevládních neziskových organizací může být velmi přínosný. Z dlouhodobého hlediska ovšem jakákoliv závislost na vnějším zdroji může do budoucna narušit udržitelnost komunitního média. O tu se má starat samotná komunita. Manažer stanice by měl s týmem producentů, reportérů a techniků zajistit natolik kvalitní vysílání, aby byli posluchači, členové dané komunity, ochotni stanici podpořit svými příspěvky a dary.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Například ve Francii nesmí příjem komunitního rádia z reklamy či sponzorských darů přesáhnout hranici 20 %. Kanada má omezení o výši příjmu z reklamy již úplně zrušena. (CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).)

<sup>49</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

<sup>50</sup> Tamtéž.

### 3.2.5. LOKÁLNÍ CHARAKTER

U většiny komunitních rádií platí, že okruh jejich působení bude poměrně geograficky lokalizovaný a pokrývá území, které je svým rozsahem menší než území typické stanice komerčního nebo veřejnoprávního charakteru, které v mnoha případech působí na území celého státu. Zejména v minulosti byl u komunitních rádií, která vysílala po terestrických vlnách, menší lokální dosah pravidlem. Dnes většina komunitních rádií vysílá hlavně prostřednictvím internetové sítě. Z toho důvodu je jejich vysílání technologicky dostupné téměř po celém světě, tj. i daleko za hranici území, kde se daná cílová skupina obvykle nachází. I přes dnešní technologické možnosti je však úzké ohraničení skutečné působnosti takových komunitních médií de facto pravidlem.

Příkladem mohou být studentská komunitní rádia působící v České republice. Tato média jsou vždy určitým způsobem navázaná na příslušné vysoké školy, což jednoznačně determinuje jejich omezený geografický dosah. Rádio Wěčko tak bude geograficky lokalizováno v bezprostřední blízkosti Západočeského kraje, Radio R zase ve městě Brno a přilehlém okolí.

Dalším typickým příkladem mohou být komunitní rádia vysílající v mediálně chudých oblastech zemědělských částí Afriky. Tato média pro posílení kulturní identity přistupují k vysílání v lokálních jazycích, přičemž jsou hlavními mediálními proudy běžně opomíjena.<sup>51</sup> Území, na něž se média zaměřují, jsou často obývaná negramotnými občany. Tím se ještě zvyšuje důležitost komunitního rádia jako orálního média pro daného obyvatele, pro něhož nepředstavují např. tištěná média alternativní zdroj informací.

Mezi úzce geograficky lokalizovaná komunitní rádia patří rovněž stanice působící v místních jazycích na území Asie. První komunitní rádio bylo v 80. letech založeno na Srí Lance, další komunitní rádia vysílají v politicky třaskavých územích jako je Nepál (rádio Sagharmatha působící v oblasti Káthmandú – geologicky ohraničené rozsahem města a jeho okolí), v Pákistánu bylo komunitní vysílání

---

<sup>51</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.



omezeno pouze na studentská rádia, avšak po roce 2005 vláda povolila vysílání několika komunitních rádií v oblastech zasažených zemětřesením, tj. úzce geograficky lokalizovaných územích, zejména k zajištění distribuce humanitární pomoci.<sup>52</sup>

Komunitní rádia zajišťují takový program, který odpovídá charakteru či identitě dané komunity. Zejména ho tedy tvoří lokální obsah od zpráv po informace o událostech, které se v blízkém okolí budou konat a jsou tak pro posluchače atraktivní. Soustředí se také na lokální kulturu v nejširším slova smyslu. Může jít o umělecké vyjádření skrz místní hudbu, tanec, poezii, divadlo, vyprávění příběhů a spoustu dalšího. Často jsou pak do vysílání komunitních médií zváni místní umělci, kteří za základě uvolněnější atmosféry, než která je běžná u veřejnoprávních či komerčních rádií, nemají až takový ostych vystoupit a prezentovat svou tvorbu. Díky těmto faktorům může lokální obsah komunitních rádií převyšovat důležitost profesionalitu rádií veřejnoprávních a komerčních.<sup>53</sup>

Důležitá může být i role lokálních vzdělávacích institucí. V takovém případě zájem o fungování komunitní rádiové stanice pramení přímo od kantorů ve školách, kteří se podílí na vzniku a následném chodu rádia. To pak může výrazným způsobem zapojit rodiče žáků do povědomí o probíraných látkách. Právě vyučující často tvoří silnou základnu dobrovolníků, kteří skrz vysílání hovoří o denním programu dětí, popřípadě připomínají zadané domácí úkoly a následně s nimi mohou pomáhat. V takovém modelu stanice pak samotné děti dostávají vysílací prostor například jednou za týden.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> NAFIZ, Ahmed Zaki. *Reaching the community through community radio*. Christchurch: 2012. University of Canterbury. Department of Philosophy.

<sup>53</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-10]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

<sup>54</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

### 3.2.6. VYUŽITÍ LOKÁLNÍCH ZDROJŮ

Komunitní média využívají odpovídající lokální materiály, informace a zdroje. Informace by se měly dle názoru Tabinga v komunitním rádiu sdělovat objektivně a nezaopatř, zejména pak, pokud se jedná o případy odlišných názorů či konfliktů. Hlasatel by měl mít na paměti, že posluchači vcelku jednoduše rozpoznají předsudky daného moderátora ve vysílání. Snadno lze v určitých případech rozpoznat dokonce názorové pojetí celé stanice.<sup>55</sup>

Pokud bude programová skladba založena na informacích, které mají edukativní charakter, celkový obraz stanice se podle Tabinga obvykle spíše zlepš. Pravidelné a stále se rozvíjející by měly být formáty pořadů zaměřené na vzdělávání, motivaci nebo pořady podporující mysl svých posluchačů.<sup>56</sup>

### 3.2.7. SLUŽBA ZÁJMŮM A POTŘEBÁM KOMUNITY

Prvním z kroků, které je potřeba učinit při zakládání komunitní rozhlasové stanice, je definování potřeb komunity. Následně by měly být určeny cesty, kterými komunitní rádio může přispět k řešení takto definovaných potřeb. Mezi tradiční přístupy patří například osvěta a informační podpora v oblasti zemědělství, zdraví či podpora vzdělávání. Pokud komunita podrobně analyzuje své potřeby a zájmy, většinou dojde k závěru, že vysílání může napomoci vzájemnému pochopení a sdílení společně vytyčených cílů.<sup>57</sup>

Komunitní média se tedy většinou snaží reflektovat potřeby a zájmy dané komunity. Zároveň urychlují proces informovanosti komunity a slouží tak jako katalyzátor pro možné změny. Vytváří prostor k debatám a diskuzím na společná témata, díky kterým odhalují možnosti k potřebným a rychlejším řešením situací. Jak

---

<sup>55</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>56</sup> Tamtéž.

<sup>57</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

pro jednotlivce, tak pro skupiny přináší komunitní média možnost vzájemně diskutovat a rozvíjet tak obecné povědomí o životě v dané komunitě.<sup>58</sup>

Každá úspěšná rádiová stanice musí brát zřetel na záliby, vkus a přání svého publika. Programová skladba komunitní stanice potřebuje své posluchače bavit, může informovat o lepších podmínkách pro život v komunitě nebo aktuálním sociálním pokroku. Oproti jiným typům vysílání spočívá největší výhoda komunitních stanic právě v jejich úzce profilovaném obsahu. Tento obsah může být co možná nejvíce přiblížen zájmům a touhám jejich relativně malého posluchačského publika.<sup>59</sup> Například studentská rádia se tedy zaměřují na prezentování událostí spojených s fungováním přilehlé univerzity. Informují o průběhu aktuálního semestru, o akcích pořádaných jinými univerzitními spolky nebo o sportovních lekcích probíhajících ve školní tělocvičně.

Obsah vysílání je často udáván životním stylem vybrané komunity. Stanice sídlící na venkově tak často pokrývají témata jako je rybařství, farmaření, zájmy místních podniků nebo životní prostředí. Reflektují tak komunitní současnou situaci. I zpravodajství v těchto lokalitách mívá uzpůsobený obsah. Zaměřuje se obvykle zejména na místní události a témata, přičemž celostátní zprávy bývají vysílány většinou pouze v případě, kdy daná komunita nemá přístup k jinému mediálnímu kanálu.<sup>60</sup>

Manažer rozhlasové komunitní stanice by měl společně se svým týmem dbát na to, aby skladba programu stále působila jako součást dynamického procesu. Hodnocení a zpětná vazba posluchačů totiž neustále zlepšuje a přizpůsobuje vysílaný obsah právě k potřebám a zájmům komunity. Programová skladba by se měla pravidelně měnit, aby posluchači přišla dostatečně atraktivní. Pokud forma programu zůstává dlouhodobě stejná, hrozí ztráta i jinak pravidelných posluchačů.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-11]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

<sup>59</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

<sup>60</sup> Tamtéž, s. 19.

<sup>61</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

### 3.2.8. PROGRAMOVÁ SKLADBA PODPORUJE KOMUNITU

Programová skladba a vysílaný obsah komunitní rozhlasové stanice se snaží rozvíjet danou komunitu. Pravidelný program stanice připravuje skupina vybraných členů. Ti obvykle pochází z nejrůznějších odvětví komunity. Jejich společnými znaky jsou však potřebné časové možnosti, dovednosti a nadšení. Tito tvůrci pak připravují pořady rozličných formátů od rozhovorů, magazínů, hudebních pořadů, zpravodajství, diskuzních pořadů až po drama a dokument. Programová skladba komunitních rádií se tedy příliš neliší od programu veřejnoprávních či komerčních stanic. Komunitní média však stále kladou důraz na lokálnost témat a poskytovaných informací. V praxi to pak znamená, že ve zpravodajské relaci může posluchač získat informace například o dostupnosti sazenic u místních farmářů nebo o ceně zeleniny v místním obchodě s potravinami. Uslyší o plánovaných obecních či vesnických událostech nebo o fungování lokálních organizací a spolků. Diskutuje se také o různých radničních nařízeních, stavbě nového mostu nebo založení továrny v daném městě či vesnici.<sup>62</sup>

Jak už bylo v předchozím bodu tohoto textu zmíněno, jednou z hlavních funkcí komunitního rádia je vytvoření nezávislé platformy pro interaktivní diskuzi o záležitostech a rozhodnutích v rámci dané komunity. Tato funkce si klade za cíl přiblížit svým členům možnost demokratických postupů v řešení již existujících problémů. Aby ovšem v rozebíraných a problematických sociálních či ekonomických tématech mohl nastat pokrok, musí tato komunitní diskuze dosáhnout i k vedení daného města či vesnice, regionálním nebo státním úřadům, popřípadě také k soukromým institucím, které s komunitou spolupracují. Veřejná debata vysílaná komunitní stanicí by měla být vyslyšena minimálně místními úředníky a pokud si to situace žádá, tak její obsah tyto úředníci dále reprodukují i svým nadřízeným. Právě tento způsob komunikace s úředníky vytváří základ pro další iniciativy spojené s komunitními potřebami a zájmy. Ideální je proto vždy u takto důležitých diskuzí

---

<sup>62</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

nahrávat záznam, který mohou úředníci využít na svých schůzích nebo jej může dokonce odvysílat i jiná stanice.<sup>63</sup> „*Za jádro demokratických procesů tedy můžeme označit lidskou schopnost slyšet a být vyslyšen.*“<sup>64</sup>

Program komunitních rozhlasových stanic má oproti veřejnoprávním a komerčním rádiím většinou kratší vysílací čas. Délku vysílání podle Tabinga určují zejména tyto faktory:

- Schopnosti a počet proškolených členů stanice
- Dostupnost elektřiny a napájení
- Technická proveditelnost
- Potřeby komunity a publika
- Dostupnost potřebných zdrojů
- Soutěž s ostatními rádiovými stanicemi<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-14]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

<sup>64</sup> Tamtéž.

<sup>65</sup> TABING, Louie. *How to do community radio. A primer for community radio operators*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-14]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

## 4. Případová studie rádio UP AIR

Po teoretickém vymezení problematiky a charakterizaci fenoménu komunitních rádií se v následující kapitole budu podrobně věnovat zvolenému objektu svého kvalitativního výzkumu. Tím je olomoucké komunitní studentské rádio UP AIR. V předcházející kapitole této práce bylo podrobně přiblíženo osm základních charakteristik komunitních médií, jak je definuje Crispin C. Maslog. Na následujících řádcích, za použití zmíněných charakteristik, přiblížím fungování mnou zvoleného rádia. Cílem bude zjistit, jakým způsobem se jednotlivá specifika komunitního vysílání projevují na provozu studentského média a zda tedy obecná specifikace odpovídá zvolenému případu. Informace o rádiu UP AIR čerpám zejména z vlastního působení v jeho organizační struktuře nebo z rozhovorů se současnou šéfredaktorkou Vendulou Kubičkovou a bývalou personalistkou Alenou Lančovou. Metodologickou oporou zde budou přesně definované postupy případové studie, jak je popisuje Jan Hendl. „*V případové studii jde o zachycení složitosti případu, o popis vztahů v jejich celistvosti. Předpokládá se, že důrazným prozkoumáním jednoho případu lépe porozumíme jiným podobným případům.*“<sup>66</sup>

Rádio UP AIR je nezávislá internetová stanice fungující v prostorách Univerzity Palackého v Olomouci od 1. dubna 2014. Toto studentské rádio si klade za cíl fungovat jako otevřená platforma a prostor pro mezioborové a mezifakultní setkávání studentů a vyučujících. Zviditelňuje akademickou činnost a veškeré univerzitní aktivity. Dále se také snaží o širší propojení Univerzity s veřejným prostorem. Provozní chod rádia zařizují především studenti z různých fakult Univerzity Palackého, mezi své členy ovšem přijímají i osoby z širšího univerzitního okolí. Rádio UP AIR propojuje nadšence pro rozhlasovou tvorbu, kteří tak mají možnost získat zkušenosti v mnoha oborech spojených s provozem rádia. Mezi tyto obory patří moderace, technická stránka odbavení vysílání, management, propagace, personalistika a mnohé další.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2016, s. 102.

<sup>67</sup> *O nás* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/o-nas/>.

Vysílání rádia UP AIR je specifické pro svou progresivní hudební dramaturgii, kterou se vymyká většině komerčních, veřejnoprávních i ostatních komunitních stanic. Tvůrci obsahu si kladou za cíl rozšířit povědomí o kulturním, společenském a uměleckém dění v kontextu Univerzity a města Olomouc. Označují se za přátelskou komunitu, která je otevřena všem zájemcům a chce obohatit kulturní dění v Olomouci.<sup>68</sup>

Jak vyplývá z jeho oficiálních webových stránek, tým studentského rádia UP AIR by se měl řídit následujícími charakteristikami:

- Studentský náboj
- Nezávislost
- Odlišnost
- Zapálení
- Široký záběr
- Profesionalita
- Otevřenost
- Komunita
- Univerzitní prostor
- Progresivita<sup>69</sup>

#### **4.1. Organizační systém rádia UP AIR**

Organizační tým rádia UP AIR je převážně tvořen studenty Univerzity Palackého v Olomouci. Jeho činnost je rozdělena do 8 sekcí. Tato poměrně propracovaná struktura se skládá z programové, hudební, kulturní, lifestyle

---

<sup>68</sup> *O nás* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/o-nas/>.

<sup>69</sup> *O nás. Naše desatero* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/o-nas/>.

(zaměřena na životní styl), zpravodajské a technické sekce. Zbýlými sekcemi jsou sekce propagace rádia (PR) a personální oddělení (HR). Každá ze sekcí má jednu pověřenou vedoucí osobu. V čele rádia působí šéfredaktor či šéfredaktorka. Tato vedoucí osoba přijímá zodpovědnost za celý provoz rádia a spolupráci mezi jednotlivými sekcemi.

Řadovými členy rádia bývají studenti přílehlé univerzity, ale také lidé z řad široké veřejnosti. „Z celkového počtu členů rádia UP AIR je vždy více než polovina tvořena studenty a zaměstnanci Univerzity Palackého.“<sup>70</sup> Každý zájemce o přijetí do členské základny rádia UP AIR musí projít přijímacím pohovorem během něhož členům vedení rádia představí svůj zájem o konkrétní pozici. Zároveň se sám dozví všechny potřebné náležitosti pro potenciální nástup do týmu této komunitní stanice. Pokud se zájemce například hlásí na pozici moderátora pořadu, musí před pohovorem odevzdat seznam skladeb pro demonstrování svého osobitého hudebního výběru a na místě absolvovat krátkou hlasovou zkoušku. O jeho následném přijetí či nepřijetí rozhodují členové vedení, kteří byli na pohovoru s uchazečem přítomni. Hlavní rozhodující slovo má však v tomto případě vedoucí, do jehož sekce by posléze pořad zájemce tematicky náležel. Nábory do týmu rádia UP AIR probíhají na začátku každého semestru.

Řadový člen může zastávat pozici moderátora vlastního pořadu či spolu moderátora pořadu, který již běží ve vysílání. Může se jednat o žánrový hudební pořad, denní proudové vysílání nebo diskuzní pořad (mluvené slovo) ve zpravodajské, kulturní či lifestyle redakci. Dále může v rámci provozu rádia zastávat funkce jako technická podpora stanice, asistent programu nebo člen týmu propagace (PR) a zapojit se tak do promování stanice pomocí sociálních sítí nebo pořádání akcí jménem rádia.<sup>71</sup>

Každý z moderátorů rádia UP AIR po svém úspěšném absolvování náborového pohovoru podstoupí technické školení. Na tomto školení se naučí jakým

---

<sup>70</sup> Vnitřní řád studentského rádia UP AIR.

<sup>71</sup> Mezi takové akce patří organizace hudebních akcí, společných pikniků, narozenin rádia nebo teambuildingů. (LANČOVÁ, Alena. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Alenou Lančovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.)



způsobem má ve studiu odbavit své vysílání. Je tedy obeznámen se základními funkcemi mixážního pultu a vysílacího softwaru. Naučí se z vysílání vytvořit záznam a také získá zkušenost v základním střihu zvuku.

„Co se týče počtu členů v rádiu, pohybujeme se někde okolo 70 členů, přičemž se každý semestr část z nich obměňuje,“<sup>72</sup> říká Vendula Kubíčková. Fluktuace členů ve studentském rádiu je poměrně výrazná. Přesné číslo ovšem nelze stanovit, každý semestr se liší. Většinou se ale doba působení studentů v tomto médiu řídí délkou jejich studia. Po ukončení studií nastupují do zaměstnání a většinou tím jejich působení v UP AIR končí.

Studentské rádio UP AIR je provozováno i vedeno členy své komunity a zároveň vlastněno Univerzitou Palackého v Olomouci. Ta se prostřednictvím pedagogické záštity na Katedře divadelních a filmových studií a s pomocí svého administrativního aparátu stará o většinu potřebných dokumentů či smluv se stanicí spojených.

## 4.2. Nízkonákladový provoz rádia UP AIR

Jak jsem již zmiňovala ve třetí kapitole této práce, komunitní média jsou spíše menší a nízkonákladové organizace, které svou úzkou profilací pravděpodobně osloví pouze omezené publikum.<sup>73</sup> Studentské rádio UP AIR je specifické pro svou progresivní hudební dramaturgii a dost možná právě díky tomuto faktoru ztrácí potenciální posluchače z řad olomoucké studentské obce.

Provoz rádia UP AIR je poměrně finančně nenáročný. Jeho náklady spočívají zejména v uhrazení poplatků za hudební vysílací práva společností OSA<sup>74</sup> a Intergram,<sup>75</sup> kterým každé čtvrtletí odevzdává hudební dramaturg stanice (vedoucí

---

<sup>72</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubíčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>73</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-18]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

<sup>74</sup> OSA je Ochranný svaz autorský pro práva k hudebním dílům. (*Kdo jsme*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://osa.cz/kdo-jsme/>.)

<sup>75</sup> Intergram je nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukově obrazových záznamů. (*Kdo jsme*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: [www.intergram.cz/cs/kdo-jsme/](http://www.intergram.cz/cs/kdo-jsme/).)

hudební sekce) seznam skladeb, jež zazněly během dané doby ve vysílání. Dále je, pouze nárazově, nutné pořídit některé náhradní díly technického vybavení, zejména se jedná o vysílací sluchátka pro moderátory, stojany k mikrofonům nebo kabely propojující mixážní pult s ostatním vybavením vysílacího studia.

*„Celé fungování v rádiu je na bázi dobrovolnictví. Pokud je člen rádia zároveň studentem Univerzity Palackého, může v rámci působení v rádiu získat kreditové ohodnocení dle jeho aktivity. Členové vedení si mohou zapsat až tři kreditové ohodnocení. Členové, kteří chodí jen vysílat svůj pořad a příliš se do dění v rádia nezapojují, jsou ohodnoceni jedním kreditem. Co se týče finanční odměny, zde jsme odkázáni na stipendijní podporu Filozofické fakulty UP. Na jaře bývá vypsána soutěž o stipendijní podporu pro spolek nebo konkrétní jednotlivce ve spolku.“<sup>76</sup>* Současná šéfredaktorka rádia UP AIR tedy udává, že většina členů jejich týmu pracuje zcela zdarma a obsah rádia je vytvářen z čistého zájmu pro rozhlasové médium. Výjimku tvoří pouze možné kreditové ohodnocení pro studenty Univerzity nebo nejistá stipendijní podpora, o kterou se žádá pouze jednou za rok.

První rok svého fungování vysílalo rádio UP AIR z jiných prostor, než je jeho současné umístění v Uměleckém centru Univerzity Palackého v Olomouci. Toto studio ovšem také sídlilo v jedné z univerzitních budov, a proto po celou dobu jeho dosavadního provozu nebylo pro členy rádia nutné řešit úhradu za spotřebu energií nebo jiných nákladů souvisejících s prostory jako např. úklid.

Rádio UP AIR od všech svých řádných členů vybírá každý semestr drobný členský poplatek ve výši 50 Kč. Výběr má na starost aktuální vedení personálního oddělení, konečnou částku poté předává šéfredaktorovi, který nese zodpovědnost za interní finance rádia. Z těchto poplatků se následně hradí výlohy za propagační materiály stanice, drobné technické vybavení, občerstvení na pravidelných schůzích rádia či oslavách narozenin. Občas se také využívají k proplacení cestovních výloh některých z pozvaných hostů, kteří dorazí do vysílání.

---

<sup>76</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubíčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

### 4.3. Rádio UP AIR a obousměrná komunikace

Vendula Kubíčková považuje cílovou skupinu rádia UP AIR za „*studenty a pracovníky univerzity, obyvatele Olomouce a posluchače s progresivním hudebním vkusem*.“<sup>77</sup> Již výše jsem zmiňovala, že na provozním chodu dané stanice se podílí zejména studenti.

Cílová skupina rádia je tedy povětšinou shodná se členy v organizační struktuře tohoto média a dá se hovořit o naplnění obousměrné komunikace, kterou Maslog považuje za jednu ze základních charakteristik komunitního média.<sup>78</sup> Mohou zde však být a jistě také jsou určité přesahy, kdy si dané médium najde svého posluchače například právě z důvodu svého úzce profilovaného hudebního zaměření, tj. nikoliv jen pro to, že je tento posluchač členem dané komunity. Nemusí jít tedy vždy o studenta či učitele fakulty. Takový posluchač je pak čistě příjemcem daného obsahu, aniž by se na něm sám podílel. Takových případů zcela mimo stojících a nijak s komunitou nepropojených posluchačů však zřejmě nebude mnoho. „*Getting Sentimental byl jazzový pořad moderátorky Ivy Blažkové, která zde uplatňovala své znalosti a praktické dovednosti z vedení vlastního hudebního uskupení zaměřeného na jazzovou a swingovou hudbu dvacátých a třicátých let 20. století*“,<sup>79</sup> dodává bývalá šéfredaktorka rádia UP AIR Zuzana Řezníčková.

### 4.4. Nekomerční rádio UP AIR

Svým neziskovým charakterem se komunitní média odlišují od veřejnoprávních či komerčních modelů stanic.<sup>80</sup> Rádio UP AIR patří kromě

---

<sup>77</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubíčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>78</sup> MASLOG, Crispin C. In: FULLER, Linda. *Community media: international perspectives*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, s. 3.

<sup>79</sup> ŘEZNÍČKOVÁ, Zuzana. Oral history, 20. dubna 2019. Osobní rozhovor se Zuzanou Řezníčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>80</sup> FAIRBAIRN, Jean. *Community media sustainability guide: The Business of Changing Lives*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://internews.org/sites/default/files/2017-08/InternewsCommunityMediaGuide2009.pdf>.

komunitních stanic také mezi neziskové či nekomerční. Ve svém vysílání nevyužívá žádnou placenou formu reklamy. „*Občas nám přijde nabídka spolupráce s některými komerčními značkami. Ačkoliv bývá finanční ohodnocení zajímavé, tyto nabídky odmítáme,*“<sup>81</sup> říká současná šéfredaktorka UP AIR.

Pokud chtějí studenti své rádio zviditelnit, využívají k těmto účelům barterovou spolupráci.<sup>82</sup> Nejčastěji tímto způsobem spolupracují s ostatními univerzitními spolky, olomouckými podniky či organizátory různých kulturních událostí. V praxi to potom znamená, že ve vysílání rádia zazní pozvánka na hudební akci, která proběhne večer nejčastěji v některém z olomouckých klubů a vybraní moderátoři dostanou na akci volné vstupenky. Tuto spolupráci většinou zakončí psaná reportáž o dané události či fotografie z místa, které pořídil jeden ze členů rádia. Obsah reportáže se po akci zveřejní na webových stránkách rádia nebo na sociálních sítích.

Každá rádiová stanice ke svému provozu potřebuje určité základní vybavení. Zpravidla se jedná o technické zařízení jako mikrofony, počítač, mixážní pult, vysílací a nahrávací software nebo elementární vybavení prostoru, kterým jsou židle, stoly nebo jiný nábytek. Důležitý je také alespoň jednoduše odhlučněný vysílací prostor. Veškerou zmíněnou výbavu pro rádio UP AIR před začátkem jeho vysílání zajistila Univerzita Palackého prostřednictvím Katedry divadelních a filmových studií a je také jeho vlastníkem. Tato komunitní stanice nemá jiný zdroj financování a rovněž nedisponuje žádným sponzorem.

#### **4.5. Lokální charakter rádia UP AIR**

Ačkoliv rádio UP AIR vysílá pouze na internetové síti, která je v dnešní době přístupná na většině území po celém světě, je vcelku geograficky lokalizované.

---

<sup>81</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubíčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>82</sup> Barterová spolupráce je směnný obchod, výměna zboží či služeb bez použití peněz. (LUKÁŠOVÁ, Miriam. *Úctujeme o barterovém obchodu*. [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/uctujeme-o-barterovem-obchodu/>)

*„Primárně se soustředíme na univerzitní a olomoucké akce, ale máme i jistý přesah. Naše oblast zájmu se logicky projeví na dosahu, ale raději tvoříme kvalitní a komplexní obsah cílený na danou lokalitu než se snažit pokrýt větší území za cenu méně kvalitního obsahu,“<sup>83</sup> říká Vendula Kubíčková.*

Programová skladba rádia UP AIR odpovídá charakteru a identitě své studentské komunity. Ve svých pořadech pravidelně informují zejména o kulturních událostech, které se konají v Olomouci a blízkém okolí. Například v denním proudovém vysílání mají moderátoři každý všední den vyhrazený prostor na ohlášení kulturních doporučení pro daný den. Vysílání také často navštěvují hosté z kulturního prostředí, kteří zde prezentují svou uměleckou tvorbu. Předčítají své básně, zpívají a hrají na nástroje do živého vysílání, mluví o studentském filmovém klubu či amatérském divadelním spolku. Příkladem mohou být pravidelné návštěvy hudebníků v denním proudovém vysílání. Pozvání do studia již přijala například Ema Brabcová z hudební skupiny Luno, violoncellistka Terezie Kovalová nebo zpěvačka Lenka Dusilová. V pořadu Rezavé struny moderátora Pavla Hutáka zazněly rozhovory s Vladimírem Mišíkem, hudební kapelou The high corporation nebo zahraničními umělci jako John Steel a americká hudebnice Cygne. Moderátoři informují nebo jménem rádia navštěvují události i mimo Olomouc, ale to je spíše výjimečné.

#### **4.6. Rádio UP AIR a lokální informace**

Jak už jsem naznačila v předchozí podkapitole, rádio UP AIR se věnuje zejména lokálním materiálům, informacím a zdrojům. *„Moderátoři však mohou prostřednictvím svého vysílání svobodně vyjadřovat své názory, které nejsou v rozporu se zákony České republiky a obecně platnými etickými zásadami.“<sup>84</sup>*

Členové tohoto komunitního rádia se snaží do své programové skladby, kromě pořadů sloužících čistě pro zábavu, zařadit také pořady edukativního charakteru. Ve vysílání rádia UP AIR běžela například relace Právní pohotovost,

---

<sup>83</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubíčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>84</sup> Vnitřní řád studentského rádia UP AIR.

kteřou moderoval student Právnické fakulty Martin Hrabec. Pravidelně si do daného pořadu zval hosty z řad kantorů své fakulty. Dalším příkladem může být pořad zaměřený na biologii, medicínu a fyziku s názvem Basicology nebo pořad V hlavě, který se zabýval tabuizovanými tématy v oblasti psychologie. Tyto pořady zároveň posloužily jako možné mezioborové a mezifakultní propojení studentů Univerzity Palackého.

#### **4.7. Rádio UP AIR jako služba komunitě**

Snaha o reflektování potřeb a zájmů dané komunity patří mezi základní charakteristiky komunitního rádia.<sup>85</sup> Rádio UP AIR se svým obsahem ve vysílání i zároveň událostmi, které jeho tým organizuje snaží studentské komunitě poskytnout službu odpovídající jejím zájmům.

Vedení rádia UP AIR moderátorům doporučuje propagovat své vysílání pomocí stránky pořadu na sociální síti Facebook. Každý z moderátorů tak může vytvořit individuální platformu pro komunikaci a interakci se svými posluchači. Moderátoři mají zároveň s předstihem možnost kontaktovat sekci rádiové propagace a dodat do této sekce materiály jako je popis příštího vysílání, záznam vysílání na platformě Mixcloud a další ke zveřejnění na oficiálních profilech rádia na sociálních sítích. Facebook a Instagram tak slouží jako komunikační platforma poskytující posluchačům na denní bázi informace o připravovaných tématech v následujících dílech daného pořadu, jakož i řadu doprovodných informací týkajících se akcí pořádaných samotným rádiem (soutěže o volné vstupenky, události, setkání apod.), ale rovněž akcí konaných mimo rámec média (koncerty, autorská čtení v olomouckých podnicích a mnohá další). Nejdůležitější je ovšem již zmíněná možnost vzájemné komunikace mezi moderátory a posluchači. Sociální sítě zde slouží jako prostor pro zpětnou vazbu posluchačů ke členům rádia. Zároveň se jedná o prostředek technicky lehce ovladatelný, jehož správu provádí na jednotlivých úrovních přímo konkrétní moderátor či vedoucí dané sekce. Podstatná je také

---

<sup>85</sup> FRASER, Colin, RESTRAPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

nízkonákladovost provozu a správy sociálních médií oproti standardním webovým aplikacím šitým na míru obvykle celým týmem IT odborníků.

Díky výrazné fluktuaci členů rádia UP AIR se jeho programová skladba neustále mění. Posluchači tak mohou každý semestr narazit na nový pořad, který je bude bavit. Struktura programu je tedy s každým semestrem trochu jiná, a tak by měla na posluchače působit neustále atraktivním dojmem. „*Členy rádia necháváme vymýšlet i organizovat nejrůznější události. Většinou jde o hudební koncerty přímo u nás ve studiu nebo třeba pikniky v parku nedaleko univerzity,*“<sup>86</sup> říká bývalá personalistka Alena Lančová. Každý ze členů této komunitní stanice má možnost přijít s nápadem na organizaci různých událostí. Tyto akce pak často slouží jako prostor k setkávání členů rádia s jejich posluchači neboli studentskou komunitou. Opět tak poskytují možnost pro debaty o pořadech rádia nebo dalších tématech a jsou cenným zdrojem zpětné vazby od publika, členů dané komunity, směrem k médiu a tvůrcům jeho obsahu.

#### **4.8. Programová skladba rádia UP AIR**

Pravidelný program rádiové stanice UP AIR připravuje skupina moderátorů, která je tvořena zejména studenty z různých fakult Univerzity Palackého. Většina tohoto organizačního týmu studuje na Filozofické fakultě. Vedení rádia se ovšem dlouhodobě snaží pravidelnými prezentacemi stanice vzbudit zájem studentů i na ostatních fakultách univerzity. Členové rádia UP AIR tedy pochází z nejrůznějších odvětví studentské komunity. Například správcem webu rádia je v současnosti Petr Mališ, který je doktorand na Pedagogické fakultě. Aktuální šéfredaktorka rádia Vendula Kubičková studuje obor Experimentální biologie na Přírodovědecké fakultě. Technický vedoucí stanice Jan Dzian studuje obor Nanotechnologie na Přírodovědecké fakultě.

---

<sup>86</sup> LANČOVÁ, Alena. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Alenou Lančovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

Délka vysílání rádia UP AIR je v současnosti osm a půl hodiny a probíhá každý všední den. Vysílání začíná ve 13 hodin hudebním proudem bez moderace. V 15 hodin začíná dvouhodinové denní proudové vysílání s moderátorem.<sup>87</sup> Od 17 hodin je ve vysílání vyhrazen prostor pro žánrové hudební pořady a všechny ostatní pořady ze zpravodajské, lifestyle nebo kulturní sekce. Poslední dvě vysílací hodiny jsou většinou opět zaměřeny na pořady z hudební sekce. Vysílání každý den končí ve 21:30 hodin.<sup>88</sup> Zmíněnou délku vysílání studentského rádia UP AIR ovlivňuje otevírací doba budovy bývalého jezuitského konviktu, v jehož prostorách se studio nachází. Budova se studentům uzavírá každý všední den ve 22 hodin.

*„Obsah pořadů je velmi pestrý. Zahrnujeme hudební, cestovatelské, sportovní a publicistické pořady, ale i pořady orientující se na kosmetiku, literaturu, filmy, pouliční umělce, obory na univerzitě, pořady zabývající se zahraničními studenty nebo popularizací vědy.“*<sup>89</sup> Škála pořadů na studentském rádiu UP AIR je podle jeho současné šéfredaktorky velmi různorodá. *„Dříve jsme nabízeli i speciály, tedy pořady s nepravidelným vysílacím časem. Momentálně ale žádný takový pořad nemáme,“*<sup>90</sup> doplňuje k vysílacímu programu Kubičková. V minulých letech obsahovala programová skladba rádia UP AIR také nepravidelný pořad Panoptikum, který spadal po dnes již neexistující literárně-dramatickou sekci. Autoři pořadu představovali vlastní autorské texty, povídky studentů nebo krátké rozhlasové hry.<sup>91</sup>

Velmi specifická je hudební dramaturgie rádia UP AIR. Moderátoři do svých pořadů vybírají pouze progresivní či alternativní skladby.<sup>92</sup> Mezi povinnosti hudebního dramaturga stanice patří průběžná kontrola hudebního obsahu všech aktuálně vysílaných pořadů. Pokud dramaturg není spokojen s hudební selekcí

---

<sup>87</sup> Toto vysílání se v programu UP AIR označuje jako Hudebně-kulturní blok. Do vysílání pořadu se zařazuje pravidelný kulturní přehled všech událostí, které se konají v daný den v Olomouci a okolí.

<sup>88</sup> Program. [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/program/>.

<sup>89</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubičkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>90</sup> KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 17. dubna 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubičkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

<sup>91</sup> UP AIR: Panoptikum. [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: [www.radiodock.cz/archive-audio/up-air-panoptikum-12-3-2015](http://www.radiodock.cz/archive-audio/up-air-panoptikum-12-3-2015).

<sup>92</sup> Hudební dramaturgie rádia není žánrově omezena, moderátoři se pouze vyhýbají skladbám z mainstreamového proudu, který je běžný u většiny veřejnoprávních, komerčních i jiných komunitních rádiových stanic.



některého z pořadů, osloví daného moderátora a prokonzultuje s ním možná řešení situace. Jde-li o nehudební pořad, má moderátor možnost vybírat své skladby přímo z rádiového archivu, jenž je k dispozici v počítači ve vysílacím studiu. Obsah a pravidelné doplňování rádiového archivu má rovněž na starost hudební dramaturg stanice. Pokud se jedná o hudební pořad, musí dramaturg přiblížit danému moderátorovi správný směr k lépe odpovídajícímu hudebnímu výběru. Takové situace ale většinou nenastávají. Zájemci o svůj vlastní hudební pořad představují během náborového pohovu svou oblíbenou hudební selekci a detailně diskutují zaměření a směr, jímž by se měl dramaturgicky daný pořad ubírat. Obvykle se tedy nemůže stát, že by se moderátor odchýlil od celkově nastavené dramaturgie rádia, resp. pokud se tak stane, je to vždy v souladu s předem dohodnutým rámcem daného pořadu, jemuž výběr hudby odpovídá.

S progresivní hudební dramaturgií rádia UP AIR také úzce souvisí jedna z nejdéle navázaných spoluprací s externím subjektem, která za celou dobu vysílání této stanice vznikla. Jedná se o spolupráci s hudebním podnikem Metro Chill Out Club se sídlem v centru Olomouce. Majitelé zmíněného podniku byli po dobu několika let také moderátory rádia UP AIR. Téměř čtyři roky měli členové komunitní stanice k dispozici prostor a technické vybavení tohoto hudebního podniku. Probíhaly zde výukové školení práce s hudební technikou a zvukem. Někteří z moderátorů rádia pak v tomto prostoru organizovali pravidelné večírky pod záštitou UP AIR. Z podniku se tak stalo pravidelné místo setkávání členů rádia UP AIR s komunitou posluchačů a sympatizantů tohoto média. Ze spolupráce dlouhodobě těžily oba subjekty. Rádio UP AIR se díky pravidelně pořádaným akcím dostalo do povědomí širší komunity příznivců podniku, často i mimo samotnou studentskou obec. Podnik mohl prostřednictvím rádia propagovat svou existenci i konkrétní koncerty a připravované akce.

## Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se věnovala fenoménu studentských komunitních rádií a následně také konkrétnímu příkladu z této skupiny médií, kterým je olomoucké studentské rádio UP AIR. Ve struktuře organizačního týmu zvoleného komunitního rádia jsem sama několik let pracovala na pozicích moderátorky, hudební dramaturgyně a šéfredaktorky. Tato praxe posloužila jako jeden z hlavních důvodů pro volbu tématu mé bakalářské práce.

Prvním krokem bylo určení správné metodologie. Pro první část práce pojednávající o charakteristikách komunitních médií jsem zvolila kompilativní metodu. Základní rámec mi v tomto případě poskytl teoretický přístup filipínského profesora Crispina C. Masloga. Jeho osm základních charakteristik komunitního média jsem následně doplňovala poznatky z textů jiných autorů, jež byli například Louie Tabing nebo Jean Fairbairn. Výsledný kompilát těchto textů jsem průběžně doplňovala svými poznatky z vysílací praxe v komunitním médiu. Zaměřila jsem se na organizační systém komunitních rádií, který vychází přímo z dané komunity. Dále jsem se věnovala nízkonákladovému provozu komunitních médií nebo jejich neziskovému a lokálnímu charakteru. Popsala jsem programovou skladbu komunitních médií a její službu dané komunitě.

Pro druhou část práce jsem zvolila metodu případové studie. Zvoleným objektem mého zkoumání bylo studentské internetové rádio UP AIR. Kritériem pro daný výzkum byly obecné charakteristiky komunitních médií podle definice Masloga. Po uvedení základních informací o studentském rádiu UP AIR jsem se věnovala jeho organizační struktuře. Uvedla jsem jeho rozdělení do konkrétních sekcí nebo počet členů daného rádia. Dále jsem se věnovala jeho poměrně finančně nenáročnému provozu nebo cílové skupině posluchačů. Rádio UP AIR patří mezi nekomerční komunitní stanice, proto jsem se v této práci věnovala také původu jeho financování a příjmů. Zaměřila jsem se na lokální charakter stanice a vysílání lokálních informací. V závěru případové studie se věnuji programové skladbě rádia UP AIR nebo jeho možné komunikaci a interakci s posluchači.

Závěrem lze konstatovat, že studentské rádio UP AIR rámcově odpovídá obecným charakteristikám komunitního média. Zároveň daná stanice některé z těchto

charakteristik rozvíjí a více akcentuje. Jak jsem blíže rozvedla v podkapitole Lokální charakter rádia UP AIR, většina pořadů této komunitní stanice cílí na dění v daném místě, v tomto případě tedy město Olomouc. Jak jsem sama měla možnost poznat, rádio UP AIR slouží jako důležitý prostor vzájemného propojování členů rádia a studentskou komunitou.

## Seznam použitých pramenů a literatury

### Literatura

CARPENTIER, Nico a kol. *Komunitní média*. [online]. RRTV [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: [https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](https://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf).

CARPENTIER, Nico, LIE, Rico, SERVAES, Jan. *Communication for development and social change*. New Delhi: SAGE Publication, 2008. 428 s. ISBN 978-0-7619-3609.

FAIRBAIRN, Jean. *Community media sustainability guide: The Business of Changing Lives*. [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://internews.org/sites/default/files/2017-08/InternewsCommunityMediaGuide2009.pdf>.

FRASER, Colin. RESTREPO ESTRADA, Sonia. *Community radio handbook*. [online]. UNESCO [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124595>.

FRÖHLICH, Julia, DÄSCHLE, Daniel, GEERTS, Andréas, JANNUSCH, Sofie. *Community Participation at Local and Community Radio Stations. An explorative study in Africa, Asia, Latin America and the Pacific*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: [https://www.cameco.org/media/general\\_report\\_final.pdf](https://www.cameco.org/media/general_report_final.pdf).

FULLER, Linda. *Community media: International perspectives*. New York: Palgrave Macmillan, 2007. 258 s. ISBN 978-1-4039-7794-6.

GIRARD, Bruce. *A passion for radio: Radio waves and community*. Comunica, 2001. 185 s. ISBN 90-5638-0834.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2016. 440 s. ISBN 978-80-262-0982-9.

JANDOUREK, Jan. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007.

LOESER, Henry. *Publics, Participants and Policies: Examining Community Broadcasting in Austria and Czech Republic*. Brno: 2016. Masarykova Univerzita. Fakulta sociálních studií. Katedra sociologie.

NAFIZ, Ahmed Zaki. *Reaching the community through community radio*. Christchurch: 2012. University of Canterbury. Department of Philosophy.

PATEMAN, Carole. *Participation and democratic theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1970. ISBN 978-0521290043.

PETŘÍK, Marek. *Komunitní internetová rádia v českém rozhlasovém éteru*. Brno: 2011. Janáčkova akademie múzických umění. Divadelní fakulta.

SERVAER, Jan. *Communication for development. One world, multiple cultures*. 1. vyd. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, 1999. 323 s. ISBN 1-57273-197-4.

STAKE, Robert. *The art of case study research*. Londýn: SAGE Publication, 1995. ISBN 978-0803957671.

TABING, Louie. *How to do community radio*. [online]. UNESCO [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134208>.

VANĚK, Miroslav. MÜCKE, Pavel. *Třetí strana trojúhelníku. Teorie a praxe orální historie*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-87398-11-1.

### **Internetové odkazy**

INTERGRAM. *Kdo jsme*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: [www.intergram.cz/cs/kdo-jsme/](http://www.intergram.cz/cs/kdo-jsme/).)

IT SLOVNÍK. *Frekvenční modulace*. [online]. [cit. 2019-04-08]. Dostupné z: <https://it-slovník.cz/pojem/frekvencni-modulace>.

LUKÁŠOVÁ, Miriam. *Úctujeme o barterovém obchodu*. [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/uctujeme-o-barterovem-obchodu/>.

OSA. *Kdo jsme*. [online]. [cit. 2019-04-20]. Dostupné z: <https://osa.cz/kdo-jsme/>.

RADIODOCK. *UP AIR: Panoptikum*. [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: [www.radiodock.cz/archive-audio/up-air-panoptikum-12-3-2015](http://www.radiodock.cz/archive-audio/up-air-panoptikum-12-3-2015).

RADIO PROGLAS. *FM vysílače*. [online]. [cit. 2019-04-19]. Dostupné z: <https://www.proglas.cz/kontakty-a-info/prijem-vysilani/fm-vysilace/>.

UP AIR. *O nás* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/o-nas/>.

UP AIR. *O nás. Naše desatero* [online]. [cit. 2019-04-13]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/o-nas/>.

UP AIR. *Program*. [online]. [cit. 2019-04-22]. Dostupné z: <http://upair.upol.cz/program/>.

### **Oral history**

KUBÍČKOVÁ, Vendula. Oral history, 2019. Osobní rozhovor s Vendulou Kubíčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

LANČOVÁ, Alena. Oral history, 2019. Osobní rozhovor s Alenou Lančovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

ŘEZNÍČKOVÁ, Zuzana. Oral history, 2019. Osobní rozhovor se Zuzanou Řezníčkovou. Záznam uložen v archivu autorky práce.

### **Ostatní zdroje**

Vnitřní řád studentského rádia UP AIR.

**1.                    Obrazová příloha: fotografie z prvních let fungování rádia UP AIR<sup>93</sup>**



*První schůzky týkající se založení studentského rádia v Olomouci probíhaly již na podzim 2013 především mezi studenty Katedry divadelních a filmových studií a Katedry mediálních a kulturních studií a žurnalistiky.*

---

<sup>93</sup> Všechny fotografie pochází z archivu Zuzany Řezníčkové.



*Jedna z prvních akcí, kde se nově vzniklé rádio UP AIR prezentovalo - Majáles Univerzity Palackého v roce 2014.*



*Fotografie jednoho z prvních týmů vedení studentského rádia UP AIR. Zleva: vedoucí hudební sekce Martina Foldynová, šéfredaktorka Zuzana Řezníčková, vedoucí PR sekce Anna Jarošová, personalistka Gabriela Mišková (tehdy Dvořáková), hudební dramaturg Ondřej Švec, vedoucí literárně-dramatické sekce Andrea Kupčáková, vedoucí technické sekce Karel Vaněk, programová vedoucí Monika Hrušková*





*Nekomerční a dobrovolnická stránka studentského vysílání: dočasná podoba nového studia na Konviktu, kam se vysílání přesunulo v roce 2015 - příčka z banánových krabic naplněných papírem.*



*Literárně-dramatická tvorba na rádiu UP AIR byla reprezentována činností skupiny Panoptikum, která pod vedení Andrey Kupčákové vytvářela krátké inscenace a skeče.*



Proleťte s námi  
univerzitním životem

UP  IR

Vysíláme již od úterý 1. dubna

VÍCE INFORMACÍ  
[www.upair.upol.cz](http://www.upair.upol.cz)

*Od prvních plakátů k ustálenému vizuálnímu stylu: první plakát upozorňující na zahájení pravidelného vysílání.*



*Od prvních plakátů k ustálenému vizuálnímu stylu: nový vizuální směr a jednotný brand rádia nastartovala inovace loga v roce 2016.*

**NÁZEV:**

Fenomén studentských rádií. Případová studie rádio UP AIR.

**AUTOR:**

Martina Foldynová

**KATEDRA:**

Katedra divadelních a filmových studií

**VEDOUcí PRÁCE:**

Mgr. Zuzana Řezníčková, Ph.D.

**ABSTRAKT:**

Bakalářská práce se zabývá fenoménem studentských rádií, zejména pak olomouckým studentským rádiem UP AIR. Cílem této práce je popsat specifika studentských rádií ve vztahu k obecným charakteristikám komunitního vysílání. Za tímto účelem se jednotlivé charakteristiky vztáhly na vysílání komunitního rádia UP AIR. Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. První část se věnuje obecným charakteristikám komunitních médií a byla zhotovena pomocí kompilativní metody. Druhá část se věnuje případové studii studentského rádia UP AIR. Tato práce popisuje organizační systém, nízkonákladový provoz, obousměrnou komunikaci, neziskovost, lokální charakter a programovou skladbu rádia UP AIR. Závěr této práce vypovídá o rámcovém naplnění obecných charakteristik komunitního média u objektu případové studie studentském rádiu UP AIR.

**KLÍČOVÁ SLOVA:**

komunitní médium, studentské rádio, komunita, rádio UP AIR, Olomouc

**TITLE:**

The phenomenon of student radio stations. Case study radio UP AIR.

**AUTHOR:**

Martina Foldynová

**DEPARTMENT:**

The Department of Theatre, and Film Studies

**SUPERVISOR:**

Mgr. Zuzana Řezníčková, Ph.D.

**ABSTRACT:**

This bachelor thesis deals with the phenomenon of student radios, especially with the Olomouc student radio UP AIR. The aim of this work is to describe the specifics of student radio in relation to the general characteristics of community broadcasting. To this end, the individual characteristics related to the broadcasting of the UP AIR community radio. The bachelor thesis is divided in two parts. The first part deals with the general characteristics of community media and was made by using a compilative method. The second part deals with the case study of UP AIR student radio. This work describes organizational system, low-cost traffic, two-way communication, nonprofit and local character and programming of UP AIR radio. The conclusion of this work shows the general fulfillment of the community media characteristics of the object of the case study of the student radio UP AIR.

**KEYWORDS:**

community medium, student radio station, community, radio UP AIR, Olomouc