

i v České televizi, a to je dozorčí komise. Poslanecká sněmovna zhruba v posledních třech letech, když hodnotila výroční zprávy obou těchto veřejnoprávních médií, narážela na to, že tato zpráva má svůj obsahový a svůj – řekněme – ekonomický charakter. Dokonce narážela na to, že tyto dvě zprávy z hlediska časové následnosti se ne vždy kryjí. A protože s ohledem na to, že jsme měli hodnotit i hospodaření těchto médií, dostávali jsme zprávu obvykle s velkým zpožděním, protože hospodaření má nejméně půlroční skluz, pokud jde o různé prověrky a audity, a my jsme obvykle na podzim řekněme roku 1999 hodnotili stav toho média v roce 1998, když si sněmovna ještě vyžádala nějaké doplňky, tak jsme s jeden a čtvrt- až jeden a půlročním zdržením hodnotili činnost médií, což bylo v tuto chvíli hodně včerejší zboží a bylo celkem zbytečné se tím zabývat, takže tady by měl trochu tento problém odpadnout, protože dozorčí komise by měla být poradním orgánem Rady ve věcech kontroly financování činnosti Českého rozhlasu, v jiném zákoně České televize. Jejím úkolem je sledovat, zda jsou při plnění úkolů Českého rozhlasu účelně a hospodárně využívány finanční prostředky. Dozorčí komise je povinna upozorňovat Radu na zjištěné nedostatky a předkládat jí návrhy na jejich odstranění – to říká jeden odstavec, a druhý říká, asi se logicky zeptáte, kdo se může stát členem dozorčí komise. Dozorčí komise má pět členů, kteří jsou voleni a odvoláváni, kým jiným než Radou, protože jsou poradním orgánem Rady. Takže dozorčí komisi už nevolí sněmovna, ale volí a odvolává patřičná Rada.

A celý ten paragraf pak pokračuje dál tím – to jsou v podstatě technické normy o jednacím řádu, jak často se dozorčí komise schází, jakou většinou rozhoduje, do čeho smí a nesmí nahlížet, že jsou povinni zachovávat mlčenlivost a že jsou povinni podávat pravidelnou zprávu o své činnosti Radě, a to je součást výroční zprávy, kterou Poslanecká sněmovna dostává. To je – řekl bych – z hlediska zákona oproti původní zákonné normě jedno zásadní novum, že se vytváří nový, řekněme kontrolní, orgán, tato dozorčí komise.

Další z novinek zákona je, že se v § 9, pokud jde o Český rozhlas, zavádí ze zákona (on se v praxi již používal) pojem generální ředitel, protože až dosud jsme v zákoně o Českém rozhlase měli pojem jen ředitel. A tam je důležité, jaké

jsou jeho pravomoci. Tady bude velká diskuse. Já vám ten paragraf přečtu, i když si myslím, že bude velmi kontroverzní i v kuloárových diskusích, natož pak ve sněmovně, protože v zákoně, který existuje a na němž se již nic nemění, jsou explicitně vyjmenována rozhlasová studia, která již existují, a je zajímavé, že se sem dostal paragraf, kterému já opravdu nerozumím, že generální ředitel s předchozím souhlasem rady zřizuje a zrušuje regionální rozhlasová studia Českého rozhlasu s výjimkou rozhlasových studií v Plzni, Českých Budějovicích, Praze, Ústí nad Labem, Hradci Králové, Brně a Ostravě. To jsou ta studia již ze zákona existující. Já to považuji za nesmysl, myslím si, že budou-li jednou regionální studia i v Pardubicích, Jihlavě, Karlových Varech, Zlíně – doufám, že jsem na nikoho nezapomněl – v Liberci, či již existující v Olomouci, musí mít stejná pravidla a stejná práva a povinnosti jako ta, která jsem vyjmenoval, protože není možné, aby některá studia měla jiný statut než ostatní studia. To je pro mě spíše důkazem toho, že legislativně a technicky tvůrci tohoto zákona malinko nezapřemýšleli. Co je podstatné, že finančními zdroji – tady se už nemluví o financování, nýbrž o finančních zdrojích, to je přesný termín v § 10 zákona Českého rozhlasu – jsou především rozhlasové poplatky a) vybrané podle zvláštního zákona a za b) příjem z vlastní podnikatelské činnosti. V této souvislosti chci říci, že zákon o rozhlasových a televizních poplatcích č. 252/94 Sb. je samozřejmě v kuloárech diskutován, ale jeho změna se zatím – podtrhuji zatím – v nejbližší době nepřipravuje, i když je to kýženým přáním vedení Českého rozhlasu, nicméně minimálně pro r. 2001 zůstávají rozhlasové i televizní poplatky v té podobě, v jaké jsou dosud.

A to jsou v podstatě všechny zásadní změny, které se týkají zákona o Českém rozhlase, tak jak je mám k dispozici z materiálu, který bude dnešního dne projednáván na Ministerstvu kultury v té komisi, která návrh zákona připravuje.

Měl bych se ještě zmínit, že v Poslanecké sněmovně leží pod číslem 717, čili vy už ho najdete na Internetu, návrh zákona „O provozování rozhlasového a televizního vysílání“ poslanců Petra Bendla, Miloslava Kučery st., Petry Buzkové, Ivana Langra a dalších, to je tzv. velký mediální zákon, který upravuje podmínky provozování rozhlasového a televizního vysílání v České

republice. Tento zákon bude v tuto chvíli asi nejvíce zajímat představitele privátní sféry, protože jich se týká především. Neboť v tomto zákoně je věta, že vysílání tzv. provozovatelů ze zákona je upraveno zvláštním zákonem, a to je právě Zákon o Českém rozhlasu a Zákon o České televizi. Poslední moje poznámky jsou zde jen proto, aby to tady zaznělo veřejně, jaký je v tuto chvíli osud tohoto velkého mediálního zákona, protože ten se – jak víte – připravoval v podstatě tři roky, intenzivně pak minimálně poslední rok. Na začátku tohoto roku Poslanecká sněmovna v prvním čtení velmi těsným rozdílem hlasů propustila vládní návrh zákona do druhého čtení. Kolem toho pak probíhaly velmi široké a bouřlivé diskuse jak mezi odborníky, tak mezi poslanci, jak mezi politiky, tak mezi žurnalisty, nicméně výsledkem bylo, že projednávání tohoto zákona se neustále protahovalo, odkládalo, byly k němu další a další připomínky a vyvrcholilo to tím, že aby zákon měl vůbec šanci ve Sněmovně na projití, bylo potřeba vypracovat k němu to, čemu se říká komplexní pozměňovací návrh. Pokud jste sledovali před nedávnem anabázi Tiskového zákona, ten prošel podobným vývojem. Tam byla jen jedna velká výhoda – Tiskový zákon má necelých 20 paragrafů. Původní návrh Mediálního zákona Ministerstva kultury měl tuším paragrafů 146. Samozřejmě předělávat takovýto zákon není jednoduchá záležitost, nicméně pokus se uskutečnil. Spor o podobu tohoto zákona se vedl o míru regulace a liberalizace české mediální krajiny a tento spor posléze skončil nejen personálními změnami na Ministerstvu kultury, ale hlavně skončil na tom, že nedošlo k dohodě mezi předkladatelem zákona, tedy ministrem kultury Pavlem Dostálem, a mezi předkladatelem komplexního pozměňovacího návrhu poslancem Miloslavem Kučerou st., a logický důsledek toho byl, že ministr Dostál vládní návrh zákona ještě před druhým čtením z Poslanecké sněmovny stáhl. Reakce na to byla – protože na tom mediálním zákoně se udělala spousta práce, a já hlavně tvrdím práci, která se měla udělat už před tím – v tom smyslu, že se mělo více naslouchat oběma stranám. Čili práci, která byla vykonána, nám bylo líto zahodit, proto ona poslanecká iniciativa. Tento zákon v podobě poslanecké iniciativy jde do Sněmovny do prvního čtení v druhé polovině října. Jiná věc je, že podle mých informací pan ministr Dostál, protože potřebuje z hlediska kompatibility zákona s legislativou EU,

aby tady byl mediální zákon v té podobě, aby byla pro Brusel přijatelná, připravuje novelu stávajícího zákona s tím, že se bude týkat jediné a pouze těch paragrafů, které má na mysli EU. Jestli a kdy tato novela přijde do sněmovny, nejsem vám v tuto chvíli schopen říct. Čili osud tzv. velkého mediálního zákona je i nadále ve hvězdách, já si jenom myslím, že se okolo toho dělá velký a zbytečný – promiňte mi to slovo – mediální humbuk. Tolik tedy informace, pokud jde o mediální legislativu.

Já bych ještě rád reagoval několika poznámkami na něco, co tady zaznělo v projevech mých předřečníků, neboť jsem byl velmi v rozpacích, jestli mám dnes v souvislosti s diskusí okolo veřejné služby o tom hovořit, ale mám tu potřebu a musím to říct, i když si u vás trošičku neudělám dobře. Začnu odzadu:

Privátní média – jeden ze sporů mediálního zákona je tzv. křížení vlastnictví. Je to jakési propojování mezi printy a mezi elektronickými médii navzájem a v podstatě spor, zda nám jde o pluralitu vlastnictví, nebo o pluralitu informací. Já bych se v této souvislosti chtěl přítomných žurnalistů, kteří se zabývají rozhlasem jakožto veřejnou službou, zeptat na jednu nepatrnou maličkost, která, myslím si, v určitých fázích dráždí některé politiky, a přiznám se, že dráždí i mě, a uvedu zde dva zcela konkrétní příklady:

Český rozhlas a Česká televize jsou médii veřejné služby, která mají být všestranná, zodpovědná, vyvážená a já nevím, co všechno. V důsledku toho se snaží oddělovat od sebe zpravodajství a hodnotící komentáře, to je v pořádku, ale pak v rámci rubrik, které vypadají velmi zajímavě a v rozhlasu se tomu říká – čteme v denním tisku a v České televizi třeba Dobré ráno nebo podobné jiné pořady, vystupují v těchto médiích ať už přímo, nebo nepřímo představitelé privátních médií. Já jsem dnes ráno, když jsem jel do Poděbrad, měl puštěný Radiožurnál a tam takový mladý redaktor, jehož jméno jsem bohužel přeslechl, zpovídal primářku jednoho oddělení FN v Motole a problém se týkal dětské leukemie a sbírky na toto oddělení. Kladl jí takové otázky, že jsem z toho naprosto evidentně získal dojmy dva, že chlapec neví, o čem mluví, ale to se stává v poslední době v médiích velmi často, a za druhé, že jeho stanovisko není ani zprávou, ani hodnotícím komentářem, ale je evidentně snahou zviditelnit se na úkor něčeho, co tomu redaktorovi nepřísluší, protože v případě potřeby veřejné dob-

ročinné sbírky se z toho stává kritika vlády, a prosím neberte to, že k vám hovoří poslanec vládní strany, ale kritika vlády v tom smyslu, že nezajistila dostatečné množství peněz pro pavilon dětské leukemie v nemocnici v Motole, jako by to byla její první a základní povinnost. Tohle se velice často stává, protože vzápětí jsem potom četl zpravodajství z denního tisku, samozřejmě bez komentáře, takže novináři tu novin takových, tu jiných – nebudu uvádět konkrétní příklady, denně si je můžete poslechnout – jsou nám jejich názory šířeny prostřednictvím této zpravodajské relace. Já se přiznám, že jsem poněkud na rozpacích, zda je to dobře. Stejně tak si nejsem jist, zda je dobře, když třeba Česká televize zve do svých diskusních pořadů novináře z privátních médií, politické komentátory, kteří naprosto jednoznačně předkládají své stanovisko, aniž by k tomu bylo možné dát ono vyvážené a ono doplňující stanovisko druhé strany. Jinými slovy, po mém soudu takto nepřímě, jako se hovoří o nepřímém pronikání kapitálu do licencovaných médií, tak takto nepřímě pronikají privátní žurnalisté

**Michel Fleischmann:**

## **Začátky soukromého vysílání**

Dobrý den. Nevím, jestli budou mé vzpomínky přesné, protože začínám být sklerotik. To, co bylo řečeno předešlými pány, mne velice zaujalo a jsem tedy hrozně rád, že jsem se mohl zúčastnit tohoto setkání. V privátním sektoru jsme často velice osamoceni a takovéto debaty máme možnost vést málokdy. A ta zamyšlení, která tady byla řečena, ať už ze sociologického, či filozofického pohledu jsou určitě důležitá. Nejenom důležitá, ale důležitá i pro praktickou práci v privátním sektoru. Takže za to bych chtěl poděkovat. Bylo by asi dobře, kdybychom mohli debatovat v širším seskupení, a možná mí kolegové z privátního sektoru by se dozvěděli více o tom, co vlastně dělají. Totiž zpětná vazba de facto neexistuje nebo zcela minimálně. A my nejsme analytici, ale lidé v akci.

Ty problémy, které tady byly řečeny, jsou problémy, které mě osobně (a ti, kteří se mnou pracovali, o tom vědí) provázejí deset let. Vždy jsem se snažil o nich mluvit.

Bylo mi přiděleno téma, abych vzpomínal na začátky soukromého vysílání. Já nerad vzpomínám,

do veřejnoprávních médií. Já se přiznám, že mně to trochu vadí. Takže v tomto směru rozumím i některým, řekněme trochu podrážděným reakcím některých politiků z kterékoli politické strany – je to úplně jedno. Bylo by možná zajímavé podívat se, zda taková talk show, jako je např. Radio fórum, má charakter politicky všestranné a vyvážené informace.

A poslední věc, že bych docela rád v podobné diskusi, jako je ta dnešní – odpusťte, že se vrátím zpět k ekonomice – znal názor na to, protože tady už to bylo řečeno, např. v přednášce pana Moravce, jak je to se vztahem veřejnoprávních médií a privátních médií, pokud jde o přidělování licencí, kmítočtů atd. Teď se vede velká diskuse i ve velkém mediálním zákoně okolo tzv. MUST-CARRY. Já jsem jeden z těch, který se domnívá, jestliže tady ten pojem MUSTCARRY máme, tzn. povinná programová nabídka provozovatelů kabelových systémů, že tato povinná programová nabídka ze zákona by se měla týkat pouze veřejnoprávních médií, neboť provozovatelé kabelových systémů jsou privátní sférou.

nám, protože mám ten problém, že když se v rádiu něco ozve, tak už to není. Jdeme stále dopředu. Tzn. vzpomínání je pro mne něco takového podivného, jsem spíše zaměřen na tu vteřinu, která přichází, než na tu, která už je mrtvá. Proto bych k tomuto tématu dodal, a pochopíte určitě proč, že téma bude „**Začátky soukromého vysílání a dnes**“.

Určitě se tady budu křížit s tím, co už bylo řečeno o duálním systému, co tady říkal Vašek Moravec. Začátky soukromého vysílání byly tvrdé, krásné, zábavné, komické – velice často – a velice často nepochopitelné. Já si nemyslím, že bych tady měl vyprávět historky z natáčení, ale mohu vám říci, že když jsem se seznámil se svou ženou, tak jsem ji strašně bavil tím, jak jsem imitoval různé poradce české vlády z roku 1990, poradce pana ministra Mikloška, a bavil jsem ji tak, že se do mne zamilovala. Ono to asi komické bylo. Taky jsem jí často imitoval schůzky na půdě tehdejšího Československého rozhlasu. Tam ta komičnost byla obdobná, byť byla smutnější, protože to nebyli mladí lidé, ale

spíše starší lidé, nebylo jich 2 až 3, ale bylo jich 25 u stolu a já sám proti nim. Už tato situace byla kornická, i když pro mne nijak zábavná. Schůzky s různými poslanci tehdejšího federálního parlamentu byly též mnohdy absurdní a myslím, že jsem je tehdy neskutečně děsil už svým vzezřením, svým vyjadřováním, svými chybami v češtině, za které jsem neměl čas se omlouvat. Pamatuji si na pana ministra, který mi říkal, nejmenuji se Mikloška, ale Mikloško. Byly to strašné problémy.

Mohu říci jen následující. Evropa 2 začala vysílat, jak říkal Vašek Moravec, program Europe 2 v Praze na kmitočtu Českého rozhlasu 88.2 dne 21. března 1990 na základě dohody mezi Československým rozhlasem a francouzskou stanicí Europe 2. Cílem této dohody mělo být vytvoření rádia pro mladá ve spolupráci 50 ku 50 mezi oběma subjekty. Bohužel, či možná naštěstí, historie to bude popisovat, jak bude chtít, se změnami ředitelů Československého rozhlasu naše dohoda přestávala mít své opodstatnění. Nebyla vůle Československého rozhlasu zřídit tuto stanici. Přece jenom se nám podařilo začít vysílat pár slov česky. Nebylo to bez velkých problémů, protože jsme museli z Francie přivést různé mašiny, do kterých jsme natáčeli různé vstupy, ale neměli jsme právo vstupu do tzv. cédéemky Československého rozhlasu, tzn. tam, kde je technické zajištění. Vše bylo odbavováno z Francie satelitem, a museli jsme důvěřovat, že technici Československého rozhlasu opravdu zasadí naše pásky správně do příslušných přístrojů. Někdy se to povedlo, někdy se to nepovedlo. Bylo to velice komické, ale bylo krásné, jak jsem se musel stále dobývat do té místnosti Československého rozhlasu, abych mohl vůbec ty pásky dodat. Mohl bych ještě vyprávět, jak pomalu přestávala chuť spolupracovat ze strany Československého rozhlasu, jak docházelo i k tomu, že generální ředitel Československého rozhlasu nařídil technikům, aby odpojili satelitní příjem francouzské Europe 2, a jak oni to jako udělali a pak řekli, že nevěděli, jak se to odpojuje, a Europe 2 pokračovala ve svém vysílání.

Musím říci, že vůle ze strany Československého rozhlasu také nebyla proto, že Československý rozhlas si kladl jiné úkoly než zajištění nějakého rádia pro mládež. Československý rozhlas si kladl otázku, co s ním vlastně bude, jaká

bude funkce veřejnoprávnosti, co to vůbec je. Velký konflikt se týkal reklamní činnosti. Zástupci Československého rozhlasu jasně odmítali jakoukoli reklamní činnost. Musím konstatovat, že se to za těch uplynulých 10 let velmi podstatně změnilo. V té době – a Vašku, promiň – nevím o tom, že by československá vláda byla proti zřízení nějakých privátních subjektů, nevím o tom. Já to usnesení neznám. A možná dobře, že se toto usnesení ke mně nedostalo, protože jinak by možná Evropa 2 vůbec v Československu nezačala vysílat. Nedovedu si představit francouzského akcionáře, který by šel proti usnesení československé vlády. V té době tedy ministr Mikloško otevřel možnost diskuse nad udělováním licencí soukromým subjektům podle modelu, který je známý v Evropě. Byla ustanovena meziresortní komise, začal se psát nový zákon. A tento nový zákon hned ve svých prvních momentech byl založen na myšlence duálního vysílání. Bylo to přirozené a tento přístup byl správný. Dovolím si dokonce říci, že vliv vysílání Evropy 2 byl v tom, že se tento zákon nebo ta diskuse vedla v intencích de facto francouzského zákona.

V Praze začalo vysílat Rádio Stalin, později Rádio 1, a to i přes veškeré překážky radiokomunikací, které toto rádio odpojily, pak ho zapojily, dokonce se do toho pletl i prezident republiky, který podporoval veškerá nová vysílání. V Českých Budějovicích začalo vysílat budoucí Rádio Faktor. Pravdou je však, že jestli vůbec mohla vysílat rádia, jako je Evropa 2 či Rádio Stalin nebo budoucí Faktor a další, bylo to věcí ojedinců a dobré vůle několika lidí, a to ať už lidí z Radiokomunikací, z Československého rozhlasu, nebo z meziresortní komise ministra Mikloška. Byla to vůle ojedinců, nebylo tady žádné přesné zadání. Vznikalo něco nového, co mělo veliký úspěch.

Pamatuji si, že jsme uspořádali výzkum poslechovosti Evropy 2, který dopadl neskutečně. 85 % Pražanů vědělo o Evropě 2 a 30 až 35 % (přesně si už nepamatuji) ji poslouchalo. Nebyl to moc profesionální průzkum, byl dělaný nezávislou institucí, která ještě neznala, jak se takový profesionální průzkum dělá, ale bylo to velmi povzbuzující.

V roce 1991 vznikl zákon 468 a byl to v tehdejší době první zákon v tzv. postkomunistických zemích, což byl velký úspěch. Byl udělán rychle

a byl ve své podstatě, na tu dobu, velice dobře udělán.

Se zákonem 468/91 začala nová doba. Evrope 2 k velké úlevě Československého rozhlasu zakončila spolupráci s Československým rozhlasem a musím říci, že tehdejší generální ředitel Československého rozhlasu mně poprvé poděkoval. Evrope 2 zainvestovala založení nového soukromého rádia Evropa 2 a během jednoho roku licence lokálních vysílání přibývaly nebyvalou rychlostí. Dnes, je-li to správné číslo, je nás okolo osmdesáti. Ono se to může měnit den ode dne. V roce 1992 byly uvolněny ty horší kmitočtové sady Českého rozhlasu, když říkám horší, tak doopravdy horší, tzn. ty, které nemají tu kmitočtovou kvalitu, kterou má Radiožurnál nebo druhá sada, kterou má Vltava. Licenci dostalo Rádio Alfa a Frekvence 1 a byli jsme za to velice vděční. Relativní úspěch těchto rádií v poslechovosti měl však pochopitelně hned jeden bolavý bod. V tak roztržitém rozhlasovém trhu, kde bylo již 60 lokálních stanic, a s podporou, kterou dostávají veřejnoprávní subjekty, a neúprosně drahými penězi na šíření signálu je velice těžké vytvářet silný ekonomický subjekt, který by mohl vytvořit tu pravou rovnováhu, kterou duální systém předpokládá. S některými privilegii, která Český rozhlas dostává, je těžko konkurovat, i když slovo konkurence v tomto případě není správné, řekl bych, že není těžké pro Český rozhlas být úspěšný oproti nám.

Na základě těchto postřehů bych si dovilil malé zamyšlení nad začátky a jeho dopady na dnešek. V České republice vznikl duální systém a je to velice dobře. Je však kulhavý. Jeho kulhavost je zakotvena v samém začátku. Popřípadě – a já mám takový příklad – Evropa 2, která měla od samého začátku ambici vytvořit buď s Československým rozhlasem, či sama síť podle evropských modelů, dostala, a je za to vděčná, tenkrát jen jednu licenci pro Prahu. Dnes přes veškeré naše snahy a deklarovaný souhlas regulátora ta síť není stále kompletní a tím pádem neexistuje. Nová rádia se podle této neblahé zkušenosti spíše uzavřela do svých regionů a začala vytvářet komerční sítě, na které regulátor nemá vliv. Myslím, že je to špatně. Myslím, že v České republice může existovat několik sítí, které by si konkurovaly a které by vytvářely větší rovnováhu na trhu. Ambice na vytvoření jisté síly, která by tvořila pluralitu vysílání

na základě silného a možná bohatého reklamního trhu, byla roztroušena na malá lokální a regionální rádia. Asi 80 držitelů licencí a asi 70 majitelů. Chci jenom podotknout, a neříkám, že nemají existovat více a další rádia, já mám problém s tím, že je strašně moc majitelů. To je problém. Rádií může být 100, 200, 1000, 2000, ale majitelů nemůže být 2000. Je-li konkurence mezi několika subjekty, tak je tvořivá, nemůžeme však považovat za konkurenci na trhu boj o každodenní chleba malých subjektů. Co se týká konkurence s veřejnoprávním sektorem, tak ta také není možná. S podporou, kterou má Český rozhlas v České televizi, kde reklama na Český rozhlas činí několik desítek milionů, my nemůžeme konkurovat. Nemáme šanci uspět. Ani regulátor, ani legislativec nevyjadřují dostatečnou vůli k jisté koncentraci, já vím, že je to strašné slovo, ale je to slovo jediné, které znám. Přiměřené koncentrace beru; bez této přiměřené koncentrace zůstane náš rozhlasový trh chudý a nebude schopen vytvořit to, co je zásadní: různorodost, vynalézavost, pluralitu vysílání. Naše soukromá rádia jsou si podobná, bylo to tady řečeno a je to pravda, jsou si podobná, protože jsou chudá. Není pravda, že by v těch rádiích nebyli lidé, kteří by nebyli schopni vytvořit zajímavé programy, vymýšlet nové věci atd. Jenomže my na to nemáme. Je líž mluvit o pluralitě vysílání v České republice, to je lež. V České republice existuje pluralita vlastníků, kteří nemohou dělat nic jiného, než vytvářet pár mnohokrát obehnaných, vyzkoušených a také levných formátů. Nemohou vytvářet ty hodnoty, o kterých jsme mluvili. Český rozhlas z toho pochopitelně profituje a nikdo mu to nemůže vyčítat. Z příjmů z koncesionářských poplatků a ze sponzoringu, nezapomeňme, že Radiožurnál je dnes jedním z nejvíce sponzorovaných vysílání v České republice a s neskutečným počtem frekvencí, na které my nikdy nedosáhneme, Český rozhlas je téměř neporazitelný. Nedojde-li k majetkové koncentraci v soukromém vysílání, tak jak se to stalo např. v západní Evropě, mluvím o tom, co znám, kupř. ve Francii bylo vysílání liberizováno v roce 1981 a zkoncentrováno v roce 1987, tzn. za šest let, nevznikne vyvážený rozhlasový prostor. V České republice je to už deset let a ta koncentrace stále není. Je to na úkor nás všech. Už tak dobrá úroveň mnohých našich rádií nepůjde dál, bude ztrácet jak finančně, tak v důsled-

ku programově. Chtěl bych něco poznamenat k tomu, co tady říkal pan profesor o hodnotách, které rozhlas vyjadřují. Jedna věc mně tam chyběla, a to je role finančních hodnot. My vytváříme peníze. My vytváříme pracovní příležitosti, my vytváříme peníze pro životaschopnost Českých radiokomunikací a my vytváříme také peníze pro autorská práva. A vytváříme také trh, to je předpoklad první, nejpodstatnější. Chtěl bych pouze říci, že v rámci všech hodnot, o kterých jsme mluvili, se musí také mluvit o těchto hodnotách, a to stejně otevřeně a stejně kvalitně.

Musíme mluvit o tom, že soukromý sektor reprezentuje přes 70 % posluchačů České republiky, a přitom není silný, bohatý, a že jeho obrat je nižší než příspěvky na veřejnoprávní rozhlasové vysílání. Vždyť je to podivné. 70 % posluchačů České republiky poslouchá soukromý sektor a soukromý sektor vygeneruje méně, než co dostane Český rozhlas jako příspěvek. Je to chyba od samého začátku, jak jsem říkal, jistého kulhavého duálního systému v rádiích, za který jsme – znovu opakuji – vděční. Je to také nedůsledností nás všech ve vytváření právě těch opravdových hodnot, a to jak programových, tak finančních. Dnes je možná už velmi lehké o tom mluvit, ale mělo se začít celoplošnými privátními rozhlasem. Mělo se začít tímto. Víím, byl zde strach, co by se stalo,

a strach vcelku oprávněný, když myslím na to, co se stalo v televizním sektoru. Dnes není jiná cesta než koncentrace prostředků jménem plurality vysílání. Dále bych dodal, že jsme vděční alespoň za to, co je. Dnes stojíme – a pan poslanec Kučera o tom mluvil – před neskutečnou šancí změnit daný stav a postavit s novým zákonem moderní rozhlasové klima a vytvořit úspěšný komerční trh a různorodost programu. Vííme však, že prosadit takový zákon, který by nás zakotvil v moderním světě, naráží na mnohé nepochopení a často na neúprosné, hloupé osočování. Jsme první – a mluvím zde určitě za valnou majoritu privátního sektoru –, kteří chtějí jasný zákon, který by byl evropský a který by v sobě zachycoval naši realitu, která – snad nepřeháním – je někdy i smutná. Nejsem však pesimistou, ba naopak, jsem přesvědčen, že zde dojde k pochopení, že cesta do Evropy, cesta ke kvalitě, cesta k různorodosti nejde nacionalisticko-regionálním viděním věcí, neprochází ideologizací, neprochází také osočováním a hloupostí, ale prochází otevřeností, důvěrou, diskusí a pokorou.

Chtěl jsem vám poděkovat za to, že jste mně umožnili zde promluvit a že jsme zde dohromady. Tím, že jste mě vyslechli, jste se stali obětí lobbisty, jak se o mně chybně říká. Děkuji vám za to, že jste mně pomohli k lobbování, k etickému chování na rozhlasovém trhu.

**Michal Zelenka:**

## **Provoz a provozovatelé soukromého vysílání**

Vůbec jsem si nepřipadal jako živá legenda, ale spíše fackovací panák, zejména v době prvních dvou vystoupení. My se ale zase natolik dobře známe, že to tak úplně neberu, a zejména od Honzy (Halase) to tak nemohu brát. On říká dávní přátelé ještě z dejvických studentských hospod, což bylo opravdu pěkné, jestli se nepletu a jestli si dobře vzpomínám. To tedy na úvod.

Tady se toho mnoho řeklo o duálním modelu a o určitém dluhu soukromých stanic. Rád bych vysvětlil některé věci, které tady zazněly a které nezní pěkně. Například, že soukromé vysílání je pouhým futrálem pro reklamní spot. Ano je, ale nejen to. Zároveň je to také služba veřejnosti

a musí to tak být. Kdyby nebyla, tak by se nemohla stát, mimo jiné, tím futrálem na reklamní spot. Neměla by to důležité, a to je posluchač. A posluchače evidentně má. Zjevně to nebude jen povrchností stanic, i když můžeme konstatovat, že hrají podobně. Nesouhlasím zcela s Michelelem (Fleischmannem) nebo s jinými předřečníky, protože náš soukromý rozhlasový trh je pestřejší než kupř. německý. Už jen tím, že ve většině evropských zemích nemají fenomén, který se jmenuje country – teď myslím místní country, ne americkou country, ale do toho se nechci pouštět, protože o tom bude odpoledne mluvit J. Vlček. Evropané vlastně mají dva nebo tři typy formátu pro dospělé poslu-

chače a tím to celé končí. Takže to, o čem chci mluvit, je marketingové hledisko. Co to je marketing, na to existuje asi tisíc různých definicí, mně se líbí jedna – velice hezká –, že marketing je řízený proces, který umožňuje nabízet správné věci pravým lidem ve správný čas, na správném místě a za správnou cenu. A tady, když chceme definovat rozdíl mezi veřejnoprávním sektorem a soukromým sektorem, tak se asi neubráníme tomu, že zatímco u veřejnoprávního sektoru je ze zákona a vůbec na základě smyslu existence určitá povinnost programové nabídky, tak u toho soukromého sektoru je nutnost, do jisté míry nezbytnost, se řídit poptávkou. Samozřejmě ta nutnost je tak velká, jak velká je konkurence, a ta nutnost bude tak velká, kolik je na tomto trhu finančních prostředků.

Můžeme udělat 14denní seminář o tom, co všechno by mohly soukromé stanice udělat a jakou roli ve společnosti a dokonce i v sociálním marketingu by mohly mít, ale budou jednou provždy omezené tím, o čem mluvil Michel Fleischmann, a to je možnostmi trhu, tedy kolik můžou dostat peněz. Český rozhlas, jeho potencionál je, kdyby se podařilo vybrat koncesionářské poplatky, jak se nesprávně říká, a kdyby se podařilo vybrat všechny, tak je to něco kolem miliardy šesti set nebo sedmi set milionů. Ve skutečnosti se vybere něco přes miliardu. Všechna soukromá rádia v této zemi dostanou brutto příjem kolem 700 milionů korun. Tzn., že je to téměř polovina toho, čím disponuje Český rozhlas. A z toho vidíte, kolik muziky se dá udělat za tyto peníze, za tak málo peněz.

Já jsem tady připravil něco, co to rádio vlastně je. Je to program, který je dán obsahem, strukturami a prezentací, pak je to logicky propagace toho programu, která má nějaké své úlohy a cíle, druhy propagace, segmenty propagace, nechci o tom obsáhle hovořit. Je to něco, co máme společného s veřejnoprávním rádiem, a dá se to shrnout pod programový marketing. To, co za Český rozhlas dělá Arbomedia, dříve IP Praha, je část obchodního marketingu, tedy propagace prodeje a pak samotný obchod na národním trhu. To, co tady existuje, jak o tom mluvil Michel Fleischmann, je, že Rada České republiky vydala téměř všechny licence, které vydat mohla. Musím říci, že tady malinko opravím pana Moravce, ten liberalismus nebyl bez-

břehý, on byl pitomý. On byl blbý. Protože kdyby Rada poslouchala to, co jsme jí vyprávěli, z hlediska marketingu nebo možností trhu, tak by neudělala to, co udělala. V naší zemi de facto neexistují lokální rádia. Mohl bych jmenovat možná dvě – Rádio Děčín, Rádio Hrad na Těrlícku a Rádio Karyon – to už vlastně také ne, a pak máme regionální sítě, možná nadregionální sítě.

Za těchto okolností, kdy tyto stanice soutěží na národním trhu a dominují na regionálních trzích, se opravdu nemůže příliš dařit celoplošným stanicím, to je prostě fakt. Přitom na celoplošné stanice Rada nakládá povinnosti a dokonce v jisté souvislosti jsem slyšel, že mají být normotvorné. To se za ty peníze, které dostávají, nemůže povést ani omylem. Je to naprostý a úplný nedostatek vědomí, co to soukromé rádio je, co by ještě mohlo být a co už v žádném případě být nemůže. Já jsem se při této příležitosti chtěl zeptat, třeba Jardy Zváry, co si myslí, že ty soukromé stanice vlastně prodávají. Ano, uši posluchačů. Ušaté peněženky, nebo když to chceme říci hodně cynicky – je to bílé maso. Kdyby na světě existoval jenom veřejnoprávní nebo dříve státní sektor, tak tady máme rádio, které bude definovat potřeby cílové skupiny, kterými jsou nějaké informace, nějaká zábava, nějaká hudba, a kdyby se to podařilo dobře udělat, vyřeší potřeby posluchačů, přinese jim prospěch a veřejnost se odmění v tom smyslu, že bude to rádio poslouchat.

Mimochodem přesně o tomto problému jsem hovořil, když jsem do Lidových novin psal ten nepochopený článek o Vltavě. Vůbec nešlo o útok na veřejnoprávní médium. Tam jsem Vltavu naopak vyzýval, aby nám více konkurovala, vůbec nežádám její likvidaci, ba naopak. Strašně bych Vltavě přál, ať nám sebere nějaké posluchače, abychom měli o co bojovat. Nevím, zda Michel Fleischmann je pro – ano je –, ať nám Vltava sebere posluchače. Nevím, zda se shodneme na tom, že když posluchači budou poslouchat rádia, stanou se zákazníkem vysílání. Asi se na tom shodneme. Když poslouchají Český rozhlas, tak za to jistou mírou zaplatí tou nepřímou daní. Když poslouchají soukromé rádio, tak zaplatí tím, že nevypnou na reklamní blok. Později zaplatí tím, že si koupí nějaké zboží, na které byla vysílána reklama. Uznejte, že bez toho by to soukromník nemohl dělat, dlouho by to nevydržel.

Koneckonců se můžete zeptat přímo vašeho generálního ředitele, ten s tím určité zkušenosti má, jak je to těžké. Rádio, když má své posluchače, a to chvilinku trvá, tak z těchto posluchačů vyrobí produkt, určitý druh zboží, přidá k němu další hodnotu ve smyslu marketingového servisu a správného oslovení té cílové skupiny a doslova a do písmene je podle výzkumu nasáčkuje na balíčky po tisících, převážně je mašlí, odnese je k reklamnímu klientovi a řekne: Koupíš? Jsou pěkní, jsou čerství, zdraví, vypadají skvěle. Reklamní zákazník řekne koupím, a je velká sláva. A pokud tomu rádiu skutečně zaplatí za oslovení té cílové skupiny, což v naší zemi také není úplně obvyklé, vyřeší potřeby rozhlasu nebo rádia a přinese mu prospěch. Jestliže reklamní zákazník zaplatí za oslovení cílové skupiny, za správné sdělení a za servis s tím spojený, rádio pak zaplatí svým zaměstnancům a přinese jim kýžený prospěch. Kruh se uzavře a všichni jsou spokojeni. A to je to, že napřed se kruh musí uzavřít a všichni musí být spokojeni, a ono se to u nás ne vždy děje a ne všichni chápou, že toto je jediná možná logika, jak soukromá média mohou existovat. Také bych chtěl říct, že to možná vypadá cynicky, že prodáváme posluchače, chudáky. Já mám pro ně také jednu hodně dobrou zprávu. Když roste spotřeba, což reklama zásadně podporuje (ted' můžeme udělat týdenní seminář na to, zda cílem společnosti je spotřeba), je i práce. Skoro v celé naší zemi máme problém a výhledově budeme mít ještě větší problém s tím, že není práce. To je ta jedna dobrá zpráva pro posluchače. Druhá dobrá zpráva spočívá v tom – tím, že se stali zbožím, tak se vlastně účastní trhu a všude, kde je konkurence a soutěž, zvyšuje se nabídka, klesají ceny a zlepšuje se servis. Média z konkurenčního prostředí nejen žijí, média ho vytvářejí. Pozor, já si osobně myslím, že to není úplně správné, aby veřejnoprávní média vůbec neměla reklamu. Myslím, že reklama nebo vůbec komerční komunikace, a to je lepší slovo, že je to velice důležitá záležitost v tržní společnosti. Žádnou lepší jsme zatím nevymysleli. Média jako nositelé komerční komunikace jsou něco, co je nezbytné pro její rozvoj. Proto bychom se neměli tvářit, že je to nějaká hnusota nebo nezbytnost, o které se má mluvit jenom šeptem. To je důležitá věc, kterou vyspělé společnosti chápou. U nás se zejména regulátoři nebo ně-

kteří legislativci tváří, že reklama je ničemná manipulace. Marek Šebesták z agentury Mark BBDO žertem říká: „Neříkejte mamince, že pracuji v reklamní agentuře. Ona si doteďka myslela, že hraji na piano v bordelu.“ Takové postavení má reklama v našich myslích, a přitom to není pravda, jedná se o důležité informace. Soutěž a její dopad na cenu, nabídku a dodatečné služby jsou něčím, co jsme ještě velmi nedávno postrádali.

Takže já bych to chtěl uzavřít jednou věcí. Občas se vztekáme, že ta naše soukromá média nejsou lepší, než jsou. Já ani nevím, zda vůbec mohou být o moc lepší, ale vím, v čem by mohla být výjimečná a v čem by mohla doplnit pluralitu vysílání. Za tisíc kontaktů s posluchačem v délce 30 vteřin dostane Regie Radio Musik, která jako mediální zastoupení prodává rádia zastupovaná p. Fleischmannem, stejně jako Arbomedia, která prodává omezený čas spojený s posluchači Českého rozhlasu, zejména Radiožurnálu. Za tisíc kontaktů – za těch krásně převázaných tisíc kontaktů s posluchačem – v délce 30 vteřin se ta cena pohybuje mezi 25 až 30 korunami. V Německu, ve Francii, Holandsku, Anglii je to 6x více. Co to znamená? Toto je věc daná rozdílem kupní síly obyvatelstva, tzn. je daná i rozdílem produktivity práce obyvatel těchto zemí, je daná do jisté míry i ochotou obyvatel různých zemí více pracovat a být produktivnější. Co to znamená pro média? Znamená to jednu věc: v Německu můžete udělat to rádio 6x dražší, já se zeptám, bude automaticky 6x lepší? Já myslím, že spíš nebude, ale je tady jiná bezvadná věc. Může být pro 6x méně lidí. A v tom vidím velkou budoucnost. Zatím nemohou mít ani gayové své rádio, protože jsou jich 4 % a to nestačí. Na to, abyste mohli na nějakém trhu fungovat, tak to musí být 7 %. Toto je realita, která vyplývá z marketingu, a já jsem chtěl o této části podnikání soukromých rádií mluvit proto, abych u těch z vás, kteří nás z nějakých důvodů nemáte moc rádi, rozptýlil předsudky. My si moc vážíme toho, že jsme sem byli pozváni, a právě ta možnost poslouchat se vzájemně a bavit se o těchto problémech likviduje tato nedorozumění. Já si myslím, že v rámci výzkumu nebo legislativy žijí soukromý a veřejnoprávní sektor spolu více než dobře. Dá se to dokumentovat užitečnými fakty. To je všechno, co jsem vám dnes chtěl říci, děkuji pěkně a přeji vám dobrou chuť.



Josef Vlček:

## Formát rozhlasových stanic v České republice

### 1. etapa – Evropa 2: konečně jinak

21. března 1990 začala v České republice poprvé vysílat soukromá stanice, francouzská Evropa 2. S ní poprvé přišlo do éteru moderní hudební rádio. Krátké, přehledné zprávy v celou, ráno navíc ještě tituly v půl, zbytek moderní pop. Ohlas stanice v Praze byl fantastický, a když o rok později Evropa 2 začala vysílat česky, byla poprvé prolomena alespoň v Praze hegemonie rozhlasu veřejné služby. Podle vůbec prvních výzkumů měla v roce 1991 Evropa 2 přes 30 % pražského trhu.

Tím, že zpočátku neměla Evropa 2 žádnou konkurenci, byl i její první formát poměrně nekultivovaný. Lidé stanici poslouchali jako **alternativu** k Praze a Radiožurnálu, bylo pro ně důležité, že stanice **zněla jinak**. Nesmíme zapomenout, že Český rozhlas se v té době snažil distancovat od své minulosti a přešel do opačného extrému. Výsledkem byla strašná nejednotnost hudební koncepce – naladit některou z jeho stanic bylo sázkou do loterie – mohl tam znít stejně tak Karel Gott jako Psí vojáci. Evropa 2 sice nabízela ve svých začátcích poměrně velké procento francouzské hudby (asi 30 % v roce 1991), ale celek měl jeden jasný hudební vkus.

Evropa 2 přinesla některé důležité, v tisících světových rádií ověřené programové poznatky, které se ještě více potvrdily v okamžiku, kdy se rozhlasový prostor v České republice výrazně zahustil. Základní z nich se ještě výrazněji projevil v okamžiku, kdy vstoupila do televizního prostředí Nova: **Běžný posluchač rádia vnímá své médium v horizontu jednoho dne, běžný posluchač televize v horizontu jednoho týdne**. To znamená, že jeho životní stereotypy rozeznávají u rádia jenom denní strukturu a on sám nedokáže rozlišovat mezi pondělním nebo úterním programem. Nova pak ukázala, že běžný divák dokáže u televize rozlišovat jen jednotlivé dny v týdnu – uvědomí si, že v pondělí je například Caruso Show, ve čtvrtek na jiné stanici Do-Re-Mi a podobně. Je to celkem logické – rádio posloucháme tehdy, když na něj máme čas a chuť. Zmáčknu knoflík a musím slyšet přesně to, co chci. A pokud to do několika vteřin nedostanu,

přeladím. Díky tomu, že se dneska nejezdí po škále, ale rovnou přepíná na další stanici, lidé zapoují jako zběsilí.

Úspěch Evropy 2 v letech 1990–1993 byl dán právě tím, že představovala moderní rádio, které v budoucí konkurenci jednadvaceti v Praze vysílajících stanic jasně definovalo svou tvář. Veřejnoprávní celoplošné stanice na tento fakt nedokázaly včas zareagovat a zůstaly se svými nepravidelně rozvrženými bloky v poli poražených. Není divu, zmíněné základní pravidlo pravidelného formátu nebylo naplněno – chci hudbu a stanice mluví v jednom kuse až dvacet minut. Chci mluvené slovo a tatáž stanice mi najednou hraje šest nebo sedm písní za sebou.

Po Evropě 2 přišla silná regionální rádia a dále vytlačovala Československý rozhlas. Přestože bylo na území republiky mnoho míst, kam soukromé stanice nedosáhly, a přestože většina regionálních stanic oslovovala jen některé společenské vrstvy, poměrně rychle získal privátní sektor 30 % trhu. Na stanice, které produkovaly hudbu s poměrně chabým zpravodajským servisem, to bylo povážlivě mnoho.

Dnes tvoří soukromé stanice – včetně tehdy ještě neexistujících celoplošných stanic – přes 57 % mediální scény v ČR.

Jednotlivý hudební charakter je základní podmínkou boje v přehuštěném éteru.

### 2. etapa – Frekvence 1: první retro

Evropa 2 byla v roce 1992 lokální hudební stanicí, možná základem nějaké budoucí hudební sítě. První soukromé celoplošné stanice začaly vysílat až koncem roku 1992. Jestliže bombou roku 1991 byla Evropa 2, událostí roku 1993 byla Frekvence 1. Její formát byl úmyslně koncipován jako kombinace bloků a hudebního proudu. **Zatímco bloky byly vytvářeny tematickým mluveným slovem, hudba byla koncipována jako hudební proud typický pro hudební stanice**. Povedlo se tím zachovat dynamiku hudebních rádií, ale zároveň se stanice přiblížila obecné zkušenosti střední generace, která prožila většinu života při poslechu výrazně upovídáného státního rozhlasu. V tomto konceptu „televize bez obrazu“, jak jsme tomu

tehdy říkali, byla tedy obsažena jak zdánlivá modernost, tak znovu se navracející, konzervativní vkus střední a starší generace. Rada chápala projekt Frekvence 1 jako přímou konkurenci formátu Prahy, která byla tehdy úspěšnějším formátem než veřejnoprávní zpravodajská stanice. Frekvence 1 to naplnila a tato filozofie zdánlivě moderny dokázala stáhnout na stranu Frekvence 1 větší část mladších posluchačů Prahy a vytlačila její hlavní cílovou skupinu vysoko nad padesát let.

Frekvence 1 byla prvním rádiem, které šlo ve svém začátku k hudebnímu retro formátu. Nebylo to ale jen kvůli tomu, že stanice útočila na formát Prahy. Bylo to také vyjádření zkušeností, které jsem jako autor hudebního formátu tehdy měl s posluchači střední generace, kteří přestávali vnímat formát Evropy 2. První signál k tomu dal nástup Kissu 98, který své úspěšné vysílání v začátcích postavil na velmi konzervativním formátu, v němž dominovaly hity šedesátých let. Objevilo se i Country Rádio, které ukázalo, že začíná odklon od nasycování se novou, hlavně rockovou hudbou, jež bylo typické pro první polistopadová léta. Jako redaktor hudebního časopisu Rock a pop jsem si také všiml klesajícího zájmu o „zakázanou“ nebo „potlačovanou“ kulturu, která se projevovala v klesajícím nákladu časopisu, jenž na to nedokázal reagovat. Období prudké změny prostě skončilo a posluchači se chtěli vrátit do svých zajetých kolejí. Přesto potřebovali pocit změny.

Frekvence 1 se tedy profilovala po hudební stránce jako soft AC, jen s malým důrazem na nové skladby. Důležité bylo, že posluchačský vkus vůbec nesouvisel se stylem. Čtyřicetiletý muž akceptoval stejně melodickou metalovou baladu, countryový song z padesátých let i současný pop-hit, jedinou podmínkou byla chytlavá melodie. Řešením byla až směšná všehochuť. Protože RRM, reklamní kancelář Frekvence 1, zastupovala také Country Rádio, museli jsme ustoupit nátlaku majitele této stanice a vyřadit většinu country, kterou jsme nahradili – s ještě větším úspěchem – českým popem sedmdesátých a osmdesátých let. V jednom okamžiku na konci roku 1994 hrála Frekvence 1 nevídaných 55 % domácí hudby.

Chce-li v Čechách současný typ celoplošné stanice získat nejen mluveným slovem, ale i hudbou, musí být o něco konzervativnější než místní hudební rádia. Koneckonců, celoplošky

jsou stanicemi střední a starší generace, která už o nové trendy nemá moc velký zájem.

### 3. etapa – Alfa: soukromé rádio se nedá dělat veřejnoprávně

Nedávno jsem byl osloven Lidovými novinami s anketní otázkou Kdo u nás nejvíc kazí lidem vkus? Odpověděl jsem, že si ho lidé nejvíc kazí sami, což je sice pravda, ale myslím, že úplně správná odpověď to není. Dvacáté století je příliš komplikované na to, aby se v něm dalo hovořit o vkusu a nevkusu. Vidíme řadu příkladů, kdy vzniklo cosi, co se přičilo obecnému vkusu, a přesto se během jedné generace stalo normotvorným vkusem. Jak postupovala reprodukovatelnost uměleckého díla a umělecké dílo se stávalo čím dál více zbožím, dimenze vkus a nevkus se smazávala. Podíváme-li se na druhou polovinu dvacátého století, pak rock'n'roll byl považován – a to nejen v tzv. lidově demokratických zemích – za nevkus. Za nevkusnou byla považována hudba hippies, punk a řada dalších hudebních proudů. Dnes za nevkusné považujeme teenagerské kapely. Ale – a to je šokující – jejich předchůdce, které jsem jako vizionář dobrého vkusu nenáviděl, dnes nová generace považuje za klasiky a normotvorné umělce. Myslím tím kapely sedmdesátých let, jako byli Osmonds, Partridge Family, Bay City Rollers atd. Slavný vídeňský architekt Adolf Loos prý někde napsal, že neexistuje vkusný a nevkusný byt, ale jen místo, kde se člověku buď příjemně, nebo nepříjemně bydlí.

Mluvíme o vkusu proto, že při udělování prvních celoplošných licencí se objevila řada velmi ušlechtilých projektů, které nabízely zpravodajství s klasickou hudbou a podobně. Vedle Frekvence 1, která se hlásila k tomu, že bude lidovým zábavným rádiem, dostal druhou licenci projekt Rádía Alfa. Jeho ušlechtilé rysy v mnoha prvcích výrazně připomínají to, s čím o pár týdnů později přišel televizní projekt CET 21. S tím rozdílem, že se to Alfa v první fázi své existence pokusila uskutečnit, aniž brala na vědomí fakt, že opakuje stejné chyby, jakých se v té době dopouštěl Český rozhlas.

Vzpomínám si, jak mě šokovalo, když jsem v ranním programu Alfy slyšel blues o tom, jak je život těžký. Nebo jak mne fascinovalo, že stanice hrála B-strany singlů a úplně neznámé albové skladby, protože se někomu z redaktorů lí