

**[desky]**  
**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**  
**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**  
**Institut komunikačních studií a žurnalistiky**

**Bakalářská práce**

**2011**

**Simona Beránková**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**  
**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**  
Institut komunikačních studií a žurnalistiky,  
katedra žurnalistiky

**Simona Beránková**

**Původní rozhlasový hudební pořad Větrník a jeho vliv ve  
srovnání se současnými hudebními pořady**

*Bakalářská práce*

Praha 2011

Autor práce: **Simona Beránková**

Vedoucí práce: **PhDr. Josef Maršík, Csc.**

Rok obhajoby: **2011**

### **Bibliografický záznam**

BERÁNKOVÁ, Simona. *Původní rozhlasový hudební pořad Větrník a jeho vliv ve srovnání se současnými hudebními pořady*. Praha, 2011. 88 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Josef Maršík, Csc.

### **Abstrakt**

Současná hudební publicistika je se dnes objevuje zejména na stránkách tištěných magazínů a novin. Ale stejně tak, jako v minulosti ani dnes toto není jediná forma hudební publicistiky. I dnes se s hudební publicistikou setkáváme mimo tištěná a elektronická média také v rozhlase. Zajímalo mne, kam se posunula hudební publicistika od dob velmi významného hudebně publicistického pořadu Větrník. Práce obsahuje vymezení pojmů rozhlasová hudební publicistika, hudebně publicistický pořad a moderátor hudebně publicistického pořadu. Dále je součástí práce vývoj hudební publicistiky v rozhlase až k dnešnímu stavu, kdy jsou hudebně publicistické pořady vyhledávány pouze malou skupinou posluchačů. Práce přibližuje vedle současných hudebně publicistických pořadů také pořad Větrník, který byl jedním z nejdůležitějších pořadů, které se moderní populární hudbě věnovaly. Podrobný popis jednotlivých částí magazínového pořadu dává ucelený přehled o jeho podobě a podrobný výpis současných hudebně publicistických pořadů zaměřených na moderní populární hudbu o současné hudební publicistice v této oblasti. Poslední část obsahuje vyhodnocení ankety, která byla zadána skupině dobrovolníků ve věku 18-26 let.

### **Abstract**

The contemporary music opinion journalism appears most commonly in newspapers and magazines these days. As well as in the past it is not the only form of the opinion journalism focused on music. We can meet the one even on the Internet or on the air. I was interested in the move of the music opinion journalism since the Czech very important music opinion show called Větrník existed. This theses contains a circumscriptions of radio music journalism, journalism music show and an anchorman of such a show. The next part of the theses contains a history of this sort of a radio show since today. Nowadays those shows suffer from a little interest of the listeners at all. The theses makes clear the importace one of the show broadcasted in the past, Větrník. The detailed description then shows the contemporary situation of the opinion music journalim shows. The very last part contains results of an questionnaire that was filled by people between 18-26 years old.

**Klíčová slova**

hudební rozhlasová publicistika, moderní populární hudba, Větrník, moderátor, hudebně publicistický pořad.

**Keywords**

radio musical opinion journalism, modern populár music, Větrník, anchorman, musical opinion journalism show.

**Rozsah práce je 114 500 znaků**

**Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Práce rovněž nebyla využita k získání jiného titulu.

Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 20. Května 2011

Simona Beránková

**Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce PhDr. Josefu Maršíkovi za trpělivý přístup, podnětné připomínky a odborné rady.

**OBSAH:**

Úvod.....	3
<b>1. TEORETICKÁ ČÁST</b>	
1.1. Historický a současný kontext hudebně publicistických pořadů.....	5
1.1.1. Pořady zaměřené na moderní populární hudbu v Československém rozhlasu do konce 60. let.....	5
1.1.2. Období normalizace .....	7
1.1.3. 1989-2011, hudební publicistika na veřejnoprávních i soukromých stanicích.....	8
1.2. Současné hudební publicistické pořady.....	9
1.2.1. Celoplošné stanice.....	9
1.2.2. Stanice zasahující více regionů.....	10
1.2.3. Regionální rádia vysílající v Praze.....	11
1.2.4. Regionální mimopražská rádia.....	13
1.2.4.1. Soukromé regionální mimopražské stanice.....	13
1.2.4.2. Regionální stanice českého rozhlasu.....	13
1.3. Hudební publicistika, hudební rozhlasová publicistika.....	13
1.3.1. Hudební rozhlasová publicistika.....	15
1.3.2. Pozice moderátora v rozhlasových hudebně publicistických pořadech.....	17
1.4. Hudební pořad Větrník.....	18
1.4.1. Význam hudebně publicistického pořadu Větrník z pohledu posluchačů bigbitu a rocku.....	19
1.4.2. Hudební pořad Větrník, obecná charakteristika a struktura pořadu s ohledem na jednotlivá období.....	21
1.4.2.1. Historie Větrníku.....	21
1.4.2.2. Struktura Větrníku.....	25
1.4.2.3. Obsahová náplň pořadu .....	25
2. Analytická část.....	27
2.1. Materiál .....	28
2.2. Popis zkoumání.....	28
2.3. Metoda analýzy projevu průvodců pořadu.....	29
2.4. Analýza .....	31
2.4.1. Pořady s vysokým podílem mluveného slova.....	31
2.4.2. Pořady, koncipované jako hudební výběr .....	51
2.4.2.1. Souhrn .....	64
3. II. část Výzkum	
a. Cílvýzkumu.....	65
b. Výzkumné metody.....	65
c. Popis dotazníku.....	65
d. Charakteristika výzkumného souboru.....	66



e.	Profil respondentů .....	66
f.	Poslech rozhlasu a konkrétních rozhlasových stanic .....	67
g.	Spokojenost respondentů s pořady .....	67
I.	Závěr ankety.....	68
	Závěr.....	69
	Summary.....	70
	Použitá literatura.....	71
	Seznam příloh.....	76
	Příloha 1.....	76
	Příloha 2 .....	79



## Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolila *Původní rozhlasový hudební pořad Větrník a jeho vliv ve srovnání se současnými hudebními pořady*.

O Větrníku jsem se dozvěděla náhodou, když jsem se před několika lety zaposlouchala do současného Větrníku. O jeho původním předchůdci, na nějž moderátoři nezdůrazňovali a mnoho dalších v mém okolí jej uvádělo jako pořad, který dokázal nabídnout jejich hudebnímu vkusu takovou hudbu, která je skutečně zaujala, jsem ale nemohla najít nic. Rozhodla jsem se tedy, v rámci své bakalářské práce přiblížit současné generaci dnes již téměř zapomenutý, a přesto ve své době pro mnoho posluchačů důležitý, pořad Větrník. Jak jsem ale v průběhu práce na svém bakalářském projektu zjišťovala, pouhé konfrontování dvou pořadů, jejichž název je totožný, pro postihnutí situace mezi hudebně publicistickými pořady na dnešním rozhlasovém trhu nestačí. Proto jsem se z důvodu zjištěné širší tématu odchytila od původního záměru uvedeného ve svých bakalářských tezích.

Tuto práci jsem tedy nakonec pojala jako představení pořadu Větrník a analýzu současných možností, které má posluchač k dispozici v souvislosti s poslechem hudebně publicistických pořadů zaměřených na moderní populární hudbu. Onen vliv jsem tedy pojala ve smyslu ukázání možností, kterých můžeme využít při zájmu o nechání se ovlivnit názorem a výběrem jiných. A to právě prostřednictvím hudebně publicistických pořadů.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část. V teoretické části se budu zabývat historickým a současným kontextem hudebně publicistických pořadů a charakterizovat podobu těchto pořadů. Následně představím hudebně publicistický pořad

Větrník, o němž v jiném kontextu již jedna diplomová práce vznikla<sup>1</sup>. V analytické části představím současné hudebně publicistické pořady, které jsou vysílány na stanicích média veřejné služby i privátních stanicích nyní. Jediným omezením bylo vysílání stanic v pásmu VKV. Nezahrnovala jsem proto do analýzy pořady stanic vysílajících pouze na internetu.

Toto je stěžejní část mé práce.

Dále se výběrově věnuji poslechovosti těchto pořadů. Pro tuto část jsem vytvořila anketní dotazník, o jehož vyplnění jsem požádala příslušníky věkové skupiny 18-26 let. Výsledky ankety uvádím ve zvláštní části. V příloze potom uvádím ještě poslechovost jednotlivých vybraných pořadů v komparaci s údajem o poslechovosti nejposlouchanější české rozhlasové stanice, rádia Impuls. Obsah těchto částí je pouze demonstrativní a nemá sloužit ke vztažení jejich výsledků na všechny hudebně publicistické pořady ani na celý segment posluchačů, jimž byla určena anketa. Přesto mohou mít obě části jistou vypovídací hodnotu.

Materiálem pro zpracování části práce věnující se pořadu Větrník mi byly technické vysílací scénáře pořadu dostupné v archivu Českého rozhlasu a osobní rozhovory s dramaturgy a autory pořadů, Jiřím Chlípem a Petrem Dorůžkou, a již zmíněná diplomová práce.

Pro část věnující se současným hudebně publicistickým pořadům šlo především o programové nabídky jednotlivých stanic na internetu a následně poskytnuté a natočené zvukové materiály obsahující záznamy pořadů.

Přínosem této práce by mělo být především představení hudebně publicistického pořadu Větrník a ukázání současné šíře a zároveň úže hudebně publicistických pořadů. Pojem hudební pořad byl zvolen pro snadnější identifikaci názvu práce. Jak dále vyplývá z tezí a samotného charakteru původního pořadu Větrník, práce se bude zabývat hudebními pořady se značným podílem mluveného slova, které je tematicky vázáno na hudební obsah pořadu. Pro pojem hudební pořad je tedy v této práci adekvátní synonymum hudebně publicistický pořad. Tento termín v práci také používám.

---

<sup>1</sup> MEDEK, Richard. Využití a působení hudby v rozhlasových publicistických pořadech se zaměřením na pořad Větrník. Praha, 1985. 90 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova.

## 2. TEORETICKÁ ČÁST

### 2.1. Historický a současný kontext hudebně publicistických pořadů

#### 1.1.2. Pořady zaměřené na moderní populární hudbu v Československém rozhlasu do konce 60. let

Moderní populární hudba<sup>2</sup> a hudební publicistika zabývající se moderní populární hudbou byla v poválečném období (s krátkou výjimkou na konci 60. let) v Československu charakterizována zvláštním systémem odlišujícím se od hudebního vývoje a od zájmu o hudebně publicistické pořady v západních zemích. Zařazení do rozhlasového hudebního programu, vydavatelské počiny a střední, popřípadě alternativní a undergroundový proud neurčoval až do konce 80. let zájem publika, ale vládnoucí politická garnitura. Tento omezující přístup byl patrný také v dosažitelnosti aktuálních hudebních trendů a alb ze zahraničí. Obvykle se k zájemcům dostávaly velmi omezeně se zpožděním a zprostředkovaně. Linie hudby, která byla považována za „oficiální“ a „správnou“ byla ve své podstatě velmi konzervativní.

*„Hudební produkce se sice odklonila od předválečného swingu a velkých orchestrů předválečných let, jejichž setrvání na poli hlavního tahouna hudby středního proudu bylo nemyslitelné,*

---

<sup>2</sup> Moderní populární hudba je kategorie zahrnující všechny hudební žánry kromě klasických, uměleckých a folklorních a žánrů zahrnutých do kategorie world music.

*ale přiklonila se k prosazování stejně mimočasového lehkého popu. Tato taneční hudba „používala přívěsky "zábavná" a komunističtí ideologové neustále zdůrazňovali její "rekreativní" úlohu. Byl jim podezřelý každý smutek, ale i přílišná rozvernost; obojí vybočovalo z uniformního optimismu a bylo považováno za projev měšťáctví a dekadence.“<sup>3</sup>*

Ještě před tímto obdobím, které by se s nadsázkou dalo označit jako „doba temna“ v souvislosti se zájmem rozhlasu o pořady o moderní populární hudbě, ale hudební publicistika do vysílání Československého rozhlasu přesto krátce pronikla. Jednak sérií rozhlasových přednášek, o jazzu a vážné hudbě, které měly v poválečném období zvýšit zájem posluchačů o tyto náročnější hudební žánry, například pořadem E.Uggého *Cesty k jazzu*<sup>4</sup> nebo různá literárně hudební pásma.

Další hudebně publicistické pořady a přednášky byly realizovány v rámci Mezinárodní výstavy rozhlasu v Praze,<sup>5</sup> jejíž součástí bylo také demonstrativní rozhlasové pracoviště, takzvané studio MEVRO<sup>6</sup>. Jeho programový plán vedle zábavních pořadů a rozhlasových her tvořily také komentované hudební produkce a přednášky o různých hudebních žánrech, od folklóru po swing a jazz. Tyto přednášky připravovala a vedla dvojice rozhlasových redaktorů Pavel Kohout a Ludvík Čermák (204).

V polovině padesátých let se po všeobecném útlumu zábavních rozhlasových pořadů a produkce populární hudby vrátily do rozhlasového vysílání hudební pořady, jež připravovala redakce pro mládež, snažící se získat zájem mladých lidí o rozhlasové vysílání. Prvním takovým byl v roce 1954 pořad *U táborového ohně*<sup>7</sup>.

Začátkem šedesátých let se stal mezi mladými lidmi populární, vedle jazzu, také „nový“ žánr populární hudby, bigbeat<sup>8</sup>. Rozhlasového pořadu zaměřeného výhradně na bigbeat se

---

<sup>3</sup> Czechmusic.net [online]. 2000 [cit. 2011-05-20]. Czechmusic.net. Dostupné z WWW: <<http://www.czechmusic.net/charts/zlatyfont.html>>.

<sup>4</sup> JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9. Str. 229

<sup>5</sup> Mezinárodní výstava rozhlasu byla zahájena 15. 5. 1948 v Praze. Jedním z důvodů umístění výstavy do Prahy bylo 25leté výročí existence Československého rozhlasu. JEŠUTOVÁ, Eva. *Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu*. Praha: Český rozhlas, 2003. 667s. ISBN 80-86762-00-9. Str. 203

<sup>6</sup>Zkr. Mezinárodní výstava rozhlasu, tamtéž, str. 203.

<sup>7</sup> Tamtéž, str. 272

<sup>8</sup> Bigbeat – nahradil termín rock'n roll jako nevyhovující a západní, terminus technicus, ve světě se využívalo označení rock, vzniklo v r. 1962 původně pro název hudební skupiny Pavla Sedláčka a Petra

posluchači dočkali na konci roku 1964, tedy celé tři roky po vzniku Beatles. Do programového schématu nové stanice Československo II byla zařazena hitparáda, žebříček oblíbenosti skladeb, *Dvanáct na houpačce*<sup>9</sup>. Spolupráce Československého rozhlasu s autory „Houpačky“ skončila krátce po srpnové invazi.<sup>10</sup>

Také redakce pořadu *Mikroforum* věnovala část vysílání informacím o moderní populární hudbě. Hudebně publicistickou rubriku *Desky na černo* uváděl opět hudební publicista Jiří Černý.

#### 4.1.2. Období normalizace

V první polovině sedmdesátých let došlo v důsledku normalizace a rekvalifikačních prověrek ke snížení počtu profesionálních hudebníků a v tomto důsledku také k náhlému útlumu činnosti profesionálních rockových skupin. Souběžně s bigbeatovými hudebníky neprošli prověrkami také mnozí členové hudebních redakcí<sup>11</sup>.

Od rozvázání spolupráce s manželi Černými neměla žádná ze stanic Československého rozhlasu až roku 1973 ve svém programu pořad, jehož autoři by posluchače systematicky informovali o aktuálních světových hudebních trendech a nových deskách<sup>12</sup>.

První pořady zaměřené na moderní populární hudbu, vznikly již v roce 1971, ale jejich dramaturgové se při přípravě náplně vysílání omezovali pouze na populární hudbu ze socialistických zemí. Šlo o hudebně publicistický pořad *Hudební studio OIRT* a hitparádu *Start*, oba vysílané na stanici Hvězda. Teprve až ve zmíněném roce 1973 vznikl z iniciativy Ludvíka Čermáka v redakci malých hudebních žánrů hudebně publicistický pořad *Větrník*, jehož autoři zaměřovali podstatnou část obsahu pořadu na západní rockovou populární hudbu. Koncem 70.

Kaplana, Studijní skupina big beatu, inspirováno hitem „The Big Beat“. LINDAUR, Vojtěch; KONRÁD, Ondřej. *Bigbít*. 1. Praha: Plus, 2010. 304 s. ISBN 978-80-259-0023-9. Str. 14

<sup>9</sup> Autorem hitparády *Dvanáct na houpačce* je časopis *Mladý svět*. Její vysílání dvakrát do měsíce připravovali manželé Jiří a Miroslava Černí. Hlasující na korespondenčních lístcích označili 5 ze 13 singlů, které chtěli nominovat do dalšího kola. Po každém odvysílání dílu pořadu přicházelo do redakce až 13 tisíc hlasovacích lístků. <http://www.nacerno.cz/view.php?cisloclanku=2004121301>, CIPROVÁ, Inka. Jak se dělá Houpačka?. *Mladá fronta*. 16. 10. 1968, 23, 290, s. 1. ISSN 0323-1941., výstřižková služba ČRo

<sup>10</sup> Po odvysílání písně „Běž domů, Ivane“ v červnu 1969; BOUČEK, Zdeněk; HUBIČKA, Jiří. *Od mikrofonu k posluchačům*. Praha: Český rozhlas, 2003. Období normalizace 1968-1989, s. 667. Str. 365,

<sup>11</sup> V Československém rozhlase se kádrové změny týkaly zejména takzvané redakce malých hudebních žánrů.

<sup>12</sup> Od roku 1971 byla sestavována hitparáda *Start*, ta však uváděla pouze domácí hudební nahrávky a produkci ze zemí východního bloku. Sedmkrát sedm je *Start*. *Mladá fronta*. 17. 6. 1971, 26, 168, s. 1. ISSN 0323-1941., Výstřižková služba ČRo

let vznikl v téže redakci pořad, který může být pochopen jako žánrový protipól Větrníku – popový pořad *Rytmus*<sup>13</sup>. Redaktoři Rytmu se zajímali, stejně jako redaktoři Větrníku, vedle domácí a sovětské hudby, také o nahrávky hudebníků západní provenience.

Další hudební a hudebně publicistické pořady vznikaly až od poloviny 80. let a byly zaměřeny především na domácí profesionální a amatérské hudební prostředí. Kontaktní pořad *Echo* seznamoval posluchače s hudbou v jejich okolí, hudebně publicistický týdeník *Radioporta* informoval o amatérských hudebních skupinách a hudebnících působících na svazáckých akcích, jakými byly různé festivaly a přehlídky talentů. K dalším patřily *Porta Gramolymp*, *Dostavník folk a country hudby*, *Šansony*, hitparáda *Formule pop*, *Rozhlasový jazz klub* a *Hudební pošta*. Pořady měly zpravidla týdenní periodicitu.

Nový prostor pro publicistiku zaměřenou na moderní populární hudbu vytvořil Československý rozhlas v září 1989 na Radiu EM.<sup>14</sup> Koncem téhož roku ale stanice, která si za krátkou dobu stihla najít značný počet posluchačů, zanikla. Některé nejpůvodnější pořady z EM (například Mikrofórum nebo Větrník) se podařilo přesunout na celostátní okruh Československo.

#### 1.1.4. 1989-2011, hudební publicistika na veřejnoprávních i soukromých stanicích

Společenská a politická změna po roce 1989 umožnila neomezený příliv moderní populární hudby a demonopolizaci rozhlasového trhu, čehož využily jak zahraniční rozhlasové stanice, které v Československu vytvořily své pobočky, tak čeští a slovenští soukromí vysílatelé. Pominu-li období ilegálního vysílání rádií Stalin a Podzemí, byly prvními česky vysílajícími rozhlasovými stanicemi rádio Alfa, pražské alternativní Rádio 1, rádio Golem a jihočeské rádio Faktor.

Původní předpoklad, že léta nuceného poslechu socialistického popu znechutily posluchače natolik, že budou mít zájem o kvalitní hudební nahrávky, kulturní a publicistický program se ale nenaplnil a první rádia, postavená právě na tomto předpokladu dnes již neexistují, staly se z ekonomických důvodů součástí sítě „hitrádií“ nebo nabízejí alternativní program malému okruhu posluchačů. Mnohem větší zájem mají posluchači o rádia, jejichž programové schéma je založené na osvědčených nahrávkách zahraniční i domácí popmusic s minimem moderátorských vstupů. Vzniká tak pomyslné nevyhraněné středoproudé vakuum, které se snaží oslovit co nejširší posluchačskou skupinu.

<sup>13</sup> Od 1978.

<sup>14</sup> Rádio EM vzniklo spojením iniciál názvů dvou populárních pořadů pro mládež – Elán a Mikrofórum, stanice vysílala na VKV II, 75% programu tvořila hudba. Přesunula se sem hudební publicistika a publicistika pro mládež z ostatních stanic Československého rozhlasu.



Soukromé stanice jsou v nasazování nových skladeb do proudového vysílání velmi konzervativní, zejména kvůli obavám ze snížení poslechovosti a poklesu ceny inzerce. Nemalá část aktuální domácí i světové hudební produkce tak nemá šanci být do proudového vysílání zařazena, pokud se stanice na trhu rovnou neprofiluje jako „alternativní“.

Tato, pro programové ředitele, obtížná situace bývá obvykle řešena kompromisem v podobě specializovaných a žánrově vyhraněných pořadů. Nicméně, většina hudebních stanic nenachází ve svém programovém schématu příliš prostoru pro hudební publicistiku a takové pořady jsou tedy spíše ojedinělé. V současnosti na „značkách“ hudebně publicistických pořadů staví svou politiku například rockové Radio Beat, pražské alternativní Rádio 1. Před změnou hudebního formátu také rádio Faktor<sup>15</sup>

Také Český rozhlas značně rozšířil nabídku pořadů zaměřených na populární hudbu. Hudební publicistika byla již dříve zhodnocena jako přijatelná forma, pro nabídnutí žánrově co nejrozmanitějšího hudebního obsahu s přidanou hodnotou veřejnoprávního média. Autoři pořadů vysílaných na stanicích Českého rozhlasu se věnují zejména žánrům a formám mimo hlavní posluchačský zájem tak, aby byl Český rozhlas i v oblasti hudby schopen naplnit podstatu veřejnoprávního média. Napříč celoplošnými i regionálními stanicemi lze najít velmi pestré nabídky žánrových pořadů, které přinášejí zpravidla kvalitně a nápaditě zpracovanou hudební publicistiku. Alternativu k soukromým stanicím nabízí zejména pro mladé posluchače také na internetu vysílající stanice Českého rozhlasu Radio Wave<sup>16</sup>.

## 1.2. Současné hudební publicistické pořady

V České republice vysílá v současnosti osm desítek soukromých a veřejnoprávních rozhlasových stanic<sup>17</sup>. Soukromé stanice působí zpravidla na regionální úrovni, odkud, mají-li dostatečně úspěšný vysílací formát, často rozšiřují své pokrytí až k celoplošnému pokrytí. V současnosti pokrývá svými frekvencemi celé území Český rozhlas a radia Impuls a Frekvence 1 a Evropa 2.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Dnes Hitrádio Faktor jako součást jihočeské sítě Hitrádií

<sup>16</sup> 2006-2008 také na frekvenci 100,7 FM pro Prahu a Střední Čechy

<sup>17</sup> Radiotv.cz [online]. 2011 [cit. 2011-05-20]. Poslechovost. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/wp-content/uploads/2009/05/poslechovost\\_total.pdf](http://www.radiotv.cz/wp-content/uploads/2009/05/poslechovost_total.pdf)>.

<sup>18</sup> Mikroforum.cz [online]. 7.3. 2011 [cit. 2011-05-20]. Rádía celoplošná. Dostupné z WWW: <[http://www.mikroforum.cz/gam\\_ht/r\\_celoplosna.php?str=0](http://www.mikroforum.cz/gam_ht/r_celoplosna.php?str=0)>.



Faktor ještě jako Rádio Faktor pořady publicistického typu vysílalo. Konkrétně pořad *Hitshaker*, jehož obsah mapoval hudbu 80 a 90 let. resp. od cca 1985 do 1995. Náplní pořadu byla především raná elektronická hudba. V příležitostných rozhovorech tu čeští hudebníci popisovali své osobní zkušenosti s tímto hudebním stylem. Další pořad *Intro LP* poskytoval přehled nejzajímavějších nových desek týdne a alternativní pořad *Big Time* byl zaměřen na britskou a francouzskou hudební scénu<sup>26</sup>.

Žádný hudebně publicistický pořad nevysílá ani rockově zaměřené Radio Hey, jehož cílovou skupinou jsou, jak naznačuje programová koncepce, muži. V programové nabídce stanice sice pořady s určitou koncepcí jsou, nelze je však označit přímo jako hudebně publicistické, neboť jim chybí zejména dostatečný podíl mluveného slova.<sup>27</sup> Jediný pořad, jež by bylo možné označit jako hudebně publicistický, byl pořad „*Rockaréna - Líheň*“. Tento pořad s nahrávkami mladých a málo známých rockových skupin, včetně jejich profilu, ale již není vysílán.<sup>28</sup>

Tematickým a hudebně publicistickým pořadům je denně věnována část večerního vysílání Rock Rádia Šumava.<sup>29</sup> Některé z nich lze označit jako hudebně publicistické a věnovala jsem se jim podrobněji v analytické části. Podobný hudební formát i programovou nabídku má také Rádio Beat, jehož programový ředitel Petr Kolínko vytvořil profil rádia založený právě na hudebně publicistických pořadech. Pořady uvádějí stálí moderátoři nebo moderátorské dvojice, které jsou současně také jejich dramaturgy.<sup>30</sup> Moderátory pořadů jsou často uznávaní hudební publicisté. Např. pořad *Větrník*, který moderuje a připravuje Jaromír Tůma a Jan Hamerník není, jak by se mohlo podle názvu zdát, ani pokračujícím, ani navazujícím pořadem na pořad *Větrník*<sup>31</sup> vysílaný na stanicích Československého rozhlasu, jímž jsem se zabývala ve třetí kapitole.<sup>32</sup>

Více regionů zasahuje také křesťanské rádio Proglas, v jehož programu je zařazeno několik hudebně publicistických pořadů. Dvěma z nich se budu zabývat v analytické části. Další pořady jsou věnovány folklorní hudbě - pořady *Vonička lidových písní*, *Folklorní okénko* a *Hrajte, kapely!* - a world music - pořad *Slyšte, lidé!*.

<sup>26</sup> David Hocke [email]. [cit. 2011-05-07]. Archiv autorky.

<sup>27</sup> Pořady Album týdne a 100% rock hity zahrnují 0 % mluveného slova

<sup>28</sup> Ke dni 20. 5. 2011

<sup>29</sup> Radiosumava.cz [online]. 8. 5. 2011 [cit. 2011-05-20]. Rockrádio Šumava. Dostupné z WWW: <<http://www.radiosumava.cz/index.php?lng=CZ&webid=3>>.

<sup>30</sup> Těmito pořady jsem se blíže zabývala v analytické části

<sup>31</sup> [http://www.radiobeat.cz/cs/index.php?scname=\\_program&stranka\[\]=2&datum=2011-04-18](http://www.radiobeat.cz/cs/index.php?scname=_program&stranka[]=2&datum=2011-04-18)

<sup>32</sup> Viz strana X

### 1.2.3. Regionální rádia vysílající v Praze

Country Rádio<sup>33</sup> vedle ryze countryové a folkové hudby vysílá také hudbu 60. let a rock n'rollovou hudební produkci. Jako hudební publicistiku zařazuje především pořady zaměřené na historii a výběr z archivů v rámci hudebního formátu stanice. Jmenovitě jde o pořady *Hudební vzpomínání o jedenácté*, *Zadáno pro legendy* a *Pozdní sběr*. Soudobé country hudbě se věnuje moderátor Miloš Keller v pořadu *Folkmenu*, zaměřeném na začínající folkové skupiny, nová alba a pozvánky na koncerty.

Na taneční styly a drum n'base zaměřené Dance radio<sup>34</sup> vysílá pořady *2Hot* a na historii zaměřený autorský pořad *Bassmachine*.

Hudební náplň Rádia Etno<sup>35</sup> je zaměřena na etnickou hudbu, world music<sup>37</sup> a různé žánrové fúze, které z etnických kořenů vycházejí. Pro široký hudební záběr rádia se ve vysílání vyskytuje značné množství tematických pořadů, jejichž náplň nese také hudebně publicistické prvky – pořad o africké hudbě *Sonic Africa*, *Zastaveníčko*, dialogický pořad založený na rozhovorech Ivety Kováčové s hosty, *Ethnoland I. K.*, pořad *Pohodlí* zaměřený na novinky, *Reggae Wave*, externě připravovaný pořad *Indies Scope* o nových hudbě ze stejnojmenného hudebního vydavatelství a pořad *Breizik – Bretaň*.

Rádio 1 se snaží posluchačům nabídnout co nejširší škálu hudebních stylů. Zaměřuje se především na „nemainstreamovou“ hudbu<sup>38</sup>. Nabízí tak vedle alternativního proudového vysílání také velké množství hudebních pořadů, které jsou koncipovány jako autorské pořady jejich moderátorů. Ne všechny z nich je možné označit jako hudebně publicistické. Část z nich jsou pouze moderované hudební bloky zaměřené na jeden hudební styl. Za skutečně publicistický lze označit například pořad *Inclubátor*, který představuje začínající domácí hudebníky a DJs a zprostředkovává posluchačům poslech jejich demo snímků.

<sup>33</sup> Countryradio.cz [online]. 8. 5. 2011 [cit. 2011-05-20]. Country rádio/program/čtvrtek. Dostupné z WWW: <<http://www.countryradio.cz/pr04.php>>.

<sup>34</sup> Danceradio.cz [online]. 7. 5. 2011 [cit. 2011-05-20]. Dance radio. Dostupné z WWW: <<http://www.danceradio.cz/prog.jsp>>.

<sup>35</sup> Ethnoradio.cz [online]. 7. 5. 2011 [cit. 2011-05-20]. ETHNO rádio - world & ethno music. Dostupné z WWW: <<http://ethnoradio.cz/showpage.php?name=porady>>.

<sup>36</sup> Hudebně publicistickými pořady rádia Etno jsem se v této práci nezabývala, neboť hudební žánry oblasti world music, na které se tyto pořady zaměřují, nejsou součástí populární hudby.

<sup>37</sup> World music je souhrnný termín pro mnoho tradičních folklorních hudebních stylů a žánrů

<sup>38</sup> ekvivalent alternativní není v tomto případě relevantním označením, neboť v programu rádia jsou zařazeny pořady, jejichž autor se v nich věnuje žánrům, které alternativní rozhodně nejsou – například hip-hopu nebo hard rocku.

Rádio Spin je zaměřeno na R'n'B, hiphopovou a rapovou hudbu a v této souvislosti vysílá pořady o historii a současnosti těchto žánrů R'n'B Nite Fever a Hip Hop Drunkiez.

Do programového schématu rádia Rockzone není zařazen žádný hudebně publicistický pořad.

#### **1.2.4. Regionální mimopražská rádia**

##### **1.2.4.1. Soukromé regionální mimopražské stanice**

Regionální soukromé rozhlasové stanice nemají ve svém programu zařazeny hudební pořady téměř vůbec. Výjimkou je pouze mostecké rádio Gama, do jehož programu je zařazeno několik hudebně publicistických pořadů zaměřených na rock a rádio Relax, jehož moderátoři připravují pořad RNB, který ale nelze označit jako hudebně publicistický.<sup>39</sup>

##### **1.2.4.2. Regionální stanice českého rozhlasu**

Na rozdíl od soukromých regionálních stanic je v programu regionálních stanic Českého rozhlasu zařazeno mnoho hudebně publicistických pořadů, jejichž autoři připravují obsah zaměřený na populární hudební žánry. Nejvíce pořadů je zaměřeno na oblastní folk a country, českou populární hudbu 60. až 90. let a zahraniční oldies.

### **1.3. Hudební publicistika, hudební rozhlasová publicistika**

Běžně užívaný pojem *hudební publicistika*, který se vyskytuje zejména v souvislosti s tištěnými médii, má ve zvukové podobě určené pro rozhlas poněkud jinou formu a náplň.

Následující vymezení pojmu *hudební rozhlasová publicistika* začnu nejprve obecným definováním publicistiky a rozhlasové publicistiky. Nakonec se budu zabývat konkrétní podobou hudebně publicistických žánrů a specifik. Pojmem *hudební rozhlasový kritik* se práce zabývat nebude, neboť účelem rozhlasové hudební publicistiky není vytvářet soudy a rozebírat

---

<sup>39</sup> Pořad RNB je moderovaný hudební blok s nahrávkami hudebního stylu rhythm and blues.

dílo, nýbrž pomoci rozšířit posluchačovy poznatky o hudbě daného žánru. Funkci „kritika“ a zprostředkovatele informací tak v případě hudebně publicistických pořadů plní moderátor.

Původ slova publicistika a slov od něj odvozených lze vysledovat z latinského slova *publicare*<sup>40</sup>, uveřejnit, činit přístupným nebo také *publicus*<sup>41</sup>, což znamená obecní, státní, veřejný, úřední. Volně přeneseno, takto lze označit veškerou žurnalistickou produkci – jako činnost zaměřenou k veřejnosti a určenou ke zveřejnění.

Encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace potom definuje publicistiku jako

*„... činnost spojenou se stanoviskem, objasňující události, situaci nebo myšlenky, ..., publicistika kromě informací obsahuje názor, hodnocení a subjektivní přístup, zahrnuje pojmy, soudy, postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup, jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení recipienta.“*<sup>42</sup>

Publicistika prezentací názorů umožňuje recipientům v jakékoli své formě získat nejen reflexi vlastních postojů, ale také poznání, neboť jednou z jejích základních funkcí je „vysvětlit“. Tato základní funkce publicistiky se v historickém i současném kontextu také ukázala jako velmi účelný nástroj pro formování názoru publika nejen v politické, ale také v kulturní oblasti, a v ní samozřejmě i té hudební. Jednosměrný výklad událostí a zamezení přístupu k informačním zdrojům, jež nejsou ve stejné názorové a ideové linii, je účelným nástrojem ovlivňování mínění publika. Pro publicistiku je tedy důležitá především dostupnost zdrojů. To platí také v kulturní publicistice, jejíž je hudební publicistika součástí. Kulturní publicistiku zpravidla konzumujeme ve formě analýz, kritik a recenzí díla, jehož prvním předpokladem je alespoň potenciální dostupnost pro publikum. Subjektivní pohled publicisty by měl totiž vyvolat zájem nejen o médium, které dílo publikuje, ale především o dílo samotné, z čehož právě médium čerpá a vytváří si tak své stálé publikum. „Jejich“ médium totiž nabízí něco „navíc“, obohacuje rozhled.

<sup>40</sup> REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 1. Voznice: Leda, 2001. 752 s. ISBN 80-85927-85-3. Str. 517

<sup>41</sup> Tamtéž, str. 517

<sup>42</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. Praha: Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7. Str. 156

### 1.3.1. Hudební rozhlasová publicistika

Budeme-li se nadále věnovat rozhlasové publicistice, lze ji z předchozí definice vymezit a pomocí rozhlasových specifik definovat takto:

*„... jde o označení skupiny žurnalistických žánrů analytického (rozborového, racionálního) a dokumentárně zobrazovacího charakteru. K pojmenování druhu tvorby, která je zařazována mezi tvorbu uměleckou a vědeckou a k vymezení specifických rozhlasových projevů, jež jsou převážně věnovány aktuálním společenským jevům. Jejich východiskem je obvykle žurnalistická informace o Události, ..., jež je dále rozvíjena, doplňována a to jak s využitím racionálních argumentů a logických myšlenkových postupů, tak také metodami uměleckého zobrazení skutečnosti, uměleckého poslání ...“<sup>43</sup>*

Hudební rozhlasová publicistika má mezi ostatní rozhlasovou publicistikou zvláštní (ne však výlučné) postavení. Hudba je nedílnou součástí života všech lidských společností a jedním z prostředků uměleckého vyjádření. Zejména v posledním století se její forma začala diferencovat do mnoha různých stylů a žánrů, jež nezůstávají jen rozvrstvením hudby, ale jsou mnohdy základem pro formování životních stylů jejich vyznavačů.

Ze všech typů médií má nejlepší výchozí pozici pro prezentaci hudby právě rozhlas. Umožňuje hudební produkci z přenosných přijímačů a nepotřebuje jako doprovodnou složku obraz ani tištěný text. Obě jindy důležité složky, obraz i text, jsou v případě rozhlasového

---

<sup>43</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. Praha: Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7. Str. 164

poslechu nepotřebné. Z hlediska produkce hudebních nahrávek může rozhlasu v současnosti konkurovat pouze internet svou interaktivitou a schopností archivace<sup>44</sup>.

Hudební publicistika v rozhlase využívá toho, že může nabídnout s odpovídajícím informačním doplněním zajímavou hudbu, jejíž kvalitu posluchač, který o ni projeví zájem, ocení.

Cílem hudební publicistiky v rozhlase není podrobná analýza nejnovějšího díla interpreta společně s vynesemím vlastního posouzení kvality. Tuto formu publicistiky nabízejí četné hudební časopisy a e-ziny. Hudební publicistické pořady v rozhlase se také obvykle z časových důvodů nevěnují celému dílu, ale jen jedné nebo několika jeho částem.

*„Výrazem kritického postoje a hodnocení může být ...už samotný výběr, zaznamenání jedinečného jevu, alespoň v tom smyslu, že dílo...je natolik zajímavé, že si zaslouží pozornost.“*

<sup>45</sup>. Kritické uvažování tak autor pořadu uplatňuje již v rámci „předvýběru“, jehož kritéria a jejich naplnění zůstanou posluchačům skryty. Na rozdíl od tištěné a elektronické formy hudební publicistiky tedy není účelem prezentovat i taková díla, jejichž kvalita může být pochybná. Tento postup obecně považuje posluchač v případě rozhlasových hudebních pořadů za případnou degeneraci kvality pořadu.

Formu hudebně publicistických pořadů lze označit jako „populárně naučnou“ – vedle teoretického základu, kterým je například informace o interpretovi, historii žánru, nebo pozvánka na koncert, je součástí pořadu také praktická demonstrace – tedy hudební nahrávka, která může ilustrovat obsah moderátorského vstupu, být s ním informačně v rovnováze a případně jej svým významem pro vysílání převyšovat.

V současné době se ve vysílání hudební publicistiky uplatňují zejména monologické a dialogické analyticko-komentářové publicistické žánry. Nejfrekventovanější „žánr“ je samotný výběr, rozhovor, diskuse, kritika a rozbor.

Hudební rozhlasová publicistika je zejména na soukromých stanicích v současné době výrazně na ústupu vůči ryze hudebním blokům a proudovému vysílání. Právě některé z hudebních (soukromých) rozhlasových stanic dokonce staví svou výlučnost nad ostatní stanice „pořady“, <sup>46</sup>v nichž se nemluví.<sup>47</sup>

<sup>44</sup> Nejznámějším serverem na sdílení videí s hudebním obsahem je pravděpodobně Youtube.

<sup>45</sup> VIČAR, Jan. *Hudební kritika a popularizace hudby*. Praha: KLP, 1997. 183 s. ISBN 80-85917-27-0. Str. 11

<sup>46</sup> Jde spíše o identifikované hudební bloky



### 1.3.2. Pozice moderátora v rozhlasových hudebně publicistických pořadech

V případě rozhlasové hudební publicistiky se zpravidla nehovoří, v souvislosti s průvodcem pořadu, o pojmu „hudební kritik“ či „recenzent“, což je dáno právě úlohou moderátora v pořadu. Tou prvotně není dílo „rozebrat“ či představit jeho obsáhlou a výstižnou recenzi, ale rozšířit znalosti posluchače a upřesnit souvislosti. Vyjádření vlastního soudu nebo rozvedení polemiky je v hudební rozhlasové publicistice samozřejmě rovněž přítomné, nicméně zpravidla v obecně laické formě prezentace hodnocení. Někteří moderátoři se mu ale přesto vyhýbají.

V naprosté většině hudebně publicistických pořadů zaměřených na žánry moderní populární hudby je moderátor, dramaturg a autor pořadu jednou a tou samou osobou. Přejdu-li fakt, že v případě soukromých rádií tato varianta výrazně šetří finance, je výhodná pro samotného moderátora i posluchače.

Současné hudebně publicistické pořady moderují a vytvářejí přímo umělci, kteří v dané hudební oblasti působí nebo hudební publicisté. Přestože, jak T. S. Eliot tvrdí, je každý hudební publicista vlastně zneuznaný umělec, jehož neuspokojená touha se prosadit může kritiku ostatních lidí osudově poznamenat<sup>48</sup>, jsou zpravidla publicisté schopnějšími moderátory než sami hudebníci, kteří často neprošli žádným mediálním tréninkem. Obě moderátorské skupiny jsou tak vzhledem ke své angažovanosti v hudbě schopny pohotově reagovat na případné nesrovnalosti, dotazy a disponují znalostí širšího kontextu.

---

<sup>47</sup> Například rádio City nebo rádio Kiss. Tyto bloky jsou obvykle zařazovány v poledne nebo po 19 hodině, kdy rapidně klesá poslechovost rozhlasu.

<sup>48</sup> In VIČAR, Jan. *Hudební kritika a popularizace hudby*. Praha: KLP, 1997. 183 s. ISBN 80-85917-27-0. Str. 13.

Jestliže v proudovém vysílání ve prospěch profesionálních moderátorů a hlasatelů hovoří jejich profesionální hlasový projev a charisma, tak v případě hudební publicistiky jsou posluchači ochotni výměnou za nápaditý a inspirativní hudební výběr a adekvátní informační doplnění z jindy vyžadovaných nároků na hlasový projev slevit.

Velmi funkčně potom ve vysílání pořadu působí varianta, kterou zvolil programový ředitel Rádia Beat. Kromě diskusních pořadů jsou ve vysílání hudebně publicistických pořadů přítomni dva moderátoři, jejichž role ve vysílání nejsou stejné. Rozdělení jejich rolí by se dalo připodobnit k funkci moderátora a moderátora-odborníka. Jeden z moderátorů vede pořad a řídí jeho linii, druhý zajišťuje informační část a výběr nahrávek. Tento systém umožňuje lépe využít prostor vysílání, zaujmout posluchače pořadem s konzistentní formou, kdy se každý z moderátorů soustředí na svou roli, navíc dialog ve studiu je oživujícím prvkem.

Poslední z důvodů vedoucí k větší akcentaci autorských hudebně publicistických pořadů je, že výběrem hudby, moderací pořadu a mluveným projevem totiž moderátor vnáší do pořadu „část sebe“. Mnohdy se tak stává, že se osobnost moderátora stane vedle hudebního stylu a preferencí konkrétních umělců také jedním z důvodů poslechu pořadu. Prezentace mnoha pořadů je tak vedle obsahu postavena i na osobě moderátora.

#### **1.4. Hudební pořad Větrník**

Postavení současných hudebně publicistických hudebních pořadů do kontrastu s pořadem Větrník, hudebně publicistickým pořadem zaměřeným na rock, není vyslovení jakéhokoli soudu nad minulou ani současnou dobou, ale ukázáním vývoje, kterým si pořady, jejich posluchači a podmínky pro vznik pořadů prošly.

Větrník byl prvním samostatným pořadem o hudebním žánru<sup>49</sup> zvaném rock a jeho směrech.<sup>50</sup> Byl také prvním rozhlasovým pořadem, jehož rubriky byly programově zaměřeny i na hudbu ze západních zemí. Přestože se z dnešního pohledu může zdát, že jde o malichernost, ve „své“ době byl Větrník skutečně pořadem, ke kterému každý páteční večer usedaly nejen

<sup>49</sup> hudební žánr je základní hudební kategorie dělící hudební díla a styly podle určitých znaků hudebního obsahu, formy, aj. Podkategorií jsou hudební styly či směry.

<sup>50</sup> Styl či směr je přímá podkategorie, která specifikuje hudební žánr nebo žánrovou fúzi.

mladší ročníky, pro něž byl pořad primárně určen, ale i ti, kteří měli léta mládí již za sebou. Na kulturním okruhu Vltava si našel ve své době téměř půl milionu posluchačů.<sup>51</sup>

Vybrat ze současných hudebních pořadů vysílaných na rozhlasových stanicích jednoho zástupce, který by byl tak výrazný například svou historií, významem, poslechovostí, známostí moderátora nebo jakýmkoli dalším kritériem, aby mohl reprezentovat jako zástupce ostatní pořady, je asi stěží možné. Představím proto všechny hudebně publicistické pořady, které jsou aktuálně na českých rozhlasových stanicích vysílány.<sup>52</sup>

#### 1.4.1. Význam hudebně publicistického pořadu *Větrník* z pohledu posluchačů bigbítu a rocku

Podle výpovědí tehdejších dramaturgů pořadu byl jeho význam, jak v sedmdesátých letech,<sup>53</sup> tak na přelomu let osmdesátých a devadesátých, pro posluchače značný. Oficiálně uváděl na vlnách státního rozhlasu takovou hudbu, jakou by posluchači v běžném vysílání stěží zaslechli.

Stejně tak, jako byl například časopis *Melodie*<sup>54</sup> průkopníkem hudební publicistiky zaměřené na moderní populární hudbu v tisku, stal se jím *Větrník* v Československém rozhlase.<sup>55</sup> Redakce si podle dobových dokumentů kladla za cíl vytvořit pořad, jehož

*„...redaktoři se snaží, aby byl sestaven v souladu s dnešním vývojem populární hudby, aniž by snaha o aktuálnost překrývala úroveň. Nejde o pouhé přehrávání. Větrník chce ukázat posluchačům, že moderní hudba má něco v sobě.“<sup>56</sup>*

<sup>51</sup> Referenční kniha 1983, základní údaje o poslech většiny pořadů Československého rozhlasu, zpracovalo Výzkumné oddělení Čs. rozhlasu 1983. Praha, Československý rozhlas. Str. 185, 178.

<sup>52</sup> K datu 20. 5. 2011

<sup>53</sup> První vysílání 4. 7. 1973

<sup>54</sup> Hudebně publicistický časopis vydávaný od roku 1963, původně zaměřen na populární hudbu všeobecně, včetně jazzu; stálá redakce: Šéfredaktoři: Lubomír Dorůžka, Stanislav Titzl; redakce: František Horáček, Petr Dorůžka, přispívali Jaromír Tůma, Jiří Černý, aj.

<sup>55</sup> Oba hudebně publicistické magazíny mají společné jedno – zpočátku nebyly zaměřeny výhradně na rock, ale na více malých hudebních žánrů (Za hudbu malých žánrů se označují hudební styly podle standardních rozsahů skladeb, tj. krátké skladby ve standardním rozsahu jednotek minut) obecně.

<sup>56</sup> Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 42, 16, s. 1. ISSN 0231-6811.

Moderní hudba, a ta západní zvláště, „v sobě“ skutečně cosi měla a Větrník byl jedním z mála pořadů, kde jí byla věnována pozornost nejen jako oddychové výplni. Pro fanoušky rockové hudby šlo víceméně o druhý „legální“ kontakt se západní rockovou a později i metalovou hudbou. Předtím slyšeli posluchači „západní“ hudbu o celých deset let dříve, v hitparádě *Dvanáct na houpačce*<sup>57</sup>, kterou připravoval respektovaný hudební publicista Jiří Černý s manželkou.

Posluchači slyšeli poprvé úryvky z desek skupin, kterých se na druhé straně železné opony prodávaly miliony, ačkoli oni si je v obchodech nemohli koupit. Ve stejné pozici byli i sami redaktoři a autoři Větrníku, kteří nahrávky pro vysílání sháněli na burzách nebo si je půjčovali od sběratelů.

*„Okolo Větrníku existoval jistý okruh spolupracovníků, kterým, šlo zajistit odměnu 100 korun za stočení té desky pod záminkou, že je to výběr hudby. Čili kolem toho pořadu se „motalo“ spousta sběratelů, lidí, co chodili na burzu, ale třeba i veksláci, kteří tam poskytovali svoje LP. Maďarské a východní provenience se samozřejmě získávaly tady z Maďarské<sup>58</sup> kultury.“<sup>59</sup>*

Při rozhovoru s autory „Větrníků“ od osmdesátých let až do jeho konce v začátku let devadesátých, Jiřím Chlípem<sup>60</sup> a Petrem Dorůžkou<sup>61</sup>, došlo také k rozporování názoru, kterého se drží Richard Medek, jehož diplomová práce se zabývá využitím a působením hudby v rozhlasových publicistických pořadech se zaměřením právě na pořad Větrník<sup>62</sup>. Medek tvrdí, že

*„...komentáře k jednotlivým hudebním snímkům jsou, dělány s profesionálním přehledem a jsou v nich využívány propagandistické prvky a možnosti, týkající se aktuálních celospolečenských a celosvětových problémů. Zejména se zde objevuje tematika boje za mír...“*

a

<sup>57</sup> Dvanáct na houpačce 13. 12. 1964, JEŠUTOVÁ, Eva. Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9. Str.599

<sup>58</sup> Byly zde i další kultury- například Polská, Bulharská, aj.

<sup>59</sup> P. Dorůžka [rozhovor] [cit, 2011-05-07]

<sup>60</sup> 1982-1991

<sup>61</sup> 1979-1982

<sup>62</sup> MEDEK, Richard. Využití a působení hudby v rozhlasových publicistických pořadech se zaměřením na pořad Větrník. Praha, 1985. 90 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova.

*„...hudební publicistické pořady jsou brané jako forma ideologického působení na posluchače jednak komentáři, laděním promluv moderátora, ale také výběrem hudby, která je jedním z prostředků“<sup>63</sup> k formování osobnosti mladého člověka, pomáhá vytvářet jeho názor na svět, na společnost.“*

Podobný názor vyslovuje v rozhovoru<sup>64</sup> pro časopis Melodie i vedoucí redakce malých hudebních žánrů, Dalibor Basler<sup>65</sup>.

*„K přednostem Větrníku můžeme počítat i jeho programové poslání – formovat zdravým směrem hudební myšlení mladých lidí jejich rozhled a vkus.“*

Dle slov Jiřího Chlívce i Petra Dorůžky<sup>66</sup>, v konceptu, náplni ani ve výběru hudby ideologická poselství ani snaha formovat vkus posluchačů obsažena nebyla.

#### **1.4.2. Hudební pořad Větrník, obecná charakteristika a struktura pořadu s ohledem na jednotlivá období**

S pořadem Větrník se posluchači setkávali více než 18 let a za dobu svého vysílání si mezi nimi vydobyl pevnou pozici.

V posledních letech své existence se musel vypořádávat s přesuny v rámci stanic Československého rozhlasu tak, aby jeho zaměření vyhovoval formát stanice. Na poklesu poslechovosti<sup>67</sup> začátkem 90. let mělo vliv také rodící se tržní prostředí, které znamenalo konec monopolu Československého rozhlasu na rozhlasové vysílání a vznik soukromých stanic. Tyto dva faktory lze označit jako hlavní důvody, které vedly k zániku pořadu v roce 1991. Tehdy jeho průřezovost a výběrovost nahradila soukromá radia, která nabízela hudebně jednotný formát a daleko větší prostor pro hudební produkci, která byla hlavní náplní programu stanice.

##### **1.4.2.1. Historie Větrníku**

<sup>63</sup> MEDEK, Richard. Využití a působení hudby v rozhlasových publicistických pořadech se zaměřením na pořad Větrník. Praha, 1985. 90 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Str. 9, 86.

<sup>64</sup> Písničky z éteru. Melodie. 1978, 1, s. 2., rozhovor s Daliborem Baslerem,

<sup>65</sup> Vedoucí Redakce malých hudebních žánrů

<sup>66</sup> P. Dorůžka [email][rozhovor] [cit, 2011-05-07]

<sup>67</sup> Viz kapitola o poslechovosti pořadu V. – zatím neexistuje

První díl pořadu Větrník s podtitulem „*rozhlasová hudební „diskotéka“*“<sup>68</sup>, byl vysílán na stanici Vltava ve středu 4. července 1973<sup>69</sup> od 19,35 do 21,50 hodin<sup>70</sup>. Původní redakci tvořil hudební redaktor Miloš Kafka a režisér Jiří Aplt, pořady provázeli Zdena Adamová, Lenka Filipová a Karel Zich<sup>71</sup>.

V programovém týdeníku Rozhlas<sup>72</sup> byl v souvislosti s anketním šetřením, jehož cílem<sup>73</sup> bylo vyhodnotit spokojenost čtenářů s formou programového týdeníku, zjišťován také zájem o témata, která by se v dalším roce na jeho stranách objevovala. Na základě výsledků ankety vyšel v týdeníku o několik měsíců později na titulní straně velký profil pořadu<sup>74</sup>.

Brzy vystřídal v přípravě Větrníku Miloše Kafku Ludvík Čermák,<sup>75</sup> který se na pořadu dramaturgicky podílel do roku 1979, kdy zemřel. Ludvík Čermák nasměroval Větrník do jeho (později ryze) rockového zaměření. Např. byly-li 12. prosince na programu nahrávky souboru Lajose Iluse, profil afroamerické zpěvačky Roberta Flack<sup>76</sup> a seriál o tanci, v lednu následujícího roku sice zůstalo podobná struktura obsahu, ale pořad, řečeno hantýrkou hudebních fanoušků, „přitvrdil“ a odvysílal například koncert skupiny Uriah Heep<sup>77</sup> nebo seriál o Rolling Stones. Po Ludvíku Čermákovi převzala vedení pořadu autorská dvojice Petr Dorůžka a František Horáček, zároveň také redaktori časopisu Melodie<sup>78</sup>. Jejich snahou bylo nabízet co nejvíce nové aktuální hudby, a to nejlépe ze západních zemí.

<sup>68</sup> Diskotéka, zde: sbírka desek, disků.

<sup>69</sup> JEŠUTOVÁ, Eva. Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9. Str. 601 – zde je uveden chybný údaj 6.7.

<sup>70</sup> K přesunu do pátečního programu došlo od ledna 1974

<sup>71</sup> Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1974, 42, 16, s. 1. ISSN 0231-6811. Str. 1

<sup>72</sup> Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1974, 42, 16, s. 1. ISSN 0231-6811. Str. 1.

<sup>73</sup> Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 48, s. 1. ISSN 0231-6811. Str. 2.

<sup>74</sup> Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1974, 41, 16, s. 1. ISSN 0231-6811. Str. 1.

<sup>75</sup> Zde se výpovědi P. Dorůžky rozcházejí se vzpomínkami J. Chlábce a článkem v Rozhlase 16/1974. Zda byl L. Čermák zpočátku pouze v pozadí pořadu a neprosazoval se jako tvůrce, lze s obtížemi zjistit. L. Čermák zemřel 1979. Technické scénáře vysílání, které lze dohledat v archivu Českého rozhlasu jsou archivovány výběrově od roku 1975 a zde jako autor pořadů figuruje již Čermák. Předpoklad změny je tedy začátek roku 1974. Tomu by odpovídala také viditelná změna náplně pořadu a zvýšení zájmu o západní rockové skupiny.

<sup>76</sup> Programová nabídka. *Programový týdeník rozhlas*. 12. 12. 1973, 41, 50, s. 1. ISSN 0231-6811. v originále tiskoviny přechýleno

<sup>77</sup> Nahrávka pravděpodobně pocházela z živého alba skupiny Uriah Heep Live vydané v roce 1973.

<sup>78</sup> \* Melodie – vychází od roku 1963, od původně jazzové orientace se postupem času přiklání k populární hudbě a rocku. Stálá redakční rada do roku 1984 a od roku 1988 – František Horáček, Čestmír Klos, Jan Burian, Stanislav Titzl) LINDAUR, Vojtěch; KONRÁD, Ondřej. *Bigbít*. 1. Praha: Plus, 2010. 304 s. ISBN 978-80-259-0023-9. Str. 48;

Pop Music Express – vychází od 4/1968 jako časopis zaměřený na beat, vydává jej organizace Spojené pražské kluby (Music F Club, Beat Fun club, Areola Club) tamtéž, str. 48

*„Všichni jsme věděli, že se snažíme jít až na tu maximální hranici a ten prostor na té hranici vyplnit. A vyplnit to tím, co je zrovna nové a zajímavé a jestli třeba nějaký posluchač chce slyšet půl roku staré Rolling Stones, tak samozřejmě mu člověk může vyhovět, a my jsme si mysleli, že je lepší to pořad sunout dál.“<sup>79</sup>*

Petr Dorůžka s Františkem Horáčkem působili v pořadu krátce a kvůli stupňujícím se požadavkům na kompromisy vůči ideologii se rozhodli na podzim roku 1982 spolupráci s Redakcí malých hudebních žánrů ukončit.

V posledním, devítiletém období, vytvářel podobu Větrníku PhDr. Jiří Chlíbaec. Pořad se za jeho vedení zaměřoval více na československou hudební scénu. Hlavní idea, seznamovat posluchače s aktuální i průřezovou rockovou tvorbou zůstala, změnil se ale částečně obsah pořadu. Především dostaly více prostoru domácí amatérské rockové skupiny, pro které se pořad stal možností, jak svou hudbou oslovit co největší publikum. Větrník se tak, vedle pořadu, který uváděl a zasvěcoval posluchače do východního i západního rocku, stal také důležitým pořadem pro mnoho domácích skupin, které by jinak mohly oslovit pouze regionální publikum. Za všechny, které poslaly do redakce Větrníku své demosnímky<sup>80</sup> nasazované do hitparád, jmenovitě například metalová skupina Törr nebo později velmi úspěšná skupina Lucie. Prostřednictvím hudebních anket, hitparád a soutěží zapojila v 80. letech redakce Větrníku do rozhodování o hudební náplni také posluchače.

Od roku 1984 se, podle programových zápisů i slov Jiřího Chlíbaeca, situace v domácím hudebním prostředí uvolnila. V Československu a dalších zemích východního bloku začali koncertovat i západní umělci a částečně opadly zákazy činnosti z předchozích let. To mělo pozitivní dopad na rozšíření možností pro výběr hudby i ve Větrníku. Přesto redakce stále musela souhlasit s jistými kompromisy, které se projeví například akcentací „angažovaných témat“ v několikadílném shrnutí festivalu *Rockový maraton Za mír a život*<sup>81</sup>. Seriál se věnoval nejvýraznějším skupinám festivalu, jejichž frontmani byli pozváni i do vysílání<sup>82</sup>. Moderátor ve dvou zhruba desetiminutových blocích položil hostovi vysílání několik otázek které se, vedle tvorby skupiny a nadcházejících koncertů, věnovaly také tématu „války a míru“. Do vysílání byla pozvána například novovlnová skupina Moped, která získala jednu z cen festivalu. Vedle

<sup>79</sup> P. Dorůžka, osobní rozhovor. [cit. 2011-05-11]. Archiv autorky.

<sup>80</sup> Neboli demonstrační snímek, nahrávka sloužící skupině k prezentaci hudebním manažerům apod. ještě před vydáním prvního alba.

<sup>81</sup> Rockový maraton za mír a život – Palác kultury, Praha, 1984.

<sup>82</sup> Vysílací scénář: CHLÍBEC Jiří; NAVRÁTIL Jaroslav. Větrník /604/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1985. s. 15.

otázek vážících se k tvorbě skupiny a nadcházejícím koncertům položil moderátor pořadu Vojtěchu Hubingerovi (kytarista a zakládající člen Mopedu, pozn. aut.) několik otázek souvisejících právě s akcentovanou tematikou „války a míru“. Z výpovědí obou dramaturgů ale vyplývá, že se jednalo o ojedinělé případy, které byly úlitbou a nevítanou protislužbou ideologii.

Při tvorbě běžného vysílání byl podle slov Jiřího Chlívce vyvíjen z vyšších míst minimální tlak, samozřejmě v rámci pravidel nastavených pro celou hudební oblast.

*„My jsme pochopitelně věděli, co se pouštět může a co nemůže, ale je zajímavé, že v téhle oblasti nebyl jediný konflikt za těch téměř 10 let. Vůči žánru ani vůči konkrétním umělcům za tu dobu nebyly žádné velké námitky. ... Ale neměli jsme žádné problémy ani s texty, ani s hudbou. Mě samotného to dodnes překvapuje.“*

Omezení se týkala především zákazů činnosti a obav režimu ze západních skupin, které svým projevem výrazně provokovaly. Známa je například averze ke glamrockové skupině KISS

*- „...na jedné straně skupiny, které postrádaly výraznější kvalitu ve svém hudebním projevu a aktivně se podílely na propagaci násilnické psychózy mezi mladými lidmi. ...Nejvýraznějšími představiteli tohoto směru byla skupina KISS.“<sup>83</sup>*

a obecně celému punkovému hnutí.

Ve stejném roce, tedy 1984, se podstatně změnila také náplň a časová dotace pořadu, „rozdělení“ Větrníku na pořady dva. Od roku 1977 se Větrník vysílal jako „dvoudílný“. První díl v pátek večer a druhý v sobotu dopoledne<sup>84</sup>. Sobotní díly následně nahradil nově vzniklý pořad *Radioporta*, který zároveň převzal veškeré zbývající country a folkové prvky, které se

<sup>83</sup> In MEDEK, Richard. Využití a působení hudby v rozhlasových publicistických pořadech se zaměřením na pořad Větrník. Praha, 1985. 90 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Str.25, popis rozdělení hard rockových hudebních skupin na dobré a špatné – do první kategorie spadala například skupina Pink Floyd

<sup>84</sup> Zpočátku šlo o pouhé reprízy, později se ale program uzpůsobil svým obsahem na 180 minut. V sobotním vydání dostaly více prostoru náročnější skladby a záznamy z koncertů a bylo méně mluveného slova než v pátek.



dosud ve Větrníku objevovaly – například speciály z finále Porty a další country, folkovou a folkrockovou hudební produkci.<sup>85</sup>

Postupné vytěsnění všech jiných než rockových žánrů mělo za následek i změnu podtitulu – z rozhlasové „diskotéky“ se stal „*pořad pro mladé příznivce rockové hudby*“<sup>86</sup> a později „*rozhlasová rocková diskotéka*“<sup>87</sup>.

Třetí změnou, byly změny stanice, na kterých se Větrník vysílal. Od září 1989 byl přesunut z Vltavy na stanici pro mladé EM, od dubna 1990 na stanici Československo a v roce 1991 na regionální okruh Regina.

#### 1.4.2.2. Struktura Větrníku

Hudební náplň pořadu byla sestavována ze tří skupin nahrávek. Toto rozdělení bylo definováno jako oblast původu interpreta neboli „*provenience*“ tj. na domácí a západní hudbu a hudbu socialistických zemí. V této souvislosti zavedl Ján Riško<sup>88</sup> v roce 1977 doporučené (a ve vysílání striktně vyžadované) kvóty v poměru 50% domácí hudby, 25% západní hudby a 25% hudby východního bloku<sup>89</sup>. Obecně vzato, redakce Větrníku uvedené kvóty příliš nedodržovala a soustředila se spíše na konkrétní tituly a skladby. Nebylo tedy výjimkou, že domácí a západní hudba měly v pořadu přibližně stejnou celkovou stopáž a hudbě východního bloku byl věnován poloviční časový prostor než předchozím dvěma. Podobný poměr mohl také platit i v případě poměru počtu hudebních titulů jednotlivé provenience.<sup>90</sup>

Do poloviny 80. let byla součástí pořadu také poněkud toporná poezie Václava Honse, kterou recitovala Consuela Morávková a Alfréd Strejček. Po vzniku Radioporty a omezení vysílacího času na 90 minut týdně, poetická část ustoupila hudbě. Do ryze rockového pořadu, kde v hitparádách soutěžily hard rockové a metalové skupiny se navíc příliš nehodila.

<sup>85</sup> Příklad: Vysílací scénář: ČERMÁK, Ludvík; KAFKA, Miloš. Větrník /292, 1. díl/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1977. s. 22.

<sup>86</sup> Vysílací scénář: CHLÍBEC, Jiří; NAVRÁTIL Jaroslav. Větrník /652/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1986. s. 10 .

<sup>87</sup> Vysílací scénář: CHLÍBEC, Jiří; NAVRÁTIL Jaroslav. Větrník /867/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1990. s. 6.

<sup>88</sup> Ředitel Čs. Rozhlasu 1970-1989

<sup>89</sup> In: Rozhlasová práce. Praha: Český rozhlas, 1977. 80 s., sborník

<sup>90</sup> Záznam vysílání Vysílací scénář: ČERMÁK, Ludvík; KAFKA, Miloš. Větrník /86/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1975. s. 18. – poměr česká hudba – 49, 35 minut; západní hudba – 62, 05 minut, hudba socialistických zemí 23, 35 minut. Poměr se sice měřil na počty skladeb, zde byly ale rozpory taktéž

### 1.4.2.3. Obsahová náplň pořadu

Větrník neměl pevně danou strukturu obsahu s neměnnými částmi, ale každé vysílání se skládalo ze souboru rubrik s týdenní až měsíční periodicitou. Na první pohled tedy vysílání vypadalo sestavené nahodile. Zvolený systém vyplývá z velkého tematického a žánrového záběru, který měli redaktoři v pořad pokrýt a malého časového prostoru, který byl takovému spektru hudby vyhrazen.

Konkrétní obsahová náplň pořadu také souvisí s obdobím, náladou ve společnosti a naplněním obsahových a ideových požadavků Československého rozhlasu. Scénář ke každému dílu pořadu schvaloval vedle dramaturga, také odpovědný a vedoucí redaktor.

Ještě než se redakce rozhodla k definitivnímu příklonu k rockové hudbě, měly některé seriály také historicko-popularizační charakter. V rámci Větrníku se vedle úryvků z nové desky Johna Lennona například vysílal také seriál o historických tancích *Jak se kdysi tančovalo*. Takto tematicky a žánrově nevyhraněné byly zejména díly vysílané v roce 1973, které byly také dosti jednoduše strukturované a redakce věnovala pozornost i jazzovým, countryovým, bluesovým šansonovým a populárním zpěvákům a souborům. Původ autorů nebyl v tomto směru rozhodující, ve vůbec prvním díle Větrníku se vedle ukázek z nového alba Spirituál kvintetu objevil profil Raye Charlese, v dalších dílech dostala prostor jamajská hudba, francouzsky zpívající Američan Joe Dassin, profil skupiny Beatles nebo nově vydaná deska Paula McCartneyho.

Nevyhraněnost prvních dílů ještě dokresluje výběr domácích interpretů, kteří byli pro hudební redaktory zajímaví. V části věnující se profilům zpěváků nebo skupin to byl např. Zlatý slavík Karel Gott nebo skupina Spirituál Kvintet, v *Deskách a vzorcích* se redaktoři věnovali instrumentálnímu albu Modrého Efektu nahraného ve spolupráci s Jazzovým orchestrem Československého rozhlasu. Jako kritérium k zařazení do vysílání by se tak pravděpodobně dalo nazvat „povolení“ k činnosti<sup>91</sup>.

Dalšími částmi pořadu byly rubriky *Z prvé rady*<sup>92</sup> a *Desky a vzorky*. Obě rubriky se podle názvu mohou zdát téměř totožné, *Desky a vzorky* se ale věnovaly výběrovým nahrávkám z aktuálních studiových alb.

<sup>91</sup> Viz str.X, podkapitola období normalizace

<sup>92</sup> živé nahrávky z koncertů

Později se do programu zařadila ještě rocková hudební historie s ukázkami a Hudební zpravodaj. Sled hudebních novinek z domácí scény a ze zahraničí se v osmdesátých letech, kdy dostal více prostoru a publicistický ráz, přejmenoval na Rockové noviny. Autorem Rockových novin byl hudební publicista Jaromír Tůma.

Před zkrácením vysílacího času ze 180 na 90 minut byla součástí pořadu také rubrika s dotazy posluchačů a soutěže o uhádnutí záhadného zpěváka nebo tajemného alba. Oběma soutěžemi redaktoři na své posluchače vyvíjeli vysoké nároky – správné uhádnutí alba, ze kterého pocházelo několik odvysílaných ukázek, není bez poznámek a podrobných materiálů o skupině vůbec jednoduché. Autoři tedy předpokládali u svého publika mnohem soustředěnější poslech než moderátoři současných hudebně publicistických pořadů.

## 5. Analytická část

Úkolem mé bakalářské práce bylo získat údaje o počtu současných hudebně publicistických pořadů zaměřených na moderní populární hudbu, podrobit je obsahové analýze a zhodnotit vliv vysílání na posluchače. Zaměřila jsem se na rozhlasové stanice vysílající v pásmu VKV na území České republiky. Údaje o počtu rozhlasových stanic na našem území jsem čerpala z výsledků statistického šetření Radioprojekt\*

Analytickou část jsem rozdělila na několik dílčích částí. V první části jsem se zaměřila na vyhledání jednotlivých pořadů ve vysílání rozhlasových stanic, analyzovala jsem jejich obsah, rozhodla o zařazení do kategorie hudebně publicistických pořadů a zaznamenala údaje o vysílání. Protože ne všechny rozhlasové stanice vysílající na frekvencích jsou slyšitelné v hlavním městě, využila jsem internetového vysílání na play.cz nebo záznamů vysílání, které na svých webových stránkách stanice poskytují.

V druhé části jsem vyhodnotila výsledky ankety, kterou jsem na téma *oblíby hudebně publicistických pořadů mezi posluchači* zadala na internetu. Výsledky tohoto šetření nemají reprezentativní charakter, jde o vyhodnocení dotazníku vyplněného náhodně vybranou skupinou osob ve věku 18-26 let.

V poslední části jsem analyzovala reálnou poslechovost vybraných hudebně publicistických pořadů vysílaných na soukromých i veřejnoprávních rozhlasových stanicích. Tato data mi byla poskytnuta.

Touto analýzou jsem se snažila získat co nejplastičtější obraz pozice hudebně publicistických pořadů zaměřených na moderní populární hudbu ve vysílání a postihnout zájem posluchačů o tento typ rozhlasových pořadů.

Původní záměr, analyzovat vliv těchto pořadů především na základě posluchačských ohlasů, jsem vyhodnotila jako nevhodný především pro neochotu spolupráce ze strany dramaturgů některých pořadů a změnu komunikačních zvyklostí, které vedou k útlumu a minimalizaci posluchačské odezvy. V tomto ohledu hrají významnou roli sociální sítě, na nichž jsou vytvořeny profilové stránky většiny pořadů, na něž mohou posluchači libovolně přispívat. Na základě sledování několika těchto stránek, jsem vyhodnotila, že komunikace posluchačů s autory/dramaturgy/moderátory pořadů se v tomto prostředí transformovala do jednoduchých vět vyjadřujících libost či nelibost vůči obsahové náplni pořadu. Tento trend minimalizace komunikace s redakcí mi oslovení moderátoři pořadů nezávisle na sobě potvrdili<sup>93</sup>. (vypsat, až se k tomu dostanu jaké)

## 5.1. Materiál

Jak už jsem zmínila v teoretické a v úvodu analytické části, pro první část jsou materiálem záznamy pořízené z internetového vysílání rozhlasových stanic. Všechny nahrávky a příslušné podcasty stažené z webových stránek jednotlivých rozhlasových stanic pocházejí z dubna a května roku 2011. Nahrávky jsou zaznamenány v celé délce pořadu včetně reklam a hudební části.

Pro druhou část jsem využila výsledků ankety, kterou jsem zadala k vyplnění na internetu náhodně vybrané skupině respondentů ve věku 18-26 let. V poslední části jsem pracovala s poskytnutými údaji o poslechovosti vybraných pořadů. Tato data mi byla poskytnuta z posledního výzkumu Radioprojektu prováděného agenturou Median pro období IV. Q. 2010 – I. Q. 2011<sup>94</sup>. Mezi vybrané pořady jsem zahrнула pořady Hard&Heavy, Svěženky a machři a Beatová zpovědnice na rádiu Beat, Inclubátor na Radiu 1, Folkmenu na Country radiu a večerní pořady na Rockradiu Šumava.

## 5.2. Popis zkoumání

<sup>93</sup> Miloš Keller - Folkmenu na Country rádiu, Stanislav Rubáš – Hard&Heavy na rádiu Beat a Matěj Sychra – Inclubátor na Radiu 1. Emailová korespondence, dostupné v archivu autorky.

<sup>94</sup> Údaje poskytnuty Petrou Keprtovou, email v archivu autorky

V popředí celé analýzy stojí vlastní výběr pořadů a seznámení se se současnými hudebně publicistickými pořady.

Každý pořad jsem opatřila tabulkou, do níž jsem zanesla základní údaje o pořadu. Podrobnější informace jsem dále uvedla v textu pod příslušným pořadem. V této části tedy sledovala především celkové vyznění pořadu, jeho formu a zda je se jeho náplň zabývá žánry moderní populární hudby.

V druhé části jsem ukázala reálný odhad poslechovosti hudební publicistiky zkoumaného zaměření. Do této části jsem vybrala pořady vysílané na typově odlišných rozhlasových stanicích. Jsou tu zastoupeny pořady vysílané na stanicích Českého rozhlasu, pořady vysílané na pražském alternativním rádiu (Rádio 1), na multiregionálním rádiu (Radio Beat), mimopražském lokálním rádiu (Rockradio Šumava) a radiu zaměřeném na country a folkovou hudbu (Country radio).

V poslední části, kterou jsem zařadila jako přílohu této práce, jsem se zaměřila na posluchačský zájem o hudebně publicistické pořady mezi mladými lidmi ve věku 18-26 let. Věkové rozmezí jsem zvolila proto, že zájem příslušníků této věkové skupiny o moderní populární hudbu je stále enormní, hudba je důležitou součástí života příslušníků této věkové skupiny. V tomto věkovém rozmezí má již také většina mladých lidí utříbený hudební vkus, což by mohlo vyvolat zájem o hudebně publicistické pořady, které mohou jejich hudební znalosti rozšířit.

Zmiňovaný dotazník jsem sestavila a požádala o jeho vyplnění prostřednictvím internetu.

### **5.3. Metoda analýzy projevu průvodců pořadu**

Jako metodu jsem zvolila analýzu poslechem právě vysílaných či již odvysílaných pořadů, vyhledaných v programových nabídkách jednotlivých rozhlasových stanic na internetu. Pokud nebylo možné takovou programovou nabídku na webových stránkách stanice vyhledat, nebo byla-li nejasná, kontaktovala jsem emailem programového ředitele<sup>95</sup>.

Poté, co jsem sestavila seznam potenciálních hudebně publicistických pořadů, jejichž autoři se zabývají některým z žánrů moderní populární hudby, jsem jednotlivé pořady

---

<sup>95</sup> Frekvence 1, Impuls, Rockzone

poslechla<sup>96</sup> a vyhodnotila jejich strukturu, koncepci, formu a konfrontovala je s kritérii, která jsem si pro jejich zařazení do této analýzy stanovila.

Jako kritéria hudebně publicistických pořadů, jejichž obsah se zaměřuje na moderní populární hudbu, jsem si vytyčila výhradní zájem o žánry moderní populární hudby, informativnost a koncepci pořadu. Jako hudebně publicistické jsem označila i pořady, které nevyužívají žádný z rozhlasových publicistických žánrů. Toto rozhodnutí vychází ze zařazení výběru mezi nástroje vyjádření jistého kritického postoje a hodnocení.<sup>97</sup> jako hudebně publicistické pořady jsem označila i ty, jejichž obsahem jsou vybrané nahrávky s dostatečným kontextovým zařazením. U těchto pořadů byla ale důležitým znakem koncepčnost výběru, tedy, mají-li vybrané nahrávky zjevnou souvislost, která je ze studiových vstupů posluchači zřejmá.

Pořady vybrané podle předchozích kritérií jako hudebně publicistické jsem zaznamenala s jejich stručnou charakteristikou, v níž jsem zmínila význam a přínos pořadu pro posluchače a jedinečnost obsahu pořadu. V příložené tabulce se nacházejí základní údaje o pořadu jako je název pořadu, stanice, na níž je pořad vysílán, den a čas vysílání, délka pořadu, délka moderátorského vstupu,<sup>98</sup> jméno moderátora a publicistický žánr, který je v pořadu využíván. Poslední řádek tabulky specifikuje formu pořadu, neboli jeho obecnou náplň. Vybírala jsem z následujících možností, kdy obecnou náplní je:

Ryze hudba
Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi
Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi
Diskuse/rozhovor s hudebníky
Profil
Historie

**Tabulka 1**

Do analýzy jsem zahrнула pouze stanice vysílající v pásmu VKV a pořady, u kterých je zjevné, že se jejich autoři snaží naplňovat určitou tematickou a strukturní koncepci v souvislosti s hudbou.

<sup>96</sup> Poslech byl realizován ze záznamů aktuálních dělů na internetu nebo z živého vysílání. Záznam těchto pořadů je k dispozici v archivu autorky.

<sup>97</sup> VIČAR, Jan. Hudební kritika a popularizace hudby. Praha: KLP, 1997. 183 s. ISBN 80-85917-27-0. Str. 10.

<sup>98</sup> Vyjádřeno v procentech jako podíl mluveného slova a hudby. Počítáno bez doby vymezené obchodním sdělením.

Metoda analýzy výsledků ankety je popsána v samostatné části.

## I. Část

### 5.4. Analýza

**A** - hudebně publicistické pořady – podíl mluveného slova vyšší než 20 % nebo je v koncepci jednotlivých pořadů a samotném vysílání využit alespoň jeden žánr rozhlasové publicistiky

**B** - Tematické hudební pořady s definovanou koncepcí a obsahem mluveného slova do 20 % bez využití některého z publicistických žánrů

#### 5.4.1. Pořady s vysokým podílem mluveného slova

##### Karel Gott – zpátky si dám tenhle film

Název pořadu	<b>Karel Gott – zpátky si dám tenhle film, ČRo2</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota 9, 05 – 9, 55; 50 minut
Množství mluveného slova* <sup>99</sup>	30/70
Žánr hudby v pořadu	popmusic
Publicistický žánr pořadu	dokument
Moderátor	Karel Gott
Typ pořadu	Profil

<sup>99</sup> Uváděno v procentech. První údaj vypovídá o celkové délce moderátorských vstupů, druhý podílu hudby. Počítáno bez reklam.

	Historie
--	----------

**Tabulka 2**

Vzpomínkový pořad připravuje a moderuje Karel Gott. Jeho autorský pořad je zajímavý především svou formou, neboť své zážitky a vzpomínky umělci a hudebníci sdělují posluchačům zpravidla jako hosté pořadu. Jako koncepce tohoto pořadu byla zvolena forma jakési „one man show“, uznávaný zpěvák prostřednictvím rozhlasového mikrofonu vypráví o svých zážitcích a vzpomínkách a své vyprávění doplňuje hudbou.

Pořad je postaven na osobnosti a osobě Karla Gotta, čemuž odpovídá náplň pořadu i vybraná hudba, která doplňuje vyprávění. Hudba má v pořadu ilustrativní charakter, velký prostor je věnovaný mluvenému slovu, které je pro posluchače podstatně zajímavější, neboť posluchačům přibližuje hudební prostředí nejen z profesního, ale také z osobního pohledu. Hudební realie jsou v pořadu zařazené velmi nenásilně jako součást vzpomínek.

**A Kulaté noty**

Název pořadu	<b>Kulaté noty, ČRo2</b>
Čas vysílání, doba trvání	12,05 – 12,55; 50 minut
Množství mluveného slova	44/56
Žánr hudby v pořadu	Odvíjí se od hudebního působení hosta, česká hudba
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor,
Moderátor	Miloš Skalka
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky, historie

**Tabulka 3**

Do autorského pořadu si Miloš Skalka zve hosty, kteří jsou spjatí s hudebním prostředím – skladatele, hudebníky, zpěváky, amatérské umělce a v letošním roce oslaví kulaté výročí narození. Díl se vždy chronologicky věnuje jednotlivým životním etapám hosta ve vysílání. Pořad je koncipován jako obsáhlý portrétní rozhovor, kdy největší prostor ve vysílání dostává host, aby obohatil posluchače svými vzpomínkami. Úlohou moderátora jako průvodce pořadem je otázkami směřovat hostovo vyprávění a vzpomínky tak, aby se příliš neodchyloval od tématu. Moderátor do plynutí pořadu vyjma kladení otázek a zařazování hudebních bloků příliš nezasahuje a nechává velký prostor k vyjádření svému hostovi.



Hudba má v pořadu ryze ilustrativní charakter. Nahrávky, které v pořadu zazní, pochází z hostovy tvorby nebo repertoáru a jsou vždy spjaty s tématem, o kterém se právě hovoří.

#### **A Uši radia Beat**

Název pořadu	<b>Uši radia Beat, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 19-20, 60 minut
Množství mluveného slova	46/54
Žánr hudby v pořadu	Rock, metal
Publicistický žánr pořadu	rozhovor
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky

#### **Tabulka 4**

Pořad Uši radia Beat je spíše zábavný pořad než rovnocennou hudební publicistikou, přestože jej tvoří v průměru 40% mluveného slova. Pořad připravuje a moderuje hudební publicista Petr Korál, který také vybírá nahrávky do vysílání. Koncepce pořadu se opírá o publicistický rozhovor, který je doplněn „hudební hádankou“. Ve vysílání je přítomen host z oblasti rockové hudby, zpravidla člena některé z českých nebo slovenských hudebních skupin.

Témata rozhovoru se v pořadu odvíjí od hudebních nahrávek, které moderátor v pořadu použije bez patřičného uvedení interpreta, jehož se host následně pokouší uhodnout. Odvíjející se rozhovor se následně týká oblíbenosti této skupiny nebo vlastních zážitků, které se k tomuto tématu váží. Vedle diskuse o oblíbenosti jednotlivých skupin se Petr Korál věnuje také vlastním aktivitám hosta, které jsou aktuálně v popředí jeho zájmů. Zpravidla se dotazuje na nové album, které skupině vychází, koncertní turné a festivalové aktivity. Pořad není sevřený tématem, moderátor se nesnaží urputně držet linii rozhovoru, která se často výrazně odchýlí od původního směřování.

Pozice moderátora je v tomto případě rozporuplná. Petr Korál tu nefiguruje jako tradiční vedoucí osoba rozhovoru, která je v pořadu spíše upozaděná a dává prostor k projevu hostovi vysílání. V pořadu velmi dobře funguje dialog a vzájemná polemika. Částečně dochází k výměně rolí, moderátorovi je od hosta i od posluchačů kladena otázka, *kdo tedy je ten tajemný interpret?*, neboť jako autor hádanky zná její řešení.

Neobvyklá forma pořadu dokáže udržet posluchačovu pozornost právě možností aktivně se zapojit do odhadů interpreta nahrávek. Tento pořad je určený spíše posluchačům, kteří jsou v této oblasti alespoň částečně vzdělaní a mají hudební znalosti ve výše uvedených žánrech.

Pořad je vysílán v přímém přenosu, projev moderátora i hosta je bezprostřední a autentický, což s sebou nese především rizika odchylek od správné výslovnosti nebo chybné kladení pauz a přízvuků a odchýlení se od spisovné formy českého jazyka. Je třeba podotknout, že posluchači jsou ochotni tento způsob projevu respektovat výměnou za poskytnuté informace a hudební a obsahovou náplň pořadu.

#### **Hudební návraty aneb co nevíte o moderní hudbě**

Název pořadu	<b>Hudební návraty aneb co nevíte o moderní hudbě, ČRo Plzeň</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota 16, 05 – 16,20, 15 minut
Množství mluveného slova	45/54
Žánr hudby v pořadu	Žánry Popmusic,
Publicistický žánr pořadu	?,
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi, historie

**Tabulka 5**

Čtrnáctiminutový pořad uvádí dvojice moderátorů, která chronologicky představuje historii moderní populární hudby. Pořad je předem připravený, autor pořadu a hlasatelka českého rozhlasu Plzeň svou promluvu čtou. Profesionální projev působí velmi nepřirozeně a pro posluchače je příliš komplikovaný. Na malé ploše pořadu ale dvojice obsáhne velké penzum informací, včetně hudebních ukázek, které jsou názorné a dobře ilustrují obsah mluveného projevu.

#### **A Hvězdy hity legendy**

Název pořadu	<b>Hvězdy, hity legendy, ČRo Plzeň</b>
--------------	--

Čas vysílání, doba trvání	Pondělí-neděle 10, 45 – 11, 00, 15 minut
Množství mluveného slova	40/60
Žánr hudby v pořadu	popmusic
Publicistický žánr pořadu	profil
Moderátor	Jaroslav Kopejtko a Petr Vacek
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi, historie

**Tabulka 6**

V dalším pořadu s délkou do 15 minut autoři představují ve vytýčených tématech fenomény české a zahraniční populární hudby. Soustředují se především na oblast popu 60. – 80. let. Tematicky se věnují jednotlivým osobnostem, výrazným trendům – například australské poprockové hudbě, písničkářům z filmové série Básníci, aj. – nebo nejznámějším písním jednotlivých období. Pořad má pevnou formu, která je dána vytýčenými tématy, od kterých se autoři pořadu neodchylují.

### Rocktime

Název pořadu	<b>Rocktime, ČRo Plzeň</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota, neděle 22,05; 55 minut
Množství mluveného slova	43/57
Žánr hudby v pořadu	Metal, modern metal
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor, pásmo, Petr Březina a David Havlena
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi, diskuse/rozhovor s hudebníky

**Tabulka 7**

Dvoudílný pořad Rocktime zaměřený na současné odnože rocku a metalu vysílá v sobotu a neděli večer český rozhlas Plzeň. Oba autoři pořadu, Petr Březina a David Havlena, jsou zároveň jeho moderátory.

Sobotní díl se věnuje ukázkám z nových alb na českém i zahraničním trhu. Z každého ve vysílání zazní dvě až tři nahrávky vždy s krátkým doprovodným komentářem o albu, skupině a

samotné nahrávce, který je velmi bohatý vychází z průběžného doplňování vědomostí v této hudební oblasti.

*„Když jsem si poslechl loňské album Teras of White rose...a dozvěděl, že se natáčelo ve slovenských studiích...bývalého člena Helloween, zpívajícího kytaristy Rollanda Rapova, nějak mi to hlava nebrala. Když jsem se dále dočetl, že na albu spolupracovaly takové světové hvězdy jako Dougie White nebo Fabio Leone...tak z toho už jsem skoro jednu noc nespál...a nakonec jsem se v materiálech o kapele dozvěděl, že anglické texty psal kapele... Honza Petričko, který tady v Českém rozhlase taky moderoval Rocktime.“9.4. rocktime*

Druhý, nedělní díl, je zaměřen na podrobnější profil dvou skupin, jejichž hudební projev vychází z téhož hudebního stylu. Zpravidla jsou do vysílání zváni členové těchto skupin, jež v nedávné době natočily album. Rozhovoru předchází představení v krátkém profilu, v němž moderátor zmíní historii, charakterizuje hudební projev a vyjmenuje dosavadní diskografii. Samotný rozhovor je rozdělen na několik dílčích částí přerušovaných blokem hudby z aktuálního CD, o němž se také ve vysílání hovoří. Rozhovor ve své podstatě doplňuje a rozvíjí počáteční profil skupiny a je veden tak, aby posluchači dostali co nejvíce informací o skupině samotné, jejím jedinečném hudebním projevu a vycházející desce. Rozhovory do pořadu poskytují vedle českých a slovenských také zahraniční hudební skupiny. Jejich interview je předtočeno a ve vysílání doplněno simultánním překladem.

V pořadu funguje velmi dobře syntéza hudby a slova. Ani jedna ze složek nevystupuje nad druhou a jejich poměr v pořadu je vyvážený. Přestože má pořad týdně více jak 100 minut, netrpí vysílání nedostatkem hudebního materiálu ani improvizací. Stejně tak nedochází ani u jedné ze složek k pouhé ilustrativnosti ostatních.

Moderátoři jsou v hudební oblasti, které se Rocktime věnuje, dostatečně erudovaní, neboť působí jako hudební publicisté v českých hudebních magazínech. Jejich široký hudební rozhled je rozpoznatelný zejména u výběru nahrávek a v přípravě rozhovorů a profilů. Projev obou je živý a příjemný, své osobní názory na hudbu prezentují ve vysílání velmi střídavě. V souvislosti se zaměřením pořadu stojí za zmínku také profesionální projev bez výrazných řečových i prozodických vad.

### **Tisíc tváří jazzu**

Název pořadu	<b>Tisíc tváří jazzu, Jazzoviny ČRo Plzeň</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota, neděle 18, 35, 30 minut

Množství mluveného slova	20/80
Žánr hudby v pořadu	Jazz, modern jazz
Publicistický žánr pořadu	Dokument, minirecenze;
Moderátor	Ivan Tomaždič
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 8**

Dvoudílný hudební pořad zaměřený na jazzovou hudbu, jehož moderátor Ivan Tomaždič je současně také autorem pořadu a hudebním publicistou. Jeho první část je věnována jazzovým legendám zejména z předválečného období. Druhý díl je zaměřen na současnou jazzovou tvorbu.

První část pořadu věnovaná hudebním legendám je koncipovaná velmi jednoduše. Moderátor se omezuje na stručný popis života umělce, o němž v pořadu hovoří, a výběr jeho nejznámějších hudebních nahrávek. Hudební nahrávky jsou řazeny chronologicky ve vztahu k předem zmíněným reáliím.

Druhý díl pořadu je zaměřen tematicky na různé stylové oblasti a umělce současného jazzu. V hudebně, obsahově i koncepčně zajímavější části se také lépe doplňuje hudba s obsahovou náplní moderátorova vstupu. V reáliích současného jazzu se moderátor cítí jistější. Tomu odpovídá také oproti prvnímu dílu téměř dvojnásobná délka moderátorských vstupů. Základní informace o tématu jsou doplněné zajímavostmi a rozvedené do šíře. U některých skladeb publicista připojuje stručný komentář k charakteru skladby blížící se krátké recenzi. Mluvené slovo a hudební nahrávky jsou vzájemně propojené.

### **Folková pohlazení**

Název pořadu	<b>Folková pohlazení, ČRo Pardubice</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota 13,05, 50 minut
Množství mluveného slova	50/50
Žánr hudby v pořadu	Folk, country
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor, hudební magazín,
Moderátor	Vít Troniček
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 9**

Pořad, který uvádí hudebník Vít Troníček má volnou koncepci i celkovou náplň. Nepravidelně se střídá interwiev s hostem ve studiu, informace o aktuálním dění a nových folkových albech a sondou do historie folku především na Pardubicku. Projev moderátora je velmi familierní, bezprostřední a chybí mu rozhlasová hlasová průprava. Přidanou hodnotu, kterou by měla být znalost folkového prostředí „zevnitř“ se moderátorovi nepodařilo plně využít zejména a to zejména v komunikaci a vedení rozhovoru s hosty, jejichž odpovědím na zjišťovací otázky nechává pouze malý prostor. Pořad působí poněkud improvizovanou formou. Lépe se vlastní znalosti prostředí daří moderátorovi využívat při informování o aktuálním dění na country a folkové scéně na Pardubicku.

### Folk a country telegraf

Název pořadu	<b>Folk a country telegraf ČRo Hradec Králové</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pátek 20,00; 22 minut
Množství mluveného slova	14/86
Žánr hudby v pořadu	country
Publicistický žánr pořadu	Hudební zpravodaj, magazín;
Moderátor	Vláďa Casey Růža
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 10**

Pořad se 14 denní periodicitou má formu oznamovatele nadcházejících událostí v country a folku s jejich profilovými medailonky. Hudba má v pořadu především výplňovou funkci, koncepčně s moderátorskými vstupy nesouvisí a nahrávky nejsou moderátorem identifikovány. Některé moderátorské vstupy lze označit jako glosy.

### Devátá s Princem

Název pořadu	<b>Devátá s Princem, Rockrádio Šumava</b>
Čas vysílání, doba trvání	Čtvrtek 21,00; 60 minut
Množství mluveného slova	25/75
Žánr hudby v pořadu	rock
Publicistický žánr pořadu	rozhovor

Moderátor	Milan Princ
-----------	-------------

**Tabulka 11**

Milan Princ jako průvodce pořadem představuje posluchačům české rockové hudebníky. Poutavě koncipovaný pořad zahajuje nahrávka, jakási „hudební hádanka“ a následuje medailonek hudebníka, kterému bude celý pořad věnován. Stěžejní částí pořadu je rozhovor s hudebníkem, jež je předtočený. V rozhovoru se moderátor zajímá o podrobnější informace o umělcově profesním životě, názory na aktuální problémy v hudebním průmyslu a jeho současnou hudební tvorbu. Medailon i rozhovor je proložen několika nahrávkami z hostovy tvorby. Hudba má v pořadu na první pohled spíše ilustrativní funkci, ale často představuje hudebníkovy méně známé projekty, takže lze říci, že informace pocházející z mluveného slova, dialogu s hostem a hudební složky jsou vyrovnané.

Pořad je zajímavý svou nejednotnou formou a využitím více publicistických žánrů v jednom vysílacím bloku. Už svým výběrem hostů ukazuje moderátor a zároveň dramaturg pořadu, že se v oblasti současné české hudby orientuje. Úskalím rozhovorů je ale zejména radikální odklon od původního tématu a otázky. Moderátor se ne vždy zvládne vrátit zpět k původní linii rozhovor a zpočátku zajímavý rozhovor se změní v plytké kvitování a diskusi zcela mimo téma pořadu.

**Jak se vám líbí**

Název pořadu, stanice	<b>Jak se vám líbí, rádio Proglas</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pondělí – pátek 19, 15; 45 minut
Množství mluveného slova	50/40
Žánr hudby v pořadu	alternativa, country, folk
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor,
Moderátor	Milan Tesař
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky

**Tabulka 12**

Stěžejní náplní pořadu *Jak se vám líbí* jsou rozhovory s hudebníky ve studiu. Moderátor a autor koncepce Milan Tesař si do studia zve hudebníky ze všech žánrových oblastí hudby, kteří mají společnou svou alternativou svého hudebního projevu vůči hlavním hudebním proudům. Celý rozhovor je díky pohotovosti moderátora ze strany hudebníků informačně a názorově velmi bohatý. Námětem rozhovorů bývá zpravidla prožití pohnutých životních situací a jejich vliv na hudební tvorbu, současné hudební směřování a reflexe myšlenek, které se objevují v písňových textech.

S ohledem na koncepci pořadu, jejíž stěžejní částí je rozhovor, zůstává hudba jako důležitý, ale přesto pouze doplňující prvek, který ilustruje obsah rozhovoru a uvádí posluchače do kontextu jednotlivých okruhů jeho témat. Výběr hudby není volen nahodile a koresponduje se zamýšleným směřováním rozhovoru. Není také výjimkou, že skupiny hrají ve vysílání živě, ačkoli se pořad snaží představovat především aktuální tvorbu vycházející na CD.

Projev moderátora je velmi kultivovaný, dokáže během rozhovoru pohotově zareagovat a rozvést zajímavou myšlenku.

### **Tříkrát z Proglasu**

Název pořadu, stanice	<b>Tříkrát z Proglasu, rádio Proglas</b>
Čas vysílání, doba trvání	Denně 7,45; 15 minut
Množství mluveného slova	40/60
Žánr hudby v pořadu	Alternativa, folk, rock
Publicistický žánr pořadu	Recenze,
Moderátor	Milan Tesař
Typ pořadu	Profil,

**Tabulka 13**

Denně vysílaný pořad představuje nová, mnohdy ještě nevydaná alba českých i zahraničních alternativních hudebníků. Tříkrát z Proglasu je rozhlasovou hudební recenzí alba spojenou se třemi ukázkami. Informační část je velmi hutná, připomíná formát běžné publicistické recenze alba, přičemž posluchači mohou okamžitě konfrontovat recenzentova slova s hudební nahrávkou. Krátká stopáž pořadu vede redaktora k informační hutnosti vstupů a nedovoluje velké rozbíhání a odklon od tématu.

### **A Air sofa**

Název pořadu, stanice	<b>Air Sofa, Radio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 18, 1x za 14 dnů, 60 minut
Množství mluveného slova	13/87
Žánr hudby v pořadu	House, downtempo
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor,



Moderátor	Stanislav Zima
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky

**Tabulka 14**

Pořad je zaměřen na elektronickou hudbu v pomalém tempu. Pořad začíná krátkým rozhovorem s hostem, kterým je zpravidla český DJ nebo hudební producent. Součástí koncepce pořadu je také výběr hudebních setů hostem. Krátký rozhovor v úvodu pořadu slouží především k představení hosta, jeho hudebních zájmů a hudby, kterou vytváří. Pořad působí improvizovanou formou, moderátor není příliš schopen navázat na odpovědi hosta, takže k posluchači se dostane prostřednictvím vysílání pouze malé množství základních informací. Spíše než o publicistický rozhovor, který se dotýká názorů a postojů, jde o rozhovor věnující se základním informacím o producentovi. Moderátor je ve svém projevu nejistý a celý pořad působí improvizovaně, což omezuje využitelnost zvolené koncepce, ze které by bylo možné vytěžit zajímavější podobu tohoto hudebně publicistického pořadu.

**A Bass trap**

Název pořadu, stanice	<b>Bass trap Radio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Čtvrtek 23, 1x za 14 dní, 60 minut
Množství mluveného slova	15/85
Žánr hudby v pořadu	dubstep
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor,
Moderátor	DJ Abu
Typ pořadu	Výběr hudby s krátkým moderátorským vstupem

**Tabulka 15**

Pořad Bass Trap se zaměřuje na oblast dubstepu a dalších basových hudebních stylů. Opět se jedná o pořad, který je zaměřen na úzké stylové rozpětí. Vedle samotné hudby se moderátor, DJ Abu, ve vysílání věnuje dění v této hudební oblasti. Projev moderátora je velmi svérázný a familiérní, ale přesto je schopen posluchačům sdělit základní údaje o hracím setu hudby a vést publicistický rozhovor s hostem. Jak už bylo řečeno, moderátor pořadu je sám také činný v oblasti hudby, o níž pořad uvádí, pohybuje se tedy v této oblasti a je schopen prezentovat aktuální trendy, přinést do vysílání ještě nevydané nahrávky a oslovit známé hudební producenty z Čech i zahraničí, kteří navštíví studio. Dokáže pohotově reagovat na odpovědi a rozvinout je. Rozhovory jsou informačně i názorově, vzhledem k profesi moderátora a charakteru pořadu, bohaté a i pro znalého posluchače přínosné.

Moderátor uplatňuje svůj široký rozhled především při výběru nahrávek. U zvláště zajímavých setů doplňuje vedle základních údajů ještě další rozšiřující informace včetně osobních zkušeností a názoru na tvorbu producenta setu.

Hudební i studiová složka vysílání spolu dobře korespondují a vytvářejí funkční a informačně obsáhlý pořad.

### **Inclubátor**

Název pořadu, stanice	<b>Inclubátor, Rádio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Čtvrtek 22, 60 minut
Množství mluveného slova	1. část 30/70, 2. Část méně než 10/více než 90
Žánr hudby v pořadu	Elektronická hudba, rock, aj.
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor,
moderátor	Karel Kropáček
Typ pořadu	Výběr hudby s krátkým moderátorským vstupem se základními informacemi

**Tabulka 16**

Pořad, v němž se moderátoři věnují českým amatérským skupinám a hudebníkům. Provází jím střídavě trojice moderátorů, která také vybírá hudební náplň pro druhou část pořadu z nahrávek zaslaných do redakce. První částí pořadu je rozhovor s hostem, kterým je některá z českých hudebních skupin, interpret či DJ, pohybující se na amatérské či poloprofesionální úrovni. Tématy rozhovoru jsou různé detaily ze života skupiny, koncertování, změny ve skupině, hudební styl, hudebnímu aranžmá, které skupina zvolila pro svou aktuální desku, aj. Druhá část pořadu se věnuje zaslaným demosnímčkům, z nichž se přehrávají ty nejzajímavější. Pořad není hudebně vyhraněn proto, aby do vysílání mohl být pozván jakkoli žánrově orientovaný umělec.

První část pořadu má velmi dobrou úroveň. Moderátoři jsou na vysílání a rozhovor připraveni z dostupných materiálů, jejichž získání může být obtížné, vzhledem k tomu, že jde o mediálně málo známé umělce. Rozhovor je doplněn nahrávkami z alb skupiny tak, aby korespondovaly s jeho náplní. Tato část je obsahově konzistentní a informačně bohatá.

### **Shadowbox**

Název pořadu, stanice	<b>Shadowbox, Radio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 19,00; 1x za 14 dní, 60 minut
Množství mluveného slova	23/77 (rozhovor), méně než 10/více než 90
Žánr hudby v pořadu	Drum n'base

Publicistický žánr pořadu	rozhovor,
Moderátor	Ondřej Golis
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 17**

Pořad je zaměřen na ukázky z nově vydaných drum n'baseových alb a mixovaných setů. Autor a moderátor pořadu je hudební producent a DJ Ondřej Golis vystupující ve vysílání jako Nitrouš.

V koncepci pořadu je kladen důraz na hudební složku, která silně převládá nad studiovými vstupy, ve kterých moderátor poskytuje informace o právě hraném setu. Vyjde-li zajímavé album natočené českým hudebním producentem, věnuje mu moderátor celé vysílání, a producenta alba si pozve jako hosta.

### Hiphop drunkiez

Název pořadu, stanice	<b>Hiphop drunkiez, rádio Spin</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 21,00; 120 minut
Množství mluveného slova	10/90
Žánr hudby v pořadu	hiphop
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor,
Moderátor	DJ Trusty
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky

**Tabulka 18**

Hiphop Drunkiez je hudební pořad zaměřený na současný český hiphop. Ve studiu se týdně střídají hosté, sóloví rappeři nebo celá crew<sup>100</sup>, se kterými moderátor diskutuje o nové desce, současném hudebním směřování a aktuálních koncertech. Zajímavým oživením pořadu je hudba, kterou hosté míchají živě přímo ve studiu.

### Roky v rocku

Název pořadu, stanice	<b>Roky v rocku, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pondělí 20, 00, 180
Množství mluveného slova	20/80
Žánr hudby v pořadu	rock
Moderátor	Jan Podzimek, Jan Hamerník

<sup>100</sup> Crew – zde skupina

Publicistický žánr pořadu	Profil, medailon,
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 19**

Autorský pořad hudebních znalců Jana Hamerníka a Jana Podzimka se průřezově věnuje historii rocku. Koncepčně jsou jednotlivé díly připravované jako hudební medailony jednoho konkrétního rok. Výběr nahrávek se omezuje na alba, která v tomto roce vstoupila na světový či národní trh.

### Sazometná středa

Název pořadu	<b>Sazometná středa</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 20,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	25/75
Žánr hudby v pořadu	rock
Publicistický žánr pořadu	Přednáška, vystoupení
Moderátor	Jan Řehák
Typ pořadu	

**Tabulka 20**

Profilový pořad, jehož náplní je pohled na vývoj kariéry vybraného hudebníka, zpravidla člena některé ze známých rockových skupin. Monologické části pořadu jsou doplněny hudebními nahrávkami, z téhož životního období hudebníka, o kterém moderátor právě hovoří. Záměrně však nevybírám z alb známé nahrávky, které by narušily jinak informačně a hudebně vyvážený obsah.

### Hudební profily

Název pořadu	<b>Hudební profily, ČRo Sever</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota 18,00; 50 minut
Množství mluveného slova*	20/80
Žánr hudby v pořadu	Jazz, blues, rock n'roll, country
Publicistický žánr pořadu	Vystoupení,
Moderátor	Petr Beran

Typ pořadu	
------------	--

**Tabulka 21**

Připravované profily výrazných osobností z oblasti amerického jazzu, blues a rock n'rollu a country. Pořad se zaměřuje na kritický pohled na hudební kariéru známých hudebníků jak z dobového pohledu, tak se současným časovým odstupem. Věnuje se nejen hudební kariéře umělce, ale i jeho dalším veřejným aktivitám.

**Swingová siesta**

Název pořadu	<b>Swingová siesta, ČRo Vysočina Region</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 19,04; 25 minut
Množství mluveného slova*	20/80
Žánr hudby v pořadu	swing
Publicistický žánr pořadu	Výklad, vystoupení
Moderátor	Jiří Štusák
Typ pořadu	

**Tabulka 22**

Pořad ČRo Vysočina Region, profilový pořad o českých i zahraničních swingových hudebnících. Struktura pořadu je velmi komplikovaná. Moderátor se odchyluje od původního tématu, na nějž často naváže až po několika vstupech a odehraných skladbách. Skladby použité v pořadu jsou neidentifikované a posluchač tak tápe v provázanosti hudby s připraveným obsahem profilů. Stejně jako struktura pořadu je komplikovaný i samotný mluvený projev moderátora. Zvláště obsah složitých souvětí, která naznačují čtení textu, nedokáže posluchač včas pochytit, což vede k nesoustředěnosti na jinak velmi zajímavý pořad.

**Jazzový podvečer**

Název pořadu	<b>Jazzový podvečer, ČRo 3</b>
Čas vysílání, doba trvání	Denně 17,45; 45 minut
Množství mluveného slova*	Průměrně 30/70
Žánr hudby v pořadu	jazz
Publicistický žánr pořadu	Vystoupení, rozbor, rozhovor

Moderátor	Ondřej Konrád, David Brada, Petr Zvoníček, Pavel Dostál, Antonín Matzner, Jiří Hlaváč, Václav Vraný, Aleš Benda, Michal Matzner, Martin Starý, Otakar Svoboda, Rudolf Kulka, Jan Beránek, Petr Vidomus, Vladimír Truc, Boris Urbánek Max Wittmann, Otakar Svoboda, Jiří Starý,
Typ pořadu	různé

**Tabulka 23**

Jazzový podvečer je magazínová série několika různě koncipovaných pořadů věnovaných jazzu. Pořad je určen především náročným a v jazzu se orientujícím posluchačům. Jednotlivé pořady se střídají s týdenní až měsíční periodicitou a v celku přináší pro posluchače komplexní informace o událostech, albech, umělcích a historii českého i světového jazzu.

Součástí magazínu je také živý přenos některého z právě probíhajících jazzových koncertů. V pondělí se střídají pořady Blues z hospody a Jazz Update, jejichž moderátoři se zajímají o aktuální události a nadcházející koncerty. V úterý jsou vysílány pořady, jejichž náplní je jazzová hudba uplatňující se v různých žánrových fúzích, ve středu je v Jazzovém podvečeru vysílán pořad Elektrický jazz, jehož moderátor pouští nahrávky představující nejmodernější podoby jazzu. Týž den je vysílán také soutěžní pořad Tour de Jazz nebo Jazzový pozdrav. Každý čtvrtek jsou připomenuta nejdůležitější výročí v Jazzovém kalendáři a v pátek již zmíněný živý přenos z jazzového koncertu. Moderátoři sobotních a nedělních pořadů představují jazz v kombinaci s poezií.

Magazín je velmi přehledně strukturován. Každý pořad připravuje specialista na danou oblast, který jím následně také posluchače provází. Tento systém poskytuje posluchačům vyčerpávající informace o tomto hudebním žánru. Náročnost studiové části a distingovaný způsob prezentace informací průvodcem pořadu souvisí s očekáváním náročného posluchače poslouchajícím kulturní okruh Českého rozhlasu.

**Beatová zповědnice**

Název pořadu	<b>Beatová zповědnice, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 20,00; 180 minut
Množství mluveného slova*	50/ 50
Žánr hudby v pořadu	Rock
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor, diskuse

Moderátor	Jan Hamerník
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky

**Tabulka 24**

Moderátor pořadu Jan Hamerník si do pořadu zve výrazné české rockové hudebníky a členy rockových skupin, kteří formovali a formují směřování tohoto žánru. hosté u „zprávědi“ přibližují podrobnosti a detaily svého profesního života, jenž zpravidla není zaznamenán v žádné biografické publikaci. výpovědi hostů jsou zpravidla velmi rozsáhlé neboť moderátor pouze určí téma, které se obvykle týká hudebních začátků, zahraničních pobytů a turné, tuzemských úspěchů, nahrávání alb, změn skupin, ovlivňujících faktorů, aj. a další doplnění je již plně v režii hosta. K jednotlivým tématům vybírá moderátor hudební nahrávky, které jsou ilustrativního charakteru vůči náplni pořadu. Moderátor má velmi dobré komunikační schopnosti a disponuje znalostmi tohoto hudebního prostředí včetně historického kontextu. Pro posluchače, kteří se vedle hudby zajímají i o realie a samotné skupiny a osobnosti rocku, je tento pořad velmi přínosný.

### Rockle

Název pořadu	<b>Rockle, ČRo Olomouc</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pondělí 21,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	40/60
Žánr hudby v pořadu	Rock
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor
Moderátor	Jiří Matějů
Typ pořadu	Diskuse/rozhovor s hudebníky

**Tabulka 25**

Magazínový hudebně publicistický pořad zaměřený na současné rockové skupiny. Většina časového prostoru vyhrazená tomuto pořadu je věnována skupinám, které přímo pochází z Jihomoravského nebo Severomoravského kraje nebo do některých tamních měst například přijely koncertovat. Moderátor se věnuje jak známým skupinám, tak i těm začínajícím, které ještě nevydaly žádné CD. Vedle samotné rešerše a poslechu vydaných alb skupiny moderátor často také koncerty skupin osobně navštěvuje. Může tak se svým názorem na tvorbu skupiny její členy přímo ve vysílání konfrontovat. Rozhovoru nechybí analytičnost, moderátor se ptá i na osobní názory přítomných členů a vyslovuje dotazy, které by běžného posluchače při poslechu hudby pravděpodobně nenapadly.

Druhá část pořadu je věnována tipům na zajímavé album, přičemž nejsou nabízena nutně pouze alba nejnovější. Z něj jsou následně uvedeny dvě až tři ukázky.

### Legendy

Název pořadu	<b>Legendy, ČRo Olomouc</b>
Čas vysílání, doba trvání	úterý 17,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	25/75
Žánr hudby v pořadu	Rock
Publicistický žánr pořadu	Výklad,
Moderátor	Jiří Matějů
Typ pořadu	Profil

**Tabulka 26**

Pořad o méně známých a kontroverzních albech hudebních skupin a zpěváků vydaných v 60-80. letech. Moderátor ve svých vstupech postupně přibližuje události spjaté se skupinou, které se váží k vybranému albu. Pořad je tedy zpracován jako „rozvinutá charakteristika“ alba. Autor v pořadu velmi zřetelně vyslovuje svůj názor na uváděné album, včetně zdůvodnění. V průběhu pořadu jsou přehrány ty skladby z vybraného alba, ke kterým se váže některé hodnocení, událost či zmínka v pořadu.

### Hudební sklizeň

Název pořadu	<b>Hudební sklizeň, Country rádio</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 17,40; 20 minut
Množství mluveného slova*	20/80
Žánr hudby v pořadu	country
Publicistický žánr pořadu	Rozbor, recenze



Moderátor	Pavel Bezouška
Typ pořadu	

**Tabulka 27**

V pořadu je představeno jedno z nových alb country a folkových hudebníků. Moderátor ve svých vstupech krátce popíše obsah alba, z nějž posluchačům nabídne čtyři písně. Pořad je zaměřen na českou hudbu.

### **Modré pondělí**

Název pořadu	<b>Modré pondělí, Gama rádio</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pondělí 20,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	40/60
Žánr hudby v pořadu	Blues, country, rock
Publicistický žánr pořadu	Výklad
Moderátor	PaeDr. Václav Netolický
Typ pořadu	

**Tabulka 28**

Pořad Modré pondělí je vždy koncipován jako několikadílňý seriál mapující hudební kariéru některého z výrazných bluesových a bluesrockových hudebníků. Moderátor se drží hlavní nastavené linie profilu, od které neodbíhá. Často se dotkne některého zajímavého hudebního počínu, ten je ale pouze zmíněn, bez dalších doplňujících informací a ukázek. Posluchač se proto z tohoto pohledu může cítit ochuzen o informace a nahrávky, které byly zmíněny. Zvláštností pořadu je recitace českého překladu anglických textů písní, které následně zazní ve vysílání. Informace vztahující se ke kariéře umělce čte autor pořadu, texty jsou recitovány profesionální moderátorkou.

### **Zostra**

Název pořadu	<b>Zostra, Gama rádio</b>
Čas vysílání, doba trvání	Čtvrtek 20, 00; 60 minut
Množství mluveného slova*	25/75

Žánr hudby v pořadu	Rock, poprock
Publicistický žánr pořadu	Výklad; výběr
Moderátor	Jan Pimper
Typ pořadu	

**Tabulka 29**

Pořad je velmi jednoznačně koncepčně definován – moderátor pro jednotlivé díly využil zveřejněného seznamu 50 skupin, jejichž proluka mezi dvěma alby činí alespoň deset let. Tento seznam byl doplněn moderátorem o další – české a slovenské - skupiny. V pořadu se tak objevují skupiny, které úspěšně či neúspěšně po rozpadu absolvovaly svůj návrat k tvorbě. Moderátor přibližuje historii jednotlivých skupin, která je v tomto případě velmi důležitá, neboť osvětluje důvod, proč skupině trvalo vydat nové album více než 10 let. Hudba má v pořadu demonstrativní charakter – na jednotlivých nahrávkách moderátor ukazuje posun skupiny, kterým během prodlevy mezi alby prošla včetně reakce dobové kritiky na tuto proměnu. Pořad je tedy náročný zejména na přípravu. Moderátorský projev je živý, důvěryhodný a informačně hutný. Pořad připravuje i moderuje jeden z mála moderátorů, kteří nepůsobí jako publicista, ani jako hudebník.

### Beatlemania

Název pořadu	<b>Beatlemania, ČRo Regina</b>
Čas vysílání, doba trvání	neděle 20,00; 57 minut
Množství mluveného slova*	15/85
Žánr hudby v pořadu	Rock
Publicistický žánr pořadu	Magazín – zpravodaj; výběr
Moderátor	Jiří Svátek
Typ pořadu	

**Tabulka 30**

Pořadem provází a připravuje jej předseda Klubu přátel Beatles – Jiří Svátek. Téma pořadu je hudba spojená se skupinou Beatles. Magazínový pořad je rozdělen do několika částí. Nejprve blok nahrávek Beatles nebo bývalých členů skupiny a jejich vlastních projektů, v druhé části jsou konfrontovány originální nahrávky skladeb nahrané skupinou Beatles s novějšími cover verzemi<sup>101</sup>, následují „Broučkoviny“ - lifestylový zpravodaj o současném životě a aktivitách bývalých členů skupiny. Poslední částí je Listárna s písněmi na přání.

<sup>101</sup> Cover verze – nové hudební aranžmá skladby

Moderátor pořadu je jedním z mála těch, kteří hudebně publicistické pořady připravují a jsou moderátory z povolání. Moderátor vstupuje do vysílání pořadu zřídka, hudební blok pojme více než polovinu doby trvání pořadu.

### **CZ Music**

Název pořadu	<b>CZ Music, Gama rádio</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 20,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	15/85
Žánr hudby v pořadu	Rock, punk
Publicistický žánr pořadu	Výklad, vystoupení
Moderátor	Miroslav Brunner
Typ pořadu	

**Tabulka 31**

Pořad je koncipován jako série profilů českých poloprofesionálních rockových a punkových skupin. Posluchači tyto skupiny většinou znají z letních festivalů nebo klubů, ale nejde ještě o tak známé a výrazné skupiny, aby jejich nahrávky byly součástí proudového vysílání. Moderátor prezentuje velmi nekonvenčně pojaté profily jednotlivých skupin.

#### **5.4.2. Pořady, koncipované jako hudební výběr**

##### **Folkový antikvariát**

Název pořadu	<b>Folkový antikvariát, ČRo České Budějovice</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 19,30; 25 minut
Množství mluveného slova <sup>102</sup>	16/84
Žánr hudby v pořadu	Folk, country
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Petr Zajíc

<sup>102</sup> Uváděno v procentech. První údaj vypovídá o celkové délce moderátorských vstupů, druhý podíl hudby. Počítáno bez reklam.

Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi, historie
------------	--

**Tabulka 32****Folková jíška Pavlína Jíšové**

Název pořadu	<b>Folková jíška Pavlína Jíšové, Čro České Budějovice</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota 13,30; 25 minut
Množství mluveného slova	Do 10/nad 90
Žánr hudby v pořadu	Country, folk
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Pavlína Jíšová
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 33**

Moderátorka se v pořadu věnuje současným i již nehrajícím folkovým hudebníkům jižních Čech. Pořad je koncipován jako výčet jihočeských skupin s krátkou informací o jejich činnosti a složení, který je následován nahrávkou. Průvodkyně pořadem Pavlína Jíšová vybírá ke zmínce o jednotlivých skupinách nahrávky, které jejich tvorbu vystihují. V celém pořadu zaujímá slovesná část minimální prostor, je velmi povrchní a jednotvárná. V souvislosti s mluveným slovem je hudba v pozici ilustračního prvku.

## Metalománie

Název pořadu	<b>Metalománie, Rockrádio Šumava</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 21-22, 56 minut
Množství mluveného slova	Méně než 5/více než 95
Žánr hudby v pořadu	metal
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Bedřich Synek
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 34**

Pořad Metalománie je jedním z tematických hudebních pořadů, které jsou vysílány na rockradiu Šumava. Přehlídku novinek připravuje moderátor Bedřich Synek, který je bývalý diskžokej. Pořad je koncipován jako přehlídka ukázek z nově vydaných alb metalových skupin. Přestože zaměření na novinky nabízí moderátorovi širokou možnost k uplatnění svých vědomostí a zkušeností, je pořad velmi povrchně připravený.

*„Opět tu máme debutující kapelu a tentokrát z Švédska a můj tip na objev roku 2011, Amarante. Škatulka, do které je nacpána nese název powermelodický death metal. Skupina Amarante.“*

Během několika vteřin studiového vstupu se posluchač většinou dozví pouze název skupiny a jejího alba, zemi původu a zřídka také zařazení k hudebnímu stylu. Studiový komentář ustupuje do pozadí, stává se pouze doplňkem k převládající hudbě. Konkrétně skupině Amarante, která byla moderátorem Metalománie označena jako adept na „objev roku 2011“, věnovali například autoři pořadu Rocktime na ČRo Plzeň v témže týdnu polovinu jednoho dílu pořadu.

Dikce moderátora je nepřiměřeně rychlá a v kombinaci s komolením některých názvů a jmen nemá posluchač možnost tyto informace správně pochytit. Všechny díly lze ale stáhnout z webových stránek rozhlasové stanice.

## Rocková abeceda

Název pořadu	<b>Rocková abeceda, Rockrádio Šumava</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 21, 56 minut

Množství mluveného slova	15/85
Žánr hudby v pořadu	rock
Publicistický žánr pořadu	-
moderátor	Miloš Zeman
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 35**

Obvykle se výraz „abeceda“ používá vedle označení skupiny písmen používaných v daném jazyce a také obecně k označení seznamu základů v určité oblasti. Oběma těmito definicemi vyhovuje také náplň tohoto pořadu. Moderátor ve vysílání pouští přehrává nejznámější a zásadní nahrávky písní, které ovlivnily vývoj rocku a metalu, dnes už žánrové evergreeny těch nejznámějších rockových skupin a zpěváků. Tento pořad je tedy určen spíše pro „rockové začátečníky“.

Projev moderátora pořadu je hlasově příjemný, jeho vstupy jsou informačně bohaté, v základní kostře představí skupinu, její historii a následně se v krátkosti věnuje nahrávce, u které doplní album, na kterém vyšla a pozici singlu na světovém žebříčku. Obě složky pořadu, hudba i studiové vstupy, se vhodně doplňují. Dominantnější pozici má přesto hudební složka, k níž se bezprostředně váže slovní doprovod.

### Rockpalác

Název pořadu	<b>Rockpalác, Rockrádio Šumava</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pátek 21,00; 50 minut
Množství mluveného slova	10/90
Žánr hudby v pořadu	rock
Publicistický žánr pořadu	-
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 36**

Pořad Rockpalác je svou koncepcí, obsahem i stylem moderátorského projevu totožný s pořadem Metalománie vysílaným na stejné hudební rozhlasové stanici. Svým vysílacím časem je nasazen proti podobně koncipovanému pořadu Radia Beat, Větrník.

### Acidelika

Název pořadu, stanice	<b>Acidelika, Radio1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Čtvrtek 23,00; 1x za 14 dnů, 60 minut
Množství mluveného slova	Méně než 10/ více než 90
Žánr hudby v pořadu	Elektronická hudba, techno, house
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Jarda Dušek
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 37**

Autor pořadu Jarda Dušek, Acidelika se věnují poměrně úzkému stylovému spektru v hudební oblasti techna a house s přesahy do elektronické hudby nebo hip-hopu. Moderátor a autor pořadu není hudebním publicistou, ale zasvěceným znalcem, který se v této hudební oblasti dlouhodobě pohybuje a sleduje tedy i aktuální trendy, které nabízí posluchačům. Koncepce pořadu vychází ze snahy nabídnout posluchačům co největší hudební nabídku, průvodní slovo se tedy omezuje na minimum, které je však pro zasvěcené posluchače dostačující. Téhož záměr koresponduje s pojetím současné taneční hudby, ve které je textová složka zcela potlačena a do popředí vystupuje hudba, která je hlavním elementem nahrávky a nikoli doprovodem textu.

V krátkých moderátorských vstupech dostane posluchač základní informace o autorovi setu a vydavatelství, u kterého byla nahrávka vydána. Zhruba třetina pořadu má podobu DJského mixu. V reálném čase jsou ve vysílání mixovány skladby tak, jako by se vysílání přemístilo do klubu.

**Breakbeat conference**

Název pořadu, stanice	<b>Breakbeat conference, Radio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 19, 1x za 14 dní, 60 minut
Množství mluveného slova	10/90
Žánr hudby v pořadu	Breakbeat,
Publicistický žánr pořadu	Diskuse
	Josef Sedloň, Kaplick
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 38**

Pořad věnující se hudebním stylu breakbeat<sup>103</sup> moderuje dvojice DJs, která také připravuje hudební náplň pořadu. Oba moderátoři se snaží doplňovat hudební sety základními informacemi a vlastním názorem. Jejich moderátorské vstupy působí poněkud zmateně, vstupují si navzájem do řeči a nejsou schopni držet se ve svých vstupech jednoho podnětu. Pro posluchače je tedy komentář spíše rušivý prvek, než adekvátní zdroj informací o hudebních setech.

### Seance

Název pořadu, stanice	<b>Seance, Rádio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 0,30; 60 minut
Množství mluveného slova	Méně než 5/ více než 95
Žánr hudby v pořadu	ambient
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Josef Sedloň
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 39**

Náplní tohoto pořadu je ambientní<sup>104</sup> hudba. Souvislé hodinové produkci předchází krátké studiové uvedení, po kterém následuje hudební blok. Závěrem pořadu je vloženo ještě krátké zrekapitulování informací o albu a producentovi setů. Jedná o pořad zaměřený na relaxační hudbu, kde důležitou roli hraje výběr hudby. Často nejsou uváděná alba ještě oficiálně v prodeji, ale moderátor je již má k dispozici.

### Soundbomb

Název pořadu, stanice	<b>Soundbomb, Rádio1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 20, 60 minut
Množství mluveného slova	Méně než 10/více než 90
Žánr hudby v pořadu	hiphop
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	DJs Enemy a DoubleJ
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem

<sup>103</sup> Taneční hudba s použitím velké síly basů

<sup>104</sup> Hudební forma, vycházející z předpokladu, že všechny zvuky, které nás obklopují, mohou být za jistých okolností hudbou. V současnosti neplní pouze funkci relaxační hudby k dokreslení atmosféry a k podvědomému poslechu, ale fúzí s různými hudebními styly pronikla do oblasti populární hudby



	s rozšiřujícími informacemi; diskuse
--	--------------------------------------

**Tabulka 40**

Hiphopový pořad, který moderují 2 hiphopoví DJs se věnuje kořenům hiphopu i jeho současné podobě v Čechách a zahraničí. Oba moderující DJs patří mezi současnou českou hiphopovou špičku, což jim umožňuje zachytit nejnovější žánrové trendy a vycházející alba.

V studiových vstupech se oba moderátoři se drží familiérního rozevlátého a rozvláčeného projevu, který je pro hiphopový styl vyjadřování typický.

**Vibrátor**

Název pořadu, stanice	<b>Vibrátor, Rádio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Sobota 22,00;120 minut
Množství mluveného slova	13/87
Žánr hudby v pořadu	Elektronická taneční hudba
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Tomáš Novotný
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 41**

Dvouhodinové proudové vysílání taneční hudby s informacemi o jednotlivých hudebních setech.

**B Větrník**

Název pořadu, stanice	<b>Větrník, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pátek 19, 180 minut
Množství mluveného slova	20/80
Žánr hudby v pořadu	rock
Publicistický žánr pořadu	Výběr,
Moderátor	Jan Hamerník, Jaromír Tůma
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 42**

Podobně jako další hudební pořady na radiu beat i Větrník moderují dva uznávaní hudební publicisté. Jan Hamerník pořad uvádí a moderuje a je jakýmsi zastoupením „značky“ radia Beat. Jaromír Tůma naopak zajišťuje výběr skladeb a ve vysílání plní funkci „hudebního odborníka“. Rozdělení rolí ve vysílání je velmi funkční, pokud se oba moderátoři dokáží držet svých rolí, vzniká velmi profesionálně vedený hudební pořad.

Základní strukturou a páteří pořadu je Tůmou vybraných třináct nahrávek, které dostaly název „Tutovky tůmovky“. Jde o kvalitní rockové nahrávky známých i málo známých rockových skupin, které buď upadly do zapomnění, nebo jsou aktuálními novinkami, které se ale v českých rádiích stěží uchytí. Pořad je svou strukturou a náplní koncipován pro znalce žánru a „fajnšmekry“, kteří jsou nespokojeni s jednotvárností proudového vysílání a často se opakujícími nahrávkami.

### **B Hard&heavy**

Název pořadu, stanice	<b>Hard&amp;heavy, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 20-23
Množství mluveného slova	25/75
Žánr hudby v pořadu	Metal, hard rock
Publicistický žánr pořadu	Rozhovor, diskuse
Moderátor	Jan Podzimek, Jan Hamerník
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 43**

Tříhodinový pořad zaměřený na metalovou hudbu je rozdělený na tři dílčí části – zahraniční novinky, nahrávky domácích metalových skupin a seriál o některé z výrazných domácích metalových skupin. Seriál je informačně obsáhlý a podrobně mapuje historii skupiny včetně hudebních nahrávek. Seriál se nesoustředí na historická data, seznamy diskografie a statistické údaje, ale na osobní příběhy hudebníků a dílčí události, které skupinu a její tvorbu ovlivnily. V současnosti se seriál ve více než 10 dílech věnuje skupině Citron.

Za pořadem stojí velmi důkladná příprava a rešerše, proto jsou ve studiu opět dva moderátoři – Stanislav Rubáš, který pořad skutečně vede a moderuje a Petr Korál či Bohuslav Němec, kteří připravují obsahovou náplň a zastávají ve vysílání pozici „hudebních odborníků“. Pořad je informačně obsáhlý a studiová část tvoří s hudebními nahrávkami kompaktní a konzistentní celek.

### **B Oldies aneb historie z černých drážek**

Název pořadu	<b>Oldies aneb historie z černých drážek, ČRo Ostrava</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 17,05; 55
Množství mluveného slova*	Do 10/nad 90
Žánr hudby v pořadu	Popmusic, rock n´roll, rock, country
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Jiří Tieftrunk
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 44**

Koncepce pořadu je založena na tematickém seskupování nahrávek z 50., 60., a 70. let podle tematického klíče, jímž může být například pořadí nahrávek v určitém týdnu sestavený magazínem Billboard nebo přehlídka singlů, které získaly platinovou desku.

#### **B Novinky na alternativní scéně + Intro**

Název pořadu	<b>Novinky na alternativní scéně, Rádio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 20, 00; 180 minut
Množství mluveného slova*	Méně než 5/více než 95
Žánr hudby v pořadu	Elektronická taneční hudba
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Josef Sedloň
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 45**

Moderátor připravuje výběr nových singlů z oblasti elektronické taneční a ambientní hudby zaměřené na alternativní žánry. Skladba je uvedena pouze se základními informacemi o jejím autorovi, případném interpretovi a albu, na kterém se nachází. Výběrově doplněno osobními postoji moderátora.

Oba pořady moderuje a připravuje DJ a znalec alternativní elektronické taneční a dubstepové hudby Josef Sedloň. V prvním tříhodinovém bloku vybírá aktuální novinky evropských a zámořských DJs a hudebních producentů. V druhé části pětihodinového bloku nazvané Intro se věnuje hudebnímu albům vydaných jedním konkrétním vydavatelstvím nebo diskografií mixů

některého z hudebních producentů. Moderátor disponuje znalostí tohoto hudebního prostředí a orientuje se mezi množstvím nově vydaných alb a demosnímků.

### Regionáda

Název pořadu	<b>Regionáda, ČRo Vysočina Region</b>
Čas vysílání, doba trvání	Pátek 18,00; 50 minut
Množství mluveného slova*	10/90
Žánr hudby v pořadu	Rock, hiphop, popmusic, poprock
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Žofie Kabelková
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi v souvislosti s regionem

**Tabulka 46**

Pořad o hudebních událostech, skupinách a aktualitách v regionu Vysočina. Pořad je určen spíše mladším posluchačům, kteří se zajímají o hudební život v tomto regionu. Hudebně je pořad zaměřen na mladé oblastní skupiny a hudebníky věnující se zejména hiphopu, rocku a poprocku, tedy stylům, které jsou mezi podobně starou skupinou posluchačů populární.

Padesátiminutový pořad má velmi živou formu, k níž vedle volených hudebních nahrávek přispívá také projev moderátorky Žofie Kabelkové. Přesto by pořad mohl být oživen například hostem.

### B Hard Music

Název pořadu	Hard Music
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 22,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	12/88
Žánr hudby v pořadu	Metal
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Petr Korál, Bohuslav Němec
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 47**

Pořad, jehož náplň je zaměřena na metalovou a blackmetalovou hudbu. Moderátor v pořadu pouští dvojice nahrávek pocházející z jednoho alba s uvedením základních informací o

interpretovi, albu a samotných skladbách. Oba moderátoři nejsou jako jedni z mála na Rádiu 1 samotnými hudebníky nebo aktivně činnými osobami v hudebním stylu, o němž pořad připravují, ale hudební publicisté.

Pořad svou strukturou působí poněkud jednotvárně a některým posluchačům mohou znepríjemňovat poslech výrazné řečové vady moderátorů.

### B Electronic Tuesday

Název pořadu	<b>Electronic Tuesday, Rádio 1</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 23,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	Do 10/ nad 90
Žánr hudby v pořadu	Elektronická hudba, s vokály
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Jan Kruml
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 48**

Pořad Electronic Tuesday je další z pořadů, jejichž náplň je zaměřena na elektronickou a ambientní hudbu. Autorem pořadu je DJ, jenž se pohybuje v oblasti dark ambientní a elektronické hudby v Čechách i zahraničí. Vysílání připravuje z DJských setů často vydaných na albech s limitovaným počtem výlisků. Nahrávky setů moderátor pořizuje na základě vlastních zkušeností s tvorbou jednotlivých DJs získaných na jejich koncertech a klubových nocích.

### B Hvězdy a hvězdičky

Název pořadu	<b>Hvězdy a hvězdičky, ČRo regionální stanice</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 2,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	do 10/ nad 90
Žánr hudby v pořadu	popmusic
Publicistický žánr pořadu	-

Moderátor	Jaroslav Císař
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 49**

Hudebně publicistický pořad o slavných skupinách československého bigbeatu doplněné ukázkami jejich tvorby. Informace, které v pořadu jsou pouze základními fakty o interpretovi a jeho tvorbě, velká část pořadu je věnována hudbě. Tento pořad je součástí nočního bloku regionálních stanic Českého rozhlasu.

### **B Country Time**

Název pořadu	<b>Country time, Country rádio</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 19,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	15/85
Žánr hudby v pořadu	Country
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Miloš Keller, Zorka Kratochvílová
Typ pořadu	Výběr hudby s rozšířenými informacemi o interpretovi

**Tabulka 50**

Dvojice moderátorů moderuje pořad, jehož hudební obsah je zaměřen na čelně umístěné písně americké country hitparády. Moderátoři uvádějí základní informace o interpretovi písně a její umístění právě v tomto žebříčku. Součástí pořadu je také kalendárium americké country.

### **B Starý desky jsou hezký**

Název pořadu	<b>Starý desky jsou hezký, ČRo 2</b>
Čas vysílání, doba trvání	Úterý 21, 05, 55 minut
Množství mluveného slova*	20 %
Žánr hudby v pořadu	popmusic
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Miloš Skalka
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 51**

Výběr nahrávek z 60. – 90. let žánrů popmusic středního proudu. Pořad nemá žádnou zvláštní koncepci, jde o vzpomínkové vysílání.

### **B Oldies klub Ivana Dolejšího**

Název pořadu	<b>Oldies klub Ivana Dolejšího, ČRo Sever</b>
Čas vysílání, doba trvání	Neděle 13, 00; 54 minut
Množství mluveného slova*	25/ 75
Žánr hudby v pořadu	Jazz, swing
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Ivan Dolejší
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 52**

Vzpomínkový pořad s nahrávkami z 50. – 70. let různých československých bigbandů. Moderátor podává značně rozsáhlé doplňující informace o jednotlivých písních včetně informací o původním interpretovi a skladateli písně. Většina písní ve vysílání byla v minulosti převzata a upravena pro potřeby těchto bigbandů. Řazení nahrávek je nahodilé, a přestože jsou jednotlivé moderátorské vstupy informačně hodnotné, působí pořad nekonzistentně a roztříštěně.

### **B Country pohoda Mirka Černého**

Název pořadu	<b>Country pohoda Mirka Černého, ČRo2</b>
Čas vysílání, doba trvání	Středa 21, 05; 55 minut
Množství mluveného slova*	Do 10/nad 90
Žánr hudby v pořadu	country
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Miroslav Černý
Typ pořadu	Výběr hudby se základními informacemi o interpretovi

**Tabulka 53**

Výběr hudby na základě životopisu některého z výrazných country hudebníků. Pořad je koncipován jako odpočinkový, čemuž odpovídá také nenáročnost moderátorských vstupů.

## B Rockové Škatule

Název pořadu	<b>Rockové Škatule, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	čtvrtek
Množství mluveného slova*	17/83
Žánr hudby v pořadu	Rock
Publicistický žánr pořadu	-
Moderátor	Stanislav Rubáš
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

**Tabulka 54**

Již podle názvu má pořad vytyčenou velmi jednoduchou koncepci - každý díl se zeměpisně či stylově věnuje jedné oblasti rocku. Pořad je rozdělen na tři části, zpravidla dle desetiletí. Vedle svého připravené náplně pořadu vyzývá moderátor posluchače, aby do studia posílali tipy na skladby, které se tematicky váží k obsahu vysílání. Z těch následně vybírá část skladeb do vysílání. Posluchači si poslechem mohou velmi nenásilnou formou utřídit své hudební znalosti a zařadit je do stylového, časového a zeměpisného kontextu. Nahrávky pocházejí z archivu stanice, pořad tedy vede jen jeden moderátor, jenž disponuje potřebnými vědomostmi o oblasti, které se ten který díl věnuje.

## B Svěženky a machři

Název pořadu	<b>Svěženky a machři, rádio Beat</b>
Čas vysílání, doba trvání	Čtvrtek 19,00; 60 minut
Množství mluveného slova*	25/75
Žánr hudby v pořadu	Rock
Publicistický žánr pořadu	výklad
Moderátor	Vojtěch Lindaur
Typ pořadu	Výběr hudby s delším moderátorským vstupem s rozšiřujícími informacemi

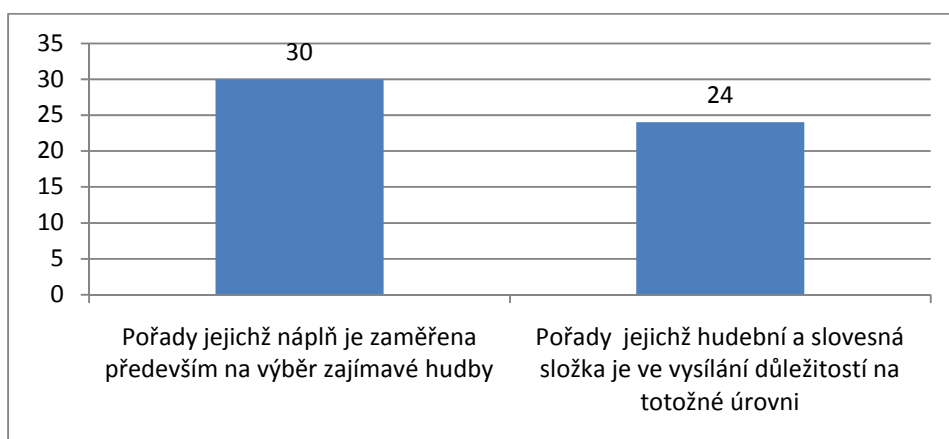
**Tabulka 55**

Původní koncepci pořadu – tedy výběr nahrávek mladých skupin a jejich vzorů – se moderátorovi daří naplnit pouze částečně. Náplň se v průběhu vysílání pořadu mění v moderátorovo poutavé vyprávění ilustrované vhodně vybranými hudebními nahrávkami.



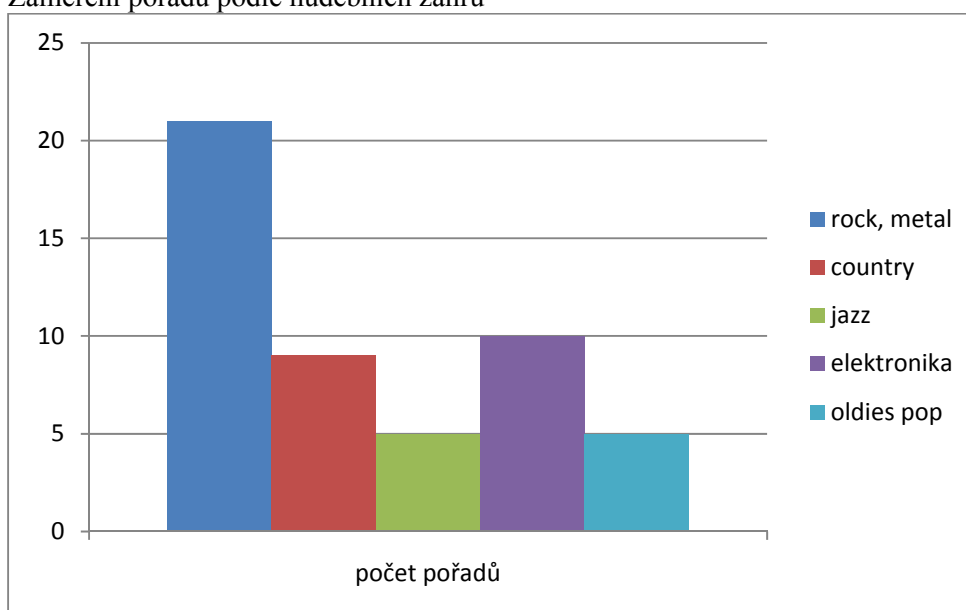
Přesto je obsah pořadu pro posluchače informačně hodnotný a zároveň velmi poutavý. Svě hudební zážitky, které prezentuje je moderátor schopen doplnit faktografickým kontextem.

#### 5.4.2.1. Souhrn



**Graf 1**

#### Zaměření pořadů podle hudebních žánrů



**Graf 2**

## II. část Výzkum

Zjištění zájmu o hudebně publicistické pořady mezi posluchači ve věku 18-26 let.

### a. Cíl výzkumu

Cílem empirického výzkumu bylo zjistit u náhodně vybrané skupiny respondentů ve věku 18-26 let, zájem o hudebně publicistické pořady, které jsou v současnosti součástí programu rozhlasových stanic vysílajících v pásmu VKV v České republice.

*K dosažení stanoveného cíle jsem si stanovila dílčí výzkumné otázky:*

1. Rozlišuje tato věková skupina posluchačů rozhlasu hudebně publicistické pořady ve vysílání?
2. Zajímá se o ně?
3. Jakou věnuje pozornost jejich obsahu?
4. Co jí poslech přináší?
5. jak je s úrovní a obsahem těchto pořadů spokojeni?

### b. Výzkumné metody

Pro získání informací potřebných pro výzkum jsem zvolila metodu internetového dotazníku. Dotazník byl určen věkové skupině respondentů mezi 18 a 26 lety a skládal se z uzavřených<sup>105</sup>, polozavřených<sup>106</sup> a otevřených<sup>107</sup> otázek, které však neměli respondenti povinnost vyplnit.

---

<sup>105</sup> Respondenti volili jednu z nabízených možností

### c. Popis dotazníku

Anonymní anketa, kterou jsem vytvořila na internetu, obsahoval celkem 17 otázek, z nichž 3 týkající se kontaktování redakce pořadu jsem z důvodů vypuštění kapitoly o posluchačské odezvě nevyhodnocovala. Na úvod ankety jsem zařadila otázky, díky nimž jsem zjistila pohlaví respondenta, nejvyšší dosažené vzdělání, jeho zájem o poslech rozhlasu, konkrétní stanici, již respondent poslouchá a část programu, která ho z vysílání nejvíce zajímá.

Dále mne zajímala obecná znalost hudebně publicistických pořadů a konkrétní pořad, který respondent poslouchá.

Další část otázek jsem směřovala k poslechu konkrétních pořadů, jež respondenti poslouchají. Zajímala jsem se o důvod a soustředěnost poslechu jimi poslouchaných pořadů.

Poslední otázky ankety jsem vztahovala k názoru na pořad, který respondenti poslouchají.

Znění otázek ankety jsem zařadila jako přílohu této práce.

### d. Charakteristika výzkumného souboru

Anketu jsem sestavila a zveřejnila pomocí internetové stránky určené k vytváření dotazníků [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz). Jejího vyplnění se tak mohli zúčastnit všichni uživatelé internetu v uvedené věkové skupině. Reálně se ankety dobrovolně zúčastnili náhodně vybraní respondenti, kteří v průběhu trvání šetření zavítali na stránku [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz) a rozhodli se anketu vyplnit.

### e. Profil respondentů

V této části se budu věnovat charakterizování skupiny respondentů, která se rozhodla zúčastnit anketního šetření.

---

<sup>106</sup> Respondenti volili jednu z nabízených možností nebo vypsali vlastní, „jinou“ odpověď

<sup>107</sup> Respondenti vypisovali vlastní odpověď na otázku

Během 10 dnů se šetření zúčastnilo celkem 57 respondentů. Ne všichni zodpověděli celou baterii otázek, záporné odpovědi u uzavřených otázek vedly k ukončení dotazníku, neboť by nemohli pravdivě zodpovědět další otázky. Opačný postup, nechat všechny respondenty zodpovědět všechny otázky, by mohl deformovat výsledek šetření.

Ankety se zúčastnilo 80 % mužů a 20 % žen. Dále jsem již nerozdělovala respondenty podle pohlaví.

#### **f. Poslech rozhlasu a konkrétních rozhlasových stanic**

Rozhlasové stanice, které hudební publicistiku zaměřenou na moderní populární hudbu nabízejí, poslouchá 21 respondentů z 50, kteří se vyjádřili, že poslouchají rozhlas.

Jako jednu z možností, která respondenty ve vysílání jejich oblíbené stanice zajímá, se hudebně publicistické pořady vyskytly u 14 respondentů. (28 % těch co poslouchají rozhlas a 66 procent těch, kteří označili svou oblíbenou stanici jako jednu z těch, která vysílá hudební publicistiku). Jako důvod proč ne bylo nejčastěji uvedeno neúnosné množství mluveného slova, jež nevyvání ani dostatečně zajímavá hudba. Další podobně početná skupina (12 osob) respondentů se vyjádřila, že se se dosud s podobným pořadem v programu jejich oblíbené stanice nesešla. Celkem záporně odpovědělo 37 osob (74 %). Skutečně cíleně tyto pořady poslouchá naopak 22 % posluchačů (v absolutních číslech jde o 11 osob).

Nejčastěji byly respondenty zmíněny pořady, jejichž obsah je zaměřen na žánry rocku, většina respondentů ale nedokázala žádný konkrétní název uvést.

Více jak polovina (55 %) respondentů poslouchajících sledované pořady odpověděla, že poslouchá jako kulisu. Zbylí respondenti se na poslech pořadů soustředí. S tímto zjištěním souvisí také další položený dotaz na to, jak nakládají s informacemi, které v pořadu zazní. Žádné informace z pořadu si nepamatují pouze 2 respondenti, kteří takové pořady poslouchají. Jen jediný respondent si naopak získané informace zaznamenává a využívá je k rozšiřování svého hudebního rozhledu. Zbylá skupina posluchačů označuje sice poslechnuté informace za zajímavé, někdy si dokonce vybavuje další souvislosti, ale déle než několik hodin po skončení pořadu si je nepamatuje. Naopak zajímavá a nově poznaná hudba je pro další činnost související

poslechem hudebně publicistického pořadu výraznějším podnětem pro její vyhledání/stažení či koupě pro 40 % respondentů.

### **g. Spokojenost respondentů s pořady**

Přestože jsou všichni z respondentů, s pořady, které poslouchají spokojeni, ocenili by někteří například více informací a nahrávek nové a aktuální hudby a zahraniční hosty ve vysílání. 80 % respondentů však žádné připomínky nemá a s pořady je bezvýhradně spokojeno. Oceňují zejména hudební výběr, jenž je oproti proudovému vysílání pestřejší a jednotlivé nahrávky se opakují zřídka. Vedle samotné hudby jsou to podrobnější informace o písni a jejím interpretovi a také reálné poznání samotných interpretů „jinak než přes texty písni“.<sup>108</sup>

## **I. Závěr ankety**

Vzhledem k oslovenému vzorku respondentů nelze považovat výsledky ankety za výpověď skutečného stavu zájmu o hudebně publicistické pořady zaměřené na moderní populární hudbu v uvedené věkové skupině, mezi jejímiž příslušníky jsem provedla šetření. Anketa dokumentuje zájem o tyto pořady mezi skupinou respondentů, kteří se rozhodli anketu vyplnit. Motivace respondentů k jejímu vyplnění nebyla předmětem zjištění.

Z konečných 57 respondentů poslouchá hudebně publicistické pořady zaokrouhleně 20 %<sup>109</sup> respondentů, což mnohem vyšší procentuální počet posluchačů, než jaká je reálná poslechovou těchto pořadů podle výsledků Radioprojektů.<sup>110</sup> I přes tuto nereálnost výsledků jsou výsledná fakta zajímavá, a to především z pohledu zájmu mladých lidí rozvíjet své znalosti o oblíbeném hudebním stylu prostřednictvím hudebních pořadů. Část posluchačů poslouchá takové pořady pravděpodobně bezděčně a nedokáže rozlišit přechod mezi proudovým vysíláním a právě hudebním pořadem. Tento poznatek může souviset s kulisovým poslechem rozhlasového přijímače více než poloviny respondentů. Z ankety proto nelze specifikovat, o jaké hudební styly a konkrétní pořady je mezi posluchači největší zájem.

Přes neschopnost specifikovat poslouchané pořady vypověděli jejich posluchači, že některé informace jim utkví v paměti a zejména hudební část je mnohdy motivuje k aktivnímu

<sup>108</sup> Beránková, S. – Hudební publicistické pořady a jejich pozice u posluchačů (výsledky průzkumu), 2011. Dostupné online na <http://hudebni-publicisticke-porady.vyplnto.cz>.

<sup>109</sup> 19,2 %

<sup>110</sup> Pokud by tento procentuální údaj byl aplikován na všechny příslušníky věkové skupiny 18 – 26 let, poslechovou těchto pořadů by byla minimálně 388 tisíc posluchačů. Dle údajů na [http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/76002C85EC/\\$File/400311001.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/76002C85EC/$File/400311001.pdf)

vyhledávání dalších informací o interpretovi a souvisejících hudebních děl. Poslech tak respondentům přináší nové informace, zejména hudební podněty a například také názory hudebníků. Žádný respondent si nestěžoval na malou informativnost pořadu a ohrané hudební nahrávky. V souhrnu lze tedy říci, že jsou respondenti s formou pořadů, jaké jsou nyní na rozhlasových stanicích nabízeny, spokojeni.

## **Závěr**

Jak jsem již v průběhu práce několikrát zmínila, hudebně publicistický pořad Větrník znamenal pro své posluchače, kterých bylo skutečně mnoho, jediný kontakt se západní rockovou a později i metalovou hudbou, která ve světě několik desetiletí určovala hudební vývoj. Redakce Větrníku tedy připravovala pořad, jehož obsah byl zaměřen na hudbu světového „středního proudu“.

Podařilo se tedy na Větrník navázat? Zdá se, že ano. Rockové, rock n'rollové a metalové pořady mají mezi hudebně publicistickými pořady největší zastoupení. Jenže – kolik těchto pořadů se zajímá o historii, která, byť je důležitá, zpravidla nezaujme mladou generaci? Je jich nadpoloviční část. Potom je obtížné přitáhnout mladé lidi, kteří se zajímají o současnou hudbu, právě k hudebně publicistickým pořadům. Třebaže při pohledu na analýzu lze namítnout, že takových pořadů, které se zabývají současnou, moderní, hudbou je mnoho. Ano, zdá se to. Ale opět tu vyvstává otázka – kolik posluchačů rozhlasových stanic se zajímá o tyto sice moderní, ale alternativní styly, jimiž se tyto pořady zabývají? Ony žánry mají ve svém souhrnném označení mají slovo alternativní, což znamená jiné, „náhradní“, a tedy zákonitě menšinové. Poslechovost pořadů zaměřených na tyto styly je tak malá, že ji v měřeních poslechovosti téměř nelze zachytit. Naopak, žádné hudebně publicistické pořady, jejichž obsah by byl podobně jako v případě Větrníku zaměřen na hudební žánry a jednotlivé styly středního proudu, nejsou.

Mnoho mých vrstevníků si stěžuje na neustále se opakující nahrávky na jejich oblíbené stanici. Stěží potom mohou získat široký hudební rozhled. Hudebně publicistických pořadů je na první pohled mnoho, ale velmi málo na nejvíce poslouchaných rozhlasových stanicích, z nichž většina je ryze hudebních.

Samotná úroveň většiny pořadů je velmi dobrá. Pořady připravují lidé, kteří mají o hudbu zájem a v prostředí daného stylu a žánru se dobře orientují. Překvapilo mne, že skutečně drtivou převahu mezi moderátory pořadů mají muži. Zde je se může ukrývat vysvětlení, proč v nabídce hudebních pořadů chybí ty zaměřené na střední proud. Muži jej obecně poslouchají méně. Zato velmi tíhnou k rocku, metalu nebo jazzu. Pořadů o současných podobách a historii těchto žánrů je mnoho.

Mnoho pořadů vysílají také regionální stanice, což značně omezuje možnosti takové pořady poslouchat. Dnes, v době internetu a digitálních technologií sice už není problém poslouchat kteroukoli stanicí na světě, ale málokdo z jižních Čech si naladí v osm večer mostecké rádio Gama.

Možná by tedy stálo za úsilí oživit ideu Větrníku a nasměrovat současnou hudební publicistiku v rozhlasu směrem ke vkusu, který sdílí většina posluchačů, což by mohlo pomoci rozšířit ji na stanice různých regionálních a multiregionálních hitových rádií, jejichž program je v současnosti velmi nenáročný a jednotvárný.

## **Summary**

This theses shows that nowadays is possible to find in the programm of Czech radio broadcasters a wide range of musical journalism opinion shows at all. Although it looks that so many such shows can affect most popular music genres and styles it is not that easy. Those shows are most commonly focused on history of a style or some alternative styles that could not satisfy all the listeners. Therefore this scene suffers from lack of musical opinion journalism shows that would have been focused on mainstream music genres. There is the main difference between these contemporary shows and a musical opinion journalism show called Větrník. This one offered Czechoslovakian listeners listen to „Western“ singers and groups that were forming world musical scene. It was focused on rock styles but in those days when rock was a mainstream music genre. There is possible to feell the difference and find a cause why so many

shows have only a few listeners in comparison to hit radios. There are many listeners who are not satisfied with the situation but they cannot solve it anyhow because all the musical journalism opinion shows in radio focuses on an alternative music genres. The most favourite genres in those shows are rock, metal, jazz and country. Then some alternative electronic styles. This situation could be interpreted that 90 per cent of anchormen are men. Therefore it looks that they are focused on music genres those like as well men.

### **Použitá literatura**

#### LITERATURA:

1. HANKUSOVÁ, Veronika. Vývoj výzkumu rozhlasových posluchačů v Československu a v České republice. Praha : Karolinum, 2006. 152 s. ISBN 80-246-1092-2.
2. JEŠUTOVÁ, Eva. Od mikrofonu k posluchačům: z osmi desetiletí českého rozhlasu. Praha: Český rozhlas, 2003. 667 s. ISBN 80-86762-00-9.
3. Kolektiv autorů: Čtrnáct kapitol o rozhlase, Praha: Literární akademie, 2006, ISBN 80-86877-04-3
4. MARŠÍK, Josef . Úvod do teorie rozhlasového programu. Praha : Karolinum, 1995. 106 s. ISBN 80-7184-013-0.
5. OSVALDOVÁ, Barbora. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3. Praha : Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7. Str. 156
6. REJZEK, Jiří. Český etymologický slovník. 1. Voznice: Leda, 2001. 752 s. ISBN 80-85927-85-3. Str.
7. Rozhlasová práce. Praha: Český rozhlas, 1977. 80 s., sborník
8. The Big Beat“. LINDAUR, Vojtěch ; KONRÁD, Ondřej. Bigbít. 1. Praha : Plus, 2010. 304 s. ISBN 978-80-259-0023-9
9. TŮMA, Jaromír, Bigbít, aneb, Pendl mezi somráky a veksláky , Vyd. 1., Praha : Ivo Železný, 1999; ISBN 80-240-1386-X
10. VIČAR, Jan. Hudební kritika a popularizace hudby. Praha: KLP, 1997. 183 s. ISBN 80-85917-27-0.

#### Prameny:

11. Vysílací scénář: ČERMÁK, Ludvík; KAFKA, Miloš. Větrník /292, 1. díl/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1977. s. 22.



12. Vysílací scénář: CHLÍBEC Jiří; NAVRÁTIL Jaroslav. Větrník /604/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1985. s. 15.
13. Vysílací scénář: CHLÍBEC, Jiří; NAVRÁTIL Jaroslav. Větrník /652/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1986. s. 10 .
14. Vysílací scénář: CHLÍBEC, Jiří; NAVRÁTIL Jaroslav. Větrník /867/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1990. s. 6.
15. Záznam vysílání Vysílací scénář: ČERMÁK, Ludvík; KAFKA, Miloš. Větrník /86/ : rozhlasová hudební diskotéka. Praha: Československý rozhlas, 1975. s. 18. – poměr česká hudba – 49, 35 minut; západní hudba – 62, 05 minut,

#### Články:

16. CIPROVÁ, Inka. Jak se dělá Houpačka?. Mladá fronta. 16. 10. 1968, 23, 290, s. 1. ISSN 0323-1941.,
17. Písničky z éteru. Melodie. 1978, 1, s. 2., rozhovor s Daliborem Baslerem,
18. Programová nabídka. Programový týdeník rozhlas. 12. 12. 1973, 41, 50, s. 1. ISSN 0231-6811.
19. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 22, s. 5. ISSN 0231-6811.
20. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 28, s. 7. ISSN 0231-6811.
21. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 29, s. 7. ISSN 0231-6811.
22. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 31, s. 6. ISSN 0231-6811.
23. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 37, s. 7. ISSN 0231-6811.
24. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 38, s. 8. ISSN 0231-6811.
25. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 42, s. 9. ISSN 0231-6811.
26. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 48, s. 2. ISSN 0231-6811.
27. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas. 1973, 41, 50, s. 1. ISSN 0231-6811.
28. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas.. 1974, 42, 1, s. 11. ISSN 0231-6811.
29. Programová nabídka. Programový týdeník Rozhlas.. 1974, 42, 16, s. 1. ISSN 0231-6811.
30. Sedm krát sedm je Start. Mladá fronta. 17. 6. 1971, 26, 168, s. 1. ISSN 0323-1941.,  
Výstřižková služba ČRo

#### Elektronické zdroje:

#### Webové stránky:

31. Countryradio.cz [online]. 2003 [cit. 2011-05-20]. Country rádio/program/čtvrtek. Dostupné z WWW: <<http://www.countryradio.cz/pr04.php>>.
32. Radiocas.cz [online]. 2010 [cit. 2011-05-20]. Program rádia | rádio Čas. Dostupné z WWW: <<http://www.casradio.cz/show.php?kat=statika&idpage=program&mesto=>>
33. Czechmusic.net [online]. 2000 [cit. 2011-05-20]. Czechmusic.net. Dostupné z WWW: <<http://www.czechmusic.net/charts/zlatyfont.html>>.
34. Danceradio.cz [online]. 2006 [cit. 2011-05-20]. Dance radio. Dostupné z WWW: <<http://www.danceradio.cz/prog.jsp>>.
35. Ethnoradio.cz [online]. 2008 [cit. 2011-05-20]. ETHNO rádio - world & ethno music. Dostupné z WWW: <<http://ethnoradio.cz/showpage.php?name=porady>>.
36. Evropa2.cz [online]. 2010 [cit. 2011-05-20]. Program | Evropa 2. Dostupné z WWW: <[Evropa2 Ľhttp://www.evropa2.cz/cs/program.shtml](http://www.evropa2.cz/cs/program.shtml)>.
37. Impuls.cz [online]. 2010 [cit. 2011-05-20]. Rádio Impuls - Ráááádio. Dostupné z WWW: <<http://www.impuls.cz/programme/list/>>.
38. Mikroforum.cz [online]. 2010 [cit. 2011-05-20]. Rádía celoplošná. Dostupné z WWW: <[http://www.mikroforum.cz/gam\\_ht/r\\_celoplosna.php?str=0](http://www.mikroforum.cz/gam_ht/r_celoplosna.php?str=0)>.
39. Radiosumava.cz [online]. 2011 [cit. 2011-05-20]. Rockrádio Šumava. Dostupné z WWW: <<http://www.radiosumava.cz/index.php?lng=CZ&webid=3>>.
40. Radiotv.cz [online]. 2011 [cit. 2011-05-20]. Poslechovost. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/wp-content/uploads/2009/05/poslechovost\\_total.pdf](http://www.radiotv.cz/wp-content/uploads/2009/05/poslechovost_total.pdf)>.
41. Casradio.cz[online]. 2011 [cit. 2011-05-20]. Rádio Čas. Dostupné z WWW: <<http://www.casradio.cz/show.php?kat=statika&idpage=program&mesto=>>.
42. Radiobeat.cz [online]. 2009 [cit. 2011-05-20]. Rádio Beat. Dostupné z WWW: [http://www.radiobeat.cz/cs/index.php?scname=\\_program&stranka\[\]=2&datum=2011-04-18](http://www.radiobeat.cz/cs/index.php?scname=_program&stranka[]=2&datum=2011-04-18)
43. Fajnradio.cz [online]. 2011 [cit. 2011-05-20]. Fajn Rádio. Dostupné z WWW: <<http://www.fajnradio.cz/fajn-radio/porady/>>.
44. Rozhlas.cz/pardubice[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Pardubice – Český rozhlas. Dostupné z WWW:< <http://www.rozhlas.cz/pardubice/porady>>
45. Rozhlas.cz/ kv[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Karlovy Vary – Český rozhlas. Dostupné z WWW: < <http://www.rozhlas.cz/kv/porady>>
46. Rozhlas.cz/ strednicechy [online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Střední Čechy – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/strednicechy/portal>>
47. Rozhlas.cz/ vysocina[online].. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Vysočina – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/vysocina/porady>>
48. Rozhlas.cz/ liberec/[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Pardubice – Český rozhlas. Dostupné z WWW: < <http://www.rozhlas.cz/liberec/portal>>

49. Rozhlas.cz/ regina [online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Pardubice – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/regina/portal>>
50. Rozhlas.cz/ plzen[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Pardubice – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/plzen/portal>>
51. Rozhlas.cz/ ostrava[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Pardubice – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/ostrava/porady>>
52. Rozhlas.cz/ olomouc[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Olomouc – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/olomouc/>>
53. Rozhlas.cz/ hradeck[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Hradec Králové – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/hradeck/>>
54. Rozhlas.cz/ cb [online]. 2011 [cit. 2011-05-20] ČRo České Budějovice – Český rozhlas. Dostupné z WWW:<<http://www.rozhlas.cz/cb>>
55. Rozhlas.cz/ brno [online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo Brno – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/brno/portal>>
56. Rozhlas.cz/ cro6[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . Český rozhlas 6 – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/cro6/portal>>
57. Rozhlas.cz/ vltava[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo3 - Vltava– Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/vltava/portal>>
58. Rozhlas.cz/ praha [online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo2 - Praha– Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/praha/portal>>
59. Rozhlas.cz//radiozurnal [online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo 1 - Radiožurnál– Český rozhlas. Dostupné z WWW:<<http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/portal>>
60. Rozhlas.cz/iradio[online]. 2011 [cit. 2011-05-20] . ČRo iRádio – Český rozhlas. Dostupné z WWW: <<http://www.rozhlas.cz/iradio/archiv>>
61. proglas.cz [online]. 2003 [cit. 2011-05-20] . Proglas. Dostupné z WWW: <<http://www.proglas.cz/audioarchiv.html>>
62. radio1.cz [online]. 2008 [cit. 2011-05-20] . Rádio 1. dostupné z WWW: <[http://www.radio1.cz/www/porad.php?porad\\_text=1](http://www.radio1.cz/www/porad.php?porad_text=1)>

Dokumenty na internetu:

63. VLČEK, Josef [online]. 30. 4. 2011 [cit. 2011-05-18] Formáty rozhlasových stanic. Dostupné z www: [cit. 2011-05-20] <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WRineR8C8SEJ:archiv.rrtv.cz/files/zprava1998/c25.doc+josef+vl%C4%8Dek+form%C3%A1ty&hl=cs&gl=cz>
64. <http://hudebni-publicisticke-porady.vyplnto.cz>.
65. [http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/76002C85EC/\\$File/400311001.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/76002C85EC/$File/400311001.pdf)

## Diplomové práce

66. JEŽKOVÁ, Vladimíra. Časopis Rock&Pop na pozadí současné české hudební publicistiky. Pardubice, 2009. 81 s. Bakalářská práce. Univerzita Pardubice, [online] dostupné na <http://hdl.handle.net/10195/33404> [cit. 2011-05-18]
67. MEDEK, Richard. Využití a působení hudby v rozhlasových publicistických pořadech se zaměřením na pořad Větrník. Praha, 1985. 90 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova.
68. MUŽÍK, Pavel, PhDr. Hudba v životě adolescentů. Hudební preference v souvislostech. Disertační práce, Praha, 2009. 136 s. Univerzita Palackého v Olomouci.

## Rozhovory a korespondence – v archivu autorky:

69. Petr Dorůžka – rozhovor z a emailová korespondence 1. 5. 2011 – 10. 5. 2011
70. David Hocke – emailová korespondence 1. 4. – 10. 4.2011
71. Jiří Chlíbaec – rozhovor z 14. 4. 2011
72. Petra Keprtová – emailová korespondence 10. 5. – 17. 5. 2011
  
73. Záznamy pořadů – dostupné v archivu autorky:

## Seznam příloh

Příloha č. 1: zájem o hudebně publicistické pořady (vzor dotazníku)

Příloha č. 2: Porovnání poslechovosti jednotlivých pořadů (graf)

Příloha č. 1: zájem o hudebně publicistické pořady (vzor dotazníku)

1. Jste muž/žena:

 žena  muž

(povinná otázka)

2. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

 základní  vyučen  střední odborné s maturitou  střední všeobecné -  
gymnázium  VŠ

(povinná otázka)

3. Posloucháte rozhlas (=rádio)

 ano  ne

4. Jakou stanicí nejčastěji posloucháte?

 (text)

(povinná otázka)

5. Která část vysílání Vás zajímá nejvíce?

 běžný hudební program  speciální hudební pořady  zpravodajství   
publicistika  umělecká tvorba  jiné  Vlastní odpověď: 

(povinná otázka)

6. Posloucháte také někdy "hudební publicistiku"? Tj. pořad, kde se o hudbě mluví více než v běžném vysílání

 Ne, vadí mi příliš mluveného slova  Ne, rád(a) bych, ale nemám čas  
 Ne, takový pořad mi nic nepřináší  Ne, ještě jsem na takový pořad nenarazil(a)  Když vyjde čas  Ano, takový pořad je můj oblíbený  
 Ano, ale jen proto, že se mi nechce přepnout

- Nejspíš ano, ale nerozeznávám jej od zbytku programu
- Ano, vadí mi sice hodně mluveného slova, ale oceňuji hudební výběr, který je součástí pořadu

7. Pokud takový pořad posloucháte, napište jaký  
(povinná otázka)

8. Jak moc se na poslech soustředíte?

- Hodně, nic dalšího nedělám
  - Nedělám nic dalšího, ale nijak pozorně neposlouchám
  - Rádio poslouchám jako kulisu a stejně tak i takové pořady
- (povinná otázka)

9. Informace z pořadu

- Si zaznamenávám, abych si mohl/a dohledat další
  - Si většinou nepamatuji
  - Jsou zajímavé a při jejich poslechu se mi vybavují souvislosti, v téhle oblasti se vyznám
  - Jsou zajímavé, chvíli si je pamatuji, ale nic víc
- (povinná otázka)

10. Co na pořadu, který poslouchám oceňuji  
(povinná otázka)

11. Co mi na pořadu, který poslouchám, vadí  
(povinná otázka)

12. Co mi v pořadu chybí  
(povinná otázka)

13. Jak využíváte informace a hudbu, které v pořadu zazní?

- Nijak, tak, abych si něco zapamatoval/a důkladně, neposlouchám
  - Začlením informace, které jsem slyšel/a do množství informací, které už mám, ale nic dalšího
  - Pokud se mi některá hudba/informace zdála hodně zajímavá, stáhnou si/koupím si/vyhledám si další hudbu od daného interpreta
- (povinná otázka)

14. Jaké pocity ve Vás poslech takových pořadů vyvolává?

žádný zvláštní  
 zjistil/a jsem úplně nové informace  
 nejvíce mne bavil rozhovor ve studiu, hosti jsou zábavní lidé  
 Rád/a bych slyšel/a podrobnější informace, byly příliš povrchní  
 To, co jsem slyšel/a v pořadu, podnítilo můj zájem o skupinu/hudbu/žánr, o který jsem se dosud nezajímal/a  
 nevzpomínám si  
 cítím se intelektuálně na výši, když poslouchám i takové náročnější pořady  
 Poslech pořadu mi dává pocit, že jsem součástí komunity, která se zajímá o tento styl hudby  
 jiný  Vlastní odpověď:   
 (povinná otázka)

15. Můj kontakt s tvůrci/moderátory pořadu - krátce prosím popište, jak jste redakci kontaktovali, jestli jste vyjadřovali kladný/záporný názor, vznesli dotaz, aj. Pokud jste redakci nekontaktovali, napište žádný  
 (nepovinná otázka)

16. Čeho se vaše zpráva redakci zhruba týkala - stačí obecně,  
 (povinná otázka)

17. Jakou formu jste zvolili?

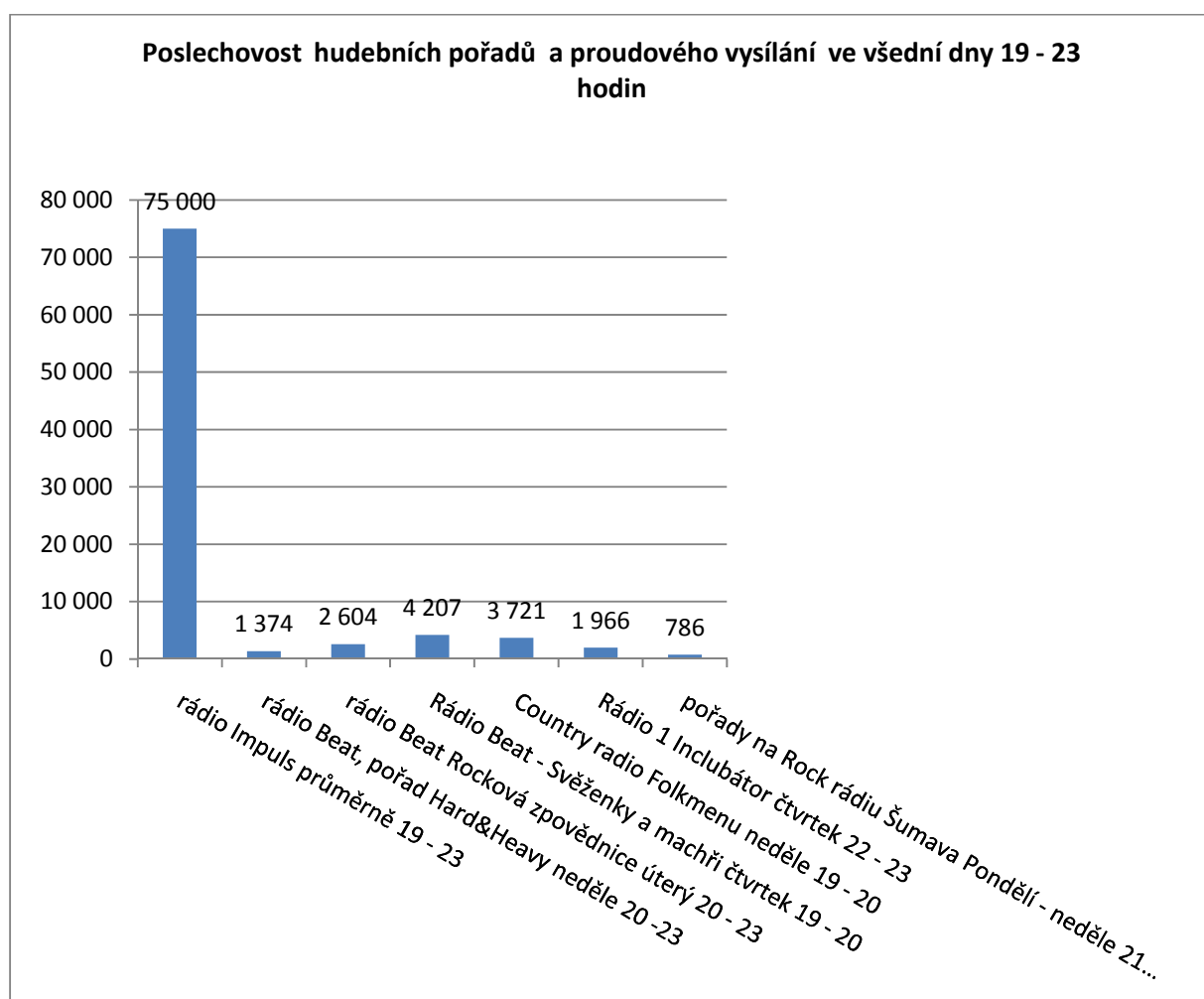
email do redakce  facebookový komentář, zpráva  diskuse pod článkem  
 telefon  Jiná odpověď:

Hudebně publicistických pořadů v hudební oblasti, kterou jsem se rozhodla analyzovat, nabízí značně širokou škálu pořadů, jejichž obsah je zaměřen na různé hudební styly v různých formách. V této části jsem náhodně vybrala 7 pořadů a požádala o sdělení hodnot jejich poslechnovosti.<sup>111</sup> Sdělená data pocházejí z nejnovějších aktualizací výzkumu poslechnovosti Radioprojektu.<sup>112</sup>

Následující graf ukazuje, kolik posluchačů si daný pořad naladí celkem v jeho průběhu a kolik posluchačů průměrně si pořad naladilo v jednu chvíli<sup>113</sup>. Pro srovnání uvádím stejné časové období u nejposlouchanějšího celoplošného rádia v České republice, rádia Impuls.<sup>114</sup>

AQH

**graf 1**



<sup>111</sup> Emailová korespondence s Petrou Kepřtovou v archivu autorky

<sup>112</sup> Jedná se o klouzavý kvartál IV. Q 2010 – I. Q 2011

<sup>113</sup> Tento údaj se nazývá „průměrná čtvrthodina“ a obecně v absolutních číslech určuje, kolik posluchačů průměrně poslouchalo pořad ve sledované čtvrthodině.

<sup>114</sup> Zdroj: SKMO, Radio Projekt, 3. - 4. q. 2010, c.s. 12 - 79 let



