

Vnímatelnost rozhlasových zpráv

Jan MENGER

Bakalářská práce
2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav marketingových komunikací

akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan MENGER**
Studijní program: **B 7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**

Téma práce: **Vnímatelnost rozhlasových zpráv**

Zásady pro vypracování:

1. Provedte rešerše odborné literatury a dalších zdrojů zabývajících se základy rozhlasové žurnalistiky, resp. problematikou rozhlasových zpráv a faktorů majících vliv na jejich vnímatelnost posluchačem.
2. Popište, zda v praxi dodržují obecná pravidla pro výběr, psaní a interpretaci zpráv tři největší informační rozhlasové stanice v České republice Český rozhlas 1 Radiožurnál, Frekvence 1 a Rádio Impuls. Zjistěte, jestli tyto stanice mají zpracovaný manuál pro zprávaře, analyzujte ho a jednotlivé výstupy následně porovnejte.
3. V praktické části dále pomocí dotazníkového průzkumu zjistěte, které zpravodajství vybraných rozhlasových stanic (Český rozhlas 1 Radiožurnál, Frekvence 1 a Rádio Impuls) respondenti upřednostňují a z jakého důvodu, resp. které zpravodajské relace jsou pro ně z hlediska vnímatelnosti nejlépe zpracované a podle jakých kritérií se při tomto výběru řídí.
4. Vyhodnoťte provedenou analýzu a stanovte jednoznačné závěry a doporučení pro výběr, zpracování a interpretaci rozhlasových zpráv, které vedou k bezproblémové vnímatelnosti zpravodajských relací posluchačem.

Rozsah práce:
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- ČMEJRKOVÁ, S. a kol. Čeština, jak ji znáte i neznáte. 1. vyd. Praha, Academia 1996. Počet stran 258. ISBN-200-0589-7
BARTOŠEK, J. Kultura a technika mluvené řeči. 1. vyd. Zlín, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně 2003. Počet stran 85. ISBN 80-7318-150-9
BARTOŠEK, J. Základy žurnalistiky. 1. vyd. Zlín, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně 2004. Počet stran 108. ISBN 80-7318-059-6
BOYD, A. Zpravodajství v rozhlasu a televizi. 1. vyd. Praha, Centrum nezávislé žurnalistiky, produkce: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. Počet stran 164. ISBN -- není uvedeno
BOZDĚCH, V. O jazycce rozhlasu a televize. 1. vyd. Praha. Státní pedagogické nakladatelství 1982. Počet stran 144. ISBN 17-074-82
BUCHTOVÁ, B. Rétorika. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, a. s. 2006. Počet stran 212. ISBN 80-247-0868-X
OSVALDOVÁ, B. a kol. Zpravodajství v médiích. 1. dotisk 1. vyd. Praha, Univerzita Karlova v Praze nakladatelství Karolinum 2005. Počet stran 155. ISBN 80-246-0248-2
RUŢ-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H. Žurnalistika: Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, a. s. 2005. Počet stran 292. ISBN 80-247-0158-8
STRAHL, V. Novinář před mikrofonem O mluveném slovu. 1. vyd. Praha, Univerzita Karlova v Praze nakladatelství Karolinum 1993. Počet stran 118. ISBN 80-7066-800-8

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Svatava Navrátilová, Ph.D.**
Ústav marketingových komunikací
Datum zadání bakalářské práce: **12. ledna 2009**
Termín odevzdání bakalářské práce: **11. května 2009**

Ve Zlíně dne 12. ledna 2009


doc. Mgr. Jana Janíková, ArtD.
pověřená děkanka




Mgr. Ing. Olga Jurášková
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Tato práce ve své první části popisuje hlavní faktory, které mají zásadní vliv na vnímatelnost rozhlasových zpráv posluchačem. Zároveň čtenáře seznamuje se základy rozhlasové žurnalistiky a dává mu jasný návod, jak zpravodajskou relaci připravit a interpretovat, aby jí posluchač dobře porozuměl a byla pro něj přínosná.

Ve druhé části práce pak autor analyzuje manuály zpravodajství tří největších informačních rozhlasových stanic v České republice (Český rozhlas 1 – Radiožurnál, Frekvence 1 a Rádio Impuls) a vzájemně je porovnává. Dále také zkoumá obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství a jejich konkrétní hodnocení vybraných zpravodajských relací.

Klíčová slova: rozhlasové zpravodajství, zpráva, typy zpravodajských relací, délka zpráv, výběr zpráv, psaní zpráv, interpretace zpráv, zvukový obal, manuál zpravodajství, publikum, marketingový výzkum, dotazování

ABSTRACT

This paper in its first part describes the main factors which strongly influence the perception of radio news by a listener. At the same time it puts the basis of radio journalistic and gives the reader the clear clue of how to prepare and interpret a radio news report or broadcast so that it is easily understandable for listeners and be useful at the same time.

In the second part the author analyses some manuals for news section of the three main radio stations three biggest in the Czech Republic (Czech Radio 1 – Radiojournal, Frekvence 1 and Radio Impuls). These three manuals are being compared. Further to it focuses on basic listener preferences for radio news and particular evaluation of chosen news broadcastings.

Keywords: radio news, a report, kinds of news broadcastings, length of news, choice of news, writing of reports, interpretation of news, sound cover, manual for news, audience, marketing research, questioning

Poděkování

Rád bych poděkoval Svatavě Navrátilové z FMK UTB ve Zlíně za vedení mé bakalářské práce, Jaroslavě Pokorné z oddělení vzdělávání Českého rozhlasu za odborné konzultace v oblasti interpretace rozhlasových zpráv, Václavu Hradeckému z oddělení analytiky a výzkumu Českého rozhlasu za odborné konzultace v oblasti marketingového výzkumu, Alexandru Píchovi z Českého rozhlasu 1 - Radiožurnálu, Miroslavu Škodovi z Frekvence 1 a Ladislavu Vonzovi z Rádía Impuls za poskytnutí relevantních informací týkajících se zpravodajství stanic, které vedou, Petru Jindrovi z Českého rozhlasu Region, Igoru Horváthovi z Českého rozhlasu Ostrava a Jiřímu Svobodovi z Českého rozhlasu České Budějovice za součinnost při realizaci výzkumu publika. Poděkování také patří Jaroslavě Indrové za pečlivou korekturu a Patriku Rozehnalovi za dílčí konzultace.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem na celé bakalářské práci na téma „Vnímatelnost rozhlasových zpráv“ pracoval samostatně a použitou literaturu a zdroje jsem citoval.

Jan MENGER

V Praze 7. 5. 2009

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 ROZHLASOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ	10
2 ZPRÁVA	11
3 TYPY ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ	12
3.1 HLAVNÍ ZPRÁVY	12
3.2 BĚŽNÉ ZPRÁVY	12
3.3 BLESKOVÉ ZPRÁVY	13
3.4 SPECIFICKÉ ZPRÁVY	13
3.5 ÚČELOVÉ ZPRÁVY	13
3.6 ŽIVÉ VSTUPY	14
4 DÉLKA ZPRÁV	15
4.1 DÉLKA JEDNOTLIVÉ ZPRÁVY	15
4.2 DÉLKA ZPRAVODAJSKÉ RELACE	15
5 VÝBĚR ZPRÁV	16
5.1 ŘAZENÍ ZPRÁV	17
5.2 OPAKOVÁNÍ ZPRÁV	18
5.3 HEADLINES	18
6 PSANÍ ZPRÁV	19
6.1 STAVBA ZPRÁVY	20
6.2 ZKRATKY	21
6.3 ČÍSLOVKY	21
6.4 CIZÍ SLOVA	21
6.5 MÓDNÍ SLOVA	22
7 INTERPRETACE ZPRÁV	23
7.1 ČTENÍ ZPRÁV	24
7.1.1 Frázování	25
7.1.2 Síla hlasu	26
7.1.3 Větný přízvuk	26
7.1.4 Intonace	27
7.1.5 Mluvní tempo	27
7.1.6 Pauzy	28
7.1.7 Rytmus řeči	28
7.1.8 Dýchání	28
7.1.9 Čtení na mikrofon	29

7.2	OSOBNOST ZPRÁVAŘE	29
8	ZNĚLKOVÁ GRAFIKA	31
8.1	ČASOVÉ ZNAMENÍ	31
8.2	ZNĚLKY ZPRÁV, PODKRESY, PŘEDĚLY	31
9	ZPRAVODAJSKÉ SELFPROMO	33
10	STANOVENÍ HYPOTÉZ.....	34
II	PRAKTICKÁ ČÁST	37
11	MANUÁLY ZPRAVODAJSTVÍ: ČRO 1 – RADIOŽURNÁL, FREKVENCE 1 A RÁDIO IMPULS	38
11.1	PRAVIDLA PRO VÝBĚR ZPRÁV	39
11.2	PRAVIDLA PRO PSANÍ ZPRÁV	41
11.3	PRAVIDLA PRO INTERPRETACI ZPRÁV	45
11.4	TYPY ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ A JEJICH DÉLKA	46
11.5	PRAVIDLA PRO POUŽÍVÁNÍ ZNĚLKOVÉ GRAFIKY	47
12	VÝZKUM PUBLIKA.....	49
12.1	KVANTITATIVNÍ VÝZKUM	49
12.2	DOTAZOVÁNÍ	50
12.3	PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU: PŘÍPRAVNÁ ETAPA	51
12.4	PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU: REALIZAČNÍ ETAPA	52
12.5	VÝSLEDKY VÝZKUMU – OVĚŘENÍ HYPOTÉZ	52
12.6	NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....	63
ZÁVĚR		65
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....		70
SEZNAM OBRÁZKŮ		73
SEZNAM PŘÍLOH.....		74

ÚVOD

Úkolem této práce je najít, rozlišit a pojmenovat všechny faktory, které zásadním způsobem ovlivňují posluchačovo vnímání rozhlasových zpráv. Popíšeme si, jakým způsobem by měla být zpravodajská relace připravena a interpretována, aby posluchače zaujala, dobře jí porozuměl a měl z ní nějaký přínos.

Seznámíme se přitom s teoretickými základy rozhlasové žurnalistiky, resp. s obecnými zásadami pro výběr, psaní a interpretaci zpráv, které přispívají k jejich bezproblémové vnímatelnosti. Také si ověříme, zda dodržování těchto poznatků vyžadují po svých zprávařích tři největší celoplošné rozhlasové informační stanice v České republice (Český rozhlas 1 – Radiožurnál, Frekvence 1 a Rádio Impuls), lépe řečeno, bude nás zajímat, zda tyto stanice disponují speciálním manuálem pro zprávaře. Tato interní pravidla analyzujeme a jednotlivé výstupy porovnáme.

Následně provedeme výzkum, kterým se pokusíme zjistit, jaké jsou obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství a jak vybraní respondenti hodnotí konkrétní zpravodajské relace výše uvedených rozhlasových stanic. Z výzkumu by mělo být jasné patrné, které rozhlasové zpravodajství respondenti upřednostňují a z jakého důvodu, resp. která zpravodajská relace je pro ně z hlediska vnímatelnosti nejlépe zpracovaná a podle jakých kritérií se při tomto výběru řídí. Tato zjištění porovnáme s obecnými doporučenými zásadami pro výběr, psaní a interpretaci rozhlasových zpráv a ověříme si, zda se teorie shoduje s praxí. V závěru samozřejmě nebude chybět stručné shrnutí, resp. konkrétní návrhy a doporučení.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ROZHLASOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ

„Rozhlasové zpravodajství je základní druh rozhlasové programové tvorby, reflektující aktuální dění ve všech oblastech společenského života, souhrn specifických rozhlasových projevů s dominující informační funkcí. Je realizováno v etapách: a) vyhledávání a výběr informací; b) jejich zpracování do podoby žurnalistických informací, tzn. tvorba rozhlasových zpráv a jejich žánrových forem; c) skladba zpráv do podoby zpravodajských relací; d) interpretace zpravodajských pořadů. K elementárním žánrům rozhlasového zpravodajství patří rozhlasová zpráva a její různé žánrové formy.“ (Osvaldová, B., Halada, J. a kol., 2007, str. 242)

„Rozhlasové zpravodajství je o tom, co se odehrálo před pěti minutami, a o tom, jaký bude dopad těchto událostí v příštích pěti minutách.“ (Boyd, A., 1995, str. 6)

2 ZPRÁVA

„Zpráva je informace, která nám pomáhá orientovat se ve světě, zvažovat naše další možnosti v životě, rozhodovat se v roli voličů apod. Je často považována za relativně věrohodnou informaci o světě, lidech a společnosti.“ (Trampota, T., 2006, str. 24)

„Zpráva, coby základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje a myšlenky pouze zaznamenává, sumarizuje a konstatuje.“ (Osvaldová, B., 2005, str. 24)

„Rozhlasová zpráva je druh žurnalistické informace s ustálenou formou a jazykovým vyjádřením, odpovídajícími specifice rozhlasové komunikace (akusticko-auditivnímu principu). Umožňuje průběžné informování posluchačů o aktuálním dění ve všech oblastech společenského života.“ (Osvaldová, B., Halada, J. a kol., 2007, str. 240)

Zpráva je jinými slovy základní informace o tom, co přináší dění ve společnosti, přírodě a okolí obecně. Není přibarvována subjektivními pocity, nekomentuje, soustředí se na prostý popis sdělení. Vždy by měla zodpovědět šest základních otázek: kdo, co, kde, kdy, jak a proč (event. s jakým výsledkem).

To, jak se zprávou pracujeme, předurčuje, jakým způsobem ji posluchač vnímá. Aspektů, které mají na vnímání zprávy, resp. celé zpravodajské relace vliv, je celá řada. Můžeme je rozdělit do následujících skupin:

- typy zpravodajských relací
- délka zpráv
- výběr zpráv
- tvorba (psaní) zpráv
- interpretace (čtení) zpráv
- zvukový obal
- zpravodajské selfpromo

Všechny uvedené body v následujících kapitolách podrobněji rozebereme.

3 TYPY ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ

Typ zpravodajské relace má zásadní vliv na další aspekty, které předurčují vnímatelnost rozhlasových zpráv. Je přece důležité, zda se jedná o hlavní zpravodajskou relaci, průběžný denní souhrn, pravidelnou hodinovou relaci, krátký přehled zpráv nebo očekávané události. Nesmíme opomenout ani žánrové pojetí zpráv – všeobecné, politické, společenské, sportovní, dopravní, burzovní, kulturní, černou kroniku, počasí apod.

Každá výše uvedená relace má jiné zákonitosti. Liší se celkovou délkou relace i délkou jednotlivých zpráv, řazením informací, prací se zvuky, ale i periodicitou, zvukovým obalem, slovní formou a v neposlední řadě také projevem moderátora. Nyní si popíšeme možné varianty relací, které se mezi sebou nejvíce liší.

3.1 Hlavní zprávy

„Zpravodajská praxe počítá s tzv. poslechovými špičkami, tj. časovými úseky v průběhu dne, kdy rozhlasovou stanicí sleduje největší počet posluchačů.“ (Maršík, J., 2005, str. 63)

Do této doby se často umísťují i hlavní relace. Tato doba v České republice nastává obvykle v ranním a podvečerním čase. Hlavní relace bývá zpravidla také nejdelší (až půl hodiny). Od ostatních typů zpravodajských relací se kromě délky odlišuje zejména širší zpravodajského záběru, rozmanitějším žánrovým spektrem, možnou publicistickou částí a také specifickým zvukovým obalem.

„Ve zpravodajské části přináší hlavní relace především přehled nejdůležitějších událostí za delší úsek dne doplněný nejnovějšími informacemi o událostech z domova a ze zahraničí. V publicistické části události komentují, vysvětlují a hodnotí. Často tyto relace přinášejí i bohatší druhový záběr zpráv než běžné zpravodajské relace.“ (Maršík, J., 2005, str. 71)

3.2 Běžné zprávy

Běžnými zprávami jsou nazývány ty relace, které slycháme v éteru nejčastěji – tvoří základní stavební kámen zpravodajství každé rozhlasové stanice. V Česku se nejvíce osvědčil model zpráv se stopáží 4 – 5 minut, které se ve vysílání objevují nejčastěji ve vazbě na dovršení celé hodiny.

„Jejich úkolem je poskytnout posluchačům v krátkém časovém intervalu maximum nejdůležitějších informací o aktuálním dění v rozsahu 7 – 9 zpráv. U celoplošných stanic o událostech celostátního významu a hlavních událostech v zahraničí, u regionálních a lokálních stanic o událostech z příslušného regionu.“ (Maršík, J., 2005, str. 73-74)

Pokud je stopáž takových zpráv delší než pět minut, zhoršuje se jejich vnímatelnost. Posлуhač udrží pozornost jen po omezenou dobu.

3.3 Bleskové zprávy

Pod názvem bleskové zprávy se rozumí ty relace, které bývají ve vztahu k hlavním, resp. běžným zprávám nejkratší a objevují se v nich zpravidla ty nejdůležitější zprávy z různých oborů. Jednotlivé informace jsou podány v co možná nejkratší formě při vědomí, aby informace neztrácely na obsahu. V relaci se vyskytují čtyři až šest zpráv. Tento typ zpravodajských relací se často objevuje jako doplněk k běžným zprávám, kdy je jejich úkolem posluchače upozornit na aktuální dění a podrobnější informace přinést v nejbližší větší (běžné) relaci.

Forma bleskových zpráv se u nás nejvíce užívá v ranním vysílání, kde je snaha ukojit informační hlad v krátké době a dále u specifických žánrových zpráv. Posлуhač jistě přivítá, budou-li zprávy podány svižně s atraktivním zvukovým obalem, který podtrhne jejich charakter.

3.4 Specifické zprávy

Specifické zprávy jsou opravdu jedinečné. Jsou to doplňkové relace, které přináší nejdůležitější zprávy z uplynulého období dne, přehledy domácího a zahraničního tisku, sportovní přehledy a různé typy relací až magazínového typu.

3.5 Účelové zprávy

Do účelových zpráv patří všechny relace, které poskytují posluchačům servis praktických informací, např. o přesném čase, o počasí, o znečištění ovzduší, dopravní zpravodajství, sněhové, pylové a vodácké zpravodajství. Tyto relace se mohou objevovat jako součást jiných relací nebo jako samostatné útvary ve vysílání.

3.6 Živé vstupy

Tento typ zpráv je zařazen do zvláštní skupiny, neboť se přece jen od dalších liší. Může být sice součástí výše uvedených relací, ale i samostatným prvkem ve vysílání. Používá se tam, kde je sdělována zpráva velkého významu s důrazem na aktuálnost. Je specifická i jazykem podání, jelikož ve většině případů není dopředu příliš stylisticky připravována a její konečné vyznění záleží zejména na zkušenostech a talentu reportéra. Ve vysílání taková zpráva vytváří pocit živosti a aktuálnosti, posluchač má pocit, že je přímo na místě a má přehled.

4 DÉLKA ZPRÁV

4.1 Délka jednotlivé zprávy

„Jednotlivé zprávy by měly mít tu správnou délku, při níž lze udržet zájem posluchačů. Žádný z příspěvků by neměl být tak krátký, aby vyvolal pocit neúplnosti či násilného ukončení, a zároveň by neměl být tak dlouhý, aby začal nudit.“ (Boyd, A., 1995, str. 119)

Délka jednotlivých zpráv také závisí na druhu zpravodajské relace. Délku zpráv můžeme uvádět v čase nebo v počtu slov.

Začněme u tzv. headlines. Takové zprávy by měly být co nejstručnější a přitom dokázat přitáhnout zájem – tedy navnadit posluchače k poslechu dalších minut. Je to jistá obdoba novinových titulků a jejich čtení by nemělo být delší než jen pár sekund. Bleskové zprávy se skládají z pěti až desetisekundových zpráv. V běžných relacích by jednotlivé zprávy měly mít průměrnou délku 25 – 30 sekund.

4.2 Délka zpravodajské relace

„Délka zpravodajské relace souvisí i s otázkou rytmu vysílání. Doložit to můžeme na většině našich rádií, které jsou především hudebními stanicemi. Posluchači jsou navyklí na třiminutový rytmus písní, takže každý zpravodajský příspěvek delší než tři minuty bývá vnímán jako rozvlklý.“ (Boyd, A., 1995, str. 120) Mnohé zpravodajské relace hudebních stanic proto bývají s ohledem na udržení pozornosti a lepší vnímatelnost v rozsahu tří minut. V této souvislosti také v posledních letech dochází k postupnému zkracování hlavních zpravodajských relací. Je samozřejmě rozdíl mezi zpravodajskými a zábavnými stanicemi. Obecně lze ale říct, že hlavní relace by měla být maximálně čtyřnásobkem běžných zpráv. Je-li delší, upadá posluchačova pozornost, jeho myšlenky utíkají jinam a stanice ztrácí na atraktivnosti a živosti.

5 VÝBĚR ZPRÁV

„Význam, důležitost, relevance, bezprostřední dopad, blízkost, lidský zájem a neotřelost, to vše jsou faktory, které vstupují do složité rovnice výběru zpráv.“ (Boyd, A., 1995, str. 103)

Jakým způsobem jednotlivé zprávy vybírat? Je to otázka intuice zprávaře nebo lze i v této oblasti aplikovat jednotný redakční postup? Svým způsobem obojí. Na prvním místě by měl být záměr vybrat aktuální zprávy, které zajímají cílovou skupinu posluchačů. Pak je třeba zprávu redukovat do formy přijatelné danou relací, pročistit ji, aby zmizely informace nadbytečné a irelevantní a konečně rozhodnout o její důležitosti a zařazení.

„Zpravodajské mediální organizace obvykle pracují v režimu jednoho (nebo více) vydání za čtyřadvacet hodin. Právě proto dává zpravodajství přednost událostem, které vyhovují následujícím kritériím: odehrávají se v krátkém časovém intervalu (jsou náhlé), mají velký rozsah a velkou intenzitu, jsou jasné a jednoznačné, jsou nečekané, mají kulturně blízko k předpokládanému publiku a mají jistou kontinuitu.“ (McQuail, D., 1999, str. 242)

Největší úspěch pro vnímatelnost zpráv mají takové zprávy, které se bezprostředně týkají posluchačů nebo ovlivňují jejich život soukromý či profesní. *„Na výběr zpráv mají vliv i prostorové vztahy. Závisí na fyzických vzdálenostech. Čím blíže městu, regionu či státu, kde žije předpokládané publikum, se událost odehrála, tím spíš bude zaznamenána.“ (McQuail, D., 1999, str. 244)*

Je jasné, že se v relaci, má-li být zpravodajský servis úplný, musí objevit i zprávy celospolečenské a globální. Ovšem poměr mezi nimi a tzv. bezprostředními musí být profesionálně namíchan.

„Má-li mít zpráva svůj účinek, musí být relevantní. Má-li být relevantní, musí se bezprostředně dotýkat posluchače. Velké problémy lidí na druhém konci světa jsou méně důležité než naše vlastní drobné problémy.“ (Boyd, A., 1995, str. 5)

Ku prospěchu vnímatelnosti každé relace je také menší odlehčení pozornosti zprávou magazínového charakteru (společenská, vědecká, průzkumová, zábavná).

Následně si rozebereme aspekty, které s výběrem zpráv také bezprostředně souvisí:

- řazení zpráv
- opakování zpráv
- headlines

5.1 Řazení zpráv

Zpravodajská relace je většinou postavena na schématu, které je typické pro tu kterou rozhlasovou stanici. Toto schéma se snaží přitažlivě naplňovat zprávaři, redaktoři, moderátoři, editoři a další programoví pracovníci.

V úvodu hlavní nebo běžné zpravodajské relace by se měly vždy objevit krátké anotace na nejdůležitější a aktuální informace, které relace přináší. Další řazení zpráv už závisí na charakteru stanice, relace a typickém posluchači. Jiné to bude u celoplošného vysílání informačního charakteru, jiné u regionální hudební stanice s důrazem na zábavu.

Přesto bude všude platit, že relaci by měla otevírat zpráva nejlépe aktuální, celospolečenská a zároveň s bezprostředním dopadem na cílového posluchače. Je tedy jasné, že celoplošná veřejnoprávní stanice bude například otevírat relaci zprávou o chystané koaliční dohodě a později přidá informace o rozhodnutí ministra kultury zdražit vstupné do kina. Naproti tomu regionální zábavná stanice ve svých běžných zprávách postaví na úvod informaci o zdražení vstupného.

Dále je nutné vzít v úvahu, že regionální stanice budou na úvod vyzdvihovat zprávy s regionálním a lokálním dopadem, i když toto pravidlo nemusí být stoprocentní.

Pro lepší vnímatelnost zpráv bychom také měli mít na paměti, že by nemělo docházet ke kumulaci negativních zpráv. Stejně tak je přínosné vytvářet logické zprávařské bloky pro lepší orientaci v relaci (týká se hlavně těch delších). Zároveň bychom se neměli bát zařadit do vysílání informace o prominentních osobách. Samozřejmostí by měly být i živé reportéřské vstupy, rozšířená vyjádření vybraných osob k danému tématu a prokládání zpráv odlehčenými, zábavnými informacemi (pro tento účel je ideální konec relace).

„V anglosaské terminologii jsou zábavně odlehčené zprávy označovány jako kicker nebo tailpiece. Pomáháme tak lehkou nebo humornou formou prezentovat jistou zprávu na konci relace.“ (Boyd, A., 1995, str. 8) *„Nejsou to zprávy primitivní, naturalistické ani odpudivé, ale vtipné, zajímavé a zábavné. Neodporují elementární slušnosti a vkusu, převažující společenské morálce ani specifickým etickým a zvykovým normám dílčích sociálních skupin.“* (Bartošek, J., 2004, str. 52) Tato zpráva pomáhá odlehčit i jinak vážnější formu zpravodajství – je odrazem toho, že život je také humor a lépe sváže zpravodajství s ostatním programem stanice. Podobný typ zpráv neubírá na vážnosti ostatních, ani je nezlehčuje, ale pomáhá ztraktivnit zpravodajství a dokonce i lépe vnímat ostatní zprávy.

5.2 Opakování zpráv

Opakováním zpráv je myšleno použití stejné zprávy v další relaci, tedy jakási repríza podávané informace. Opakování není bezúčelné, naopak vychází z toho, že by posluchač měl být kdykoliv během celého dne při možném poslechu stanice plně informován. S frekvencí opakování je ale třeba pracovat velmi citlivě a vycházet přitom z průzkumů průměrné doby poslechu. V této souvislosti je třeba rozlišit dva druhy opakovaných zpráv:

- čisté opakování
- rozšířené opakování

V případě čistého opakování se rozumí naprostá repríza zprávy v některé z dalších relací. To se děje z výše popsaných skutečností. Čas, po kterém je zpráva do relace znovu zařazena, musí odpovídat závažnosti a aktuálnosti zprávy, pokud jde o zprávu s menší prioritou, měla by být doba opakování lehce nad průměrnou dobou poslechu. V případě rozšířeného opakování je myšleno zopakování zprávy, ale s doplňujícími informacemi, které přineslo aktuální dění. Takové opakování je možné v nejbližší zpravodajské relaci, protože se svým způsobem jedná o novou zprávu, která vyžaduje zasazení do kontextu odpovídajícího původní zprávě.

5.3 Headlines

Headlines je vžitý název pro krátké anotace zařazené v úvodu běžných zpráv nebo hlavní zpravodajské relace. Jejich úkolem je upozornit na zajímavé zprávy, které se objeví v průběhu trvání relace. Měly by nalákat a být jakousi formou rozhlasového novinového titulku, který zprávy uvnitř relace prodává. Jejich počet by se měl pohybovat mezi třemi až čtyřmi, ve vztahu k délce celé relace. Jsou to právě headlines, které rozhodují o tom, jestli bude posluchač věnovat relaci pozornost či nikoliv. Musí být proto dostatečně vyzývavé, vystihnout podstatu a přitom trochu navodit pocit tajemství, které by mělo zmizet poslechem celých zpráv.

6 PSANÍ ZPRÁV

Každá zpráva by měla být zpracována takovým způsobem, aby jí při její interpretaci posluchač porozuměl, dobře se mu poslouchala a byla pro něj dobrým a přehledným zdrojem informací.

„Psaní pro rozhlasové vysílání znamená odhodit všechny literární konvence, pokud mají slova mít smysl pro ucho. Tuto techniku kdosi charakterizoval jako rozhovor s psacím stojem.“ (Boyd, A., 1995, str. 35-36)

V rozhlase tedy platí při psaní zcela jiná pravidla než v tisku. Musíme mít vždy na paměti, že zprávu neuvidíme, ale pouze uslyšíme – zpráva se nám tedy musí dobře poslouchat. Interpretace zprávy by se měla blížit mluvenému projevu a ne formálním zásadám tištěného textu. Zprávař by měl při psaní používat taková slova a obraty, jaká by sám použil, kdyby někomu zprávu sděloval osobně – přitom je ale třeba mít na zřeteli spisovná pravidla českého jazyka. Jako příklad lze uvést použití spojky „ale“, místo „ovšem“ nebo „už“ místo „již“. Z těchto i dalších důvodů se doporučuje při psaní rozhlasových zpráv si text neustále číst nahlas, nebránit se hovorové češtině a vyhýbat se složitým souvětím.

„Ucho je schopno přijímat méně vjemů než oko. Zatímco v tištěných médiích je pro náročné publikum možno uveřejňovat i komplikované a sofistikované věty, v rádiu takový jazyk ruší. Je třeba dbát na to, aby věty byly krátké a výstižné. Nesmí obsahovat komplikované návraty, matoucí vsuvky, škatulkování.“ (Ruß-Mohl, S., Bakičová, H., 2005, str. 141)

„Zpráva připravená do vysílání by měla znít uchu přirozeně. Vždy by mělo být snadné ji přečíst nahlas, aniž bychom klopýtali přes slova a museli se často nadechnout.“ (Boyd, A., 1995, str. 35-36)

Každá zpráva by měla začínat krátkou titulkovou větou, která by měla konstatovat nejdůležitější body, zaujmout posluchačovu pozornost a naznačit, o čem se bude ve zbytku zprávy mluvit. Další věty by pak měly zprávu logicky dále rozvinout.

„Prvních dvacet až třicet slov je jako barevná muška, na kterou se rybář snaží rybu navnadit. První část zprávy musí být jasná, atraktivní, dovedně konstruovaná. Posluchač musí být přesvědčen o tom, že stojí za to poslouchat dál. Jakmile posluchače zaujmete a on spolkne návnadu, pak se vám jej podaří chytit i na zbytek zprávy.“ (Boyd, A., 1995, str. 49)

„Základním požadavkem je, aby formulace a stylizace textů počítala s tím, že budou čteny a poslouchány. Celková výstavba by měla být přehledná a větná stavba nepřiliš složitá, aby mohli posluchači text snadno sledovat.“ (Čmejrková, S., 1996, str. 177) Měli bychom se vyhnout obráceným slovosledům, kdy posluchač čeká na podstatu zprávy a mezitím mu unikne začátek a ve zprávě se ztratí. Základem je také používat jednoduchá a známá slova, vyhnout se odborným termínům, květnatosti a opisům. Pozor bychom si také měli dát na zařazování homonym, redundantních slov a nevhodné používání trpného rodu.

„Zprávy jsou o pohybu, změnách a akci. Přesto se však mnoho redaktorů uchyluje k trpnému rodu – místo abychom slyšeli o činnosti, která vyvolává změnu, dozvídáme se o změnách, k nimž došlo na základě nějaké činnosti. Trpný rod obvykle postrádá jadrnost originálu. Činný rod je sevřenější, svižnější a konkrétnější.“ (Boyd, A., 1995, str. 65-66) Z vysílání velmi často slyšíme věty typu „Dům byl narušen nárazem vozidla,“ místo toho, abychom se dozvěděli, že „Auto narazilo do domu.“

Zprávy jsou o tom, co se stalo, takže i to, co nestalo, bychom se měli snažit vyjádřit aktivním způsobem – např. spojení „nedorazil včas,“ nahradit vhodnějším „opozdil se.“ Stejně tak dvojitý zápor bychom měli vyrušit, aby nebylo sdělení zavádějící – např. větu „Podle zemědělců je nepravděpodobné, že by se ve středu ke stávce nepřipojili,“ změnit na „Zemědělci připouštějí, že se ve středu ke stávce připojí.“

„Novináři nejsou žádnými vědci, nýbrž především tlumočníky, měli by se vyvarovat šroubovaných formulací a místo toho z nafouknutých textů vypustit vzduch (odstranit vatu). Novináři musí odborný jazyk a profesní nebo jiný slang přeložit do srozumitelné řeči. Měli by to ale provést zcela korektně, tedy bez ztráty informační hodnoty nebo beze změny významu.“ (Ruß-Mohl, S., Bakičová, H., 2005, str. 71)

6.1 Stavba zprávy

„Zpráva musí být naprosto jasná hned při prvním poslechu. Je třeba se vyvarovat zmateného a šroubovaného stylu, hlavní a vedlejší věty musí být zjednodušeny, a pokud je to nutné, přeformulovány.“ (Boyd, A., 1995, str. 38)

Každá zpráva by měla mít charakter tzv. obrácené pyramidy. „Jde o formu vyprávění od zápletky a jádra sdělení k doplňujícím informacím. Posluchač se tak dozvídá hlavní informace hned na počátku příběhu, následují doplňující a kontextové informace.“

(Trampota, T., 2006, str. 62) Úplný začátek zprávy by nás měl informovat o tom, kdo, co, kde, kdy, následuje jak a proč, event. s jakým výsledkem. Zároveň by měl mít charakter titulkové věty, která vše shrne a navnadí k dalšímu poslechu.

„Silný dojem z jakéhokoliv programu obvykle přetrvává díky prvním nebo posledním slovům. Proto bychom poslední části zprávy měli věnovat stejnou pozornost jako úvodu. Zprávy by měly končit spíše energicky. Silný definitivní a důrazný konec má přednost před nemastným a neslaným zakončením.“ (Boyd, A., 1995, str. 55)

6.2 Zkratky

Zkratky jsou obvykle pochopitelné hlavně na pohled, nikoliv na poslech. Zásadně bychom se proto měli vyvarovat používání zkratk, které dělají zprávu nepřehlednou. Jejich použití je vhodné pouze v případech, které jsou všeobecně známé, u kterých posluchač nebude dlouze přemýšlet o tom, co asi znamenají – např. OSN, USA, UNESCO.

6.3 Číslovky

„Nic neruší, neplete či nezlobí posluchače ve vysílání více než pěkná sada čísel. Přečtení i velmi krátké číslice zabere překvapivě mnoho času.“ (Boyd, A., 1995, str. 69-70)

V případě číslovek je třeba dbát na jejich správné použití a skloňování, což je častý problém v českém éteru. Ve zprávě by měla zaznít maximálně tři čísla, více jich posluchač stejně nezaregistruje. Pro lepší vnímatelnost je vhodné některé číselné údaje zaokrouhlovat. Nemluvit o 39 567 vozidlech, ale říct, že místem projelo necelých čtyřicet tisíc automobilů. Důležitá je také poučka, která praví, že příliš čísel ve zprávě je ke škodě věci, resp. je-li možné se číslovce ve zprávě vyhnout, např. přirovnáním, vždy se jedná o lepší variantu.

6.4 Cizí slova

„Cizí slova raději nepoužívat, jdou-li nahradit srozumitelným a přirozeným českým výrazem. Některá cizí slova ale zdomácněla natolik, že jsou všeobecně srozumitelná, jiná mohou být jasná jen určité části veřejnosti, a to přesto, že se vyskytují ve zpravodajství poměrně často (např. subvence).“ (Maršík, J., 2005, str. 65) Pokud není zbytí a je nutné cizí výraz ve zprávě použít, vždy je vhodné si takové slovo poznamenat také foneticky – tak, jak se čte – aby se na něj zprávař předem pečlivě připravil.

6.5 Módní slova

Módním slovům je třeba se raději ve zprávách vyhnout, tvoří spíše výplň projevu, která do sdělení nepatří. Časem navíc získávají prázdný obsah. Od zpravodajství požadujeme podání informace zajímavým neutřelým způsobem, a to se jistě obejde bez klišé a módnosti.

7 INTERPRETACE ZPRÁV

„Základním prostředkem rozhlasové komunikace je mluvená řeč, tedy řeč prezentovaná zvukovými prostředky a vnímaná příjemcem sdělení prostřednictvím sluchu. Z toho plyne, že k podstatným složkám rozhlasového projevu patří zvuková stránka řeči, která plní některé velmi závažné funkce. Zvuková stránka řeči má především podstatný význam pro porozumění obsahu sdělení. Nejde přitom jen o prostou srozumitelnost projevu, ale o to, aby zvukové prostředky co nejvíce usnadnily posluchači percepci a přispěly ke snadné orientaci v souvislém textu.“ (kol. OVK ČSRo, 1980, str. 85)

„Zvuková osnova řeči má dvě roviny – rovinu prostě sdělovací, dorozumívací, a rovinu citovou, emocionální. Obě roviny nelze samozřejmě při projevu od sebe přísně oddělit, nejsme stroje. Ale ta prvá rovina je vždycky základní – pro novináře pak prioritní. Ten potřebuje, aby mu bylo především rozumět, jinak jsou všechny jeho další snahy marné.“ (Strahl, V., 1993, str. 69)

„Je třeba mít na paměti, že zprávař má vždy jen jednu šanci oslovit posluchače. Je to pomíjivá informace, kterou předkládá. Jakmile ji vysloví, ztratí se v éteru, dokud není program opakován, pokud k tomu vůbec dojde.“ (Boyd, A., 1995, str. 38) Jinými slovy: v rozhlasovém zpravodajství nikdo nedostane druhou šanci.

„Máte-li dobře využít možnosti média, musí být váš projev jednoduchý, přímočarý, konkrétní a relevantní, a musí být podán tak, aby mu rozuměl skutečně každý posluchač.“ (Boyd, A., 1995, str. 43)

„Základním účelem novinářské promluvy je bezesporu informace. Mysleme při její prezentaci na člověka u přijímače. Je to ostatně i součást metody, jak přistupovat k interpretaci: od začátku myslet na to, co říkám a na toho, komu to říkám, což zahrnuje i proč to říkám.“ (Strahl, V., 1993, str. 93)

„Způsob podání předurčuje povaha obsahu a způsob jeho formulace. Jinak řečeno: povaha (forma) interpretace musí korespondovat s povahou (formou) zpracování obsahu. V tomto smyslu je pro naše účely třeba chápat známou obecnou poučku, že forma slouží obsahu. Klíč ke způsobu podání je tedy obsažen v textu samém, v povaze jeho obsahu a slovní formy.“ (Strahl, V., 1993, str. 96)

„Pokud jde o způsob interpretace informativních materiálů, stačí si uvědomit, že jejich obsahem (a účelem) je prosté konstatování četných fakt a že této okolnosti odpovídá i jejich objektivizující, citově neutrální formulace. Tomu by měla odpovídat i forma podání – optimálně orientující posluchače v záplavě fakt a přitom ponechávající mu prostor pro vlastní úsudek. Její povaha by se tedy měla vyznačovat věcností a citovou umírněností, ne však strohostí či lhostejností ke sdělovaným faktům.“ (Strahl, V., 1993, str. 96)

Při interpretaci rozhlasových zpráv by měl mít zprávař vždy na paměti následující:

- myslím především na to, co říkám a na toho, komu to říkám
- mluvím k jednotlivci, ne k davu
- mluvím s ním jako rovný s rovným
- formu podřizuji obsahu

7.1 Čtení zpráv

„Zprávaři by měli splňovat základní požadavky mluvní profesionality, tj. měli by dobře ovládat dechovou, hlasovou i artikulační stránku řeči, jejich výslovnost by měla být prostá oblastních či slangových odchylek a měli by dodržovat základní pravidla české výslovnostní normy.“ (Brabcová, J., Kučera, K., 1980, str. 86)

Vždy je důležité se rozhodnout, jakou češtinou zprávy prezentovat. Měli bychom používat výrazové prostředky vysokého stylu nebo se spíše přiklonit k hovorové češtině? I samotné hranice spisovnosti českého jazyka jsou dost pružné a časem se mění. Pro dobrou vnímatelnost zpráv je třeba najít nějakou střední cestu. U některých médií se setkáváme až s hyperkorektností, která často působí nepřírozeně a rušivě. „Vztah mezi spisovností a nespisovností se odehrává na stupnici, která zahrnuje okruhy: archaičnost – knižnost – neutrálnost – hovorovost – lidovost.“ (Čmejrková, S., 1996, str. 172) Ve zpravodajství bychom měli pro lepší vnímání oscilovat někde mezi neutrálností a hovorovostí.

„Je omylem se domnívat, že zařazení nespisovných prvků, stejně tak jako tolerance technických nedostatků různého druhu, přiblíží zprávaře posluchači nebo dokonce, že oživuje projev. Nejčastěji působí jako nedostatečná připravenost nebo neschopnost zprávaře, ale někdy také jako podceňování publika nebo znevažování obsahu sdělení.“ (Brabcová, J., Kučera, K., 1980, str. 86)

Čtený projev je svým způsobem zrádný. Musí být čten tak, aby zněl přirozeně. Zároveň by měl být věcný, informativní a poutavý.

„Chceme-li přednést působivý a účinný mluvený projev, nestačí ovládat jen techniku řeči, ale je také nutné se seznámit s pravidly zvukové modulace řečového projevu.“ (Buchtová, B., 2006, str. 60)

„Souvislá řeč není monotónní. Je modulována pomocí síly, výšky a barvy hlasu a získává určitý rytmus díky proměnlivému časovému průběhu jednotlivých segmentů a jejich kombinací. Dalšími prostředky modulace je řečové tempo a existence různých typů pauz. Tyto zvukové prostředky se uplatňují na promluvě jako celku. Prostředky modulace jsou jednak přirozenou složkou zvukového signálu řeči (např. síla hlasu nejen přirozeně existuje, ale mění se i fyziologicky v průběhu řeči), jednak mají i komunikační funkce – zejména při vyjadřování pragmatických složek komunikace. Jsou velmi důležité – pouhá nápodoba hlásek či slabik bez náležité modulace je velmi těžko srozumitelná.“ (Krčmová, M., 2009, online)

Proto, aby byl mluvený projev příjemný, kultivovaný a srozumitelný, je třeba dbát na správné používání suprasegmentálních (zvukových) prostředků souvislé řeči – patří sem:

- frázování
- síla hlasu
- větný přízvuk
- intonace
- mluvní tempo
- pauzy
- rytmus

7.1.1 Frázování

Při mluveném projevu bychom měli mít vždy na paměti, že musíme posluchači pomoci při vnímání naší řeči. K tomu dobře slouží frázování – tj. zvukové rozdělení věty na menší logické úseky, které spolu významově těsně souvisí. Kdybychom tak neučinili, mohlo by dojít i k nepochopení našeho sdělení.

„Správné frázování zpřehledňuje promluvu a umožňuje porozumění obsahu řeči. Nevhodné členění řeči může ovlivnit smysl věty i celý kontext sdělení. Posluchač, který text nezná,

vnímá každou zaslechnutou pauzu jako významnou. Proto se každá nádechová pauza musí krýt s pauzou významovou.“ (Buchtová, B., 2006, str. 60)

Při členění vět ale nesmíme sklouznout k pravidelnému rytmickému střídání a dělení. Řeč by pak působila strojově a negativně.

7.1.2 Síla hlasu

Síla hlasu nejčastěji slouží ke zdůraznění myšlenky. Může podpořit význam některých slov nebo vět. Zprávař by měl se silou svého hlasu pracovat tak, aby posluchače nerušil, ale informoval. Je dobré si představit, že posluchač, kterému zprávu předkládá, sedí zhruba dva až tři metry před ním. Není proto nutné zvyšovat hlas jako válečný zpravodaj v terénu, ale není ani vhodné být příliš tichý. Nejčastěji využíváme střední sílu hlasu – tj. cca 40 dB.

„Změna síly hlasu může být podmíněna i citovým vzrušením. Při modulování řeči silou hlasu bychom měli být střídmi a brát v úvahu velikost místnosti, kde promlouváme, počet posluchačů, využití techniky.“ (Buchtová, B., 2006, str. 66)

7.1.3 Větný přízvuk

„Větný přízvuk nám umožňuje významové a také rytmické a melodické členění věty. V češtině má každé slovo přízvuk na první slabice. Slovní přízvuk je důležitý pro rytmus řeči, ale nemá v češtině funkci významově rozlišovací. Chceme-li zdůraznit určité slovo, můžeme zvýraznit přízvuk tohoto slova – jedná se o tzv. větný přízvuk (důraz). Větný přízvuk je vždy spojený s významovým jádrem výpovědi, s nejdůležitějším slovem věty. V češtině klademe větný přízvuk v neutrální větě na poslední slovo věty nebo větného úseku. Větný přízvuk, důraz je důležitý pro výstižné a srozumitelné vyjádření myšlenky mluvčího. V češtině můžeme slovo zdůraznit také změnou slovosledu nebo výběrem slov. Změna místa větného důrazu může změnit i smysl věty.“ (Buchtová, B., 2006, str. 62)

„Zprávy je třeba si přečíst nahlas, aby bylo jasné, na která slova se má dát důraz. Jedná se obvykle o klíčová slova a popisy. Posunutí důrazu ve větě může naprosto změnit její význam a tón. To může mít dramatický dopad na obsah zprávy.“ (Boyd, A., 1995, str. 143)

7.1.4 Intonace

Intonace je velmi důležitá – díky ní si posluchač může z našeho mluveného projevu odnést pocit naléhavosti, závažnosti nebo vzrušení, také by měl ale jednoznačně poznat, zda je sdělovaná věta ukončená (oznamovací, tázací nebo rozkazovací), anebo zda bude ještě pokračovat.

„Intonace je střídání výšky hlasu v průběhu mluvené řeči. Při běžné mluvě člověk moduluje svůj hlas asi v šesti tónech. Vlnění hlasové výšky také nazýváme melodií řeči, hovoříme o větné melodii a melodickém přízvuku. Jsme citliví na vyšší tóny, které slyšíme při citovém vzrušení, nižší tóny vnímáme s vážností, spojujeme je se závažným obsahem řeči.“
(Buchtová, B., 2006, str. 64)

S výraznou intonací bychom to neměli v mluveném projevu přehánět, ale zároveň s ní nesmíme ani šetřit. Při naprostém nedostatku emocionálního prožitku vyjádřeného intonací neupozorníme posluchače na věci, které mají v textu zaujmout a projev bude nepřehledný a někdy i nudný. Naopak příliš bohatá intonace může působit až odpudivě, komicky a někdy může škodit i obsahu sdělení.

7.1.5 Mluvní tempo

Mluvním tempem označujeme rozložení mluvené řeči v čase neboli rychlost, jakou projev přednášíme (počet slabik za minutu). Na tempu závisí pochopení celého projevu. Je-li příliš rychlé, můžeme být pro posluchače i nesrozumitelní, nestačí pochytit naše myšlenky, budou se snažit zachytávat slova a další jim přitom budou utíkat. Bude-li naše mluvní tempo naopak pomalé, můžeme působit uspávajícím a nezáživným dojmem.

„Správné tempo čtení zpráv je taková rychlost, která je příjemná moderátorovi, která je srozumitelná pro posluchače a která vyhovuje stylu stanice. Je to někde v rozmezí 140 – 220 slov za minutu, což umožňuje i bezproblémovou artikulaci.“ (Boyd, A., 1995, str. 141)

Pro rozhlasové zpravodajství je ideální rychlost 180 slov za minutu, kdy je zpráva také dobře srozumitelná a přehledná. Mluvní tempo bychom ovšem měli vhodně volit i s ohledem na naše schopnosti a zkušenosti.

7.1.6 Pauzy

Srozumitelnému čtení napomáhají také pauzy – ty dávají v projevu posluchačům možnost zpozornět, ale i přijmout do té doby podávanou informaci. Pomáhá tomu, kdo poslouchá, získat přehled a také vnímat závažnost sdělení. Je to prostředek velmi jednoduchý a účinný. Pauzu děláme za takovým místem, které považujeme za důležité a chceme dát posluchači možnost si to uvědomit. Sami ho tak upozorňujeme na to, čeho by si měl všimnout.

„Někdy děláme větší pauzu také před důležitým místem, stojícím obvykle na konci věty. Takové přestávce se říká psychologická pauza, která má zvýšit napětí z očekávání. K vyniknutí jádra výpovědi používáme často na stejném místě, tedy před ním, kratičké pauzy zvané „es pauza“ nebo „odsazení“. Tento prostředek se ovšem nesmí stát manýrou a kromě toho vyžaduje velký cit pro míru podle stupně významu. Je třeba si uvědomit i skutečnost, že délka pauzy je záležitost relativní. Absolutně stejnou délku pauzy můžeme ve volnějším tempu řeči pociťovat jako přiměřenou, kdežto v živějším projevu jako nadměrnou.“ (Strahl, V., 1993, s. 73)

7.1.7 Rytmus řeči

„Rytmus řeči je dán střídáním krátkých a dlouhých slabik a využíváním pauz, které řeč člení a podtrhují význam myšlenek. Každá věta musí mít svůj vlastní rytmus a nesmí se jí vnucovat jiný. Rytmus a pauzy umocňují dynamičnost, dramatičnost a gradaci řeči.“ (Krhutová, M., 2009, online)

7.1.8 Dýchání

„Dechovým ústrojím vytváříme výdechový proud, který umožňuje vznik řeči. Porozumění dechovému procesu a dobrá práce s dechem jsou předpokladem zdravého hlasu – ovlivňují kvalitu výslovnosti a členění naší promluvy.“ (Buchtová, B., 2006, str. 24)

Byť se to možná nezdá, ale také dýchání má na vnímatelnost zpráv svůj vliv. Je přece nepříjemné, když slyšíme, jak se zprávař mohutně nadechuje a nedokáže s dechem pracovat. Dýchání má být při řeči neznatelné, přirozené – zprávař musí umět s dechem dobře hospodařit a pracovat i s přídechy tak, aby posluchač nepoznal, kdy nádech provedl.

„Většinou dýcháme smíšeným způsobem, který je také pro hlas a řeč nejvýhodnější. Budeme-li však mít projev, kdy je třeba mít uvolněná ramena a uvolněnou krční partii těla, zvolíme bránicový nádech.“ (Buchtová, B., 2006, str. 25)

Vzduch je pro zprávaře jako olej na mazání stroje – když ho nemáte, zarazíte se. Každý zprávař by si měl při čtení zpráv pamatovat následující:

- dodržovat klidné, tiché nádechy – na hlasu nesmí být znát ubývání síly dechu
- vdechovat nosem i ústy – posilujeme tím rozeznění obličejové masky
- mluvit středně silným hlasem – při zvýšení hlasu je větší spotřeba dechu
- nádech nikdy nesmí přetrhnu myšlenku

7.1.9 Čtení na mikrofon

Při čtení zpráv je třeba mít na paměti, že ústa nesmí být nalepená těsně na mikrofon, pak vynikají různá zkreslení (např. u písmene „p“), což je pro posluchače značně nepříjemné – např. na směrový mikrofon je vhodná vzdálenost od úst 10 – 15 cm.

Důležité je také umět „vdechnout zprávám život“. Zprávař se musí s textem ztotožnit, ale ne přehnaně. Musí ho přeměnit z pouhých psaných slov v realitu. *„Zpráva musí vystoupit z papíru, projít mikrofonem, éterem a pevně se zahrnout v představitelství posluchače. A to se povede jen tehdy, když se příběh vypráví s opravdovým zaujetím. Nová zpráva by měla u posluchače vyvolat buď příjemnou odezvu nebo šok.“* (Boyd, A., 1995, str. 146)

„Úspěšná komunikace do značné míry záleží na přednesu, a ten zase závisí na tom, jak je zpráva napsaná a přečtená. Dobrým zprávařům se daří navázat kontakt se svým publikem.“ (Boyd, A., 1995, str. 134)

7.2 Osobnost zprávaře

„Dobrý zprávař může vylepšit image či hodnocení stanice a špatný je může naprosto zničit.“ (Boyd, A., 1995, str. 125) Výběr osoby, která bude sdělovat zprávy a provázet relacemi, je proto velmi důležitý.

„Pozornost vnímajícího subjektu je při poslechu od přírody labilnější a také mnohem pasivnější než při četbě. To vše je ještě znásobeno vizuální nepřítomností komunikátora.“ (Bozděch, V., 182, str. 14) Je proto důležité, aby sdělující dokázal dobře pracovat se svým hlasem. Ten nesmí rušit, odvádět pozornost, uspávat ani budit dojem přehrávání. Zprávař

musí bez výrazných emocí předat informaci a přitom dostatečně přitáhnout barvou hlasu a přednesem pozornost posluchače. Sdělující také nesmí strhávat pozornost na sebe, ale na zprávy. Hlas zprávaře by neměl být příliš hluboký, pak by posluchač vnímal zprávy s nádechem erotiky, resp. dramatičnosti. Na druhou stranu nesmí být ani příliš vysoko položený, zprávy by pak mohly vyznít naléhavě až hystericky. S hlasem je třeba pracovat obezřetně a položit ho níže nebo výše jen tehdy, je-li třeba některé sdělení „vypíchnout“.

„Vysílání zpráv se pomalu stává osobnější a zprávaři jsou přístupnější a přátelštější. Stále si sice udržují svou autoritu, ale nevystupují už v roli učitele, ale spíše oblíbeného strýčka nebo moudrého přítele.“ (Boyd, A., 1995, str. 125)

Mezi ideální vlastnosti zprávaře patří:

- autorita
- věrohodnost
- srozumitelnost
- vřelost
- profesionalita
- dobrý hlas

„V mnoha rozhlasových stanicích stále ještě existují preference (nebo předsudky) požadující, aby zprávy četly mužské hlasy. Je to díky rozšířenému názoru, že mužské hlasy mají větší autoritu a ženské hlasy bývají moc vysoké a mohly by posluchače znervózňovat plechovým zvukem v tranzistorovém rádiu.“ (Boyd, A., 1995, str. 130)

Otázku, zda je pro zpravodajství lepší muž nebo žena, ale můžeme s klidem shodit ze stolu. Pro posluchačovu vnímatelnost zpráv je totiž daleko důležitější, jak zní hlas zprávaře – zda je dostatečně sytý, jasný a znělý, bez zřetelných poruch a nedostatků – jak s ním pracuje a kterak zprávy prezentuje. Můžeme snad jen doporučit, aby zpravodajský tým byl smíšený nikoli jednopohlavní – více to odráží běžný život, ke kterému patří muži i ženy.

Pro dosažení lepší vnímatelnosti je třeba u běžných a bleskových zpravodajských relací počítat raději s jedním zprávařem. Není dobré na krátkém časovém úseku zahltit posluchače více hlasy – už tak uslyší v relaci různé zvuky (vyjádření respondentů, telefonáty reportérů). Dva hlasy se hodí spíše do delších hlavních zpráv, resp. zpravodajského souhrnu. Zde může být užití dvou hlasů přínosem pro udržení pozornosti, navázání vzájemného dialogu a vytvoření „přátelštějšího“ méně formálního pojetí zpráv.

8 ZNĚLKOVÁ GRAFIKA

Znělková grafika je jedním z klíčových faktorů ve vnímatelnosti celé stanice, tedy i zpráv. Kvalitní zvukový obal může celou zpravodajskou relaci povýšit, nekvalitní naopak úplně zkazit. Je proto jasné, že výběru znělkové grafiky musí být věnována značná pozornost. Každá profesionálně vedená rozhlasová stanice si na svém zvukovém obalu velmi zakládá – také ve zpravodajské grafice se proto musí objevit hudební motivy, které se pravidelně opakují i v ostatním vysílání. Propojuje se tím celý program a vystupuje navenek pod jednou tváří. Posluchač musí být schopen na základě znělek danou stanicí včetně její zpravodajské relace rychle a jasně identifikovat.

Není možné stanovit jednoduchý návod, jak by měl vypadat univerzální zvukový obal zpravodajství – mění se totiž v čase, podle formátu stanice, místa, módy, trendů a vkusu společnosti.

8.1 Časové znamení

Časové znamení je vlastně součástí zvukového obalu. Ne všechny stanice s ním ale pracují. Svým způsobem totiž může limitovat vysílání svou pravidelnou přesností a zároveň ho brzdit. V okamžiku, kdy v programu čekáte na časové znamení, se zvolní tempo. Toto čekání se dá dramaticky stupňovat i hudebním podkresem (čekačkou), do kterého následně zazní zvukové znamení. Podkres by měl posluchače dostatečně upozornit na příchod něčeho nového, nejčastěji zpravodajské relace. Některé stanice od zvukové podoby časového znamení upouštějí právě proto, aby nezdržovaly posluchače, resp. držely tempo vysílání a nahrazují ho prostým přibližným časovým údajem. Dá se předpokládat, že se tento trend – alespoň u komerčních stanic – udrží.

8.2 Znělky zpráv, podkresy, předěly

Znělka zpráv je vlastně jakási výkladní skříň stanice. Měla by být jasně zapamatovatelná, patřičně dynamická s krátkým graduujícím motivem, po kterém následuje několik důležitých slov, která rozhodnou o tom, jestli posluchač u naladěné stanice zůstane či nikoliv. Znělka bývá také často doplněna mluveným slovem, které oznámí název relace a je-li to vhodné, použije i staniční slogan. Délka znělky by se měla odehrát v řádu několika málo sekund – neměla by být delší než 10 sekund, to už při častém opakování posluchače nudí a obtěžuje.

Úvodní hudební motiv by měl nenásilně přejít v „uvítací“ podkres, kde zazní první informace (časový údaj, pozdrav zprávaře, headlines nebo cokoliv jiného).

Rádio je zvuk a ten pro atraktivitu nesmí chybět ani v průběhu zpravodajských relací. Je dobré s ním pracovat i v podkresové formě, obzvláště u některých bloků (počasí, sport, ekonomika, doprava apod.). Platí ale pravidlo, že podkres nesmí nikdy rušit a odvádět posluchačovu pozornost.

Pro lepší přehlednost nebo oddělení některých zpráv a bloků (z domova, ze světa, z regionu) se doporučuje použít hudební, resp. zvukové předěly. Měly by být krátké a poutavé a zároveň by měly dokázat posluchače, který utekl myšlenkami jinam, vrátit zpět k poslechu (tzv. mu nahodit pozornost).

9 ZPRAVODAJSKÉ SELFPROMO

Zpravodajským selfpromem máme na mysli provázanost staničního zpravodajství s ostatním programem, resp. mezi jednotlivými relacemi. Patří sem např.:

- informace reportéra o tom, že podrobnosti k danému tématu uslyšíme v dalších zprávách v tolik a tolik hodin, resp. v následujícím vysílacím bloku
- krátké informační rozhovory mezi moderátorem a zprávařem o tom, co připravuje do nejbližší zpravodajské relace
- imageové znělky, které posluchače informují o tom, že náš zpravodajský tým stále sleduje veškeré dění doma i ve světě, tj. že s našimi reportéry nebude posluchač u ničeho důležitého chybět a nic nepropásne
- výzvy ke spoluúčasti posluchačů na tvorbě zpravodajství (posluchačské linky)
- krátké anonce o tom, co ještě posluchači v průběhu zpravodajské relace uslyší, resp. na co se můžou ještě těšit

To byly namátkou jen některé příklady zpravodajského selfproma – tedy oblasti, na kterou se bohužel v rozhlasovém zpravodajství stále ještě velmi často zapomíná, byť i tento faktor má na vnímatelnost rozhlasových zpráv posluchačem nezanedbatelný vliv.

10 STANOVENÍ HYPOTÉZ

Na základě studia odborné literatury a dalších zdrojů zabývajících se základy rozhlasové žurnalistiky, resp. problematikou rozhlasových zpráv a faktorů majících vliv na jejich vnímatelnost posluchačem, můžeme stanovit následující hypotézy.

Bezproblémovou vnímatelnost zpráv posluchačem určují zejména tyto faktory:

- typ zpravodajské relace a její délka
- výběr zpráv
- tvorba (psaní) zpráv
- interpretace (čtení) zpráv
- zvuková grafika
- zpravodajské selfpromo

Konkrétní bližší zjištění můžeme shrnout do následujících hlavních bodů:

- v České republice je upřednostňován model běžné zpravodajské relace, která je dlouhá 4 – 5 minut
- při výběru konkrétních zpráv hraje důležitou roli jejich význam, důležitost, relevance, blízkost a bezprostřední dopad na posluchače, lidský zájem a neotřelost
- v úvodu hlavní nebo běžné zpravodajské relace by se měly vždy objevit krátké anotace na nejdůležitější a aktuální informace, které relace přináší; další řazení zpráv už závisí na charakteru stanice, relace a typickém posluchači
- do zpravodajských relací se doporučuje zařazovat živé reportérské vstupy, rozšířená vyjádření vybraných osob k danému tématu a odlehčené, zábavné informace
- repríza vybraných zpráv není bezúčelná, s frekvencí opakování je ale třeba pracovat velmi opatrně a citlivě
- zpráva by měla být vždy zpracována takovým způsobem, aby jí posluchač porozuměl, dobře se mu poslouchala a byla pro něj přínosným zdrojem informací
- každá zpráva musí začínat krátkou titulkovou větou, která by měla konstatovat nejdůležitější body, zaujmout posluchačovu pozornost a naznačit, o čem se bude ve zbytku zprávy mluvit
- při psaní zpráv bychom měli používat jednoduchý jazyk, vyhnout se opisům, odborným termínům a květnatosti; pozor bychom si měli dávat na zařazování homonym, redundantních slov a nevhodné používání trpného rodu

- mluvený projev musí být při interpretaci zpráv jednoduchý, přímočarý, konkrétní, relevantní – musí být podán tak, aby mu každý posluchač rozuměl
- vždy je nutné myslet na to, co říkáme a na toho, komu to říkáme, což zahrnuje i proč to říkáme; mluvit k jednotlivci, ne k davu; mluvit s posluchačem jako rovný s rovným; formu podřídít obsahu
- zprávaři musí splňovat základní požadavky mluvní profesionality – tj. dobře ovládat dechovou, hlasovou i artikulační stránku řeči a dodržovat základní pravidla české výslovnostní normy
- čtený projev by měl být přirozený, věcný, informativní a poutavý
- každý zprávař musí dbát na správné používání suprasegmentálních prostředků, které zahrnují: frázování, sílu hlasu (40 dB), větný přízvuk, intonaci (ani příliš hluboko, ani příliš vysoko), mluvní tempo (180 slov/min.), pauzy a rytmus
- nezáleží na tom, zda je zprávařem muž nebo žena – pro posluchačovu vnímatelnost je důležitější, jak zní hlas zprávaře, jak s ním pracuje a kterak zprávy prezentuje
- pro dosažení lepší vnímatelnosti je třeba u běžných a bleskových zpravodajských relací počítat s jedním zprávařem, dva hlasy se hodí do delších hlavních zpráv
- ideálními vlastnostmi zprávaře jsou – autorita, věrohodnost, srozumitelnost, vřelost, profesionalita, dobrý hlas
- znělka zpráv musí být dynamická a jasně zapamatovatelná; hudební podkres nesmí nikdy rušit (odvádět posluchačovu pozornost); pro zajištění přehlednosti a nahození posluchačovi pozornosti v průběhu zpráv se doporučuje použít hudební předěly
- není možné stanovit jednoduchý návod, jak by měl vypadat univerzální zvukový obal zpravodajství – mění se v čase, podle formátu stanice, místa, módy, trendů a vkusu společnosti
- nepodceňovat zpravodajské selfpromo – pracovníci zpravodajství by měli svoji práci náležitě „prodat“ a tím udržet posluchače u přijímače

Výše uvedené hypotézy ověříme v praktické části a to hned dvojím způsobem. Nejprve nás bude zajímat, zda obecné zásady pro výběr, psaní a interpretaci zpráv vyžadují po svých zprávařích tři největší celoplošné rozhlasové informační stanice v ČR (Český rozhlas 1 – Radiožurnál, Frekvence 1 a Rádio Impuls), resp. zda tyto stanice disponují speciálním manuálem pro zprávaře – tato interní pravidla zanalyzujeme a porovnáme.

Následně provedeme kvantitativní výzkum, kterým se pokusíme zjistit, jaké jsou obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství – samozřejmě ve vztahu k výše uvedeným hypotézám – a jak vybraní respondenti hodnotí konkrétní zpravodajské relace výše uvedených rozhlasových stanic. Z výzkumu by mělo být jasně patrné, které rozhlasové zpravodajství respondenti upřednostňují a z jakého důvodu, resp. která zpravodajská relace je pro ně z hlediska vnímatelnosti nejlépe zpracovaná a podle jakých kritérií se při tomto výběru řídí.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

11 MANUÁLY ZPRAVODAJSTVÍ:

ČRO 1 – RADIOŽURNÁL, FREKVENCE 1 A RÁDIO IMPULS

Manuálem zpravodajství zjednodušeně nazývám praktického průvodce pro zprávaře, který obsahuje přesná pravidla pro výběr, psaní a interpretaci zpráv dané rozhlasové stanice.

Správně by ale zásady pro zprávaře měly být jen jednou z částí tohoto manuálu – mělo by se jednat o komplexní materiál obsahující jednak pokyny pro zprávaře, dále předpisy pro editory, redaktory, reportéry, produkční a servismany, zároveň by v něm ale také měly být popsány základní žurnalistické útvary, které stanice vysílá, konkrétní stopáže mluveného slova a chybět by neměly ani organizační pokyny, vzory košilek a žurnalistický kodex.

Český rozhlas 1 – Radiožurnál nemá zpracovaný praktický manuál pro výběr, tvorbu a podání zpravodajských relací. Jeho zprávaři, stejně jako ostatní programoví pracovníci, se řídí obecně platnými Žurnalistickými zásadami Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a pokyny a radami svých nadřízených.

Zprávařská pravidla Frekvence 1 jsou velmi stručná a obecná, nicméně základ toho, jak mají jednotlivé relace této stanice vypadat, jasně určují. Další pokyny zprávařům dávají a následně jejich dodržování kontrolují šéfredaktor stanice, resp. její programový ředitel.

Nejpodrobněji a nejpřesněji má pravidla pro výběr, psaní a interpretaci zpráv zpracované Rádio Impuls – jsou součástí komplexního manuálu zpravodajství. Jedná se o rozsáhlou a hlavně praktickou „kuchařku“, která přesně určuje, kdo, co, kdy, kde, jak a proč má dělat.

Nyní se seznámíme s konkrétními zprávařskými zásadami výše uvedených rozhlasových stanic – začneme pravidly pro výběr zpráv, dále se budeme zabývat jejich zpracováním, interpretací ve vysílání, typy relací a jejich délkou a nezapomeneme ani na práci se zvukovým obalem.

V této souvislosti musím uvést důležitou poznámku: v případě Rádía Impuls jsem vycházel „pouze“ z jeho manuálu zpravodajství, kde je vše pečlivě vysvětleno a popsáno, u Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a Frekvence 1 jsem doplňující otázky konzultoval s jejich programovými šéfy (šéfredaktorem Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu Alexandrem Píchou a programovým ředitelem Frekvence 1 Miroslavem Škodou).

11.1 Pravidla pro výběr zpráv

Český rozhlas 1 – Radiožurnál

V interních materiálech nenajdeme žádné předpisy, které by souvisely s výběrem zpráv z hlediska vnímatelnosti. V Žurnalistických zásadách Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu se pouze dočteme, že „ČRo 1 – Radiožurnál informuje veřejnost o všech důležitých událostech a dění v Česku i v zahraničí. Zprostředkovává hlavní názorová stanoviska ke všem otázkám, které jsou významné pro život společnosti jako celku, ale i pro životy jednotlivců.“ (ČRo 1 – Radiožurnál, 2003, str. 1)

Výběr zpráv Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu by se měl podle šéfredaktora stanice Alexandra Píchy řídit těmito aspekty:

„Celospolečenským významem událostí a jejich aktuálností. Přinášet nejdůležitější události v daný časový úsek dne – ráno, dopoledne, odpoledne, večer.“ (Pícha, A., 2008)

Velká péče se podle Píchy věnuje i řazení zpráv. *„Nejdříve se objevují zprávy z domova, pak ze světa (přihlédnutí k naší střeoevropské poloze), dále regiony (dvě kritéria pro zařazení regionálních informací: celospolečenský význam a příklad, resp. přesah do ostatních regionů), po většinu dne Zelená vlna a sport (informace ze sportu pouze z předchozích čtyř hodin – tzn. sport se zpravidla nevysílá dopoledne a odpoledne; ráno souhrn z předešlého večera).“* (Pícha, A., 2008)

Zprávy se smí ve vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu opakovat jen tehdy, jde-li o důležité události obohacené o nové rozšiřující informace.

Frekvence 1

Při výběru zpráv se na Frekvenci 1 drží následujících zásad:

- *aktivně vyhledávat zprávy vlastní a zajímavé – bez ohledu na jejich společenskou důležitost a s ohledem na atraktivitu*
- *klást důraz na rychlost informace: teď právě se stalo nebo teď právě se děje s jen základním až povrchním obsahem*
- *postihnout veškeré spektrum témat od ekonomických, vnitropolitických a zahraničních až po odlehčené a zábavné zprávy s tím, že těžší témata budou mít menší prostor a budou zpracována velmi povrchně* (Škoda, M., 2008)

Nejdůležitější pro výběr zpráv je ale podle programového ředitele Frekvence 1 Miroslava Škody tato zásada: „Zprávy musí odpovídat potřebám a zájmům cílové skupiny, kterou Frekvence 1 oslovuje.“ (Škoda, M., 2008)

Další pravidla jsou pracovníkům Frekvence 1 předávána verbálně šéfredaktorem stanice, resp. jejím programovým ředitelem.

Pokud jde o řazení zpráv, tak k tomu Škoda dodává následující: „Vždy dát to nejdůležitější na začátek. Zároveň je třeba zohlednit střídání tématických okruhů v po sobě jdoucích zprávách. Důležitost nejde jednoznačně definovat, vychází z filosofie stanice. Schopnost tuto filosofii reflektovat získává zprávař zkušeností (v podstatě jde o nikdy nekončící proces diskuse nad jednotlivými zprávami a tématy s garanty této filosofie – šéfredaktorem, resp. programovým ředitelem stanice).“ (Škoda, M., 2008)

Rádio Impuls

V interním manuálu zpravodajství Rádía Impuls se dočteme, že „je nutné stále myslet na příjemce zprávy. Informace je určena posluchačům, kteří ve velké většině nejsou odborníky na politická či ekonomická témata. Zajímá je především, jaký konkrétní dopad budou mít politická a ekonomická opatření na jejich běžný život. Novinář Rádía Impuls uvažuje o dopadech a východiscích.“ (Impuls, 2007, str. 6)

Při výběru zpráv se reflektují tři základní kritéria:

- zajímavost (atraktivita) zprávy
- důležitost zprávy
- praktické využití zprávy

Do vysílání Rádía Impuls se zařazují takové zprávy, které jsou: „zajímavé a obsahující PŘÍBĚH – komický, tragický, kuriózní, o slavných lidech, o neštěstí většího počtu lidí, o penězích (velké škody, loupeže) a také o výrazně pozitivních věcech.“ (Impuls, 2007, str. 7)

„Při výběru zpráv ze zahraničí platí následující pravidla: čím blíže, tím lépe, války a katastrofy, skandály slavných lidí, souvislost událostí s naší republikou, se vzrůstající vzdáleností musí narůstat i intenzita negativity.“ (Impuls, 2007, str. 8)

Základním pravidlům pro řazení zpráv v relaci se vedení Rádía Impuls věnuje pečlivě a doporučuje svým zprávařům dodržovat několik zásad.

Vše začíná u headlines, které zpravodajskou relaci prodávají. Musí být krátké, úderné, motivující k dalšímu poslechu. V jedné relaci by se měly objevit tři a každý z nich má mít v průměru pět až šest slov.

Zvláštní péči je nutno věnovat tzv. zprávě číslo jedna – události dne. Ta by měla být první zprávou v relaci, a to až do té doby, než se odehraje jiná událost podobného významu. Ideální je, pokud jde o původní zprávu Rádia Impuls.

„Všechny významné informace dne patří zásadně i do zpráv – průměrně se denně může jednat o tři až čtyři základní zprávy, které pak v pozměněné formě nabízíme celý den.“
(Impuls, 2007, str. 10)

V interních pravidlech najdeme i tradiční řazení zpravodajské relace:

- *zprávy z domova – celostátního významu*
- *zprávy z regionů – zajímavosti, výjimečnosti, zprávy s přesahem*
- *zprávy ze zahraničí*
- *sportovní zprávy*
- *příp. zprávy o počasí* (Impuls, 2007, str. 10)

Rádio Impuls připouští v řazení zpráv i výjimky – k těm dochází pouze v případě, stane-li se nějaká mimořádná událost v regionu, v zahraničí nebo ve sportu. Není také pravidlem, že politická zpráva musí být nutně zprávou nejdůležitější.

V interním manuálu zpravodajství se také dočteme o několika zásadách, které se týkají opakování zpráv. *„Ráno a dopoledne cca do 12 hodin je přísun aktuálních zpráv omezený, proto lze do relací zařazovat dvě zprávy týkající se očekávaných událostí. Extrémně kuriózní zprávy nelze reprízovat tak často jako zprávy seriózní.“* (Impuls, 2007, str. 8)

11.2 Pravidla pro psaní zpráv

Český rozhlas 1 – Radiožurnál

„ČRo 1 – Radiožurnál zakládá své vysílání na autentických zprávách a zvukových materiálech svých redaktorů.“ (ČRo 1 – Radiožurnál, 2003, str. 1)

Český rozhlas 1 – Radiožurnál se ve svých pravidlech věnuje i nahrávkám používaným ve zprávách. *„Ty musejí pravdivě vyjadřovat realitu, nesmějí být editovány tak, aby se změnil*

nebo zkreslil význam a kontext sdělení. Z nahraného materiálu se zásadně nesmějí sestavovat věty, které vypovídající neřekl.“ (ČRo 1 – Radiožurnál, 2003, str. 4)

Ve zprávě se nesmí používat ani zvuky, které by navodily atmosféru odpovídající situaci, ale nebyly natočeny v místě a čase události.

Velmi důležité je samozřejmě samotné psaní zpráv, kterému se věnuje šéfredaktor stanice Alexandr Pícha ve formě dohledu a říká: *„Zprávaři musí používat mluvenou formu spisovné češtiny, objevit se může i hovorová čeština, nikdy ne ale obecná. Při psaní zpráv zařazovat co nejméně cizích slov, zkratek a číslovek. Pokud se v dané situaci bez číslovky neobejdeme, použít přirovnání, resp. převádět do srozumitelnějších výrazů – např. rychlost větru z metrů za sekundu na kilometry v hodině.*“ (Pícha, A., 2008)

Frekvence 1

Zprávaři Frekvence 1 se při přípravě zpravodajských relací řídí pravidlem „6L“:

- *laicky (srozumitelně)*
- *lidově (hovorový jazyk)*
- *libivě (atraktivní témata)*
- *lidsky (příběhy)*
- *lapidárně (stručně, úsečně, výstižně)*
- *lehce (přirozeně)*

(Škoda, M., 2008)

Při psaní zpráv používají na Frekvenci 1 krátké a jednoduché věty, souvětí by se měla v textu objevit jen v nejnnutnějších případech. Zcela zapovězeny jsou vsuvky. Pro lepší vnímatelnost musí zprávař také dodržovat správný slovosled, umístit sloveso a dostatečný počet podstatných jmen do věty a vždy se snažit o konkrétní popis věci. Vyhnout by se měl trpnému rodu, použití záporu, metaforám, cizím slovům, slangovým výrazům a emočnímu hodnocení zprávy.

Mezi platné zásady Frekvence 1 patří při psaní zpráv i pravidlo první věty:

„Pro vnímatelnost rozhlasové zprávy je velmi důležitá první věta. Právě zde se totiž posluchač rozhoduje, jestli bude poslouchat i další text nebo vypne a sdělovaná informace zůstane mimo jeho soustředěný zájem. Proto by první věta zprávy měla podat vždy informaci, „o čem to bude“. Vhodné je do první věty zařadit citově a emočně zabarvené

slovo, které zbystří posluchačovu pozornost. Pro snadné porozumění je pak důležité dodržet logickou stavbu zprávy. Znamená to, že v textu věta následující, odpovídá na otázku, které vzniknou při poslechu věty předchozí.“ (Škoda, M., 2004, str. 15)

Stejně tak je třeba být ostražitý i v používání číslovek. „Posluchač má tendenci považovat čísla za důležitou informaci a snaží se je zapamatovat. Ve chvíli, kdy se jeho mozek soustředí na číslo, ale přestává poslouchat a další informace mu unikají. Proto s čísly v co největší míře šetříme. Když už je ve zprávě uvádíme, vždy v co nejjednodušší formě: 1. zaokrouhlujeme, 2. desetinná čísla převádíme na zlomky. V případě osob pak jdeme ještě dál a číslovky, resp. zlomky personifikujeme (půl znamená každý druhý, 80 % populace znamená osm z deseti, atd.). Stejně pracujeme s časovými údaji a daty. Vždy je uvádíme tak, aby posluchač nemusel informaci přepočítávat do srozumitelné a lehce představitelné podoby. Jsme zvyklí počítat v minutách, hodinách, týdnech atd.“ (Škoda, M., 2004, str. 13)

Programový ředitel Frekvence 1 Miroslav Škoda také po zprávařích vyžaduje, aby jednotlivé zprávy v relaci nebyly příliš dlouhé. „Snaha je posluchače nezahltit zbytečnostmi, ale podat jen omezené množství důležitých informací. Mnoho informací ještě neznamená porozumění. Místo dlouhého, detailního textu mnohdy stačí jen strohá informace, kterou je posluchač schopný vnímat, zapamatovat si a dále s ní pracovat.“ (Škoda, M., 2004, str. 15)

Při tvorbě zpravodajských relací Frekvence 1 mají její pracovníci také neustále na paměti, že text zprávy musí psát tak, jako by mluvili k jedné konkrétní osobě. Používají při tom hovorovou spisovnou češtinu, která nepůsobí rušivě a nevytváří negativní emoce.

Rádio Impuls

„Základní hesla pro tvorbu zpráv: akčnost, naléhavost, jednoduchost, srozumitelnost, stručnost, údernost, výstižnost.“ (Impuls, 2007, str. 12)

Samotné tvorbě, resp. psaní zpráv věnuje Rádio Impuls zvláštní péči, soudě podle rozsáhlého prostoru věnovaného v interním manuálu právě této problematice. Lze z něj zjistit, že se po zprávařích požaduje prepisování agenturních zpráv tak, aby jim posluchač ve vysílání dobře porozuměl – používají při tom spisovnou hovorovou češtinu.

K dalším zásadám tvorby zpráv na Impulsu patří následující:

- *klíčové slovo pro zpracování informací zní „příběh“*

- *nesdělujeme neosobní a strohé informace, ale příběhy; příběh je třeba hledat za každou zprávou, s textem se musí velmi důkladně pracovat*
- *každá zpráva začíná titulkovou větou, ve které je obsažena podstata informace (není v totožném znění jako headline)*
- *mluvíme jazykem, kterým hovoří naši posluchači (byl jsem zraněn = zranil jsem se/zranili mě, již = už, dříve = dřív atd.)*
- *věty formulujeme jednoduše a srozumitelně*
- *zprávy z předešlých relací zásadně přepisujeme*
- *5 – 8 slov v jedné větě; souvětí max. o třech na sebe navazujících větách*
- *nepoužíváme vložené věty vedlejší (Dvojčata, která byla chloubou Ameriky, padla za oběť teroristickým útokům.) a trpný rod/pasiva (byl zraněn, byl zařazen atd.)*
- *cizí slova nahrazujeme českými výrazy, v cizím tvaru necháváme jen slova nepřeložitelná a notoricky známá*
- *vyhýbáme se nespisovným či expresivním výrazům (pokud chceme zachovat solidnost zpravodajství) – příklady: nákladák, řidičák, spořka atd.*
- *pozor na přebytek číselných údajů, vždy zaokrouhlovat*
- *pozor na zkratky, některým nemusí posluchači rozumět*
- *časové údaje: pokud v úterý mluvíme o pondělku, tak jej zmiňujeme jako včerejšek, rok 2006 je v roce 2007 loňský rok, středa je v úterý zítřek apod.*
- *používáme přívlastky zdůrazňující vlastnosti podstatných jmen a určitých jevů (projev = emotivní projev, drama = neskutečné drama, rychlost = obrovská rychlost) – zprávy dostávají větší dynamiku a naléhavost (vše ale s citem)*
- *funkci politika/osobnosti uvádíme vždy před jménem (předseda strany Topolánek, nikoli Topolánek, předseda strany)*
- *klademe důraz na „českost“: kde to jen jde, použít „český“ nebo „náš“ (sportovec, politik, hokejista, fotbalista, reprezentant apod.)*
- *zvyšujeme aktuálnost a údernost zpráv – v relacích a zejména v LIVE vstupech používáme následující výrazy: právě teď, dřív než ostatní, před malou chvílí, v tuto chvíli, teď končí/začíná, teď probíhá, zrovna/právě mluví, řekl Rádiu Impuls atd.*
- *nebojíme se do zpráv vkládat řečnické otázky a hravé formulace (např. Sněmovna zamítla další zákon. O co vlastně šlo?)*

11.3 Pravidla pro interpretaci zpráv

Český rozhlas 1 – Radiožurnál

Zprávař Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu musí mít při čtení zpráv přirozený kultivovaný mluvený projev. To je podle šéfredaktora stanice Alexandra Píchy zásadní kritérium.

Jediný psaný předpis vztahující se k mluvenému projevu ve vysílání Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu najdeme v Žurnalistických zásadách této stanice, uvádí se v nich následující: „*Redaktor používá mluvenou formu spisovného jazyka, resp. hovorovou češtinu; zachovává společenský takt a slušnost a neuráží vědomě vkus posluchačů. Povinností redaktora je předem zřetelně ohlásit příspěvek, jehož obsah by mohl být považován za vulgární, a mohl by tak rozrušit posluchače.*“ (ČRo 1 – Radiožurnál, 2003, str. 7)

Praktické rady, jak zprávy dobře interpretovat, dostává každý pracovník při pravidelném individuálním tréninku techniky řeči pořádaném oddělením vzdělávání Českého rozhlasu.

Frekvence 1

Z výše uvedených pravidel „6L“ můžeme vyčíst, že zprávy Frekvence 1 by měly být podávány srozumitelně a přirozeně. Další specifické požadavky na způsob projevu konzultuje s jednotlivými zprávaři šéfredaktor stanice, resp. její programový ředitel.

Rádio Impuls

Rádio Impuls se problematice podání zpráv věnuje ve svém interním manuálu pečlivěji. Prezentace zpráv musí být energická a výrazná. Při interpretaci zpráv je nutné vést v patrnosti tyto aspekty:

- *ZA MIKROFONEM JE V KAŽDÉM OKAMŽIKU OSOBNOST*
- *žádné kuňkání*
- *pregnantní výslovnost, pozor ale na hyperkorektnost, která je nepřirozená*
- *přirozená intonace, bez zpěvu*
- *logické důrazy na zásadní místa v textu (nešvarem je zdůrazňování posledního slova ve větě, resp. věty bez tečky)*
- *energie není rychlost (rychlostí nic nezmůžeme, pokud přednesu chybí náboj)*
- *prezentace může být energická, ale zároveň nemusí být překotná a nesrozumitelná*

(Impuls, 2007, str. 14)

11.4 Typy zpravodajských relací a jejich délka

Český rozhlas 1 – Radiožurnál

Český rozhlas 1 – Radiožurnál vysílá zpravodajské relace v takové délce, která je přesně definována v programovém schématu. Typy relací a jejich přesnou stopáž popsal šéfredaktor stanice Alexandr Pícha následovně:

- *běžné zprávy v celou hodinu – stopáž: 5 minut*
- *krátké zprávy v půl – v čase od 4:30 do 19:30 – stopáž: 3 minuty*
- *krátké zprávy ve čtvrt a třičtvrtě – v čase 5:00 až 9:00 – stopáž: 2 minuty*
- *hlavní zpravodajská relace Ozvěny dne – 7:00, 8:00, 9:00 – stopáž: 8 minut – souhrn nejdůležitějších událostí za posledních 24 hodin, součástí relace i nejdůležitější dění, které má přinést nadcházející den*
- *hlavní zpravodajská relace Ozvěny dne – 12:00 – stopáž: 10 minut (navazuje publicistická část, ve které se rozebírají aktuální témata dne) – souhrnná relace, mapuje nejdůležitější události z první poloviny dne*
- *hlavní zpravodajská relace Ozvěny dne – 18:00 – stopáž: 10 minut (navazuje publicistický pořad Radioforum, ve kterém se rozebírají aktuální témata dne) – souhrnná relace, mapuje nejdůležitější události za celý den*
- *pořad Stalo se dnes – 21:00 – stopáž: 30 minut – zpravodajský a publicistický souhrn nejdůležitějších událostí dne*

(Pícha, A., 2008)

Frekvence 1

Do programového schématu Frekvence 1 jsou podle programového ředitele stanice Miroslava Škody zařazeny následující relace:

- *běžné zprávy v celou hodinu – stopáž: 5 minut*
- *krátké zprávy v půl – v čase 5:00 až 9:00 – stopáž: 1,5 minuty*
- *headlines ve čtvrt a třičtvrtě – v čase 5:00 až 9:00 – stopáž: 0,5 minuty*
- *hlavní zpravodajská relace v 17:00 – stopáž: 7 minut – obsahuje komentář hosta Press klubu k vybraným událostem*

(Škoda, M., 2008)

Rádio Impuls

Rádio Impuls má pečlivě zpracované stopáže všech svých zpravodajských relací, pořadů, rubrik a vstupů. V interním manuálu se dočteme, že běžné zprávy v celou hodinu mají délku max. 4 minuty, krátké zprávy v půl 60 sekund. Maximální délka jedné reportážní zprávy v relaci smí být 40 sekund, zvuková nahrávka používaná jako doplnění zprávy má stopáž od pěti (krátká reakce) do 24 sekund (telefonáty krajánků a reportérů).

Pro klíčové prvky programu včetně zpravodajských relací jsou důležité:

- *pravidelnost (posluchač se orientuje ve vysílání)*
- *jistota (posluchač ví, co od své stanice může očekávat a nechce být zrazován)*
- *neustálá atraktivita – drobné změny (posluchač se nesmí nudit)*

Pro zpravodajství to pak platí dvojnásob!

(Impuls, 2007, str. 17)

11.5 Pravidla pro používání znělkové grafiky

Zvukový obal Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, Frekvence 1 a Rádía Impuls je v podstatě neporovnatelný. Každá stanice má svou originální, jedinečnou zvukovou grafiku.

Český rozhlas 1 – Radiožurnál

Český rozhlas 1 – Radiožurnál používá jako jediná ze sledovaných stanic zvukovou formu časového znamení (v celou hodinu, ráno každých 15 minut). Po něm následují znělky a předěly (nenamluvené), které blíže specifikuje šéfredaktor stanice Alexandr Pícha:

- *úvodní znělka zpráv + bed (na headlines)*
- *hudební předěl po headlines*
- *speciální hudební předěl – používá se před významnou událostí*
- *hudební předěl – sport*
- *hudební předěl – počasí*
- *znělka Zelené vlny*

Záměrně nejsou namluveny speciální předěly na domácí, zahraniční a regionální události, jelikož se v některých případech těžko rozlišuje, zda jde o událost čistě domácího, zahraničního nebo regionálního významu.

(Pícha, A., 2008)

Frekvence 1

Tato stanice nepoužívá ve zprávách zvukové časové znamení, přesný čas uvádí na začátku každé zpravodajské relace moderátor, který zároveň přivítá zprávaře.

Podle informací programového ředitele Frekvence 1 Miroslava Škody lze prvky zvukového obalu ve zprávách rozdělit do dvou skupin:

- *zvukový obal jako základní identifikační prvek stanice: identifikační prvky obalu zpráv mají jasná pravidla „co, kde a jak“ používat*
- *zvukový obal jako dynamizující prvek: použití této části je variabilní a závisí na citu zprávaře; vždy také záleží na počtu zpráv v relaci, resp. na délce jednotlivých částí*

(Škoda, M., 2008)

Zvuková grafika Frekvence 1 používaná ve zprávách je stejně jako v případě Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu nenamluvená, víceméně se jedná o rychlé hudební předěly mající stejný hudební motiv.

Rádio Impuls

Také na Rádiu Impuls se zvukové časové znamení vůbec nepoužívá. Zprávy startují přivítáním zprávaře a uvedením času, který se zaokrouhluje na celou hodinu.

Podle interního manuálu se při zprávách používají následující prvky zvukového obalu:

- *zvukové logo s podkresem pro úvod zpráv, krátké počasí a přivítání zprávaře*
- *promotion „zprávy dřív než ostatní“*
- *otvírací logo s bedem pro headlines*
- *jingle Rádio Impuls – z domova, Rádio Impuls – ze světa, Rádio Impuls – ze sportu*
- *jingle Téma dne s podkresem pro uvedení rubriky Téma dne*

Do relací lze zařazovat i akční jingle:

- *Tady a teď (čerstvá událost, LIVE vstup apod.)*
- *Exkluzivně (informace z výjimečného prostředí či od výjimečného zdroje)*
- *regionální jingle – 1x za dvě hodiny, vždy před zvukovou zprávou z regionu*

(Impuls, 2007, str. 15)

Na rozdíl od Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a Frekvence 1 je většina znělek používaných ve zpravodajství Rádía Impuls namluvená s přesnými identifikátory.

12 VÝZKUM PUBLIKA

„Publikum (audience) je běžným termínem používaným v komunikačním výzkumu již od jeho prvopočátku. Je to kolektivní označení denotující příjemce v jednoduchém sekvenčním modelu procesu masové komunikace (zdroj, kanál, sdělení, příjemce, účinek), který vytvořili průkopníci tohoto oboru. V běžném pojetí odkazuje publikum jednoduše ke čtenářům, divákům či posluchačům toho kterého mediálního kanálu nebo toho či onoho typu obsahu nebo způsobu podání.“ (McQuail, D., 1999, str. 315)

„Ke zkoumání publika vedou různé důvody. Nejzřejmějším z nich je patrně skutečnost, že poznání publika je základním nástrojem komunikátorů a mediálních organizací. Mediální organizace proto běžně shromažďují a využívají informace o publiku pro své řízení, finanční rozvahy a plánování. Stejně patrné je, že zkoumání publika je nezbytné i ze zcela odlišných důvodů – je důležité pro studium mediálních účinků. Informace o publiku jsou také formou zpětné vazby a hodnocení. A konečně – bez pomoci publika bychom se nedostali příliš daleko ani v oblasti zkoumání významu toho, co je komunikováno, tedy mediálního obsahu.“ (McQuail, D., 1999, str. 315)

V této práci budeme publikum zkoumat zejména s ohledem na obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství – samozřejmě ve vztahu k výše stanoveným hypotézám – dále nás bude zajímat zpětná vazba na vybrané zpravodajské relace tří největších informačních rozhlasových stanic v ČR. Respondenti zhodnotí zprávy Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, Frekvence 1 a Rádia Impuls a určí, které rozhlasové zpravodajství upřednostňují a z jakého důvodu, resp. která zpravodajská relace pro ně byla z hlediska vnímatelnosti nejlépe zpracovaná. Pro tuto marketingovou sondu využijeme kvantitativní výzkum.

12.1 Kvantitativní výzkum

„Kvantitativní výzkum se zabývá získáváním údajů o četnosti výskytu něčeho, co již proběhlo nebo se děje právě nyní. Účelem kvantitativního výzkumu je získat měřitelné číselné údaje. Aby byly naplněny podmínky shromažďování údajů a mohli jsme získat statisticky spolehlivé výsledky, pracujeme s velkými soubory respondentů v procesu formálního dotazování, příp. údaje získáváme pozorováním frekvence určitých jevů nebo analýzou sekundárních údajů.“ (Kozel, R. a kol., 2006, str. 120)

Kvantitativní výzkum tedy popisuje určité skutečnosti nebo jevy. Vyznačuje se jasně definovaným problémem a formálními strukturovanými postupy – neptá se po příčinách. Kvantitativní výzkum také velmi často prověřuje existující teorii, kterou následně potvrzuje nebo vyvrací – je tedy výzkumem verifikačním.

Základní metodou sběru primárních údajů, kterou v následujícím výzkumu (marketingové sondě) využijeme, bude dotazování.

12.2 Dotazování

„Dotazování patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu. Uskutečňuje se pomocí nástrojů (dotazníků, archů) a vhodně zvolené komunikace výzkumníka s nositelem informací – respondentem.“ (Foret, M., Stávková, J., Vaňová, A., 2006, str. 25)

Mezi základní techniky této hojně využívané metody shromažďování primárních dat patří:

- písemné dotazování (dotazníky jsou zasílány poštou, e-mailem)
- osobní dotazování (rozhovor tazatele s respondenty)
- telefonické dotazování

„Výběr vhodného typu dotazování závisí na různých faktorech, především na charakteru a rozsahu zjišťovaných informací, skupině respondentů, časových a finančních limitech, kvalifikaci tazatele atd. V praxi se většinou jednotlivé typy navzájem kombinují.“ (Kozel, R. a kol., 2006, str. 141)

Pro tento výzkum bylo vybráno osobní dotazování, které je založeno na přímé komunikaci s respondentem. Jeho hlavní výhoda spočívá právě v interakci tazatele a respondenta. Nevýhodou jsou vyšší finanční náklady a časová náročnost. Navíc je tento typ dotazování závislý na ochotě, resp. schopnosti respondentů spolupracovat. V závislosti na zvolené technice dotazování je také třeba zvolit vhodný typ dotazníku.

„Dotazník je strukturovaný sled otázek navržených za účelem zjištění názorů a faktů a následného zaznamenání těchto údajů. Existují tři typy dotazníků:

- *strukturovaný – obsahuje uzavřené otázky*
- *polostrukturovaný – obsahuje uzavřené i otevřené otázky*
- *nestrukturovaný – obsahuje otevřené otázky.“*

(Hague, P., 2003, str. 103)

Hlavním požadavkem při formulování otázek je vždy jednoznačnost a srozumitelnost. Čím jasněji a konkrétněji se ptáme, tím jasnější a konkrétnější dostaneme odpověď. Významným měřítkem správné konstrukce otázek je její informační hodnota. Úroveň zpracování dotazníku spolu s výběrem respondentů určuje kvalitu získaných informací.

12.3 Proces marketingového výzkumu: přípravná etapa

Přípravná etapa tohoto marketingového výzkumu zahrnovala následující činnosti:

- určení jasného cíle: zjistit obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství – ověřit nebo vyvrátit stanovené hypotézy – provést hodnocení vybraných zpravodajských relací Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, Frekvence 1 a Rádia Impuls vysílaných dne 6. 4. 2009 v 10 hodin (příloha P III – Výzkum publika – zprávy – přepisy, P IV – Výzkum publika – zprávy – audio ukázky)
- vypracování seznamu požadovaných informací, které by měly z průzkumu vyplynout: preference posluchačů stran délky zpráv, výběru zpráv, osoby zprávaře, použití znělkové grafiky a zpravodajského selfproma; stanovení ratingu zpravodajských relací výše uvedených rozhlasových stanic
- specifikace cílové skupiny respondentů a jejich počet: náhodný výběr v Jihočeském, Moravskoslezském, Středočeském kraji a v Praze – snahou bylo oslovit respondenty napříč věkovými skupinami, poměr muži a ženy 50:50, velikost vzorku – 52 respondentů
- rozhodnutí o způsobu (technice) dotazování: byl zvolen přímý kontakt tazatele s respondentem, použití metody P+P, což je tradiční vyplňování papírových dotazníků, délka rozhovoru s respondenty nepřesáhla 40 minut
- dotazník obsahoval všechny typy otázek (dle účelu, dle variant odpovědí, dle vztahu k obsahu), včetně použití metody škálování
- snahou bylo, aby pokládané otázky byly jednoduché, srozumitelné, jasně formulované a aby byl u nich zajištěn jednoznačný výklad; pokládané dotazy respondenta neomezovaly (výběr dostatečného množství odpovědí)
- celkem bylo do dotazníku zařazeno 46 otázek; dotazník obsahoval také kontrolní otázky – jejich cílem bylo prověřit spolehlivost získaných údajů

Přesná podoba dotazníku viz příloha P I – Výzkum publika – dotazník.

12.4 Proces marketingového výzkumu: realizační etapa

Standardizované postupy marketingového výzkumu probíhaly také v realizační etapě:

- sběr údajů
- zpracování shromážděných údajů
- analýza údajů

„Shromáždění údajů při kvantitativním výzkumu by mělo probíhat za následujících podmínek. Shromážděné údaje musí být srovnatelné (shromážděny ve stejném období, ve stejné struktuře, stejným způsobem sběru). Kvůli sledování vzájemné závislosti musí být shromážděný soubor údajů dostatečně velký. Zjištěné údaje musí být nezávislé na názorech druhých (rodina, známí, spolupracovníci).“ (Kozel, R. a kol., 2006, str. 120)

Sběr primárních dat probíhal od 26. 4. do 30. 4. 2009 střídavě v Praze, Českých Budějovicích, Ostravě a Svojsovicích. Způsob dotazování byl identický, resp. osobní dotazování mělo vždy jasně danou strukturu:

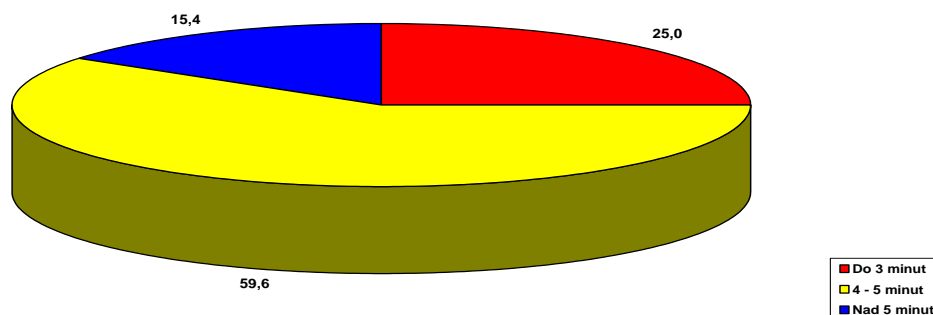
- pozdravení a oslovení respondenta
- žádost o vyplnění dotazníku, vysvětlení cílů a zaměření výzkumu
- zdůraznění respondentovi důležitosti, snaha o pozitivní motivaci k odpovědím
- osvětlení výběru respondentů, slib anonymity, resp. nezneužívání údajů
- seznámení se způsobem vyplňování dotazníku, zdůraznění rychlé odpovědi
- samotné vyplňování dotazníku
- poděkování za spolupráci a rozloučení

Získané údaje byly následně zpracovány, analyzovány a stanoveny výsledky výzkumu. Výstupy jsou k dispozici v tabulkové podobě (příloha P II – Výzkum publika – tabulky), resp. byly zpracovány do přehledných grafů, které jsou znázorněné v následující kapitole.

12.5 Výsledky výzkumu – ověření hypotéz

Výsledky výzkumu můžeme rozdělit do dvou částí – v první se dozvíme, jaké jsou obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství (Graf 1 – 11), v druhé části se pak seznámíme s hodnocením zpravodajských relací Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, Frekvence 1 a Rádia Impuls vysílaných dne 6. 4. 2009 v 10 hodin (Graf 12 – 20).

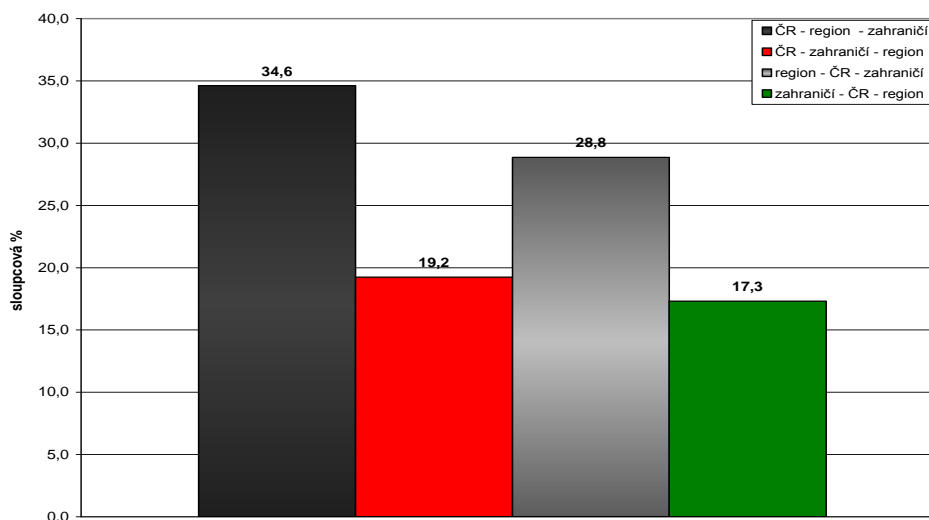
Jaká délka zpráv Vám vyhovuje



Graf 1 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – délka zpráv

Na otázku preferované délky zpravodajských relací je jednoznačná odpověď – většina respondentů upřednostňuje zprávy v délce 4 – 5 minut, čtvrtina by pak dokonce uvítala krátké zprávy do tří minut.

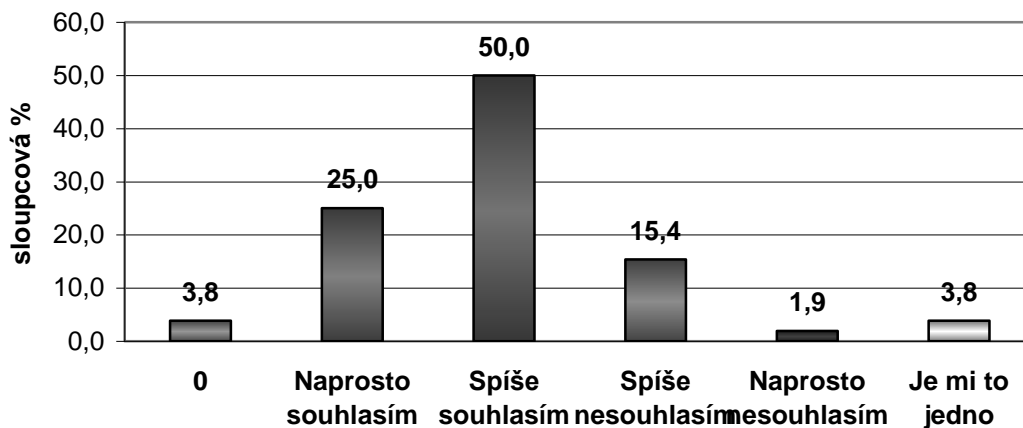
Preferované pořadí zpráv



Graf 2 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – řazení zpráv

Zprávy z ČR, z regionu a ze zahraničí – takové je ideální pořadí zpráv v jednotlivých relacích. Respondenti jsou ještě ochotni akceptovat upřednostnění regionálních zpráv před celorepublikovými, ale zahraniční většinou odsouvají na konec zpravodajské relace.

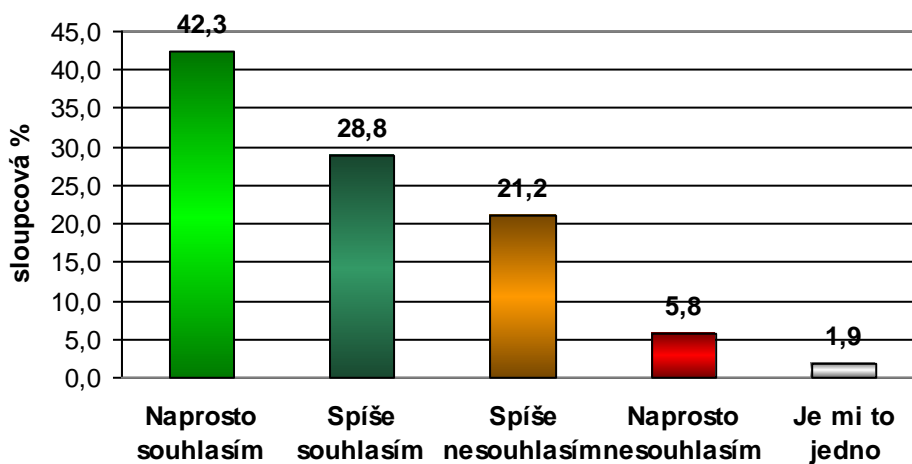
Vadí mi , když se na stanici, kterou poslouchám opakují zprávy několikrát za den



Graf 3 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – opakování zpráv

Opakování zpráv respondentům jednoznačně vadí – ať už naprosto nebo jen spíše, ale ve 3/4 tomu tak je. Naopak to nevadí pouze 15 % respondentů, zbývajícím je to jedno.

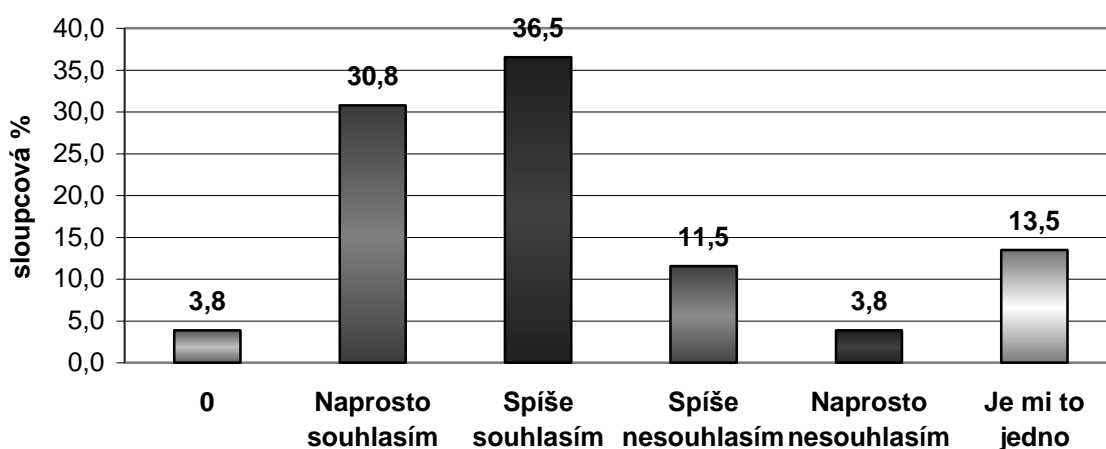
Zařazování aktuálních telefonátů



Graf 4 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – telefonáty

Lidé chtějí slyšet aktuální telefonáty – takové je doporučení respondentů, které lze vyčíst z otázky, zda souhlasí se zařazováním telefonátů z místa dění. Zcela je odmítá pouze 6 % respondentů, všichni ostatní je buď vítají, nebo se dá alespoň předpokládat, že jim nevadí.

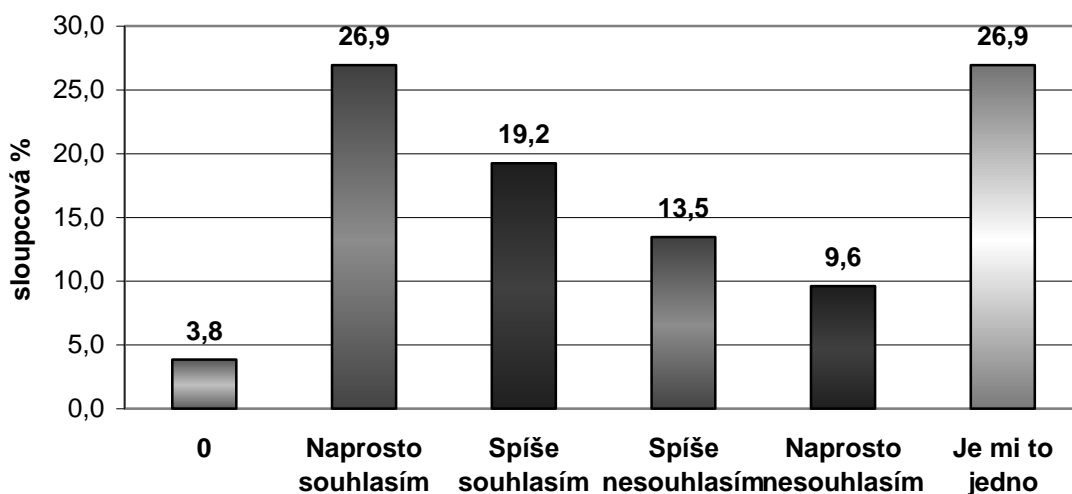
Vyjádření politika - ukázka



Graf 5 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – vyjádření politika

Také vyjádření politiků ve zpravodajských relacích respondenti vítají 67 % většinou. Problém s ním měla pouze necelá 4 % respondentů.

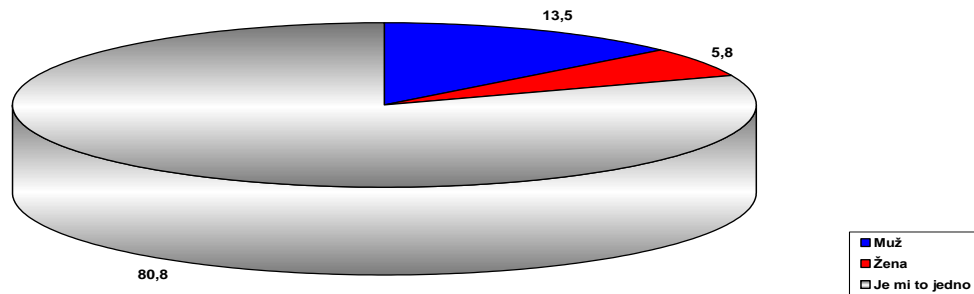
Zábavná zpráva na konci zpravod. relace



Graf 6 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – zábavná zpráva

Spíše ano řekla většina respondentů zábavné zprávě na konci zpravodajské relace. Zajímavý úkaz však lze pozorovat u položky „Je mi to jedno“, do které se zařadil stejný počet lidí, jako bylo těch, kteří zábavnou zprávu chtějí.

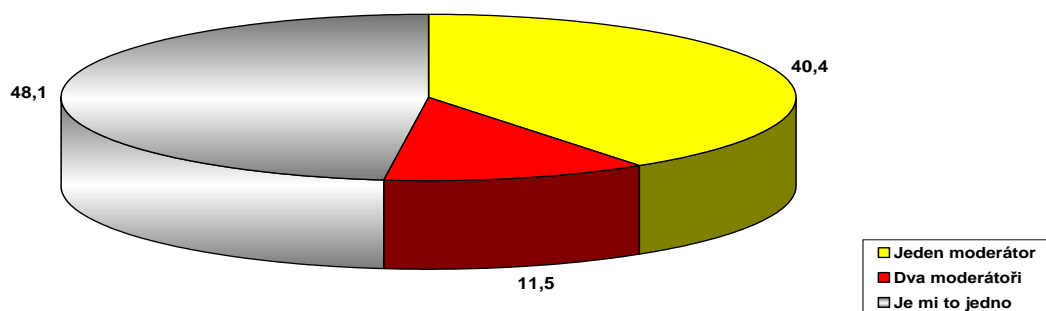
Vyhovuje Vám více, když zprav. relaci moderuje muž nebo žena?



Graf 7 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – pohlaví zprávaře

Na pohlaví moderátora zpráv absolutně nezáleží – takový vzkaz vysílají respondenti všem rozhlasovým stanicím. 4/5 je totiž jedno, zda relaci moderuje muž nebo žena. Zbylá čísla pak ukazují, že by mohlo být mírnou výhodou posadit za mikrofon muže.

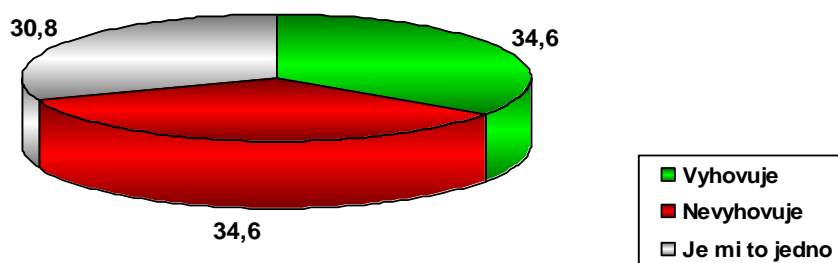
Vyhovuje Vám více, když zprav. relaci moderují :



Graf 8 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – počet zprávařů

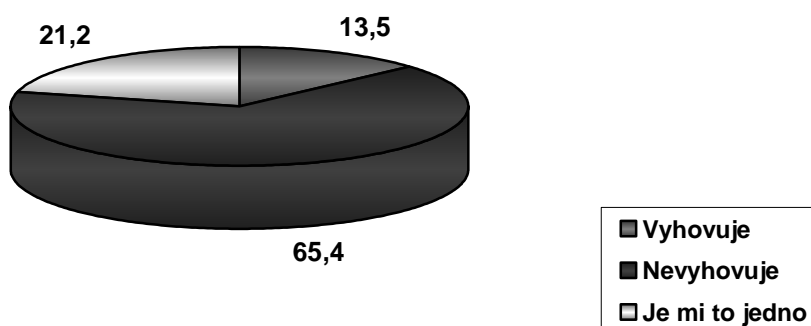
Jeden moderátor zpravodajské relace respondentům stačí, polovině je to pak jedno. Pouze necelých 12 % dotázaných by uvítalo moderátory dva.

Hudební předěl

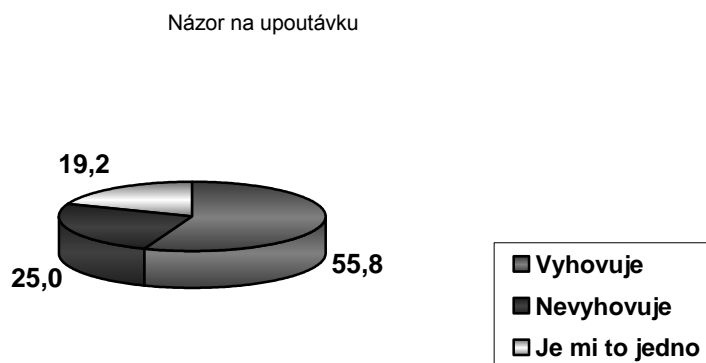
*Graf 9 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – hudební předěl*

Vzácně vyrovnaná je situace v oblasti hudebních předělů, kdy se respondenti rozdělili na tři v podstatě stejně velké názorové skupiny. Jedné předěly ve zpravodajských relacích vyhovují, druhé nevyhovují a třetí skupině je to jedno.

Hudební podkres

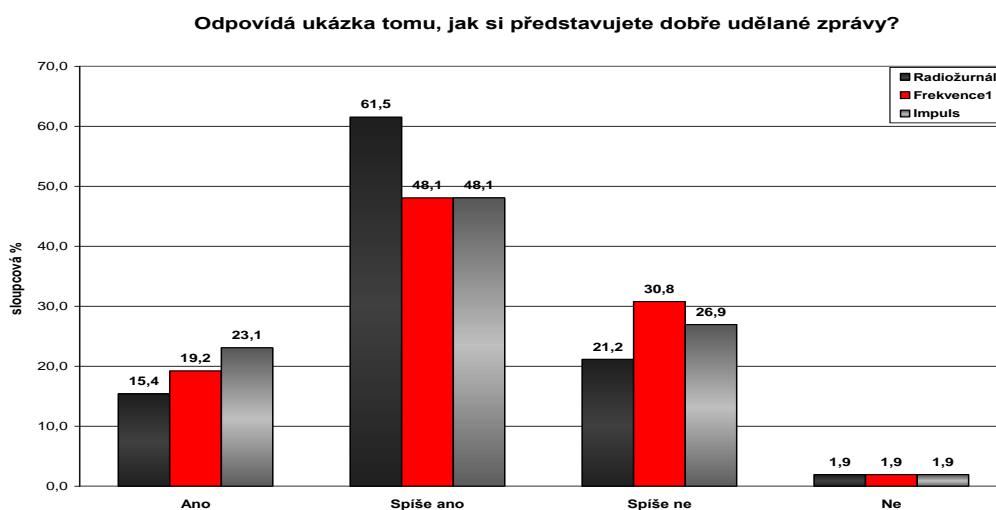
*Graf 10 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – hudební podkres*

Jiná je situace u zařazování hudebních podkresů do zpráv – tady řekli respondenti 65 % jednoznačné NE. Pětině posluchačů je to jedno a jen necelým 14 % hudební podkresy ve zprávách vyhovují.



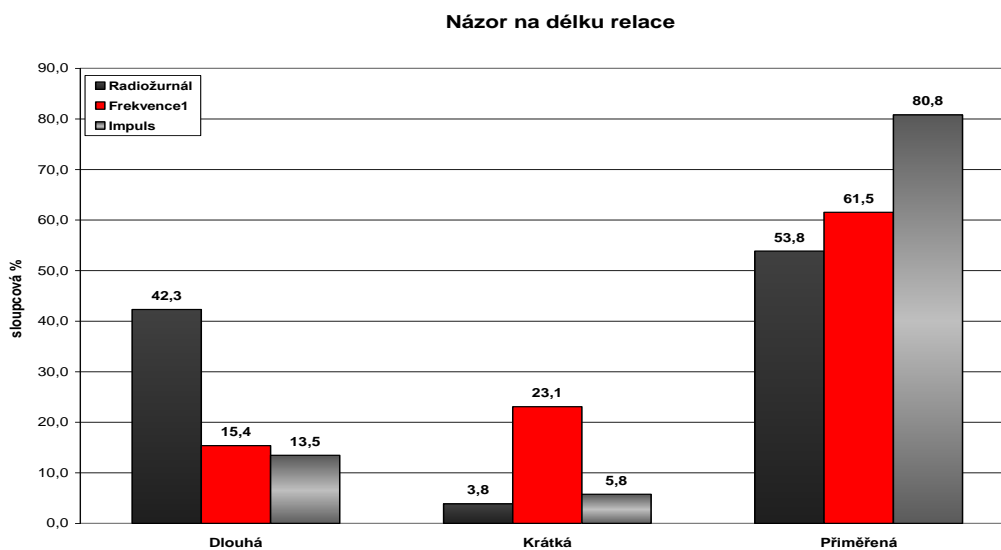
Graf 11 – Obecné preference rozhlasového zpravodajství – upoutávka

V půlce zpráv nám řekněte, co ještě uslyšíme – tak vyzývá nadpoloviční většina respondentů provozovatele rozhlasového vysílání. Sice to 1/4 lidí nevyhovuje, ale dalším 20 % je to jedno, takže zastánci zpravodajského selfpoma tvoří jasnou 3/4 většinu.



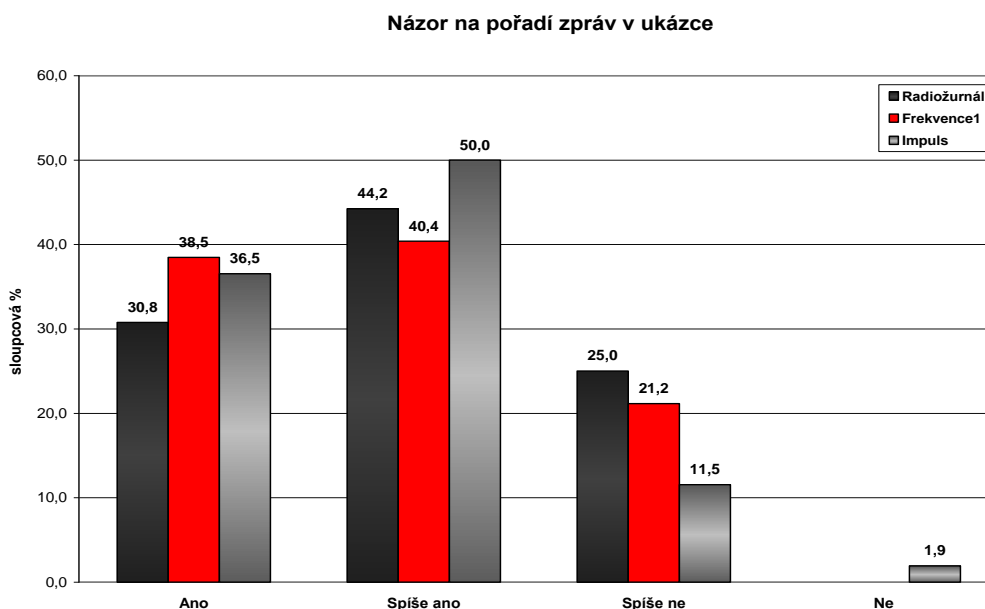
Graf 12 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – spokojenost

Tato kategorie je velmi vyrovnaná, nicméně představě dobře udělaných zpráv nejvíce vyhovuje formát zpravodajství Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu. Celkově však toto vítězství působí trochu rozpačitě, protože nejvíce zastánců nachází tato stanice v poloze „Spíše ano“, naopak v „Jednoznačném ano“ se pro něj vyslovilo nejméně respondentů. Pozici Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu mírně posiluje nejméně bodů v kategorii „Spíše ne“. Impuls se v této kategorii umístil na druhém místě – za zmínku ovšem stojí prvenství v poloze „Jednoznačně ano“ – Frekvence 1 je pak třetí (1/3 její zprávy nevyhovují).



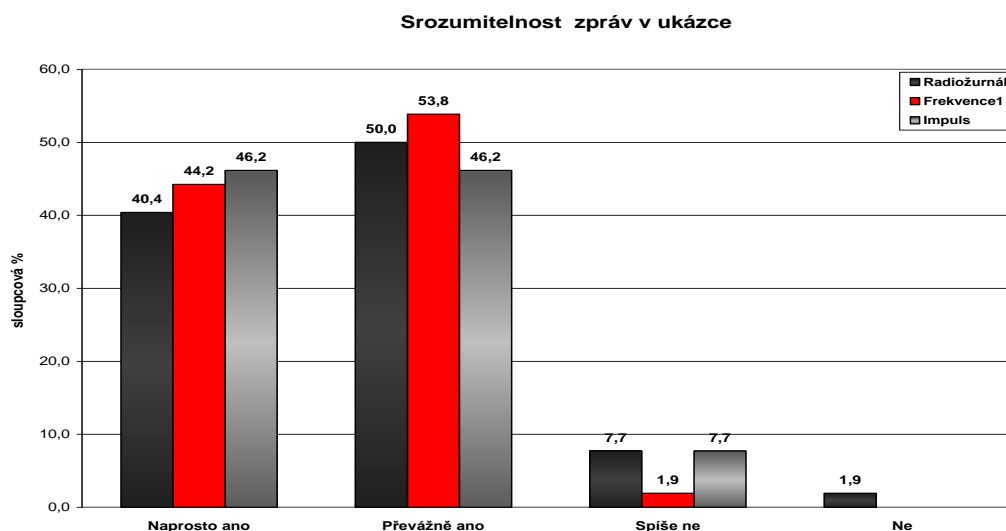
Graf 13 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – délka zpráv

Z hlediska přiměřenosti délky relace je na tom nejlépe Rádio Impuls, naopak krátké přijdou respondentům zprávy Frekvence 1. Jako nepřiměřeně „Dlouhá“ byla cca 40 % respondentů označena zpravodajská relace Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu.



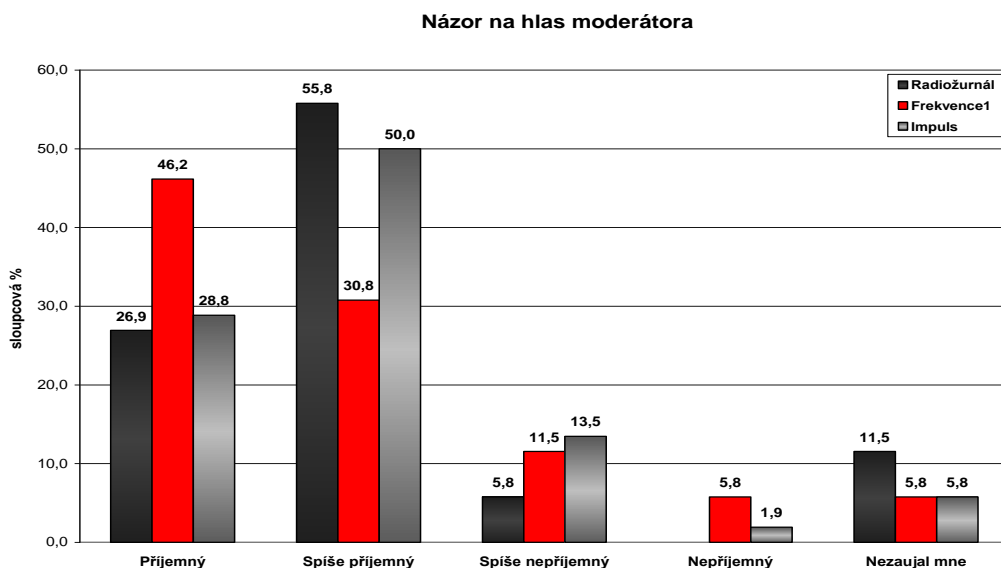
Graf 14 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – řazení zpráv

Názor na řazení zpráv v jednotlivých zpravodajských relacích je téměř vyrovnaný. U Rádía Impuls vnímají respondenti pořadí zpráv mírně lépe, což dokazuje vítězství v položce „Spiše ano“, které navíc posiluje nejméně bodů v položce „Spiše ne“.



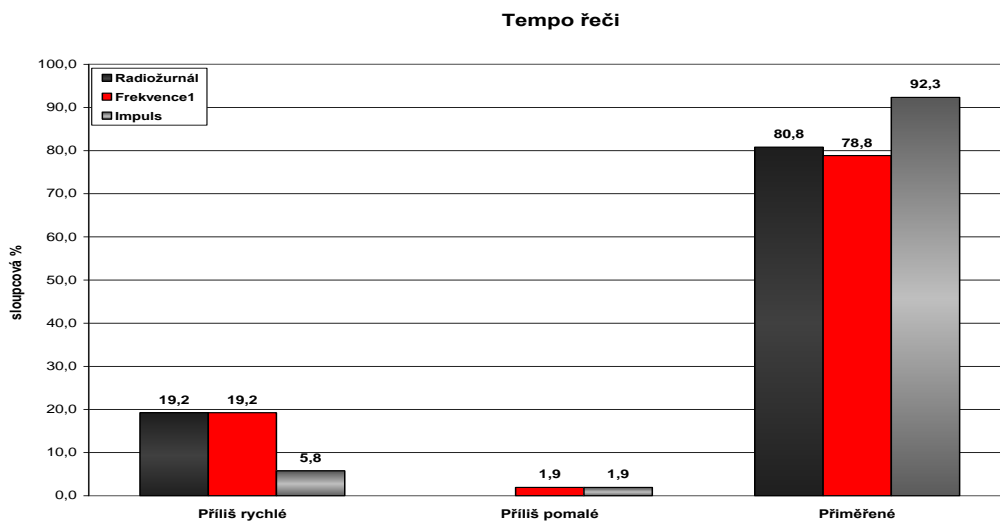
Graf 15 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – srozumitelnost

Výsledky otázky, která zkoumala srozumitelnost jednotlivých zpráv v ukázkách, jsou velmi vyrovnané. Jediné, co se dá z grafu vyčíst je, že respondenti hodnotí valnou většinu zpráv jako srozumitelných.



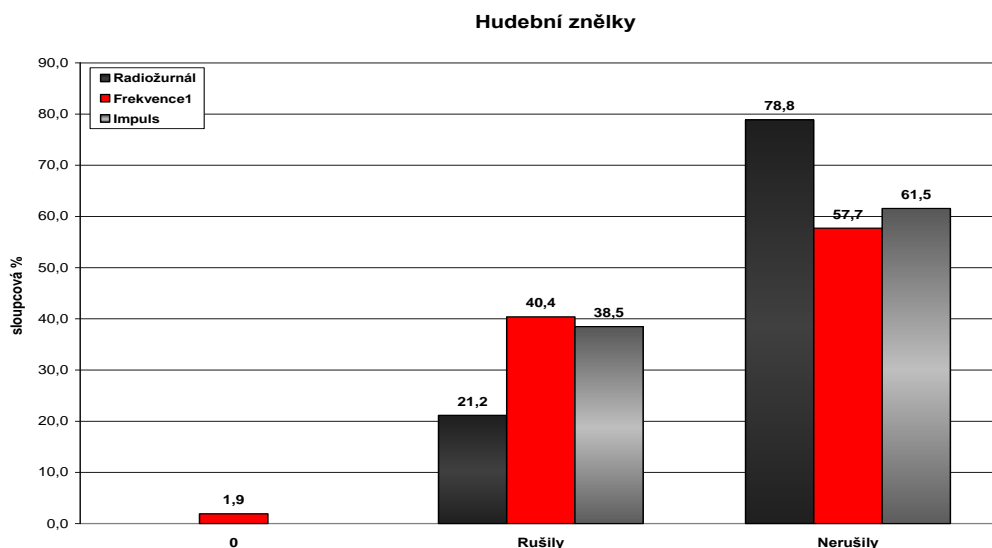
Graf 16 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – hlas moderátora

Jednoznačné vítězství Frekvence 1 na poli hlasu moderátora. Téměř polovina respondentů jej označilo jako „Příjemný“, zatímco ostatní stanice bodovaly až v nižší položce „Spíše příjemný“, kde jsou pozice Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu a Rádía Impuls spíše vyrovnané. Hodnoty z druhé strany spektra jsou zanedbatelné.



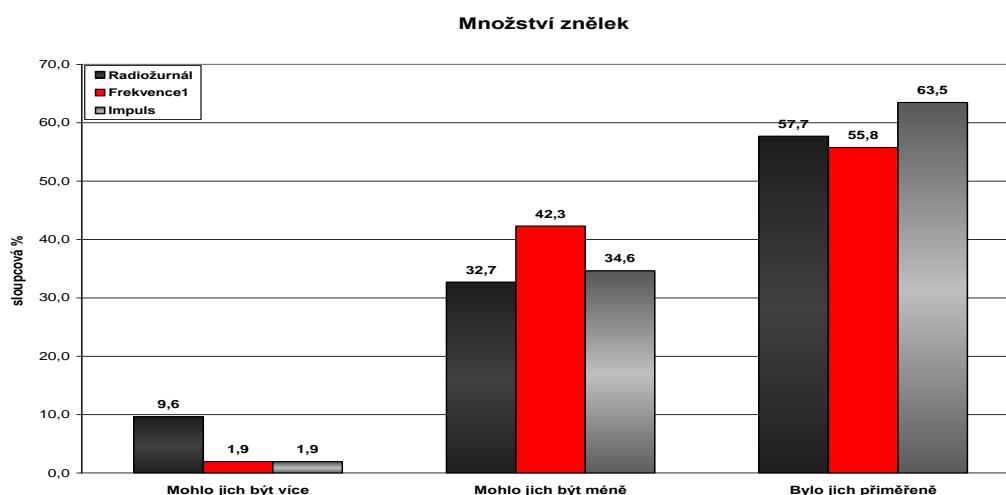
Graf 17 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – mluvní tempo

Vzácnou shodu našli respondenti v oblasti tempa řeči, které většinou hodnotili jako „Přiměřené“. V této položce lze pozorovat jen drobný zisk Impulsu, který je posilován nejmenším počtem bodů v opačné straně spektra.



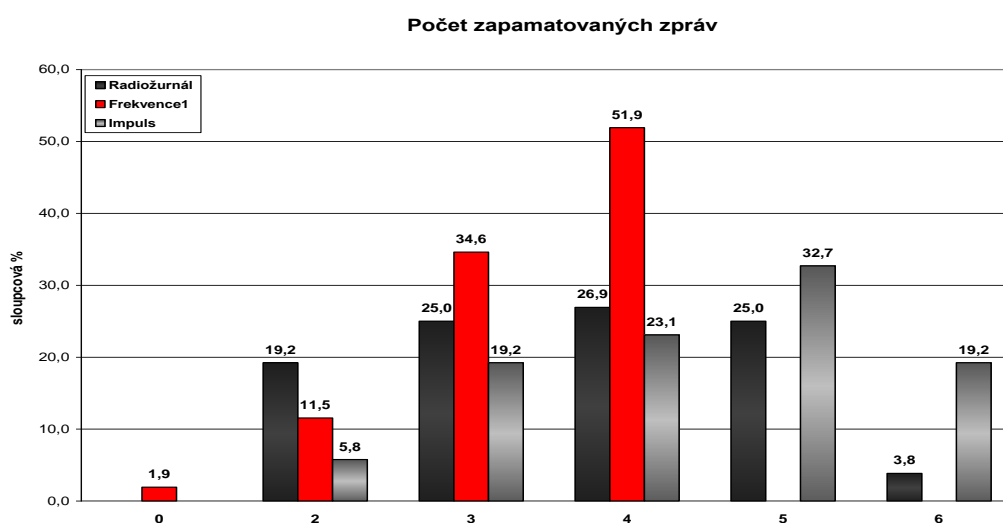
Graf 18 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – znělky zpráv

Hudební znělky jednoznačně nejméně rušily respondenty ve zpravodajské relaci Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu. Tento zisk je navíc ještě posílen polovinou bodů v položce „Rušily“ oproti výsledkům Frekvence 1 a Rádía Impuls, jejichž výsledky jsou v této otázce téměř vyrovnané.



Graf 19 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – počet znělek

Bylo jich přiměřeně, ale mohlo jich být i méně – takové doporučení plyne z výsledků otázky, která zjišťovala, jak respondenti vnímají množství znělek v jednotlivých relacích. Rozdíly mezi jednotlivými stanicemi jsou minimální, snad jen u Frekvence 1 platí toto doporučení silněji než u zbylých dvou stanic.



Graf 20 – Hodnocení vybraných zpravodajských relací – zapamatovatelnost

Výsledky této kategorie nelze jednoznačně určit, proto je nebudeme brát v potaz, i když na první pohled by to mohlo vypadat, že jednoznačným vítězem z hlediska počtu zapamatovaných zpráv je Rádio Impuls, u kterého si 20 procent respondentů pamatovalo dokonce šest zpráv. Výsledky této otázky ovšem mohou být zkresleny pořadím poslechu jednotlivých relací, které byly ze stejného dne a stejné hodiny, čímž měly podobný obsah a také nesourodým počtem zpráv v jednotlivých relacích.

Výsledky provedeného výzkumu dokazují, že ve většině případů byly stanovené hypotézy potvrzeny. Respondenti označili za nejvhodnější běžné zprávy v délce 4 – 5 minut. Vítají, když jsou do zpravodajských relací zařazovány aktuální telefonáty a vyjádření politiků. Problém nemají ani s prokládáním zpráv odlehčenými, zábavnými informacemi a se zařazováním zpravodajského selfproma. Stejně tak pro respondenty výzkumu nebylo rozhodující, zda zprávy moderuje muž nebo žena, resp. jeden nebo dva moderátoři. Hudební předěly ve zprávách respondentům nevadí, problém ovšem nastává s používáním podkresů – tento prvek znělkové grafiky vnímají ve zpravodajských relacích velmi negativně. Vadí jim také časté opakování zpráv v jednotlivých relacích. V řazení zpráv byla oproti původnímu očekávání upřednostněna celorepubliková témata před regionálními – tzn. bezprostřední blízkost zde nehrála nejzásadnější roli – zahraniční zprávy se ovšem v preferencích jednotlivých respondentů umístily až na posledním místě.

Pokud jde o konkrétní hodnocení vybraných zpravodajských relací Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, Frekvence 1 a Rádía Impuls, pokládají respondenti projev všech zprávařů vystupujících v daných ukázkách za v zásadě bezproblémový, jednotlivé zprávy pro ně byly ve většině případů naprosto srozumitelné.

Určit přesné pořadí těchto ukázek z hlediska vnímatelnosti je ale prakticky nemožné – výsledky hodnocení totiž byly velmi těsné. Zjednodušeně řečeno: třetině respondentů se líbily zprávy Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, druhá třetina upřednostňovala zprávy Frekvence 1 a třetí třetina dala přednost zpravodajství Rádía Impuls. Tato skutečnost pravděpodobně souvisí také s postavením těchto stanic na českém rozhlasovém trhu – všechny totiž mají z dlouhodobého hlediska relativně srovnatelnou poslechovejnost.

12.6 Návrhy a doporučení

Návrhy a doporučení stanovené na základě výsledků provedené analýzy, resp. kvantitativního výzkumu lze shrnout do těchto bodů:

- ze zpravodajských relací v rozhlasovém vysílání upřednostňovat tzv. běžné zprávy mající délku 4 – 5 minut
- jednotlivé zprávy řadit v relacích následovně – domácí (celorepublikové), regionální, zahraniční, resp. regionální, domácí (celorepublikové), zahraniční – vždy podle charakteru stanice a preferencí daného publika

- zařazovat do zpráv aktuální živé telefonáty a vyjádření politiků
- prokládat zprávy zábavnými, odlehčenými informacemi
- vyhnout se přílišnému opakování jednotlivých zpráv
- dbát na kultivovaný mluvený projev zprávařů
- upřednostňovat ve zprávách jednoho moderátora
- používat s citem znělkovou grafiku ve zprávách, vyhnout se hudebním podkresům
- zařazovat zpravodajské selfpromo
- zpracovat komplexní manuál zpravodajství a řídit se jím v každodenní praxi

ZÁVĚR

Vnímatelností rozhlasových zpráv se rozumí takové podání zpráv, kdy je posluchač vtažen do děje, nechá se rád informovat, získá kvalitní, potřebné, důležité, materiální i zajímavé informace a přitom jim dobře porozumí. Žádný z výše popsaných aspektů (výběr, psaní a interpretace zpráv) nelze povyšovat nad ostatní, každý má svou váhu a důležitost, působí společně a při nedostatku kvality jednoho z nich může být vnímání zpráv poškozeno.

Pro lepší vnímatelnost zpráv je třeba dodržovat následující pravidla:

- vybírat zprávy, které jsou relevantní, důležité, aktuální, neobvyklé, bezprostřední, zajímavé, tragické, kontroverzní, rekordní či ironické
- psát zprávy pro ucho, nikoli pro oko, zapomenout na literární sklony, vyhnout se opisům, květnatosti, odborným termínům a nadbytečné výplni
- při psaní zpráv používat krátké a výstižné věty, psát jednoduchým a známým jazykem, nepoužívat archaismy, knižní a slangové výrazy, klišé, módní a cizí slova, nezahltit posluchače detaily
- každá zpráva musí začínat nejdůležitějšími fakty – tzv. titulkovou větou; celá zpráva má tvar obrácené pyramidy (podstatné na úvod) – začátek informuje o tom, kdo, co, kde, kdy, následuje jak, proč a s jakým výsledkem
- snažit se vyhnout číslovkám (např. přirovnáním), pokud to nelze, použít ve zprávě max. tři čísla (vždy zaokrouhlovat)
- vždy si po sobě zprávy nahlas přečíst – na poslech musí být jednoduché a výstižné
- zprávaři by měli splňovat základní požadavky mluvní profesionality, tj. měli by dobře ovládat dechovou, hlasovou i artikulační stránku řeči
- používat spisovnou češtinu spíše v neutrální podobě s mírným přiblížením k hovorovosti, zapomenout na hyperkorektnost při vyslovování, přizpůsobit tempo řeči posluchačské obci, vhodně frázovat
- zprávař musí umět dobře dýchat, sílu hlasu by měl uzpůsobit představě, že posluchač sedí 2 – 3 metry před ním, měl by také dobře pracovat s melodikou hlasu
- zprávař se musí umět ztotožnit s textem, musí ho umět prožít (ale ne herecky), z prezentace zpráv je třeba cítit zájem, zainteresovanost
- znělková grafika musí být atraktivní, dynamická a souznít s grafickým obalem celé stanice, nesmí zprávy rušit, ale vhodně je doplňovat

Nejprve jsme si stručně shrnuli obecné zásady pro výběr, psaní a prezentaci zpráv, to samé teď uděláme i v praktické rovině – zrekapitulujeme si základy zpravodajských pravidel Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu, Frekvence 1 a Rádía Impuls a výsledky provedeného marketingového výzkumu.

Stanovit u sledovaných stanic jakousi hitparádu kvality zpráv z hlediska vnímatelnosti je dosti obtížné. Jediným větším pojítkem mezi nimi je celoplošný informační charakter. Zdálo by se, že to postačí ke komparaci zpravodajství, ale mějme na paměti, že každá stanice vytváří zprávy pro jiného posluchače a za jiným účelem. Český rozhlas 1 – Radiožurnál zpracovává celospolečenské události pro široké vrstvy obyvatelstva, Frekvence 1 se věnuje zejména atraktivním tématům zábavného charakteru a Rádio Impuls klade největší důraz na události obsahující příběh, resp. ovlivňující každodenní život svých posluchačů.

Jinými slovy: Český rozhlas 1 – Radiožurnál je v oblasti výběru, zpracování a prezentace zpráv svázán požadavky zákona, tj. svým veřejnoprávním charakterem. Úloha být stanicí s hlubším zpravodajsko-publicistickým pohledem na domácí i celosvětové dění by mu ale neměla bránit umět se zatraktivnit (mj. i hledáním vlastních témat) a více přiblížit lidem.

Frekvence 1 je jakýmsi pozitivním rádiovým bulvárem, který si na zprávách tolik nezakládá jako ostatní sledované stanice. Tím není myšleno, že by zprávy byly v jejím programu na okraji zájmu, ale jsou v řadě s ostatními zábavnými programovými produkty, což je z relací i lehce cítit.

A konečně Rádio Impuls je stanicí, která se snaží informovat, ale nemíří přitom do hloubky. Zprávy jsou tvořeny pro lidi, kteří nejsou odborníky na politická nebo ekonomická témata. Základem je vždy jasně vysvětlený příběh (zpráva), daný do jednoduchých souvislostí – důraz je přitom kladen na to, aby posluchač všemu porozuměl a vše bez problémů pochopil.

Český rozhlas 1 – Radiožurnál

Český rozhlas 1 – Radiožurnál překvapuje faktem, že jako zpravodajská jednička na rozhlasovém trhu nemá vlastní praktický manuál pro výběr, psaní a interpretaci rozhlasových zpráv. Informace zprávaři čerpají z různých interních materiálů (zejména ze Žurnalistických zásad pro programové pracovníky), které jsou ovšem v mnoha ohledech

velmi obecné a povšechné (řeší spíše etickou rovnu žurnalistiky než praktickou stránku věci). Dále se zprávaři řídí pokyny a radami svých nadřízených.

Mezi základní zprávařská pravidla Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu patří:

- informovat veřejnost o všech důležitých událostech a dění v Česku i v zahraničí
- výběr zpráv se řídí zejména aktuálností a důležitostí s ohledem na celospolečenský význam události
- v relaci jsou nejdříve zařazeny zprávy z domova, následují ze světa, z regionů, sport, Zelená vlna a počasí
- při přípravě a prezentaci zpráv se používá mluvená forma spisovného českého jazyka (objevit se může i hovorová čeština); je žádoucí zařazovat do zpráv co nejméně číslovek, cizích slov a nesrozumitelných zkratk
- Český rozhlas 1 – Radiožurnál používá časové znamení, následují zpravodajské znělky a předěly vycházející z jednotné zvukové grafiky

Frekvence 1

Pravidla, která by pomáhala zprávařům Frekvence 1 s přípravou dobře vnímatelného rozhlasového zpravodajství, jsou velmi stručná a mnohdy obecná. Přesto ale vystihují základ toho, jak si vedení stanice představuje ideální podobu svých zpravodajských relací:

- výběr zpráv musí odpovídat zájmům a potřebám cílové skupiny; zprávy musí být zajímavé a atraktivní bez ohledu na společenskou důležitost, důraz je také kladen na rychlost (teď právě se stalo, teď právě se děje)
- zpravodajské relace Frekvence 1 postihují celé spektrum událostí – od ekonomických, vnitropolitických a zahraničních až po odlehčené a zábavné zprávy – těžší témata mají menší prostor a jsou zpracovávána povrchně
- příprava zpráv se řídí pravidlem „6L“: laicky (srozumitelně), lidově (hovorový jazyk), líbivě (atraktivní témata), lidsky (příběhy), lapidárně (stručně, jasně, výstižně), lehce (přirozeně)
- při psaní zpráv je kladen velký důraz na první (titulkovou) větu, používá se co nejméně číslovek, jednotlivé zprávy nesmí být příliš dlouhé, text rozhlasové zprávy je vždy tvořen s ohledem na to, že mluvíme k jedné konkrétní osobě
- zprávy by měly být podávány srozumitelně a přirozeně

- Frekvence 1 nepoužívá časové znamení, odbavování znělkové grafiky se řídí striktními pravidly (co, kdy, kde a jak pustit), použití speciálního zvukového dynamizujícího předělu závisí na citu zprávaře

Rádio Impuls

Nejpodrobněji zpracovaný manuál zpravodajství má Rádio Impuls – jednotlivé zásady, které obsahuje, se nejvíce přibližují obecným pravidlům pro výběr, přípravu a interpretaci rozhlasových zpráv. Návod začíná už u samotného vysvětlení vybraných odborných pojmů, pokračuje zásadami pro výběr zpráv, dále zmiňuje způsob jejich psaní, řazení a nakonec i styl samotné prezentace zpravodajské relace – manuál obsahuje i celou řadu příkladů.

Zprávaři Rádía Impuls musí při své práci reflektovat následující pravidla:

- stále myslet na posluchače – zvažovat konkrétní dopad informace na jeho běžný život; mluvit jazykem, kterým hovoří naši posluchači
- při výběru zpráv brát v potaz zajímavost (atraktivitu) zprávy, její důležitost a praktické využití, žádoucí je i příběh
- při řazení zpráv věnovat zvláštní péči tzv. zprávě číslo jedna (událost dne); v relaci se dodržuje tradiční řazení: domov, regiony, zahraničí, sport – výjimka v řazení může nastat pouze při mimořádné události
- v jedné relaci by se měly objevit tři headlines, zprávu vždy uvést titulkem, ve kterém je obsažena podstata informace
- při psaní zpráv používat spisovnou hovorovou češtinu, věty formulovat jednoduše a srozumitelně, nepoužívat vložené věty a dlouhá souvětí, zcela se vyhnout cizím slovům, nesrozumitelným zkratkám, nespisovným a expresivním výrazům a velkému množství číselných údajů; s citem používat přívlastky zdůrazňující vlastnosti podstatných jmen a jevů, zařazovat slova „český“ a „náš“
- prezentace zpráv musí být energická a výrazná (nikoli rychlá), dodržovat správnou výslovnost, přirozenou intonaci a logické důrazy na zásadní místa v textu
- Impuls nepoužívá časové znamení, odbavování znělkové grafiky se řídí jasně danými pravidly, do relací se zařazují i akční jingle

Ve zpravodajství Rádía Impuls hraje také velmi významnou roli pravidelnost, jistota a neustálá atraktivita.

V této práci se podařilo najít, rozlišit a pojmenovat všechny faktory, které zásadním způsobem ovlivňují posluchačovo vnímání rozhlasových zpráv. Popsali jsme si, jakým způsobem by měla být zpravodajská relace připravena a interpretována, aby posluchače zaujala, dobře jí porozuměl a měl z ní nějaký přínos. Zanalyzovali jsme interní zprávařská pravidla tří největších informačních rozhlasových stanic v České republice a tyto výstupy mezi sebou porovnali. Provedli jsme kvantitativní výzkum, kterým jsme zjišťovali obecné preference posluchačů rozhlasového zpravodajství, resp. konkrétní hodnocení vybraných zpravodajských relací. Potvrdili jsme si většinu stanovených hypotéz a následně na základě výsledků provedeného výzkumu nabídli určitá doporučení.

Celá práce byla zpracována s ohledem na co možná největší využití v praxi, to znamená: na jedné straně by měla sloužit začínajícím rozhlasovým pracovníkům k rychlému a hlavně snadnému proniknutí do problematiky rozhlasového zpravodajství, na straně druhé by také měla být pro jednotlivé provozovatele rozhlasového vysílání základní marketingovou sondou mezi posluchači, na základě které budou moci provést hlubší reprezentativní výzkum nabízející jednoznačná marketingová řešení.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ČMEJRKOVÁ, S. a kol. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha, Academia 1996. Počet stran 258. ISBN-200-0589-7
- [2] BARTOŠEK, J. *Kultura a technika mluvené řeči*. 1. vyd. Zlín, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně 2003. Počet stran 85. ISBN 80-7318-150-9
- [3] BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. 1. vyd. Zlín, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně 2004. Počet stran 108. ISBN 80-7318-059-6
- [4] BOYD, A. *Zpravodajství v rozhlasu a televizi*. 1. vyd. Praha, Centrum nezávislé žurnalistiky: nakladatelství Lid. noviny, 1995. Počet stran 164. ISBN: neuvedeno
- [5] BOZDĚCH, V. *O jazyce rozhlasu a televize*. 1. vyd. Praha. Státní pedagogické nakladatelství 1982. Počet stran 144. ISBN 17-074-82
- [6] BRABCOVÁ, J., KUČERA, K. *Vybrané otázky jazykové kultury rozhlasového vysílání*. 1. vyd. Praha, Odbor výchovy kádru Čs. rozhlasu 1985. Počet stran 117. ISBN: neuvedeno
- [7] BUCHTOVÁ, B. *Rétorika*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, a. s. 2006. Počet stran 212. ISBN 80-247-0868-X
- [8] FORET, M., STÁVKOVÁ, J., VAŇOVÁ, A. *Marketingový výzkum (Distanční studijní opora)*. 1. vyd. Znojmo, Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, s. r. o. 2006. Počet stran 116. ISBN 80-239-7755-5
- [9] HAGUE, P. *Průzkum trhu*. 1. vyd. Brno, Computer Press, a. s. 2003. Počet stran 234. ISBN 80-7226-917-8
- [10] HANKUSOVÁ, V. *Vývoj výzkumu rozhlasových posluchačů*. 1. vyd. Praha, Univerzita Karlova v Praze – nakladatelství Karolinum 2006. Počet stran 152. ISBN 80-246-1092-2
- [11] KRČMOVÁ, M. *Zvuková stránka souvislé řeči* [online]. [cit. 2009-05-07]. Dostupný z: <http://is.muni.cz/elportal/estud/ff/js08/fonetika/ucebnice/ch07.html>
- [12] KRHUTOVÁ, M. *Úskalí jazykového projevu* [online]. [cit. 2009-05-07]. Dostupný z: www.u3v.czu.cz/?dl=1&f=7219

- [13] KOLEKTIV ČLENŮ SEKCE JAZYKOVÉ KULTURY A TECHNIKY ŘEČI PŘI ODDĚLENÍ CIZÍCH JAZYKŮ A JAZYKOVÉ KULTURY OVK. *Vybrané otázky jazykové kultury rozhlasového vysílání*. Praha, Odbor výchovy kádru Čs. rozhlasu 1980. Počet stran 117.
- [14] KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, a. s. 2006. Počet stran 280. ISBN 80-247-0966-X
- [15] MARŠÍK, J. *Úvod do teorie rozhlasového programu*. 1. vyd. Praha, UK v Praze – nakladatelství Karolinum 1995. Počet stran 106. ISBN 382-61-95
- [16] McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha, Portál 1999. Počet stran 448. ISBN 80-7178-714-0
- [17] MENGER, J. *Vnímatelnost rozhlasových zpráv (ročníková práce)*. FMK UTB Zlín 2007. Počet stran 27.
- [18] MENGER, J. *Vnímatelnost rozhlasových zpráv (ročníková práce)*. FMK UTB Zlín 2008. Počet stran 52.
- [19] MENGER, J. *Dotazník – nejpoužívanější nástroj marketingového výzkumu*. FMK UTB Zlín 2008. Počet stran 29.
- [20] OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 1. dotisk 1. vyd. Praha, Univerzita Karlova v Praze – nakladatelství Karolinum 2005. Počet stran 155. ISBN 80-246-0248-2
- [21] OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha, Libri 2007. Počet stran 263. ISBN 978-80-7277-266-7
- [22] RUß-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H. *Žurnalistika: Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. 1. vyd. Praha, Grada Publishing, a. s. 2005. Počet stran 292. ISBN 80-247-0158-8
- [23] STRAHL, V. *Novinář před mikrofonem – O mluveném slovu*. 1. vyd. Praha, Univerzita Karlova v Praze – nakladatelství Karolinum 1993. Počet stran 118. ISBN 80-7066-800-8

- [24] ŠKODA, M. *Vnímatelnost rozhlasových zpráv (ročníková práce)*. FMK UTB Zlín 2004. Počet stran 19.
- [25] TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha, Portál 2006. Počet stran 192. ISBN 80-7367-096-8
- [26] *Žurnalistické zásady pro programové pracovníky*. Praha: Český rozhlas 1 – Radiožurnál, 2008. Počet stran 11.
- [27] *Zpravodajské relace – tvorba, interpretace, druhy, stopáž, zvuková grafika*. Praha: Český rozhlas 1 – Radiožurnál, PÍCHA, A. – telefonická konzultace, 2008.
- [28] *Zpravodajské relace – tvorba, interpretace, druhy, stopáž, zvuková grafika*. Praha: Frekvence 1, ŠKODA, M. – e-mailová konzultace, 2008.
- [29] *Manuál zpravodajství*. Praha: Rádio Impuls, 2008. Počet stran 56.
- [30] *Zpravodajská relace*. Praha: Český rozhlas 1 – Radiožurnál, 06. 04. 2008 v 10:00.
- [31] *Zpravodajská relace*. Praha: Frekvence 1, 06. 04. 2008 v 10:00.
- [32] *Zpravodajská relace*. Praha: Rádio Impuls, 06. 04. 2008 v 10:00.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Graf 1	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – délka zpráv	53
Graf 2	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – řazení zpráv	53
Graf 3	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – opakování zpráv	54
Graf 4	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – telefonáty	54
Graf 5	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – vyjádření politika	55
Graf 6	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – zábavná zpráva	55
Graf 7	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – pohlaví zprávaře	56
Graf 8	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – počet zprávařů	56
Graf 9	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – hudební předěl	57
Graf 10	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – hudební podkres	57
Graf 11	Obecné preference rozhlasového zpravodajství – upoutávka	58
Graf 12	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – spokojenost	58
Graf 13	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – délka zpráv	59
Graf 14	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – řazení zpráv	59
Graf 15	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – srozumitelnost	60
Graf 16	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – hlas moderátora	60
Graf 17	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – mluvní tempo	61
Graf 18	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – znělky zpráv	61
Graf 19	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – počet znělek	62
Graf 20	Hodnocení vybraných zpravodajských relací – zapamatovatelnost	62

SEZNAM PŘÍLOH

P I	Výzkum publika – dotazník	75
P II	Výzkum publika – tabulky	86
P III	Výzkum publika – zprávy – přepisy	96
P IV	Výzkum publika – zprávy – audio ukázky	101

PŘÍLOHA P I: VÝZKUM PUBLIKA – DOTAZNÍK

Výzkum posluchačů rozhlasového zpravodajství

rozhovory – dotazník:

Kategorie A – poslechové preference posluchačů rozhlasového zpravodajství:

1. Které rozhlasové stanice obvykle posloucháte?

Pokyn: Napište prosím jejich název (pokud si ho přesně nepamätujete, napište ho alespoň přibližně).

.....

2. Která rozhlasová stanice je Vaše nejposlouchanější?

Pokyn: Napište prosím její název.

.....

3. Jaká délka zpráv v rozhlase Vám osobně nejvíce vyhovuje?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Krátké zprávy do 3 minut	1
Podrobnější zprávy 4 – 5 minut	2
Delší zprávy – nad 5 minut	3

4. Jaké pořadí informací (z ČR, zahraničí a Vašeho regionu) Vám osobně ve zprávách vyhovuje?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

zprávy z České republiky – z právy z regionu, kde žiji – zprávy ze zahraniční	1
zprávy z České republiky – zprávy ze zahraniční – z právy z regionu, kde žiji	2
z právy z regionu, kde žiji – zprávy z České republiky – zprávy ze zahraniční	3
z právy z regionu, kde žiji – zprávy ze zahraniční – zprávy z České republiky	4
zprávy ze zahraniční – zprávy z České republiky – z právy z regionu, kde žiji	5
zprávy ze zahraniční – z právy z regionu, kde žiji – zprávy z České republiky	6

5. Souhlasíte s následujícími výroky? Míru souhlasu prosím vyjádřete na stupnici, kde 1 = naprosto souhlasím, 2 = spíše souhlasím, 3 = spíše nesouhlasím, 4 = naprosto nesouhlasím, 5 = je mi to jedno.

Pokyn: U každé položky prosím vyznačte jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

		Naprosto souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Naprosto nesouhlasím	Je mi to jedno
A.	Vadí mi, když se na stanici, kterou poslouchám, několikrát za den opakují stejné zprávy.	1	2	3	4	5
B.	Vyhovuje mi, když jsou do zpráv zařazovány aktuální telefonáty redaktorů přímo z místa události.	1	2	3	4	5
C.	Vyhovuje mi, když ve zprávě o vyjádření politika zazní ukázka toho, co řekl.	1	2	3	4	5
D.	Uvítal/a bych, kdyby na konci každé zpravodajské relace byla zařazena odlehčená zábavná zpráva.	1	2	3	4	5

6. Vyhovuje Vám více, když zpravodajskou relaci moderuje muž nebo žena:

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Muž	1
Žena	2
Je mi to jedno – toto nepovažuji za podstatné	3

7. Vyhovuje Vám více, když zpravodajskou relaci moderuje:

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Jeden moderátor	1
Dva moderátoři	2
Je mi to jedno – toto nepovažuji za podstatné	3

8. Jaký je Váš názor na oddělování jednotlivých zpráv krátkým hudebním předělem?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Vyhovuje (spíše vyhovuje)	1
Nevyhovuje (spíše nevhovuje)	2
Je mi to jedno – toto nepovažuji za podstatné	3

9. Jaký je Váš názor na to, když zní ve zpravodajské relaci pod mluveným slovem hudební podkres?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Vyhovuje mi to	1
Nevyhovuje mi to	2
Je mi to jedno – toto nepovažuji za podstatné	3

10. Vyhovuje Vám, když Vás moderátor v průběhu (cca v půlce) delších zpráv upozorní na to, co ještě v relaci uslyšíte?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Vyhovuje mi to	1
Nevyhovuje mi to	2
Je mi to jedno – toto nepovažuji za podstatné	3

B – hodnocení vybraných zpravodajských relací:

Český rozhlas 1 – Radiožurnál (audio ukázka zpravodajské relace)

11. Odpovídá ukázka tomu, jak si představujete dobře udělané zprávy?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Ano	1
Spíše ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

12. Jaký je Váš názor na délku zpravodajské relace?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Dlouhá	1
Krátká	2
Přiměřená	3

13. Vyhovovalo Vám pořadí jednotlivých zpráv v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Ano	1
Spíše ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

14. Byla pro Vás formulace zpráv v ukázce srozumitelná?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Naprosto ano	1
Převážně ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

15. Hlas moderátora/ky byl v prezentované zpravodajské relaci:

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Příjemný	1
Spíše příjemný	2
Spíše nepříjemný	3
Nepříjemný	4
Nezaujal mne	5

16. Jaké bylo podle Vás tempo řeči moderátora v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Pro mne příliš rychlé	1
Pro mne příliš pomalé	2
Přiměřené	3

17. Jak na Vás působily hudební znělky v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Rušily mne	1
Nerušily mne	2

18. Jak hodnotíte množství hudebních znělek v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Mohlo jich být více	1
Mohlo jich být méně	2
Bylo jich přiměřeně	3

19. Kolik jednotlivých zpráv si z této zpravodajské relace pamatujete?

Pokyn: Konkrétní číslo prosím vepište do rámečku.

20. Čeho se týkaly jednotlivé zprávy, které si z této zpravodajské relace pamatujete?

Pokyn: Hlavní nosnou informaci každé zprávy prosím vepište do tabulky – jedna zpráva = jeden řádek (př. první řádek: zdražení plynu v ČR, druhý řádek: srážka vlaku v Brně, třetí řádek: nezaměstnaných v ČR ubývá atp.).

A.	
B.	
C.	
D.	
E.	

Frekvence 1 (audio ukázka zpravodajské relace)

21. Odpovídá ukázka tomu, jak si představujete dobře udělané zprávy?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Ano	1
Spíše ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

22. Jaký je Váš názor na délku zpravodajské relace?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Dlouhá	1
Krátká	2
Přiměřená	3

23. Vyhovovalo Vám pořadí jednotlivých zpráv v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Ano	1
Spíše ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

24. Byla pro Vás formulace zpráv v ukázce srozumitelná?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Naprosto ano	1
Převážně ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

25. Hlas moderátora/ky byl v prezentované zpravodajské relaci:

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Příjemný	1
Spíše příjemný	2
Spíše nepříjemný	3
Nepříjemný	4
Nezaujal mne	5

26. Jaké bylo podle Vás tempo řeči moderátora v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Pro mne příliš rychlé	1
Pro mne příliš pomalé	2
Přiměřené	3

27. Jak na Vás působily hudební znělky v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Rušily mne	1
Nerušily mne	2

28. Jak hodnotíte množství hudebních znělek v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Mohlo jich být více	1
Mohlo jich být méně	2
Bylo jich přiměřeně	3

29. Kolik jednotlivých zpráv si z této zpravodajské relace pamatujete?

Pokyn: Konkrétní číslo prosím vepište do rámečku.

30. Čeho se týkaly jednotlivé zprávy, které si z této zpravodajské relace pamatujete?

Pokyn: Hlavní nosnou informaci každé zprávy prosím vepište do tabulky – jedna zpráva = jeden řádek (př. první řádek: zdražení plynu v ČR, druhý řádek: srážka vlaku v Brně, třetí řádek: nezaměstnaných v ČR ubývá atp.).

A.	
B.	
C.	
D.	
E.	

Rádio Impuls (audio ukázka zpravodajské relace)

31. Odpovídá ukázka tomu, jak si představujete dobře udělané zprávy?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Ano	1
Spíše ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

32. Jaký je Váš názor na délku zpravodajské relace?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Dlouhá	1
Krátká	2
Přiměřená	3

33. Vyhovovalo Vám pořadí jednotlivých zpráv v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Ano	1
Spíše ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

34. Byla pro Vás formulace zpráv v ukázce srozumitelná?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Naprosto ano	1
Převážně ano	2
Spíše ne	3
Ne	4

35. Hlas moderátora/ky byl v prezentované zpravodajské relaci:

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Příjemný	1
Spíše příjemný	2
Spíše nepříjemný	3
Nepříjemný	4
Nezaujal mne	5

36. Jaké bylo podle Vás tempo řeči moderátora v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Pro mne příliš rychlé	1
Pro mne příliš pomalé	2
Přiměřené	3

37. Jak na Vás působily hudební znělky v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Rušily mne	1
Nerušily mne	2

38. Jak hodnotíte množství hudebních znělek v ukázce?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Mohlo jich být více	1
Mohlo jich být méně	2
Bylo jich přiměřeně	3

39. Kolik jednotlivých zpráv si z této zpravodajské relace pamatujete?

Pokyn: Konkrétní číslo prosím vepište do rámečku.

40. Čeho se týkaly jednotlivé zprávy, které si z této zpravodajské relace pamatujete?

Pokyn: Hlavní nosnou informaci každé zprávy prosím vepište do tabulky – jedna zpráva = jeden řádek (př. první řádek: zdražení plynu v ČR, druhý řádek: srážka vlaku v Brně, třetí řádek: nezaměstnaných v ČR ubývá atp.).

A.	
B.	
C.	
D.	
E.	

Český rozhlas 1 – Radiožurnál, Frekvence 1, Rádio Impuls (audio ukázky zpravodajské relace)

41. U jednotlivých tří ukázek zpravodajských relací uveďte pořadí podle toho, jak Vám vyhovovaly.

Pokyn: U relace, která Vám vyhovovala nejvíce, napište 1; u relace, která Vám vyhovovala nejméně, napište 3; relace mezi nejlepší a nejllepší označte 2. Pokud se Vám některé ukázky líbily stejně, dejte jim stejné číslo.

Zpravodajská relace ČRo 1 – Radiožurnál	
Zpravodajská relace Frekvence 1	
Zpravodajská relace Rádio Impuls	

Nakonec prosím několik údajů o Vás:

42. Jste:

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Muž	1
Žena	2

43. Kolik je Vám let?

Pokyn: Váš věk prosím vepište do rámečku.

44. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Základní nebo vyučen/a bez maturity	1
Středoškolské (SŠ nebo vyučen/a s maturitou)	2
Vysokoškolské (VŠ nebo VOŠ)	3

45. Jak velká je obec, ve které bydlíte?

Pokyn: Vyznačte prosím pouze jednu odpověď – zakroužkujte vybranou variantu.

Obec do 5 tisíc obyvatel	1
5 – 20 tisíc	2
20 - 50 tisíc	3
50 – 100 tisíc	4
Nad 100 tisíc	5

46. Ve kterém okrese trvale bydlíte?

Pokyn: Název okresu prosím vepište do rámečku.

Děkuji Vám za spolupráci a přeji hezký den.

PŘÍLOHA P II: VÝZKUM PUBLIKA – TABULKY

Radiožurnál

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Poslouchá	20	38,5	38,5
	Neposlouchá	32	61,5	61,5
	Total	52	100,0	100,0

Frekvence 1

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Poslouchá	11	21,2	21,2
	Neposlouchá	41	78,8	78,8
	Total	52	100,0	100,0

Impuls

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Poslouchá	15	28,8	28,8
	Neposlouchá	37	71,2	71,2
	Total	52	100,0	100,0

Jiné

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Poslouchá	46	88,5	88,5
	Neposlouchá	6	11,5	11,5
	Total	52	100,0	100,0

Nejposlouchanější rádio

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	2	3,8	3,8
	Radiožurnál	6	11,5	11,5
	Frekvence 1	7	13,5	13,5
	Rádio Impuls	4	7,7	7,7
	Jiné	33	63,5	63,5
	Total	52	100,0	100,0

Jaká délka zpráv Vám vyhovuje?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Do 3 minut	13	25,0	25,0
	4 – 5 minut	31	59,6	59,6
	Nad 5 minut	8	15,4	15,4
	Total	52	100,0	100,0

Preferované pořadí zpráv

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	ČR - region - zahraničí	18	34,6	34,6
	ČR - zahraničí - region	10	19,2	19,2
	region - ČR - zahraničí	15	28,8	28,8
	zahraničí - ČR - region	9	17,3	17,3
	Total	52	100,0	100,0

Vadí mi, když se na stanici, kterou poslouchám, opakují několikrát za den stejné zprávy

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	2	3,8	3,8
	Naprosto souhlasím	13	25,0	25,0
	Spíše souhlasím	26	50,0	50,0
	Spíše nesouhlasím	8	15,4	15,4
	Naprosto nesouhlasím	1	1,9	1,9
	Je mi to jedno	2	3,8	3,8
	Total	52	100,0	100,0

Vyhovuje mi, když jsou do zpráv zařazovány aktuální telefonáty redaktorů z místa události

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Naprosto souhlasím	22	42,3	42,3
	Spíše souhlasím	15	28,8	28,8
	Spíše nesouhlasím	11	21,2	21,2
	Naprosto nesouhlasím	3	5,8	5,8
	Je mi to jedno	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

Vyhovuje mi, když ve zprávě o vyjádření politika zazní ukázka toho, co řekl

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	2	3,8	3,8
	Naprosto souhlasím	16	30,8	30,8
	Spíše souhlasím	19	36,5	36,5
	Spíše nesouhlasím	6	11,5	11,5
	Naprosto nesouhlasím	2	3,8	3,8
	Je mi to jedno	7	13,5	13,5
	Total	52	100,0	100,0

Uvítal/a bych, kdyby na konci každé zpravodajské relace byla zařazena odlehčená zábavná zpráva

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	2	3,8	3,8
	Naprostou souhlasím	14	26,9	26,9
	Spíše souhlasím	10	19,2	19,2
	Spíše nesouhlasím	7	13,5	13,5
	Naprostou nesouhlasím	5	9,6	9,6
	Je mi to jedno	14	26,9	26,9
	Total	52	100,0	100,0

Vyhovuje Vám více, když zpravodajskou relaci moderuje muž nebo žena?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Muž	7	13,5	13,5
	Žena	3	5,8	5,8
	Je mi to jedno	42	80,8	80,8
	Total	52	100,0	100,0

Vyhovuje Vám více, když zpravodajskou relaci moderuje:

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Jeden moderátor	21	40,4	40,4
	Dva moderátoři	6	11,5	11,5
	Je mi to jedno	25	48,1	48,1
	Total	52	100,0	100,0

Názor na oddělování zpráv hudebním předělem

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Vyhovuje	18	34,6	34,6
	Nevyhovuje	18	34,6	34,6
	Je mi to jedno	16	30,8	30,8
	Total	52	100,0	100,0

Názor na hudební podkres

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Vyhovuje	7	13,5	13,5
	Nevyhovuje	34	65,4	65,4
	Je mi to jedno	11	21,2	21,2
	Total	52	100,0	100,0

Názor na upoutávku – anonci

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Vyhovuje	29	55,8	55,8
	Nevyhovuje	13	25,0	25,0
	Je mi to jedno	10	19,2	19,2
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Odpovídá ukázka tomu, jak si představujete dobře udělané zprávy?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ano	8	15,4	15,4
	Spíše ano	32	61,5	61,5
	Spíše ne	11	21,2	21,2
	Ne	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na délku relace

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Dlouhá	22	42,3	42,3
	Krátká	2	3,8	3,8
	Přiměřená	28	53,8	53,8
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na pořadí zpráv v ukázce

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ano	16	30,8	30,8
	Spíše ano	23	44,2	44,2
	Spíše ne	13	25,0	25,0
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na srozumitelnost zpráv v ukázce

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Naprosto ano	21	40,4	40,4
	Převážně ano	26	50,0	50,0
	Spíše ne	4	7,7	7,7
	Ne	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na hlas moderátora

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Příjemný	14	26,9	26,9
	Spíše příjemný	29	55,8	55,8
	Spíše nepříjemný	3	5,8	5,8
	Nezaujal mne	6	11,5	11,5
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na tempo řeči moderátora

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Příliš rychlé	10	19,2	19,2
	Přiměřené	42	80,8	80,8
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na hudební znělky

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rušily	11	21,2	21,2
	Nerušily	41	78,8	78,8
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Názor na množství hudebních znělek

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mohlo jich být více	5	9,6	9,6
	Mohlo jich být méně	17	32,7	32,7
	Bylo jich přiměřeně	30	57,7	57,7
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál - Počet zapamatovaných zpráv

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	10	19,2	19,2
	3	13	25,0	25,0
	4	14	26,9	26,9
	5	13	25,0	25,0
	6	2	3,8	3,8
	Total	52	100,0	100,0

F1 -Odpovídá ukázka tomu, jak si představujete dobře udělané zprávy?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ano	10	19,2	19,2
	Spíše ano	25	48,1	48,1
	Spíše ne	16	30,8	30,8
	Ne	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na délku relace

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Dlouhá	8	15,4	15,4
	Krátká	12	23,1	23,1
	Přiměřená	32	61,5	61,5
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na pořadí zpráv v ukázce

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ano	20	38,5	38,5
	Spíše ano	21	40,4	40,4
	Spíše ne	11	21,2	21,2
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na srozumitelnost zpráv v ukázce

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Naprosto ano	23	44,2	44,2
	Převážně ano	28	53,8	53,8
	Spíše ne	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na hlas moderátora

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Příjemný	24	46,2	46,2
	Spíše příjemný	16	30,8	30,8
	Spíše nepříjemný	6	11,5	11,5
	Nepříjemný	3	5,8	5,8
	Nezaujal mne	3	5,8	5,8
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na tempo řeči moderátora

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Příliš rychlé	10	19,2	19,2
	Příliš pomalé	1	1,9	1,9
	Přiměřené	41	78,8	78,8
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na hudební znělky

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	1	1,9	1,9
	Rušily	21	40,4	40,4
	Nerušily	30	57,7	57,7
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Názor na množství hudebních znělek

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mohlo jich být více	1	1,9	1,9
	Mohlo jich být méně	22	42,3	42,3
	Bylo jich přiměřené	29	55,8	55,8
	Total	52	100,0	100,0

F1 - Počet zapamatovaných zpráv

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	1	1,9	1,9
	2	6	11,5	11,5
	3	18	34,6	34,6
	4	27	51,9	51,9
	Total	52	100,0	100,0

Impuls -Odpovídá ukázka tomu, jak si představujete dobře udělané zprávy?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ano	12	23,1	23,1
	Spíše ano	25	48,1	48,1
	Spíše ne	14	26,9	26,9
	Ne	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na délku relace

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Dlouhá	7	13,5	13,5
	Krátká	3	5,8	5,8
	Přiměřená	42	80,8	80,8
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na pořadí zpráv v ukázce

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Ano	19	36,5	36,5
	Spíše ano	26	50,0	50,0
	Spíše ne	6	11,5	11,5
	Ne	1	1,9	1,9
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na srozumitelnost zpráv v ukázce

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Naprosto ano	24	46,2	46,2
	Převážně ano	24	46,2	46,2
	Spíše ne	4	7,7	7,7
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na hlas moderátora

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Příjemný	15	28,8	28,8
	Spíše příjemný	26	50,0	50,0
	Spíše nepříjemný	7	13,5	13,5
	Nepříjemný	1	1,9	1,9
	Nezaujal mne	3	5,8	5,8
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na tempo řeči moderátora

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Příliš rychlé	3	5,8	5,8
	Příliš pomalé	1	1,9	1,9
	Přiměřené	48	92,3	92,3
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na hudební znělky

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rušily	20	38,5	38,5
	Nerušily	32	61,5	61,5
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Názor na množství hudebních znělek

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mohlo jich být více	1	1,9	1,9
	Mohlo jich být méně	18	34,6	34,6
	Bylo jich přiměřeně	33	63,5	63,5
	Total	52	100,0	100,0

Impuls - Počet zapamatovaných zpráv

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	3	5,8	5,8
	3	10	19,2	19,2
	4	12	23,1	23,1
	5	17	32,7	32,7
	6	10	19,2	19,2
	Total	52	100,0	100,0

Radiožurnál_rating

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	1	1,9	1,9
	1	20	38,5	38,5
	2	22	42,3	42,3
	3	9	17,3	17,3
	Total	52	100,0	100,0

F1_rating

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	2	3,8	3,8
	1	11	21,2	21,2
	2	19	36,5	36,5
	3	20	38,5	38,5
	Total	52	100,0	100,0

Impuls_rating

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	0	1	1,9	1,9
	1	22	42,3	42,3
	2	15	28,8	28,8
	3	14	26,9	26,9
	Total	52	100,0	100,0

PŘÍLOHA P III: VÝZKUM PUBLIKA – ZPRÁVY – PŘEPISY

Zprávy Českého rozhlasu 1 – Radiožurnálu

Zprávy 6. 4. 2009 v 10:00 hodin

Přepis relace:

Radiožurnál, je 10 hodin. Znělka...Pavel Prouza má zprávy.

Do předčasných voleb by měl vládnout kabinet Jana Fischera.

Sedmadvacet lidí zemřelo při zemětřesení ve střední Itálii.

Bude polojasno až oblačno, místy s deštěm, teploty do 20 stupňů.

Znělka

Strany končící vládní koalici posoudí smlouvu o nové vládě. Dohodu uzavřeli jejich předsedové s opoziční sociální demokracií. Pokud nebudou mít stranická grémia výhrady, premiérem se do předčasných voleb zřejmě stane současný šéf Českého statistického úřadu Jan Fischer. Ten v nové funkci a přípravě voleb Českým statistickým úřadem nevidí problém, řekl to v ranním interview Radiožurnálu:

„Nezdá se mi v tom sebemenší konflikt zájmů, budou to tam připravovat tamní odborníci. Nebudu to v té chvíli já, kdo za ně bude bezprostředně zodpovědný, důležité je, že ti lidé jsou – mimo jakoukoliv pochybnost – připravit ty výsledky tak, aby výsledky byly přesné, nezpochybnitelné a se vším tím komfortem poskytované tak, jak jsou na ně uživatelé zvyklí.“

Podle uzavřené dohody by Fischerovu vládu měl prezident Václav Klaus jmenovat k 9. květnu. Do té doby by vládl současný kabinet v demisi. Předčasné volby by pak mohly být 9. a 10. října.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ještě tento měsíc odstartuje privatizaci šesti státních zkušebních ústavů. Podle Hospodářských novin nejdříve oznámí podmínky prodeje, od kterého si slibuje stovky milionů korun. V první vlně bude na prodej Elektrotechnický zkušební ústav v Praze, Strojírenský zkušební ústav v Brně a Fyzikálně technický zkušební ústav v Ostravě – Radvanicích. Už teď projeví zájem subjekty z domova i zahraničí. Cena nebude při výběru jediným kritériem. Nový vlastník by se měl zavázat, že zachová provoz zkušeben.

Proces s pražským hoteliérem Bohumírem Ďuričkem dnes začíná u pražského Městského soudu. Ďuričko čelí obvinění z vraždy Václava Kočky mladšího. Syna provozovatele Matějské pouti podnikatel podle policie zastřelil loni v říjnu. Hrozí mu až 15 let vězení.

„Podnikatel Ďuričko se podle policie dostal s Kočkou mladším do sporu a pak měla následovat potyčka. Ďuričko měl proti svému sokovi použít pistoli a zastřelit ho. Proti této obžalobě se Ďuričko ostře ohradil na svých internetových stránkách. Nesouhlasí s ní a pokládá ji za lživou. Podle svých vyjádření se jen bránil. Rozsudek by mohl pražský Městský soud vynést do konce týdne. Projednávání případu mají provázet přísná bezpečnostní opatření. Václava Vařeková, Radiožurnál.“

Život nejméně sedmadvaceti osob si vyžádalo silné zemětřesení ve střední Itálii. Epicentrum se nacházelo asi 100 km nedaleko města Aquila. Situaci, která panovala na místě chvíli po otřesech Radiožurnálu popsala italská spolupracovnice Vědunka Lunardi:

„Zemětřesení bylo velmi silné, přišlo v noci a lidem se nepodařilo utéct z domů. Navíc nemáme zprávy z malých obcí provincie, kde – jak hlásí záchranáři, kteří je přelétali vrtulníkem – ze starých historických center zbyly často jen hromady trosk. Lidé dnes ráno, ještě před příjezdem záchranářů, odklízeli sutiny holýma rukama, aby zachránili lidi pod troskami, kteří byli ještě naživu.“

Jak zpřísnit postihy za sexuální zneužívání dětí a obchodování s lidmi? To je jedna z otázek, o kterých budou jednat ministři spravedlnosti Evropské unie na schůzce v Lucemburku. Cílem je sladění právních předpisů v jednotlivých státech pro postihování nových forem sexuálního obtěžování dětí. Členské země by také měly více spolupracovat při potírání převaděčství a obchodování se ženami a dětmi.

„Určité formy sexuálního obtěžování dětí nejsou v některých státech trestné. Evropa by se měla shodnout na tom, jaká závažná jednání proti dětem se budou trestat. Ministři spravedlnosti členských zemí Unie začnou o návrhu Evropské komise v Lucemburku poprvé diskutovat. Nové technologie, zvláště internet, s sebou přinesly nové způsoby sexuálního zneužívání dětí. V rámci prevence mají členské státy hledat cesty, jak softwarovým vybavením počítačů blokovat přístup na stránky s dětskou pornografií. Ministři budou také mluvit o přísnějším postihování pachatelů obchodování s lidmi. Pavel Novák, Český rozhlas, Lucemburk.“

O nových sankcích proti Severní Korey rozhodne koncem týdne japonská vláda. Důvodem je odpálení rakety, o jejímž přesném zadání se spekuluje. Ostrou reakci na tento krok proto přislíbil jihokorejský Soul. Komunistický režim podle míněných mnohých zemí porušil platnou rezoluci OSN. V souvislosti s odpálením zařízení se proto sešla Rada bezpečnosti OSN, na konkrétním textu prohlášení se ale neshodla. Naplánovány jsou další rozhovory. Jednání blokuje především Čína, která jako stálý člen Rady má právo veta a spolupracuje s KLDK.

Znělka

Pouze pět kol vydrželi na lavičce rumunské Kluže fotbaloví trenéři Aleš Jindra a Dušan Uhrin mladší. Podle rumunských serverů skončil Uhrin kvůli sporům s hráči a malé podpoře vedení. Kluž pod českými kouči v pěti utkáních třikrát zvítězila, jednou uhrála remízu a jednou prohrála. V tabulce jí patří 4. místo se ztrátou sedmi bodů na vedoucí Dinamo Bukurešť.

Zprávy Frekvence 1

Zprávy 6. 4. 2009 v 10:00 hodin

Přepis relace:

Deset hodin a jedna minuta.

Jingle: Frekvence 1

Zprávy a Petr Suchoň.

Pěkné dopoledne.

Znělka

Počet obětí v Itálii stoupl na 27.

Začal soud s Ďuričkem.

Šéfem úřednické vlády má být Fischer.

Jingle: Frekvence 1 – víte to první

A začínáme v Itálii. Na Frekvenci 1 nepřetržitě sledujeme situaci po velmi silném zemětřesení ve střední části Apeninského poloostrova. Počet obětí bohužel dál stoupá. Záchranáři vyprostili z trosk 27 mrtvých včetně dětí. Další podrobnosti telefonuje přímo z Itálie reportérka F1 Eva Zimová. Evo, zdravím Tě:

„Péto, dobré dopoledne. Podle dostupných informací se země ve střední části Itálie otřásla minimálně stokrát. Odborníci tvrdí, že neměli žádné náznaky o tom, že by k zemětřesení mělo dojít. 'Bylo absolutně nepředvídatelné,' řekl šéf záchranné akce. Italský premiér Silvio Berlusconi okamžitě zrušil návštěvu Moskvy a vyhlásil v zemi stav nouze. Zároveň varuje všechny občany před vstupem do postižených oblastí – hrozí totiž další zřícení budov a mostů. Mnoho silnic a dálnic je zničeno a musely být uzavřeny. Podle záchranářů se pod sutinami zřícených domů nacházejí další nezvěstné osoby, počet mrtvých se tak prý bohužel ještě zvýší. Zatím je hlášeno sedmadvacet osob, které přišly o život. Před pár minutami přišla z oblasti Ambrusa velice smutná zpráva. Došlo zde, bohužel, k dalšímu zemětřesení. Z Itálie Eva Zimová, Frekvence 1.“

Já jenom doplním, že situaci v Itálii pro vás na Frekvenci 1 samozřejmě dál sledujeme.

Před pár minutami odstartoval soud s pražským hoteliérem Bohumírem Ďuričkem. Podle spisu vyšetřovatelů zastřelil syna známého pražského podnikatele. Hrozí mu až 15 let vězení. Před pár okamžiky si vyslechl obžalobu. Ďuričko má na sobě neprůstřelnou vestu, do soudní síně ho přivedla početná policejní eskorta.

Znělka

V úřednické vládě nebude žádný ze současných ministrů – alespoň podle vyjádření politiků po schůzce končící koalice a ČSSD. Padá tak možnost, že by v překlenovacím kabinetu zasedl nestraník Karel Schwarzenberg nebo ministr financí Kalousek. Za premiéra vybrali Topolánek, Paroubek a spol. šéfa statistického úřadu Fischera. Končící koalice vybere osm ministrů z řad nestraníků, ČSSD sedm. Vláda úředníků by měla být u moci pět měsíců do předčasných voleb. Ty by se měly konat 9. a 10. října.

Jingle: Frekvence 1 – hlavní tahy

Dva kamiony bouraly na trase Hořice – Hradec Králové před částí Plotiště nad Labem. Policie tam řídí provoz kyvadlově. Pozor také na silnici z Rokytnice do Vrchlabí. U Hradska havarovalo nákladní auto, projedete jedním pruhem.

Hlavně opatrně a šťastnou cestu s Frekvencí 1.

Zprávy Rádia Impuls

Zprávy 6. 4. 2009 v 10:00 hodin

Přepis relace:

Znělka

Krásný den a příjemné dopoledne, bylo deset, vy jste na Impulsu společně s Hankou Kracíkovou.
a Vlastou Korcem.

Jsou zde zprávy o desáté.

Jingle: Tady jsou zprávy rádia Impuls. Rychle, objektivně, přehledně. Rádio Impuls – zprávy. Dřív než ostatní.

Statistik Fischer má s vládou zkušenosti.

Strakonicko má za sebou drobné záplavy.

V Itálii zabíjelo zemětřesení.

Jingle: Hledání nové vlády.

Premiér překlenovací vlády je na světě. Koalice a ČSSD se shodly na předsedovi Českého statistického úřadu Janu Fischerovi. Rádiu Impuls to řekl po večerní schůzce v Kramářově vile odstupující premiér Mirek Topolánek:

„Tři roky se účastní jednání vlády, to znamená, že zná detailně celou agendu, je to člověk, který je velmi dobře jazykově připraven a naprosto standardně se pohybuje v evropských strukturách, protože je členem mnoha mezinárodních i evropských institucí.“

Výběr budoucího premiéra chválí i místopředseda ČSSD Bohuslav Sobotka. Impulsu řekl, že má u něj důvěru jistou:

„Já se domnívám, že je to zkušený člověk, jazykově vybavený, vedl významnou státní instituci, domnívám se, že může funkci přechodného předsedy vlády po dobu pěti měsíců velmi dobře zvládnout.“

Osmapadesátiletý Jan Fischer nastoupil do Českého statistického úřadu už po vysoké škole, v osmdesátých letech byl členem KSČ. Předběžnou dohodu budou ještě schvalovat grémia stran.

Bohumír Ďuričko si vyslechl obžalobu. Ta ho viní z vraždy Václava Kočky mladšího. Podle plánu by měl rozsudek padnout už tento pátek. Rádiu Impuls to řekl mluvčí Městského soudu v Praze Petr Kulavjak:

„V pondělí bude čtená obžaloba, následně bude pan Ďuričko vyslechnut. Poté budou následovat výslechy svědků a soudních znalců a půjde-li vše podle plánu, tak by hlavní líčení mělo skončit v pátek.“

A u soudu máme samozřejmě svého reportéra, ten bude informovat o všem podstatném na Impulsu dřív než ostatní.

Lokální záplavy vyhnaly Jihočechy z domu. Hasiči v noci evakuovali ve třech obcích na Strakonicku 16 lidí. Bouřka rozvodnila Bílský a Měkynecký potok a ohrozila obyvatele Bělska, Budyně a Svinětic.

Dávky zabaví i dlužníkům v Lounech. Neplatiči ale mají šanci na záchranu. Radnice jim dává na úhradu nebo domluvení splátkového kalendáře čas do 15. května. Lounská radnice ujišťuje, že lidem nechá peníze na základní potřeby. Obyvatelé a firmy dluží Lounům 12 milionů korun. Nová opatření se mohou dotknout až 150 dlužníků.

Barak Obama mluvil i s bývalým prezidentem. Z vlastní vůle se včera sešel na chvíli s Václavem Havlem. Ten byl Obamou nadšený:

„To setkání mělo takový opravdu přátelský charakter, jako kdybychom se od vždycky znali. Je to člověk opravdu neobyčejně milý a bezprostřední, charismatický, já se nedivím té celosvětové obamománii...“

Havel také amerického prezidenta varoval. Řekl mu, ať počítá s poklesem obliby, protože od něj lidé očekávají příliš mnoho.

Jingle: Rádio Impuls – ze světa

V italské Aquile prohlížejí trosky zřícených domů. Ranní zemětřesení jich pobořilo až deset tisíc. Obětí je podle aktuálních informací sedmadvacet. Spousta lidí ale ještě může být v troskách. Otřesy přes šest stupňů Richterovy škály poškodily i kostely a vysokoškolskou kolej. Lidé mají také strach z nových otřesů a utekli z domů na stadiony. Záchrané práce jsou v plném proudu. Kontrolují se dálniční tunely směrem na Řím. Premiér Silvio Berlusconi ruší návštěvu Moskvy.

Jingle: Rádio Impuls – Téma dne

PŘÍLOHA P IV: VÝZKUM PUBLIKA – ZPRÁVY – AUDIO UKÁZKY