

## **RÁMCOVÝ VÝHLED A ZÁMĚRY ČESKÉHO ROZHLASU PRO ROKY 2015 A 2016**

*Příloha k materiálu „Rámcový plán Českého rozhlasu pro rok 2014“*

V Praze dne 12. února 2014

Předkládá: Mgr. art. Peter Duhan, generální ředitel Českého rozhlasu

## 1. PREAMBULE

Český rozhlas si coby aktivní člen Evropské vysílací unie (EBU) pro následující roky 2015 a 2016 (týká se ovšem již i roku 2014) vytkl za cíl naplňovat 10 níže uvedených závazků vycházejících ze společné strategie členských organizací EBU.

### ➤ SNAŽIT SE LÉPE POROZUMĚT SVÉMU PUBLIKU

Vytvoření vzájemného vztahu s publikem a personalizované mediální nabídky vyžaduje mnohem důkladnější znalost publika, proto chceme i nadále rozšiřovat průzkumy našeho publika tak, abychom získali ještě hlubší vhled jak do složení společnosti a publika (životní styl, komunikace, zájmové skupiny, témata), tak i do mediálního chování a potřeb (motivy, typy obsahu, sledování časů a lokalit, přístroje, míry personalizace a interaktivity).

### ➤ ZVYŠOVAT ANGAŽOVANOST A DIVERZITU

Chceme-li, aby s námi spolupracovali i naši posluchači či diváci, musíme s nimi interagovat. K tomu je třeba využít strategii pro podporu diverzity i nové způsoby komunikace. Diverzitu vnímáme v širokém slova smyslu (věková, sociální/kulturní, etnická, pluralitní, genderová, lifestyleová, regionální, náboženská atd.).

Chceme vytvořit systematickou metodu, pomocí níž budeme prohlubovat diverzifikaci obsahu i složení personálu, a to na základě důkladnějších znalostí společnosti a publika.

Zaměříme se také na experimenty s limity masmédií v třítřicetileté společnosti. Naší snahou je být flexibilní a využívat koncept „inovzity“ (diverzita jako zdroj inovace obsahu za účelem vytváření nových formátů). Budeme se věnovat instruktáži našich redakčních pracovníků ve věci pěstování dialogu a prohlubování plurality a diverzity.

Budeme pokračovat v interakci s publikem prostřednictvím rozhlasových profilů na sociálních a jiných sítích, které mají posluchači v oblíbenosti. Reakce publika v tomto ohledu vnímáme jako další příležitost.

### ➤ STANOVOVAT PRIORITY PRO SVÉ PORTFOLIO

Z hlediska kvality, diverzity, interakce, personalizace a kontextu je třeba neustále zlepšovat a rozvíjet nabízené programy a služby a zároveň reagovat na rozpočtové tlaky.

V rámci portfolia, programů a služeb považujeme za efektivnější uplatňovat strategii „méně, zato důkladněji a kvalitněji“. Ta vyžaduje složitější rozhodování a pečlivou prioritizaci na základě kritérií, jež pomohou zajistit zvýšení důvěry a větší přínos pro společnost. Celkový výsledek – větší osobitost a výraznější dopad.

Na základě motto „Zpopularizujeme kvalitní programy a zkvalitníme populární programy“ budeme usilovat o vznik formátů kombinujících různé žánry. Tím umožníme zdůraznit hodnotný obsah a výrazné žánry, aniž bychom přišli o atraktivitu programu. Chceme vytvářet nové inkluzivní formáty, které osloví různé skupiny publika. Interně budeme podporovat konkurenční prostředí, které pomůže povzbudit kreativitu.

Chceme být i nadále hlavním hráčem na trhu v oblasti místní tvorby a výjimečného obsahu, chceme přicházet s odvážnými programovými koncepcemi, které budou cílit na zásadní otázky

lidského života a života společnosti a které přitáhnou publicitu; tímto způsobem lze oslovit velké procento publika.

Koncepci „méně, zato důkladněji a lépe“ budeme aplikovat také na naši roli producenta v oblasti kultury, abychom zajistili špičkovou kvalitu, nalézání nových témat, kulturních inovací, diverzitu a objevování talentů. Budeme i nadále intenzivně pokračovat ve spolupráci s kulturními organizacemi. Cílem bude i větší soběstačnost symfonického orchestru a uměleckých souborů.

#### ➤ **STÁT SE NEJRELEVANTNĚJŠÍM A NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍM ZDROJEM INFORMACÍ**

Hlavní prioritou bude žurnalistika přinášející nová témata (v rámci zpravodajství, aktuálních událostí, dokumentárních pořadů, spotřebitelských informací atd.). I nadále budeme pokračovat v transformaci našich žurnalistických služeb tak, aby zahrnovaly mobilní služby, sociální sítě, 24hodinové pokrytí v reálném čase a personalizaci.

Cílem bude mimo jiné dosažení zpravodajské přesnosti a spolehlivosti. Vzrůstající rychlost zpravodajských cyklů představuje výzvu pro média veřejné služby coby důvěryhodných redakčních zdrojů.

Prioritou budou také investice do průzkumů za účelem vyhledávání a nastolování nových témat, do specializace, datové žurnalistiky a korespondentů. Chceme nabízet širší kontext, více úhlů pohledu a hlubší analýzu. Budeme se snažit o jednoznačnou transparentnost; v rámci našich žurnalistických aktivit chceme výrazně angažovat i naše publikum.

#### ➤ **PŘIBLÍŽIT SE MLADÉ GENERACI**

Přestože mladá generace představuje pouze malou část našeho publika, je třeba jí věnovat speciální strategickou pozornost. Zaprvé – je to součástí našeho poslání, zadruhé – tvorba programu pro tyto vysoce propojené jednotlivce zrychlí vývoj Českého rozhlasu coby média veřejné služby směrem k propojené společnosti a zatřetí – mladá generace představuje naši budoucnost.

Při zachování autenticity, loajality vůči osvědčeným hodnotám a kvality se nicméně i rozhlas veřejné služby musí přizpůsobovat potřebám mladých uživatelů a jejich mediálnímu chování. Zaměříme se na hloubkový výzkum diverzity jejich potřeb a chování; akcent bude kladen i na vytváření specifických strategií budování portfolia dle věkových skupin (3–6, 6–12, 12–18, 18–34) a životního stylu.

Kvalitní obsah se musíme pokusit mladé generaci nabídnout prostřednictvím platform a služeb, které ona sama využívá.

#### ➤ **SPOLUPRACOVAT S PUBLIKEM, ORGANIZOVAT A SDÍLET**

Chceme být (v principu) otevření ke sdílení obsahu, ovšem s vědomím všech souvisejících problémů (práva, deformace trhu, zneužívání obsahu, náklady). Digitalizaci v tomto ohledu považujeme za zásadní, chceme zároveň poskytnout uživatelům co možná nejširší přístup do našich archívů.

Musíme hrát pozitivní roli v mediálním ekosystému. Z tohoto důvodu se jako efektivní jeví spolupráce s novinami a časopisy, s uměleckou scénou apod.

Český rozhlas v duchu svých hodnot bude i nadále podporovat projekty sociální odpovědnosti, bude spolupracovat s univerzitami, kulturními organizacemi, nakladatelstvími, uměleckým sektorem, sportovními kluby apod.

## ➤ ZRYCHLIT INOVACI A VÝVOJ

Je třeba přizpůsobit infrastrukturu novému mediálnímu prostředí.

Vytvoříme celood organizační strategii a orientační plán pro produkci a nabídku napříč různými platformami.

Budeme definovat omezené množství oblastí, kde jsou MVS ochotna a schopna stát v popředí inovací a technologického vývoje; v rámci EBU zahájíme v těchto oblastech intenzivní spolupráci.

Podrobně budeme sledovat vývoj nových technologií, jako je např. „internet věcí“, a hodnotit jejich dopad na produkci, distribuci a sledování obsahu.

## ➤ HRÁT PRVNÍ HOUSLE

Budeme usilovat o univerzální pokrytí – naše hlavní stanice by měly být v oblasti příjmu signálu k dispozici pro všechny. Chceme následovat publikum, tj. podnikneme veškeré kroky, aby naše vysílání bylo dostupné a nepřehlédnutelné na všech relevantních platformách.

Zaměříme se na distribuční strategie, snahou bude nalézt rovnováhu mezi potřebou nabízet snadno dostupné a dohledatelné služby na relevantních nových platformách a dodatečnými náklady, jež tento přístup vyžaduje.

Podnikneme kroky vedoucí k zohlednění cílů naší mediální politiky, k integraci vysílacích přijímačů do mobilních zařízení (Euro-chip a DAB+ pro rozhlasový signál) a k rozvoji digitálního rozhlasového vysílání.

## ➤ TRANSFORMOVAT ORGANIZAČNÍ KULTURU A VEDENÍ

Budeme usilovat o vytvoření takové korporátní kultury, která bude podporovat veřejné hodnoty, interakci a partnerství. Chceme investovat do změny myšlení a školení nových zaměstnanců ve smyslu prohlubování flexibility, aktivního přístupu, komunikativnosti a orientace na služby.

Budeme důsledně prosazovat zásady zachování nezávislosti, vstřícnosti a efektivity. V rámci řízení organizace chceme dodržovat nejvyšší možné standardy.

Chceme být otevření vývoji a inovacím, věnovat se tak musíme i vlastním zaměstnancům a členům vedení s cílem rozptýlit jejich podvědomé obavy z neznámého.

Cílem bude neustálé posilování interní spolupráce za účelem podpory konvergence, jde nám o narušení bariéry mezi programovými a neprogramovými útvary.

Počítáme i nadále s pravidelnými reporty o efektivitě naší činnosti. Záměrem je jednoznačná finanční transparentnost.

## ➤ ODŮVODŇOVAT SMYSL EXISTENCE MÉDIÍ VEŘEJNÉ SLUŽBY

Domníváme se, že je nutné stále přicházet s novými nástroji, pomocí nichž veřejnosti vysvětlíme náš přínos – coby rozhlasu veřejné služby – pro společnost. Výsledky chceme využít v rámci prioritizace našich strategií v oblasti správy staničního portfolia, produkce obsahu, inovací a distribuce.

Z dlouhodobé perspektivy budeme sledovat pozici veřejnoprávních organizací v rámci trojúhelníku stát – trh – společnost a jedinečný potenciál médií veřejné služby jako osobité mediální organizace a jako významného kulturního producenta a promotéra.

Nenásilnými argumenty se budeme snažit i nadále přesvědčovat o tom, že přínos Českého rozhlasu pro společnost a produkce kvalitního lokálního obsahu stojí za podporu. Budeme předkládat argumenty na podporu stabilního financování. Naším zájmem je i podpora vzdělávání školní mládeže a studentů v oblasti mediální výchovy a mediálních studií.

Angažováním publika prostřednictvím událostí, vývojem formátů, organizováním setkání mimo vysílání a podporou života komunit chceme investovat do „vlastnictví publika“.

## 2. PROGRAM A VYSÍLÁNÍ

V oblasti programu a vysílání bude Český rozhlas pokračovat v profilaci stanic ČRo a k budování komplementárního portfolia jednotlivých programových okruhů.

Český rozhlas bude i v letech 2015 a 2016 posluchačům nabízet kvalitní obsah na 4 celoplošných stanicích, 4 speciálních stanicích a v síti 14 regionálních stanic. Předpokládáné je pokračování i zahraničního vysílání, které financuje Ministerstvo zahraničních věcí.

### CELOPLOŠNÉ STANICE

#### ČRo Radiožurnál

- *formát:* **zpravodajsko-publicistická stanice** proudového charakteru s vyšším podílem hudby (60 %), hudba – AC formát – kvalitní pop a rock posledních 30 let
- *cílová skupina:* **střední generace** (věk 30-50) s vyšším vzděláním, převládají muži, posluchači se zájmem o zpravodajství a dění ve společnosti (a to ve všech oblastech – domov, zahraničí, ekonomika, sport, kultura)
- *charakteristika:* **24hodinový informační servis**, zpravodajské pořady, aktuální publicistika; zprávy každých 15, resp. 30 minut (informace z domova, resp. z regionů, ze světa, sport, počasí), důraz na kvalitní dopravní zpravodajství (Zelená vlna)
- *distribuce signálu:* VKV (+ DVB-T, DVB-S, DVB-C, web)

#### ČRo Dvojka

- *formát:* **smíšený**, kombinace proudového a titulkového vysílání; hudba – AC formát Gold – převaha klasických hitů
- *cílová skupina:* **starší generace** (věk 50+), převládají ženy, posluchači vyznávající hodnoty, které nepodléhají módním trendům, kromě základních informací (zprávy + servisní info) se orientují na zábavu (v nejširším slova smyslu), poznání (populárně-naučné a vzdělávací pořady) a běžné stránky života
- *charakteristika:* **stanice rodinného typu** s většinovým zaměřením – široká programová nabídka s důrazem na zábavu, vzdělávání, spotřebitelský a právní servis, zdraví a životní styl – vysoká míra interaktivity; vysílá 24 hodin denně
- *distribuce signálu:* VKV (+ DVB-T, DVB-S, DVB-C, web)

#### ČRo Vltava

- *formát:* **smíšený**, převážně titulkové vysílání; **vážná hudba, jazz a alternativní žánry, literárně-dramatická tvorba**, informace z kultury
- *cílová skupina:* **posluchači všech věkových kategorií** s vyšším vzděláním a s hlubším zájmem o kulturu, posluchač je menšinový, ale náročný, nepodléhá módním povrchnostem

- *charakteristika:* **kulturní stanice** – reflektuje důležité kulturně-společenské události a jevy, nabízí široké spektrum hudebních a literárně-dramatických pořadů zaměřených na náročnějšího posluchače, vysílá 24 hodin denně
- *distribuce signálu:* VKV (+ DVB-T, DVB-S, DVB-C, web)

## ČRo Plus

- *formát:* News/Talk – **stanice mluveného slova** bez hudby
- *cílová skupina:* **náročnější posluchači všech věkových kategorií** s vyšším vzděláním vyhledávající informace a vzájemné hlubší souvislosti o politickém, ekonomickém a společenském dění doma i ve světě, preferující zároveň informace z vědecko-technické oblasti (popularizace vědy)
- *charakteristika:* **zpravodajsko-publicisticko-analytická stanice** se zaměřením na politiku, ekonomiku, společnost a vědu; zpravodajské pořady, investigativní žurnalistika, analytická publicistika, politický dokument, diskusní pořady, komentáře, veřejné debaty, populárně-naučné pořady
- *distribuce signálu:* SV (+ DVB-T, DVB-S, DVB-C, web), 6 – 10 a 17 – 19 h přebírá ČRo Regina (VKV)

## SPECIÁLNÍ STANICE

**ČRo Rádio Junior** (stanice pro děti ve věku 3 – 12 let) - **ČRo Radio Wave** (stanice pro mladě smýšlející posluchače) - **ČRo D-dur** (stanice vysílající klasickou hudbu od renesance po 21. století) - **ČRo Jazz** (stanice vysílající jazzovou hudbu v jeho širokém žánrovém rozpětí).

## REGIONÁLNÍ STANICE

- *formát:* **smíšený**, kombinace proudového a titulkového vysílání; hudba – formát Schlager Radio / Nostalgie – převaha domácí produkce obohacená o prvky folku, country a místní regionální tvorby (vč. dechové a lidové hudby)
- *cílová skupina:* **střední a starší generace** (věk 50+), posluchači krajově vyhranění, orientují se na místní dění, resp. na informace a tvorbu z regionu, kde žijí
- *charakteristika:* **regionální informace**, přímý kontakt s posluchačem, místopisné pořady, vysílání pro regionálně významné menšiny (integrace), hudební a umělecké pořady s důrazem na regionální tvorbu
- *počet stanic:* **14** (Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Olomouc, Ostrava, Pardubice, Plzeň, Regina, Region – střední Čechy, Region – Vysočina, Sever, Zlín, Karlovy Vary, Liberec)
- *distribuce signálu:* VKV (+ web)

## CENTRUM VYSÍLÁNÍ

### Záměry pro roky 2015 – 2016

- Pokračovat v profilaci stanic. Klíčové je rozšíření vysílání ČRo Plus na celodenní program, pokrývající na VKV nejméně 50 % populace (nutná změna zákona o ČRo). Rozšíření ČRo Plus umožní dokončit profilaci Radiožurnálu a Dvojky. Chceme zabránit tříštění sil překrýváním jednotlivých programů a vzájemnou kanibalizací. Cílem je mít vyvážené staniční portfolio, které nabízí kvalitní produkty všem cílovým skupinám.
- Pěstovat žánrovou pestrost. Cílem je rovnováha mezi třemi programovými pilíři: informacemi, zábavou a vzděláváním.
- Vytvářet plnohodnotnou hudební nabídku. Dbát na odlišení hudebních formátů jednotlivých stanic tak, aby byly pro posluchače co nejpřehlednější, nejpestřejší a zároveň vyvážené. Akcentovat ve vysílání domácí hudební produkci.
- Hledat a aktivně rozvíjet nové formáty, zejména pro děti a mládež, ale rovněž pro mladší a střední generaci.
- Aktivně podporovat digitalizaci a nová média. Máme více obsahu, než jsme schopni efektivně doručit k posluchačům. Proto potřebujeme podporovat a využívat nové technické platformy šíření. Zužitkovat potenciál stanic, jako je ČRo Radio Wave a Rádio Junior.
- Realizovat multimediální projekty navazující na Česko 2023, Znovu89 atd. Pokračovat v multimedializaci rozhlasového obsahu a rozhlasových tvůrců.
- Aktivizovat rozhlasové tvůrce prostřednictvím Programové burzy, workshopů, inspirace ze zahraničí.
- Pěstovat investigativní žurnalistiku (Radioleaks) a žurnalistiku 3.0.
- Dbát v programu na vyváženost obsahu a formy. Musí být ve vzájemné symbióze.
- Zlepšovat spolupráci mezi programovými centry. Poskytovat tvůrcům pravidelnou zpětnou vazbu a hodnocení.
- Pravidelně analyzovat a vyhodnocovat vlastní program i program dalších médií, včetně zahraničních.
- Vysvětlovat posluchačům principy veřejné služby a její význam.

**Výběr některých témat, která bude Centrum vysílání v uvedeném období, zvláště pak v roce 2015, akcentovat:**

#### ČRo Radiožurnál

- 70. výročí konce druhé světové války – Znovu45, přímý přenos z „Pražského povstání“
- 600 let od upálení mistra Jana Husa
- MS v hokeji v Praze
- MS v halové atletice v Praze
- MS v atletice v Pekingu

#### ČRo Dvojka

- k výročí mistra Jana Husa (1415) – rozhlasová hra, seriál dokumentů, slavné příběhy



- Jiří z Poděbrad a jeho evropské iniciativy (1464, 1465) – mediální spolupráce s městem Poděbrady (pokračuje dvouletá série akcí, které organizuje město Poděbrady)
- konec druhé světové války (1945) včetně výročí svržení atomových bomb na Hirošimu a Nagasaki – dokumenty
- 1000. vydání pořadu Tobogán – 17. 1. 2015 dvouhodinový živý pořad z pražské Lucerny

### ČRo Vltava

- 2015 – rok vztahující se k Janu Husovi – etika, morálka, vztah k hrdinům, zbabělcům a kacířům; kulturní hodnota českého jazyka
- 2016 – Americký rok (1776 – vyhlášení nezávislosti) – kultura amerického kontinentu; globalizace, inovace, syntéza a hamburgerizace
- 2017 – Ruský rok (VŘSR)
- 2018 – Český rok (výročí 1918)

### ČRo Plus

- politická témata budou v našem běžném vysílání. Zvláštní důraz chceme dát na evropské sjednocení, smysl, hodnoty a budoucnost EU
- první světová válka - vzhledem k tomu, že rok 2014 je ve znamení 25 let od listopadu 89, navážeme na letošní červen a červenec a budeme se obšírněji 1. světové válce věnovat
- druhá světová válka - ukončení války 1945 - budeme se obšírně věnovat závěru války, vztahům mezi spojenci, denacifikaci a poválečnému vývoji, zvláštní pozornost věnujeme poválečnému vývoji u nás (a na Slovensku)
- Hirošima (6. 8. 1945) a jaderné zbraně v armádách a diplomacii za studené války a po ní
- evropské sjednocení, Den Evropy (Schumanův den) – 9. května 1950 předložil Robert Schuman plán a zásady mírového sjednocení Evropy; Schumanův den je jedním ze symbolů evropského sjednocení

### ČRo Rádio Junior

- Zaměřit se obsahem vysílání i webu na školy – vytvořit databázi příspěvků, které by si školní děti (event. pedagogové a rodiče) stahovali podle své momentální potřeby, tak jako to dělají s hudbou.
- Bezplatná linka pro telefonující děti (reakce na přání dospělých).
- Setkávání s posluchači i mimo budovu rozhlasu (i mimo regionální stanice).

- Vytvoření „prožitkových“ programů inspirovaných např. švédskými kolegy, tzn. výlety prostřednictvím zvukových „reportáží“ do různých světů – pohádek, historie, techniky, rozhlasového vysílání apod. – ve spojení s dalšími NEvizuálními vjemy.

### ČRo Radio Wave

- česká, nejen hudební, scéna
- sociálně vyloučené lokality
- narůstající xenofobie a rasismus ve společnosti
- zábava v nejrůznějších podobách
- zapojení posluchačů do tvorby obsahu rádia/interakce s publikem

### ČRo Rádio Praha:

- 2015: skončení 2. světové války na československém území a věci s tím související
- 2016: 80 let od vzniku zahraničního vysílání (seriál - život v Praze v roce 1936, portréty vybraných osobností té doby, soutěž, setkání posluchačů).

## **CENTRUM ZPRAVODAJSTVÍ**

### **Záměry pro rok 2015**

- dokončení projektů započatých v roce 2014 – Žurnalistika 3.0, Žurnalistická akademie
- meteocentrum (Centrum meteorologických informací)
- výstavba moderního newsroomu 21. století (projekt Newsroom 3.0)
- výměna redakčního systému
- vyřešení otázky rozmístění a počtu zahraničních zpravodajů (i v souvislosti s koncem zkušebního období zpravodaje v Jižní Americe v roce 2016)
- úprava koncepce rozložení regionálních reportérů (v návaznosti na změny regionálních stanic – cílem je jednotný systém "okresních krajánků")
- vytvoření Ekonomické redakce
- úpravy zpravodajského webu
- nová mobilní aplikace pro zpravodajství ČRo
- zavedení mezinárodní soutěže rozhlasových zpravodajských reportáží v rámci Prix Bohemia Radio