

# Vracovská kabelová televize - možnosti rozvoje stěžejního komunikačního média města Vracov

Bc. Petr Fridrich

---

Diplomová práce  
2024

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2023/2024

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Petr Fridrich
Osobní číslo:	K22211
Studijní program:	N0414P180005 Marketingová komunikace
Forma studia:	Kombinovaná
Téma práce:	Vracovská kabelová televize – možnosti rozvoje stěžejního komunikačního média města Vracov

## Zásady pro vypracování

1. Rešerši odborné literatury a internetových zdrojů zpracujte s ohledem na zaměření práce teoretická východiska pro zpracování tématu.
2. V návaznosti na teoretickou část práce a téma, kterému se práce věnuje, formulujte cíl a účel práce, výzkumné otázky a metody výzkumu.
3. Detailně popište a představte subjekt, který bude předmětem výzkumu.
4. Realizujte výzkum, a to na základě stanovené metodiky.
5. Analyzujte a interpretujte získaná data a na jejich základě zodpovězte výzkumné otázky.
6. Na základě výsledků šetření formulujte doporučení a závěry.
7. Navrhněte projektové řešení pro rozvoj, zvýšení kvality a atraktivitu kabelové televize města Vracova jakožto stěžejního komunikačního média města Vracov.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- BALÍK, Stanislav. *Komunální politika: Obce, aktéři a cíle místní politiky*. Granada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2908-4.
- HEGER, Vladimír. *Komunikace ve veřejné správě. Žurnalistika a komunikace*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3779-9.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1.
- Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie*, 2013. Sagit, 2013. ISBN 978-80-7208-977-2.
- ŠTOLL, Martin. *1.5.1953 – zahájení televizního vysílání: zrození televizního národa. Dny, které tvořily české dějiny*. Praha: Havran, 2011. ISBN 978-80-87341-06-3.
- TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. 2. vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2022. ISBN 978-80-271-3535-6.

Vedoucí diplomové práce: **PhDr. Tomáš Šula, Ph.D.**  
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **31. ledna 2024**  
Termín odevzdání diplomové práce: **12. dubna 2024**



---

**Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.**  
děkan

**doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 2. dubna 2024

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 12. 4. 2024 .....

Jméno a příjmení studenta: Petr Fridrich .....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce se zabývá možnostmi dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize, jakožto stěžejního komunikačního média sloužícího pro komunikaci a předávání informací občanům města Vracov. Cílem práce je prostřednictvím primárních výzkumných šetření popsat aktuální situaci tohoto městského infokanálu a právě na základě těchto šetření navrhnout vhodné kroky, které by vedly k celkovému rozvoji televize. K zodpovězení stanovených výzkumných otázek byla realizována tři výzkumná šetření. První bylo zaměřeno na analýzu současného programu, druhé odráží nynější personální obsazení včetně jeho limitů a třetí pak cílí na preference a požadavky na obsah ze strany diváků televize. Všechna tři šetření jsou základem pro komplexní finální výstup. Projektová část diplomové práce zahrnuje návrh manuálu, který by mohl být výchozím dokumentem pro praktickou implementaci konkrétních kroků vedoucích ke zkvalitnění zázemí televize, rozšíření programové nabídky a celkové zvýšení její atraktivity.

Klíčová slova: municipalita, samospráva, komunikace, krizová komunikace, informace, komunikace v místní správě, televize, kabelová televize, televizní vysílání, digitální televize, marketingový výzkum, logo, redakce, divák.

## **ABSTRACT**

This diploma thesis deals with the possibilities of further development of Vracov cable television, as a key communication medium serving for communication and passing on information to the citizens of the city of Vracov. The aim of the work is to describe the current situation of this city info channel through primary research and, based on this research, to suggest appropriate steps that contributed to the overall development of television. Three research studies to answer treatment-related questions. The first was focused on the analysis of the current program, the second on the current staffing including its limits, and the third aimed at the preferences and content requirements of television viewers. All three investigations are the basis for a comprehensive final output. The project part of the diploma thesis

includes the draft of a manual, which could be a starting document for the practical implementation of specific steps leading to the improvement of the television background, the expansion of the program offer and the overall increase in its attractiveness.

Keywords: municipality, self-government, communication, crisis communication, information, communication in local government, television, cable television, television broadcasting, digital television, marketing research, logo, newsroom, viewer.

**Poděkování:**

„Poděkovat není slabost.“ To jsou oblíbená slova jednoho mého známého. Slova, která však nepoužívá pouze jako omšelou frázi, ale jako upřímný výraz úcty a pokory k někomu, kdo nezištně pomohl, podal pomocnou ruku, poradil, ztratil vlídné slovo... A já jsem upřímně velmi rád, že takových lidí mám kolem sebe nespočet. Ostatně, potvrdilo se to i při psaní mé diplomové práce.

Mé velké a především upřímné poděkování patří panu PhDr. Tomáši Šulovi, Ph.D, který mě při psaní diplomové práce vedl, směřoval, dával cenné podněty a rady a vždy ke mně přistupoval korektně, profesionálně a zároveň lidsky. To všechno položilo pevný základ k tomu, abych práci zdárně a včas dokončil. Rád a upřímně bych chtěl poděkovat také mé rodině a nejbližším, kteří mi vždy byli velkou oporou. A v neposlední řadě mé velké poděkování patří i pánům ze „zadní řady“ Barimu, Jardovi a Michalovi za jejich neotřelý smysl pro humor a všechna ta životní moudra, kterými mě za dobu našeho společného studia vybavili.

**Oblíbený citát:**

„Když se stane něco špatného, pijete, abyste na to zapomněli. Když se přihodí něco dobrého, pijete, abyste to oslavili. A když se nestane nic, pijete, aby se něco stalo.“ Charles Bukowski

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>12</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>13</b>
<b>1 MUNICIPALITY</b> .....	<b>14</b>
1.1    ROLE MUNICIPALIT (OBCÍ) V SAMOSPRÁVĚ .....	14
1.2    ZÁKLADNÍ ORGÁNY OBCE .....	15
1.2.1    Zastupitelstvo obce.....	16
1.2.2    Rada obce .....	17
1.2.3    Starosta.....	18
1.2.4    Obecní úřad .....	19
1.3    VÝZNAM KOMUNIKACE V MÍSTNÍ (VEŘEJNÉ) SPRÁVĚ.....	19
1.4    TEORETICKÉ PŘÍSTUPY V KOMUNIKACI S VEŘEJNOSTÍ V MÍSTNÍ SPRÁVĚ.....	21
1.4.1    Krizová komunikace municipalit .....	22
<b>2 FORMY KOMUNIKACE V MÍSTNÍ SPRÁVĚ</b> .....	<b>24</b>
2.1    ÚŘEDNÍ DESKA .....	24
2.2    PLAKÁTY – INFORMACE I UMĚNÍ V JEDNOM.....	25
2.3    OBECNÍ WEB.....	27
2.4    SOCIÁLNÍ SÍTĚ MUNICIPALIT .....	29
2.5    OBECNÍ ZPRAVODAJE .....	31
2.6    MÍSTNÍ (OBECNÍ) ROZHLAS.....	34
2.6.1    Mobilní rozhlas jakožto moderní nadstavba místního rozhlasu.....	35
2.7    MÍSTNÍ KABELOVÁ TELEVIZE .....	36
<b>3 TELEVIZE A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ</b> .....	<b>37</b>
3.1    VÝVOJ TELEVIZE A TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČASE .....	37
3.2    HISTORICKÉ MILNÍKY TELEVIZE A TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ U NÁS .....	39
3.2.1    Současná situace na tuzemském televizním trhu .....	41
3.2.2    Digitální, kabelová, internetová televize nebo satelit .....	42
3.3    MĚSTSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE .....	43
3.3.1    Výhody a nevýhody městského televizního infokanálu.....	44
3.3.2    Postavení lokální televizního vysílání v kontextu dnešní doby .....	44
3.3.3    Role nabízeného obsahu.....	45
3.3.4    Právní a regulační aspekty .....	45
3.3.5    Rizika spojená s provozováním městského infokanálu .....	46
3.3.6    Televize jako prostředek budování značky .....	47
<b>4 METODIKA PRÁCE</b> .....	<b>48</b>



4.1	IDENTIFIKACE PROBLÉMU.....	48
4.2	ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE .....	48
4.3	CÍL VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	49
4.4	VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	49
4.5	ÚČEL VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	49
4.6	OBJEKT VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ .....	49
4.7	VÝZKUM .....	50
4.7.1	Druhy výzkumných dat a metody jejich sběru.....	51
4.7.2	Kvalitativní marketingový výzkum.....	51
4.7.3	Kvantitativní marketingový výzkum.....	52
4.7.4	Obsahová analýza.....	53
4.8	ČASOVÁ OSA A ROZPOČET .....	53
4.9	RIZIKA VÝZKUMU.....	54
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>55</b>
<b>5</b>	<b>VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE.....</b>	<b>56</b>
5.1	MĚSTO VRACOV.....	56
5.2	RADNICE - VÝZNAMNÁ BUDOVA I SÍDLO MĚSTSKÉHO ÚŘADU.....	57
5.2.1	Městský úřad .....	58
5.3	VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA .....	59
5.3.1	Personální obsazení redakce .....	59
5.3.2	Logo Vracovské kabelové televize .....	60
5.4	ANALÝZA PROGRAMOVÉHO OBSAHU.....	61
5.4.1	Obsahová analýza textového vysílání - smyčky .....	61
5.4.2	Analýza obrazového vysílání .....	62
5.5	ZÁVĚR OBSAHOVÉ ANALÝZY PROGRAMU .....	66
<b>6</b>	<b>INDIVIDUÁLNÍ ROZHOVORY .....</b>	<b>67</b>
6.1	KONSTRUKCE ROZHOVORŮ .....	67
6.2	ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA PARTICIPANTŮ.....	67
6.3	PRETEST OSOBNÍHO ROZHOVORU .....	68
6.4	INTERPRETACE INDIVIDUÁLNÍCH ROZHOVORŮ .....	68
6.4.1	Silné a slabé stránky Vracovské kabelové televize.....	69
6.4.2	Personální oblast, fond pracovní doby a odměňování.....	70
6.4.3	Zvyšování odborné kvalifikace .....	72
6.4.4	Vybavení redakce a požadavky na obsah ze strany zřizovatele.....	73
6.5	ZÁVĚR PLYNOUCÍ Z ROZHOVORŮ.....	76
<b>7</b>	<b>DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>77</b>
7.1	KONSTRUKCE DOTAZNÍKU.....	77
7.2	CÍLOVÁ SKUPINA RESPONDENTŮ .....	78
7.3	PRETEST DOTAZNÍKU.....	78
7.4	INTERPRETACE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	78
7.4.1	Aktivní konzumenti obsahu .....	79
7.4.2	Stěžejní programové prvky .....	82
7.4.3	Požadavky na obsah a formát vysílání .....	84

7.4.4	Vlastní názor respondentů.....	88
7.5	ZÁVĚR DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	90
<b>8</b>	<b>ZÁVĚR PRAKTICKÉ ČÁSTI A ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK.....</b>	<b>91</b>
8.1	ZÁVĚREČNÉ SHRNUÍ PRAKTICKÉ ČÁSTI.....	91
8.2	VO1.....	92
8.3	VO2.....	93
8.4	VO3.....	94
<b>III</b>	<b>PROJEKTOVÁ ČÁST.....</b>	<b>95</b>
<b>9</b>	<b>VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – ÚVOD K PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....</b>	<b>96</b>
9.1	CÍL PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....	96
9.2	ČLENĚNÍ PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....	96
<b>10</b>	<b>VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – NÁVRH PROJEKTU.....</b>	<b>97</b>
10.1	PROSTOROVÉ A DISPOZIČNÍ ŘEŠENÍ PRO NOVÉ STUDIO.....	97
10.1.1	Požadavky na umístění studia.....	97
10.1.2	Nároky na technické vybavení studia.....	97
10.2	VHODNÉ DOPLNĚNÍ REDAKČNÍHO TÝMU.....	98
10.3	ANALÝZA STÁVAJÍCÍCH A NÁVRH NOVÝCH VIZUÁLNÍCH PRVKŮ.....	98
10.3.1	Logo televize.....	98
10.3.2	Web televize.....	99
10.3.3	Obsah vysílání.....	99
10.4	ČASOVÁ OSA, ROZPOČET A RIZIKA NAVRHOVANÝCH ŘEŠENÍ.....	99
<b>11</b>	<b>VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – PROJEKTOVÉ ŘEŠENÍ.....</b>	<b>100</b>
11.1	ZŘÍZENÍ REDAKCE – TELEVIZNÍHO STUDIA.....	100
11.1.1	Prostorové dispozice studia.....	100
11.1.2	Technické a materiální vybavení studia.....	101
11.2	PERSONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ REDAKCE.....	103
11.2.1	Výběrové řízení k doplnění týmu.....	103
11.2.2	Nově sestavený televizní tým.....	104
11.3	NOVÉ VIZUÁLNÍ POJETÍ.....	105
11.3.1	Nové logo televize.....	105
11.3.2	Web Vracovské kabelové televize.....	106
11.3.3	Proměna obsahu vysílání.....	107
11.4	ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU.....	108
11.5	RIZIKA PROJEKTU.....	109
11.5.1	Personální riziko.....	109
11.5.2	Nevyhovující web a nevhodné logo.....	110
11.5.3	Neatraktivní obsah.....	110
11.6	MĚŘENÍ EFEKTIVITY.....	110
	<b>ZÁVĚR PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....</b>	<b>112</b>
	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>113</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>115</b>

<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>121</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>122</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>123</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>124</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>125</b>

## ÚVOD

Doba, ve které nyní žijeme, je dobou informací. Nejrůznějšími druhy informací jsme zaplavováni dnes a denně prakticky ze všech stran. Schopnost informace správně a efektivně vyhodnocovat se tak už dávno stala klíčovou dovedností pro úspěch snad ve všech oblastech lidského života. Důležitost informací rozhodně nelze přeceňovat. Ovlivňují naše chování, postoje a rozhodování. Informace mají mimo jiné i velkou moc spojovat lidi, utužovat jejich přátelství, šířit povědomí o důležitých událostech. Informace jsou tak bezesporu základním stavebním kamenem moderní společnosti. Správné využití informací je klíčové pro úspěch, ať už jde o jednotlivce či skupiny osob. V moderní společnosti je tak velmi důležité, abychom se naučili s informacemi efektivně pracovat a dokázali je tak využívat k dosažení stanovených cílů a hodnot. Ruku v ruce s technologickým pokrokem a rozvojem médií, včetně digitálních, jsou dnes informace, které k nám proudí, dostupnější a rychlejší. A tento trend zcela nepochybně ovlivňuje i místní samosprávy, jejichž snahou je efektivně komunikovat s občany a předávat jim informace z místního dění. V daném kontextu hraje zcela jistě jednu ze zásadních rolí i městská kabelová televize. A právě téma kabelové televize, jakožto stěžejního informačního média municipality, dalo vzniknout dané diplomové práci. Konkrétně jde o hledání možností dalšího rozvoje kabelové televize města Vracov.

Diplomová práce bude sestávat ze tří základních částí – části teoretické, praktické a části projektové. V teoretické části bude věnován prostor pro vymezení základních rolí municipality, vymezení orgánů obce a jejich rolí a v daném kontextu pak bude řešen význam komunikace v místní správě. Prostor zde rovněž bude věnován historii televizního vysílání a historii televize jako takové a zacíleno bude i na postavení regionálního televizního vysílání. Praktická část práce bude zahrnovat tři výzkumná šetření, která budou s ohledem na téma práce vzájemně provázána. Jejich cílem bude zjistit aktuální situaci v níž se Vracovská kabelová televize nachází a na základě toho definovat možnosti jejího dalšího rozvoje, a to po stránce personální i obsahové, což jde ruku v ruce se zvýšením atraktivity televize. Projektová část práce bude zahrnovat manuál, který popíše konkrétní kroky, které by měly vést právě k rozvoji Vracovské kabelové televize. Manuál bude vycházet z výzkumných šetření, díky čemuž poskytne skutečné podklady pro případnou implementaci do reálného prostředí.

Hlavním důvodem výběru daného tématu je nejen jeho přesah do praxe, ale také osobní a profesní zainteresovanost autora – občana města Vracov.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 MUNICIPALITY

Úvodní kapitola krátce popisuje municipality jako takové, systém jejich řízení a fungování. Rovněž je zde řešen význam komunikace v místní správě a ve svém závěru se pak tato kapitola věnuje teoretickým přístupům v komunikaci s veřejností.

### 1.1 Role municipalit (obcí) v samosprávě

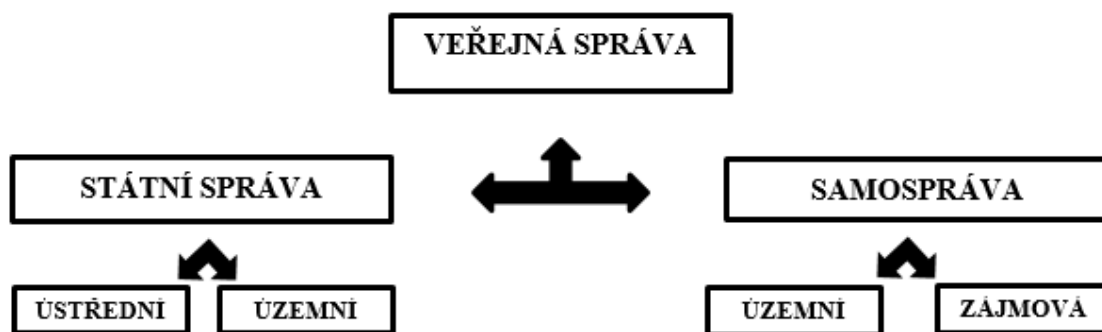
Veřejnou správu lze chápat ve dvou rovinách, a sice státní správu, která je vykonávána na celém území státu prostřednictvím norem platných pro všechny občany, a územní samosprávu, která zastupuje jen občany určité části území daného státu (Heger, 2012, s. 41). Samospráva je tak vedle státní správy jednou ze dvou větví veřejné správy. Samospráva je na státní správě nezávislá a není jí nikterak podřízena. V této souvislosti je však nutno dodat, že samospráva je určitým způsobem podrobena státnímu dohledu. Na samosprávu je tak nutno pohlížet jako na demokratickou organizační formu péče o vlastní záležitosti dotčených skupin osob. Samosprávu lze definovat ve dvou skupinách, a sice jako územní a zájmovou. Pokud jde o správu územní, ta je podle článku 99 Ústavy ČR tvořena kraji, jakožto vyššími územními samosprávnými celky a obcemi, které jsou označovány za základní územní samosprávné celky (Sedláček, 2015).

Pro označení systémů samosprávy se v různých zemích používá termín „municipality“. Ve spojení s konkrétním systémem samosprávy tak může mít v různých kontextech odlišné významy. Obecně lze ale municipality chápat jako samosprávné jednotky, jejichž úkolem je především péče o záležitosti místního významu. V rámci České republiky je nositelem veřejné správy nejen stát, ale k základním stavebním kamenům veřejné správy patří také obce. Ty svou nezastupitelnou roli v systému veřejné moci sehrávají jak díky svému počtu, kdy je jich v ČR zhruba 6260 (údaj k 1. 1. 2021), ale především s ohledem na jejich kompetence. Tyto kompetence vykonávají obce vůči svým občanům prostřednictvím svých orgánů. Jako základní právní předpis, který upravuje principy fungování obce a jejich orgánů, lze zmínit zákon o obcích. Podle zákona se obcí vymezuje nejen obec jako taková, ale i město, městys a statutární město (Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2022, 2022, s. 13).

Zákon č. 128/2000 Sb. definuje obec jako základní samosprávné společenství občanů, kdy ji tvoří územní celek, který je vymezen hranicí území dané obce. Obec je vymezena jako

veřejnoprávní korporace, kdy má vlastní majetek. Úkolem obce je pečovat o všestranný rozvoj svého území a rovněž o potřeby svých občanů. Obec vystupuje v právních vztazích svým jménem (Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie, 2013, s. 38).

K základním znakům každé obce patří to, že je tzv. veřejnoprávní korporací, tedy právnickou osobou, jenž disponuje svým vlastním majetkem, v právních vztazích figuruje svým jménem a nese odpovědnost, která vyplývá z těchto právních vztahů. Podle Ústavy ČR tvoří obec tři základní pilíře, a sice: územím, na němž je samospráva vykonávána, dále pak společenstvím občanů a v neposlední řadě existencí územního samosprávného celku jako právnické osoby veřejného práva se soustavou samosprávných orgánů (Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2022, s. 15).



Obrázek 1: Schéma veřejné správy.

Zdroj: vlastní zpracování.

## 1.2 Základní orgány obce

Činnost každé obce je zajišťována prostřednictvím jejích orgánů. Ty také jménem obce projevují její vůli v právních úkonech. Zde je však důležité zmínit, že orgány obce nemají právní subjektivitu, tu má jen obec taková (Kočí, 2012, s. 78). Orgány obce jsou jednoznačně vymezeny v zákoně o obcích. Vůbec tím nejzásadnějším je zastupitelstvo obce. Jde o jediný orgán obce, o kterém se přímo hovoří i v Ústavě ČR. Mezi další základní orgány obce pak patří rada obce – pokud je ovšem volena, dále pak starosta a obecní úřad (Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2022, 2022, s. 18).

### 1.2.1 Zastupitelstvo obce

Obecní zastupitelstvo (zastupitelstvo obce) se skládá z jednotlivých členů zastupitelstva. Jejich počet se odvíjí zejména od počtu obyvatel dané obce a velikosti jejího územního obvodu. V České republice je to v rozmezí pět až padesát pět členů. Zastupitel je veřejnou funkcí, mandát, který vzniká zvolením, vykonává osobně, v souladu se slibem zastupitele (Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie, 2013, s. 50). K minimální náplni práce každého zastupitele patří účast na zasedáních zastupitelstva. Zastupitelstvo, jakožto nejvyšší orgán obce, především schvaluje rozpočet, rozhoduje o převodech a prodeji nemovitostí, volí starostu, místostarostu a členy rady, nebo například vydává obecně závazné vyhlášky (Co dělá zastupitel?, b. r.). Podstatou tzv. zastupitelské demokracie je skutečnost, že reprezentant voličů – tedy zastupitel, není vázán žádnými nařízeními, pokyny ani příkazy. Naopak, svůj mandát by měl vykonávat pouze na základě svého vlastního svědomí a přesvědčení. Zastupitel není rovněž vázán příkazy či pokyny voličů, a ani subjektem za který v komunálních volbách kandidoval (Balík, s. 67). Mezi nejdůležitější pravomoci zastupitelstva obce patří mimo jiné:

- Schvalování rozpočtu obce, závěrečného účtu obce a účetní závěrky.
- Zastupitelstvo obce má pravomoc rozhodovat o založení či zrušení příspěvkových organizací a organizačních složek obce.
- Vydávání obecně závazných vyhlášek.
- Zastupitelstvo obce má pravomoc rozhodovat o vyhlášení místního referenda.
- Určování funkcí, pro které budou jednotliví členové zastupitelstva obce uvolněni.
- Zastupitelstvo obce má pravomoc volit z řad svých členů starostu, místostarostu, další členy rady obce a odvolávat je z funkce.
- Zřizování nebo rušení obecní policie.
- Udělování či naopak odnímání čestného občanství atd.

Zastupitelstvo obce se ke svému jednání schází dle potřeby, nejméně však jednou za tři měsíce. Zasedání svolává a zpravidla i řídí starosta obce, o jednání se pořizuje zápis. Zasedání zastupitelstva obce je veřejnosti přístupné (Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie, 2013, s. 53 – 55).



### 1.2.2 Rada obce

Radu obce tvoří starosta, místostarosta a další zvolení členové rady z řad zastupitelů. Rada je přitom volena pouze v těch obcích, které mají minimálně patnáct zastupitelů. Jde o výkonný orgán obce (Rada, b. r.).

Ke svým zasedáním se rada obce schází podle potřeby a její schůze jsou veřejnosti nepřístupné. K jednotlivým bodům svého jednání však může dle potřeby přizvat dalšího člena zastupitelstva, případně i jiné osoby. O svých jednáních sepisuje rada obce zápis, který musí být uložen u obecního úřadu a musí být k dispozici k nahlédnutí ostatním členům zastupitelstva (kteří nejsou členy rady). Rada obce projednává a připravuje návrhy pro jednání zastupitelstva a zároveň zajišťuje plnění usnesení přijatých zastupitelstvem. Radě obce je dále vyhrazeno několik zásadních oblastí. Například:

- Zajišťovat hospodaření obce na základě schváleného rozpočtu.
- Provádět rozpočtová opatření v takovém rozsahu, jak je stanovilo zastupitelstvo.
- Rozhodovat v záležitostech obce jako jediného společníka obchodní společnosti.
- Vydávat nařízení obce.
- Stanovit rozdělení pravomocí v rámci obecního úřadu, dále pak zřizovat či rušit odbory nebo jednotlivá oddělení obecního úřadu.
- Podle potřeby zřizovat nebo naopak rušit komise jakožto poradní orgány rady, jmenovat a odvolávat jejich předsedy a členy.
- Rozhodovat o uzavírání nájemních smluv nebo smluv o výpůjčce.
- Stanovit pravidla týkající se přijímání a vyřizování stížností občanů a petic.
- Schvalovat organizační řád obecního úřadu.
- Schvalovat účetní závěrku příspěvkových organizací zřízených obcí atd.

V těch obcích, kde se rada obce nevolí, vykonává její pravomoc přímo starosta obce (Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie, 2013, s. 55 – 57). Je přitom běžnou praxí, že rada obce na svých zasedáních nezřídka projednává i záležitosti, o kterých podle zákona rozhoduje výhradně zastupitelstvo obce, přičemž rada obce následně předkládá právě zastupitelstvu obce svá doporučení k tomu, zdali se má projednaná záležitost v rámci zastupitelstva schválit či neschválit (Kočí, 2012, s. 100).

### 1.2.3 Starosta

Starosta obce zastupuje obec navenek. Z výkonu své funkce se odpovídá zastupitelstvu obce. Veškeré právní úkony, které podléhají schválení kolektivním orgánem, může starosta obce provádět pouze po předchozím schválení právě příslušným orgánem, tedy zastupitelstvem nebo radou obce. Pokud k takovému schválení nedojde, jsou tyto úkony neplatné. Navíc, toto jednání může mít jak důsledky ve smyslu zneužití pravomoci úřední osoby, tak rovněž důsledky majetkoprávní či trestněprávní – za předpokladu, že by obci takovým jednáním vznikla škoda. Starosta z podstaty své funkce:

- Zodpovídá za včasné objednání přezkoumání hospodaření obce za uplynulý kalendářní rok.
- Plní roli a úkoly zaměstnavatele, tj. uzavírá či ukončuje pracovní poměr se zaměstnanci obce.
- Po Policii ČR může vyžadovat spolupráci při zajištění veřejného pořádku.
- Je zodpovědný za informování občanů o činnosti obce.
- Svolává a zpravidla také řídí zasedání zastupitelstva obce a rady obce.
- Podepisuje právní předpisy atd. (Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2022, s. 24 – 25).

Starostu v době jeho nepřítomnosti zastupuje místostarosta, kdy zastupitelstvo obce může zvolit i vícero místostarostů. V případě, že je starosta ze své funkce zastupitelstvem odvolán, nebo se funkce vzdal, a současně není zvolen starosta nový, vykonává jeho pravomoci až do zvolení nového starosty místostarosta. Pokud je z funkce zároveň se starostou odvolán i místostarosta, nebo se své funkce vzdal současně se starostou, pověří zastupitelstvo obce výkonem pravomoci starosty někoho z dalších členů zastupitelstva (Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie, 2013, s. 57).

Kočí (2012, s. 109) pak připomíná, že starosta má v souvislosti s výkonem své funkce ještě některá další speciální privilegia: „Starosta má právo užívat při významných příležitostech a občanských obřadech závěsný odznak. Závěsný odznak má uprostřed velký státní znak a po obvodu odznaku je uveden název Česká republika. Tento odznak může užívat i jiný člen zastupitelstva obce nebo tajemník obecního úřadu, ovšem pouze v případech, ve kterých to stanoví rada obce.“

### 1.2.4 Obecní úřad

Obecní úřad patří mezi základní orgány obce. Obecní úřad sestává ze starosty, místostarosty, tajemníka obecního úřadu (v případě, že je funkce zřízena) a jednotlivých zaměstnanců obce, kteří jsou zařazeni do obecního úřadu. V čele obecního úřadu stojí starosta. V samostatné působnosti plní obecní úřad především takové úkoly, které mu uložilo zastupitelstvo nebo rada obce (Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2022, s. 25). V obcích s pověřeným obecním úřadem nebo obcích s rozšířenou působností se pak navíc zřizuje i funkce tajemníka. Tajemník obecního úřadu je zaměstnancem příslušné obce. Obce, které nemají zákonnou povinnost zřizovat funkci tajemníka, jej zřídit mohou. Tajemník obecního úřadu plní úkoly, které mu uloží zastupitelstvo obce, rada obce nebo starosta. Účastní se zasedání zastupitelstva, jednání rady obce a na těchto zasedáních a jednáních má poradní hlas (Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie, 2013, s. 58).

Balík (Balík, s. 77) k obecnímu úřadu uvádí: „OÚ se může členit na odbory: o dělení rozhoduje rada, tam, kde není zřízena, zastupitelstvo. V současnosti neexistuje povinnost členit úřad na odbory, a to dokonce ani v obcích s pověřeným obecním úřadem.“

Ve svém funkčním pojetí je obecní úřad naprosto nezbytný orgán pro řádné zabezpečení činnosti každé obce. Tvoří nepostradatelné zázemí pro realizaci samosprávy obce a plní úkoly v rámci výkonu samosprávy (Kočí, 2012, s. 14).

## 1.3 Význam komunikace v místní (veřejné) správě

Komunikace, ve smyslu předávání informací, hraje v místní samosprávě zcela zásadní roli. Vlastně nejde pouze o předávání určitých typů sdělení, ale je to i jakýsi prostředek pro budování vztahů, důvěry a v neposlední řadě také spolupráce mezi místní samosprávou a jednotlivými občany obce. Představitelé veřejné správy přitom nezdědka používají v rámci komunikace s občany specifické komunikační prostředky, potažmo specifický jazyk. Tyto pak mohou pro ně být často nesrozumitelnými a vést tak k různým nedorozuměním. Veřejná správa by právě z tohoto důvodu měla pro potřeby různých druhů komunikace s veřejností, ale i mezi svými jednotlivými odbory a organizacemi, vytvářet nezbytné organizační a technologické předpoklady – tj. neustále je důležité propojovat rozdílné komunikační kódy úředníků a různých skupin veřejnosti. Z pohledu zástupců veřejné správy, ať už jde o politiky nebo úředníky, je důležité si uvědomit, že důvěra, kterou mají u občanů, potažmo klientů

úřadu, je významným sociálním kapitálem. Na druhou stranu lze hovořit o tom, že občané mají na veřejnou správu stále vyšší požadavky a očekávají od ní stále více a více kvalitních služeb (poskytování informací nevyjímaje), ale vzhledem ke složitosti politického a odborného rozhodování o ní stále poměrně málo vědí a rozumějí jí spíše jen povrchně (Heger, 2012, s. 143 – 144).

Každé sdělení by mělo být pro občana jasné, stručné a snadno pochopitelné. Jsou místní samosprávy (obecní úřady či radnice), které v komunikaci s občany stále volí spíše tradičtější jednostranný přístup, například prostřednictvím webu, rozhlasu nebo obecního zpravodaje. Pak jsou ale obce, které se nebojí jít moderní cestou a pro komunikaci s občany se nebojí využívat například sociální sítě a různé jiné mobilní či mapové aplikace. Existují pak i obce, které komunikují se svými občany jen minimálně, a to často ještě z pozice síly. Důležité je, aby obce se svými občany komunikovaly důstojně s ohledem na jejich práva. Z pohledu obcí je nezbytné brát ohled na to, že různé skupiny osob využívají různé komunikační prostředky. Není tedy žádoucí, aby byla jedna skupina občanů informována takovým způsobem, aby se o tom jiná skupina občanů vůbec nedozvěděla. V obcích, které se svými občany komunikují jen sporadicky nebo prakticky vůbec pak často dochází k situacím, kdy si občané hledají informace jiným způsobem, často jsou to ale informace zkreslené a nepodložené. Ty se pak radnicím většinou velmi těžko vyvracejí. Právě z toho důvodu se obcím v šíření informací vyplácí být proaktivní. V daném kontextu je rovněž podstatné volit vhodná slova a formulace, informace si ověřovat z vícero zdrojů. Je také nanejvýš vhodné znát vývoj případného problému a způsoby, které už byly použity v jeho komunikaci směrem k občanům. Jistou výhodou zde je, pokud má vedení obce kontinuitu a v úřadě setrvává několik let, nebo se komunikaci věnuje specialista, např. v podobě tiskového mluvčího. Outsourcing zde není příliš vhodným řešením, jelikož externí firma se obvykle v kritických situacích snaží zprostit odpovědnosti za sdělované informace s odkazem na to, že informace měla od úředníků nebo komunálních politiků. Riziko pošramocené reputace a s tím související riziko ztráty důvěry je zde přitom natolik silné, že komunikaci s veřejností je důležité mít plně pod kontrolou. Zajistit autenticitu a důvěryhodnost přitom může jen samo vedení radnice (Večeřa, 2023).

Heger (2012, s. 150) k dané problematice dále uvádí: „Pro systematický a dlouhodobý styk s veřejností na místní úrovni je důležité, aby si úřad – podobně jako komerční organizace – vytvořil komunikační strategii, která by měla být výsledkem konsenzu politického a odborného vedení úřadu. Bývá součástí strategického plánu obce nebo regionu, případně jen doplňuje a rozvíjí. Kvalitní strategie přispívá k rozvoji organizační a správní kultury a může

ovlivnit chování zájmových skupin a podnikatelů působících v obci. Pro reálnost a životnost strategie je důležité zapojení občanů do jejího zpracování, jež napomáhá trvalé komunikaci občanů se samosprávou.“

#### 1.4 Teoretické přístupy v komunikaci s veřejností v místní správě

Předávání informací má v místní správě svá vlastní specifika a přístupy. Jednoznačně by se však komunikace obcí směrem k občanům měla vyznačovat transparentností, věcností, efektivitou, pravdivostí a v neposlední řadě rovněž klást důraz na aktivní účast občanů v rozhodovacím procesu. Důležité také je, vyhodnotit technické prostředky a média, jenž má obec pro komunikaci s veřejností k dispozici – např. úřední deska, místní tisk, kabelová televize, internet nebo obecní rozhlas. Rovněž je nezbytné definovat pravomoci tiskového mluvčího, popřípadě tiskového oddělení v rámci obecního úřadu (pokud jsou tyto pozice zřízeny). Aby mohla být nastavená komunikační strategie nanejvýš účinná, měli by ji ctít všichni úředníci i politici, včetně těch opozičních. Z hlediska obce je v rámci verbální komunikace užívané ve veřejném styku důležitá především psaná forma. Ta prakticky umožňuje držet formalizované sdělení pod kontrolou a navíc pomáhá určovat, jaký má být jeho obsah (Heger, 2012, s. 149 – 151).

Pokud jde o komunikaci orgánů veřejné správy (tedy i zástupců měst a obcí), ta hraje zcela zásadní roli ve vytváření a kultivování občanské společnosti. V dnešní době přitom už není prakticky možné vymezovat se při komunikaci s občany jen na internetové stránky či vydávání tiskových správ. Veřejné instituce, obce nevyjímaje, by v přístupu komunikace s občany měly zacházet ještě mnohem dál, a sice oslovovat veřejnost s různými nabídkami veřejných diskuzí a různých participačních projektů. Komunikace obce směrem k občanům by se tak rozhodně neměla vymezovat jen na lineární, tedy jednosměrnou, ale měla by být interakční, tedy obousměrná s cílem zapojení co největšího počtu lidí do správy věcí veřejných. V dané souvislosti přitom není možné operovat například s tím, že veřejnost projevuje většinou pouze minimální zájem o dění v obcích, což má dokazovat jen zanedbatelná účast na veřejných jednáních zastupitelstev. Participace občanů na procesu plánování dalšího rozvoje obce lidem poskytuje pocit seberealizace než jen pouhá účast na jednání zastupitelstva. To zároveň dává možnost veřejným institucím, tedy právě i obcím, tyto projekty či aktivity nejen podněcovat, ale prakticky i řídit (Moderní obec, b. r.). Web Rozvoj obcí (2012) k danému tématu zmiňuje: „Zjišťování názorů obyvatel, průběžná diskuze nad situací v obci, nad

představou o budoucnosti obce i nad cestami, jak těchto představ dosáhnout, jsou nezbytnou součástí procesu plánování.“

Subjekty, které se nejčastěji zapojují do procesu plánování na obecní úrovni, jsou především tyto:

- Občané.
- Obcí zřizované nebo založené organizace (školy, sociální zařízení apod.).
- Významní místní zaměstnavatelé a podnikatelé.
- Významné místní instituce sídlící přímo v obci nebo její blízkosti.
- Neziskové organizace.

Informovanost občanů je jedním ze základních předpokladů občanské participace na veřejném dění a zrovna tak i občanské společnosti (Rozvoj obcí, 2012).

V rámci přístupů v komunikaci místní správy s veřejností pak k významným a stále důležitějším podmínkám kvalitní komunikace patří jednotný vizuální styl, který představuje základ pro veškeré tištěné výstupy opouštějící úřad, ale prakticky i pro vše, čím se daný úřad či obec prezentují navenek v rovině vizuálních sdělení. Jednotný vizuální styl bývá nejčastěji spojován s tištěnými materiály. Měl by se ale rovněž promítat do internetové prezentace obce, orientačních systémů, ale například i dárkových předmětů nebo označení služebních vozidel. Jednoznačný význam takového konceptu spočívá hlavně ve zviditelnění a rychlé identifikaci úřadu jako zřetelného a transparentního komunikačního partnera – přesnější a zřetelnější vymezení druhé strany v dialogu totiž výrazně napomáhá k prohlubování vzájemných vazeb a možností interakcí (Rozvoj obcí, 2012).

#### **1.4.1 Krizová komunikace municipalit**

Speciálním přístupem v komunikaci municipalit je pak komunikace nejrůznějších problémů a krizových situací. Chalupa (2012, s. 112 – 119) shrnuje hlavní zásady krizové komunikace do dvou rovin, a sice skutečně komunikovat, tedy nemlčet, a komunikovat rychle. Prezentování stanovisek veřejnosti by se mělo omezit na tiskového mluvčího, případně pak na představitele samosprávy, tedy starostu obce. Nezávisle na podstatě problému či krize je nezbytné jak vlastní zaměstnance tak i veřejnost ujistit, že jsou podnikány veškeré kroky pro korektní zvládnutí situace. Vhodné je také všechny ujistit, že podobná situace se v budoucnu nebude opakovat a uvést, jaká opatření pro to budou přijata. Důležité při vzniku krize také je, informovat všechny oprávněné strany a instituce, ať už jde o policii, hasiče nebo odborné

orgány státní správy. Je dobré rovněž pamatovat na to, že i přes presumpci nevinny může větší část veřejnosti zaujímat silně nedůvěřivý postoj, a to až do doby, než se podaří krizi definitivně zvládnout. Účinné je přiznání plné odpovědnosti, které by ale mělo být doprovázeno vhodným vyjádřením lítosti. Jakoukoliv odpovědnost za vzniklou situaci je možné odmítnout jen tehdy, že tomu tak skutečně je. V dané situaci je pak vhodné poukázat na skutečného viníka. Z pohledu municipalit je při řešení krizových situací rovněž vhodné vsadit na řízený dialog s médii. Při komunikaci s novináři je nanejvýš vhodné vyjadřovat se jasně, stručně a výstižně. Vhodné rozhodně je, připravit první informace o propuknutí krize v písemné podobě a vydat je jako tiskovou zprávu. Žádoucí je také vyhýbat se jakýmkoliv spekulacím ohledně dalšího vývoje. Případné osobní útoky je vhodné nebrat si osobně.

## 2 FORMY KOMUNIKACE V MÍSTÍ SPRÁVĚ

K informování občanů, zapojení veřejnosti do procesů rozhodování a udržení transparentnosti využívá místní správa většinou několik různých druhů komunikačních kanálů a prostředků, které se mohou vzájemně prolínat a doplňovat, což je ostatně pro zajištění efektivity komunikovaného sdělení nanejvýš žádoucí. V jednoznačném zájmu obce by tak měla být volba takových komunikačních kanálů a prostředků, aby se informace dostaly k co možná největšímu okruhu občanů. Jinak většinou ke komunikaci přistupují malé obce, jinak pak ty větší, které disponují tiskovým mluvčím či celým tiskovým odborem. U obcí, které vyznávají spíše tradičnější přístupy v komunikaci s občany, je častější jednosměrná komunikace například prostřednictvím úřední desky, rozhlasu nebo obecního zpravodaje. Větší obce pak velmi často spoléhají mimo jiné i na sociální média. Daná kapitola se věnuje právě konkrétním komunikačním prostředkům, sleduje jejich výhody a nevýhody.

### 2.1 Úřední deska

Existenci a fungování úřední desky vymezuje správní řád. Úřední deska striktně slouží ke zveřejňování informací, které je obec povinna zveřejňovat na základě informačního zákona. Tento zákon obci především ukládá, aby zveřejnila základní údaje o své činnosti, kam patří např. popis organizační struktury, přehled nejdůležitějších předpisů, podle kterých obec jedná a rozhoduje, dále pak sazebník úhrad za poskytování informací nebo například elektronickou adresu podatelny. Obec je dále oprávněna, nikoliv už ale povinna, zveřejňovat jakékoliv další informace, které vznikly její činností, nebo které se přímo vztahují k její působnosti. Pokud jde o veškeré povinně zveřejňované informace, ty musí obec současně zveřejnit i takovým způsobem, aby byly tzv. dálkově přístupné, tedy přístupné na internetu (SMO ČR, 2022, s. 212).

Preuss (2023) k úřední desce zmiňuje následující: „Hlavním účelem úřední desky je zajištění transparentnosti veřejné správy a umožnění přístupu k informacím všem občanům. Díky úřední desce mají občané například možnost sledovat aktivity svých místních úřadů a podílet se na veřejné správě.“

Úřední deska musí být nepřetržitě přístupná, a to i mimo úřední hodiny příslušného úřadu, tedy po celých 24 hodin. Úřední deska může mít podobu jakési nástěnky, na niž jsou vyvěšovány dokumenty v tištěné podobě, ale může mít rovněž formu digitálního informačního



panelu. V běžné praxi se nestává, že by se obsah fyzické a elektronické úřední desky lišil. Pokud by ale tato situace přeci jen nastala, je žádoucí na tuto nesrovnalost daný úřad upozornit, potažmo zjistit správný stav. Obecná doporučení ale říkají, že by se občané měli při získávání informací řídit především údaji uvedenými na fyzické úřední desce. Drtivá většina dokumentů, kam patří například záměr obce prodat, propachtovat či darovat nemovitost, místo, čas a navržený program připravovaného zasedání obecního zastupitelstva nebo rozhodnutí o pozastavení právního předpisu obce, musí být na úřední desce nejprve vyvěšena po dobu 15 dnů, teprve až poté začínají běžet další zákonné lhůty, například lhůty pro odvolání zainteresovaných subjektů (Preuss, 2023).



Obrázek 2: Příklad možného vzhledu digitální úřední desky.

Zdroj: [www.digitalniurednideska.cz](http://www.digitalniurednideska.cz)

## 2.2 Plakáty – informace i umění v jednom

Plakáty patří po staletí k tradičním a účinným prostředkům komunikace s veřejností. V kontextu dnešní doby a tématu práce je municipality využívají k informování občanů o nejrůznějších akcích. Jejich výhodou je, že mají silný vizuální potenciál a mají tak velkou šanci zaujmout. Ve své nezákladnější podobě je tedy plakát jakousi dočasnou propagací nápadu, produktu nebo události ve veřejném prostoru (Lippert, 2017). Jak zdůrazňuje web Britannica (2024), ať už je propagován produkt či událost, plakát musí kolemjdoucího ihned zaujmout. Neexistuje přitom žádný stanovený způsob, jak toho dosáhnout. Úspěch může pramenit ze stručného vyvedení plakátu, nápaditého designu nebo z přepychové přitažlivosti zdobeného

uměleckého díla. Vzhled a také informační role plakátů se přitom v průběhu doby neustále měnily, aby vyhovovaly měnícím se potřebám a vývoji společnosti. Na sklonku 19. století, v roce 1891, plakát Toulouse-Lautreca nazvaný Moulin Rouge, prakticky povýšil status obyčejného plakátu na výtvarné umění a rozpoutal tím jakési plakátové šílenství. Na základě toho se začaly pořádat nejrůznější výstavy plakátů, plakáty propagující různé zboží a služby vycházely v časopisech a katalogích (International poster gallery, b. r.). Jedním ze stěžejních umělců, který posunul koncept plakátu od pouhého reklamního sdělení k umělecké formě, byl Alfons Mucha (1860 – 1939). Tento Čech žijící ve Francii byl reprezentantem uměleckého stylu nazývaného art nouveau a jeho plakát Gismonda z roku 1894 si získal celosvětový věhlas (Bravic, 2023). Současné plakáty by se daly označit za směsici mnoha různých trendů a technik, které se ale vzájemně prolínají a vytvářejí díla, která si dřívější tvůrci plakátů nemohli dovolit. Díky pokročilým grafickým programům mohou plakáty nabízet propojení moderních technik s kresbou, fotografií či malbou, což pomáhá lépe předávat komunikované sdělení. Funkce plakátu, tedy informování či reklama, je tak dnes velmi často propojena s výtvary se silným, uměleckým a nekomerčním výrazem (Justprint, 2023). Hanušová (2022) pak k plakátu uvádí: „Plakát je svébytným vizuálním komunikačním médiem, které své sdělení vyjadřuje skrze obraz i text. Jelikož obsahuje informace s krátkodobým významem, vychází bezprostředně z aktuálního jazyka, srozumitelného napříč celou společností. Díky tomu často využívá strukturované informace a zjednodušená obrazová schémata zahrnující univerzálně srozumitelná klišé. Přesto plakáty nabízí výpověď o proměnách společnosti a jejího každodenního života. Jsou svědky inovací ve světě módy, techniky a zábavy, ale i hodnot a ideálů společnosti.“



Obrázek 3: Plakát kombinující různé techniky a styly.

Zdroj: město Vracov.

### 2.3 Obecní web

Obecní web je bezesporu důležitým prostředníkem pro posílení informovanosti, komunikace a v neposlední řadě také zajištění transparentnosti místní správy. Web v dnešním pojetí je prakticky multimédium, kdy díky technickým prostředkům dochází k propojování různých druhů obsahu – tedy textového, fotografií, ilustrací nebo například obsahu audiovizuálního. Obecní weby by se měly vyznačovat vysokou profesionalitou, objektivitou a vyvážeností. Pokud jde o objektivitu, informace, která je čitatelům předkládána, by měla jednoznačně odpovídat skutečnosti. Měla by být důsledně oddělena od názorů a podávána nezkresleně. Vyváženost pak představuje to, že když obecní web například prezentuje nějaký spor, je v něm dán stejný prostor všem zainteresovaným stranám. Žádná informace tak nesmí být prezentována pouze z jednoho úhlu pohledu (Bednář, 2011, s. 16, s. 126).

Zřízení obecního webu a jeho průběžná aktualizace je dnes prakticky už nevyhnutelnou samozřejmostí. Ostatně, poměrně významná pozice internetu v rámci komunikace úřadu je zčásti zakotvena i v zákoně o svobodném přístupu k informacím. Webové stránky obcí přitom návštěvníkům, tedy občanům, přinášejí široké spektrum informací – o dané obci či kraji, často webové stránky prezentují volené zastupitele, návštěvníci na nich mají přístup k tiskovým zprávám, fotografiím ze života obce a součástí webových stránek obcí bývá i plnohodnotná úřední deska (Moderní obec, b. r.).

Webové stránky sice mnohdy obsahují různé obrázky, zvukové a obrazové záznamy nebo různé multimediální prvky. Základem je ale relevantní informace v podobě textu. To, s čím přichází návštěvník webu nejdříve do kontaktu a podle čeho posuzuje kvalitu a zajímavost obsahu je právě text. Dobrý napsaný text, ať už jde o informaci z oblasti investic nebo pozvánku na kulturní akci, představuje fundament úspěšného webu. Naopak text, který je nepodařený nebo nese prvky neadekvátního sdělení, dokáže prakticky zničit dojem návštěvníků webu z komunikátu, a to většinou i v případě, že by jen doplňoval exkluzivní a dokonalý videozáznam. Přestože se může v dnešní multimediální době zdát, že úloha textu je v jeho obsahu spíše na ústupu, opak je pravdou. Na tom, jak je či není text kvalitně připraven, prakticky stojí a padá úspěch celého komunikačního média, tedy v daném případě právě webu. Informace, a to zejména ty, jenž mají zpravodajský charakter, by přitom měly být interpretovány v neutrální podobě a měly by být podávány tak, aby byly pro čitatele srozumitelné bez předchozích znalostí věci. Pokud jde o zpravodajský text, ten se řídí následující zásadou:

- Nejzásadnější informace jsou vždy na začátku.
- Méně důležité většinou tvoří střed sdělení.
- Kontext, tedy tzv. background, je vždy na konci.

Použitý jazyk přitom musí být vždy v souladu s publikem, pro které je informace určena. Odborný jazyk s množstvím termínů, které jsou známy jen omezené skupině čtenářů, není pro obecní web žádoucí. Důležitá je také vhodně zvolená délka textu. Weby obecně nabízí oproti tištěným médiím teoreticky neomezený prostor. Přesto zde o určitých omezeních hovořit lze. A jsou to omezení v mnoha ohledech přísnější než v tradičních médiích. Tato omezení nevyplývají z technických parametrů, ale z omezené schopnosti čtenářů soustředit se na předkládaný obsah. Pokud jsou součástí textu multimédia, obrázky, video nebo audiozáznamy, lze je do textu umístit vícero způsoby, které se v praxi mnohdy kombinují. Jde například o umístění do toku textu nebo umístění do galerie. Vhodným doplněním pak bývají různé interaktivní prvky, jako jsou například ankety, pohyblivé obrázky či mapy reagující na činnost návštěvníka webu. Interaktivní prvky by vždy měly být odděleny od textu článku a přehledně označeny. Pokud jde o interaktivní prvky, ani těmi by se přitom nemělo na webu zbytečně plýtvat, například anketa je vhodná vždy jen jedna. Součástí webu pak mohou být i diskuze a další nástroje, které čtenářům webu umožňují zpětnou textovou vazbu. Ty vždy musí být až pod textem a od textu rovněž vždy odděleny. Jedině tak je možno bezpečně zajistit, že si je čtenáři nespletou se samotným komunikátem (Bednář, 2011, s. 105 - 125).



Obrázek 4: Domovská stránka webu města Vracov.

Zdroj: [www.mestovracov.cz](http://www.mestovracov.cz)

## 2.4 Sociální sítě municipalit

Komunikace municipalit s občany prostřednictvím sociálních sítí není v dnešní době už ničím výjimečným. Ba naopak. Cílem měst a obcí, které využívají sociální sítě pro předávání nejrůznějších druhů informací, od zpráv o investicích až po kulturní pozvánky, je nejen rozšiřovat a zatraktivňovat svou komunikaci s informačně zdatnějšími občany, ale především se dostat k mladší generaci občanů. Internet, potažmo právě sociální sítě, umožňují výrazně snižovat náklady na rozrůžňování způsobů komunikace s jednotlivými skupinami občanů. V praxi to znamená, že lze cíleně komunikovat s různými zájmovými skupinami osob, díky čemuž nebudou například kulturní fanoušci zbytečně zatěžováni zprávami pro investory (Moderní obec, b. r.). Chalupa (2012, s. 56) k sociálním sítím uvádí: „Prostředí sociálních médií nabízí ideální půdu pro rychlé šíření zpráv všeho druhu.“

Typickým příkladem hojně rozšířené sociální sítě, kterou využívají pro svou prezentaci a prezentaci svých projektů a akcí právě i obce, je Facebook. Ten sice původně vznikl jako univerzitní seznamovací server v USA, ale postupně byl otevřen široké veřejnosti. Základem tohoto systému je to, že každý z jeho uživatelů má svou stránku. Na ní pak může publikovat novinky a informace, fotografie, videozáznamy, ale například i plánovat události. Jednotliví uživatelé pak mohou své příspěvky, ale i příspěvky ostatních uživatelů sdílet těm, které mají označeny za virtuální přátele. Nespornou výhodou této platformy je to, že její uživatelé spolu mohou komunikovat v reálném čase (Bednář, 2011, s. 194).

Sociální sítě obecně tedy umožňují velmi rychlou obousměrnou komunikaci. Množství uživatelů, které v dnešní době mají, z nich tak dělá výborný komunikační kanál nejen k domácí, ale i přespolní veřejnosti. Na sociální sítě přitom nemá smysl pouze překlápet aktualitu z oficiálního webu obce, ale na místě je například zveřejňování zákulisních informací, diskuze s občany, zjišťování jejich názoru a čerpání zpětné vazby. Profily na sociálních sítích si přitom nezakládají pouze města a obce, ale například i jimi zřizované organizace, jako jsou knihovny, psí útulky nebo třeba hvězdárny (Moderní obec, b. r.). Výhodou sociálních sítí je navíc i to, že mnoho jejich uživatelů je prostřednictvím svých mobilních zařízení připojeno prakticky nepřetržitě. Bednář (2011, s. 195) k tomu konstatuje: „Se sociálními sítěmi se velmi často pracuje tak, že je má uživatel otevřeny „na pozadí“. To fakticky znamená, že jejich stránky jsou k dispozici uživateli trvale a ten jen čas od času zkontroluje, zda se na síti neobjevilo něco nového.“

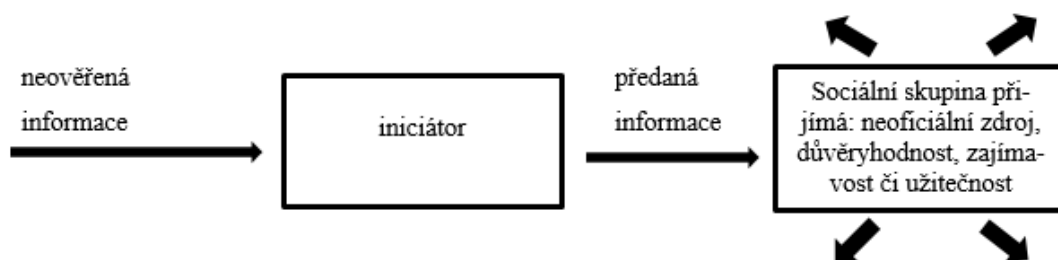
Obsah, kterým města a obce své sociální sítě plní, se různí. Zatímco některým obcím slouží především k propagaci turistických cílů, jinde lze jejich prostřednictvím například nahlásit nepořádek v ulici nebo se anketami zapojit do rozhodování o podobě náměstí. Oficiální profily měst a obcí na sociálních sítích přitom často nejsou jen o líbivých fotkách či videích. Běžným obsahem bývají fotografie zatoulaných zvířat, varování při požáru nebo dopravní nehodě. Díky systému soukromých zpráv si pak často může občan přímo přes profil obce na sociální síti postěžovat na konkrétní situaci, aniž by stěžovatele úředník odbyl s tím, že má ke své stížnosti využít oficiální mail (Kvalikom, 2020).

Komunikace prostřednictvím sociálních sítí přitom vyžaduje právě ze strany municipalit dohled nad případnými diskuzními příspěvky a názory občanů pod zveřejňovaným obsahem. V opačném případě by totiž mohlo docházet (a při nemoderovaných diskuzích, často také dochází) ke zkreslování původního významu zveřejněného obsahu. Typickým projevem živelných komunikačních řetězců, kam sociální síť patří, je fáma. Podstatou fámy je právě významový posun původního sdělení, k němuž dochází v důsledku komunikačních šumů při jejím přenosu do jiného kontextu. Fáma je většinou dále pozměňována subjektivními názory šířitelů, kteří ji, ať už vědomě či nevědomě, přetvářejí k obrazu svému za účelem získání sociální prestiže ve svém okolí. Vznik fámy přitom může být jak spontánní, tak i zcela účelový a je založen na třech předpokladech:

- Zajímavá událost, často intimního charakteru, podpořená účastí veřejně známých osob, politiků a celebrit. Její důležitost bývá mnohdy podtržena tvrzením, že jde o unik utajované informace.
- Příjemci musí fámě věřit. Víra ve fámou může být podpořena nedůvěrou v oficiálně podávané informace.
- Neurčitý, neoficiální, neověřený zdroj, který pochází z druhé či dokonce jiné ruky. Fáma je zde „zaručenou zprávou“ od někoho známého, šířiteli fámy ji sdělili očití svědci, on sám přitom u události ale osobně nebyl.

Fámě mnohem snáze uvěří ten, pro koho je její šíření žádoucí k sebestvrzení vlastní identity a sociálního statusu. Různé druhy fám přitom mohou být pragmaticky využity jako prostředek manipulace. Fáma se většinou velmi těžko vyvrací nebo dementuje. Mnohem efektivnější je jakési „překrytí“ negativní fámy pozitivní „antifámou“. V boji proti fámám se doporučuje zaměstnance, kteří se starají o obsah na sociálních sítích,

průběžně vzdělávat, aby dokázali fámy identifikovat a oddělovat je od pravdy. Při zpochybnění fámy vůči veřejnosti je nezbytné reagovat rychle, nedávat fámě širší prostor, ale například i preventivně hovořit o charakteru a cílech fám (Heger, 2012, s. 172 – 174).



Obrázek 5: Schéma působení fámy.

Zdroj: Heger (2012, s. 183), vlastní zpracování.

## 2.5 Obecní zpravodaje

Územní samosprávné celky, tedy i obce, mají možnost vydávat periodický tisk, kdy podmínky pro jeho vydávání upravuje tiskový zákon. Za periodický tisk se považují noviny, časopisy či jiné tiskoviny, které splňují následující:

- Vychází pod stejným názvem.
- Vychází se stejným žánrovým zaměřením.
- Ve stejné grafické úpravě.
- Vychází nejméně dvakrát ročně (v rámci kalendářního roku).

O vydávání obecních periodik, tedy obecních zpravodajů, rozhoduje rada obce. V obcích, kde není rada zřízena, má tuto pravomoc starosta (FrankBold, 2022).

Obecní zpravodaje, tedy tiskoviny vydávané úřadem, jsou nejenom zdrojem informací autorizovaných příslušným úřadem, ale rovněž často plní i marketingovou a propagační funkci. Mezi občany bývají obecní zpravodaje většinou distribuovány zcela zdarma. A to především z toho důvodu, že prodávaná tiskovina má omezenější dosah. Občan navíc může nabýt dojmu, že si noviny u svého obecního úřadu jakožto daňový poplatník průběžně předplácí. Tiskové zprávy vydávané úřadem jsou určeny především oficiálním zpravodajským médiím,

ale právě díky novinovým zpravodajům vydávaným radnicí se mohou ihned stát součástí oficiální prezentace úřadu a mohou být určeny přímo občanům. Tak může dojít například ke konfrontaci původní správy s jejím výstupem v tisku nebo jiném médiu. Občanovi, který sleduje regionální komerční média a informace předkládané jeho obecním úřadem, jsou předkládána různá fakta a široká škála jejich hodnocení. Informace získané od místního úředního zdroje (právě prostřednictvím obecního zpravodaje) by přitom měla být mnohem důvěryhodnější, protože si ji občan může prakticky kdykoliv přímo na úřadě ověřit. V této souvislosti je nutné zmínit, že místní autority stojící v čele radnice, bývají často považovány za nositele veřejného mínění, tedy opinion leaders. Tyto autority tak nejsou přímo závislé na komerčních médiích, jako je tomu na úrovni sátu či většího regionu. Díky tomu místní politici nemusí cílit na prezentaci v celostátních médiích, obzvláště takových, která primárně pošilávají po bulvárních informacích a katastrofických zprávách. V médiích místního významu, tedy právě i obecních zpravodajích, bulvár v pravém slova smyslu nefunguje, jelikož se aktéři veřejného života většinou s občany osobně znají a jejich působení v obci je viditelné. Obecní zpravodaje, na rozdíl od médií působících v celostátním měřítku, navíc primárně nemají komerční ambice, a proto nemusí být agresivní a spíše doplňují přirozenou informační síť, která je vytvářena místní komunitou (Heger, 2012, s. 193 – 194).

Web FrankBold (2022) v souvislosti s obecními zpravodaji upozorňuje na to, že vydavatelé periodika mají povinnost:

- Poskytovat o obci objektivní a vyvážené informace.
- Poskytovat přiměřený prostor pro uveřejnění názorů zastupitelů na záležitosti, které se dané obce týkají.

Výše uvedené povinnosti mají podle tiskového zákona, konkrétně důvodové zprávy k novele tiskového zákona zabezpečit:

- Eliminaci diskriminace ve zveřejňování informací.
- Posílit zájem na poskytování vyvážených informací.
- Zamezit zneužívání obecních zpravodajů jednou politickou stranou nebo uskupením, které má většinový hlas v zastupitelstvu obce.
- Posílit pluralitu názorů ve veřejné diskuzi.

V daném kontextu je ale nutné zmínit, že tiskový zákon pojmy jako objektivita a vyváženost nijak blíže nespecifikuje. Pokud jde o zpravodajství, informace lze považovat za vyvážené,



jestliže jsou v dostatečném rozsahu rovnoměrně zastoupeny také politické alternativy a názory opozičních zastupitelů. Tiskový zákon přitom sankce pro případ, že není vydavatelem poskytnut v obecním zpravodaji přiměřený prostor pro uveřejnění názorů všech zastupitelů, neřeší. Pokud má opozice pocit, že vydavatel objektivní a vyvážené informace obyvatelům ve zpravodaji neposkytuje, může se obrátit na ministerstvo vnitra. Právě to dohlíží nad výkonem samostatné působnosti obce, kam spadá i pravomoc vydávat obecní periodika. Kvalitně a vyváženě podávané informace v obecním zpravodaji přitom mohou ve vztahu obce k občanovi eliminovat celou řadu problémů a nedorozumění. Heger (2012, s. 195) k tomu konstatuje: „Efektivní komunikace není motivována pouze politicky, snahou ovlivňovat voliče, ale ušetří mnoho času a energie úředníkům a klientům úřadu a může předejít mnohým konfliktům, vznikajícím z nedorozumění nebo neznalosti.“



Obrázek 6: Vracovský zpravodaj vydávaný městem Vracov.

Zdroj: [www.mestovracov.cz](http://www.mestovracov.cz)

## 2.6 Místní (obecní) rozhlas

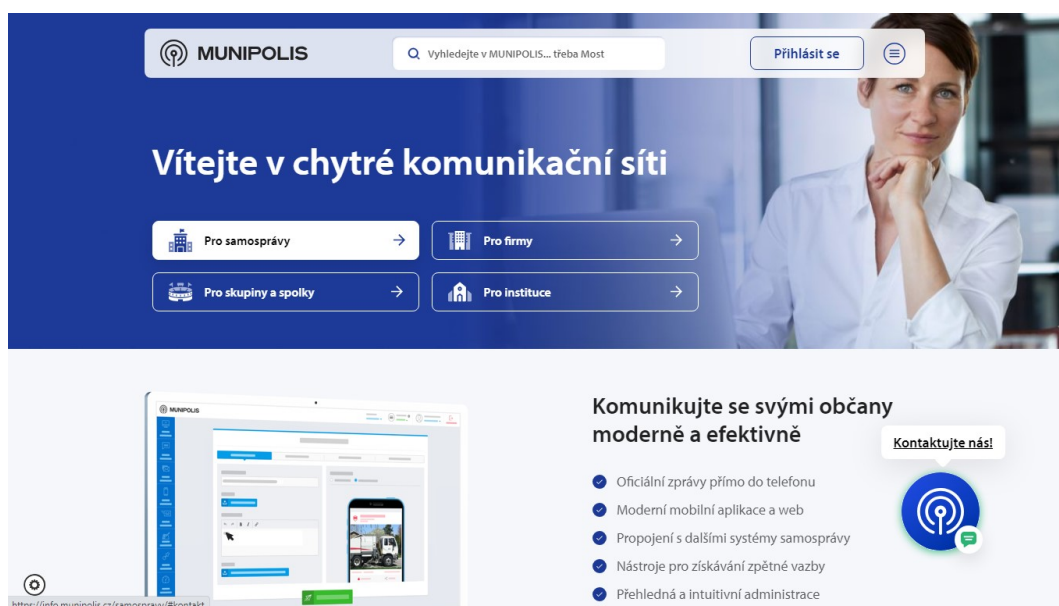
Pokud jde o rozhlas a rozhlasové vysílání, jeho historie sahá do roku 1895, kdy vůbec první vysílání uskutečnil z dočasně zřízené stanice na ostrově Wight italský fyzik Guglielmo Marconi. Vysílání hudby a mluveného slova určené pro masové publikum ale začalo experimentálně až kolem roku 1905, komerčně pak kolem roku 1920 (Harte, 2002, s. 138). Pokud pak jde o místní rozhlas, jak jej známe dnes, ten se vždy uplatňoval jako osvědčené informační a vyznamovací médium, a to nejen v obcích a městech, ale své využití našel například i ve školách, sportovních areálech, obchodech, továrních halách či na letištích. Nespornou výhodou klasického místního rozhlasu je jeho snadná obsluha a především rychlé šíření informací pro širokou masu posluchačů najednou (Satturn, 2013). Přestože v dnešní době internetových médií, televize či sociálních sítí existuje celá řada možností, jak mohou radnice předávat občanům důležité informace, místní rozhlas má mnohde stále své pevné místo. V okresních nebo větších městech se pomocí pouličních amplionů oznamují spíše jen krizová hlášení, v maloměstech a obcích se prostřednictvím místního rozhlasu i v dnešní digitální době stále poměrně spolehlivě šíří nezbytné informace. Hlášení místního rozhlasu, které zahrnuje například informace ze společenské kroniky, upozornění na plánované odstávky energií nebo upozornění na volná pracovní místa, vyhledávají především starší generace občanů (Chudara, 2021).

Platná legislativa sice povinnost mít obecní rozhlas městům a obcím nenařizuje, podle Svazu měst a obcí ČR jej ale drtivá většina ze zhruba šesti tisíc obcí i přesto provozuje. Přesná statistika nicméně neexistuje. Místní rozhlas totiž většinou obce mají jako součást svého varovného systému (Kulíšková, 2015). Jak dále upozorňuje web Satturn (2013), důvodem pro města a obce proč i nadále provozovat klasický rozhlas je to, že dnešní doba umožňuje jeho doplnění o nové moderní technologie. Typickým případem je například situace, kdy je v části města klasický rozhlas, tedy zařízení složené z pouličních amplionů vzájemně propojených kabely, a jeho okrajové části jsou obsluhovány pomocí bezdrátového zařízení. Moderní technologie pak umožňují například selektivní zapínání a vypínání pouze určitých přijímačů a jejich skupin v rámci rozhlasu jako celku nebo vzájemné nastavování hlasitosti jednotlivých přijímačů. Výhodou místního rozhlasu je rovněž to, že jej lze kombinovat s nadstavbovými aplikacemi, které tak prakticky povyšují rozhlas na takzvané místní informační systémy (MIS), a to například integrací GSM modulů pro ovládání rozhlasových ústředěn pomocí telefonu či propojení s vysíláním infokanálov místních kabelových televizí, nebo dokonce přímo realizaci tzv. Informačního výstražného a varovacího systému, který

umožňuje nejen hlášení běžných informací, ale především standardizovaných varovných signálů a tísňových verbálních informací sloužících pro varování obyvatel v krizových situacích jako jsou různé živelné katastrofy, průmyslové havárie nebo například teroristické útoky.

### 2.6.1 Mobilní rozhlas jakožto moderní nadstavba místního rozhlasu

Mobilní rozhlas lze označit za jakousi moderní obdobu klasického místního rozhlasu. Funguje na principu mobilní aplikace, jejímž prostřednictvím jsou zaregistrovaným uživatelům rozesílány oficiální informace ze samospráv, ale například i firem nebo spolků. Aplikace přitom umožňuje propojení s dalšími informačními systémy a její výhodou je možnost okamžitého odesílání uživatelské zpětné vazby (Munipolis, b. r.). Pomocí mobilního rozhlasu je možné kombinovat rozesílku SMS zpráv, hlasových zpráv, e-mailů nebo zpráv do mobilní aplikace. Díky tomu se otevírá prostor pro přímou komunikaci mezi obecním úřadem a občany. Důležitá sdělení tak příjemce zastihnou, ať už se nachází prakticky kdekoliv. Výhodou této služby je i možnost přímého cílení zpráv, kdy je možné informace cílit například podle místa bydliště – informace o odstávce elektrické energie v dané části města či konkrétní ulici, nebo cílit na členy zájmových spolků a volnočasových aktivit. Kromě zpráv z dění v obci, o kulturních a společenských akcích či praktických upozornění na odstávku, havárii nebo čištění ulic lze mobilní rozhlas využít i v případě nejrůznějších krizových situací. Vedení obce tak může občany snadno a rychle varovat před případným nebezpečím (NMPS, b. r.).



Obrázek 7: Službu mobilního rozhlasu nabízí samosprávám společnost Munipolis.

Zdroj: [www.munipolis.cz](http://www.munipolis.cz)

## 2.7 Místní kabelová televize

Jak poznamenává Vala (2008), označení kabelová televize se nejčastěji používá pro komerční účely, kdy se tak označuje technologie přenosu obrazu a dat přes kabelové rozvody, a sice koaxiální kabely a optické kabely. Stejně jako například rozhlas nebo webové stránky využívá vysílání kabelové televize celá řada měst a obcí k šíření důležitých informací mezi své občany, a to prostřednictvím vlastního informačního kanálu. Kabelové televize tak v daném kontextu představují specifický typ televizního vysílání, který je zaměřen především na konkrétní geografické území, většinou tedy příslušnou obec nebo region. Hlavním cílem těchto televizních stanic je stejně jako u ostatních komunikačních kanálů, které využívají místní samosprávy, oslovit místní komunitu, předávat jí důležité informace z dění v obci, podporovat či propagovat místní kulturní a společenské aktivity. V souvislosti se zřízením obecní kabelové televize a jejím vysíláním Heger (2012, s. 193) poznamenává, že díky tomu se úřad prakticky sám stává médiem, kdy je schopen pro okruh svých voličů i pro širší veřejnost vytvářet vlastní pozitivní mediální obraz. Z informační defenzivy tak přechází do pozice aktivního informačního zdroje, který vyhledávají nejen občané jako takoví, ale například i turisté či podnikatelé. Heger (2012, s. 193) v daném kontextu k úřadu jako takovému dále uvádí: „Zbaví se pověsti tajemné černé skříňky, o níž řadoví občané nevědí, co přesně se v jejích útrobách skrytě odehrává.“ Kromě poskytování informací prostřednictvím vysílání, ať už obrazového, textového nebo jejich kombinace, přitom v dnešní době nabízí kabelové televize i další nadstavbové služby. Jednou z nich je možnost připojení vysokorychlostního internetu (Digivysílání, 2019).

### 3 TELEVIZE A TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ

Slovo „televize“ je možné chápat v různých významech a kontextech jinak. Může označovat televizní přístroj jako takový, průmyslové odvětví ale například i klíčový prvek hrající stěžejní roli v naší sociální struktuře a kulturní identitě. Ať už tak či tak, lze televizi považovat za jistý fenomén. Vliv televize a televizního vysílání na společnost je široký. Navíc, s ohledem na technologický pokrok se neustále vyvíjí. Daná kapitola se zabývá vývojem televizního vysílání, stěžejními milníky, ale cílí například i na porovnání digitální a kabelové televize nebo roli kabelové televize, jejího významu v komunikaci s občany, výhod, úskalí nebo limitů z pohledu provozovatele, v daném případě samosprávy.

#### 3.1 Vývoj televize a televizního vysílání v čase

Vynález televizního přenosu stojí podle Bílka (2022) na mnoha předchozích objevech. Obecně ale myšlenku televizního vysílání spojovaly dva fenomény své doby, a sice rozhlas, tj. vysílání a příjem signálu na delší vzdálenost, a kinematografii, tedy pohyblivé obrázky. Jedním ze základů úspěchu se stal tzv. Nipkowův kotouč představený v roce 1884. Ten dokázal naskenovat, přenést, a poté zase znovu promítnout obraz. Dalším zásadním vynálezem pak byla Braunova trubice, a to v roce 1897. Její vylepšená verze je přitom známá dodnes jako katodová trubice. Ta umožňuje relativně přesné směřování proudu částic, které po kontaktu s luminiscenční vrstvou rozsvítí daný bod na televizní obrazovce. Tato technologie přitom vládla světu televizorů až do nástupu plasmových a LED displejů.

Štoll (2011, s. 24) pak k televizi poznamenává: „Princip přenášení elektrických impulsů z vysílače do přijímače, lhostejno za po drátu či vzduchem, se samozřejmě v dynamickém rozvoji techniky přelomu století neustále vylepšoval a zdokonaloval. Jakmile Bell přišel s principem mikrofону a sluchátka, otevřela se cesta k přenosu zvuku a otázka přenosu obrazů na sebe nenechala čekat. Už před polovinou 19. století vynalezl skotský hodinář Alexander Bain, profesor v Aberdeenu, „pantelegraf“ (všetelegraf). Dovedl elektricky snímat a chemicky reprodukovat slova (patent z 27. 5. 1843), a to dokonce na vzdálenost mezi městy.“ Pokud jde o slovo „televize“, jak uvádí Brychta (2017), to vůbec poprvé zaznělo už v roce 1900, kdy koncept televize veřejnosti představil na mezinárodní výstavě Expo v Paříži ruský profesor působící právě ve Francii Konstantin Perski. Vůbec první přístroj nazvaný

„televizor“ byl pak veřejnosti představen v Londýně, a to v roce 1925. Tehdy šlo o mechanickou televizi britského vynálezce Johna Logie Bairda. O tři roky později, tedy v roce 1928, se už Bairdovi podařil přenos televizního signálu ze Spojeného království do Spojených států amerických. Dalším zásadním milníkem pro vývoj televize a televizního vysílání byl rok 1936, kdy byl uskutečněn první televizní přenos z Olympijských her v německém Berlíně. Ve stejném roce byl pak popsán teoretický princip plazmové technologie obrazu. První plazmový televizor ale spatřil světlo světa až o téměř tři desítky let později, konkrétně v roce 1964. Významný pro vývoj televize a televizního vysílání pak byl rok 1946, kdy byla ve Spojených státech amerických představena vůbec první barevná televize. Poté následovalo ještě několik dalších zásadních milníků, a to:

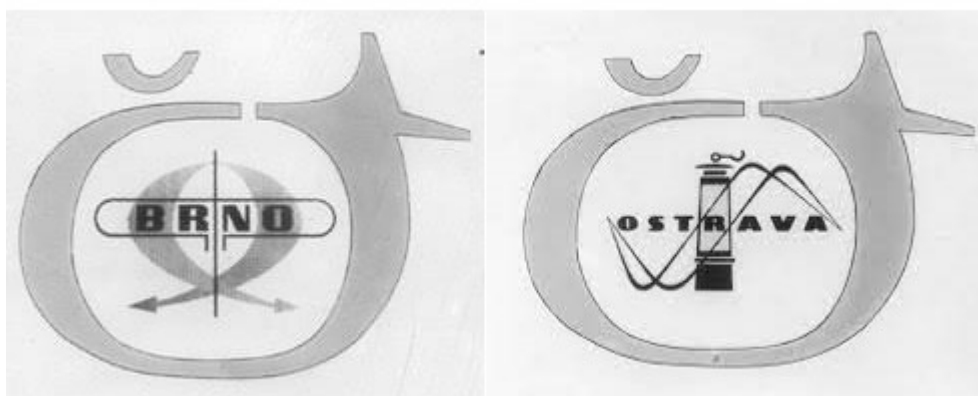
- V roce 1953 bylo v USA realizováno první komerční barevné televizní vysílání.
- V roce 1950 představen první dálkový ovladač, který byl s televizorem propojen kabelem. Bezdrátové ovládání bylo představeno v roce 1956.
- Rok 1965 přinesl první satelitní vysílání na světě, kdy Sonda Mariner 4 vysílala televizní obraz z Marsu.
- V roce 1974 zavedlo BBC novinku v podobě teletextu, který je dodnes součástí všech vyráběných televizorů.
- Rok 1983 je spojen s představením prvního barevného LCD displeje s úhlopříčkou dva palce, a to od společnosti Epson.
- V roce 1993 byl schválen vysílací standard DVB-S pro satelitní digitální vysílání, rok na to DVB-C pro kabelové digitální vysílání a o další rok později pak DVB-T pro pozemní digitální vysílání.

V roce 1997 pak byly uvedeny na trh první set-top boxy, tedy zařízení umožňující příjem digitálního vysílání. Jeden z posledních převratných okamžiků ve vývoji televize a televizního vysílání přinesl rok 2007, kdy byla představena technologie tzv. OLED displejů. Televizory vybavené OLED displeji využívají zobrazovací technologii zvanou Organic Light Emitting Diodes, která umožňuje jasnější zobrazení, vyšší kontrast obrazu, ale například i vyšší obnovovací frekvenci než kterýkoli LCD displej, či výrazně nižší spotřebu elektrické energie (Oled-info, 2023). Sheldon (2013) pak k technologii OLED poznamenává, že jednou z největších nevýhod je ale její cena. Přestože od uvedení na trh poměrně citelně televizory s touto technologií zlevnily, stále jsou o něco dražší než většina v dnešní době jiných využívaných technologií. I přesto se ale tyto televizory poměrně dobře prodávají, a to právě díky vysoké kvalitě obrazu, kterou tato technologie zajišťuje.

### 3.2 Historické milníky televize a televizního vysílání u nás

Jako oficiální začátek televizního vysílání u nás (v tehdejší Československu) je považován datum 1. května 1953. Právě v tento den bylo zahájeno ze studia z Měšťanské besedy v Praze vysílání Československé televize, jenž byla v té době součástí Československého rozhlasu. Neoficiální historie televizorů na našem území ale sahá mnohem hlouběji do minulosti. Koncept televize byl totiž mezi tuzemskými radioamatéry a různými technologickými nadšenci známý prakticky už na konci 20. let minulého století. Od první poloviny 30. let se u nás dokonce objevují jakési první amatérské pokusy o konstrukci vlastních televizních přijímačů. Radioamatéři se na těchto přístrojích snažili zachytit například signály vysílané z Londýna nebo Berlína. Vůbec poprvé byla oficiálně televize v naší republice k vidění v září roku 1934, a to na Pražských vzorkových veletrzích, kde ji představila německá společnost Telefunken. Pokud jde o první v tuzemsku sériově vyráběný televizor, ten byl na trh uveden o několik let později továrnou Radion. Tato televize měla formu stovebnice a vyšla na zhruba 3.500 Kč, což představovalo více než dvojnásobek tehdejší průměrné mzdy vyššího úředníka. K nejnámějším vynálezům ranné fáze televize a televizního vysílání u nás patřil fyzik Jaroslav Šafránek, který mimo jiné vynalezl vůbec první vysílač a přijímač televizního signálu. Rozmach televize a televizního vysílání poté velmi výrazně přibrzdila II. světová válka 1939 – 1945 (Bílek, 2022). Jak připomíná web České televize (2023) po válce byl výzkum obnoven a k dalšímu vývoji pak uvádí: „První pokusné vysílání televize v Československu se konalo 23. 3. 1948 v Tanvaldě, kde skupina vědců Vojenského technického ústavu uskutečnila ukázkou pro veřejnost. Další pokusné televizní vysílání se pak uskutečnilo v roce 1948 v rámci Mezinárodní výstavy rozhlasu MEVRO v Praze.“ Zkušební televizní vysílání ze Studia Praha v Měšťanské Besedě ve Vladislavově ulici bylo zahájeno 1. května 1953 a 25. února 1954 pak bylo prohlášeno za pravidelné (Česká televize, 2023). Ke spuštění televizního vysílání Štoll (2011, s. 124) poznamenává: „Podle výpisu těch, kteří zajišťovali první vysílání, to byli: 0 režisérů, 1 asistent režie, 2 kameramani, 0 střihačů, 1 vedoucí výrobního štábu, 1 malíř pozadí, 1 hospodář, 1 správce budov. A z toho jen čtyři (některé prameny uvádějí tři) byli zaměstnanci Ústředního televizního studia, ostatní byli „zapůjčení“ z ČS. státního filmu.“ Další zajímavou informací pak přidává kolektiv autorů (2001, s. 193): „První studio (oficiální název Československý rozhlas – Televizní studio Praha) bylo umístěno v objektu Měšťanské besedy ve Vladislavově ulici 20 v Praze 1, kde ale zároveň bydlelo v normálních bytech 27 nájemníků. Studio mělo dvě prototypové kamery a jeden filmový snímač 35 mm.“ První televizní vysílač u nás byl situován na rozhlednu na pražském

Petříně. Nejprve televize vysílala jen tři dny v týdnu (v létě dokonce jen dva). V listopadu 1953 se pak počet vysílacích dnů rozšířil na čtyři. V roce 1955 se počet vysílacích dnů rozrostl na šest. Celotýdenní vysílání začalo až o tři roky později, konkrétně od 29. prosince 1958. K dalšímu rozmachu televizního vysílání u nás došlo díky vzniku nových studií. Od 31. prosince 1955 začalo fungovat nové televizní studio v Ostravě, 3. listopadu 1956 v Bratislavě, 6. července 1961 v Brně a 25. února 1962 v Košicích. Paralelně s rozvojem televize začal narůstat také počet diváků. V roce 1962 to bylo milion platících diváků, o tři roky později dva miliony koncesionářů. V prosinci 1969 byla překonána hranice tří milionů a v roce 1978 překročil počet hlášených televizních přijímačů v tuzemských domácnostech čtyři miliony. S rozmachem televize došlo i na výstavbu nových středisek. V šedesátých letech minulého století byla zahájena výstavba střediska v Praze a Bratislavě. Tehdejší vláda navíc rozhodla o vytvoření druhého vysílacího programu (usnesení vlády v roce 1965 a 1967). 17. října roku 1970 byl zahájen provoz v novém televizním středisku na Kavčích horách v Praze, a o několik dní později, konkrétně 26. října, v Mlynské dolině v Bratislavě. Navazující etapy zahrnující rozšiřování výrobních a technických kapacit, které pokračovaly až do konce 70. let, umožňovaly dále zvětšovat rozsah vysílání. Druhý program Československé televize začal vysílat 10. května 1970. O tři roky později bylo na druhém programu zahájeno barevné vysílání. Na prvním programu se ho diváci dočkali začátkem května 1975. Zkraje roku 1979 pak byla v Praze na Kavčích horách zprovozněna nová budova televizního zpravodajství (Česká televize, 2023).



Obrázek 8: Loga televizního studia v Brně (1961) a Ostravě (1955).

Zdroj: [www.ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz)



Československá televize jako taková zanikla k poslednímu prosinci roku 1992 spolu s rozdělením republiky na Česko a Slovensko a nově tak vznikla Česká televize. V danou chvíli přitom v naší republice kromě České televize nebyl žádný jiný provozovatel televizního vysílání. Současně se zánikem Československé televize prakticky došlo k proměně jakéhosi „vládního média“ na médium veřejnoprávní (Česká televize, 2023).



Obrázek 9: Foto nově postaveného komplexu Československé televize na Kavčích horách v Praze z roku 1971.

Zdroj: Wikipedia.

### 3.2.1 Současná situace na tuzemském televizním trhu

Kromě veřejnoprávní České televize působí v současné době na tuzemském mediálním trhu celá řada dalších soukromých televizních společností. Jejich rozmach umožnila už v 90. letech změna zákona. Konkrétně 30. října 1991 byl schválen zákon Federálního shromáždění ČSFR č. 468/1991 o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Tento zákon rozlišoval nově dvě kategorie vysílatelů, a to provozovatele vysílání ze zákona, tedy veřejnoprávní

televizi, a dále pak držitele licence, kam spadají soukromí či komerční provozovatelé televizního nebo rozhlasového vysílání (Česká televize, 2023).

Jak uvádí web Parabola (2023) na trhu volně šířených i placených televizních stanic se v posledních letech situace poměrně výrazně proměnila. Zatímco některé televizní stanice vysílání ukončily nebo vystoupily z oficiálního měření sledovanosti, celá řada nových, především tematicky zaměřených, na trh vstoupila. V současnosti na tuzemském televizním trhu působí 58 televizních stanic, které jsou měřené a prodávají reklamní prostor, a z toho je 36 volně šířených (situace k 31. 5. 2023). Diváci je tak mají možnost sledovat nejen prostřednictvím operátorů placené televize, ale rovněž v rámci digitálního pozemního vysílání i bezplatně. V souvislosti s digitalizací a přechodem na DVB-T2 pak začaly digitální pozemní multiplexy zaplňovat svými kanály komerční televizní skupiny Nova a Prima. Na tuzemský televizní trh s placenými stanicemi v posledních několika málo letech navíc vstoupili i zcela noví hráči jako například mediální skupina Warner Bros, Discovery nebo Canal+.

Průměrný tuzemský konzument televizního vysílání starší 15 let trávil v roce 2022 sledováním televizního vysílání 3 hodiny a 44 minut denně. Týdně si pak televizi pustilo zhruba 83% obyvatel naší republiky starších 15 let (Nielsen-Admosphere, 2023).

### **3.2.2 Digitální, kabelová, internetová televize nebo satelit**

Jak píše web Nielsen-Admosphere (2023), průzkum realizovaný na vzorku minimálně 12 tisících domácností odhalil, že převládajícím způsobem příjmu televizních stanic v České republice je pozemní digitální vysílání. Podle výsledků za rok 2022 využívalo tento způsob 56% televizních domácností. Pokud pak jde o příjem kabelového nebo IPTV, tedy internetového, vysílání, tady průzkum odhalil 37% českých domácností. Třetí příčku obsadilo satelitní, a to s 18%.

Pokud jde o pozemní digitální vysílání, aktuálně označované jako DVB-T2 (druhé generace), jeho jednoznačnou výhodou je široké pokrytí a příjem zdarma (kromě koncesionářských poplatků placených veřejnoprávní České televizi). DVB-T2 navíc nabízí i tzv. HbbTV, tedy hybridní vysílání. Chytré televizory umožňující připojení k internetu tak prostřednictvím červeného tlačítka na dálkovém ovladači zajistí divákovi vstoupit do internetového archivu pořadů jednotlivých televizních stanic a filmoték. Ve verzi HbbTV 2.0 je také možné například nakupovat v e-shopech přes televizní obrazovku. Divák se tak prakticky dostane k obdobným službám, které dnes nabízí zpoplatněné IPTV. Největším soupeřem digitální televize je satelit. Satelitní vysílání dnes pokrývá prakticky celou Českou republiku.

Pro příjem satelitní televize je ale nezbytný vhodný televizor nebo set-top-box se satelitním tunerem a rovněž satelitní anténa, tzv. parabola, která však může zasahovat do estetiky domu a v chráněných památkových zónách je navíc s jejich umístěním na domy problém. Satelitní televize pak zpravidla vyžaduje poplatek při registraci mezi zákazníky dané satelitní služby, případně poplatek za její aktivaci. Další poplatky jsou pak za příjem signálu zákazníkovi účtovány v pravidelných intervalech, nejčastěji měsíčních.

Zřejmě největší nevýhodou kabelové televize, označované jako DVB-C, je omezený dosah. Kabelová televize je totiž závislá na rozvětvenosti kabelové sítě konkrétního operátora a základním předpokladem pro její využití je pak dostupnost kabelové přípojky v daném domě či objektu. Její výhodou je naopak možnost kombinace příjmu televizních programů a vysokorychlostního připojení k internetu a také skutečnost, že nabízí programy v HD kvalitě. Stejně jako v případě satelitu, i za příjem kabelové televize se operátorovi platí pravidelné, nejčastěji měsíční, poplatky. K nim si navíc musí divák ještě připočítat koncesionářský poplatek České televizi. Tzv. internetová televize označovaná jako IPTV představuje nejmodernější interaktivní televizní platformu umožňující přehrávání jednotlivých programů a jejich nabídek až několik dní zpětně. Dokáže divákovi nabídnout kombinaci lineárních kanálů s video obsahem z televizních archivů či videopůjčoven, ale například nabízí i sportovní přenosy s možností výběru kamer. Stejně jako u satelitu a kabelové televize jde ale o placenou službu, která je navíc limitovaná kvalitním připojením k internetu, což může být především v odlehlých regionech či na periferiích velkých měst problém. Také u internetové televize musí divák počítat s tím, že v pravidelných měsíčních poplatcích není započten koncesionářský poplatek hrazený veřejnoprávnímu médiu, tedy České televizi (Potůček, 2018).

### 3.3 Městská kabelová televize

Princip fungování městské (obecní či místní) kabelové televize ve smyslu komunikačního kanálu (médiu) samosprávy směrem k občanům, jakožto i její charakteristiku a význam v předávání informací širokým masám osob, tedy obyvatelům dané obce, blíže popisuje kapitola 2.7.

### 3.3.1 Výhody a nevýhody městského televizního infokanálu

Obecně vzato, televizní vysílání zahrnuje mnoho výhod ale i nevýhod, a to ať už z pohledu provozovatele či běžného konzumenta obsahu, tedy diváka. A stejné je to i u lokálního televizního vysílání. Pokud jde o pozitiva, tak jednoznačnou výhodou televizního vysílání je to, že ho lze považovat za nejsilnější komunikační prostředek. Prostřednictvím televizní obrazovky je možné zajistit rychlý zásah široké veřejnosti. Divákovi rovněž přináší vizuální i zvukový efekt zároveň, z čehož vyplývá vysoká míra zapamatovatelnosti předkládaného obsahu. Televizní vysílání umožňuje přesné cílení podle typu vysílaného programu či reportáže, což u lokálního vysílání může zajistit oslovení i velmi minoritních skupin. Nespornou výhodou je rovněž možnost emocionálního působení na diváka. Televizní vysílání rovněž umožňuje silnou odezvu diváků v závislosti na odvysílaném tématu a v neposlední řadě je i výborným prostředkem pro propagaci, ať už jde o komerční sdělení či nejrůznější pozvánky na společenské, kulturní či sportovní akce pořádané obcí.

Na druhé straně se televizní vysílání, lokální nevyjímaje, pojí i s celou řadou nevýhod. Tou největší jsou bezesporu vysoké náklady na samotný provoz, popřípadě na tvorbu konkrétního obsahu. Další značnou nevýhodou je nepružný systém, kdy je obsah plánován a vytvářen většinou s větším časovým předstihem (v případě, že nejde o živé vysílání) a pokud je do vysílání nasazena reportáž, spot nebo reklamní sdělení a dojde k náhlé změně skutečností, pak je prakticky nemožné na toto okamžitě reagovat (Ipodnikatel, 2020).

### 3.3.2 Postavení lokálního televizního vysílání v kontextu dnešní doby

V době digitálního vysílání a pestré nabídky online médií by se na první pohled mohlo zdát, že městské (obecní) kabelové televize a infokanály ztrácí své opodstatnění. Opak je ovšem pravdou. Jedním z hlavních a nejdůležitějších úkolů těchto médií je přinášet divákům takové informace a události, které jsou podstatné pro kvalitu života v tom daném městě případně regionu. Právě v tom spočívá podstata existence těchto médií a jejich přínos pro diváky, respektive postavení v kontextu dnešní doby. Zájem o tento typ média (programu) přitom závisí hlavně na struktuře nabízeného obsahu. Zde tedy jednoznačně platí přímá úměra, a to čím je program více do hloubky orientovaný na místní komunitu, spolky a sdružení, tím je zájem ze strany místních diváků větší. Individuální rozvoj a kvalita nabízeného obsahu u těchto typů médií ale velmi často jde ruku v ruce s ekonomickými a politickými podmín-

kami, tedy vůli vrcholných představitelů samosprávy, kteří jsou aktuálně ve vedení municipalit do jejich rozvoje investovat a dbát na kvalitu nabízeného obsahu (Bednařík, Čulík, Dóczy, Gajdoš, Hlavica a kolektiv autorů, 2015, s. 173 – 174).

### 3.3.3 Role nabízeného obsahu

Městské (obecní) kabelové televize někdy taky označované jako infokanály mají, stejně jako jiná obecní periodika, limity v nabízeném obsahu. Ten se většinou vymezuje pouze na informace z daného místa či regionu, informace ze samosprávy a pro nezainteresovaného diváka či posluchače tak nemají příliš valný význam. Na druhou stranu lokální média sehrávají co do nabízeného obsahu zcela zásadní roli. Vystupují totiž jako důležitý regulátor kulturního a společenského života, a to zejména z toho důvodu, že významnou měrou, a to právě díky místně orientovanému obsahu, přispívají k uchování kulturních tradic a pocitu příslušnosti k danému místu, lokalitě či regionu. Tato média se tak stávají důležitým faktorem regionálního rozvoje. Jsou schopny zprostředkovávat jak všeobecné informace o místním dění, ale například i ekonomické situaci daného města či obce, regionu, politických rozhodnutích místního významu nebo například ekologických problémech. Tato lokální média je proto nezbytné vnímat jako jakési tvůrce myšlení o regionu či konkrétním místě. Pokud ale mají tato média prostřednictvím nabízeného obsahu plnit své poslání, musí se snažit zachovávat demokratickou tvář, zapojovat co největší počet obyvatel do správy věcí veřejných a musí se snažit podporovat lokální kulturní identitu (Bednařík, Čulík, Dóczy, Gajdoš, Hlavica a kolektiv autorů, 2015, s. 174).

### 3.3.4 Právní a regulační aspekty

Licenci k provozování rozhlasového a televizního vysílání, městské či obecní kabelové televize nevyjímaje, uděluje Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen RRTV), a to na základě zákona 231/2001 Sb. RRTV rovněž dohlíží na dodržování právních předpisů v oblasti rozhlasového a televizního vysílání. Zároveň je také dozorujícím orgánem při plnění podmínek, které stanovuje rozhodnutí o udělení vysílací licence. Zákon 231/2001 Sb. rovněž reguluje vysílaný obsah, kdy mimo jiné ukládá provozovateli vysílání poskytovat objektivní a vyvážené informace, které jsou nezbytné pro svobodné vytváření názorů diváků. Pokud jde o zpravodajské a politicko-publicistické pořady, tady RRTV dohlíží na to, aby provozovatel vysílání zajistil objektivitu a vyváženost, aby například nebyla v rámci vysílaného programu jednostranně zvýhodněna některá politická strana či hnutí. Ze zákona je pak provozovatel vysílání povinen sestavovat program tak, aby v něm poskytoval vyváženou nabídku

pro všechny obyvatele se zřetelem na jejich věk, pohlaví, ale také barvu pleti, náboženské vyznání nebo národnostní či etický původ. Příslušný zákon rovněž reguluje vysílání reklamního sdělení a teleshoppingu (Zákony pro lidi, 2023).

RRTV, jakožto ústřední orgán státní správy, dohlíží na dodržování právních předpisů v oblasti vysílání a podmínek, které jsou stanoveny v rozhodnutí o udělení licence, monitoruje obsah rozhlasového a televizního vysílání a v případě porušení licenčních podmínek vydává za tato porušení sankce. RRTV má oprávnění nejen udělovat či měnit licenci k provozování vysílání, ale rovněž ji při porušení podmínek i odejmout (RRTV, 2023).

### 3.3.5 Rizika spojená s provozováním městského infokanálu

Z pohledu města je provozování vlastního televizního infokanálu, v daném kontextu tedy městské či obecní kabelové televize, spojeno s celou řadou rizik. Jde například o rizika spojená s finančními investicemi do vybavení redakce nebo na výrobu nabízeného obsahu. Rovněž nelze nezmínit náklady na odpovídající personální zajištění či rizika spojená s veřejnou odpovědností vládnoucí politické garnitury. Jak blíže popisuje kapitola 2.7, městská kabelová televize slouží především jako prostředek samospráv k oslovování místní komunity a předávání zásadních informací o dění v daném městě či obci. I přesto, že jde o vysoce specifický obsah, na kterém bývají často obyvatelé ze zřejmých důvodů více či méně zainteresováni, představuje další významné riziko z pohledu města a provozu vlastního televizního vysílání konkurence v podobě celoplošných stanic. Podle průzkumu společnosti Nielsen-Admosphere došlo na českém televizním trhu v uplynulých deseti letech k zcela zásadní proměně, kdy se markantně rozšířil počet televizních stanic, které má možnost divák sledovat, a to včetně různě tematicky zaměřených, které svým specifickým obsahem mají velký potenciál mnohdy oslovit konkrétní diváky. Téměř polovina tuzemských domácností přijímá 26 až 50 televizních stanic a skoro 30% dokonce více než 50. Bezmála čtyři pětiny českých domácností tedy přijímají 26 a více stanic, zatímco ještě před zhruba deseti lety to bylo jen něco málo přes jednu pětinu tuzemských televizních domácností. Pod tímto výrazným nárůstem jsou podepsány dva hlavní faktory, a to přechod z analogového na digitální vysílání, a dále pak zvýšení zájmu o placenou televizi. Výrazný nárůst televizních stanic, které má možnost tuzemský divák sledovat, tak v posledních deseti letech vedl k roztržitému sledovanosti, a tím pádem i celého televizního trhu. Díky tomu mají diváci mnohem širší výběr a čas strávený u televizní obrazovky tak mnohem striktněji dělí mezi více televizních stanic, které jim nabízí zájmově blízký a atraktivní obsah (Müller, 2021, a).

### 3.3.6 Televize jako prostředek budování značky

Jak na webu atmedia.cz uvádí Müller (2021, b), televizi sice v posledních letech výrazně narostla konkurence, a to jak v podobě nejrozličnějších online platforem, sociálních sítí či placeného obsahu, stále si ale mezi médii udržuje vedoucí pozici. Z času, který Češi věnují konzumaci médií, připadá na televizi hned 44%, tedy nejvíce. Tuzemský divák přitom televizní obrazovku sleduje přibližně tři a půl hodiny denně, což je zhruba o dvacet minut více, než tomu bylo před deseti lety. Z daného tedy vyplývá, že dosah a potažmo i vliv televizního vysílání je na diváka značný. Právě z této skutečnosti tak mohou čerpat i města a obce, která provozují svůj vlastní infokanál – kabelovou televizi, která má potenciál vytvářet příznivý mediální obraz na konkrétní municipality, jak je blíže popsáno v kapitole 2.7.

## 4 METODIKA PRÁCE

Daná kapitola se už konkrétně soustředí na Vracovskou kabelovou televizi, tedy jeden ze stěžejních informačních kanálů města Vracova, jejíž prostřednictvím jsou občanům tohoto města předávány důležité informace týkající se jak samosprávy, tak společenského a kulturního dění, ale například i oblasti sportu. Navazující praktická část práce se zabývá možnostmi dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize, a to jak po stránce personální, technické, tak i obsahové. Rozebírány jsou zde výzkumné metody, jakož i druhy výzkumných dat, kdy jsou představeny jejich výhody a nevýhody a rovněž možná rizika.

### 4.1 Identifikace problému

Informovaný občan je spokojený občan. Fungování Vracovské kabelové televize generuje ročně náklady v řádech vyšších stovek tisíc korun. Ať už jde o prostředky, které jsou ze strany města vynaloženy na platy zaměstnanců, tvorbu obsahu či technologické vybavení štábu, potažmo redakce. I přesto, že se vedení města právě i prostřednictvím nemalých investic snaží, aby tento komunikační kanál byl jakousi „výstavní skříň“, zdaleka ne všechny domácnosti ve městě mají městský infokanál připojen. Předmětem výzkumu tak je definovat současné postavení a limity Vracovské kabelové televize a v návaznosti na to pojmenovat možnosti vedoucí ke zvýšení atraktivity nabízeného obsahu, což by mohlo vést právě k většímu zájmu o toto sdělovací médium ze strany občanů města.

### 4.2 Analýza současné situace

Analýza současné situace vyplývá především z informací získaných od občanů města, a to na základě běžných sociálních kontaktů. Město Vracov, které má v současné době téměř 4600 obyvatel, provozuje vlastní kabelovou televizi (infokanál) už více než dvacet let. Za tuto dobu se nicméně struktura vysílání a obsahová stránka prakticky nijak výrazně neproměnila. V obrazovém vysílání nejsou zakotveny pravidelné rubriky a znělky, reportáže mají kolísavou úroveň, často se tematicky opakují a celkový vizuál prakticky nekoresponduje se současnými moderními trendy.



### 4.3 Cíl výzkumného šetření

Například Tahal (2022, s. 22) uvádí, že výzkumný cíl popisuje, na co má marketingový výzkum odpovědět. Může přitom jít pouze o jedinou zásadní a obecnou otázku, ale například i o sérii několika spolu souvisejících otázek. Cílem výzkumného šetření v daném konkrétním případě je odpovědět na to, jaké limity aktuálně zamezují dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize a rovněž definovat programové prvky, které jsou stěžejní pro diváky televize.

### 4.4 Výzkumné otázky

Praktická část této diplomové práce se věnuje hledání konkrétních odpovědí na následující výzkumné otázky:

**VO1:** V čem aktuálně spočívají hlavní limity zamezující dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize z pohledu členů redakce?

**VO2:** Jaké obsahové prvky jsou pro diváky Vracovské kabelové televize stěžejní, vyhovuje jim současný formát obrazového vysílání?

**VO3:** Jaké typy reportáží diváci ve vysílání Vracovské kabelové televize aktuálně zcela postrádají?

### 4.5 Účel výzkumného šetření

Účelem šetření je zjistit, jestli je v možnostech aktuálního personálního obsazení redakce a technologického vybavení Vracovské kabelové televize produkovat kvalitní a divácky atraktivní obsah tak, aby byla Vracovská kabelová televize ze strany obyvatel města na základě jejich preferencí zcela jednoznačně vnímána jakožto relevantní a zároveň vyhledávaný zdroj informací z místa svého bydliště, tedy právě města Vracova.

### 4.6 Objekt výzkumného šetření

Tuto oblast je s ohledem na zaměření daného šetření a výše popsané výzkumné otázky nezbytné řešit ve dvou základních rovinách. První postihuje zaměstnance města Vracova, kon-

krétně pracovníky Vracovské kabelové televize, kam patří dva redaktoři a kameraman/střiháč. Druhou jsou pak obyvatelé města Vracova, tedy konzumenti obsahu, jenž Vracovská kabelová televize nabízí. Zde je však nezbytné zdůraznit, že právě s ohledem na to, že do výzkumného šetření mohou být zapojeni pouze obyvatelé města, je celkový potenciální okruh participantů výrazně omezen. Z tohoto důvodu je minimální počet těch, kteří se do šetření zapojí, aby byla zajištěna jeho relevantnost, stanoven na 150. Samozřejmě zde platí, čím více, tím lépe.

## 4.7 Výzkum

K výzkumu Kotler a Armstrong (2004, s. 227) poznamenávají, že jeho obsahem je systematické plánování, shromažďování, analýza a následné vyhodnocování získaných dat, které jsou nezbytné pro optimální řešení konkrétních problémů. Pomocí marketingového výzkumu je tedy možné najít definici toho, kdo jsou naši zákazníci (popřípadě zaměstnanci), jaké zastávají hodnoty, co preferují či jak reagují na nejrůznější situace. Výzkumný proces lze přitom rozdělit do čtyř základních kroků:

- definice problémů a cílů výzkumu.
- příprava výzkumu a navržení vhodných výzkumných metod.
- shromažďování a analýza dat.
- prezentace výsledků výzkumného šetření.

Podle Tahala (2022, s. 15 - 21) na metodicky správné realizaci výzkumu, a rovněž kvalitě vstupních dat, závisí výsledek výzkumného projektu. Pokud jsou tedy data metodicky sesbírána špatně, pak statická i obsahová analýza bude poznamenána nepřesnými informacemi. V rámci výzkumu je nezbytné dbát na to, že sběr vstupních dat je fáze výzkumu, kterou lze jen obtížně opakovat, a to z časového i finančního hlediska. Je tedy nezbytné postupovat precizně a přípravě věnovat maximální úsilí. Pokud by byly v rámci výzkumu nevhodně naformulované výzkumné otázky, pokud by byli nevhodně vybráni respondenti, tedy důvěryhodné a kvalitní zdroje informací, odrazí se to zcela jistě v chybných datech a tyto chyby je prakticky nemožné později eliminovat.

#### 4.7.1 Druhy výzkumných dat a metody jejich sběru

Data lze charakterizovat jako záznamy čísel, slov, zvuků nebo obrazů, které je možné ukládat a přenášet. Chápat je lze jako kvalitativní nebo kvantitativní proměnné s potenciálem je dále rozvinout do myšlenek nebo analytických výstupů. Jedno ze základních členění dat dělí data na primární a sekundární. Pokud jde o sekundární data, to jsou data, která už existovala před započítáním konkrétního výzkumu. V rámci marketingového výzkumu tak obvykle bývají rychlejší a ekonomičtější variantou, jak získat základní orientaci v dané problematice. Zároveň však nemusí být pravidlem, že úplně přesně odpovídají cílům výzkumu. Sekundární data lze získat jak z externích, tak i z interních zdrojů. Pokud jde o zdroje externí, sem řadíme například data z výročních zpráv, obchodního rejstříku nebo různých odvětvových reportů a statistik. Interní zdroje jsou už existující různé zdroje z databáze firmy, například evidence tržeb, informace o zákaznících nebo reklamaci. Sběr těchto dat tedy většinou není nákladný ani časově náročný.

Oproti tomu primární data jsou veškerá data, která jsou získána jako nová za účelem konkrétního výzkumu. Jednoznačnou výhodou primárních dat je jejich aktuálnost, originalita a přesný formát pro potřeby konkrétního výzkumu. Právě díky originalitě primárních dat je prakticky vyloučena konfliktní situace, která by mohla vzniknout na základě nesprávné citace nebo neoprávněného použití (jako by tomu mohlo být u dat již existujících, tedy sekundárních). Nevýhodou primárních dat je však to, že jejich sběr je ve srovnání s vyhledáváním dat sekundárních většinou časově i finančně náročnější. Podle způsobu vzniku lze pak data rozčlenit na „tvrdá“ a „měkká“. Tvrdá data jsou obvykle pořizována automatizovaným záznamem transakcí a jevů, zatímco měkká data vyjadřují subjektivní názory, mínění, pocity či postoje jednotlivců a jsou závislá na konkrétní situaci. Většinou bývají kvalitativní povahy (Tahal, 2022, s. 27 - 31). Primární data se shromažďují nejčastěji pomocí metod pozorování, dotazování a experimentu. Metoda dotazování je nejčastěji využívanou při sběru primárních dat (Kotler, Armstrong, 2004, s. 234).

#### 4.7.2 Kvalitativní marketingový výzkum

Cílem kvalitativních metod výzkumu je porozumět způsobu rozhodování participantů a jejich myšlenkovým pochodům, které toto rozhodování doprovází. Je důležité porozumět motivátorům případně bariérám, pozitivním i negativním asociacím, jenž se pojí k předmětu výzkumu, které ovlivňují to, jestli si člověk daný produkt nebo službu koupí, případně jestli upřednostní nabídku od konkurenčního výrobce či poskytovatele služby. U kvalitativního

výzkumu mají data formu výroků respondentů a přináší odpovědi na otázky „proč?“ nebo „jak?“. Kvalitativní výzkum se odehrává ve formě rozhovoru výzkumníka s jednotlivci nebo menšími skupinami osob. Rozhovor bývá většinou strukturovaný, tedy vedený na základě předem připraveného scénáře, nebo polostrukturovaný, kdy má moderátor možnost improvizovat a reagovat na přicházející podněty. U kvalitativního výzkumu se rovněž zaznamenávají také emoční náboj a neverbální reakce, které respondenti do diskuze vkládají (Tahal, 2022, s. 43).

Objektem kvalitativního výzkumu jsou v daném případě zaměstnanci města Vracova, konkrétně Vracovské kabelové televize, tedy dva redaktori a kameraman/střihač. Výzkum je zde řešen prostřednictvím osobních polostrukturovaných rozhovorů, a sice pro hledání odpovědi na výzkumnou otázku VO1.

#### 4.7.3 Kvantitativní marketingový výzkum

Pokud jde o kvantitativní výzkum, ten hledá odpovědi na otázku „kolik?“ nebo „jak často?“ a jeho výstupem tak jsou zejména číselná data (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 158). Tahal (2022, s. 56) ke kvantitativnímu výzkumu dodává: „Výstupem jsou nejčastěji grafy a tabulky, které přináší informace o zastoupení sledovaného jevu nebo názoru v cílové populaci. Výstupy se prezentují buď formou absolutní četnosti (přesný počet lidí nebo jednotek, jež vykazují nebo deklarují daný rys, nebo způsob chování) nebo častěji formou relativní četnosti (což je vyjádření v procentech). Kvantitativní výzkum může pro sběr dat používat pozorování, například fyzicky sčítáme počet lidí nebo dopravních prostředků, které projedou vymezenou lokalitou.“

Pomocí kvantitativního výzkumu je hledána odpověď na výzkumné otázky VO2 a VO3. Konkrétně prostřednictvím dotazníkového šetření vytvořeného na platformě Survio a rozeslaného obyvatelům města službou Munipolis – Mobilní rozhlas, kterou město Vracov aktivně využívá a kdy je k této službě momentálně přihlášeno zhruba 1200 místních občanů. Mezi další možnosti pro připojení k dotazníkovému šetření patří oficiální facebookový profil města „Vracov žije“ a oficiální web města Vracov. Prostřednictvím těchto cest je tedy možné realizovat dotazníkové šetření mezi občany města, kdy kromě otázek týkajících se zjišťování vnímání kvality a úrovně obsahu Vracovské kabelové televize a požadavků na obsah, je možno rovněž shromáždit informace o konzumentech obsahu, tedy jejich věk, pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání a podobně.

#### 4.7.4 Obsahová analýza

Zásadním předpokladem pro konstrukci konkrétního dotazníku, jak je blíže popsáno v kapitole 4.7.3, je nejprve detailní obsahová analýza programu Vracovské kabelové televize. Petrusek (2018) k obsahové analýze uvádí, že jde o výzkumnou techniku, která má za cíl objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu informačního sdělení. Právě díky této obsahové analýze bude možné identifikovat výchozí situaci týkající se programu Vracovské kabelové televize, a tím pádem dotazníkové šetření vhodně nasměrovat.

### 4.8 Časová osa a rozpočet

Pokud jde o časovou dotaci na daný výzkum, tady je prvním nezbytným krokem jasně definovat technické možnosti a případná úskalí daného šetření. Toto lze označit na přípravnou fázi realizovanou v měsíci prosinci 2023. Konkrétní šetření, a to jak kvalitativní, tak i kvantitativní metodou sběru dat: leden 2024. Kvalitativní šetření zahrnuje osobní polostrukturované rozhovory se zaměstnanci Vracovské kabelové televize, šetření kvantitativní pak anonymní dotazník rozeslaný prostřednictvím služby Munipolis – Mobilní rozhlas obyvatelům města Vracova. Únor 2024: analýza sesbíraných dat. Březen 2024: interpretace konkrétních výstupů výzkumného šetření.

K vyčíslení nákladů na zkoumání dané problematiky je možno vycházet z člověkodne s tím, že kvalitativní výzkum je realizován právě jednou osobou v jednom dni. Pokud jde o částku na jeden člověkodne, tady je možné kalkulovat se sumou 2.200 Kč, která vychází z průměrné měsíční mzdy v ČR (42.249 Kč k 30. 11. 2023). Kvantitativní šetření je realizováno prostřednictvím online dotazníku rozeslaného obyvatelům města pomocí služby Munipolis – Mobilní rozhlas, kterou město Vracov aktivně již několik let využívá. V rámci této aplikace je možné vytvořit libovolný dotazník zdarma. Tímto tedy odpadají náklady na technické řešení dotazníku. Samotná tvorba dotazníku včetně jeho rozeslání respondentům je pak otázkou jednoho pracovního dne, což opět představuje sumu 2.200 Kč. Časová dotace pro vyhodnocení a interpretaci dat představuje pět pracovních dnů, tedy částku 11.000 Kč. Celkové náklady na výzkum tak představuje 15.400 Kč. Zde je však nezbytné zmínit skutečnost, že od prvopočátku bylo kalkulováno s tím, že výzkum nebude realizován za úplatu. Reálné náklady jsou proto nulové.

## 4.9 Rizika výzkumu

Výzkumné šetření týkající se Vracovské kabelové televize jakožto stěžejního komunikačního média města Vracov je realizováno ve dvou rovinách, a sice se samotnými zaměstnanci televize a dále pak s konzumenty nabízeného obsahu, tedy diváky. Pokud jde o zaměstnance, tady je využita metoda kvalitativního šetření prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů. Toto může představovat i rizika ve smyslu zkreslených zjištění, kdy participanti mohou na kladené otázky odpovídat vyhýbavě, nepravdivě nebo jen částečně. Odpovědi participantů navíc mohou být ovlivněny i jejich aktuálním psychickým rozpoložením, zdravotním stavem nebo různými externími faktory jako je například okolní prostředí, ruchy a podobně. V případě konzumentů obsahu nabízeného Vracovskou kabelovou televizí je využita metoda kvantitativního šetření prostřednictvím online dotazníků. Také tato metoda skýtá možná rizika v podobě zkreslených výstupů. Respondenti mohou například odpovídat na otázky uvedené v dotazníku nepravdivě nebo dokonce nemusí dotazník vyplnit vůbec.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE

Praktická část diplomové práce se soustředí na konkrétní možnosti dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize, tedy stěžejního komunikačního média města Vracova. Na danou tematiku je zde pohlíženo v několika rovinách. Tou první je obsahová analýza, kdy bylo analyzováno vysílací schéma a program, a to pro detailní vhled do současného vysílacího formátu. Pomocí kvalitativního šetření, konkrétně formou polostrukturovaných osobních rozhovorů se zaměstnanci Vracovské kabelové televize, jsou pak hledány odpovědi na výzkumnou otázku VO1, a sice v čem z jejich pohledu aktuálně tkví hlavní limity zamezující dalšímu rozvoji televize. Poslední rovinou je kvantitativní šetření prostřednictvím dotazníků vytvořených na platformě Survio a rozeslaných obyvatelům města službou Munipolis – mobilní rozhlas, zveřejněných na webu a Facebooku města s ohledem na získání odpovědí na VO2 a VO3, tedy jaké obsahové prvky považují ve vysílání za stěžejní a čím by chtěli obsah obohatit. Na základě propojení výsledků výše zmiňovaných šetření jsou pak formulovány dílčí závěry, celkový závěr a projektová část, a to právě s ohledem na zaměření práce.

### 5.1 Město Vracov

Město Vracov, kde v současné době žije přibližně 4600 obyvatel, se nachází v rovinaté krajině mezi Kyjovem a Strážnicí. Ze severní strany, kde krajina pozvolna stoupá, se na jižních svazích pěstuje vinná réva, z jižní části je pak město obklopeno rozsáhlým lesem zvaným Doubrava. Západně od Vracova se nachází poměrně rozsáhlé jezero Rašelina. Oficiálně byl Vracov povýšen na město v roce 1967 (Město Vracov, 2024, a). Publikace Vracov padesát let městem 1967 – 2017 (2017, s. 7) pak k charakteristice Vracova uvádí: „Vracovský katastr je druhý největší v hodonínském okrese a dosahuje až k řece Moravě. Vlárská dráha, podobně jako hlavní komunikace, silnice 54, dělí obec na dvě nestejně části. Geografická poloha a přírodní podmínky byly životu v oblasti Vracova odedávna příznivé. Vystřídaly se tady téměř všechny pravěké kultury od doby asi 15 tisíc let před Kristem. Archeologické nálezy, které zde byly objeveny, jsou uloženy v Moravském zemském muzeu v Brně. Existenci Vracova můžeme předpokládat už před 13. stoletím. Název dostal po svém vlastníku Vratislavovi, zdrobnělinou Vrac.“ Do dnešní podoby se začal Vracov výrazněji měnit teprve až v šedesátých letech minulého století. Do té doby se zde nacházely tradiční stavby svým vzhledem typické pro oblast Dolňácka, tedy podlouhlé domy s návratími a úzkými okny,



dvory domů pak obklopovala hospodářská stavení. To souviselo s tradičními činnostmi obyvatel, kteří se živili převážně řemesly a zemědělstvím. Změny ve vzhledu Vracova přinesla až postupná urbanizace a s ní související stavební rozmach, kdy domy začaly dostávat vilkový charakter. Rozsáhlá výstavba nových domů spadá především do 70. a 80. let minulého století. V roce 1985 pak byla dokončena komunikace, která spojila Vracov se sousedními Vacenovicemi a umožnila tak přímé a především časově kratší spojení s okresním městem Hodonínem. Po roce 1989 pak dostala výstavba ve Vracově zcela jiný ráz a v roce 2005 byla zrekonstruována i poslední ulice s písčitým povrchem. V roce 1999 přesáhl počet obyvatel města hranici 4.500 (Vracov padesát let městem 1967 - 2017, 2017, s. 10, 32 – 36).

## 5.2 Radnice - významná budova i sídlo městského úřadu

K nejvýznamnějším budovám ve městě patří budova radnice. Ta se nachází na náměstí Míru a sídlí zde městský úřad. Publikace Vracov padesát let městem 1967 – 2017 (2017, s. 40) k budově radnice uvádí: „Stavba reprezentační radnice se uskutečnila v poválečných letech 1948-49 podle plánů architekta Jiřího Jeřábka s malířskou výzdobou akademického malíře Rudolfa Gajdoše.“ Rudolf Gajdoš je autorem sgrafita, obrazu provedeného do zdi, na průčelí radnice. Sgrafito, jehož tehdejší vyhotovení stálo 120 tisíc Kčs, znázorňuje místní obyvatele v různých variantách vracovského kroje (Lačňáková, 2001, s. 25).



Obrázek 10: Radnice postavená v letech 1948 – 1949 dle architekta Jiřího Jeřábka.

Zdroj: město Vracov.



Obrázek 11: Sgrafito na průčelí vracovské radnice.

Zdroj: město Vracov.

### 5.2.1 Městský úřad

Městský úřad Vracov sídlí v budově radnice na náměstí Míru č. p. 202. V čele úřadu stojí starosta, v době jeho nepřítomnosti jej zastupuje místostarosta. Výkonným orgánem v oblasti samostatné působnosti je rada města. Radu města tvoří starosta, místostarosta a další tři členové rady zvolení z řad členů zastupitelstva. Rada města se ze své činnosti odpovídá zastupitelstvu města. Zastupitelstvo města je tvořeno členy zastupitelstva, samostatně spravuje město a rovněž rozhoduje ve věcech spadajících do samostatné působnosti města. Počet členů zastupitelstva ve Vracově je patnáct. Kontrolu hospodaření s majetkem a finančními prostředky města provádí tříčlenný Finanční výbor, kontrolu plnění usnesení rady města a zastupitelstva města, jakožto i dodržování právních předpisů městským úřadem na úseku samostatné působnosti provádí tříčlenný Kontrolní výbor. V rámci organizační struktury Městského úřadu Vracov je pak vymezen Odbor hospodářsko-správní, kam spadá matrika a ohlašovna, účtárna a majetkové oddělení, dále pak Odbor investic, Odbor výstavby a zemědělství, Městská policie a Vracovská kabelová televize (Město Vracov, 2024, b).

### 5.3 Vracovská kabelová televize – základní charakteristika

Vracovská kabelová televize je jedním z klíčových prostředků pro předávání informací občanům. Zřizována je Městem Vracov. Jejím prostřednictvím jsou obyvatelům města předávány důležité informace o chodu a činnosti města, informace ze společenského a kulturního dění, oblasti sportu, činnosti místních spolků a organizací a volnočasových aktivit. Základní princip vysílacího schématu spočívá v odbavování nepřetržité textové smyčky, do níž je třikrát během dne, konkrétně v 10, v 18:30 a ve 22 hodin zakomponováno obrazové zpravodajství v délce trvání cca 30 minut. Premiérové vysílání obrazového zpravodajství se zpravidla odehrává ve čtrnáctidenních cyklech, jinak jde vždy o reprízy. Současný formát pak divákovi nabízí i archivní vysílání obrazového zpravodajství z období před deseti lety, a to každé úterý, čtvrtek, sobotu a neděli vždy v 11 a v 17 hodin. Vracovskou kabelovou televizi lze v současné době naladit prostřednictvím digitálního i analogového vysílání. Pokud jde o digitální vysílání ve formátu DVB-C, zde příjem signálu umožňují jen HD přijímače na kmitočtu 258MHz, Modulace QAM 64 a symbolová rychlost 6900Ks/s. Analogové vysílání je pak v rámci místního poskytovatele kabelové sítě možné naladit na kanále C29. Současný vysílací formát rovněž dává prostor pro komerční sdělení, a to v rámci textové smyčky, kdy je stanoven poplatek na den ve výši 37 Kč den/obrazovka. Zdarma jsou pak ve vysílání uveřejňovány informace týkající se úředních sdělení, kulturních, sportovních a zdravotnických informací. Sídlo Vracovské kabelové televize je v budově radnice (v 1. podlaží) na náměstí Míru č. p. 202. Kromě jednorázového připojovacího poplatku je příjemcům signálu kabelové televize ve Vracově účtován pravidelný měsíční poplatek v řádech stovek korun, a to v závislosti na další programové nabídce. Z téměř 1400 obydlených domů bylo k 31. 12. 2023 ke kabelové televizi aktivně připojeno 891 (Město Vracov, 2024, c).

#### 5.3.1 Personální obsazení redakce

Redakci lze v širším slova smyslu vymezit jako kolektiv pracovníků, kteří jsou sdružení do organizační struktury nebo také jako instituci připravující vydávání nejrůznějších periodik ve smyslu novin, knih, časopisů, rozhlasového nebo televizního programu. Redakce jako taková vznikla jako důsledek první dělby práce, kdy všechny činnosti spojené s tvorbou obsahu už nezvládal dělat jednotlivec. Obecně vzato, redakce by se měla prezentovat určitou redakční nezávislostí. Jen tehdy je ji možné vnímat jako důvěryhodnou a může tak zastupovat zájmy publika. V opačném případě se totiž může redakce stát nástrojem politického nebo komerčního vlivu. Správného fungování redakce, jakožto kolektivu pracovníků podílejících

se na výrobě daného periodika, je možné docílit uspořádáním organizační struktury s jasně vymezenými vztahy nadřízenosti a podřízenosti, vymezením pracovních pozic, práv a povinností. Toto přitom platí bez ohledu na velikost redakce či počet pracovníků (Mediagram, 2024). Pokud jde o redakci Vracovské kabelové televize, ta v současné době sestává ze tří členů. Dva z nich jsou redaktori, kteří se spolupodílejí na tvorbě námětů obsahu, třetím členem je pak kameraman, který zároveň zastává pozici střihače. Organizační struktura ve smyslu nadřízený/podřízený však není v aktuálním pojetí redakčního týmu jasně definována (Město Vracov, 2024, c).

### 5.3.2 Logo Vracovské kabelové televize

Jak připomíná web Tailor Brands (2024) pokud je logo dobře navrženo, dokáže předat sdělení způsobem, který pomůže vytvořit emocionální spojení s cílovou skupinou. Logo je tak bezpochyby zcela zásadní identifikační prvek. Je tváří značky, je to něco, čeho si lidé většinou všimnou nejdříve, je to to, co si snadno zapamatují. Logo může být vyjádřením vyznávaných hodnot, kvality, ale také reprezentací kultury (The Brand Agenci, 2019). Logo nezřídka vyžaduje specifický design, ať už jde o použité barvy, písmo a další stylové prvky, které jsou pro tvorbu loga nezbytné. Pro každou značku je tak velmi důležité mít přesně takové logo, které zákazníci okamžitě poznají, ať už na něj narazí kdekoliv (Indeed, 2022). Současné logo Vracovské kabelové televize je identické se znakem města Vracova a vracovskou pečetí. Pečeť pochází z roku 1518 a tvoří ji tři věže na cimbuří (Lačňáková, 2001, s. 27).



Obrázek 12: Logo Vracovské kabelové televize.

Zdroj: [www.mestovracov.cz](http://www.mestovracov.cz)

## 5.4 Analýza programového obsahu

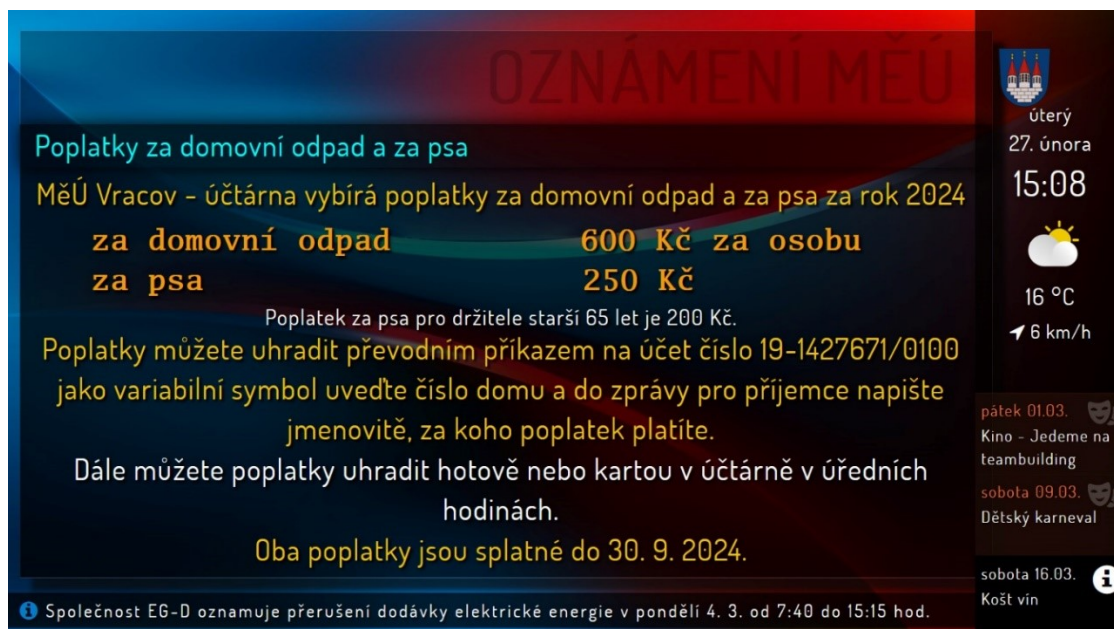
Obsah vysílání Vracovské kabelové televize, tedy textové smyčky a pravidelného premiérového obrazového vysílání, není pevně vymezen, je variabilní. Reaguje tedy na aktuální situaci, konkrétní požadavky ze strany vedení města, které kabelovou televizi zřizuje, pořádané akce, sportovní události, společenské a kulturní dění, inzerci atd. Z výše uvedeného důvodu tak není přesná programová skladba na oficiálních webových stránkách města uvedena a její detailní obsah není možno nalézt ani v jiné podobě např. v podobě tištěného programu. Aby bylo možné definovat aktuální obsah vysílání a zjištěné skutečnosti poté využít jako podklad pro kvantitativní výzkum, konkrétně dotazníkové šetření zaměřené na obsah vysílání, jeho silné a slabé stránky, bylo nejprve nutné provést analýzu vysílání. Ta byla zrealizována pomocí obsahové analýzy, jak je tato metoda zmíněna v kapitole 4, konkrétně 4.7.4.

### 5.4.1 Obsahová analýza textového vysílání - smyčky

**Textová smyčka byla analyzována dne 22. 2. 2024, a to konkrétně v době od 13 do 13:10 hodin**, poté se již vysílané textové zpravodajství opakovalo. Obsah textové smyčky ve zkoumaný čas zahrnoval následující informace:

- Základní kontakty MěÚ Vracov, kontakty na redakci Vracovské kabelové televize.
- Informace k hlášení poruch městského rozhlasu, veřejného osvětlení, výpadkům vysílání kabelové televize.
- Program premiérového obrazového vysílání.
- Společenskou kroniku (úmrť, významná jubilea občanů města).
- Informace o místních poplatcích a možnostech jejich úhrady.
- Oznámení o omezení provozní doby Odboru výstavby a zemědělství MěÚ Vracov.
- Reklamní sdělení soukromého prodejce – výprodej skladových zásob.
- Sdělení místních lékařů k úpravě ordinačních hodin z důvodu dovolené.
- Nabídka volných pracovních pozic.
- Informace z Klubu seniorů Vracov.
- Informace z Římskokatolické farnosti Vracov.
- Pozvánky na kulturní a společenské akce (Ples města Vracova, Josefský košť vína).
- Informace ze sportovního dění (přípravná fotbalová utkání klubu FC Vracov, utkání Oddílu stolního tenisu TJ Sokol Vracov).

Součástí textové smyčky ve vertikální informační liště umístěné vpravo byly po celou dobu informace zahrnující aktuální datum a čas, informace k aktuálnímu počasí a dále pak pozvánka do místního kina a Ples města Vracova.



Obrázek 13: Ukázka textového vysílání Vracovské kabelové televize.

Zdroj: město Vracov.

#### 5.4.2 Analýza obrazového vysílání

S ohledem na výše uvedené, tedy absenci předem daného programu, byla **obsahová analýza** rovněž využita při rozboru obrazového vysílání Vracovské kabelové televize - infokanálu. **Premiérové vysílání bylo analyzováno ve dvou po sobě jdoucích kalendářních měsících**, a to v měsíci **prosinci 2023** a měsíci **lednu 2024**. Konkrétně šlo o pět premiérových vysílání (vydání) s tím, že obsah každého konkrétního dílu byl divákovi sdělen vždy až v jeho úvodu, a to krátkým slovním výčtem a obrazovým podkresem moderátorkou. Samostatné reportáže pak již uváděny nebyly, odděleny byly pouze krátkým zvukovým předělem a úvodním titulkem.

Přehled odvysílaných premiérových reportáží v jednotlivých vydáních, včetně jejich stopáží, znázorňují následující tabulky:

Tabulka 1: Obsah premiérového dílu č. 613.

Zdroj: vlastní zpracování.

<b>Vysílání číslo 613, premiéra 7. 12. 2023</b>	
<b>Název reportáže:</b>	<b>Stopáž (v minutách):</b>
Vracovský kroj – povídání 1. díl	6:05
Vánoční trhy a rozsvícení vánočního stromu	3:40
Školka na pořadu Radujme se, veselme se ve Skanzenu	2:45
Mikuláš ve školce	3:42
Mikuláš ve škole a u starosty	4:20
Mikuláš v ZUŠ	2:10
Okresní turnaj mládeže ve stolním tenise	2:53
Nová komunikace Horní a Dolní řádky	1:21
Vánoční besídka Klubu seniorů	3:56
Hasičský košť pálenek a drkotin	2:37
Pozvánka do kina	5:24

Tabulka 2: Obsah premiérového dílu č. 614.

Zdroj: vlastní zpracování.

<b>Vysílání číslo 614, premiéra 21. 12. 2023</b>	
<b>Název reportáže:</b>	<b>Stopáž (v minutách):</b>
Vracovský kroj – povídání 2. díl	10:03
Školka na besedě v knihovně	1:22
Vítání dětí do života	3:00
Vánoční dílny ve škole	4:19
Vánoční koncert DH Gloria	8:32
Třída Včeliček z MŠ vystoupila s vánočním pásmem	3:30
Vánoční přání starosty	0:46

Tabulka 3: Obsah premiérového dílu č. 615.

Zdroj: vlastní zpracování.

<b>Vysílání číslo 615, premiéra 4. 1. 2024</b>	
<b>Název reportáže:</b>	<b>Stopáž (v hodinách):</b>
Adventní koncert ZUŠ Vracov – celý záznam	1:24:00



Tabulka 4: Obsah premiérového dílu č. 616.

Zdroj: vlastní zpracování.

<b>Vysílání číslo 616, premiéra 11. 1. 2024</b>	
<b>Název reportáže:</b>	<b>Stopáž (v minutách):</b>
Vánoční koncert souboru Marýnka	6:13
Adventní kalendář – akce „rozsvícená okna“	2:30
Vánoce v Nadaci Chamartín	1:53
Koncert žáků ZUŠ v kostele sv. Vavřince ve Vracově	8:08
Historie tance Beseda – povídání	3:15
Pozvánka do kina	2:45
Silvestrovské setkání a ohňostroj	13:20

Tabulka 5: Obsah premiérového dílu č. 617.

Zdroj: vlastní zpracování.

<b>Vysílání číslo 617, premiéra 25. 1. 2024</b>	
<b>Název reportáže:</b>	<b>Stopáž (v minutách):</b>
Beseda o Ugandě s dobrovolnicí Hanou Martinkovou	9:29
Reportáž z Hasičského plesu ve Vracově	3:34
Krojový ples Vracov a záznam Moravské besedy	21:35
Pozvánka do kina	3:03

## 5.5 Závěr obsahové analýzy programu

Z výše zpracovaných tabulek lze jednoznačně vyvodit, že skladba jednotlivých reportáží od-vysílaných v premiérových obrazových vydáních **od 7. 12. 2023 do 25. 1. 2024** (celkem 5 premiérových vydání) **téměř výhradně postihuje pouze akce, které jsou pořádány nej-různějšími subjekty či spolky.** Až na jednu výjimku, kterou je reportáž týkající se rekonstrukce místní komunikace v ulicích Horní a Dolní řádky (vydání číslo 613, viz tabulka 1), **nebyly součástí obrazového vysílání** Vracovské kabelové televize, jakožto stěžejního informačního prostředku města, **reportáže postihující chod a činnost města ve smyslu samosprávy**, tj. například z oblasti investic, hospodaření a nakládání s městským majetkem, z oblasti péče o zeleň a okolní přírodu, z oblasti odpadového hospodářství atp. Obecně vzato jsou to přitom právě tyto informace, které jsou občany v nejhojnější míře vyžadovány a vyhledávány. Občané chtějí být obeznámeni s tím, do jakých oblastí a v jakém rozsahu jsou veřejné prostředky investovány.

Oproti tomu si nelze nevšimnout, že **poměrně hojně jsou ve sledovaném období zastoupeny reportáže týkající se místní základní či mateřské školy.** Toto může být do jisté míry atraktivní, především tedy z pohledu rodičů a příbuzných žáků. Pro ostatní konzumenty obsahu to však může představovat až příliš často se opakující prvek. Ve sledovaném období, tedy celkem pěti premiérových obrazových vysíláních, je naprosto **znatelná absence informací z oblasti místního sportovního dění.** Oblasti sportu se věnuje pouze jediná reportáž týkající se okresního turnaje mládeže ve stolním tenisu (vydání číslo 613, viz tabulka 1). **Jako diskutabilní se rovněž může jevit délka některých reportáží.** Zde lze jako příklad zmínit reportáž z Krojového plesu (vydání číslo 617, viz tabulka 5), která s celkovou stopáží přesahující 21 minut, a vzhledem ke svému striktně specifickému tématu, může zapříčinit ztrátu pozornosti diváka či dokonce vyvolat dojem jednotvárnosti vysílaného programu. Výše uvedené tedy může svědčit o prakticky **zanedbatelné invenci pracovníků kabelové televize ve smyslu aktivního vyhledávání zajímavých témat**, vůli postihnout co nejširší záběr z aktuálního dění a života čtyři a půltisícového města, což se pak zcela nepochybně může promítnout do pestrosti a atraktivity nabízeného obsahu Vracovské kabelové televize.

## 6 INDIVIDUÁLNÍ ROZHOVORY

K individuálním rozhovorům Tahal (2022, s. 44) poznamenává: „Pro zdárný průběh kvalitativního výzkumu (ať již formou skupinové diskuze nebo individuálních rozhovorů) je důležité, aby byli respondenti správně vybráni. Respondenti musí zastupovat požadovanou cílovou skupinu a je třeba, aby byli schopni se k tématu vyjádřit. Proces výběru respondentů se označuje termínem rekrutace.“ V daném případě je kvalitativní šetření realizováno právě prostřednictvím polostrukturovaných osobních (individuálních) rozhovorů, kdy cílovou skupinu tvoří zaměstnanci města Vracova, konkrétně pracovníci Vracovské kabelové televize. Realizovány byly tři rozhovory, kdy ve dvou případech byly vedeny s redaktory a v jednom případě se zaměstnancem na pozici kameraman/stříhač. Personální obsazení televize je blíže popsáno v kapitole 5.3.1.

### 6.1 Konstrukce rozhovorů

Primární data ve formě individuálních rozhovorů byla sesbírána v sídle televize, které je v budově Městského úřadu Vracov (radnice), na adrese náměstí Míru 202 ve Vracově, a to v závěru měsíce února 2024. U všech tří participantů se rozhovory uskutečnily v osobní formě tzv. face to face. Rozhovory byly zaznamenány pomocí moderní audiotechniky, kterou je redakce vybavena, tj. na mikrofon propojený přes mixážní pult s programovým software. Rozhovory byly s jednotlivými participanty vedeny samostatně a anonymně, a to s ohledem na profesní citlivost některých kladených otázek a zároveň ve snaze získat upřímné a pravdivé odpovědi na tyto otázky. Konstrukce rozhovoru zahrnující základní sadu otázek, jakožto i odkaz na rozhovory s participanty jsou součástí přílohy označené jako **P I**.

### 6.2 Základní charakteristika participantů

Součástí výzkumného šetření je trojice participantů. Jde o pracovníky Vracovské kabelové televize, kteří se starají o přípravu obsahu vysílání. Pracovní zařazení, jakožto i údaje o věku a nejvyšším dosaženém vzdělání znázorňuje tabulka 6.

Tabulka 6: Základní charakteristika participantů.

Zdroj: vlastní zpracování.

Označení	Pracovní pozice	Věk	Vzdělání	Bydliště
Participant 1	kameraman/střihač	49	SŠ	Vracov
Participant 2	redaktor	56	VŠ	Vracov
Participant 3	redaktorka/moderátorka	44	SŠ	Vracov

### 6.3 Pretest osobního rozhovoru

K pretestu rozhovoru byli využiti dva nezávislí participanté. Konkrétně redaktor a kameraman/střihač působící v jiné regionální televizi, a to z toho důvodu, aby byly co nejvěrněji nasimulovány reálné podmínky rozhovoru. Poté, co s nimi byl rozhovor zkušebně absolvován, byli participanté vyzváni, aby rozhovor, logičnost a návaznost kladených otázek zhodnotili a označili případné nedostatky a naopak vyzdvihli pozitivní stránky. V následné rozpravě ani jeden z participantů účastníci se pretestu nedokázal vyloženě specifikovat slabé stránky plostrukturovaného osobního rozhovoru. Naopak, oběma participanty bylo shodně konstatováno, že základní sada otázek je vhodně koncipována, a to právě s ohledem na zaměření zkoumané problematiky. Jednotlivé otázky participanté v rámci pretestu hodnotili jako konkrétní, k danému tématu relevantní a zcela jasně formulované. Z odpovědí participantů bylo zřejmé, že kladeným otázkám rozumí a dokáží na ně bez problémů odpovědět. Primární výzkumné šetření se tak plně odehrávalo na základě původně stanoveného scénáře rozhovoru, a to už s přímo zainteresovanými participanty.

### 6.4 Interpretace individuálních rozhovorů

V dané kapitole jsou již přímo interpretovány výsledky plynoucí z výzkumného šetření, a sice kvalitativního výzkumu realizovaného prostřednictvím individuálních polostrukturovaných rozhovorů vedených s pracovníky Vracovské kabelové televize. Výzkumné šetření bylo zaměřeno na získání podkladů, které by vedly k zodpovězení výzkumné otázky VO1, tedy v čem aktuálně spočívají hlavní limity zamezující dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize. Pro každého z participantů byla připravena totožná série 12 základních otázek, kdy

byl scénář rozhovoru koncipován tak, aby dokázal postihnout nejzásadnější okruhy věnující se dané problematice.

Tyto okruhy je možno definovat ve čtyřech základních množinách:

- Silné a slabé stránky Vracovské kabelové televize.
- Personální oblast, font pracovní doby a odměňování.
- Zvyšování odborné kvalifikace.
- Vybavení redakce a požadavky na obsah ze strany zřizovatele.

Pro každou z výše specifikovaných množin je v následujících kapitolách zpracována samostatná rešerše získaných informací, tedy primárních dat.

#### **6.4.1 Silné a slabé stránky Vracovské kabelové televize**

Z hlediska aktuálního osobního pohledu jednotlivých participantů na silné a slabé stránky Vracovské kabelové televize, je nejprve nutno zmínit, že všichni jsou jejími dlouholetými pracovníky. Z rozhovorů vyplynulo, že nejdéle zde působí participant 1, a to od října roku 1999, tedy téměř pětadvacet let. Zhruba dvacetiletou zkušenost má participant 2, participant 3 zde pracuje devět let. Na základě toho lze tedy předpokládat poměrně dobrou znalost nejen Vracovské kabelové televize jako takové, ale rovněž prostředí, v němž působí. Například participant 2 své dlouholeté působení stále vnímá tak, že jej práce naplňuje: „Pořád je nějaké aktuální dění a člověk má dobrý pocit, že může přispět k informování občanů Vracova a celkem je to taková uspokojivá práce. Opravdu si myslím, že to je pro lidi přínosné.“ Zajímavý postřeh pak přidává participant 3, kterého práce sice stále baví, ale negativum spatřuje ve své kumulované pracovní pozici, z čehož vyplývá, že dané práci nemůže věnovat tolik času a úsilí, jak by bylo třeba: „Kdybych na to ale měla více času. Pracuji totiž ještě jako ředitelka městského kulturního klubu, takže mám na starosti veškeré kulturní dění ve městě, což mně zabírá hodně času.“

Za jednoznačně nejsilnější stránku Vracovské kabelové televize, tedy v čem je její vysílání pro občany města nejvíce atraktivní, participant shodně označili to, že přináší informace, které se týkají dění ve městě, informace ze života občanů, spolků a organizací. Participant 3 na dané téma řekl: „Její obsah se výhradně soustředí na vracovské dění. Každý občan si tam najde to svoje.“ Participant 1 pak v rozhovoru na dané téma uvedl: „Občané vidí sami sebe ve vysílání, takže je to pro ně zajímavé. Vidí tam své děti ve škole, vidí tam své děti ve

školce. Když jsou děti ve škole, školce, tak oni jsou v práci, takže škola, školka nás volá na různé akce a oni pak mohou vidět, co tam dělají.“

Prakticky shodně pak všichni tři participantů reagovali na otázku týkající se vyloženě slabé stránky Vracovské kabelové televize. Za tu bez jakéhokoliv dlouhého rozmýšlení a s jistotou v hlase a taktéž výraze ve tváři označili personální obsazení. To se odráží v programové skladbě a má to vliv i na jejich osobní život, na což vyloženě upozornil participant 1: „Hodně akcí je o víkendech, po večerech. Určitě to dopadá i na rodinný život.“ Participant 2 v souvislosti s neadekvátním personálním obsazením redakce zdůraznil: „Reportáže se dělají jednou za čtrnáct dní a některé tak už nejsou v době vysílání moc aktuální.“ A v podobném duchu reagoval i participant 3: „Není prostor vymýšlet nové reportáže, získávat pro ně záběr.“

**Dílčí závěr:** Z výše uvedených informací poměrně jednoznačně vyplývá, že byt' jsou pracovníci Vracovské kabelové televize zaměstnáni na svých pozicích v rámci redakce už řadu let, **nikdo z nich si na práci vyloženě nestěžuje**, ba naopak, **vnímají ji jako něco, co je stále baví**. Na druhou stranu se nedá zcela jednoznačně vyloučit, že svou práci právě s ohledem na své dlouholeté působení v redakci televize vykonávají s notnou dávkou setrvačnosti, bez přehnané invence a osobní touhy obsah předkládaný divákům zlepšovat. **Pokud jde o silnou stránku (atraktivitu) Vracovské kabelové televize, tu všichni participantů zcela jednoznačně spatřují ve vymezení nabízeného obsahu.** Ten je totiž výhradně věnován dění a životu ve městě. V reportážích opakovaně figurují občané, ať už jde o děti z místní mateřské či základní školy, seniory, členy jednotlivých spolků a organizací nebo sportovních klubů, což prakticky předurčuje vysílání Vracovské kabelové televize k hojně sledovanosti. **Naopak za nejslabší stránku participantů svorně označili personální obsazení redakce.** Toto ostatně může být společným jmenovatelem výše popsaného, a sice že práce je vykonávána sice bezproblémově, ale bez jakékoliv snahy o inovace a zlepšování obsahu, protože pro toto není personální kapacita. S tím se samozřejmě pojí mnoho budoucích rizik, ať už jde o změnu postojů stávajících zaměstnanců, kteří **mohou začít trpět syndromem vyhoření či upadající zájem o nabízený obsah Vracovské kabelové televize ze strany diváků.**

#### 6.4.2 Personální oblast, fond pracovní doby a odměňování

Pokud jde o personální oblast, Vracovskou kabelovou televizi aktuálně tvoří tříčlenný tým, a to dva redaktoři a kameraman, který zároveň zastává pozici střiháče, jak je blíže popsáno

v kapitole 5.3.1. Otázku personálního obsazení přitom vnímají všichni tři výše uvedení partcipanti pro další rozvoj a bezproblémové fungování televize jako naprosto stěžejní s tím, že současná situace je podle nich neuspokojující. Příliš úzký tým spolupracovníků ostatně označili jako hlavní slabinu Vracovské kabelové televize, viz kapitola 7.1. Participant 1 k aktuálnímu personálnímu obsazení poznamenává, že kromě pozice kameramana a stříhače zastává ještě i post IT specialisty a má tedy jakousi dělenou funkci: „Bylo by případně dobré, přijmout ještě dalšího pracovníka s tím, že by bylo dobré, kdyby uměl vzít kameru do ruky a filmovat, protože by byla i zastupitelnost a mohli bychom se o filmování o víkendech podělit.“ Participant 2 v této souvislosti zmiňuje nezbytné finanční investice, které by musely z pohledu města přijít: „Kdyby se personálně posílilo, tak by zpravodajství mohlo být opravdu aktuální a na úrovni.“ Také participant 2 přitom zastává v pozici zaměstnance města kumulovanou pozici. Kromě redaktora kabelové televize je zároveň pracovníkem odboru hospodářsko-správního. Kumulovanou pracovní pozici ostatně zastává také participant 3, který je zároveň ve vedení Městského kulturního klubu Vracov, což označuje za svou hlavní pracovní náplň. Právě z tohoto důvodu se podle něj obsah vysílání vymezuje spíše jen na ty reportáže, které jsou běžnou součástí místního kulturně-společenského kalendáře a k aktuálnímu personálnímu obsazení redakce proto poměrně bez jakéhokoliv rozmýšlení podotýká: „Není prostor vymýšlet nové reportáže, získávat pro ně záběry, máme každý svoji práci. Asi by to fakt chtělo pracovníka, který by se tomu věnoval, a pak by to vypadalo úplně jinak si myslím.“

S aktuálním obsazením redakce úzce souvisí i nastavení pracovní doby. Z rozhovorů s partcipanty vyplynulo, že každý z nich má standardní fond pracovní doby, tedy 8,5 hodiny a veškeré akce, které jsou v odpoledních či podvečerních hodinách nebo o víkendech tak jdou nad tento rámeček. Participant 3 k tomu uvádí: „V rámci své práce na kulturním domě to nestíhám. Dělán od sedmi do půl čtvrté, většina akcí je až po pracovní době.“ Participant 1 v této souvislosti zmiňuje možnost vzít si za přesčasovou práci, tedy natáčení mimo běžnou pracovní dobu, náhradní volno: „V tom mně vedení města vychází vstříc, není to problém.“ Participant 2 rovněž ve své odpovědi možnost vybírat si náhradní volno za práci o víkendech zmínil, zároveň se zamyslel i nad možností pružné pracovní doby, nijak blíže už ale tuto úvahu v rámci rozhovoru nerozvedl.

V otázce odměňování za odvedenou práci se jednotliví partcipanti rozcházejí. Například participant 3 zaujímá spíše neutrální postoj a v dané souvislosti dokonce zmiňuje omezené možnosti městského rozpočtu a finanční prostředky vymezené na jednotlivé zaměstnance

s tím, že tyto nemohou konkurovat těm, které jsou vypláceny v soukromé sféře. Participant 1 naopak s mírným zaváháním v hlase označuje odměňování za odvedenou práci za neadekvátní: „Možná by bylo lepší nastavit to tak, aby se část přesčasových hodin automaticky proplácela, abych zbytečně netlačil před sebou moc přesčasových hodin. Proplácí se jen po předchozí dohodě s vedením.“ Možnost automatického proplácení za práci přes čas by místo hodin náhradního volna uvítal i participant 3: „Těch hodin, kolik získáme během toho měsíce po těch odpoledních, tak nejsme ani schopni si ani vybrat. Takže mně přijde, že by ta finanční motivace byla lepší.“

**Dílčí závěr:** Pokud jde o **oblast nynějšího personálního zabezpečení redakce** Vracovské kabelové televize, výše popisované **šetření naprosto jednoznačně odhalilo jeho nedostatečnost**. Všichni tři participanti, kteří se na tvorbě obsahu aktuálně podílí, zastávají v rámci města ještě jiné pracovní pozice. Tyto pozice přitom prakticky shodně označují za své hlavní a práci pro televizi tak spíše vnímají jako jakousi nezbytnou doplňkovou činnost. S tím rovněž velmi úzce souvisí současné nastavení pracovní doby, kdy **práce na tvorbě obsahu**, zejména pak sběr materiálu, **se odehrávají z převážné části v odpoledních hodinách a o víkendech**. Za tyto přesčasové hodiny sice dostávají zaměstnanci od vedení města možnost čerpání náhradního volna, vzhledem ke své pracovní vytíženosti ale prakticky nemají možnost si toto volno uplatnit. **Přesčasové hodiny, po které práci pro Vracovskou kabelovou televizi věnují, jsou jim propláceny jen velmi výjimečně**. Možnost reciproce v podobě náhradního volna tak participanti vnímají spíše jako neadekvátní. Toto se ostatně odráží i v samotné otázce odměňování za odvedenou práci. Jakožto zaměstnanci města, tedy místní samosprávy, **jsou finančně ohodnoceni na základě tabulkových platových tříd**, z čehož vyplývá, že **bez ohledu na penzum odvedené práci jsou za každý odpracovaný měsíc odměňováni prakticky pořád stejně**. Vše výše uvedené tak bezpochyby může hrát značnou roli v oblasti motivace zaměstnanců obsah vysílání Vracovské kabelové televize zlepšovat.

### 6.4.3 Zvyšování odborné kvalifikace

Oblast zvyšování odborné kvalifikace je zcela nepochybně cestou k zajištění kvalitního personálu schopného adekvátně vykonávat svěřenou práci a přinášet nové inovace. Pokud jde o péči o zaměstnance Vracovské kabelové televize ve smyslu jejich profesního vzdělávání pomocí odborných kurzů, školení či nejrůznějších workshopů, tady se participanti vcelku jasně shodují, že po celou dobu jejich dlouholetého působení v redakci jim nic podobného ze strany vedení města umožněno nebylo. Na základě rozhovorů s jednotlivými participanty



lze přitom zcela jasně usoudit, že by této možnosti využili. Například participant 3 by tuto možnost přímo uvítal: „Jak se má správně mluvit, jak se mají sestavovat reportáže, jak to udělat zajímavé pro lidi. Myslím si, že třeba i kolega co to stříhá a točí.“ Právě participant 1, který zastává pozici kameramana a stříhače, vidí absenci různých školení za velmi limitující v dalším profesním rozvoji: „Určitě ano. Je to můj koníček, čtu různé články. Ale určitě by stálo za to nějaké školení, kde by byly novinky.“ Participant 2 rovněž spatřuje v možnosti odborných školení přínos, zároveň ale opět zmiňuje časové vytížení, a to s ohledem na svou kumulovanou funkci: „Bylo by samozřejmě přínosné účastnit se nějakých školení a zvyšováním kvalifikace se dovzdělávat. Jaké jsou aktuální trendy. Získávat větší rozhled, ale situace je taková, jak už jsem řekl, není to vyloženě moje hlavní náplň práce.“

**Dílčí závěr:** Ani v oblasti péče o zaměstnance Vracovské kabelové televize týkající se jejich profesního vzdělávání není s ohledem na výše získané odpovědi situace ideální. Ba naopak, vykazuje zcela zjevné nedostatky a pracovníci kabelové televize jsou tak pasováni do role jakýchsi samouků. To se nepochybně může negativně promítnout do výstupů, které jsou ve formě reportáží divákům ve vysílání předkládány. Případné špatné či neodborné postupy a návyky, navíc podpořené dlouholetým pracovním poměrem jednotlivých členů redakce, nebude nejspíš snadné odstranit či zcela eliminovat. **Zájem ze strany zaměstnanců na sobě prostřednictvím odborných školení, kurzů a workshopů pracovat, je přitom zcela evidentní.**

#### 6.4.4 Vybavení redakce a požadavky na obsah ze strany zřizovatele

Pokud jde o technologické a materiální vybavení redakce Vracovské kabelové televize, u všech tří participantů panuje prakticky jednoznačná shoda, že je moderní a pro tvorbu kvalitního obsahu dostačující. Například participant 1 v této souvislosti nepřímo zmiňuje ochotu zřizovatele, tedy vedení města, průběžně vynakládat investice, aby bylo možné následovat technologický pokrok: „Jakmile to technologie umožnily, tak jsme z SD vysílání přešli na HD vysílání, už někdy před deseti dvanácti lety. Od té doby jsme měli jednu HD kameru Panasonic a teď točíme na bezzrcadlovku Nikon Z6 II a vysílání je ve Full HD kvalitě, takže opravdu kvalitní.“ V souvislosti s natáčecí technikou pak participant 1 vyslovuje i myšlenku na pořízení dalšího bezzrcadlového fotoaparátu, který by se podle něj dal využívat například pro natáčení z více pozic současně, aby pořizované záběry byly atraktivnější. Zároveň ale opět zmiňuje otázku nedostatečného personálního obsazení pro obsluhu této kamery. Parti-

cipant 2 pak poukazuje na to, že investice do vybavení redakce se neodehrávají pouze v rovině techniky jako takové, ale i rovině programové: „Průběžně se nakupuje nová technika, kamera, máme tady teď nový software.“ Na dané téma během rozhovoru dále stejný participant dodává: „Vedení si plně uvědomuje význam vysílání pro občany, zvláště starší ročníky, které s novými médii moc nepracují. Takže podporuje v maximální možné míře jedinečnost tady toho vracovského vysílání.“

Rovněž jednoznačná shoda pak panuje v otázce sídla Vracovské kabelové televize, tedy ve smyslu prostorového zázemí. Všichni tři participant se ve svých odpovědích shodují, že aktuální umístění redakce/studia je naprosto nevyhovující. Studio jako takové totiž prakticky neexistuje a veškerá činnost se odehrává v jedné z běžných kanceláří úřadu. Shodou okolností v té, kde má své pracoviště participant 1, který kromě práce kameramana/stříhače zastává i pozici IT specialisty města. Participant 3 na dané téma s jasně čitelným ironickým úsměvem v hlase uvádí: „Někdy tady natáčet, když se tady něco děje na radnici, jenom když někdo hlasitě hovoří na chodbě, tak už jsme omezeni, nesmíme nahrávat, musíme počkat, až to proběhne.“ Výše zmiňovaný participant 1 vidí v absenci klasického televizního studia jednoznačný problém a poukazuje především na chybějící prostor, kde by mohla být instalována klíčovací plocha, která umožňuje techniku skládání filmového obrazu ze dvou filmových vrstev: „Budova radnice neumožňuje, nebo není tu takový prostor, kde by se mohlo opravdu udělat nějaké studio se zelenou stěnou pro nějaké klíčování v případě nepříznivého počasí.“ Optimistický pohled na tuto problematiku pak přidává participant 2: „Do budoucna se tady uvažuje o stavbě obecního domu, kde by se mohly vytvořit prostory i pro nějaké kvalitnější zpravodajství.“ Zajímavá je pak odpověď participanta 3, který k tématu říká, že dosavadní absence odpovídajícího zázemí s vedením města nejspíš nikdy řešena nebyla: „Co se týče techniky, vybavení, tak to jsme měli různé požadavky, nebo nás napadli různé akční kamery, mikrofony nás napadli, já mám bezdrátový mikrofon, to vždycky bylo vyhověno všemu. Konkrétně na studio si asi myslím, že jsme se nedotazovali.“

Taktéž v otázce komunikace týmu Vracovské kabelové televize a vedení města ve smyslu, jestli jsou právě ze strany vedení jasně a zřetelně formulovány požadavky na obsah vysílání, jsou participant ve shodě. Zde je ale nutné zmínit, že jde prakticky jen o reportáže týkající se aktuálních investičních akcí, které město realizuje a má tedy zájem je zpropagovat. Samostatná invence pracovníků televize v dané oblasti chybí a jejich aktivita se spíše vymezuje na akce, které se ve městě každoročně pravidelně opakují a mají spíše kulturně-spoločenský charakter. Participant 1 k tomu podotýká: „Pořadatelé, když nám pošlou, že bude nějaká

akce, tak se snažíme udělat záznam. Když se dozvíme, že někdo má nějaký úspěch, ať už sportovní nebo kulturní, tak samozřejmě jdeme a oslovíme ho na rozhovor. Takže snažíme se i vyhledávat.“ Participant 3 v této souvislosti svou odpověď opět stáčí na přílišné časové vytížení: „Kdyby měl člověk více času, tak by i aktivně více vyhledával, snažil se. Ale my to sotva stíháme to dělat tak, jak to děláme teď.“

Naprosto jednoznačnou odpověď pak vyřkli všichni tři participanti na otázku okamžité změny, která by se podle nich měla v rámci Vracovské kabelové televize odehrát, a sice přijmout do svého týmu dalšího kolegu.

**Dílčí závěr:** Předpokladem kvalitně odvedené práce jsou nejen kvalifikovaní a loajální zaměstnanci, ale rovněž odpovídající pracovní zázemí a podmínky. **V oblasti technického vybavení lze situaci ve Vracovské kabelové televizi označit za bezproblémovou.** Vedení města si je vědomo důležitosti tohoto komunikačního média, proto se snaží reagovat na technologický pokrok a zabezpečit redakci moderní vybavení. To by se dokonce dalo v určitých oblastech označit, na televizi místního významu, až za nadstandardní. Otázkou ovšem zůstává, do jaké míry jsou jeho kapacity a rozsah nabízených funkcí v současné době využity. Nakolik je nadstandardní vybavení redakce filmovou a audiovizuální technikou, natolik je **prostorové zázemí naprosto neadekvátní.** Redakce jako taková v současném pojetí městského úřadu, tedy zároveň i sídla Vracovské kabelové televize, totiž prakticky neexistuje. **Pro tvorbu obsahu jsou využívány běžné kancelářské prostory, dispozičně speciálně neupravené, bez jakýchkoliv akustických prvků.** To se zcela nepochybně odráží v kvalitě a produktivitě odváděné práce, jelikož se veškeré činnosti v rámci Vracovské kabelové televize odehrávají v souběhu s běžným provozem městského úřadu a všech jeho odborů. V otázce kladených požadavků na obsah vysílání ze strany vedení města panuje mezi pracovníky televize pozitivní klima. Vedení klade důraz především na to, aby byly divákům servírovány informace týkající se zásadních investičních akcí města. Jinak má v podstatě televizní tým při volbě témat takzvaně volnou ruku. **Chybí jakákoliv možnost zvyšování odborné kvalifikace.** Pokud jde o okamžitou změnu, kterou by současní pracovníci v rámci Vracovské kabelové televize udělali, ta se jednoznačně týká personální oblasti. Ostatně, **nedostatečné personální zabezpečení redakce je společným jmenovatelem hned několika zkoumaných a výše popisovaných oblastí.**

## 6.5 Závěr plynoucí z rozhovorů

Pracovníci Vracovské kabelové televize působí na svých pozicích sice už řadu let, přesto si na práci nijak výrazně nestěžují a prakticky ji vnímají jako zdroj svého pracovního uspokojení. Navzdory tomu ale může vstupovat do hry riziko, kdy dlouhodobé působení na jednom konkrétním pracovním místě může vést až k rutinnímu přístupu, bez jakékoliv snahy o inovace obsahu vysílání ale i osobní rozvoj. **Za silnou stránku** Vracovské kabelové televize lze jednoznačně označit lokálně zaměřený obsah, který oslovuje místní obyvatele napříč věkovým spektrem. **Slabou stránku televize je naopak možné** zcela evidentně rozpoznat v nedostatečném personálním zabezpečení. To také zcela nepochybně brání v dalším rozvoji a zvyšování kvality nabízeného obsahu. Negativně může ovlivnit motivaci zaměstnanců a de facto vést až k syndromu vyhoření také to, že kromě práce pro televizi zastávají i další pracovní pozice, čímž se nepochybně potýkají s náročným pracovním vytížením a velmi omezenými možnostmi na čerpání dovolené či náhradního volna za práci přesčas. Dalším jasně identifikovatelným problémem je absence profesního rozvoje a vzdělávání zaměstnanců, což může v konečném důsledku mít velmi negativní dopad na kvalitu vysílaného obsahu. Přestože je nynější technické vybavení televize na poměrně vysoké úrovni, naopak nevyhovující prostorové zázemí nepochybně snižuje efektivitu práce. Celkově vzato, zlepšení personální situace, včetně odpovídajícího zázemí a dalšího systematického rozvoje odborných znalostí a dovedností pracovníků jsou klíčovými aspekty pro další rozvoj a zvýšení kvality nabízeného obsahu Vracovské kabelové televize.

## 7 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Tato kapitola pojednává o dalším z primárních šetření v rámci dané diplomové práce, a sice sběru dat pomocí kvantitativního výzkumu, metodou dotazování. Kapitola přibližuje konstrukci dotazníku, definuje cílovou skupinu a následně jsou zde analyzována a interpretována získaná data a vyvozen dílčí závěr, a to opět s ohledem na téma práce a stanovené výzkumné otázky.

### 7.1 Konstrukce dotazníku

Dotazník sestává z okruhu 15 otázek. Je větvený s tím, že pokud participant u první otázky zodpoví, že Vracovskou kabelovou televizi nesleduje, další šetření zaměřené už na konkrétní obsah vysílání s ním vedeno není. V takovém případě je požádán o sdělení odpovědi, z jakého důvodu tuto televizi nesleduje a dále už pak následují jen otázky týkající se věku, pohlaví respondenta a nejvyššího dosaženého vzdělání. Těmito třemi filtračními otázkami je rovněž zakončena plná verze dotazníku. Dotazník sestává z otázek uzavřených, polouzavřených a rovněž se v něm nachází otázka otevřená, která dává prostor jednotlivým respondentům vyjádřit svůj názor, postřeh či připomínku vztahující se k danému tématu. Sběr dat byl realizován v **období od 27. 2. 2024 do 7. 3. 2024**, tedy po dobu deseti kalendářních dnů, a to prostřednictvím platformy Survio, kdy byl odkaz na dotazník rozeslán participantům prostřednictvím služby Munipolis – Mobilní rozhlas, kterou město Vracov pro komunikaci s občany využívá, a k níž je aktuálně přihlášeno zhruba 1200 odběratelů. Odkaz na dotazník byl po dohodě s vedením města zároveň umístěn na facebookovém profilu města „Vracov žije“ a dostupný byl rovněž na oficiálním webu města Vracova. Upuštěno naopak bylo od papírové formy dotazníku, a to i s ohledem na nedávné dotazníkové hlasování města Vracova o participativním rozpočtu, kdy obyvatelé měli možnost právě i pomocí papírových archů hlasovat o investicích města. Vyplněno v rámci tohoto hlasování bylo pouze 6 papírových dotazníků, 332 respondentů hlasovalo elektronicky (Město Vracov, 2024, d). Kompletní znění dotazníku včetně odkazu na konkrétní výstupy z dotazníkového šetření mezi diváky Vracovské kabelové televize je přílohou diplomové práce označené jako **P II**.

## 7.2 Cílová skupina respondentů

Cílovou skupinu respondentů tvoří s ohledem na zaměření výzkumného šetření výhradně obyvatelé města Vracova. Dolní věková hranice respondentů byla stanovena na 15 let. Právě s ohledem na omezené možnosti dotazování, kdy není možné data shromažďovat od jiných než místních obyvatel (zcela vyloučen je sběr dat od obyvatel jiných měst a obcí), byl minimální počet dotazníků pro relevantnost odpovědí stanoven na 150.

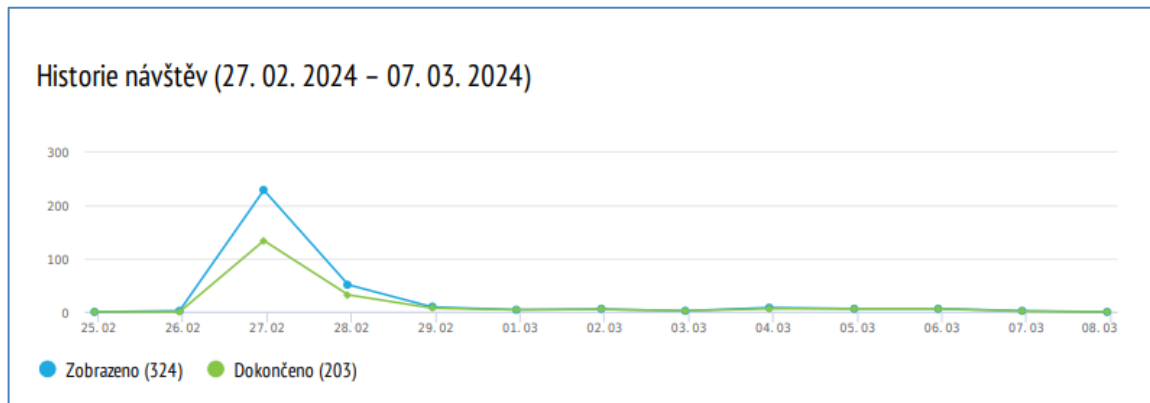
## 7.3 Pretest dotazníku

V rámci pretestu dotazníku, realizovaného takzvaně naslepo v období 25. 2. 2024 až 26. 2. 2024, bylo mezi obyvateli města Vracova vybráno a následně osloveno 20 respondentů, a to tak, aby zde byly zastoupeny všechny věkové kategorie. Poté, co byli tito respondenti blíže seznámeni s výzkumným šetřením a zněním dotazníku, byli vyzváni, aby dotazník zkušebně vyplnili. Mezi respondenty byli mimo jiné i tři mladistvé osoby, kdy všechny tři nezávisle na sobě uvedly, že Vracovská kabelová televize nepatří mezi média, která by vůbec kdy sledovaly, a tudíž nemají pro tento výzkum přínos a dotazník tak vyplňovat nebudou. Na základě toho byla upravena filtrační otázka týkající se nejnižšího věku respondentů, a to na hranici 15 let. Správnost tohoto kroku se následně potvrdila při ostrém sběru dat, kdy zájem o vyplnění dotazníku osobami mladšími 18 let, byl marginální. Bez ohledu na tuto skutečnost pretest dotazníku ukázal, že otázky byly s ohledem na zaměření výzkumného šetření formulovány správně a odpovědi respondentů tak vedly k zodpovězení stanovených výzkumných otázek. Na základě výsledků pretestu tedy bylo dotazníkové šetření realizováno již takzvaně naostro.

## 7.4 Interpretace dotazníkového šetření

Následující kapitola se již plně věnuje výsledkům dotazníkového šetření mezi cílovou skupinou respondentů, tedy obyvateli města Vracova. Tak jak je blíže uvedeno v kapitole 7.2, pro relevantnost získaných odpovědí byl minimální počet nashromážděných dotazníků stanoven na 150. Jak ale ukazuje graf 1, celkem se do výzkumného šetření zapojilo 203 respondentů, což přesahuje původně stanovenou minimální hranici o 35,3%. Do výzkumného šetření se zapojilo více žen, konkrétně 114, což v celkovém úhrnu responzí představuje 56,2%.

Mezi všemi respondenty převažovali středoškolsky vzdělaní, bylo jich 33%, o pouhé tři procenta méně bylo vysokoškolsky vzdělaných respondentů. Naopak nejméně zastoupenou skupinou byla ta se základním vzděláním, a to s pouhými devíti respondenty.



Graf 1: Nejvíce respondentů se zapojilo v úvodních dnech šetření.

Zdroj: vlastní zpracování.

V rámci rešerše sesbíraných dat v dotazníkovém šetření pak byly stanoveny čtyři tematické okruhy, které danou problematiku postihují. Jde o tyto oblasti:

- Aktivní konzumenti obsahu.
- Stěžejní programové prvky.
- Požadavky na formát a obsah vysílání.
- Vlastní podněty respondentů.

Pro každý z okruhů je v následujících podkapitolách zpracován samostatný výstup.

#### 7.4.1 Aktivní konzumenti obsahu

Do výzkumného šetření se zapojilo 114 žen a 89 mužů, celkem tedy 203 respondentů, jak je popsáno v kapitole 7.4. Hned v úvodu dotazníkového šetření byli respondenti vyzváni, aby na základě nabízených možností uvedli, jak často sledují vysílání Vracovské kabelové televize. Tato otázka byla záměrně postavena v dotazníku hned na prvním místě, a to z toho důvodu, že byla rozřazovací. Jedna z nabízených odpovědí totiž dávala respondentovi možnost označit variantu, že kabelovou televizi nesleduje vůbec. V případě, že respondent označil právě tuto možnost, byl vyzván, aby sdělil důvod. Poté už následovaly běžné filtrační otázky zaměřené na věk, pohlaví, vzdělání a průzkum byl ukončen. Na základě rozřazovací

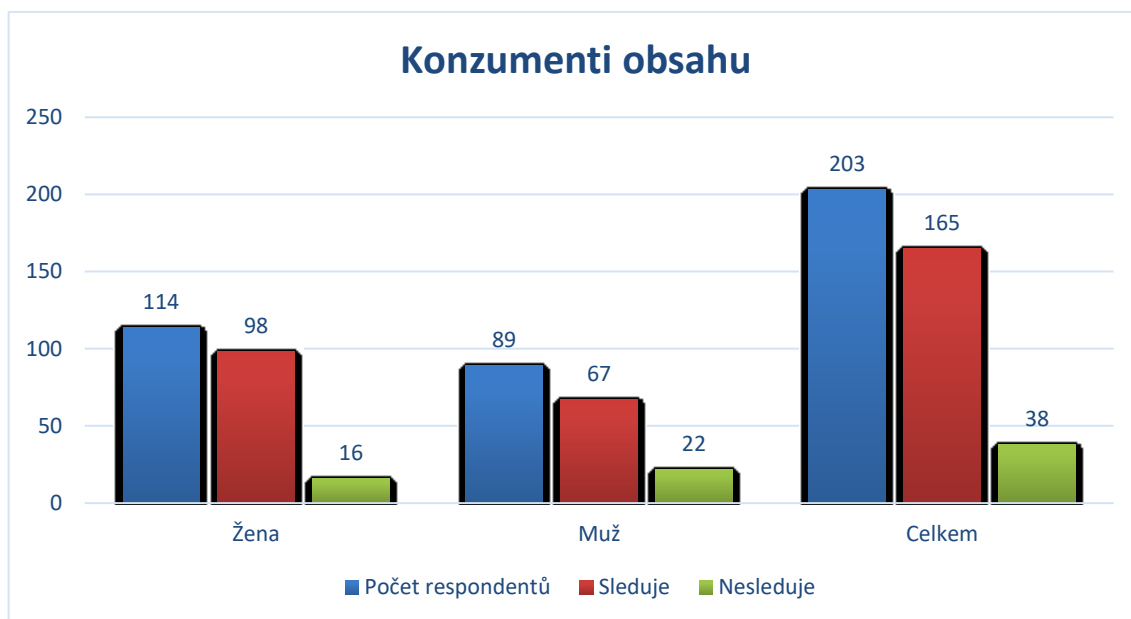
otázky tak bylo možné získat skutečný počet respondentů, kteří prošli celým dotazníkovým šetřením a jsou tedy aktivními konzumenty obsahu Vracovské kabelové televize, což ilustruje graf 2.

U respondentů, kteří Vracovskou kabelovou televizi nesledují vůbec, bylo na základě sesbíraných odpovědí stanoveno pět kategorií zahrnujících nejčastěji se opakující důvody, jak je blíže znázorněno v tabulce č. 7. Zde z nadpoloviční většiny responsí převažovalo strohé konstatování respondentů, že kabelovou televizi nemají připojenu, a to bez jakéhokoliv bližšího zdůvodnění. Naopak zhruba 21% respondentů výslovně uvedlo, že využívá jiný příjem televizního signálu, například satelit nebo internetovou televizi. V paletě odpovědí pak bylo možno vyčíst i jiné poměrně jasně formulované postoje a názory odůvodňující záporné stanovisko ke konzumaci obsahu Vracovské kabelové televize. Jde například o tato konstatování:

- „Nemám kabelovou TV, v dnešní době je kabelová TV přežitek.“
- „Mám raději FB/Instagram na takové zpravodajství. Je i jednodušší.“
- „Roky nepoužívám ani normální televizi – i když poplatky platím a potřebné doplňky pro spuštění vlastním. Sleduji dění ve zprávách, které si nechávám posílat na můj mail, nebo v příspěvcích na FB.“
- „Sleduju spíše streamovací platformy.“
- „Protože máme internetovou televizi, která je pro nás z hlediska programu lepší.“
- „Nemám kabelovou TV, nechápu, proč info o Vracově musí jít v dnešní době přes kabel. Vždyť je to jak za dinosaurů.“
- „Je to nečitelné.“

Veškeré odpovědi respondentů, kteří v úvodu dotazníku uvedli, že Vracovskou kabelovou televizi nesledují, jsou uvedeny pod odkazem v příloze označené jako **P III**.





Graf 2: Konzumenti obsahu Vracovské kabelové televize zapojení do průzkumu.

Zdroj: vlastní zpracování.

Tabulka 7: Důvody, proč respondenti nesledují Vracovskou kabelovou televizi.

Zdroj: vlastní zpracování.

Proč nesledují:	Počet:	% poměr
Nemám přípojku	23	60,53%
Jiný poskytovatel	8	21,05%
Nesleduji TV	4	10,53%
Nezájem	2	5,26%
Grafický design zpráv	1	2,63%
<b>Celkový součet</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Mezi aktivními konzumenty Vracovské kabelové televize je v poměrně hojné míře zastoupen okruh diváků, kteří evidentně nemají motivaci sledovat vysílání, ať už v pravidelnějším režimu. Mezi muži nemá tento návyk zhruba 33% respondentů, kdežto u ženského publika je to o téměř 11% méně. Naopak, minimálně jednou či vícekrát do týdne usedá ke sledování obsahu bezmála 64% respondentů. Více zobrazuje tabulka 8.

Tabulka 8: Četnost sledování Vracovské kabelové televize.

Zdroj: vlastní zpracování.

Jak často sledujete Vracovskou kabelovou televizi?			
Odpověď:	Muž	Žena	Celkem
Alespoň jednou do týdne	21	32	53
Alespoň třikrát do týdne	12	19	31
Kabelovou televizi sleduji spíše výjimečně	5	12	17
Pravidelně každý den	7	14	21
Spíše jen občas, nahodile	22	21	43
Vůbec	22	16	38
<b>Celkový součet</b>	<b>89</b>	<b>114</b>	<b>203</b>

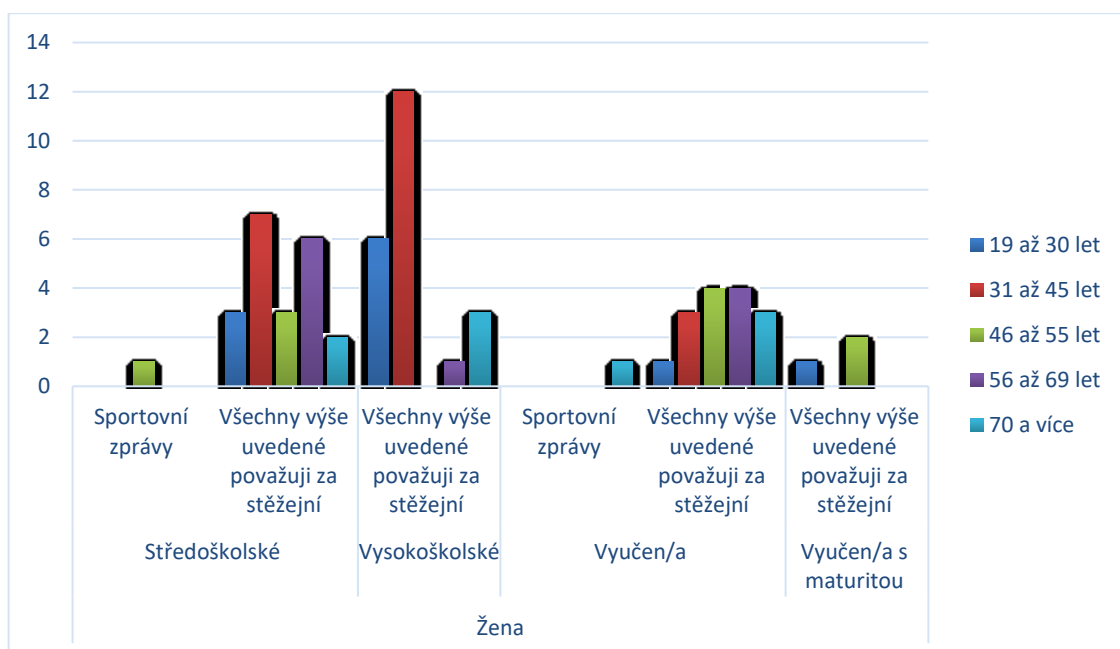
**Dílčí závěr:** Vracovská kabelová televize sice přináší v rámci svého programu výhradně zprávy a informace z dění ve městě, tedy cílené na místní obyvatele, průzkum ale poměrně citelně naznačuje, že zde **existuje nezanedbatelná skupina těch, kteří nemají motivaci stát se aktivními konzumenty obsahu**. Přestože lze alespoň zčásti identifikovat důvody, proč tomu tak je, stále zůstává značná skupina respondentů, která své rozhodnutí nijak blíže nespécifikovala. Toto může být **předmětem samostatného výzkumu**, který může vedení města přinést nové cenné poznatky a především **ukázat cestu vedoucí k rozšíření divácké základny**.

#### 7.4.2 Stěžejní programové prvky

Programové prvky, které považují respondenti ve vysílání Vracovské kabelové televize za stěžejní, byly v rámci dotazníku definovány do několika základních oblastí. A sice zprávy z města (investiční akce, hospodaření města atp.), informace z místních spolků a organizací a sportovní zprávy. Respondenti měli rovněž možnost nabízené kategorie nijak blíže nekonkretizovat s tím, že všechny výše uvedené považují v rámci nabízeného obsahu za stěžejní nebo měli možnost uvést svou vlastní odpověď. Z celkového počtu 98 žen je více než polovina přesvědčena, že veškeré definované kategorie jsou naprosto stěžejní. Převážně jde o ženy s vyšším stupněm vzdělání, tedy středoškolským a vysokoškolským. Vůbec nejvíce je

jich zastoupeno ve věkovém rozmezí 31 až 45 let. Jednoznačně nejméně preferovanými informacemi jsou mezi ženami sportovní zprávy, za stěžejní programový prvek je označily pouze 2% respondentek. Rovněž mezi muži byla odpověď zahrnující veškeré definované kategorie informací vysílaných ve Vracovské kabelové televizi za stěžejní označena nejčastěji, a to napříč všemi věkovými kategoriemi zahrnutými do dotazníkového šetření. Reportáže zahrnující ryze sportovní zprávy, jak by se u mužů obecně dalo předpokládat, označilo za zcela stěžejní jen zhruba 7,4%. Ani u mužů tedy nevládne názor, že sportovní zprávy by měly být nosnou kostrou vysílání. A podobně je tomu u i dalších oblastí.

Bez ohledu na žánrové zaměření reportáží, které Vracovská kabelová televize divákům v pravidelných čtrnáctidenních cyklech aktuálním vysílacím schématu přináší, jsou tyto reportáže považovány drtivou většinou respondentů za užitečné a po obsahové stránce zajímavé. Ze všech 165 nashromážděných odpovědí, tedy 98 žen a 67 mužů, je takto označilo 92,1%. Pokud jde naopak o nespokojenost s aktuálně nabízeným obsahem, tady převažují muži, kteří vyjadřují nespokojenost v 10 %. V číselných hodnotách jsou tyto informace vyjádřeny prostřednictvím tabulky 9.



Graf 3: Vnímání sportovních zpráv ženami s ohledem na věk a vzdělání.

Zdroj: vlastní zpracování.

Tabulka 9: Hodnocení užitečnosti a zajímavosti vysílaného obsahu.

Zdroj: vlastní zpracování.

Pohlaví	Počet	% poměr
<b>Muž</b>	<b>67</b>	<b>40,61%</b>
Ne	7	10,45%
Ano	60	89,55%
<b>Žena</b>	<b>98</b>	<b>59,39%</b>
Ne	6	6,12%
Ano	92	93,88%
<b>Celkový součet</b>	<b>165</b>	<b>100,00%</b>

**Dílčí závěr:** Respondenti ve svých odpovědích jednoznačně definovali, že reportáže, které by jim mělo obrazové zpravodajství Vracovské kabelové televize přinášet, by se měly vyznačovat informační pestrostí a rozmanitostí. Z vysílání by tak neměla být patrná nadvláda konkrétních oblastí, například oblasti kultury, sportu nebo naopak investic. Toto zjištění je ovšem v rozporu s obsahovou analýzou obrazového vysílání, jak je tato analýza blíže popsána v podkapitole 5.3.2.2. Čitelnou známkou nevyváženosti oblastí, z nichž jsou divákům Vracovské kabelové televize reportáže aktuálně přinášeny, může být i nezanedbatelné procento respondentů, které se proti obsahu negativně vyhradilo.

#### 7.4.3 Požadavky na obsah a formát vysílání

Současné žánrové zaměření reportáží považuje za vyhovující zhruba jen 13% dotázaných. V rámci průzkumu přitom bylo definováno několik kategorií, o které by se případně mohlo vysílání Vracovské kabelové televize rozšířit. Respondenti mohli označit jednu či více možností a rovněž měli k dispozici variantu v podobě své vlastní odpovědi. V rámci předdefinovaných kategorií bylo nashromážděno celkem 279 responzí, kdy jednoznačně nejvíce připadlo na rozšíření vysílání o zajímavosti z historie města a jeho obyvatel. Naopak nejmenší zájem si vysloužily informace z místní farnosti, kdy z celkového počtu 165 respondentů tuto možnost označilo jen asi 10% z nich. Možnost vyjádřit svůj vlastní požadavek na doplnění vysílání pak využilo jen 1,8% respondentů, kdy jsou jejich odpovědi vyjádřeny v tabulce 10.

Jak vyjadřuje graf 4, na základě sesbíraných dat lze rovněž poměrně jednoznačně vyvodit, že aktuální nastavení vysílacího formátu, není optimální. Pro zachování stávajícího vysílacího modelu s premiérou obrazového vysílání ve čtrnáctidenních cyklech se sice vyjádřilo 64 respondentů, tedy nejvíce pro jednu konkrétní variantu, ale při součtu dalších nabízených variant upravujících formát vysílání, jde o menšinový názor. Změnu formátu by uvítalo 56% respondentů. V podobném duchu průzkum odhalil i touhu respondentů po změně současného vizuálního pojetí obrazového vysílání, kdy opět bylo možné zvolit více předdefinovaných možností. Zatímco na současném vizuálu by nic neměnilo 28% respondentů, hned 34% by například uvítalo, pokud by se reportáže vyznačovaly větší dynamikou a méně statickým pojetím. V rámci sběru dat týkajících se vizuálního pojetí obrazového vysílání měli respondenti rovněž možnost vyjádřit svůj vlastní názor, kdy této možnosti využilo 7% z nich. Vzhledem k unikátnosti jednotlivých odpovědí nebylo možné je blíže kategorizovat, výčet zahrnuje například tyto odpovědi:

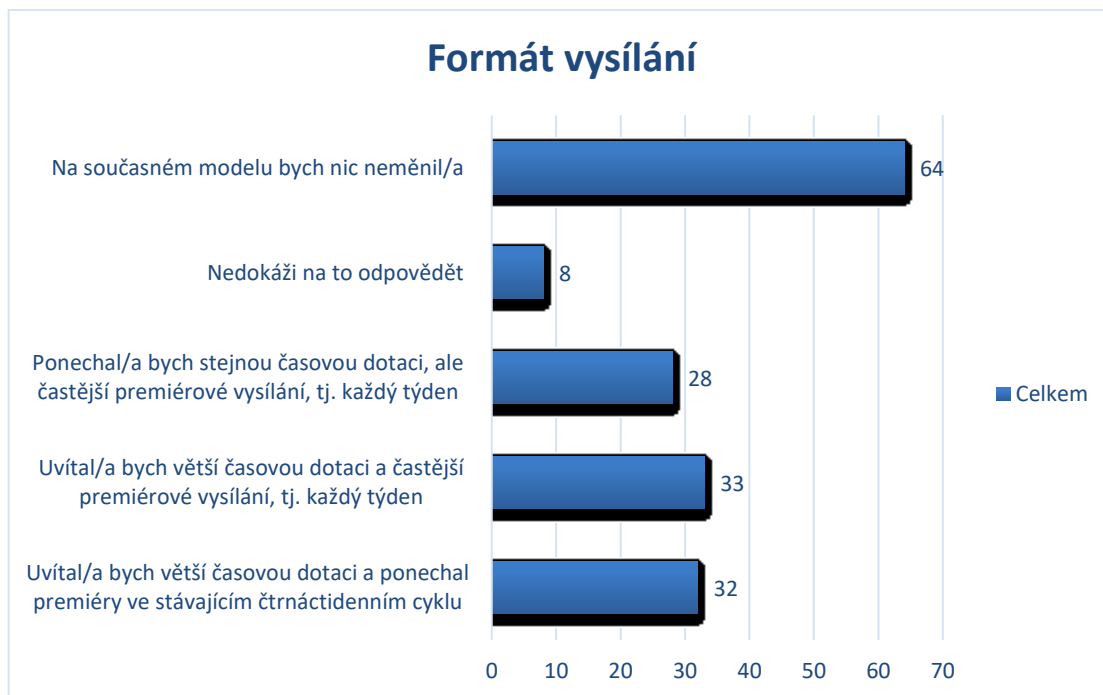
- „Inspirujte se i jinde, vše se dá zlepšit.“
- „Uvítala bych, aby bylo vysílání pojato více moderně.“
- „Je to katastrofa, oslovte grafika, který připraví šablony a dá tomu trochu moderní vzhled.“

Všechny volné odpovědi respondentů na téma vizuálního pojetí vysílání Vracovské kabelové televize jsou uvedeny pod odkazem v příloze **P IV**.

Tabulka 10: Požadavky respondentů na doplnění vysílání.

Zdroj: vlastní zpracování.

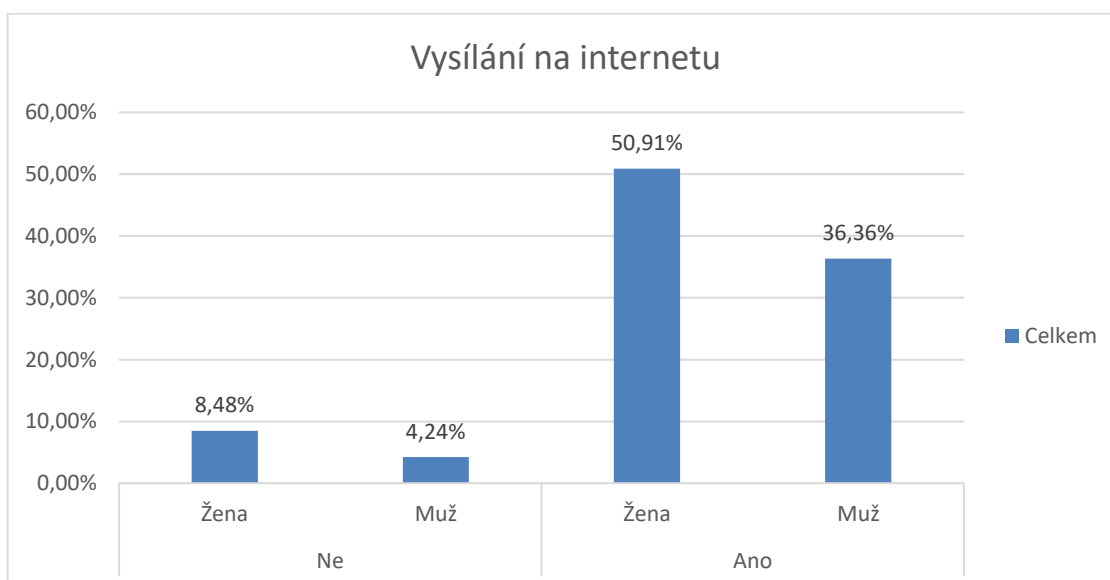
Preferované reportáže - požadavky	Responze	Podíl
Zajímavosti z historie města a jeho obyvatel	66	40,00%
Informace o okolní fauně a flóře, tipy na výlety	52	31,50%
Pravidelné povídání se zajímavými lidmi	45	27,30%
Informace ze zasedání městského zastupitelstva	45	27,30%
Pravidelné reportáže ze školy a školky či jiných významných institucí	34	20,60%
Aktuální náplň obrazového vysílání považuji za dostatečnou	22	13,30%
Komerční reportáže o místních firmách a podnikatelích	20	12,10%
Informace z místní farnosti	17	10,30%
Jiné: Obrazové vysílání je krátké, nudné, málo nápadité.	1	0,60%
Jiné: Svátky, pranostika	1	0,60%
Jiné: Udělal bych něco jako vandalské okénko nebo krimi Vracov, ať se dozvíme, co mladí dělají za bordel po Vracově.	1	0,60%



Graf 4: Formát obrazového vysílání by změnila většina respondentů.

Zdroj: vlastní zpracování.

Se změnou formátu rovněž souvisí požadavek respondentů, aby byl obsah vysílání dostupný v online prostředí. Internetové vysílání nepovažuje za přínosné pouze 13% respondentů.



Graf 5: Internetové vysílání požaduje 87% respondentů.

Zdroj: vlastní zpracování.

**Dílčí závěr:** Ani stávající obsah a formát obrazového vysílání Vracovské kabelové televize **nepovažují respondenti za ideální**. Z výzkumného šetření je zcela jednoznačně patrný **požadavek na pestřejší záběr žánrového zaměření**. Současné pojetí reportáží je navíc diváky vnímáno jako nemoderní, až příliš statické a bez náboje. **Jako velký handicap pak respondenti vidí absenci dostupnosti vysílání online.**

#### 7.4.4 Vlastní názor respondentů

V rámci dotazníkového šetření byla respondentům rovněž dána možnost, vyjádřit k vysílání Vracovské kabelové televize vlastní názor, tj. prostřednictvím volné odpovědi zmínit téma, které nebylo v základní sérii otázek obsaženo. Ze 165 respondentů, kteří patří k aktivním konzumentům obsahu a prošli tedy celým dotazníkovým šetřením, využilo této možnosti 55, respektive 54 z nich. Jedna z odpovědí totiž byla zaznamenána pouze jako interpunkční znaménko označující otázku, tedy „?“ . Ostatní odpovědi pak byly na základě stejných nebo podobných znaků rozříděny do jednotlivých kategorií, kdy do stejné kategorie byly zařazeny například odpovědi typu: „Televize by měla vysílat i online.“ nebo „Rozhodně by vysílání mělo být dostupné na internetu, je to v dnešní době naprostý základ.“ - tj. kategorie označená jako vysílání na internetu. Na základě stejných nebo podobných znaků bylo pojmenováno celkem 17 kategorií, kdy se dvě a více odpovědí se shodnými či podobnými znaky objevilo v devíti kategoriích. Ve zbylých osmi kategoriích pak šlo o unikátní odpovědi jako například: „Rád bych uvítal, aby občané mohli přispívat vlastními (video) postřehy z obce ala iReportér.“ – tj. kategorie označená jako iReportér, nebo „Co tak něco málo z oblasti chovatelství – přehled, zvláštnosti, nebo i aktuální sezonní rady odborníka ten-který druh... pro drobné chovatele...?“ – tj. kategorie definovaná jako chovatelství. Přestože v rámci dotazníku byla jedna z uzavřených otázek směřována na možnost internetového vysílání Vracovské kabelové televize, jak je blíže popsáno v kapitole 7.4.3., také ve volné odpovědi se požadavek na online vysílání objevoval vůbec nejčastěji. O skutečnosti, že byla témata týkající se vysílání Vracovské kabelové televize v dotazníku definována správně, pak může svědčit to, že kromě 110 respondentů, kteří nevyužil možnost vyjádřit svůj názor prostřednictvím volné odpovědi, se 20% vyjádřilo ve smyslu, že už je nic dalšího ke zlepšení vysílání a obsahu nenapadá. Podrobnosti včetně jednotlivých kategorií popisuje tabulka 5. Všechny konkrétní odpovědi respondentů na volné téma jsou součástí odkazu v příloze **P V**.



Tabulka 11: Na základě volných odpovědí bylo definováno 19 různých kategorií.

Zdroj: vlastní zpracování.

Kategorie	Počet responzí	% poměr
Vysílání na internetu	13	23,64%
Nic	11	20,00%
Grafický design zpráv	7	12,73%
Hudební podkres	5	9,09%
Spokojenost	3	5,45%
Harmonogram obsahu	2	3,64%
Kvalita záběru	2	3,64%
Živé přenosy	2	3,64%
Rozšíření vysílacího času	2	3,64%
Chovatelství	1	1,82%
Personální změny	1	1,82%
Kvalita obrazu	1	1,82%
Spokojenost	1	1,82%
iReporter	1	1,82%
Info z VPS	1	1,82%
Spokojenost	1	1,82%
Delší reportáže	1	1,82%
<b>Celkový součet</b>	<b>55</b>	<b>100,00%</b>

**Dílčí závěr:** Jedním z největších handicapů současného formátu vysílání Vracovské kabelové televize je absence online vysílání, což respondenti poměrně jasně definovali nejen prostřednictvím možnosti volné odpovědi, ale rovněž toto zmiňovali i v jiných částech dotazníkového šetření. Zrovna tak ale bylo možné právě díky volnému vyjádření respondentů odhalit další potenciálně slabá místa vysílání nebo identifikovat oblasti, o které

by mohlo být v budoucnu vysílání obohaceno. Zvláště cenné jsou pak z tohoto pohledu některé z unikátních odpovědí, jenž se podařilo v rámci sběru dat nashromáždit.

## 7.5 Závěr dotazníkového šetření

Průzkum realizovaný pomocí dotazníkového šetření mezi obyvateli města Vracov zcela objektivně odhalil, že i **navzdory tomu, že Vracovská kabelová televize nabízí obsah výhradně orientovaný na místní dětní, stále existuje poměrně nezanedbatelná skupina lidí, kteří nejsou motivováni stát se jejími aktivními diváky.** Toto zjištění by zcela jistě mohlo být předmětem samostatného hloubkového výzkumu, který by nepochybně mohl přinést odpověď na to, proč tomu tak reálně je a co je z pohledu města nutné udělat pro citelnou změnu dané situace. **Z odpovědí respondentů dále poměrně zřetelně vyplynulo, že by kvitovali větší rozmanitost a pestrost nabízených obrazových reportáží,** což ostatně koresponduje s aktuálním vnímáním vysílání, kdy jej považují za obsahově nevyvážené a mnohdy až příliš statické. **Za jeden z hlavních handicapů Vracovské kabelové televize respondenti jednoznačně označili absenci vysílání online.** Toto bylo zdůrazněno nejen prostřednictvím konkrétních odpovědí v dotazníku, ale i v rámci analýzy dat. Závěrem lze konstatovat, že daný výzkum poskytuje vedení města **velmi cenné poznatky, které by mohly vést nejen ke zlepšení kvality nabízeného obsahu, ale také k rozšíření divácké základny Vracovské kabelové televize.**

## 8 ZÁVĚR PRAKTICKÉ ČÁSTI A ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

Tato část diplomové práce je závěrečnou stručnou sumarizací výsledků získaných z analýzy programu a realizovaných výzkumných šetřeních, což ve finále vykresluje současnou situaci týkající se fungování Vracovské kabelové televize. Součástí této kapitoly je pak také zodpovězení výzkumných otázek, které byly blíže definovány v metodice práce.

### 8.1 Závěrečné shrnutí praktické části

V rámci praktické části byla nejprve realizována obsahová analýza zaměřená na aktuální prvky textového vysílání a reportážní skladbu obrazového vysílání Vracovské kabelové televize. Dále pak dvě výzkumná šetření, kdy první z nich mělo jasně definovat současné postavení a pracovní podmínky členů redakce tohoto městského infokanálu a druhé pak v rámci sběru primárních dat rozklíčovat pohled diváků, v daném případě tedy občanů města Vracova, na nabízený obsah. Právě finální propojení těchto tří výše zmiňovaných kroků mělo dát ucelený náhled na Vracovskou kabelovou televizi ve smyslu pojmenování jejich aktuálních limitů a naopak nastínění možných variant pro celkové zlepšení a zatraktivnění obsahu. Úvodní část, tedy **obsahová analýza programu, byla realizována v časovém období zhruba dvou měsíců, aby bylo možné textové i obrazové vysílání Vracovské kabelové televize zcela jasně definovat.** Vracovská kabelová televize totiž nemá pevně zakotvený program, který by si mohl divák předem nastudovat v tištěné nebo digitální podobě. **Už toto pozorování odhalilo jakousi unylost a nenápaditost aktuálně vysílaného obsahu, a to především obrazové části vysílání,** tedy pravidelných magazínů z dění ve městě. Neustále se tematicky opakující reportáže sice přináší divákovi alespoň základní přehled, na druhou stranu právě časté opakování se témat může negativně zasáhnout do atraktivity obsahu, a tím pádem zapříčinit postupný pokles diváckého zájmu, což u tohoto stěžejního informačního média města rozhodně není žádoucí. **První z výzkumů byl realizován prostřednictvím kvalitativního šetření, a to formou polostrukurovaných rozhovorů s členy redakce s cílem pojmenovat limity, které jsou stěžejní pro další rozvoj televize.** Do výzkumu se zapojili všichni tři současní pracovníci, **kdy toto šetření odhalilo až mrazivě krutou skutečnost nejen o personálním podhodnocení, ale například i neodpovídajícím pracovním zázemí**

či problémech s množstvím přesčasových hodin. A konečně třetím krokem bylo výzkumné dotazníkové šetření zaměřené na konzumenty obsahu Vracovské kabelové televize s cílem nejenom získat názor na aktuální koncept vysílání, ale především **definovat oblasti, které považují diváci za stěžejní, a které by tak případně mohly vést ke zvýšení atraktivity nabízeného obsahu a tím pádem i rozšíření stávající divácké základny**. Do šetření se zapojilo přes dvě stě respondentů. Na základě veškerých sebraných údajů a dat je tedy možné definovat současné limity Vracovské kabelové televize a zároveň nastínit možnosti vedoucí k jejímu dalšímu rozvoji.

## 8.2 VO1

**VO1: V čem aktuálně spočívají hlavní limity zamezující dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize z pohledu členů redakce?**

**Odpověď:** Pro zodpovězení VO1 byly provedeny dva stěžejní kroky. Prvním byla analýza vysílání Vracovské kabelové televize metodou pozorování, aby bylo možné definovat současný formát, prvky a reportážní zaměření obsahu. Díky tomto pozorování tak bylo možné získat poměrně detailní náhled na to, co je aktuálním výstupem práce štábu Vracovské kabelové televize a tím pádem i finálním obsahem, který je konzumentovi předkládán. Už tento prvotní průzkum přitom naznačil, že po obsahové stránce, především co se tedy obrazového zpravodajství týče, lze identifikovat problémové oblasti. Především jde o poměrně úzkou paletu témat, která jsou divákovi ve vysílání předkládána, kdy jsou reportáže z drtivé většiny pouze odrazem aktuálního dění ve smyslu kulturních a společenských akcí. Naprosto znatelná je tak absence jakékoliv invence štábu přinášet divákovi vždy něco nového, jiného, co by ve finále pomohlo celkově zvýšit atraktivitu televize. Poměrně zajímavý, i když s ohledem na analýzu současného programu nikterak překvapivý, pohled pak přineslo výzkumné šetření vedené s pracovníky Vracovské kabelové televize. Z něj naprosto zřetelně vyplynulo, že nynější personální obsazení redakce je pro další rozvoj televize hlavním limitujícím faktorem. Redakci tvoří tři pracovníci, kdy každý z nich zastává v rámci města, potažmo městského úřadu, ještě další pracovní pozici, které se musí věnovat po většinu své pracovní doby. Práce na obsahu televizního vysílání je tak zcela logicky upozadřována. Nehledě na skutečnost, že drtivá většina sběru materiálu pro obrazové vysílání je realizována v odpoledních hodinách či o víkendech. Do hry tak vstupuje mnoho přesčasových hodin, s čímž je zase

spojena problematika v jejich proplácení nebo výběru náhradního volna. Další limitující faktor pro rozvoj Vracovské kabelové televize lze identifikovat v absenci odpovídajícího zázemí. Redakce jako taková prakticky neexistuje, veškeré činnosti spojené s finální přípravou vysílání se odehrávají v jedné z běžných kanceláří městského úřadu, a to za plného provozu s čímž se pojí celá řada rušivých elementů. Toto zcela nepochybně do velké míry omezuje přípravu a sestavování obsahu. V rámci týmu rovněž nejsou jasně vymezeny vztahy ve smyslu nadřízený podřízený. Oproti tomu šetření ukázalo, že technické zabezpečení nezbytné pro přípravu obsahu, je prakticky nadstandardní. Na základě výše popsaného lze tedy za hlavní limity, které zamezují dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize, označit neodpovídající personální zajištění, absence týmového leadera a chybějící vhodné zázemí ve smyslu plnohodnotného televizního studia.

**Výzkumná otázka VO1 byla zodpovězena.**

### 8.3 VO2

**VO2: Jaké obsahové prvky jsou pro diváky Vracovské kabelové televize stěžejní, vyhovuje jim současný formát obrazového vysílání?**

**Odpověď:** Klíčem k zodpovězení výzkumné otázky VO2 byl kvantitativní výzkum realizovaný pomocí dotazníkového šetření mezi cílovou skupinou, tedy občany města Vracova. Zde je ale nutné zmínit, že stejně tak klíčovou roli sehrálo samostatné pozorování zaměřené na analýzu současného obsahu Vracovské kabelové televize. Jedině tak totiž mohly být definovány programové prvky, aby následně mohl být sestaven dotazník, který se už přímo na daný obsah zaměřoval. Z výsledků lze jednoznačně konstatovat, že v rámci aktuálně nabízeného obsahu jsou všechny jeho prvky pro diváky podstatné a informačně důležité. Občané chtějí být prostřednictvím vysílání informováni o chodu města, zásadních investicích, ale zrovna tak o společenském a kulturním dění či o dění sportovním. Tady se jednoznačně potvrdila stěžejní role městského infokanálu. Výzkum zároveň odhalil, že obsah by se podle respondentů neměl vyznačovat jen informační pestrostí, ale i určitým stupněm vyváženosti. Z vysílání by tak na první pohled neměla být patrná nadvláda té či oné informační oblasti. V rámci obrazového vysílání by diváci rovněž uvítali modernější a dynamičtější pojetí reportáží. V otázce současného formátu obrazového vysílání se naopak ukázalo, že konzumu-

menti obsahu touží po změně. Přestože současný formát, který zahrnuje premiérové obrazové vysílání ve čtrnáctidenních cyklech s třemi reprízami denně, vyhovuje nejvíce divákům, v porovnání s ostatními názory je v menšině. Pravděpodobně není možné najít takovou variantu, která by v konečném důsledku vyhovovala úplně všem divákům, nicméně výzkumné šetření možné varianty nastínilo. Jednou z nich může například být větší časová dotace pro jednotlivé díly obrazového vysílání. Jako naprosto stěžejní pak respondenti označili absenci online vysílání.

**Výzkumná otázka VO2 byla zodpovězena.**

## 8.4 VO3

**VO3: Jaké typy reportáží diváci ve vysílání Vracovské kabelové televize aktuálně zcela postrádají?**

**Odpověď:** Pro odpověď na výzkumnou otázku VO3 byla rovněž využita data získaná z dotazníkového šetření. Respondenti přitom mohli vybírat některou z předdefinovaných možností, ale konstrukce dotazníku jim umožnila uvést i odpověď vlastní, tedy zcela unikátní, což v dané kombinaci dává poměrně široký záběr zájmových oblastí. V rámci předdefinovaných odpovědí panuje mezi respondenty touha dozvědět se mnohem více o historii města, o okolní fauně a flóře či inspirativních lidech a známých osobnostech. Mnoho podnětů pro tvorbu budoucího obsahu pak přinesla již zmiňovaná otevřená varianta. Tady lze zmínit například oblast chovatelství nebo pravidelné vandalské okénko. Nepřeberné možnosti co do pestrosti obsahu by pak zcela jednoznačně mohly přinést reportáže připravované samotnými diváky, kteří by se svými příspěvky aktivně podíleli na tvorbě vysílání.

**Výzkumná otázka VO3 byla zodpovězena.**

## **PROJEKTOVÁ ČÁST**

## 9 VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – ÚVOD K PROJEKTOVÉ ČÁSTI

Projektová část diplomové práce je věnována návrhu řešení stávající situace, v níž se Vracovská kabelová televize aktuálně nachází, a to tak, aby bylo možné zajistit její další rozvoj, a tím pádem zvýšit kvalitu nabízených služeb. Jak odhalily výzkumy, jenž jsou blíže popsány v praktické části práce, a která je výchozím podkladem právě pro část projektovou, jednoznačně nejzásadnějšími limitujícími faktory zamezujícími dalšímu rozvoji tohoto stěžejního komunikačního média města Vracova je chybějící vhodné zázemí, nedostatečné personální zajištění a v neposlední řadě také absence přesně vymezeného pracovního zařazení v rámci kolektivu, tedy ve smyslu vedoucích a podřízených.

### 9.1 Cíl projektové části

Cílem projektové části je navrhnout optimální řešení, které by vedlo k dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize ve smyslu pestřejší obsahové nabídky a atraktivity programové skladby, což jde ruku v ruce s budováním, rozšiřováním a upevňováním vztahů s cílovou skupinou. V daném případě s diváky Vracovské kabelové televize.

### 9.2 Členění projektové části

Projektová část je rozdělena do dvou stěžejních kapitol, kdy první z nich charakterizuje projekt jako takový. Popisuje fáze související se zřízením nového televizního studia, jeho personálním zabezpečením a dále se soustředí na nezbytné kroky pro tvorbu nového loga, webu a úpravě obsahu vysílání. Samotné projektové řešení se už pak přímo věnuje výběru vhodných konkrétních prostor pro zřízení redakce – televizního studia, jsou zde popisovány důležité prvky stran nezbytného materiálního a technického vybavení studia a dále se pak zabývá otázkou personálního zabezpečení televizního štábu. Rovněž se soustředí na vizuální stránku televize ve smyslu návrhu nového loga a webových stránek. Je zde řešen návrh obsahu, a to s cílem zajistit televizi větší diváckou atraktivitu. S ohledem na značnou rozsáhlost témat a naopak omezenou kapacitu práce, není možné obě kapitoly postihnout do nejmenších detailů. Některá témata jsou zde proto řešena jen povrchně, některá méně významná témata naopak projektová část vůbec nezmiňuje.



## 10 VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – NÁVRH PROJEKTU

Daná kapitola popisuje návrh projektu neboli koncept, na jehož základě budou navrženy už konkrétní kroky vedoucí k dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize. Ač to nemusí na první pohled vypadat, jde o poměrně složitý proces sestávající z mnoha důležitých a na sebe navazujících mezičlánků. Kapitola se v daném kontextu vymezuje jen na ty nejzásadnější.

### 10.1 Prostorové a dispoziční řešení pro nové studio

Prvním a zcela zásadním krokem je analýza potřeb a požadavků na prostorové a dispoziční řešení pro návrh nového studia. Už v rámci analýzy prostorového a dispozičního řešení je přitom nezbytné brát v úvahu plánovaný počet zaměstnanců Vracovské kabelové televize, jakožto i rezervy pro další možné rozšíření. Z výzkumného šetření, které je blíže popisováno v praktické části této práce, totiž jasně vyplynulo, že stávající tříčlenná redakce je z hlediska dalšího rozvoje televize nedostatečná. Zrovna tak je nezbytné už v této fázi přípravy řešit prostorové nároky na vybavení redakce, skladovací prostory atp. Všechny tyto skutečnosti by se měly v rámci nároků na nové televizní studio zohlednit.

#### 10.1.1 Požadavky na umístění studia

Velmi důležité je zvážit budoucí umístění redakce. Jelikož jde o městský infokanál, zcela logicky se tak jako nejvhodnější nabízí sídlo v objektu města, a pokud možno v dosahu radnice, aby mohlo vedení města s redakcí lépe komunikovat a naopak redakce pružněji reagovat na příchozí podněty právě ze strany vedení. Pokud by město vhodnými prostory nedisponovalo, bude muset hledat jiné vhodné řešení, například pomocí realitní kanceláře.

#### 10.1.2 Nároky na technické vybavení studia

Technické zabezpečení redakce ve smyslu pořízení profesionální audiovizuální techniky jde ruku v ruce s nemalými finančními náklady. Z pohledu města tak bude nejprve nezbytné vyhodnotit, v jakém stavu je stávající technika, a dále pak jakou techniku bude nevyhnutelné pro další zabezpečení nově zřízené redakce nakoupit. V případně dalšího nákupu nové techniky je přitom více než žádoucí, pořídit taková zařízení, která budou kompatibilní k těm stávajícím. Důležité je rovněž pečlivě zvážit nákup takového vybavení, kterým nynější redakce nedisponuje, ale pro zvýšení kvality a efektivity práce a zajištění pestrosti nabízeného

obsahu je prakticky nezbytné – sem mohou patřit například akustické panely na stěny studia, klíčovací pozadí, osvětlení, software atp.

## 10.2 Vhodné doplnění redakčního týmu

Pro zajištění dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize bude vedle nově zřízené a vyba-vené redakce další naprosto klíčovou oblastí také vhodné personální zajištění. V dané sou- vislosti by tak jako první měla zcela logicky přijít na řadu jakási analýza vhodných pracov- ních pozic. Vodítkem by přitom mohly být poměrně detailní informace získané z výzkum- něho šetření této práce, z něhož vyplynulo, že stávající tým bude z hlediska dalšího rozvoje televize potřeba posílit jak na pozici redaktora, tak i na pozici kameramana/stříhače. Této skutečnosti by měl být podřízen výběr vhodných kandidátů. Už v rámci plánu na doplnění stávajícího týmu je rovněž žádoucí, zaměřit se také na oblast školení pracovníků a zvyšování jejich odborné kvalifikace.

## 10.3 Analýza stávajících a návrh nových vizuálních prvků

Jednou z dalších klíčových oblastí, na které by mělo být v rámci zatraktivnění Vracovské kabelové televize pamatováno, je oblast vizuálního pojetí. Také zde je přitom možné zcela relevantně vycházet z poznatků, které vzešly z praktické části diplomové práce.

### 10.3.1 Logo televize

Současné logo Vracovské kabelové televize je totožné se znakem města, jak je blíže popsáno v kapitole 5.3.2. Toto může mít své výhody ale zrovna tak i nevýhody. Právě z toho důvodu by bylo více než vhodné všechna pro a proti zhodnotit a na základě těchto poznatků případně přistoupit k návrhu a následné tvorbě loga nového (což se jeví jako žádoucí). Zde se nabízí spolupráce s externí grafickou firmou, která na základě předem přesně definovaných poža- davků nové logo, které by mnohem více charakterizovalo Vracovskou kabelovou televizi a její obsahové zaměření, navrhne.

### 10.3.2 Web televize

Pokud jde o samostatné webové stránky, kterými v současné době televize nedisponuje, základní informace jsou uvedeny v rámci podzáložky na webu města, zde je rovněž nanejvýš vhodné, aby se o jejich návrh postarala totožná grafická firma. Zde by měl být kladen důraz na jejich interaktivitu, uživatelskou přívětivost a přehlednost. Díky tomu by byla zajištěna jednotná vizuální identita, případně postavená na unikátních detailech.

### 10.3.3 Obsah vysílání

Jak odhalilo výzkumné šetření v praktické části této práce, pro zvýšení atraktivity Vracovské kabelové televize je prakticky nezbytné, aby došlo na úpravu stávajícího obsahu, zejména pak obrazového vysílání. Zde by jako relevantní podklad měl sloužit právě názor diváků. Na jeho základě by měly být navrženy konkrétní kroky vedoucí ke kýžené změně. Program by měl být doplněn o konkrétní rubriky, které diváci v rámci výzkumu definovali. Žádoucí rovněž je, aby došlo na úpravu stávajícího formátu vysílání, tj. časové dotace na jeden konkrétní magazín a četnost jeho repríz. Také v tomto případě by konkrétní kroky měly reflektovat názor diváků, který prostřednictvím dotazníkového šetření formulovali.

## 10.4 Časová osa, rozpočet a rizika navrhovaných řešení

Kroky vedoucí k dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize bude ještě před jejich započítáním nutno pečlivě rozplánovat a zasadit do časové osy. Stěžejní pro tuto skutečnost zcela nepochybně bude stanovení přesného data, od kterého by mělo dojít k promítnutí veškerých navrhovaných změn do praxe. Zrovna tak bude nezbytné provést kalkulaci nákladů, které s ohledem na náročnost projektu jistě nebudou zanedbatelné. Ani navrhované změny přitom nemusí po jejich aplikaci do praxe přinést kýžený výsledek. Proto je nutné definovat hlavní rizika projektu, aby na tato rizika bylo možné v případě jejich nástupu pružně reagovat. Zrovna tak by měly být definovány metriky, na jejichž základě bude možné zavedené změny průběžně vyhodnocovat. Veškeré výše uvedené skutečnosti budou detailně popsány v navazující kapitole, která se už přímo soustředí na konkrétní projektové řešení.

## 11 VRACOVSKÁ KABELOVÁ TELEVIZE – PROJEKTOVÉ ŘEŠENÍ

V dané kapitole jsou už zcela konkrétně popisovány jednotlivé postupy a nezbytné náležitosti, které jsou předpokladem pro dosažení stanoveného cíle projektové části práce. Rovněž jsou zde řešeny finanční náklady, časová náročnost a pozornost je věnována také případným rizikům navrhovaného řešení.

### 11.1 Zřízení redakce – televizního studia

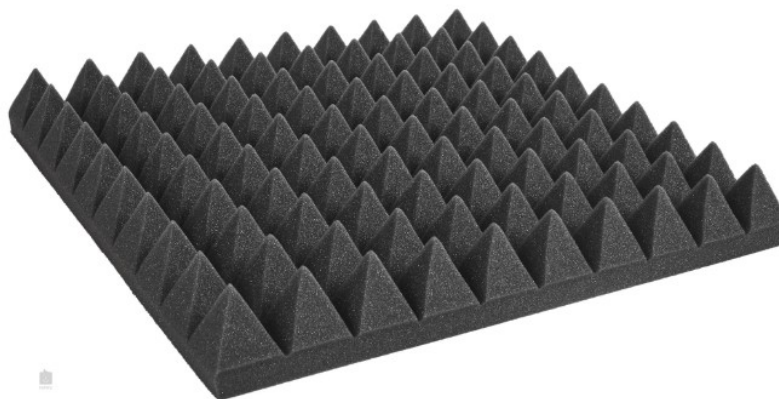
Odpovídající zázemí, ať už technické či materiální, je pro výkon každého povolání naprosto klíčové. A nejinak je tomu i v případě Vracovské kabelové televize. Předpokladem jejího dalšího rozvoje je, že se z aktuálních prostor, kdy sídlí v jedné z běžných kanceláří městského úřadu, přesune do míst, která budou sloužit výhradně k účelu televize. Smyslem dané kapitoly projektové části přitom není hledat konkrétní odpovídající prostory v rámci města, ale poskytnout návod, co by tyto prostory měly splňovat a jaké by měly zahrnovat materiální a technické vybavení.

#### 11.1.1 Prostorové dispozice studia

Před hledáním vhodných prostor je naprosto klíčové definovat, kolik pracovníků se zde bude za plného provozu pohybovat a jaké ke své práci budou potřebovat vybavení. Právě od těchto faktorů se odvíjí požadavky na velikost studia. Předpoklad je takový, že v redakci by mohlo pracovat celkem pět členů – tři stávající a dva noví. Celkem tedy pět lidí. Jak uvádí web Premier interiors (2019) podle technické normy ČSN 73 5305 – Administrativní budovy a prostory, jedno pracovní místo bez prostoru pro jednání a bez odkládacích ploch vyžaduje alespoň 5 m<sup>2</sup>. S odkládacími plochami, tedy skříňkami či pracovním stolem, pak musí mít minimálně 12 m<sup>2</sup>. Za předpokladu, že studio bude vybaveno pracovními stoly a dalším odkládacím nábytkem by tak měla redakce pro pět osob zasahovat plochu nejméně 60 m<sup>2</sup>. K tomu je ale zcela nezbytné připočítat další prostory, kde by mohla být situována střižna, nahrávací studio a zázemí pro ukládání techniky a dalšího vybavení. Pro zajištění vhodných pracovních podmínek by tak studio mělo mít alespoň 100 m<sup>2</sup>. V případě, že by město nemělo k dispozici vlastní prostory, do kterých by mohlo studio situovat, pak je nezbytné počítat s platbami za nájem. Výše nájemného je vyčíslena na 150 Kč/m<sup>2</sup> za měsíc. Celkem tedy 15.000 Kč měsíčně.

### 11.1.2 Technické a materiální vybavení studia

Pokud jde o materiální vybavení, tady bude nově zřízené studio nutné vybavit od základu. Pro každého pracovníka to bude znamenat pracovní stůl s úložnými prostory, pohodlnou kancelářskou židli a další drobné kancelářské předměty běžné denní potřeby (psací pomůcky, bloky na poznámky, pořadače a šanony, kancelářské svorky atp.). Celková investice na jednoho pracovníka byla stanovena na částku 25.000 Kč, celem tedy 125.000 Kč. V případě technického zajištění redakce není nutné pořizovat veškerou novou techniku, jelikož je ve velké míře možno využít techniku stávající, která je na velmi dobré úrovni (fotoaparát, mixážní pult, mikrofony, hardware, software atd.). Redakce by ale měla být doplněna o další digitální fotoaparát, v daném případě nejlépe o Nikon Z 6II, kterým už stávající kameraman disponuje a kompatibilita je tak stěžejní. Díky tomu bude možné pořizovat záznamy na více místech současně, popřípadě na jednom místě z více pozic. Náklady na nový fotoaparát se základními objektivy jsou stanoveny na 60.000 Kč. Dalším z prvků, který je pro rozvoj Vračovské kabelové televize nezbytný a spadá do klíčového vybavení redakce, je chromagreen - zelené plátno. Tato zelená látková plocha umožňuje tvorbu virtuálních pozadí a efektů během natáčení. Štáb televize může toto plátno využívat například při nepříznivých povětrnostních podmínkách, kdy není možné realizovat natáčení v exteriérech. Rozměr mobilního plátna je navržen v poměru 2,3 x 4 metry, aby byla zajištěna dostatečná plocha pro tvorbu virtuálního pozadí. Pořizovací náklady jsou 17.000 Kč. Stěny místnosti, která bude sloužit jako nahrávací studio a střižna, musí být opatřeny akustickými panely. Cena akustického panelu je stanovena na 800 Kč za m<sup>2</sup>. S postupným vybavováním nového televizního studia je samozřejmě nutné počítat s dalšími finančními náklady.



Obrázek 14: Akustický panel ve tvaru pyramid.

Zdroj: [www.kytary.cz](http://www.kytary.cz)



Digitální fotoaparát Nikon Z 6II + 24-70 KIT černý

★★★★★ 5 (1)

**AKCE** **DOPRAVA ZDARMA**

digitální bezzrcadlovka • objektiv se zoomem • 24,5Mpx FX CMOS snímač • funkce redukce vibrací • světelnost f/4 • video 4K/UHD • citlivost ISO 100 až 51 200 • 3,2" výklopný dotykový TFT LCD displej •...

[Popis produktu](#) ▾

---

~~64 490 Kč~~ Ušetříte: 5 000 Kč (7%)

**59 490 Kč** [Na splátky](#)

Obrázek 15: Fotoaparát lze pořídit za akční cenu.

Zdroj: [www.datart.cz](http://www.datart.cz)



Obrázek 16: Chromagreen o rozměru 2,3 x 4 metry.

Zdroj: [www.megapixel.cz](http://www.megapixel.cz)

## 11.2 Personální zabezpečení redakce

Jak odhalilo výzkumné šetření v rámci praktické části diplomové práce, stávající personální zabezpečení redakce je naprosto nedostačující. Pro všechny tři členy týmu je práce pro Vracovskou kabelovou televizi pouze jakousi další doplňkovou činností k jinému pracovnímu zařazení, které v rámci svého zaměstnaneckého poměru pro město Vracov vykonávají. Pro další zkvalitnění a rozvoj televize je tak navýšení pracovních sil zcela klíčové. S ohledem na to, že současní členové redakce nechtějí práci pro televizi opustit, ale vyslovili se pouze pro vhodné doplnění týmu, není nutné stavět redakci od základu novou. Nynější kolektiv tak bude doplněn o dva pracovníky, kteří se ovšem budou práci pro televizi věnovat na plný úvazek. V prvním případě půjde o kameramana/střihače, ve druhém o redaktora.

### 11.2.1 Výběrové řízení k doplnění týmu

Na obsazení nově zřízených pracovních pozic kameraman/střihač a redaktor vypíše město Vracov výběrové řízení. Mezi základní požadavky na uchazeče bude patřit: **minimálně středoškolské vzdělání s maturitou, trestní bezúhonnost, řídičské oprávnění skupiny B.** K předpokladům: **praxe na obdobných pozicích výhodou, časová flexibilita, ochota pracovat přesčas a o víkendech, odolnost proti stresu.** K žádosti o zaměstnání doloží každý z uchazečů kromě běžných náležitostí (životopisu či kopii o nejvyšším dosaženém vzdělání) motivační dopis. Podrobnosti k výběrovému řízení budou zveřejněny po dobu nejméně 15 kalendářních dnů na všech informačních kanálech města, tedy na úřední desce, webu, na sociálních sítích a v neposlední řadě ve vysílání Vracovské kabelové televize. Poptávka po zaměstnancích bude rovněž zaslána ke zveřejnění v databázi místně příslušného pracoviště Úřadu práce, v daném případě Úřadu práce v Hodoníně. Pro účely výběrového řízení bude sestavena tříčlenná komise, která ze všech přihlášených kandidátů vybere ty nejvhodnější. Komise se bude skládat ze statutárních zástupců města Vracova, tedy starosty a místostarosty a profesně nejdéle sloužícího stávajícího pracovníka Vracovské kabelové televize. Nástupní mzda pro každého z nově přijímaných pracovníků je stanovena na 28.000 Kč, po zapracování 32.000 Kč. Smlouva bude uzavřena na dobu neurčitou se zkušební dobou v délce tří měsíců. Ke smlouvě budou náležet další bonusy, které jsou s prací pro město Vracov spojeny. Město Vracov si vyhradí právo nikoho z přihlášených zájemců nevybrat, případně výběrové řízení bez udání důvodu kdykoliv zrušit, a to z důvodu, že by se například nepřihlásil žádný vhodný kandidát nebo se naopak pracovní pozice podařily s předstihem obsadit.



## MĚSTO VRACOV

náměstí Míru 202, 696 42 Vracov, IC 00285498

č.j. MUVR-06/2024

Ve Vracově 1. 4. 2024

## OZNÁMENÍ O VÝBĚROVÉM ŘÍZENÍ

Město Vracov vyhlašuje výběrové řízení na obsazení pracovních pozic:

**KAMERAMAN/STŘIHAČ a REDAKTOR  
Vracovské kabelové televize****Základní informace o pracovních pozicích:****Kameraman/střiháč:** práce s audiovizuální technikou, sběr obrazového a zvukového materiálu, střih a příprava reportáží, spolupráce na tvorbě programu**Redaktor:** práce s audiovizuální technikou, aktivní vyhledávání témat a příprava reportáží z dění ve městě Vracov, spolupráce na tvorbě programu, dramaturgie**Místo výkonu práce:** Vracov**Předpokládaný nástup:** 1. 9. 2024 nebo dle dohody**Pracovní poměr:** na dobu neurčitou se zkušební dobou 3 měsíců, pružná pracovní doba**Platové zařazení:** nástupní plat 28.000 Kč, po zapracování 32.000 Kč**Požadavky:** SŠ vzdělání, práce na PC (minimálně Word, Excel), ŘP skupiny B (aktivní řidič)**Předpoklady:** výborné komunikační dovednosti, výborná znalost ČJ slovem i písmem, ochota pracovat přesčas a o víkendech**Náležitosti písemné přihlášky:** strukturovaný životopis, ověřená kopie o nejvyšším dosaženém vzdělání, motivační dopis, výpis z rejstříku trestů ne starší než 3 měsíce, písemný souhlas se zpracováním osobních údajů**Lhůta pro podání přihlášky:** nejpozději do 31. 5. 2024**Způsob podání přihlášky:** písemně v zalepené obálce na podatelnu MěÚ Vracov, nám. Míru 202**Bližší informace:** sekretariat@mestovracov.cz nebo 511 147 318

Vyhlašovatel si vyhrazuje právo nevybrat žádného zájemce a právo zrušit výběrové řízení, a to kdykoliv i v jeho průběhu.

Obrázek 17: Návrh oznámení o výběrovém řízení.

Zdroj: vlastní zpracování.

### 11.2.2 Nově sestavený televizní tým

V rámci nově vzniklé pětičlenné redakce Vracovské kabelové televize budou hned v úvodu jejího fungování přesně vymezeny pracovní vztahy ve smyslu nadřízený a podřízený. Výběr nadřízeného pracovníka provede vedení města, a to na základě nejvhodnějších předpokladů ze všech členů týmu, tedy stávajících i dvou nově přijatých. Nově jmenovaný vedoucí bude zodpovídat za přípravu obsahu vysílání. Jeho úkolem bude sestavit program tak, aby reflektoval podněty vzešlé z výzkumného šetření, které je součástí praktické části dané diplomové práce. Úkolem nového vedoucího rovněž bude, pravidelně komunikovat s vedením města, a to prostřednictvím termínově přesně zakotvených porad. Na těchto poradách budou řešeny požadavky na obsah vysílání ze strany vedení města, probíráno bude fungování redakce jako takové, případné požadavky na obnovu či doplnění techniky, ale například i možnosti dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize. Dalším ze stěžejních úkolů nového vedoucího bude starat se o rozvoj odborných znalostí a dovedností členů redakce, a to ve smyslu aktivního vyhledávání a následného zajišťování odborných školení či workshopů.



## 11.3 Nové vizuální pojetí

Daná kapitola se věnuje vizuální stránce Vracovské kabelové televize. Konkrétně je zde řešen návrh nového loga televize a webových stránek. Rovněž je zde věnována pozornost návrhu řešení obsahu, a to s cílem zvýšit televizi diváckou atraktivitu. Jelikož jde ve všech výše uváděných oblastech o poměrně náročný proces, do kterého budou přímo v praxi s největší pravděpodobností vstupovat různí externí dodavatelé, jsou zde popisovány pouze základní nezbytné kroky a náležitosti.

### 11.3.1 Nové logo televize

Jak je zřejmé z praktické části diplomové práce, Vracovská kabelová televize v současné době nemá vlastní originální logo. Pro identifikaci televize je využíván oficiální znak města Vacova se třemi věžičkami na cimbuří, jak je blíže uvedeno v kapitole 5.3.2. Toto samozřejmě zcela nepochybně odráží seriózní dojem televize a do jisté míry může mezi diváky vyvolávat pocit patriotismu. Na druhou stranu logo by mělo mnohem více odkazovat na základní charakter a poslání značky. V daném případě tedy místního televizního infokanálu. Pro návrh nového vizuálního pojetí loga Vracovské kabelové televize bude najat externí grafik či grafická firma. Město na toto vyčlenění maximálně 20.000 Kč.

Zpracovatel návrhu dostane od města přesně formulované požadavky na nové logo:

- Při tvorbě loga musí být zohledněn charakter a zaměření televize (místní infokanál).
- Logo by mělo odrážet lokálnost a místního komunitního ducha.
- Logo musí být jednoduché, snadno zapamatovatelné s potenciálem na první pohled zaujmout.
- Mělo by odkazovat na Vracov a jeho základní charakteristické prvky, ať už historii, důležité stavby či památky, okolní přírodu a krajinu.
- Barevné vyvedení loga by mělo být příjemné na pohled, bez zbytečných kontrastů a mělo by reflektovat oficiální barvy města (modrá, bílá, červená).
- Logo musí vypadat profesionálně a zároveň moderně tak, aby posilovalo důvěryhodnost a zároveň atraktivitu televize.

### 11.3.2 Web Vracovské kabelové televize

Vracovská kabelová televize rovněž nedisponuje vlastní webovou stránkou. Základní informace o televizi jsou uvedeny v jedné z podzáložek na oficiálním webu města. Toto může zcela nepochybně být omezujícím faktorem při vyhledávání základních informací a kontaktů na pracovníky televize, poskytování námětů ze strany diváků apod. Zřízení vlastních webových stránek by tak jednoznačně přispělo k eliminaci výše uvedeného, navíc by jejich prostřednictvím došlo k mnohem užšímu propojení televize právě s konzumenty obsahu. Stejně jako v případě tvorby nového loga bude i pro tvorbu webových stránek oslovena specializovaná externí firma. Ideální by bylo, pokud by logo i webové stránky navrhl a vytvořil totožný dodavatel. Na návrh a tvorbu nového webu pro Vracovskou kabelovou televizi vyhradí město Vracov částku v maximální výši 50.000 Kč.

Zadavatel zrovna tak stanoví základní požadavky na nový web:

- Web musí být přehledný a uživatelsky přívětivý.
- Návštěvníci webu musí snadno a rychle najít informace, které hledají, tj. web musí být intuitivní a snadno navigovatelný.
- Úvodní stránka by měla obsahovat seznam nejnovějších událostí a aktualit z dění ve městě.
- Web by měl obsahovat rubriku nebo záložku, která se bude týkat archivního obsahu.
- Chybět nesmí sekce vyhrazená pro kontakty, kde návštěvníci najdou nejen informace o redakci, ale rovněž možnostech spolupráce včetně kontaktního formuláře pro případné dotazy či zpětnou vazbu.
- Stejně jako v případě loga i web musí být příjemný na pohled a měl by se nést v duchu oficiálních barev města (modrá, bílá, červená).
- Grafické provedení webu musí být atraktivní a vyznačovat se profesionálním dojmem.

Celkové pojetí webu musí být nastaveno tak, aby oslovilo co nejširší okruh diváků a podpořilo jejich chuť zapojit se do dění ve městě. Za obsah webu a jeho plnění aktuálními informacemi bude zodpovědný vedoucí redakce popřípadě jím pověřený podřízený. Pro hledání vhodného dodavatele na návrh loga a nového webu Vracovské kabelové televize přitom může být využito zkušeností a kontaktů z případné předchozí spolupráce na jiných podobných činnostech.

### 11.3.3 Proměna obsahu vysílání

Na základě výsledků výzkumu, který se týkal požadavků diváků na obsahovou stránku Vracovské kabelové televize, a který je blíže popsán v praktické části práce, dojde k úpravě stávajícího programu. Program, především tedy vysílání pravidelných obrazových magazínů, bude nově rozčleněn do jednotlivých rubrik, které budou vzájemně odděleny krátkými grafickými předěly a jingly. Každý z vysílaných magazínů bude obsahovat tyto rubriky:

- Zprávy z dění ve městě (investiční akce, výstavba, nákupy a prodeje pozemků, hospodaření města, zasedání zastupitelstva atp.).
- Zprávy z organizačních a příspěvkových složek města (Městský kulturní klub, knihovna, infocentrům, Veřejně prospěšné služby města, JSDH Vracov atd.).
- Školní okénko (Základní škola, Mateřská škola a Základní umělecká škola).
- Spolky a organizace (folklórní spolky, zájmové kroužky a aktivity, Dům dětí a mládeže).
- Společenská kronika (významná výročí, jubilea atp.).
- Pozvánky na akce a za kulturou.
- Tipy na výlety a toulky okolní přírodou.
- Co nás ve Vracově trápí? (vandalské okénko).
- Sportovní zpravodajství (sportovní oddíly a kluby).

Oproti současnému formátu obrazového vysílání, jak je blíže popsán v kapitole 5.3, bude přidán ještě jeden vysílací čas reprízy magazínu, a to denně ve 14 hodin. Zrovna tak bude upravena frekvence premiérového vysílání. Nynější čtrnáctidenní cyklus bude nahrazen cyklem týdenním. Délka magazínu se z aktuálních zhruba 30 minut zdvojnásobí, obrazový magazín tak nově bude trvat 60 minut. Mezi jednotlivými magazíny bude i nadále rotovat textová smyčka zahrnující nejrůznější informace a běžná sdělení, jak je detailně uvedeno v kapitole 5.4.1 praktické části práce. Obrazový magazín bude vždy uveden moderátorem, který diváky seznámí se základním obsahem daného premiérového dílu. Na konci magazínu bude moderátorem udělána odhláška včetně pozvánky na další nové vysílání.

## 11.4 Časový harmonogram projektu

S ohledem na náročnost všech výše popisovaných kroků je časový harmonogram týkající se dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize rozplánován na období 12 týdnů, tedy tří kalendářních měsíců. Veškeré procesy přitom musí být koordinovány tak, aby se odehrávaly současně a efektivně. Předpoklad spuštění vysílání televize s nově vystavěným týmem a rozšířenou programovou nabídkou je stanoven na začátek **září 2024**. S ohledem na tento plán bude už v měsíci květnu vypsáno výběrové řízení na rozšíření stávajícího štábu Vracovské kabelové televize a zahájeno hledání vhodných prostor pro sídlo redakce v případě, že by město Vracov nedisponovalo prostory vlastními. Dále bude časový harmonogram sestávat z těchto kroků:

### Měsíc červen 2024:

- pohovory s účastníky výběrového řízení, výběr vhodných kandidátů, uzavření dohody (smlouvy) o pracovním poměru.
- hledání a výběr dodavatele na tvorbu nového loga a webových stránek televize.

### Měsíc červenec 2024:

- spolupráce s grafiky a designéry na návrhu nového loga a webových stránek.
- práce na přípravě nového studia včetně zajištění potřebného technického a materiálního vybavení.
- zaškolování nově vybraných zaměstnanců.

### Měsíc srpen 2024:

- finální stěhování studia do nových prostor a zařizovací práce.
- odsouhlasení vzhledu nového loga a webových stránek, testování nového webu a naplnění základními informacemi a prvotním obsahem, odstranění případných nedostatků.
- školení pracovníků a příprava na ostrý provoz.
- týmové porady, finální konzultace s představiteli města, finální definice týmových rolí.

S ohledem na časovou a personální náročnost, a to zejména při zařizování nového televizního studia, bude s největší pravděpodobností nutno využít i další zaměstnance města. V daném případě se jako nejvhodnější varianta nabízí využít pracovníky příspěvkové organizace

města, a sice zaměstnance Veřejně prospěšných služeb. Toto bude spojeno s dalšími finančními náklady, které ale není nyní možné z logických důvodů stanovit.

Od pondělí **2. 9. 2024 spuštění vysílání Vracovské kabelové televize** pod taktovkou nově sestaveného týmu a s nově upraveným programem.

## 11.5 Rizika projektu

Projektové řešení tak jak bylo navrženo a popsáno výše, s sebou samozřejmě nese i mnoho rizik. Ať už jde o rizika spojená se špatným technickým řešením, nevhodně navržené postupy či rizika v oblasti lidských zdrojů. Smyslem této kapitoly je popsat ta, která lze v daném kontextu zařadit k těm nejzásadnějším. Rovněž jsou zde uváděna i možná dílčí doporučení vedoucí k eliminaci těchto rizik.

### 11.5.1 Personální riziko

K největším rizikům zcela nepochybně patří nevhodně zvolený pracovník, obzvláště pokud jde o tak specifické zaměření, kterým práce pro městskou kabelovou televizi je. To, jak se uchazeč jeví podle údajů v životopisu a v rámci osobního pohovoru sice může před jeho přijetím do pracovního poměru mnohé napovědět, ale jeho skutečné kvality prověří až reálný provoz a dlouhodobější činnost. Nevhodně vybraný pracovník, který bude vykazovat značný nesoulad mezi tím, co je od něj očekáváno a jeho skutečnými schopnostmi a dovednostmi, tak může být v případě Vracovské kabelové televize zcela legitimní příčinou nedostatečné kvality nabízeného obsahu. Pokud se nepodaří pracovní místo obsadit osobou, která je svými kvalitami a odborností dlouhodobě známa, pak je asi nemožné se takovému riziku vyvarovat. Možným řešením pro eliminaci daného rizika je požadavek na předchozí pracovní reference, které mohou o odbornosti daného pracovníka mnohé napovědět. Určité riziko je pak ale logicky spojeno i s pracovníky, kteří svou práci vykonávají zodpovědně, odborně a snaží se průběžně doplňovat a zvyšovat svou kvalifikaci. Takoví pracovníci jsou na trhu práce velmi ceněni a je po nich konkurenční poptávka. V takovém případě jsou rozhodující nejen finanční podmínky, ale riziko ztráty takového pracovníka lze do jisté míry eliminovat i pomocí nejruznějších zaměstnaneckých výhod a benefitů jako například týden dovolené navíc, služební mobilní telefon i pro soukromé účely, stravenky, pravidelné prémie atp.

### 11.5.2 Nevyhovující web a nevhodné logo

Riziko spojené s novým webem Vracovské kabelové televize spočívá především v jeho nedostatečné uživatelské přívětivosti. Web, který nebude na první pohled atraktivní a bude v návštěvnicích vyvolávat pocity přílišné náročnosti a nepřehlednosti, může jen těžko splňovat jeho základní poslání, tedy to, aby se na něj opakovaně a rádi vraceli. Zrovna tak to platí v případě nekompatibility webu s různými prohlížeči či technickými zařízeními. To v konečném důsledku může znamenat negativní dopad na komunikaci televize se svými diváky. Zrovna tak nevhodně zpracované logo může vést k neefektivnímu vizuálnímu zaštítní televize, což opět může negativně ovlivnit její vnímání okolím. Rizika popsána v dané podkapitole lze do jisté míry eliminovat pečlivým výběrem grafiků a designérů. Vhodné je zaměřit se na jejich reference a dříve realizované projekty. Další možností je také participace diváků na návrhu loga a designu webových stránek.

### 11.5.3 Neatraktivní obsah

Ani skutečnost, že bude obsah vysílání Vracovské kabelové televize doplněn o nejčastěji se opakující podněty vzešlé z výzkumného šetření, nezaručuje, že budou diváci spokojeni. Zde lze například kalkulovat s tím, že do značné míry může být jejich vnímání tohoto městského infokanálu ovlivněno obsahovou nabídkou a úrovní programu, které běžně publiku servírují celostátní televizní stanice. Důležité tak je, aby měli diváci neustále pocit, že obsah, který je jim předkládán, je pro ně zajímavý a atraktivní. V opačném případě hrozí, že to povede k nespokojenosti a negativnímu vnímání televize, což může v konečném důsledku poškodit i pohled na vedení města. V daném kontextu je proto žádoucí, aby se diváci stali přímými spoluvůrci obsahu a tím pádem byli na programu přímo zainteresováni. Rovněž je nezbytné se diváků v pravidelných intervalech, např. co čtvrt roku, ptát na jejich názor na aktuální programovou nabídku a dát jim prostor pro zlepšující nápady a náměty. Toto je možné realizovat například prostřednictvím jednoduchého dotazníkového online šetření.

## 11.6 Měření efektivity

Vyhodnocení úspěšnosti zavedených opatření je nezbytné k tomu, aby bylo zřejmé, zda byla opatření zvolena správně a efektivně. Pokud jde o zaměstnance Vracovské kabelové televize, důležité je, sledovat jejich výkonnost, pracovní nasazení a plnění zadaných úkolů. Toto lze měřit například pomocí hodnocení jejich výsledků a spokojenosti nadřazených. Hodnocení

by se mělo odehrávat v předem stanovených intervalech, například v měsíčních či čtvrtletních. Co se týče nového loga a webových stránek, tady je možné měřit úspěšnost na základě reakcí diváků, počtů návštěv a době strávené na webu, případně dotazníkovým šetřením zaměřeným na design a uživatelskou přívětivost. U obsahu vysílání lze aplikovat dotazníkové průzkumy zaměřené na sledovanost televize a zájem o jednotlivé programové prvky. Kombinace výše popsaných metrik zajistí komplexní pohled na zavedená opatření a zároveň může pomoci identifikovat oblasti, na kterých je ještě nutno zapracovat a zefektivnit je.

## ZÁVĚR PROJEKTOVÉ ČÁSTI

V rámci projektové části této diplomové práce **byl vypracován manuál k dalšímu rozvoji Vracovské kabelové televize**, která je stěžejním komunikačním médiem města Vracov. Do manuálu **byly zahrnuty důležité oblasti**, jako jsou **lidské zdroje**, odpovídající **pracovní zázemí** a v neposlední řadě také **oblast programové nabídky**. Manuál definuje nejen to, jaké kroky je nezbytné podniknout, ale v rámci možností se snaží obsáhnout i **finanční a časové hledisko** a věnuje se i **případným rizikům navržených řešení**. Jde přitom o oblasti, které spolu velmi úzce souvisí a navazují na sebe. Pokud by se totiž pozornost upřela pouze na některou z nich, v konečném důsledku by to nepřineslo ve věci rozvoje Vracovské kabelové televize kýžený efekt. **Cílem manuálu rovněž bylo zdůraznit nezbytnost pečlivého plánování a strategického přístupu ke všem definovaným oblastem rozvoje**. A to s ohledem na minimalizaci zmiňovaných rizik a naopak dosažení co nejvyšší efektivity.

Přestože byly v projektové části vybrané oblasti rozvoje popsány poměrně detailně, včetně navržených řešení, stále jde pouze jen o jakýsi možný koncepční návrh. Pro případné praktické využití manuálu je nutné jej mnohem podrobněji propracovat a věnovat se i oblastem, které zde nebyly z kapacitních důvodů řešeny. Vzhledem ke skutečnosti, že daná práce vychází z konkrétní situace a staví na objektivních zjištěních, bylo by nanejvýš vhodné se o to reálně pokusit.



## ZÁVĚR

Diplomová práce měla za cíl **definovat možnosti dalšího rozvoje Vracovské kabelové televize**, která je stěžejním informačním kanálem města Vracov. Práce se v tomto ohledu zaměřila především na **oblast lidských zdrojů a oblast vedoucí k zatraktivnění programu**. To vše s ohledem na možné využití v reálném prostředí regionální televize.

**Teoretická část práce byla v jejím úvodu stručně zaměřena na vymezení základních pojmů, které se týkají municipalit.** Bylo zde popsáno, jakou roli municipality v rámci samosprávy sehrávají a došlo i na vymezení základních orgánů obce. **V daném kontextu byl pak kladen důraz na význam komunikace v místní, tedy veřejné, správě**, jakožto i na teoretické přístupy v komunikaci s veřejností právě v oblasti místní správy. V rámci teoretické části **byl rovněž věnován prostor historii televize a televizního vysílání, aby následně bylo definováno postavení lokálního televizního vysílání v kontextu dnešní doby**, jeho výhody a nevýhody a role nabízeného obsahu právě s ohledem na požadavky regionálního diváka. **To vše ve vztahu na navazující praktickou část práce.**

**Praktická část práce** byla postavena na realizaci primárních výzkumných šetření, jejichž cílem bylo **získat detailní vhled do aktuálního programového nastavení Vracovské kabelové televize, odhalit současné personální limity a nálady a získat informace o diváckých preferencích a požadavcích na obsah.** Výzkumná šetření byla realizována s cílem jejich vzájemného závěrečného propojení tak, aby bylo možné jednoznačně definovat nynější limity a naopak pojmenovat možnosti dalšího rozvoje tohoto městského televizního infokanálu.

**Stanovené výzkumné otázky byly zodpovězeny.** Z výsledků jednotlivých výzkumných šetření vyplynulo, že **za současného stavu je prakticky nemožné Vracovskou kabelovou televizi z hlediska dalšího progresu jakkoliv nárokovat.** Zde je přitom důležité zmínit, že není možné upírat snahy o zlepšení pouze na jedinou z výše definovaných oblastí, ale vzhledem k tomu, že všechny tyto oblasti spolu velmi úzce souvisí a mají vzájemnou návaznost, je naprosto nezbytné soustředit se na všechny současně. Je tedy zcela zřejmé, že přijetí správných opatření spolu se strategickým přístupem, jsou klíčovými oblastmi pro úspěšný rozvoj tohoto komunikačního média města Vracov. Velmi důležitou oblastí je také **pravidelné měření efektivity zavedených opatření včetně zpětné divácké vazby.** Obecně je totiž svět médií něčím, kde se velmi rychle mění trendy a kde směr výrazně udává technický pokrok. Pokud na toto všechno dokáže jakékoliv masmédiu věcně a především pružně reagovat,

má potenciál stát se významným nástrojem pro komunikaci s občany, což u městské kabelové televize platí bezesbýtku.

**Projektová část diplomové práce nabízí právě s ohledem na definované oblasti manuál, který může být vhodným vodítkem pro rozvoj Vracovské kabelové televize.** Nutno ovšem zdůraznit, že tento manuál je pouze jakýmsi rámcovým návrhem možných řešení. Reálná praxe může odhalit, že problematika rozvoje tohoto stěžejního komunikačního prostředku města Vracov je mnohem hlubší, kdy do hry mohou vstupovat další objektivní faktory, na které se daná práce nesoustředí. Jedním z těchto faktorů může být například politická vůle současného vedení města do rozvoje televize jakkoliv investovat.

**Výstupy této diplomové práce, které jsou vystavěny na relevantních výzkumech, nicméně mohou být pro danou problematiku velmi hodnotným zdrojem informací a mohou tak zcela nepochybně položit pevný základ pro případné konkrétní kroky vedoucí k reálnému rozvoji Vracovské kabelové televize. Bylo by tedy zcela jistě žádoucí, pokusit se je aplikovat do praxe.**

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### LITERATURA:

BALÍK, Stanislav, 2009. *Komunální politika: Obce, aktéři a cíle místní politiky*. Granada Publishing. ISBN 978-80-247-2908-4.

BEDNÁŘ, Vojtěch, 2011. *Internetová publicistika. Žurnalistika a komunikace*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3452-1.

BEDNAŘÍK, Petr, ČULÍK, Jan, DÓCZY, Jaroslav, GAJDOŠ, Július a HLAVICA, Marek et al, 2015. *Autor - vize - meze - televize*. Praha: Česká televize. ISBN 978-80-87912-3.

HARTE, Bernard, 2002. *When Radio was the Cat's Whiskers*. Rosenberg Publishing. ISBN 9781921719707.

HEGER, Vladimír, 2012. *Komunikace ve veřejné správě. Žurnalistika a komunikace*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3779-9.

CHALUPA, Radek, 2012. *Efektivní krizová komunikace: pro všechny manažery a PR specialisty*. Komunikace (Grada). Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4234-2.

KOČÍ, Roman, 2012. *Obecní samospráva v České republice: praktická příručka s judikaturou*. Praktik (Leges). Praha: Leges. ISBN 978-80-87576-28-1.

KOLEKTIV AUTORŮ, 2003. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0632-1.

KOTLER, Philip a ARMSTRONG, Gary, 2004. *Marketing*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0513-3.

KOZEL, Roman, 2006. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0966-X.

KOZEL, Roman, MYNÁŘOVÁ, Lenka a SVOBODOVÁ, Hana, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6.

LAČŇÁKOVÁ, Marie, 2001. *Vracov průvodce městem*. Brno: CERM. ISBN 80-7204\_209-2.

*Obce, kraje, úředníci obcí a krajů, obecní policie*, 2013. 2013. Sagit. ISBN 978-80-7208-977-2.

ŠTOLL, Martin, 2011. *I.5.1953 - zahájení televizního vysílání: zrození televizního národa. Dny, které tvořily české dějiny*. Praha: Havran. ISBN 978-80-87341-06-3.

TAHAL, Radek, 2022. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. 2. vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-3535-6.

*Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2022*, 2022. 2022. Praha: SMO ČR. ISBN 978-80-88375-20-3.

*Vracov padesát let městem 1967 - 2017*, 2017. Město Vracov. ISBN 978-80-270-2213-7.

### INTERNETOVÉ ZDROJE:

BÍLEK, Petr, 2022. *TELEVIZNIWEB. Revoluce jménem televize: Z historie nejvlivnějšího média 20. století*. Online. Dostupné z: <https://www.televizniweb.cz/2022/08/revoluce-jmenem-televize-z-historie-nejvlivnejsiho-media-20-stoleti/>. [cit. 2023-11-25].

BRAVIC, Lucija, 2021. *Alphonse Mucha: The Artist Behind the Iconic Art Nouveau Posters*. Online. Dostupné z: <https://magazine.artland.com/alphonse-mucha-bio-art-nouveau-posters/>. [cit. 2023-11-14].

BRITANNICA, 2024. *Poster art and advertisement*. Online. Dostupné z: <https://www.britannica.com/technology/e-book/E-books-and-publishing-companies>. [cit. 2024-03-25].

BRYCHTA, Jan, 2017. *LUPA: Deset historických milníků provázejících vývoj televize v minulém a tomto století*. Online. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/deset-historicky-ch-milniku-provazejicich-vyvoj-televize-v-minulem-a-tomto-stoleti/>. [cit. 2023-11-22].

*Co dělá zastupitel?*, b. r.. Online. Dostupné z: <https://www.poradnaproobce.cz/komunalni-volby-2022/zastupitel/co-zastupitel-dela>. [cit. 2023-11-07].

ČESKÁ TELEVIZE, 2023. *Historické události Dějiny televizního vysílání v Československu od prvních krůčků až do roku 1992*. Online. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/historie-cst/historicke-udalosti/>. [cit. 2023-11-27].

DIGIVYSÍLÁNÍ, 2019. *Kabelové televize*. Online. Dostupné z: <http://www.digivysilani.cz/tema-kabelove-televize.htm>. [cit. 2023-12-18].

FRANKBOLT, 2022. *Obecní a krajská periodika: jaká pro ně platí pravidla a jak se bránit proti jejich nedodržení?* Online. Dostupné z: [https://frankbold.org/poradna/fungovani-obci-a-uradu/cinnost-obce-a-kraje/cinnost-obce-a-kraje/rada/obecni-a-krajska-periodika-jaka-pro-ne-plati-pravi#Co\\_je\\_to\\_obecn%C3%AD\\_a\\_krajsk%C3%A9\\_periodikum\\_a\\_kdo\\_ho\\_vyd%C3%A1v%C3%A1?](https://frankbold.org/poradna/fungovani-obci-a-uradu/cinnost-obce-a-kraje/cinnost-obce-a-kraje/rada/obecni-a-krajska-periodika-jaka-pro-ne-plati-pravi#Co_je_to_obecn%C3%AD_a_krajsk%C3%A9_periodikum_a_kdo_ho_vyd%C3%A1v%C3%A1?) [cit. 2023-11-20].

HANUŠOVÁ, Soňa, 2022. *Obrazem: Řeč plakátu.* Online. Dostupné z: <https://maomai.cz/2022/12/18/obrazem-rec-plakatu/>. [cit. 2023-11-14].

CHUDARA, Jaroslav, 2021. *IDNES. Obecní rozhlasý odolávají internetu, část obyvatel však obtěžují hlukem.* Online. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/zlinsky-kraj-obecni-rozhlas-hlasice-hluk-internet-informace.A210407\\_602230\\_zlin-zpravy\\_hoo](https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/zlinsky-kraj-obecni-rozhlas-hlasice-hluk-internet-informace.A210407_602230_zlin-zpravy_hoo). [cit. 2023-11-21].

INDEED, Indeed Editorial Team, 2022. *Logo vs. Brand: Definitions and Essential Differences.* Online. Dostupné z: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/logo-vs-brand?fbclid=IwAR2BZwW2jwuZdDI1AgBWYQd4rdWOHxmqWbjdr-gYdvUeo91dt-g6wKLjexCw>. [cit. 2024-03-16].

INTERNATIONAL POSTER GALLERY, b. r.. *A brief history of poster.* Online. Dostupné z: <https://www.internationalposter.com/a-brief-history-of-the-poster/>. [cit. 2023-11-14].

IPODNIKATEL, 2020. *Výhody a nevýhody propagačních kanálů (médií).* Online. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/vyhody-a-nevyhody-propagacnich-kanalu-medii/>. [cit. 2023-12-09].

JUSTPRINT, 2021. *Od reklamy po umění. Krátká historie plakátu.* Online. Dostupné z: <https://justprint.cz/blog/od-reklamy-po-umeni-kratka-historie-plakatu/>. [cit. 2023-11-14].

KULÍŠKOVÁ, Evelyn, 2015. *IROZHLAS. Obecní rozhlasý účinně šíří informace v krizových situacích. Řada obcí je ale nemá.* Online. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/zlinsky-kraj-obecni-rozhlas-hlasice-hluk-internet-informace.A210407\\_602230\\_zlin-zpravy\\_hoo](https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/zlinsky-kraj-obecni-rozhlas-hlasice-hluk-internet-informace.A210407_602230_zlin-zpravy_hoo). [cit. 2023-11-21].

KVALIKOM, 2020. *Česká města objevují Instagram a YouTube, úředníci odpovídají i po Facebooku.* Online. Dostupné z: <https://www.kvalikom.cz/blog/ceska-mesta-objevuji-instagram-a-youtube-urednici-odpovidaji-i-po-facebooku>. [cit. 2023-11-15].

LIPPERT, Angelina, 2017. *What is a poster?* Online. Dostupné z: <https://posterhouse.org/blog/what-is-a-poster/>. [cit. 2024-03-30].

MEDIAGRAM, 2024. *Organizace práce v médiích jak vzniká zpráva, jak vzniká zábavní pořad, práce v redakci, výrobní štáb*. Online. Dostupné z: <https://mediagram.cz/zsv-2/organizace-prace-v-mediich>. [cit. 2024-03-16].

MĚSTO VRACOV, 2024, a. *Historie a symboly*. Online. Dostupné z: <https://www.mestovracov.cz/159-historie-a-symboly>. [cit. 2024-03-25].

MĚSTO VRACOV, 2024, b. *Organizační struktura*. Online. Dostupné z: <https://www.mestovracov.cz/40-organizacni-struktura-meu-vmestovracov>. [cit. 2024-03-25].

MĚSTO VRACOV, 2024, c. *Vracovská televize*. Online. Dostupné z: <https://www.mestovracov.cz/40-organizacni-struktura-meu-vmestovracov/131-vmestovracovska-televize>. [cit. 2024-03-25].

MĚSTO VRACOV, 2023, d. *Výsledky hlasování v premiérovém ročníku Participativního rozpočtu města Vracova*. Online. Dostupné z: <https://www.mestovracov.cz/news?id=432&page=3>. [cit. 2024-03-25].

MODERNÍ OBEC, b. r.. *Standardní nástroje komunikace s veřejností*. Online. Dostupné z: <https://moderniobec.cz/standardni-nastroje-komunikace-s-verejnosti/>. [cit. 2023-11-15].

MUNIPOLIS, b. r.. *Co je Munipolis?* Online. Dostupné z: <https://info.munipolis.cz/o-munipolis/#o-munipolis>. [cit. 2023-11-22].

MÜLLER, Pavel, 2021, a. *Atmedia. Seriál o TV: Nárůst počtu stanic a fragmentace českého TV trhu*. Online. Dostupné z: [https://www.atmedia.cz/atblog-serial-o-tv-narust-poctu-stanic-a-fragmentace-ceskeho-tv-trhu#\\_ftn1](https://www.atmedia.cz/atblog-serial-o-tv-narust-poctu-stanic-a-fragmentace-ceskeho-tv-trhu#_ftn1). [cit. 2023-12-12].

MÜLLER, Pavel, 2021, b. *Atmedia. Seriál o TV: Investice do TV reklamy a význam televize z hlediska budování značky*. Online. Dostupné z: <https://www.atmedia.cz/atblog-serial-o-tv-investice-do-tv-reklamy-a-vyznam-televize-z-hlediska-budovani-znacky>. [cit. 2023-12-12].

NIELSEN-ADMOSPHERE, 2023. *Český divák sleduje téměř 4 hodiny TV denně, projekt měření sledovanosti změřil v posledním roce 769 tisíc pořadů na 90 stanicích*. Online. Dostupné z: <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/cesky-divak-sleduje-temer-4-hodiny-tv-denne-projekt-mereni-sledovanosti-zmeril-v-poslednim-roce-769-tisic-poradu-na-90-panicich>. [cit. 2023-11-27].

NMPS, Nové Město pod Smrkem, b. r.. *Co je Munipolis?* Online. Dostupné z: <https://www.nmps.cz/mobilni-rozhlas>. [cit. 2023-11-22].

OLED-INFO, 2023. *What is an OLED TV?* Online. Dostupné z: <https://www.oled-info.com/oled-tv>. [cit. 2023-11-24].

PARABOLA, 2023. *Atmedia: Vývoj českého televizního trhu v čase*. Online. Dostupné z: <https://www.parabola.cz/clanky/7517/atmedia-vyvoj-ceskeho-televizniho-trhu-v-case/>. [cit. 2023-11-27].

PETRUSEK, Miloslav, 2018. *Analýza obsahová*. Online. Dostupné z: [https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza\\_obsahov%C3%A1\\_\(MSgS\)](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza_obsahov%C3%A1_(MSgS)). [cit. 2024-03-20].

POTŮČEK, Jan, 2018. TELEVIZNIWEB. *Co je nejvýhodnější? DVB-T2, satelit, kabelová televize nebo IPTV?* Online. Dostupné z: <https://www.televizniweb.cz/2018/06/co-je-nejvyhodnejsi-dvb-t2-satelit-kabelova-televize-nebo-iptv/>. [cit. 2023-11-27].

PREMIER INTERIORS, 2019. *Kolik metrů čtverečních kanceláře potřebuje jeden zaměstnanec k pohodlné práci?* Online. Dostupné z: <https://www.premieri.cz/cs/kolik-metru-ctverečních-kancelare-potrebuje-jeden-zamestnanec-k-pohodlne-praci/>. [cit. 2024-03-20].

PREUSS, Ondřej, 10. 2. 2023. *Dostupnyadvokat: Jaký je význam úřední desky pro občany a jak ji efektivně využít?* Online. Dostupné z: <https://dostupnyadvokat.cz/blog/uredni-deska>. [cit. 2023-11-12].

Rada, b. r.. Online. *Poradna pro obce*. Dostupné z: <https://www.poradnaproobce.cz/komunalni-volby-2022/zastupitel/organy-obce-pravomoci/rada> [cit. 2023-12-17].

ROZVOJOBCI, 2012. *Participace obyvatel na procesu plánování*. Online. Dostupné z: <https://www.rozvojjobci.cz/news/participace-obyvatel-na-procesu-planovani/>. [cit. 2023-11-12].

RRTV, 2023. *Poslání Rady*. Online. Dostupné z: <https://rrtv.gov.cz/cz/static/o-rade/poslani-rady/index.htm>. [cit. 2023-12-12].

SATTURN, 2013. *Obecní rozhlas*. Online. Dostupné z: [http://satturn.cz/cze\\_rozhlas.php](http://satturn.cz/cze_rozhlas.php). [cit. 2023-11-21].

SEDLÁČEK, Jan, 2015. *Obec a samospráva*. Online. Rok v obci. 8. 7. 2015. Dostupné z: <https://www.rokvobci.cz/zpravy-redaktoru/detail/587-obec-a-samosprava/> [cit. 2023-12-17].

SHELDON, Robert, 2013. *TECHTARGET: What is an OLED TV (organic light-emitting diode television)?* Online. Dostupné z: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/OLED-TV>. [cit. 2023-11-24].

TAILOR BRANDS, 2024. *What Is a Logo?* Online. Dostupné z: <https://www.tailorbrands.com/logo-maker/what-is-a->

logo?fbclid=IwAR3GAE4Emsq0OfnLdMdykFuYo5y1Xot\_huHl4KYj9S3gFTNVAX0hBG7cQH0. [cit. 2024-03-16].

THE BRANDED AGENCI, 2019. *Logo Branding: Understanding the Difference between Brand Identity and Logo*. Online. Dostupné z: <https://www.brandedagency.com/blog/logo-branding?fbclid=IwAR2EIKjBzC7mOPbuv0DfhFzQfYRRnzoIDnRGPeIFJcSjCpipFDod-WQpZQS4>. [cit. 2024-03-16].

VALA, Ondřej, 2008. *LUPA. Jak funguje kabelová televize I.: Základní údaje a historie*. Online. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/jak-funguje-kabelova-televize-i-zakladni-udaje/>. [cit. 2023-11-22].

VEČEŘA, Pavel, 2023. *Komunikace s veřejností z pozice síly nebo ve službách občanů?* Online. Dostupné z: [https://www.obecniportal.cz/33/komunikace-s-verejnosti-z-pozice-sily-nebo-ve-sluzbach-obcanu-uniqueidmRRWSbk196FNf8-jVUh4ErIp\\_f0Q2E3S29QIEbAcAsY/](https://www.obecniportal.cz/33/komunikace-s-verejnosti-z-pozice-sily-nebo-ve-sluzbach-obcanu-uniqueidmRRWSbk196FNf8-jVUh4ErIp_f0Q2E3S29QIEbAcAsY/). [cit. 2023-12-18].

ZÁKONY PRO LIDI, 2023. *Zákon č. 231/2001 Sb. Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů*. Online. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>. [cit. 2023-12-12].



**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

BBC	British Broadcasting Corporation
ČR	Česká republika
ČS	Česko-slovenský
ČSFR	Česká a Slovenská Federativní Republika
DVB-C	Digital Video Broadcasting – Cable
DVB-S	Digital Video Broadcasting – Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial
GSM	Groupe Spécial Mobile
HbbTV	Hybrid Broadcast Broadband Television
HD	High-Definition
IPTV	Internet Protocol Television
LCD	Liquid Crystal Display
LED	Light Emitting Diode
OLED	Organic Light Emitting Diode
OÚ	Obecní úřad
RRTV	Rada pro rozhlasové a televizní vysílání
USA	United States of America – Spojené státy americké

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1: Schéma veřejné správy.....	15
Obrázek 2: Příklad možného vzhledu digitální úřední desky. ....	25
Obrázek 3: Plakát kombinující různé techniky a styly. ....	26
Obrázek 4: Domovská stránka webu města Vracov. ....	28
Obrázek 5: Schéma působení fámy. ....	31
Obrázek 6: Vracovský zpravodaj vydávaný městem Vracov. ....	33
Obrázek 7: Službu mobilního rozhlasu nabízí samosprávám společnost Munipolis.....	35
Obrázek 8: Loga televizního studia v Brně (1961) a Ostravě (1955). ....	40
Obrázek 9: Foto nově postaveného komplexu Československé televize ....	41
Obrázek 10: Radnice postavená v letech 1948 – 1949 dle architekta Jiřího Jeřábka. ....	57
Obrázek 11: Sgrafito na průčelí vracovské radnice. ....	58
Obrázek 12: Logo Vracovské kabelové televize. ....	60
Obrázek 13: Ukázka textového vysílání Vracovské kabelové televize. ....	62
Obrázek 14: Akustický panel ve tvaru pyramid. ....	101
Obrázek 15: Fotoaparát lze pořídit za akční cenu.....	102
Obrázek 16: Chromagreen o rozměru 2,3 x 4 metry. ....	102
Obrázek 17: Návrh oznámení o výběrovém řízení. ....	104

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Obsah premiérového dílu č. 613.....	63
Tabulka 2: Obsah premiérového dílu č. 614.....	64
Tabulka 3: Obsah premiérového dílu č. 615.....	64
Tabulka 4: Obsah premiérového dílu č. 616.....	65
Tabulka 5: Obsah premiérového dílu č. 617.....	65
Tabulka 6: Základní charakteristika participantů. ....	68
Tabulka 7: Důvody, proč respondenti nesledují Vracovskou kabelovou televizi. ....	81
Tabulka 8: Četnost sledování Vracovské kabelové televize.....	82
Tabulka 9: Hodnocení užitečnosti a zajímavosti vysílaného obsahu. ....	84
Tabulka 10: Požadavky respondentů na doplnění vysílání.....	86
Tabulka 11: Na základě volných odpovědí bylo definováno 19 různých kategorií. ....	89

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Nejvíce respondentů se zapojilo v úvodních dnech šetření.....	79
Graf 2: Konzumenti obsahu Vracovské kabelové televize zapojení do průzkumu. ....	81
Graf 3: Vnímání sportovních zpráv ženami s ohledem na věk a vzdělání. ....	83
Graf 4: Formát obrazového vysílání by změnila většina respondentů.....	87
Graf 5: Internetové vysílání požaduje 87% respondentů.....	87

## SEZNAM PŘÍLOH

**Příloha P I:** Kvalitativní šetření – základní scénář polostrukturovaného rozhovoru s pracovníky Vracovské kabelové televize, včetně odkazu na online úložiště s rozhovory s jednotlivými účastníky.

**Příloha P II:** Kvantitativní šetření – scénář rozhovoru pro dotazníkové šetření s obyvateli města Vracova, tedy diváky Vracovské kabelové televize, včetně odkazu na online úložiště s kompletními daty z dotazníkového šetření.

**Příloha P III:** Zdůvodnění respondentů, proč nesledují Vracovskou kabelovou televizi.

**Příloha P IV:** Názory respondentů na současné vizuální pojetí Vracovské kabelové televize.

**Příloha P V:** Podněty respondentů pro další rozvoj a zlepšení Vracovské kabelové televize.

**Příloha P VI:** Výzva na oficiálním webu města Vracov, aby se občané zapojili do dotazníkového šetření.

## **PŘÍLOHA P I:**

Kvalitativní šetření – základní scénář polostrukturovaného rozhovoru s pracovníky Vracovské kabelové televize:

Dobrý den, vážený participante,

obracím se na Vás, jakožto dlouholetého pracovníka Vracovské kabelové televize, s žádostí o rozhovor, který by měl nastínit, v čem aktuálně spočívají hlavní limity zamezující dalšímu rozvoji tohoto stěžejního komunikačního média města Vracova. Prostřednictvím tohoto rozhovoru bych rád zjistil, jaké jsou Vaše nynější pracovní podmínky, jak Vracovskou kabelovou televizi vnímáte, kde vidíte její přednosti či naopak slabé stránky. Rovněž bych rád zjistil, co by se na jejím současném modelu mělo z Vašeho pohledu změnit tak, aby tyto změny vedly právě k dalšímu rozvoji televize.

Tento výzkum poslouží nejen pro potřeby mé diplomové práce v rámci studia marketingových komunikací na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, ale rovněž jako případný podklad pro vedení města Vracova, na jehož základě by pak mohlo město podniknout konkrétní kroky vedoucí k celkovému rozvoji televize. Cílem práce je odhalit skutečný stav a navrhnout konkrétní řešení tak, aby je bylo možno aplikovat do praxe.

Za spolupráci na výzkumu velmi děkuji.

1. Na jaké pozici a jak dlouho v rámci Vracovské kabelové televize pracujete?
2. V čem je podle Vás Vracovská kabelová televize pro občany města atraktivní?
3. Má toto komunikační médium města z Vašeho pohledu nějaké vyloženě slabé stránky?
4. Považujete nynější personální obsazení pro torbu kvalitního a pestrého obsahu za dostatečnou?
5. Jste spokojeni s aktuálním nastavením pracovní doby?
6. Je odměňování za odvedenou práci, včetně přesčasové a víkendové, podle Vás adekvátní?
7. Účastníte se pravidelně či alespoň občas školení, která by pomohla rozšířit Vaši odbornost a zvýšit kvalifikaci?
8. Domníváte se, že současné technické a materiální vybavení redakce je odpovídající?
9. Investuje město z Vašeho pohledu dostatečné prostředky pro další zkvalitnění a zatraktivnění Vracovské kabelové televize?

10. Formulujte podle Vás vedení města dostatečně a zřetelně požadavky na práci zaměstnanců televize, potažmo na obsah vysílání?

**Odkaz na online úložiště s rozhovory:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1d6TJEzGe0Efl7adsMWyPigi4d7nm1JE8>

## **PŘÍLOHA P II:**

Kvantitativní šetření – scénář rozhovoru pro dotazníkové šetření s obyvateli města Vracov, tedy diváky Vracovské kabelové televize.

Milí Vracovjáci,

ten, kdo sleduje Vracovskou kabelovou televizi, ať už pravidelně či nepravidelně, postřehl, že se v nedávné době změnilo vizuální pojetí textového zpravodajství. Někdo to vnímá pozitivně, jiný zase naopak. Asi jako každou změnu, která po dlouhých letech přijde. Záměrem bylo, vnést do textového zpravodajství moderní design a atraktivitu. Mnozí z Vás také zaznamenali, že už na podkresu textového zpravodajství neslychají rádio JIH. K této změně jsme bohužel museli přistoupit kvůli licenčním podmínkám a reklamním sdělením, které rádio pravidelně vysílá. Kabelovou televizi, jakožto stěžejní komunikační médium města, bychom chtěli i nadále zlepšovat a zdokonalovat. Tentokrát bychom se rádi zaměřili na obrazové vysílání. A k tomu potřebujeme Vaši pomoc! Udělejte si, prosím, na malý okamžik čas, vyplňte krátký anonymní dotazník a řekněte nám, co by se dalo z Vašeho pohledu zlepšit či udělat jinak. Váš názor je velmi důležitý! Výsledky dotazníkového šetření budou zároveň použity pro mou diplomovou práci v rámci studia marketingových komunikací na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Děkuji Vám.

Petr Fridrich, starosta

### **Dotazník:**

1. Jak často sledujete Vracovskou kabelovou televizi, tedy textové i obrazové vysílání?

- a) pravidelně každý den
- b) alespoň třikrát do týdne
- c) alespoň jednou do týdne
- d) spíše jen občas, nahodile
- e) kabelovou televizi sleduji spíše výjimečně
- f) vůbec



**Pokud participant zvolí odpověď „f“, následuje otázka „2.“ tohoto znění:**

**2. Uveďte, prosím, důvod, proč Vracovskou kabelovou televizi nesleduje:**

...

**Následně přechod na otázky týkající se věku, pohlaví a vzdělání. Konec dotazníku.**

3. Které informace jsou pro Vás ve vysílání stěžejní?

- a) zprávy z města (investiční akce a projekty, hospodaření města...)
- b) informace ze společenského a kulturního dění
- c) sportovní zprávy
- d) informace z místních spolků a organizací
- e) všechny výše uvedené považují za stěžejní
- f) jiné – prosím doplňte:

4. Jsou informace, které Vracovská kabelová televize přináší, užitečné a po obsahové stránce zajímavé?

- a) ano
- b) ne

5. Pokud jde o informace o chodu města a zásadních investicích, které jsou v kabelové televizi městem zveřejňovány, jak tyto informace vnímáte?

- a) považují je za zcela dostatečné
- b) jsou spíše dostatečné
- c) jsou spíše nedostatečné
- d) považují je za zcela nedostatečné
- e) nedokáží posoudit

6. Jaké reportáže byste ve vysílání Vracovské kabelové televize uvítali v mnohem větším měřítku než je tomu doposud?

- a) informace z dění ve městě (investiční akce, dotace, projekty, hospodaření...)
- b) informace z kulturního a společenského dění
- c) informace ze sportu
- d) informace ze života místních spolků a organizací
- e) společenskou kroniku (významná výročí, oslavy...)
- f) pozvánky na akce
- g) uvítal bych více všeho
- h) jiné – doplňte prosím:

7. Z kterých oblastí Vám ve vysílání Vracovské kabelové televize reportáže naopak zcela chybí? Případně vyberte více možností.

- a) zajímavosti z historie města a jeho obyvatel
- b) pravidelné povídání se zajímavými lidmi
- c) pravidelné reportáže ze školy a školky či jiných významných institucí
- d) informace ze zasedání městského zastupitelstva
- f) informace o okolní fauně a flóře, tipy na výlety
- g) informace z místní farnosti
- h) komerční reportáže o místních firmách a podnikatelích
- i) aktuální náplň obrazového vysílání považuji za dostatečnou
- j) jiné – doplňte prosím:

8. Současný formát vysílání zahrnuje premiérové obrazové vysílání v délce trvání cca 30 minut, a to každých čtrnáct dnů (mimo pravidelné reprízy).

- a) uvítal/a bych větší časovou dotaci a častější premiérové vysílání, tj. každý týden
- b) ponechal/a bych stejnou časovou dotaci, ale častější premiérové vysílání, tj. každý týden
- c) uvítal/a bych větší časovou dotaci a ponechal premiéry ve stávajícím čtrnáctidenním cyklu
- d) na současném modelu bych nic neměnil/a
- e) nedokáži na to odpovědět

9. Co si myslíte o současném vizuálním pojetí obrazového vysílání? Dle uvážení případně vyberte i více možností.

- a) uvítal/a bych, pokud by se ve vysílání pravidelně objevovaly nové programové prvky, jako například znělky, obrazové předěly...
- b) postrádám grafické prvky a animace
- c) líbilo by se mi, pokud by každá z reportáží byla samostatně uvedena moderátorem
- d) současné pojetí reportáží mi přijde statické, uvítal/a bych více dynamiky
- e) na současném vizuálním pojetí bych nic neměnil/a
- f) jiné – doplňte prosím:

10. Měla by Vracovská kabelová televize nabízet obsah i na internetu?

- a) ano
- b) ne

11. Obrazové vysílání ze současného dění ve městě je aktuálně možné sledovat denně ve třech časech: 10:00, 18:30 a 22:00. Je z Vašeho pohledu tato četnost dostatečná?

- a) ano
- b) ne

12. Možná je něco, co výše uvedené otázky nepostihly, ale Vy byste to rádi sdělili:

13. Uveďte, prosím, Váš věk:

- a) 15 až 18 let
- b) 19 až 30 let
- c) 31 až 45 let
- d) 46 až 55 let
- e) 56 až 69 let
- f) 70 a více

14. Uveďte, prosím, Vaše pohlaví:

- a) žena
- b) muž
- c) jiné

15. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) vyučen/a
- c) vyučen/a s maturitou
- d) středoškolské
- e) vysokoškolské

**Odkaz na kompletní data získaná z dotazníkového šetření:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1silAfXV6jjEXS48UAZC9Pp9XQrUKbfaq>

### **PŘÍLOHA P III:**

Zdůvodnění respondentů, proč nesledují Vracovskou kabelovou televizi (otázka č. 2). Odpovědi jsou pod odkazem níže uvedeny v originálním znění, tedy včetně gramatických chyb a překlepů.

#### **Odpovědi:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1dTDYUzg19JnYDcK\\_MRb\\_SwAlrHeyUFEJ](https://drive.google.com/drive/folders/1dTDYUzg19JnYDcK_MRb_SwAlrHeyUFEJ)

## **PŘÍLOHA P IV:**

Názory respondentů na současné vizuální pojetí Vracovské kabelové televize (otázka č. 9).  
Odpovědi jsou pod odkazem níže uvedeny v originálním znění, tedy včetně gramatických chyb a překlepů.

### **Odkaz:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1ILgFxQc9hJwW4vrn-USBzLZqlemX2oOu>

## **PŘÍLOHA P V:**

Podněty respondentů pro další rozvoj a zlepšení Vracovské kabelové televize (otázka č. 12).  
Odpovědi jsou pod odkazem níže uvedeny v originálním znění, tedy včetně gramatických chyb a překlepů.

### **Odkaz:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1I8hHGvrvADmEYmmrN7XWqqZbLtY\\_nnYS](https://drive.google.com/drive/folders/1I8hHGvrvADmEYmmrN7XWqqZbLtY_nnYS)

## PŘÍLOHA P VI:

Výzva na oficiálním webu města Vracov, aby se občané zapojili do dotazníkového šetření.



### Pomozte nám vylepšit Vracovskou kabelovou televizi

27. 02. 2024



Ten, kdo sleduje Vracovskou kabelovou televizi, ať už pravidelně či nepravidelně, postřehl, že se v nedávné době změnilo vizuální pojetí textového zpravodajství. Někdo to vnímá pozitivně, jiný zase naopak. Asi jako každou změnu, která po dlouhých letech přijde. Záměrem bylo, vnést do textového zpravodajství moderní design a atraktivitu. Mnozí z Vás také zaznamenali, že už na podkresu textového zpravodajství neslychají rádio JIH. K této změně jsme bohužel museli přistoupit kvůli licenčním podmínkám a reklamním sdělením, které rádio pravidelně vysílá. Kabelovou televizi, jakožto stěžejní komunikační médium města, bychom chtěli i nadále zlepšovat a zdokonalovat. Tentokrát bychom se rádi zaměřili na obrazové vysílání. A k tomu potřebujeme Vaši pomoc! Udělejte si, prosím, na malý okamžik čas, vyplňte krátký anonymní dotazník a řekněte nám, co by se dalo z Vašeho pohledu zlepšit či udělat jinak. Váš názor je velmi důležitý! Výsledky dotazníkového šetření budou zároveň použity pro mou diplomovou práci v rámci studia marketingových komunikací na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Děkuji Vám.

Petr Fridrich, starosta

Odkaz na dotazník: <https://www.surveio.com/survey/d/T8E7K1K4X3M9B1O4J>