

bily. Všimněte si té zpupnosti – jemu se to líbilo, tak to těm tisícům lidí bude hrát. Kdykoliv jsme na Frekvenci 1 udělali nějaký hudební výzkum, mohli jsme si být jisti, že nejhůře vytestované skladby hraje Alfa jako své priority. To platilo jak o období, kdy byl hudební program pod kontrolou Jana Spáleného, tak o pozdějším, kde se programačních omylů dopouštěl Pavel Hruška.

Ještě horší však bylo to, že rádio stálo na blokovém programování hudby. Zopakovalo tím strategickou chybu stanic veřejné služby ze začátku devadesátých let – televizní programaci v rozhlasovém médiu. S tím rozdílem, že na těchto stanicích zbyli už jen ti posluchači, které je k přeladění jinam velmi těžké donutit. Alfa se tak potácela kolem 3–4 % posluchačského podílu na trhu, což znamená, že ji po celé republice sledovalo zhruba tolik posluchačů, kolik dneska na dvou vysílačích ve středu Čech poslouchá Blaník.

Alfa a po něm vlastně i Echo ukázaly, kudy cesta celoplošných stanic nepůjde. Na českém trhu nebylo možno vytvářet nákladná komerční rádia, která by pracovala jen s výlučným publikem. Frekvence 1 může potvrdit, že ani deseti-procentní podíl na trhu nedává rádiu dostatek financí, aby mohlo soupeřit s nákladností programu rádií veřejné služby. Jediným řešením se u celoplošných stanic, které nechtěly zůstat u publika 50 a více let, ukázal flexibilní hudební formát, držící stejný celodenní charakter. To ostatně pochopil v roce 1996 i Radiožurnál a zavedl – jak se v ČRo dost nešikovně říká – proudové hudební programování.

Chce-li v dnešní době celoplošná stanice získat dostatečný počet posluchačů, musí si uvědomit, že většina jejích posluchačů nebude mít ani středoškolské vzdělání.

4. etapa – Evropa 2: problémy programu pro celoplošnou síť

Evropa 2 byla od začátku chápána jako základ programové sítě. Po listopadu však budovat síť dost dobře nešlo – byl tu především hlad si „zavysílat“. Soukromé stanice si neuvědomovaly, že rádio je podnikání jako každé jiné, a nehlédly na náklady provozu s představou, že hlavní je jejich osvětová seberealizace. Ke změně názoru došlo u mnohých až v polovině devadesátých let. Tehdy si některá ke dnu padající rádia uvědomila, že přebírat úspěšný,

dobře vytestovaný a kvalitní značkou pokrytý program je levnější než generovat vlastní vysílání s deseti nebo dvanácti moderátory, kteří si také chtějí vydělat. Bohužel, v této době už došlo k diferenciaci publika.

Co se stalo. Když v roce 1993 začalo jako první přebírat program Evropa 2 Rádio Most, zjistili jsme v testech, že vkus pražského a severočeského publika se vůbec neliší. V roce 1996 už bylo zřetelné, že nastává vlna diferenciacie. U masového publika dochází k vzniku rozdílu mezi velkoměstem a venkovem. Velkoměsto sice výrazně slevilo ze svého hypermoderního vkusu, ale pořád ještě bylo schopno akceptovat programy na pokraji CHR a AC formátů. Proti tomu venkov začal ztrácet kontakt s aktuálním hudebním děním.

Dalo by se to velmi dobře demonstrovat například na klubovém životě. Je to období, kdy zaniklo nejvíce mimopražských rockových klubů. Znovu nastartovala instituce vesnické diskotéky, hrající směs českého popu a elektronické dechovky. Proti tomu velkoměstu zůstává prostředí exkluzivních tanečních klubů, kde se rozvíjejí moderní a experimentální taneční směry.

Evropa 2 se v letech 1997–1999 stala příkladem ošidnosti městského hudebního formátu. Vedení stanice, dvojice Roman Ondráček a Miloš Pokorný, postavilo formát, který stál uprostřed rozporných hudebních zkušeností pražského a venkovského vkusu, přičemž se přikláněl k citění spíše velkoměstskému. Evropa 2 měla tehdy jasně čitelné výsledky v Mediaprojektu – kdykoli se zlepšila v Praze, tj. její formát byl víc soustředěn na pražské publikum, klesala ve venkovských filiálkách. A když se snažila kompenzovat situaci ústupem od velkoměstského vkusu, polepšila si sice na venkově, ale ztratila v Praze. Jak to při takovém balancování bývá, nabírala její loďka více a více vody a do konce roku 1999 doplula s tragickými výsledky.

Ještě na další problém upozornila Evropa 2 ve svém nejrozporuplnějším období. Na nepříjemný pragocentrismus, který v sociální a politické krizi konce devadesátých let působil na venkově nepříjemným dojmem. Nějací hogo fogo Pražáci sdělovali chudému venkovu své knížecí moudrosti. Není to sice věc bezprostředně se týkající hudebního formátu, ale je důležité si uvědomit, že loňský fenomenální úspěch Blaníku a některých venkovských stanic Kissu je postaven zčásti také na opačném přístupu, než měla

Evropa 2. Ne město poučuje venkov, ale skromný a chudý venkov oslovuje město.

Tedy shrnuto: výsledky Evropy 2 nám představily další základní problém hudebního formátu celoplošných stanic – rostoucí rozpor mezi Prahou a zbytkem republiky.

5. etapa – Nová Alfa: infotainmentové hudební rádio

Smutná kapitola. Když CME koupilo větší podíl Alfy, přišlo se zajímavou myšlenkou – vytvořit z rádia doplňkové propagační médium Novy. Souviselo to se zatím poměrně málo analyzovanou a nikdy dokonale nenaplněnou snahou vedení Novy vybudovat celý silný obchodní komplex, soustředěný kolem hlavního média. Význam bohužel neúspěšné Besedy pro budoucí podobné pokusy je nedocenitelný. Nicméně, v případě Nové Alfy se stanice pokusila změnit proti licenčním podmínkám formát natolik, že muselo dojít ke konfliktu s konkurenčním prostředím. Alfa se dostala až na pokraj odebrání licence.

Výsledky Nové Alfy byly ovšem velmi dobré. Stanice se blížila v poslechovosti Frekvenci 1. Samozřejmě, Nova byla tehdy na vrcholu své popularity a reklamní kampaň, kterou pro svou sesterskou stanici vedla, byla drtivá. Nicméně tehdejší program Alfy přinesl několik podstatných zkušeností pro vytváření hudebního formátu u celoplošných stanic. Reklamní kampaň především potvrdila, že hudební formát není všechno a intenzivním tlakem silného média se dá posluchačům vnutit téměř všechno. Dále se ukázalo, že s hudbou se dá ve zpravodajsky laděném programu daleko lépe vyjít, když je místo solidního zpravodajství nabízen infotainment. A pokud celoplošná stanice pracuje se stručnými a přehlednými moderátorskými vstupy, posílí dynamicky laděný a pestrý AC formát efekt aktuálnosti, jenž je pro zpravodajství nezbytný.

Bohužel, ke konci své existence dovedla Alfa tento inspirující přístup do extrému a dvě dívky, které tam dělaly hudební program, udělaly – pravděpodobně s cílem zničit nástupci dobrý start – z Alfy málem tvrdé rockové rádio.

6. etapa – Radiožurnál: hledání identity

Došli jsme k nejtěžšímu z celoplošných hudebních formátů, k hudbě pro zpravodajské sta-

nice. Na příkladu Alfy vidíme, že populární hudba, jež je kulturou leisure time (volného času mládeže) nebo naopak nostalgickým elementem a v obou případech produktem **průmyslu zábavy**, neharmonuje příliš s vážnou a seriózní polohou zpravodajského rádia. Alfa podvědomě musela přejít k zábavné publicistice, aby tuto otázku vyřešila. Podobný problém měla v prvním pololetí roku 1997 Frekvence 1, která se snažila rozšířit svůj záběr i o solidnější zpravodajství. Tomu se podřídila i hudba, která z nostalgičtěji laděného AC přešla poměrně plynule v modernější formát s rotacemi stejnými jako u hudebních stanic. Posun se nezdařil, zčásti i proto, že stanice nemohla sedět na dvou židlích, ale formát se už definitivně nevrátil k původnímu záběru oldies, čímž vznikl další kus prostoru pro pozdější Blaník.

Ideální by bylo vysílat zpravodajství bez hudby, tak jak je tomu v amerických rádiích, ale podobné celoplošné stanice jsou velmi nákladné a jejich sledovanost si v českém prostředí troufneme odhadnout na 4–5 % podílu na trhu. To je zhruba třetina toho, co má dnes Radiožurnál. Navíc podobné stanice mají poměrně krátké ATS. Takový jednoduší charakter programu by proto znamenal především ztrátu vlivu a prestiže média.

Zatímco všechna ostatní celoplošná rádia lze definovat pomocí věkových skupin, o zpravodajství stojí především skupiny zájmové. Mohou to být posluchači od dvaceti do sedmdesáti let, jejichž zájmem je z nějakého důvodu dostávat informace. Jejich hudební vkus je pochopitelně velmi rozdílný. Na jedné straně je Lucie, na druhé Waldemar Matuška. Radiožurnálu se nikdy nepodařilo vydefinovat tyto zájmové skupiny a jejich společné rysy, a proto dodnes hledá svou hudební identitu. Potácí se mezi radikálnějším a konzervativnějším AC formátem, který si vzal navíc za své, že ještě deset let po listopadu nebude hrát produkty toho, čemu se říká nepřesně „normalizační kultura“, i když kolem probíhá revival hudby osmdesátých let. Ostatně zhruba za deset let po okupaci už mohl vystupovat v rozhlase i Vlasta Burian.

Základní chybou identity Radiožurnálu je zde občas slychaná teze, že stanice vysílá pro všechny. Vysílat pro všechny znamená vysílat pro nikoho, to je přitom jedno ze základních pravidel tvorby rozhlasového hudebního formátu.

Z marketingového hlediska je cesta jasná – vytipovat si dominující cílovou zájmovou skupinu a zjistit styčné body jejího hudebního zájmu a ostatními skupinami. Možná je opravdu dobře, že stanice nehraje písně českých pop-hvězd sedmdesátých a osmdesátých let, ale možná se tím připravuje o cennou databázi hudby. Možná je chybou, že hraje málo hudby z devadesátých let.

Hledání hudební identity pro české zpravodajské rádio, kterým prochází Radiožurnál v letech 1998–2000, patří k nejdůležitějším bodům vývoje hudebních formátů v Čechách za uplynulých deset let. Vyvolává totiž otázky, které jdou až za hranice problematiky hudebního formátu. Každé rádio má svou těžko popsatelnou duši a některé výsledky průzkumů naznačují, že je možná nejvyšší čas začít duši stanice nenápadně proměňovat, protože se povolna mění i charakter české společnosti. Díky zápasu dvou celoplošek – Impulsu a Frekvence 1 – je navíc Radiožurnál vytlačován stále více směrem ke starším generacím, přičemž mladší zpravodajství lačné zájmové skupiny na sebe nabaluje dynamičtější Impuls, u nějž není hudba tak potlačována na úkor zpravodajství a publicistiky jako u Radiožurnálu.

Z krize identity Radiožurnálu si vzaly poučení oba dva nové úspěšné formáty. Stanice Impuls i Blaník využily toho, že Český rozhlas vyklidil posty, které jej na veřejnosti kdysi definovaly. Neúspěch kampaně „Opravdu české rádio“, jejíž efekt na sebe u dezorientovaného publika stáhl Impuls, daleko agresivněji propažující svou „českost“, ukazuje, že Impuls odebral Radiožurnálu jeden z jeho atributů – českou hudbu. Přitom Impuls hraje jen tři české písně do hodiny.

Radiožurnál si v uplynulých letech vybudoval kolem svého programu určitou krustu, kterou se občas v uplynulých měsících snažil prorazit. Petrifikace formátu je ale tak silná, že – jak říkával Hrabal – „skvrny nelze vyčistit bez porušení podstaty látky“.

7. etapa – Impuls: souboj úzký versus široký formát

Impuls je nejmladším celoplošným formátem a pokud se mu říká „Nova mezi celoploš-

kami“, je to myslím poměrně výstižné. Připomíná opravdu formát zábavně-zpravodajské televize v dobách její největší popularity kolem roku 1997. Na rozdíl od Radiožurnálu, kde je hudba pouze trpěným doplňkem formátu, je na této stanici na stejné úrovni jako zpravodajství, prolíná se s ním nebo žije svým samostatným životem, aniž by ji kdo považoval za zprávy znevažující. Napomáhá jim k tomu velmi dobře vybudovaný systém závěrečných vět jednotlivých vstupů, staničních sloganů a jinglů, který dokáže oddělit i nejspornější provázání zprávy a hudby.

Impuls vyřešil problém Radiožurnálu tím, že vsadil na cílovou skupinu mezi třiceti a čtyřiceti roky s vědomím, že k této skupině se připojí především mladší posluchači, ale i dynamičtější skupiny starší generace.

Jiným důležitým krokem je zařazování pro jiné nepřijatelné české hudby. To chce podrobnější výklad: Zatímco běžný zahraniční pop zařazují hudební programátoři skoro bez rozmyslu, u české hudby jsou až nepříjemně kritičtí. Místo toho, aby uvažovali za publikum, které oslovují, stávají se subjektivními hudebními kritiky. Impuls se této vady zbavil a sází na nová jména i na poměrně podprůměrné individuality, jejichž písně hraje s vědomím, že je lidé očekávají a chtějí. Máme-li to srovnat znovu s Novou, je to stejné, jako když po Televizních novinách přijdou Rozjezdy pro hvězdy.

AC formát tohoto typu přináší ještě další výhody, které dávají Impulsu určité šance proti ostatním stanicím. Impuls má jen o něco pomalejší rotace než obvyklé AC formáty. Jeho publikum je zvyklé na to, že hlavní hity slyší několikrát za den. U Radiožurnálu už i dvojí hraní za den občas budí určité pohoršení posluchačských radikálů. Díky těmto rychleji rotujícím skladbám může mít Impuls ve svém zlatém fondu mnohem méně skladeb než jeho konkurenti. Dovoluje mu to soustředit se jen na nejosvědčenější tituly, které posluchač zná. Tím, že je zná, se potom cítí mnohem pohodlněji a může soustředěněji vnímat mluvené slovo. Impuls tak vyřešil otázku hudby pro zpravodajský formát. Nutno ovšem podotknout, že pro starší generaci, která pak zbyla na stanice veřejné služby, by toto řešení bylo asi jen stěží přijatelné.

Mgr. Jiří Hraše: Rozhlas jako tvůrce mimomediálních fenoménů

Nejsem přítelem termínu veřejnoprávní rozhlas a nelíbí se mi definice, podle níž je veřejnoprávní rozhlas „souhrnem subjektivních představ těch, kdo v něm pracují“. Vyznávám Lucemburkovu představu služby. Vysílání veřejné služby charakterizuje nebo by mělo charakterizovat Český rozhlas. Tím se Český rozhlas může lišit od stanic soukromých. Tj. od těch, které vznikly v zájmu názorové plurality a které tuto názorovou pluralitu podle mé zkušenosti realizují tím, že jedna akcentuje country a druhá dává přednost střednímu proudu.

Služba je to důležité slovo. Důležité potud, pokud ho nenaplníme banálním obsahem. „Služba“ – co to je? a co to není? Služba myslím není pasivním vyhráváním na přání, ačkoliv by se to mohlo zdát. Legenda Československého rozhlasu Anna Hostomská-Očadlíková vysílala svoje populární a oblíbené pořady hudby na přání celých 10 let mezi roky 1952 až 1962. Ptala se posluchačů, co by si (zejména z operní hudby) přáli slyšet. Inspirovala se těmi přáními, ale vysílala to, co si posluchači měli přát. (To bude asi ta zpupnost kolegy Vlčka.) Paradoxně byl právě v tom její úspěch. Ale byl v tom také nesporný a ve své době prokazatelný výchovný význam jejích cyklů. Hudebně-výchovný myslím. Z toho příkladu jednou větou vyjádřený princip rozhlasové služby by mohl znít: nikoli plnit vyjádřená či předpokládaná přání, ale nabízet další a nové možnosti a příležitosti. Služba není přetahování oblíbeného baviče, úspěšného autora, populárního pořadu či názvu z televize, z estrádního pódia, ze stránek časopisů. Je to příležitost pro růst vlastních rozhlasových osobností, vlastních pořadů a osobitého rukopisu. Tak se na rozhlasových vlnách zrodili tvůrci různých oborů, ale jedné rozhlasové příslušnosti – namátkou: Vladimír Dvořák, Jiří Horčička, Dalibor Chalupa, František Kožík, Karel Kyncl, Věra Řepková, Jiří Štuchal, Jaroslava Strejčková, Antonín Zíb. Podobně bychom mohli jmenovat pořady-evergreeny, vzniklé na rozhlasové půdě, např. Me-teor, Mikrofórum, Piš a slyš, Lidé–život–doba atd. Služba není udržování posluchačů u rozhlasové skříňky. Je to vliv na posluchače i ve chvílích, kdy od přijímače odejdou. Vliv aktivizující

a činorodý – to je podle mého soudu rozhlasová služba.

Pojem služby je rozhlasová tradice a rozhlasová hrdost. Mezi mnoha příklady formuloval před šedesáti lety František Kožík zvláště adresně otázky: „Nerozrušilo vás hlasatelovo volání o dávku krve pro bezodkladnou transfuzi a nepotěšila vás lidská dobrota, když za půl hodiny oznamoval hlasatel, aby se další dobrovolníci nehlásili, protože je jich už v nemocnici dvacet?“ (Rozhlasové umění, Praha, Čm. kompas 1940.) To je jeden z příkladů a případů individuální a příležitostné služby. Dnes je možno krev konzervovat a z dárcovství se stává velká rozhlasová pravidelná akce. Ta a jí podobné naplňují organizátorskou funkci rozhlasového vysílání. Tu funkci, kterou nám po roce 1989 radili zahrnout jako bolševické dědictví. Až radiomost v čase povodní výsostně potvrdil tento typ rozhlasové služby. Služby, která byla na úrovni rozhlasové pomoci z roku 1938 nebo rozhlasových výzev roku 1945.

Veřejná služba rozhlasu je právě to, co přesahuje vysílání, řekl bych. Když posluchačská obec s vysokým procentem sedavého způsobu života a odpovídající mírou obezity přestává poslouchat ranní rozhlasovou čtvrthodinku, bylo by v zájmu služby namísto nikoli relaci zrušit, řekl bych, ale vyvinout pro ni širokou agitaci a argumentaci. V rozhlasové historii si mnoho pořadů muselo své posluchače získávat, a získalo je. Rozhlasové univerzity 50. let a Klub angažovaného myšlení v druhé polovině let šedesátých zaujaly posluchače pro rozšiřování vzdělanostního obzoru, dodnes po nich zůstaly vydané studijní tisky. V jejich stopách dnes jde aktivizující kontakt rozhlasu s posluchači Akademie třetího věku i dopisy s názory a dotazy, posílané přednášejícím v historických cyklech Vltavy. Do téže kategorie patří objevný a objevující cyklus Míly Semrádové z roku 1967 Avantgarda bez legend a mýtů: texty jeho čtrnácti dílů byly rozmnoženy a rozesílány na žádost posluchačů. Někteří učitelé místo učebnic podle nich učili v sedmdesátých a osmdesátých letech své žáky.

Oblíbený a úspěšný cyklus Dity Skálové Rada moudrých vyšel po odvysílání v knižní po-

době. Ale stejně vyšly knižně i dokumenty cyklu Historie magistra. Podobný přesah vykazují i pořady poslední doby: vyšly texty Meteoru, Stříbrné mozaiky, rozhovorů z Kávy u Kische nebo příspěvky zahraničních korespondentů. Myslím, že rozhlas veřejné služby má opravdu velké možnosti orientovat se systematicky na tento typ služby. A to nepoukazuje na notoricky známý případ úspěšné existence Divadla Járy da Cimrmana, zrozeného z rozhlasové vinárny U Pavouka. Rozhlasu sluší, když se jeho program nebo názvy rozhlasových typů dostávají z vysílání do terénu, nikoli když parazituje na osvědčeném a zavedeném jinde.

Na počátku šedesátých let se vysílaly pro děti pořady z názvem Vysílejte s námi, připravované s dětskými spolupracovníky. Jeden z nich byl o žákovských knížkách. Eva Kopecká o něm vypráví: „Děti nám dodaly nejpodivnější zápisy, jako: Za zády se mi směje drže do očí. Byl přistižen s ředitelkou v šatně v době vyučování (chyběla tečka za s – tedy: soudružkou ředitelkou). Váš syn neuměl látku, s odpovědí: Váš žák neumyl nádobí. Odborníkem v tomto pořadu byl náměstek ministra školství, kterému se nahrávky zápisů přehrály a výsledek byl – zrušení žákovských knížek.“ (Bílá místa, SRT 1999.) To je vzorový případ přesahu rozhlasových vln do praxe života. V šedesátých letech se to dařilo mnoha dalším pořadům, např. se zemědělskou či průmyslovou tematikou, s problematikou výchovy učňů, perspektiv mládeže, s otázkami kulturních institucí atp. Je s podivem, že pořadů, které svým kritickým pohledem úmyslně vyvolávají a také realizují přesah do praktických důsledků, je dnes daleko méně.

Aktivizovat, získávat i organizovat posluchače umělo Mikrofórum, pořad pro mladé posluchače, i Halali, pořad pro lovce zvuku – fonamatéry. Zvláštní roli měly pořady, které programově pracovaly s aktivní činností mladých či malých posluchačů. Ať s individuální aktivitou (třeba vyplňováním úkolů do pracovních sešitů

např. ve Zlaté zebře, Nepilově pořadu o dopravní bezpečnosti), nebo s hromadnou aktivitou (kupř. výcvikem první pomoci v ABC docela malých doktorů nebo péčí o přírodní terén v ekologickém Otvírání studánek).

V těchto pořadech resumoval dr. Josef Maršík svůj příspěvek na letošním jarním semináři našeho Sdružení a Katedry žurnalistiky: „Nešlo pouze o poskytování poznatků a informací, ale zároveň o reflektovaný postoj k nim, o uvažování, které mohlo přispět ke zformování určitých osobnostních kvalit.“ V dnešní době kritiky médií, zejména televize, za nízkou kulturní úroveň pořadů a negativní ovlivňování jejich hodnotové orientace by – podle dr. Maršíka – mohly pořady tohoto typu být pro vysílání veřejné služby inspirací. (Seminář 1999, rkp)

Aktivizaci posluchačů i nasměrování jejich zájmů a činností k individuálnímu či obecnému prospěchu považuji za specifický rys rozhlasu veřejné služby, který dokáže vytvářet fenomény mimo kontakt s médiem. Naproti tomu: nejruznější pseudokontaktní postupy snad mohou získávat posluchače k pravidelnému nebo častému pasivnímu poslechu, nikoli však k aktivní činnosti. Tak před pár dny v rámci soutěžní otázky vedl průvodce vysílacím proudem ne právě nekvalitní soukromé stanice tento dialog s posluchačem:

- Říkáte tedy, že má socha Karla Havlíčka nakročenou levou nohu? Rozmyslete si to ještě, uvažujte chvíli!
- Tak.. potom už zbývá jenom ta pravá!
- Správně! Gratuluji vám, že jste dotáhl svoji odpověď k vítěznému konci!

To ovšem není služba, ale slabomyslně vstřícná podbízivost.

Soudím, že Český rozhlas jako vysílatel veřejné služby by si mohl a měl programově uložit skutečnou službu, jmenovitě práci na zakládání a inspiraci mimomediálních fenoménů, jako specifický úkol do svých záměrů a svých cílů.

Z krátké závěrečné diskuse vybíráme

diskusní vystoupení Alexandra Píchy, šéfredaktora ČRo 1 – Radiožurnálu,

v němž uvedl některé doplňky a zpřesnění k předneseným příspěvkům

Alexandr Pícha: Český rozhlas 1 – Radiožurnál

Měl bych několik faktických poznámek ani ne tak do polemiky jako spíše upřesnění k chybným údajům, které tady zazněly od rána. Současná reklamní kampaň ČRo 1 – Radiožurnálu v České televizi měla hodnotu 2 500 000 Kč. Nebylo to tedy několik desítek milionů a navíc šlo o bartořovou výměnu. Kolem milionu korun stály spoty na TV Nova a Prima. Je to v cenách obvyklých v reklamním čase, tak jak ho prodává ARBOMEDIA. Tento čas takto prodává za stejné ceny i jiným firmám.

Další připomínka je do našich řad: „neporazitelný Český rozhlas“. Český rozhlas si v poslouchovosti vede ve srovnání s evropskými zeměmi špatně. Podle nejnovější publikace Rádio 2000 jsme statisticky na druhém nejhorším místě z členských zemí EBU. Tuším, že menší poslouchovost je už jen v Portugalsku, jinak veřejnoprávní rozhlas v Británii, Německu, Rakousku mají zpravidla v duálním systému – a je to opravdu duální systém – zhruba polovinu poslouchovosti.

Ke kolegovi Vlčkovi jen pár upřesnění: V době začátků Evropy 2 ještě veřejnoprávní ČRo 1 – Radiožurnál neexistoval; tehdy vysílala stanice Československo státního rozhlasu. Jinak, my jsme ani tak nezaváděli proudové programování. Ten nesmyslný název „proud“ skutečně vznikl v Českém rozhlasu, ale znamenal něco jiného. Vzniklo to původně z názvu Noční proud, potom

byl Ranní proud, Dopolední proud, potom Odpolední proud. Celé to vzniklo tak, že se tenkrát nevědělo, jak pojmenovat aktuálně vytvářené vysílání příspěvků a písniček, které nemělo nějaké pravidelné schéma. Jinak to, co myslel kolega Vlček, bylo asi plánování hudby v Selektoru. To bylo o rok dříve, na Radiožurnálu jsme experimentovali poměrně neúspěšně od roku 1994 s programem Music Master, ale potom jsme na přelomu roku 1995/1996 zavedli RCS SELECTOR.

Ještě bych se ohradil proti hodnocení Impulsu jako zpravodajského formátu, protože bych řekl, že je to hudební rádio s určitým podílem „info-tainmentu“. V Česku bychom s výjimkou ČRo 1 – Radiožurnálu nemohli definovat žádné rádio jako zpravodajské. On totiž i Radiožurnál podle obvyklých charakteristik, jak platí ve světě, není plně zpravodajské rádio. Je to mix zpravodajského news-talk rádia a hudebního AC formátu. A jinak na závěr oceňuji to hodnocení kolegy Vlčka, pokud jde o Radiožurnál. Skoro bych se pod to všechno podepsal. Byli jsme ovšem svědky toho, jak se přistupuje k hodnocení programu ze strany soukromého rádia. My se těch negativně hodnocených postupů vůči hudbě dopouštěli vědomě a dělali jsme to proto, protože jsme tím chtěli dosáhnout kombinace se zpravodajským programem, který má na ČRo 1 – Radiožurnálu samozřejmě prioritu.

ZE SVĚTA

Veřejné rozhlasové vysílání (public broadcasting)¹⁾ v USA

Mgr. Václav MORAVEC

Média veřejné služby jsou sociálními a kulturními statky, v nichž se naplňuje komunikační solidarita společnosti a její potřeba disponovat komunikačními prostředky, které by byly k veřejnému užití a zábavě všech občanů, a ne k soukromému prospěchu politiků či zisku podnikatelů. Proto je také v zájmu společnosti, aby činnost těchto médií podporovala a kontrolovala.²⁾

Pojmem *veřejné vysílání* či *vysílání veřejné služby* zpravidla označujeme vysílání elektronických médií (rozhlasu a televize), jehož existence není podmíněna komerčními motivy, není určeno k tvorbě zisku, je financováno z veřejných prostředků (především z uživatelských poplatků).

Vysílání veřejné služby je především evropská myšlenka, kterou částečně převzali i někteří neevropští členové Britského společenství národů. Historicky danou a silnou, byť specifickou tradici má veřejné vysílání také v Japonsku. Vysílání veřejné služby ve Spojených státech amerických a většina veřejných vysílatelů v Jižní Americe fungují v rozdílných společenských podmínkách a používají specifických informačních postupů.³⁾

Hlavní argument obhájců veřejného zájmu v elektronických médiích (tedy i veřejného vysílání či vysílání veřejné služby) zní: Množství vysílacích kmitočtů, které má společnost k dispozici, je omezené, proto je žádoucí je udržet pod veřejnou kontrolou.

Nejrůznější regulační instituce pro vydávání licencí a sledování úrovně elektronických médií pracují ve svých nařízeních vždy s určitou představou „*veřejného zájmu*“. Povaha veřejných očekávání v mediálním systému je značně rozdílná a sahá od pojetí minimálního a dobrovolného až k pojetí podrobnému a povinnému.

V demokratické společnosti převažují v současnosti v zásadě dva modely⁴⁾ uspořádání elektronických médií: 1.) *smíšený (duální) systém vysílání* a 2.) *jednoduchý systém vysílání*.⁵⁾

V evropských zemích je *smíšený (duální) systém vysílání* označením pro stav, kdy vedle sebe působí veřejný a soukromý sektor rozhlasového a televizního vysílání. Jde o symbiózu evropské tradice vysílání veřejné služby s vysloveně tržním, komerčním pojetím vysílání, které vzniklo ve Spojených státech amerických (Šmíd, 1995, str. 15). První složkou

1) Překlad sousloví „public broadcasting“ z angličtiny do češtiny – v souvislosti s vysíláním elektronických médií v USA – prošel v posledních čtyřech desetiletích výraznou proměnou. V šedesátých letech byl v odborné literatuře výraz „public broadcasting“ překládán jako „vzdělávací vysílání“, ač doslovný překlad adjektiva „public“ zní „veřejný“ (viz Rozhlas ve světě č. 4/1967, str. 14, Rozhlas ve světě č. 1/1969, str. 17–19). Ve Spojených státech amerických se začalo označení „public broadcasting“ používat pro vysílání nekomerčních rozhlasových stanic, které – právě proto, že se nemusely ohlížet na požadavky reklamy – se zaměřovaly na pořady vyšší úrovně, rozvíjející intelekt člověka. Na druhé straně se průkopníkům tohoto vysílání nezdálo vhodné používat příliš slova „educational“ („vzdělávací“), protože u mnoha lidí toto slovo vyvolávalo negativní konotace – například násilného a školometského poučování. A tak se slovo „veřejný“ stalo v určitém smyslu eufemismem pro pojem „vzdělávací“. „Public broadcasting“ v USA prošlo v uplynulých čtyřiceti letech dynamickým vývojem a institucionální i obsahové proměny tohoto vysílání se dají bezpochyby označit i v českém překladu slůvkem „veřejné“. Autor této práce překládá výraz „public broadcasting“ jako „veřejné vysílání“, protože překlad „vzdělávací vysílání“ by byl v kontextu současné americké mediální krajiny zavádějící.

2) In: Jiráček, J. (2000): Kontrola médií veřejné služby jako interpretační problém. Sborník Česká televize – věc veřejná. Praha: Česká televize, str. 95.

3) In: Porter, V. (1999): Public service broadcasting and the new global information order. InterMedia 4/27, str. 34.

4) Viz schéma „Elektronická média v dnešní demokratické společnosti“ v Příloze č. 1.

5) V klasifikaci modelů uspořádání elektronických médií panuje v naší odborné literatuře značná terminologická rozkolísanost. Autor tohoto textu se proto pokouší o terminologické zpřehlednění.

smíšeného (duálního) systému jsou *vysílatelé veřejné služby*. Jejich postavení je upraveno zvláštním zákonem, který zpravidla definuje i jejich financování. Legislativní normy upravující vznik, postavení a činnost vysílatelů veřejné služby jsou ve smíšeném (duálním) systému součástí veřejného práva.⁶⁾ Hlavním zdrojem příjmů vysílatelů veřejné služby je uživatelský poplatek (za vlastnictví rozhlasového a televizního přijímače), který posluchači a diváci platí povinně, a to na základě zákona. V případě neplacení povinného uživatelského poplatku následuje sankce. Dalším zdrojem financování vysílatelů veřejné služby bývají zpravidla příjmy z prodeje vysílacích časů (reklamy a teleshoppingu).⁷⁾ V souvislosti s vysíláním veřejné služby je specifickou zemí Velká Británie, která v roce 1927 jako první zvolila formu veřejné korporace, tzv. veřejnoprávního subjektu pro vysílací organizaci BBC (British Broadcasting Company). Druhou rovnocennou složkou smíšeného (duálního) systému vysílání jsou *soukromí vysílatelé*. Provoz soukromých vysílatelů není hrazen z uživatelských poplatků posluchačů a diváků, ale výhradně z výnosu reklam a sponzorské činnosti. Sektor soukromého vysílání můžeme rozdělit do dalších dvou podskupin: 1) soukromé komerční vysílání, jehož cílem jsou co nejvyšší zisky vysílatelů, a 2) soukromé neziskové vysílání,⁸⁾ které není primárně zaměřeno na generování zisku.

Druhým modelem uspořádání elektronických médií je již zmiňovaný *jednoduchý systém vysí-*

lání, jehož typickým představitelem jsou Spojené státy americké. V jednoduchém systému neexistují veřejnoprávní subjekty, jejichž zákonnou povinností by bylo vysílání veřejné služby. Vznik, činnost a postavení vysílatelů veřejné služby v jednoduchém systému vysílání nejsou upraveny legislativními normami, a tudíž obyvatelé neplatí na základě zákona žádné rozhlasové a televizní poplatky. V jednoduchém systému funguje pouze *soukromý sektor vysílání*. Rozhlasové a televizní programy jsou financovány z výnosu reklam, sponzorské činnosti, případně systémem televize za předplatné (pay-tv), zvláště v kabelových sítích. Soukromý sektor vysílání je však možné rozdělit do dvou částí: 1) soukromé komerční vysílání, jehož primárním cílem je tvorba zisku, a 2) soukromé neziskové vysílání, které není primárně zaměřeno na generování zisku a jehož součástí je – kromě náboženských a vzdělávacích stanic – rovněž sektor veřejného rozhlasového vysílání.⁹⁾

Sektor veřejného rozhlasového vysílání hraje ve Spojených státech amerických významnou roli a má zajímavou historii.¹⁰⁾ V USA zastupují tuto část rozhlasového vysílání především dvě organizace: *National Public Radio* (Národní veřejný rozhlas – NPR) a *Public Radio International* (Mezinárodní veřejný rozhlas – PRI).¹¹⁾

Abychom při komparaci s vysíláním veřejné služby v evropských státech (včetně České republiky) lépe porozuměli odlišnostem veřejného rozhlasového vysílání ve Spojených státech amerických, je nezbytné znát jeho historický vývoj.

6) Kontinentální právo se často třídí na dva velké podsystemy (proto se někdy v tomto smyslu mluví o právním dualismu), a to na právo veřejné a právo soukromé. Toto rozlišení má sice jen velmi omezený praktický význam a vždy bylo a je nejasné. Pro účely klasifikace systémů elektronických médií je však zmíněné rozlišení dostačující. Teorií o kritériu rozlišování práva veřejného a soukromého je několik. Nejvýstižnější, i když ani ona není úplně spolehlivá, je teorie rozlišující veřejné a soukromé právo podle toho, že v soukromém mají právní subjekty rovné postavení (platí tu tzv. princip ekvivalence), kdežto v právu veřejném je jeden subjekt práva podřízen druhému, který v právním vztahu vystupuje jako silnější, tj. jako *potentior persona* (platí tu tzv. princip subordinace). In: Knapp, V. (1995): *Teorie práva*. Praha: C. H. Beck.

7) Prodej vysílacích časů bývá v případě tzv. veřejnoprávních médií velmi striktně regulován právními normami.

8) Příkladem soukromého neziskového vysílání jsou vzdělávací stanice při vysokých školách či náboženské stanice. V České republice je možné do této skupiny zařadit Rádio Proglas.

9) Sektor veřejného rozhlasového vysílání v jednoduchém systému (například ve Spojených státech amerických) má téměř totožnou funkci jako evropské vysílatelé veřejné služby (tzv. veřejnoprávní subjekty) ve smíšeném (duálním) systému.

10) Historie veřejného rozhlasového vysílání ve Spojených státech amerických je popsána v podkapitole 1.3 této práce.

11) O jmenovaných organizacích pojednává podrobněji podkapitola 2. Společnost pro veřejné vysílání (CPB).

1. Z historie rozhlasového vysílání v USA

Využití rozhlasu jako média masové komunikace pro širokou veřejnost předpověděl radioinženýr David Sarnoff z americké Marconiho společnosti. David Sarnoff sepsal v roce 1916 memorandum, které poslal vedení Marconiho společnosti: „Mám na mysli plán vývoje, který by z rádia udělal ‚domácí zařízení‘ v podobném smyslu, jako je klavír nebo fonograf. Mám v plánu přinést hudbu do domů prostřednictvím bezdrátového vysílání. Ačkoliv o to byl již v minulosti učiněn pokus pomocí přenosu po drátě, byl neúspěšný, protože dráty samy o sobě nevhovují této představě. S rádiem by to však bylo proveditelné. Např. radiotelefonní vysílač mající dosah od 25 do 50 mil může být instalován na určitém místě, na němž je produkována vokální nebo instrumentální hudba. Přijímač může být navržen ve formě jednoduché ‚radiové hrací skříň‘ a připraven pro nastavení několika různých vlnových délek, které by měly být měnitelné otáčením jednoduchého spínače nebo stisknutím jediného knoflíku. ‚Radiová hrací skříň‘ by měla být vybavena zesilovacími elektronkami a reproduktorem, to vše úhledně smontované do krabice. Krabice může být umístěna na stole v chodbě či obývacím pokoji spolu s ovládacími prvky a přenášet přijatou hudbu.“¹²⁾

I když již před rokem 1920 vysílal rovný tucet různých rádiových stanic krátké programy, považuje se přesto rok 1920 za historický počátek rozhlasového vysílání v USA (Engelbrecht, 1967, str. 9). Mužem, který se ve Spojených státech amerických zasloužil o masové rozšíření rozhlasových přijímačů a o popularizaci rozhlasového vysílání, byl Frank Conrad.

Frank Conrad, který ve společnosti Westinghouse Electric (WE) odpovídal za experimenty s novými výkonnými vysílači bezdrátové telefonie, sestavil doma ve své garáži v Pittsburghu (Pennsylvania) vysílač, jež v dubnu 1920 přihlásil jako stanici 8XK. Conrad začal během večerních hodin, kdy vylepšoval konstrukci svého aparátu, pro ostatní radioamatéry pravidelně vysílat hudbu, sportovní výsledky a jiné zprávy (Folkerts, Teeter, 1998, str. 351). Jeho vysílání

mělo značný úspěch. Posлуhači se například na Conrada obraceli s přáním, aby jim zahrál jejich oblíbenou píseň. Již v roce 1920 tak v USA vznikl první rozhlasový formát, který dnes známe pod názvem „Písničky na přání“. Jeden obchodní dům v Pittsburghu navíc vycítil komerční prospěch z popularity rozhlasu a začal prodávat laciné přijímací přístroje.

Franka Conrada v experimentech s rozhlasovým vysíláním podporoval i jeho zaměstnavatel – společnost Westinghouse Electric (WE). Po více než šesti měsících Conradových pokusů s vysíláním založila společnost WE vlastní rozhlasovou stanici KDKA, která začala pravidelně vysílat 2. listopadu 1920. Náhodou byl tento den dnem prezidentských voleb. Tak se KDKA stala známou tím, že oznámila výsledky voleb dříve než tisk. Asi pět set až tisíc posluchačů se dozvědělo, že prezidentem Spojených států amerických byl zvolen Warren G. Harding (Head, 1956, str. 106).

Experiment s rozhlasovým vysíláním v Pittsburghu byl tak úspěšný, že se rychle objevily další stanice. V roce 1921 začaly pravidelně vysílat stanice v New Yorku a po nich následovaly stanice v Newarku a v dalších městech (Defleur, Ballová-Rokeachová, 1996, str. 112).

Westinghouse Electric ovšem nebyla jedinou společností, která si uvědomovala komerční přednosti rozhlasu, a tak měla záhy několik konkurentů. Na dalším využití rozhlasu pracovala společnost General Electric (GE), ale i American Telephone and Telegraph (AT&T) a Radio Corporation of America (RCA), jež vznikla ze společnosti American Marconi. Společnost AT&T, která měla dobré technické vybavení, a společnost RCA založily s velkými finančními náklady další rozhlasové stanice. O nové masové médium se začaly zajímat obchodní domy, noviny, elektroprůmysl, vzdělávací ústavy a církve (Engelbrecht, 1967, str. 10).

O rychlém rozšíření fenoménu jménem „Rozhlas“ v USA svědčí následující čísla: Zatímco do konce roku 1920 bylo uděleno jen 30 licencí k rozhlasovému vysílání, v roce 1923 to bylo již 576 licencí. Do roku 1927 počet licencí vzrostl na 700 (Folkerts, Teeter, 1998, str. 352).

V počátcích rozhlasového vysílání ve Spojených státech amerických se ani vláda, ani sami

12) In: Defleur, M., Ballová-Rokeachová, S. (1996): Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum, str. 110.

provozovatelé nesnažili regulovat frekvence, na nichž jednotlivé stanice vysílaly. Ani zákon o vysílání (Radio Act) z roku 1912 nespécifikoval frekvence pro soukromé vysílací stanice. Když v roce 1921 vznikl větší počet rozhlasových stanic, vyčlenil ministr obchodu, který licence k vysílání uděloval, dvě frekvence pro rozhlasové vysílání – 750 kHz a 833 kHz (Defleur, Ballová-Rokeachová, 1996, str. 113). Všem stanicím byla přidělena buď jedna, nebo druhá. Protože však počet rozhlasových stanic rychle rostl, tyto frekvence již nestačily.

Ministr obchodu Herbert Hoover začal hledat řešení. V březnu 1923 se ministerstvo obchodu pokusilo některým stanicím omezit výkon a vysílací čas tak, aby mohly sdílet jednu frekvenci. Záhy se však projevila neudržitelnost tohoto systému, protože rozhlasové stanice se nedržely přidělených frekvencí a vysílacích časů. Ministerstvo obchodu jim přesto nemohlo licenci k vysílání odebrat, protože pro takový krok nemělo oporu v zákoně. Jedinou existující právní normou byl zákon o vysílání z roku 1912, který byl beznadějně zastaralý.¹³⁾ V červenci 1926 ministr Hoover prohlásil, že se vzdává všech pokusů kontrolovat provoz rozhlasových stanic a omezí se pouze na registraci licencí k vysílání. Herbert Hoover zároveň vyzval rozhlasový průmysl k seberegulaci. Jeho výzva byla neúčinná a chaos v rozhlasovém éteru pokračoval.

O přeplnění éteru svědčí následující statistika: 1. července 1926 vysílalo celkem 528 rozhlasových stanic na devadesáti kanálech, 41 dokonce na šesti kanálech vyhrazených výhradně pro Kanadu (Engelbrecht, 1967, str. 10). Kromě všeobecného zmatku v rozhlasovém éteru – zpravidla mohl člověk slyšet dva nebo více programů současně – byly ohroženy i přátelské vztahy Spojených států amerických ke Kanadě. Nový zákon o vysílání se proto stal bezpodmínečně nutným.

Po zkušenostech s chaosem v éteru požádal prezident Spojených států amerických Calvin Coolidge Kongres, aby uzákonil odpovídající nařízení, jímž by se regulovalo vysílání. 8. prosince 1926 Kongres rozhodl, že licence, v nichž se závazně stanovily frekvence a vysílací časy, budou napříště udělovány jen na dobu 90 dnů. Usnesení Kongresu se stalo podkladem pro nový zákon o vysílání (Radio Act), který byl přijat v roce 1927.¹⁴⁾ V něm byl poprvé uplatněn důležitý princip, že *rádiové vlny patří lidu* a že mohou být užívány soukromými osobami pouze s oficiálním povolením vlády na základě krátkodobých licencí.¹⁵⁾ Licence mohou být potvrzeny, nebo odňaty, pokud je to ve veřejném zájmu, potřebě nebo nutnosti. Všechny licence existujících stanic byly odňaty a jejich majitelé museli znovu oficiálně zažádat o právo vysílat.¹⁶⁾ Žadatelé o licenci museli předložit odpovídající prohlášení a vysvětlení, proč je ve veřejném zájmu, aby vysílali. Na základě zákona o vysílání z roku 1927 vznikl nezávislý orgán Federal Radio Commission (FRC). Nadstranická komise FRC byla nezávislá na ministerstvu obchodu. Ministr obchodu si podržel některé administrativní funkce technického rázu (např. kontrolní plnou moc nad jednotlivými rozhlasovými zařízeními). Teprve v roce 1932 přešly téměř všechny úkoly na FRC.¹⁷⁾

Zákon o vysílání (Radio Act) z roku 1927 byl jen dočasným řešením. Slabá místa této právní normy začala být zřejmá brzo po ustavení FRC. Proto v roce 1933 pověřil prezident Franklin Roosevelt ministra obchodu Ropera, aby vypracoval návrh nového rozhlasového zákona. Ve studii Roperovy komise bylo v roce 1934 navrženo, aby kontrolní funkce, jež až dosud příslušela Federal Radio Commission, komisi Interstate Commission, ministru pošt a prezidentovi, byla přenesena na jednu jedinou instituci (Engelbrecht, 1967, str. 12). Nato prezident doporučil Kongresu zřízení vládní instituce, nadané většími pravomocemi, než měla komise FRC. Po

13) In: Defleur, M., Ballová-Rokeachová, S. (1996): *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, str. 115.

14) In: Edelman, M. (1950): *The Licensing of Radio Services in the United States, 1927 to 1947. A study in administrative formulation of policy*. Urbana: The University of Illinois, str. 1–5.

15) Princip rádiové vlny patří lidu je možné považovat za první prvek uplatnění veřejného zájmu v rozhlasovém vysílání, který byl v USA zakotven v legislativě. O veřejném zájmu v mediálním systému pojednává úvod této práce.

16) In: Defleur, M., Ballová-Rokeachová, S. (1996): *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, str. 116.

17) In: Edelman, M. (1950): *The Licensing of Radio Services in the United States, 1927 to 1947. A study in administrative formulation of policy*. Urbana: The University of Illinois, str. 5–6.