

Experimentální rádio

Úvod do moderování a dobrovolnictví ve studentském a komunitním rádiu



Jan Motal



Jan Motal, Experimentální rádio: Úvod do moderování a dobrovolnictví ve studentském a komunitním rádiu.
Katedra mediálních studií a žurnalistiky FSS MU: Brno 2011. 37 s.

Učebnice, mimo níže uvedených částí, je publikována pod licencí Creative Commons:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/cz/>

Dílo smíte:

Šířit – kopírovat, distribuovat a sdělovat dílo veřejnosti

Upravovat – pozměňovat, doplňovat, využívat celé nebo částečně v jiných dílech

Za těchto podmínek:



Uveďte autora – Máte povinnost uvést údaje o autorovi a tomto díle způsobem, který stanovil autor nebo poskytovatel licence (ne však tak, aby vznikl dojem, že podporují vás nebo způsob, jakým dílo užíváte).



Neužívejte dílo komerčně – Toto dílo nesmíte využít pro komerční účely.



Zachovejte licenci – Pokud toto dílo jakkoliv upravíte nebo použijete ve svém díle, máte povinnost výsledek své práce šířit pod stejnou nebo slučitelnou licenci.

V učebnici jsou použity tyto fotografie, jejichž autory jsou

Vojtěch Veškrna (titulní strana a s. 13, 14, 19, 21, 29, 31, 32),

Helena Poláčková (s. 7, 9, 25, 27),

Katarína Jablonská (s. 35),

Miyamoto Musashi (s. 10, licence public domain);

fotografie publikované na Flickr.com uživateli blumblaum (s. 26, licence CC BY 3.0), David Reber (s. 23, licence CC BY-SA 2.0), Donald

MacLeod (s. 16, licence CC BY-NC 2.0, výřez), Tanel Teemus (s. 18, licence CC BY-SA 2.0), Jakob Montrasio (s. 11, licence CC BY 2.0, výřez).

Není-li uvedeno jinak, jsou šířeny ve stejné licenci jako tato publikace.

Recenzovala: MgA. Hana Slavíková, PhD

Sazba a design: Petr Barták



www.rador.cz

www.munimedia.cz

Pro účely studentského rádia Radio R vydala Katedra mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity, Joštova 10, 602 00 Brno.

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obsah

Jak používat tuto knihu	5
Připravít se	8
Ovládnout základy	14
Příprava hlasu	14
Vyprávějte	15
Nepodceňujte rozhovor	15
Vnímejte rytmus	16
Vstávejte s posluchači	18
Být tým	20
Úkol pro představivost	20
Úkol pro spolupráci	21
Úkol pro skupinu	22
Lekce tvrdého bojovníka	23
Být pro posluchače	26
Za posluchačem	27
Vzdělávat se	32
Za školní tabulí	32
Cesta dlážděná popcornem	33
Učit se vyprávět	34
Literatura a další zdroje	36

Jak používat tuto knihu

Tato učebnice vznikla pro potřeby studentského Radia R při Katedře mediálních studií a žurnalistiky FSS MU. Její cíl je však širší – měla by být dobrým inspiračním zdrojem pro každého autora, moderátora či dobrovolníka v studentském nebo komunitním rádiu. Nechce naučit řemeslo, a to podle své vlastní teze, že se dá naučit jen cvikem (a pod vedením zkušenějšího). Chce přivést tvůrce k zamýšlení, otevřít mu rozhlasovou práci z jiné strany, než ji třeba vnímá většina lidí kolem něj. Učebnice mluví o hledání Kvality, kreativního principu, který povede k experimentování a vlastní představivosti bez strachu. A samozřejmě také dělat chyby – protože studentské rádio je v mediálním prostoru, ve kterém prakticky neexistují rozhlasové „laboratoře“, jedinou možností, kde zkusit nové, neznámé a učit se z vlastních i cizích chyb. Cílem publikace je přimět élevy v alternativních médiích k práci na svých tvůrčích schopnostech.

Druhá kapitola podává přehled základních termínů a principů rádiové praxe. Tento výběr je však spíše inspirací, stejně jako techniky pro práci s týmem aj. Učebnice předpokládá, že se stane průvodcem po hledání svých schopností, pomocníkem a rádčem, který pomůže určit směr. Následovat by měly kroky, které povedou jen přes praxi a další studium. V závěru nabízí některé publikace, které mohou být další zdrojem a cestou k rozvoji teoretických znalostí i zkušeností.

Doporučuji rovněž prohlédnout si bibliografii a odkazy na konci textu, nepodceňovat odkazy v něm. Všechny odbočky a nabídnuté tituly jsem vybral s uvážením a pro to, aby pomohly posunout se rozhlasovému tvůrci na jeho cestě.

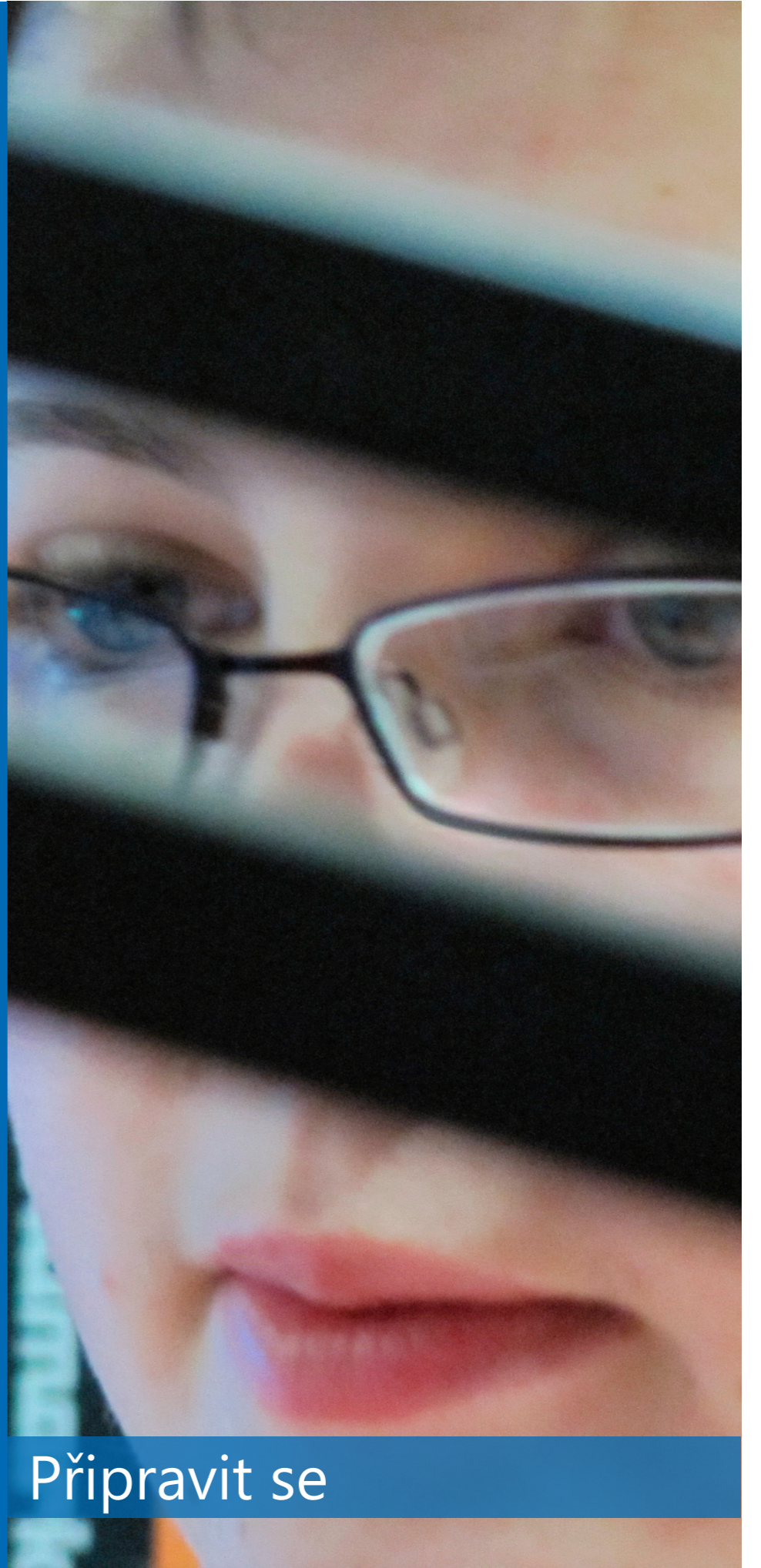
V neposlední řadě doufám, že učebnice bude motivací i k tomu zakládat u nás další a další experimentální stanice. Technologie mluví v prospěch tohoto trendu, i když legislativní zázemí zatím ne. Začít vysílat po internetu dnes skutečně může každý, a to s náklady v zásadě zanedbatelnými.

Přeji všem čtenářům a čtenářkám této publikace, aby si v textu našli kus inspirace, aby vstoupili do mediálního světa ne utmáčením a zřícením rutinou z praxe a pragmatismem, který z unavených mediálních institucí dnes dýchá, ale vzpřímeně, s jasnou tváří a představivostí vždy připravenou.

Protože považuji v tomto druhu textu poznámky pod čarou za rušivé, jsou publikace, z nichž jsem vycházel, uvedeny v závěrečné bibliografii a případně, kde je to vhodné, přímo v textu. Rozdělení kapitol a strukturování tématu na pět okruhů jsem převzal ze zásad Paula Drewa z knihy Bez statiky: Průvodce kreativním programováním rádií Quincyho McCoye. Ze stejné publikace čerpám i základní kritiku většiny rádiového prostoru. Z metodických důvodů odhlížím od veřejnoprávního rozhlasu. Interpretace McCoyových myšlenek je však původní a způsob rozvíjení tezí kapitol se zcela nekryje s tématy v citované knize. Doslovných citací je málo a jsou použity tak, aby zdroj byl identifikován. Koány jsou z publikace Zen 3, pasáž o zvukové realizaci jazyka vychází z textu Zdeny Palkové. Věřím, že i když jde o ústup z tradičních forem práce s literaturou v akademickém textu, přispěje smyslu a čtivosti textu. Konečně cílem učebnice není být odbornou průpravou či polemikou, ale průvodcem, a bibliografie na konci dává vyčerpávající přehled o použitých zdrojích.

Kapitola 1

Připavit se



Připravit se

Quincy McCoy ve své knize *Bez statiky: Průvodce kreativním programováním rádií*, kterou budu v našem textu zmiňovat víckrát, vzpomíná na svoji práci pro americkou stanici Y-100. Quincy se tehdy, stejně jako ostatní zaměstnanci, musel účastnit *aircheck meetingu* – reflektovat nahrávku svého vysílání – s rádiovou legendou Buzzem Bennettem. Jeden vstup za druhým měl úspěch, až přišel ten, v němž Quincy uváděl soutěž: energie spíkra najednou opadla. Buzz vyzval Quincyho, ať ukáže, co dělá, když vysílá. Nikdo to po něm do té doby nechtěl. Quincy předvedl, jak u vstupů před mikrofonem tančí. „Děláš to stejně, když uvádíš soutěž?“ zeptal se ho Buzz. Quincy se zamyslel a uvědomil si, že pouze stojí a mluví s vítězem. „Zkus si tančit i při soutěži,“ vyzval ho Buzz, „jsi lepší, když se hýbeš.“ Měl pravdu.

Aircheck je záznam vašeho pořadu či vstupu, který se svým dramaturgem či editorem posloucháte a reflektujete. Měli byste si dělat pravidelný aircheck sami pro sebe, abyste věděli, v čem se zlepšujete nebo zhoršujete, a měli byste požadovat po svém dramaturgovi či editorovi, aby vám pravidelně, alespoň dvakrát za semestr, aircheck reflektoval.

Quincy McCoy svým soukromým rituálem, tancem u mikrofonu, uvedl svého ducha i tělo do takového stavu, v němž inicioval *kvalitu*. Ta byla spjatá s určitou duševní koncentrací a klidem, který souvisel s osobní intimitou, něčím, co si musí najít navzdory svému okolí každý mediální pracovník. Intimita mu umožňuje plně prožívat to, co dělá, a nechat se věst komplexem svých schopností, zrodit *kvalitu*. Ta je vedla při jeho moderování, jako vedou prsty dobrého pianistu po klaviatuře. Pokud klid zmizí, kvalita padne – jako u soutěží v Quincyho případě.

(1) **Kvalita** je charakter dobré rozhlasové práce.

Ve stejné zemi, ale ze zcela jiných důvodů a na jiném místě, vyjel Robert M. Pirsig se svým synem a přáteli na dobrodružnou cestu na motocyklu hledat právě *kvalitu*. Napsal o ní knihu *Zen a umění údržby motocyklu*, která ovlivnila nejednu generaci tvůrců všech oborů. Pirsig se v ní ptá, proč vlastně chceme definovat *kvalitu*, popsat, jak jí dosáhnout, když se tomu vzpírá? Ze sedla své motorky odpovídá: protože ji chceme podřídit intelektuálnímu pravidlu. Chceme ji standardizovat, aby se stala lehce přenositelnou, aby se nám podvolila a stala se jednoduše uchopitelnou. Tím ji však zbavíme její zkušenostní podstaty. „Chrámy rozumu“, jimiž jsou pro Pirsiga univerzity, by jí pak měly být schopny mechanicky razit do charakterů studentů. Ale opravdu? Není náš vzdělávací systém demonstrací toho, že takto *kvalitu* nelze předat

a že se naopak ve studentech jejich kreativita ubíjí?

Bychom si lépe představili, co pod pojmem *kvalita* myslíme, přiblížíme si paralelu k *zenu*. Tato buddhistická škola odvrhla scholastiku a nekonečné dispute o jádru pravdy a zaměřila svůj zrak na individuální poznání. *Satori*, jehož má žák dosáhnout, není zprostředkovatelné žádným učením a je zkušeností paradoxu učení – tj. toho, že forma je prázdnota. Estetiku *zenu*, která nám pomůže pochopit, co myslíme pod pojmem *kvalita*, nejlépe pochopíme na jednom z *koanů*, absurdních příbězích, které reflektují neutěšeně zkušenostní povahu *zenu*: „Žák: Je možno se vycvičit v pravém poznání? Mistr: Na *zenu* není nic, v čem by se dalo vycvičit. Vše, co se podobá cvičení, jej rozbíjí. Avšak když se nebudeš cvičit, nikdy k němu nedojdeš.“

Vraťme se nyní k našemu tématu – rozhlasovému vysílání – a zamysleme se nad tím, proč je důležité, aby byl spíkr kreativní. Přece by stačilo adaptovat si přesná řemeslná pravidla o správné výslovnosti a výstavbě zprávy, které lze nalézt i v náčrtech v následujících kapitolách, a bylo by vymalováno. Jenže by bylo vymalováno jako všude okolo. Jako na celém sídlišti: uvrhli bychom se do jednobarevné pustiny. Neměli bychom důvod, proč chodit právě sem. Mohli bychom se setkávat kdekoliv a mělo by to stejný efekt – posluchači by mohli poslouchat cokoli a mělo by to stejný efekt. Právě to je situace, do níž se dostalo rádio zvláště v USA, jak ve zmiňované knize upozorňuje Quincy McCoy.

Jako jeden z důvodů, proč tomu tak ve Spojených státech je, uvádí McCoy deregulace, které od osmdesátých let dvacátého století liberalizovaly rozhlasový trh. Nevedly však k tomu, aby se rozšířila nabídka, ale naopak, stanice konvergovaly. Především *Zákon o telekomunikacích* z roku 1996 odstranil restriktce ve vlastnictví médií. Vysílatelé tak mohli provozovat – na rozdíl od minulého období – neomezené množství stanic. Tím na jedné straně začaly vznikat ohromné mediální domy, na straně druhé se programový obsah zestejnňoval. Podobné tendence nacházíme i u nás, např. v sítích HitRadio nebo Kiss. Už v osmdesátých letech však byly odstraněny i regulace reklamy a povinnost věnovat část vysílání veřejně důležitým tématům a oponentům. Některé z těchto odvržených zásad byly staré jako rozhlasové vysílání samo a datují se již do dvacátých let dvacátého století.

Nikdo vlastně nemá důvod poslouchat konkrétní rádio, protože se jednotlivé stanice od sebe liší jen minimálně. Tento stav je podobný panelákové šedi, která vede jen k jednomu: k uzavírání posluchače do svého vlastního světa, k tomu, že si začne stavět svépomocně na malém prostoru své zahrádky chatičku a na víkendy si sem bude jezdit odpočinout. Metafora je přiléhavá – podobně jako v sedmdesátých a osmdesátých letech dvacátého století se u nás kreativita, již ve veřejném prostoru bylo pomálu či nebyla žádná, vybíjela ve specificky českém fenoménu chatařství. V současnosti klademe víc důrazu na vlastní playlisty a vlastní naprogramování hudebního software. I když nejde o jediný z faktorů, je pro nás zásadní.

Je to stav *normalizace*, v níž není norma diktována politickou stranou, ale *konvenční moudrostí*. Ta nám

velí chovat se podle obecně přijímaných pravidel, z nichž některá předepisují to, jak budete mluvit, co budete říkat, že řeč nepřesáhne dvacet vteřin aj. A také, že budete pouštět pouze ty písničky, které mají požadovanou popularitu.

Konvenční moudrost, conventional wisdom, je termín kanadsko-amerického ekonomy Johna Kennetha Galbraitha, který jako aktivní demokrat pracoval pro administrativu Franklina D. Roosevelta, Harryho S. Trumana, ale i Johna F. Kennedyho. Ve své knize *Společnost hojnosti rozlišuje přijatelnost*, která vytváří z krátkodobého hlediska všeobecnou shodu. Vysoce přijatelné je to, co se shoduje s osobními zájmy, individuálním blahobytem, umožňuje dát zaznít naději, že se člověk vyhne nepříjemnosti. Stejně tak sem patří i vše, co přispívá ke zvýšení osobní důstojnosti, jako rituální „pravdy“ (tedy přijatelnosti) institucionálních funkcionářů, od soukromých společností přes vlády po akademická pracoviště. Přijatelné je to, čemu lidé nejlépe rozumějí, co je součástí kolektivního vědomí. Důvěrná známost je pak prověrkou této přijatelnosti a ideje, které v některé době jsou uznávané právě pro svoji přijatelnost a jsou označovány za konvenční moudrost.

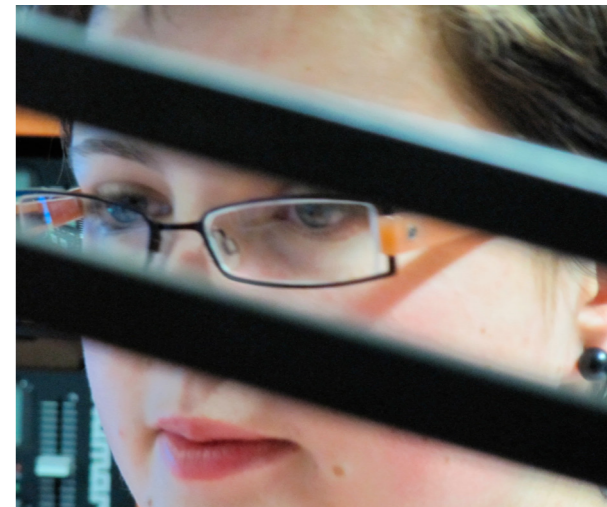
Konvenční moudrostí dnes je, že moderátor či moderátorka v rádiu mají být zábavní, optimističtí, nemluvit mnoho, jen pár vteřin, nemluvit nic hlubokého, protože posluchač se chce bavit. Moderátor či moderátorka mají dobře uvádět aktuální „hity“ či podle zaměření rádia „nejlepší“ (rozuměj: nejprodávanější či dle průzkumů nejposlouchanější) skladby daného žánru. Základem je být nekonfliktní, humorný, rychlý, dynamický a nejlépe splynout se stanicí. Její identita, která utváří identitu většího spíkrů, je ale definována především *formátem*, a ten je konstruován z průzkumů, jejichž relevance je často na pováženou.

Konvenční moudrost stabilizuje, mluví o jistotě – touto jistotou je rámec, který činí z rádia reklamní jukebox. Jak konstatuje – nejen – Quincy McCoy, z éteru mizí kreativita, posluchač se od rádia „odpouje“, přestává být jeho součástí, a tím pádem rádio ztrácí svůj smysl (vztahu posluchače a rádia se budu věnovat v kapitole 4).

Formát je komplexní rozvrh toho, jak je stavěn rozhlasový program. Rozlišuje, zda jde o hudební rádio a zda je zaměřené více na aktuální hity (AC – Adult Contemporary nebo také Top 40), country a folk (Country), nebo na mluvené slovo a zprávy (Talk/News), náboženství (Christian/Religion), různé žánry, jako např. ČRo Vltava (Variety) aj.

Vraťme se na motocykl a přemýšlejme spolu s Pirsigem, jak se tedy přiblížit ke *kvalitě*, či zda vůbec existuje, jestliže nám dělá těžkosti ji včlenit do kontextu *konvenční moudrosti*.

V románu Aldouse Huxleyho *Konec civilizace* se lidstvo posunulo do světa, v němž každý bod života, každá jeho úroveň je vědomě řízena tak, aby byla co nejefektivnější, co nejracionalnější. Huxley nechodil



pro inspiraci daleko – jeho otec byl významný přírodovědec a bratr biolog. Svět vyšlechtěných jedinců, který funguje dokonale, byl tak pro anglického spisovatele ostrou racionalistickou a scientistickou vizí.

„Pro civilizovaného člověka není naprosto třeba, aby snášel cokoli, co je skutečně nepříjemné. A pokud jde o odvážné činy,“ říká v knize vrchní inspektor Mustafa Mond, „aby člověka něco takového napadlo! To by zvrátilo celý společenský řád, kdyby lidé začali jednat po svém.“ Proč? Protože pak by nemohl fungovat dokonale promyšlený technokratický systém, který je – podobně jako Fordovy závody – zaměřen na jediné: na efektivitu. A ta je zaměřena na spotřebu, na pocit neustálého štěstí. To Huxleyho antiutopie poskytuje vrchovatě.

V této hedonistické vizi dokonale spokojené a ukojené společnosti se ale nedá žít. Ztratit se z ní princip *života*, ztratila se z ní *kvalita*. Svět *Konce civilizace* je svět, v němž převládlo konvenční myšlení a racionální diskurz determinovaný účelností a technologií natolik, že přestal být pro člověka vůbec k žití.

Mustafa Mond se na konci příběhu svěruje: „Já jsem byl svého času docela dobrý fyzik. Dokonce příliš dobrý – dost dobrý, abych si uvědomil, že celá naše věda není nic jiného než kuchařská kniha, o jejíž ortodoxní teorii vaření není nikomu dovoleno pochybovat, a seznam receptů, ke kterým se smí něco přidat jen se zvláštním svolením vrchního kuchaře.“ Fordovská vize dokonale rutinizovaného světa je demonstrací prostoru, v němž život ztrácí smysl, protože se rovná přednastaveným parametrům. Ty vylučují jedinečnost, tvůrčího ducha, hledání pravdy či poznání. Je potřeba podotknout, že právě Huxley nespojoval svůj román pouze s východním blokem. Hrozba rutiny zuřila z technokracie komunismu i kapitalismu. Souhrnně: z konzumní společnosti.

Média si musí dávat pozor, aby k podobnému stavu nemířila – ve chvíli, kdy zbytní rutina natolik, že zneumožňuje autorům být tvůrčí. Hospodářský důsledek je pak logický. Musí se investovat o to více do reklamy, aby se posluchač či divák přesvědčil o svých potřebách. Humanistický důsledek je zhoubný. Když zmizí vše, kromě rozumu, konstatuje Pirsig, zmizí *kvalita* – jinak: zmizí-li *kvalita*, nezůstane než ro-

zum. A šílenství, jak připomíná v jednom ze svých známých aforismů Gilbert Kenneth Chesterton, není absence rozumu, ale příznak jedince, jenž ztratil vše, mimo svého rozumu.

Pirsig tuto redukci nazývá *pravoúhlostí* (squareness). Absence Kvality je esencí pravoúhlosti, říká – je neschopností vidět kvalitu, pokud předtím není intelektuálně definována. Kvalita, i když nemůže být popsána, existuje. Svět, v němž není, je světem jiným než známe, světem *Konce civilizace*. To, co lze analyzovat, není kvalita, ale partikulární návyky myšlení, pravoúhlost, která nám mnohdy brání kvalitu vidět. Mnoho věcí odmítáme pro to, že nedávají „smysl“. Jenže právě v tom, co často nedává smysl, můžeme najít cestu ke Kvalitě. Konvenční moudrost a pravoúhlé myšlení jsou rámcem našeho života a života lidí kolem nás, ale abychom skutečně byli schopni podat Kvalitu, musíme na vlastní pěst prozkoumat cestu k *porozumění* toho, co chceme sdělit a jak. Opravme tedy naši větu 1 takto:

(2) **Kvalita** je podmínkou dobrého rozhlasového projevu a její cesta se nachází mimo *konvenční moudrost*.

Kde však tuto cestu hledat? Quincy McCoy řeší Rubikovu kostku soudobého vysílání tím, že upozorňuje na ztrátu *osobnosti*. Ne snad ztrátu ega, protože konvenční moudrost, jak jsme viděli, umožňuje egu šplhat sladce a rychle k jistotě a uznání (být dobrým moderátorem podle konvenčního myšlení je jistou a bezpečnou cestou). Co přináší stezka Kvality je nebezpečí hledání vlastní *identity* a vlastní osobnosti, protože to je to jediné, s čím jako spíkr či moderátor před posluchače přistupuji – sám se sebou, absolutní ručitel za vše, co říkám a dělám. Z toho tedy vyplývá revidovaná verze naší věty o Kvalitě:

(3) Hledání **Kvality** je hledáním rozhlasové *osobnosti* mimo bezpečnost *konvenční moudrosti*.

Tuto *Kvalitu* očekává posluchač jakéhokoliv typu rádia a je to jediná cesta k tomu, jak svůj pořad dělat dobře, tj. tak, aby uspokojoval spíkra i posluchače. Je to cesta, která se vzdává bezpečí pravoúhlého myšlení, která je ale o to přínosnější, že i autorovi pořadu dává možnost osobního rozvoje. Pokud po ukončení studia či moderování ve studentském rádiu zvolí jinou profesi, měla by mu tato zkušenost přinést významnou výhodu v životě. Měla by mu pomoci najít jeho samotného.

Pokud si opět pomůžeme paralelou se zenem, hodí



Zenový mistr Bódhidharma

se další příběh, koán, který nám pomůže osvětlit rozdíl mezi tím, co nazýváme pravoúhlostí a co Kvalitou:

„Mistr Rikjú přikázal svému synovi, aby zametl dvůr. Když mu po hodině pilné práce syn hlásil, že je hotov, Rikjú nebyl spokojen, vynadal mu a nechal ho zametat ještě jednou. Za další dvě hodiny za ním syn přišel a řekl: Vymetl jsem každou spáru a škvíru, nikde po celém dvoře není ani smítko. Tu Rikjú přistoupil ke stromu, který rostl v koutě, a zatřásl jím, až se po dvoře rozsypano uschlé listí. Nato řekl: Takhle vypadá opravdu zametený dvůr.“

Kvalita znamená přímý kontakt, oproštění se od snahy imitovat pravidla, nalézt svoji jedinečnost a její neopakovatelný projev. V tom smyslu odnímá, podobně jako zen, autoritu světa a vkládá ji do jedince – nemůžeme se při hledání pramene Kvality zabývat naplňováním forem nebo předepsaných procesů, musíme získat sílu a lehkost v sobě, abychom dokázali zpětně formy ocenit a naplnit. Stejně, jako zenový mnich, který se bojí plivnout na svého mistra, se od něj ještě neoprostil, a proto jej nemůže pochopit a cítit. V naší mediální realitě je Kvalita výrazem boje proti extrémní rutinizaci a pragmatismu, proti vyhoření kreativity ve vysílání.

Jak hledat *Kvalitu*?

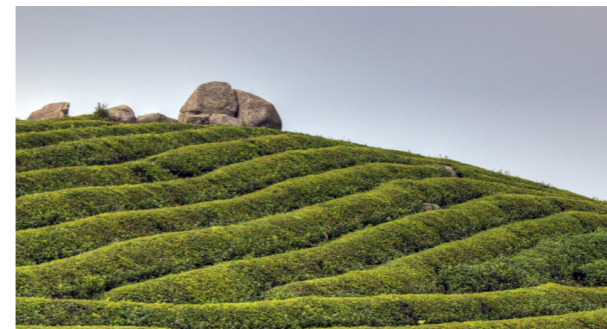
Quincy McCoy přichází se čtyřmi body, které nám mohou být dobrými průvodci:

1. **Koncentrace** – spíkr musí najít harmonii mezi tělem a duchem, musí při přípravě i vysílání být zcela koncentrován na to, co činí. Ať už si při tom pomůže rituálním tancem, froté ručníkem kolem pasu nebo si nasadí hadí čelenku, musí být v harmonickém rozpoložení jako herec, který jde hrát svoji roli – o to více musí

být koncentrován, protože nehraje, ale *dává* sám sebe. Lapidárně řečeno: **když vysílám, nedělám nic jiného, než že vysílám.**

2. **Klid** – aby tato koncentrace byla účinná, musí mít spíkr klid, tj. nesmí být rozptylován např. svojí neznalostí techniky, neschopností ovládat mikrofon, neznalostí faktů o tématu, o němž hovoří, tím, že se neseznámil dopředu s hostem, nesmí být v neurotickém stavu člověka, na kterého se vše řítí. **Klid vyžaduje přípravu studiem tématu, technickou a řemeslnou zdatnost.**
3. **Rozvaha** – nastupuje, pokud jsme dosáhli klidu a koncentrace. Dokážeme se rozhodovat ne na základě povrchních pravidel, ale na základě hlubšího vhledu, který vychází z naší zkušenosti. Dobrý spíkr je přítomen v každém slově, které pronese, v každé větě, kterou sdělí mikrofonu – a její tón a rytmus má plně pod kontrolou. Ne třeba vědomě, protože *Kvalita* je habitus, je čímsi, co získáváme, co se musíme naučit, a v tom nám opět připomíná klavíristu, který cvičí.
4. **Důvěra** – tu musí mít ve svém životě, v lidech, kolem sebe a především v rádiu samotném. Zde je úkol pro dramaturgy a editory, kteří musí svým svěřencům vytvářet takové prostředí, aby s jistotou a důvěrou mohli **experimentovat**. Tedy prostředí, v němž chyba není fatální, v němž lze zkoušet nové věci a tým, rádio kolem vás vám v tom bude oporou.

Středoškolské učebnice nás přesvědčují o tom, že experiment je koulení po nakloněné rovině nebo protahování vlasů vlhkým prostředím. To ale nejsou skutečné experimenty, protože u nich víme, jak dopadnou – opakovalo je před námi tisíce studentů a tisíce studentů je bude dělat po nás. Skutečný experiment má výsledek nejistý, je krokem do neznáma, je osobní odvahou a v tomto je bezprecedentní a vykračuje za meze *konvenční moudrosti*. Skutečný experiment je uvážený, poučený, vychází z dobré přípravy – ale je vždy drzostí na dosavadní znalosti a zkušenosti, protože přichází s něčím novým.



Skutečný experiment není přesouvání hromniček po okně při bouři, ale to, že na střechu vystrčíme železo, které blesk svede do země, i když si výsledkem nejsme jisti a víme, že můžeme uhořet. Posluchač ocení autentický experiment, protože je tohoto kro-

ku do neznáma přítomen a umožňuje i jemu objevovat nové a účastnit se poznání. O to více, pokud jde o posluchače studentského rádia.

Příprava tedy znamená **získat koncentraci a klid**, abychom mohli s rozvahou a důvěrou uvádět svůj pořad, moderovat či vést rozhovor jako svého druhu **experiment** – hledat nové, ať už v hostovi, tématu, hudbě, situaci, události.

Tato „Kvalita“ je základním vektorem práce jakéhokoliv tvůrce, rozhlasového nevyjímaje, a tento text má za cíl poskytnout dobrovolníkům ve studentském či komunitním rádiu prostředky k tomu, aby se mohli vypravit jí dosáhnout.

Abychom mohli tuto cestu nastoupit, musíme *ovládnout základy*.

Kapitola 2

Ovládnout základy



Ovládnout základy

Každý rozhlasový tvůrce by měl pracovat především na tom, aby zvládl základy své profese – a to i když jde o studenta či dobrovolníka. Zisk je zřejmý: i když se ve svém dalším životě, po absolutoriu, nebude rádiu věnovat, rozhlasová praxe mu umožní osvojit si mnoho komunikačních a pracovních návyků, které mu pomohou v jakémkoliv oboru. Pokud mluvíme o základech, mluvíme o nástrojích, jimiž soustružíme *Kvalitu*, mluvíme o tom, co zná dobře každý hudebník či sportovec – nelze přemýšlet, kterou notu hrát či jaký pohyb použít. Základy se musí stát *druhou přirozeností*, musí se stát natolik součástí našeho přirozeného chování, že nad nimi nebudeme přemýšlet. Toho lze dosáhnout jen pravidelným vysíláním, praxí.

Hudebník i rozhlasový tvůrce si musí své dovednosti vysedět, stejně jako si basketbalista musí svoje schopnosti odběhat a oddřiblovat.

Řecký filosof Aristotelés ve své *Etice Nikomachově* přichází s podobnou alegorií: člověk je jako kytarista, ve svém životě podává nějaký výkon. Tento výkon je činností duše, která ale musí být ve shodě s *rozumem*, jinak přestává být cílevědomou. A podobně jako kytarista nehraje jen tak, ale jeho cílem je zahrát kus dobře, i člověk „hraje“ jakoukoliv svoji činnost se záměrem, aby byla dobrá. Tento etický rozměr nás nejen učí chápat jakoukoliv naši činnost jako *mravní*, ale především upozorňuje, že jde o cosi získaného. Aby naše chování bylo dobré, tedy abychom byli dobrými rozhlasovými tvůrci, musí se naše rozhlasová „hra“ stát samozřejmou a lehkou jako hra zkušeného kytaristy. Aristotelés upozorňuje, že jde o *zdatnost*, nikoliv o nějakou vrozenou schopnost. K výkonu samému se přidává nadbytek. Tato zdatnost nás přibližuje přírodě, protože prací na sobě se zdokonalujeme. Důležitý je ale i jiný Aristotelův poznatek: jedna vlaštovka jaro nedělá, říká, ani jeden den, kdy se nám podaří věci činit dobře. Stejně tak rozhlasový tvůrce nemůže spoléhat na to, že se mu občas podaří dobrý výkon. Musí hledět na to, aby jeho činnost byla kontinuálně zdatná, rozumná a dobrá. I se všemi morálními implikacemi.

Příprava hlasu

Prvním cílem je *mluvit srozumitelně*. Je to věc zvyku a na začátku stojí uvědomování si každé hlásky:

Má máma má malou zahrádku.



Zkuste si tuhle nepotřebnou informaci ztělesněnou do věty říci nahlas, a to tak, že si uvědomíte *každou* z hlásek s její délkou – tedy nikoliv „Mámamamá malou zahrádku“, ale tak, jak je věta napsána. Artikulací, tj. otevíráním úst, vás povede vaše vlastní řeč nejen k tomu, že se délky hlásek budou blížit správnosti, ale že i rytmus řeči bude odpovídat tomu, co říkáte, jak je řeč strukturována, a příjemce vám porozumí.

Klasická herecká technika: sežeňte dobré lahvé víno, které s přáteli vypijte. Nepřilíš těžké, abyste se mohli plně věnovat *fonetice* – korkový špunt stisknete mezi předními zuby a zkuste mluvit, ovšem tak, aby vám bylo rozumět. Zkuste sdělovat světu, že *máma má malou zahrádku* nebo *sazeč dnes všechno nevysází* tak dlouho, dokud to z vašeho projevu nepochopí i vaše malá sestřenice, která je více zaujata v lepším případě legem, než vámi. Korek doporučuji uschovat pro další použití, jinak je nebezpečí, že se technika prodraží na duchu, těle i penězích.

Další jazykolamy:
Blb v úprku, brk u krbu.
Bratře stráž neterě.
Bylo-li limo? Toliko nebylo-li by pivo.
Dřeš dřež a džež.
Sčeš si vlasy z čela.
Roli lorda Rolfa hrál Vladimír Leraus.
Dolar, libra, rubl.
Kapka kapla, klapka klapla.
Máma má málo máku.
Pudl prdl pudr.

Odborníci na *zvukovou realizaci jazyka* si všímají především těchto problémů:

- hezitační zvuky („éééé“, „mmmm“ aj.), slyšitelné nádechy, nepřiměřená nebo nevyrovnaná dynamika hlasu – vyražení začátků, polykání konců
- dodržování *kvality* samohlásek – není „hlas z ledu“, ale „hlas z lidu“
- dodržování *kvantity* samohlásek – krácení délky (í, é, ú) – tedy nikoliv „do nového roku“, ale „do nového roku“, nikoliv „na zpáteční cestě“, ale „na zpáteční cestě“, aj. Pozor rovněž na prodlužování hlásek, které dlouhé nejsou (např. na konci slova – není *žé*, ale *že*)
- nedbalá artikulace - „toe too“ místo „to je toho“, „dúodem“ místo „důvodem“ aj.
- důsledné členění – nikoliv „*bylina* posledním místě“, ale „byli na posledním místě“.

Všímají si i dalších, jako je intonace atd., ale nám budí varováním aspoň tento, i když neúplný a nepřesný výčet.

Přidejme se ke klavíristovi – harfistce – hobojistovi nebo kytaristce: ti všichni musí každý den hrát, nebo pokud nehrají, pak cvičit (tj. hrát pro sebe věci, které jsou speciálně zaměřené na určité jevy hry), jinak vyjdou ze cviku. Podobně každý rétor i rozhlasový tvůrce. Vinný korek nám může být nápomocen, stejně jako vědomí, že nás před mikrofonem nikdo nevidí. Můžeme tedy otevírat ústa, pitvořit se a hrát si s artikulací, jak je libo.

Extrém: pozor na hyperkorektnost. Výslovnost některých hlásek je jiná, než by se na první pohled mohlo zdát, a např. číst „tak jsme přišli“ s j na začátku „jsme“ je nesprávné. Správná výslovnost neznamená, že budeme vyslovovat přehnaně všechny hlásky, některé jsou neznělé, jako ve slovech zpěv, lehký, hádka, hezky aj. Vycházejme ze svého vlastního citu pro jazyk a mluvm tak, jak nám zobák narostl – jen ho pořádně otevřeme a nechme slovům, ať z něj vylétávají celá, kulatá, poslouchatelná, a ne nezřetelná, nepostřehnutelná, krákoravá.

Vyprávějte

Pro mnoho spikrů s žurnalistickými ambicemi, ale i pro rozhlasové tvůrce, kteří přicházejí z docela jiného, nemediálního prostředí, bývá obvykle tím největším problémem zvyknout si na to, že rozhlas není tisk. Zatímco jsme v běžném životě zvyklí podávat zprávy, ať už ve škole, v práci či v jiných médiích, *písemně*, v rádiu psaný text může být cestou do pekla, jakkoliv mnoho spikrů preferuje vstupy si dopředu napsat. Nepište, ale mluďte, tak by se dala shrnout zásada číslo jedna pro práci v rádiu.

To, co vypadá dobře na papíře, může znít v rozhlase divně, neuvěřitelně, šroubovaně, přinejhorším nerosrozumitelně:

„Zvýšení poplatků za překročení doby studia se dotkne už příští semestr těch studentů FSS, kteří studují bakalářské studium déle než čtyři roky, a magisterských studentů studujících déle než tři roky. Oproti letošnímu roku bude tento poplatek takřka dvojnásobný, za semestr studia student zaplatí 24 000 korun. Nově byl stanoven i poplatek za studium dalšího studijního programu, který činí 2 900 korun za akademický rok.“ (Lemur)

Představte si, že sedíte na večerní sešlosti se svými spolužáky či známými a ve svém rozhořčení jim chcete říct, jak vám postup školy přijde nespravedlivý. Zřejmě to nebudete říkat tak, jako to napsala redaktorka internetového studentského časopisu, ale spíš nějak ve stylu: „Chtějí nám zvýšit poplatky za studium! Od nového roku se bude platit dvacet čtyři tisíc za semestr. ...“

Rozhlasová mluva více kopíruje běžnou řeč, a proto místo dlouhých, navzájem se na sebe odkazujících vět, preferuje kratší a jasnější vyjádření. Dobrým nápadem by tedy bylo citovanou zprávu v rádiu nečíst, ale *převyprávět*, a to s vědomím několika základních pravidel:

- Nedůležité věci, jako věk, data, čísla atd. musí pryč. Necháváme jen to, co je podstatné pro pochopení smyslu věci nebo příběhovou linku. Nepřehlcujme informacemi. Posлуhač nemá možnost se k nim vrátit.
- Nepoužívejte mnoho adjektiv. Pokud máte

k dispozici autentické zvuky, použijte je. Popisovat řev na koncertě je zbytečné, když máte záznam rozdivočelého davu.

- Rozdělujte spletité, dlouhé věty. Používejte věty jednoduché namísto souvětí, nepoužívejte vsuvky (tedy nikoliv „Poplatky, nejvyšší na celé Masarykově univerzitě, jsou ...“ ale „Poplatky jsou nejvyšší na celé Masarykově univerzitě. Jsou také ...“).
- Jedna věta by měla mít ideálně mezi dvaceti a pětadvaceti slovy a odpovídat jen jedné myšlence.
- Používejte prostý jazyk, známá slova.
- Vyhybejte se obrácenému slovosledu (tedy nikoliv „Kvůli prodlužování doby studia se vedení fakulty rozhodlo zvýšit poplatky ...“ ale „Poplatky se vedení rozhodlo zvýšit kvůli ...“).
- S jednoduchostí to však nepřehánějte a fakta podávejte přesně. Nezahlazujte rozdíly jen pro to, abyste se vešli do černobílého schématu. Poslech tím možná usnadníte, ale vykastrujete smysl toho, co říkáte.
- Buďte konkrétní.
- Věnujte pozornost rytmu. Někdy i delší věta je rytmicky lepší.

Naučte se vyprávět posluchači, jako byste vyprávěli svému známému. Mluďte ke konkrétním lidem, konkrétní věci, srozumitelně, jednoduše, jasným jazykem. Nepodstatné věci hodte pod stůl. Věnujte pozornost tomu, jak věta zní. Když zní dobře, tak je i dobrá.

Existuje celá řada pomůcek, jak si připravit dobrou zprávu. Americký novinář Irvin E. Fang odvodil *formát jednoduchého poslechu*, který nám dává dobré vodítko pro určení srozumitelnosti celku. Zní: sečtete všechny slabiky ve větě a od nich odečtete počet slov. Pokud výsledné číslo přesahuje dvacet, pak máte větu zahlušenou dlouhými, abstraktními slovy. Mnohé další zásady i rozvinutí těch, které jsem zde naznačil, najdete v *Příručce pro novináře: zpravodajství v rozhlase a televizi* od britského žurnalisty, spisovatele a lektora Andrewa Boyda.

Nepodceňujte rozhovor

Další velmi častou začátečnickou chybou je, že spikři nebo moderátoři podceňují rozhovory s hosty nebo s posluchači, ale i se svými kolegy. Často zcela ignorují přípravu, protože si myslí, že vše z improvizují. Improvizace je pro rozhovor ale stejně zhoubná, jako přílišná příprava. Rozhovor není výzkumná činnost, proto není dobře, když si otázky detailně strukturuje s pečlivě operacionalizovanými termíny a dotěrně vyžadujete, aby na tento styl host přistoupil. Nikoho nebudete bavit, stejně jako když se vaše otázky budou rodit za pochodu, podle vás improvizovaně, ale pro posluchače nesmyslně, bez

souvislosti. Při rozhovoru mějte dobrou přípravu, znejte o hostovi maximum, ale nevažte se na své představy o tom, co byste chtěli sdělit.



Obecně je improvizace velký mýtus, protože pro většinu nezkušených spíkrů znamená nulovou přípravu. Opak je pravdou – improvizace, stejně jako ve sportu, vyžaduje *rutinní a dokonalé zvládnutí* všech strategií, všech fines, materiálů, prostoru. Improvizace může nastoupit až po velmi hluboké přípravě.

Rozhovor je na první pohled příliš samozřejmá forma na to, abychom se zamysleli nad jeho podstatou. Především rozhovor řadíme k *dialogickým žánrům* a *dialog* vyžaduje vedení, tj. vytvoření vztahu mezi moderátorem, mezi já, a hostem, ty. Rozhovor je rovněž žánr, který se uplatňuje v mnoha různých podobách, můžeme rozlišit *rozhovor reportážní*, vedený na konkrétním místě, s důležitou rolí zvukového pozadí, *rozhovor portrétní*, kterým se snažíme přiblížit svého hosta jako osobnost, *komentující rozhovor*, kterým podáváme komentář k nějaké události či tématu, *analytický* nebo *rozborový rozhovor*, který dané téma pojímá do hloubky, atd. Existují i jiná rozlišení, např. na *informační* (vedení posluchače do obrazu), *analytický* (rozbor) a *emocionální* (portrét člověka) nebo podle další typologie *investigativní*, *konfrontační*, *interpretační*, *osobní* či *emocionální*. Tato rozdělení nám umožňují přemýšlet nad tím, jaký rozhovor vedeme, jaký je náš cíl, co jím chceme posluchači sdělit. Dobrým úvodem do rozhovoru může být příspěvek populárního moderátora Václava Moravce v učebnici *Čtrnáct kapitol o rozhlase*, z níž k tomuto tématu rovněž čerpám.

Prvním krokem k dobrému rozhovoru je příprava, která by měla jít do hloubky poznání hosta (rešerše, archívy), měla by vést k obeznámení s tématem a především jeho konkrétními aspekty. Jak jsme viděli už v minulé kapitole, konkrétnost je základní mantrou rozhlasového moderátora či moderátorky a platí to i pro rozhovor – nestačí mít obecné tušení o tom, co to jsou poplatky za studium, je potřeba si připravit konkrétní situace, případy, příběhy, názory a ty v rozhovoru používat. Důkladná práce znamená pokud možno si i připravit zdroje, jako např. již dříve nahrané či vedené rozhovory v jiných médiích, z nichž je dobré i ve vysílání přímo citovat.

Nepodceňujeme naši povinnost seznámit se s předchozími rozhovory hosta. Nic neotraví víc, než ptát se na již tisíckrát řečené. A to jak partnera u mikrofonu, tak posluchače. Sotva ještě někoho bude zajímat, že Dan Bárta fotí vážky, Dara Rolins má umělá prsa

a Jimi Hendrix se udusil vlastními zvrátky. Najdeme něco nového, neotřelého. Dejme šanci hostu ukázat se v novém světle.

Při vedení rozhovoru mějte na paměti:

- Kladte jednoduché otázky, na které lze odpovědět. Neptejte se na víc věcí zároveň, buďte struční.
- Navazujte otázkami na respondentovy odpovědi.
- Připravte si strukturu rozhovoru i s více logickými liniemi, abyste měli základ, ze kterého můžete volit případnou změnu směru v rozhovoru.
- Poslouchejte hosta a reagujte na něj, ne na vaši představu o rozhovoru.
- Nenechte se zmámit tím, že vám host sám začne klást otázky, jak je to běžné např. u politiků. Pokud toto není principem rozhovoru a vaším záměrem, naučte se hosta slušně a vtipně usadit.
- Uděláte-li chybu, přiznejte ji, opravte se!
- Nepouštějte se do témat, jejichž kontext neznáte.

Vnímejte rytmus

Rádio je specifické tím, že v něm prakticky neustále zní hudba a hudba je právě to, co dnes od rádia často očekáváme. Podle hudby se také rozlišují rozhlasové *formáty*.

Ještě i dnes se někdy setkáme s předpokladem, že existují rádia, která hrají *mainstream* a která hrají *alternativu*, a to na základě starého rozlišení, v němž formát Alternative zahrnoval kapely jako Alice in Chains, Soundgarden nebo Fear Factory. Jak si v knize *Postup a praxe rozhlasového programování* všiml už v devadesátých letech dlouholetý americký konzultant a dramaturg Greg Gillispie, „alternativa“ v tomto pojetí je zavádějící, protože se překrývá s kategoriemi jako je rock nebo metal. Nehleďte na to, že grungová revoluce už dávno skončila, i ve své době byla jako součást vysílání MTV a jiných velkých stanic *novým mainstreamem*.

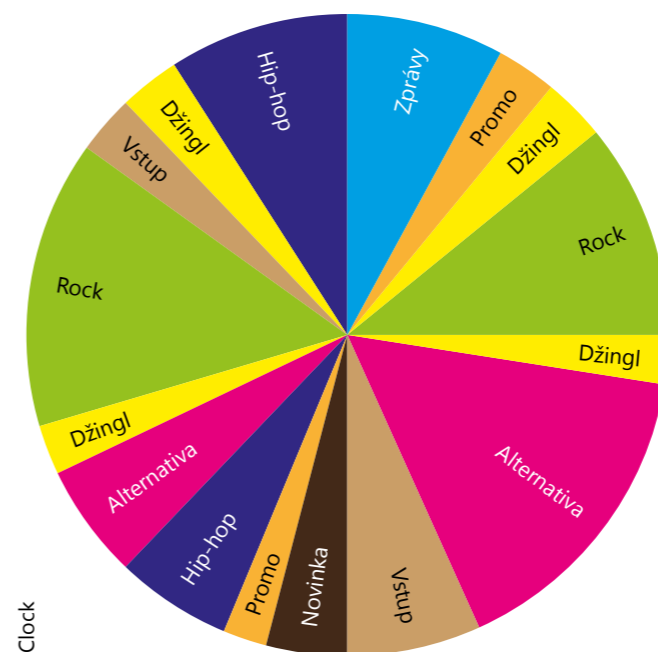
Alternativa jako formát je tedy těžko vymezitelná žánrově. Můžeme Gillipsieho myšlenku rozvinout – co je tedy „alternativní“ vysílání? Je to indie, nu-rave, 8bit, žánry, která jsou módou stejně jako různé nové hudební formy odkazující se na bouřlivácká osmdesátá léta, jako emo či punk? Pokud bychom chtěli pojmut podstatu formátu alternativního rádia, museli bychom přemýšlet o tom, co je menšinové, co se neuplatňuje ve většinovém životním stylu, museli bychom přemýšlet nad okrajovými žánry, které samy nenacházejí uplatnění ve většinovém vysílání. Metalové vysílání není alternativní, pokud nepřináší menšinové podžánry samotného metalu, a to navzdory tomu, že metal v běžném rádiu mnoho nenalezne.

Vysílání v rádiu se odehrává buď v *proudovém* nebo *blokovém* (či *titulkovém*) schématu. Na jedné straně stojí ve většině rádií proud hudby s moderátorskými vstupy, v němž se střídají žánry, témata atd. Na straně druhé pak přísné *titulkové* schéma, které známe z televize a v němž rozlišujeme *pořady*, tedy komplexní uzavřené jednotky programu, které mají přesný začátek a konec, ohlášení a odhlášení („Slyšeli jste ...“). *Blokové schéma* představuje přechod mezi oběma póly, v anglické terminologii pak slouží

i pro označení schématu titulkového, které se blíže nerozlišuje.

Obě varianty vyžadují od rozhlasového tvůrce jiný přístup a jiné nakládání se strukturou své práce a hudbou. Vynechme nyní pořad, který dovoluje autorovi či autorce postavit si svoje vysílání volněji, více tvůrčím způsobem, a podívejme se na základní principy práce spíkra v proudovém vysílání.

I když na první pohled by posluchač mohl myslet, že moderátor je pánem celého svého vysílacího času, řídí se podrobným rozvrhem, který určuje přesně, kdy a co se má vysílat. Tento rozvrh nevychází v žádných novinách jako čtvrtěční nebo víkendová příloha a jen stěží jej najdete na webových stránkách stanice. Jde o interní materiál, který se odvozuje od menší komplexní jednotky proudového vysílání, jež se opakuje, nejčastěji hodiny (anglická terminologie mu říká *clock*).



Existují klasické body této hodiny: celá a polovina, kde se nejčastěji objevují zprávy či servisní informace. Mezi tím mají své místo písničky, vybírané z kategorií, které připravil hudební dramaturg (např. pop, rock, jazz) a které jsou sestaveny do celků podle své nálady, tempa atd. Někdy jsou k sobě přilepeny přímo, takže zní hned za sebou (*music sweep*), častěji jsou prošípovány *spoty*, *vstupy* a *džingly*.

Spot je slangové označení krátké nejčastěji reklamní upoutávky. Pokud jsou ve skupině ve specifickém čase, označují se jako *stop set*. Jako promo se zhusta označují *spoty*, kterými stanice propaguje své vlastní pořady, události, témata. Protože mluvíme o kontextu studentského a komunitního vysílání, tedy neziskového, rozumíme *spotem* jakoukoliv upoutávku, která neodkazuje přímo na nějaký pořad či část vysílání stanice. **Džingl** (*jingle*) je znělka, která stratifikuje vysílání, upozorňuje na stanici (*ID*), pořad, moderátora, někdy se nazývá *drop-in*, a to v případě, že

není hudební a zvuková, ale využívá pouze hlas, který vyjždí do písničky či mezi nimi. **Vstup** je čas pro spíkra či moderátora, v komerčním rádiu často v řádu pouhých desítek sekund.

Spíkr v proudovém vysílání má několik důležitých funkcí – mimo to, že by měl posluchači *vyprávět*, co chce sdělit, musí pravidelně identifikovat stanici („Posloucháte odpolední Odposlech s Anetou na Radiu R ...“), přinášet servisní informace (kolik je hodin, jaké je či bude počasí, atd.), upozorňovat na další části programu (co ještě posluchači uslyší), upozorňovat na komunikační kanály (ICQ, telefon, Skype) a především ohlašovat (*front-sell*) a odhlásovat (*back-sell*) písničky.

Ohlašování písniček je velmi důležitá činnost, protože posluchač chce vědět, co poslouchá, zvláště, jde-li o alternativní, často menšinové a neznámé vysílání. U méně známých písní je vhodné *odhlášovat*, tj. říct, co posluchač slyšel, až *po písničce*. Pokud ho zaujme, bude chtít znát její název a interpreta, ale nemá smysl mu tuto informaci poskytovat dřív, než neznámou skladbu uslyší. Rovněž je dobré po čase shrnout, co už jsme slyšeli a co ještě uslyšíme.

Posluchači chtějí, abychom jim hudbu „prodávali“, abychom je seznamovali s neznámými autory, se zajímavými skladbami, které je při poslechu zaujmou. Pokud skladby znají, stačí je uvést dopředu, ale je důležité si uvědomit rozdíl mezi ohlášením a odhlášením.

Komerční rádia znají princip OES, „*optimálně efektivního plánování*“, který často uplatňují. Je dobré jej znát, i když pro studentské a komunitní vysílání nemusí být vždy vhodné.

OES neboli **optimum effective scheduling**, „*optimálně efektivní plánování*“ (typický jazykově neladný novotvar komerčního rádiového sektoru) je jednoduché pravidlo, které zaručuje, že alespoň polovina publika uslyší danou věc třikrát. Konkrétní naplnění principu je specifický podle stanice a cílové skupiny, v zásadě se ale dá říct, pokud některou věc chceme u posluchačů prosadit, měli bychom přemýšlet nad tím, že optimálního efektu dosáhneme teprve tehdy, pokud budeme mít jistotu, že alespoň polovina z nich ji slyšela víckrát. Pozorné povahy si jistě nyní vybavily kolovrátkový mechanismus komerčních rádií, který právě touto metodou neustále otáčí omezenou sumu informací a písniček, které se pak vryjí do paměti.

Chování posluchače, které by měl spíkr být schopen odhadnout, závisí na jeho životním stylu, profesí, vztahu k médiu. Komerční rádia operují se zjištěním,

že většina posluchačů rádiu věnuje pozornost (pokud to lze nazývat pozorností) hodinu, odtud i délka pro rozvrh – *clock*. Internetové a komunitní vysílání má svá specifika a obecná pravidla lze jen sotva nalézt.

Vstávejte s posluchači

U rádií, která nevysílají pouze po internetu, ale na rozhlasových vlnách, se považuje za jednu z nejdůležitějších částí dne ráno. Ranní vysílání, *ranní show*, je často výkladní skříň stanice a věnuje se jí nejvíce péče – a nejvíce posluchačů. U studentských a internetových rádií tento fakt neplatí, alespoň pro to nejsou žádné konkrétní indicie, nicméně my si můžeme demonstrovat na několika pravidlech právě pro tento proud, jak moderátor či moderátorka musí reagovat na posluchačská očekávání. Některé z těchto bodů nejsou obecně platné a nelze je přenášet do jakékoliv doby vysílání, jiné by měly být pro zdatného spíkra denním chlebem:

- **Humor** je nejčastěji zdůrazňovanou složkou ranního modelu vysílání. Rozhodně bychom se ale měli vyhýbat takovému vtípu, který hned po probuzení přenesou posluchače do prostředí zasmrádlého buranského chliva.
- **Emoce** nás přibližují blíže posluchači, můžeme ho vtáhnout do tématu. Emoce často nesou příběhy, ne racionální analýzu.
- **Lokálnost** – platí obecně, ale ráno o to více – posluchače zajímá, co se děje či bude dít přes den v jeho okolí.
- **Obohaceni** – známe-li životní styl posluchačů, můžeme jim ho pomáhat rozvíjet novými nápady, tipy, nečekanými souvislostmi.
- **Zvláštnost** – vtáhněte posluchače, nejen kuriózitami, ale i tím, že mu budete odhalovat neznámé krajiny, že ho motivujete poslouchat i váš další vstup, protože se v něm může dozvědět něco nového, zvláštního, jiného.
- **Interakce** – mluvíte s posluchači, ne *do* posluchačů. Posadte je vedle sebe k mikrofonu, ptejte se jich, otevírejte je jako komunitu všemi komunikačními prostředky.



- **Upoutávky** – promujte program rádia, přilákejte posluchače k dalším pořadům, zajímavým hostům či djům, i když by se měli objevit v noci nebo ve čtyři hodiny odpoledne. Třeba se právě budou posluchači vracet domů a budou se rozhodovat, jestli si pustit hudbu z iTunes nebo z rádia. Když od rána budou vědět, že vašimi hosty bude chovatel tancujících lam, možná si vás naladí.
- **Servis** – přinášejte posluchačům důležité informace o počasí, ale i o dopravě – i když studenti mimo Beverly Hills jen zřídka jezdí do školy autem, můžou je zajímat nové výluky městské dopravy nebo třeba poznatek, že se z periferie dostanete do centra rychleji vlakem, než autobusem.
- **Hudba** – by měla být víc zaměřená na podmínky ranního vysílání, ale neměla by se zcela lišit od profilu celé stanice. I posluchač, který právě vstává, by měl mít indicie, co uslyší přes den.

Existuje několik pravidel pro ranní vysílání, které se dají bezesbytku adaptovat pro většinu dne, pokud nejde o specifický pořad či blok, v němž porušení daného pravidla je kýženým cílem.

Vyhýbejte se vnitřnímu humoru, nepochopitelným vtípkům, které mají své místo jen ve studiu či ve velmi úzké skupině lidí. Nebuďte sarkastičtí a negativní, a pokud jste, pracujte s tím jako s osobnostním principem, vědomě, chytře. Být ironický a negativní umí každý, vnesťe do posluchačova života trochu optimismu. A pokud ne, překvapte ho. Neopakujte se – každý den je nový, každé vaše vysílání by mělo být nové. Vyhýbejte se žvanivosti, nemluvte příliš. A zvláště ne o sportu. Z něho často nelze skutečně vydolovat víc, než výsledky. Varujte se zvukově nekvalitních nahrávek a příspěvků. Jestliže vám to někdy posluchač promine, ráno sotva.

Nakonec nejdůležitějším základem pro rozhlasovou práci, nejdůležitější cestou ke *Kvalitě* je představit si na druhé straně mikrofonu blízkého člověka, kterého máte rádi a kterému nyní budete vyprávět a pouštět hudbu. Myslete na to, co by ho mohlo zajímat, jak ho nenudit, ale jak ho také nepodceňovat a jak se vyvarovat toho, že zapadnete do *konvenční moudrosti* a ničím ho nepřekvapíte – zvláště ne přehnanou snahou o to znít jako profesionál.

Vysíláte na studentském nebo komunitním rádiu. Můžete experimentovat a také experimentujte. Nemusíte mít strach, nejste v tom sami – jste *tým*.

Kapitola 3



Být tým

Být tým

Rozhlasové studio často svádí k tomu, myslet si, že jsme na světě sami – zvláště ve studentském či komunitním rádiu, kde nemáme technika a lidé se na stanici často mění. Tma a ticho kolem nás by ale nemělo přehlušit to nejdůležitější: nejsme sami – jsou tu posluchači, pro které to děláme, a jsou tu naši kolegové, s nimiž k posluchačům se svojí prací přicházíme. I když posluchači sledují pouze váš pořad, dává se jim výsledek činnosti všech, od hudebního dramaturga po eléva, který poprvé rozdává letáky. Být tým znamená být součástí stanice a umět s tím naložit. Pro dobro rádia i své vlastní tvorby.

Natáčet jsem před pár lety film pro orchestr Mladých brněnských symfoniků, *Harmonie, dílo společné*. Potýkal jsem se přitom s ústředním problémem: v čem spočívá jedinečnost společné práce na hudebním díle? Jedna z hráček mi řekla: „Navzájem se potřebujeme.“ Když jeden nástroj zkazí svůj part, zkazí to všem. Nikdo si nemůže hrát jen tak pro sebe, určovat si rytmus podle toho, jak jej sám cítí – musí se vždy sladit s celým orchestrem. Cesta k harmonii je důležitá i pro to, že skládá skladbu (sic!) z úsilí a talentu jednotlivců pod vedením dirigenta, hudebního režiséra. Rádio se v leccems liší, a přece ne: jako celek funguje jako výsledek tvůrčí činnosti jednotlivců, kteří v něm uplatňují svůj talent. Od moderátorky po grafika. Pokud jedna složka zklame, je zplaněno úsilí všech – na druhou stranu, pokud kdokoliv potřebuje pomoci, není sám voják v poli.

Quincy McCoy přirovnává práci v rádiu k jazzové jam session. Stejně jako na pódiu v klubu i ve studiu spolu hrají tvůrci podle svých schopností a zkušeností, musí se navzájem poslouchat, aby jejich pořady a vstupy na sebe navazovaly, souvisely spolu, nerozbíjely stanici na nesouvisející fragmenty.

Rozhlasová stanice je celek programu i týmu – žádná ze složek vysílání nemůže být z jeho kontextu vytržena. Najít rovnováhu mezi společným dílem a uplatněním vlastní osobnosti je základním předpokladem pro úspěch stanice.

Jazz je ale i tvrdá hudba, hudba „bordelů a pajzlů“, hudba, která je neotesaná a přivádí lidi k šílenství. Britský rozhlasový tvůrce a jazzman Humphrey Lyttelton kdysi vzpomínal, jak přijel v roce 1956 do Anglie Louis Armstrong a Jeho hvězdy. Tehdy jazzová horečka už dávno prošla celým světem a sotva bychom čekali, že světoznámí hráči někoho překvapí. Kupodivu se tak stalo. Rozvážné publikum, které přišlo na svoji vlastní představu o jazzu, tedy náročného muzického umění, bylo pohoršeno kabaretem, který soubor předvedl – plným scének, vtípků a lidové taškařice. Tohle je ten slavný Armstrong? Podobně další jazzman Lionel Hampton doslova urazil svoji zemitou hudbou seriózní tvář jazzových kriti-

ků – když několik plebejců, kteří do vyšperkovaného sálu pronikli, začalo na hudbu reagovat tak, jak sám Hampton očekával. Křepčení, vzrušení hraničící až s výtržnostmi podle Lytteltona jasně ukázaly, že jazz je hudba lidová, živá.

Jazzoví muzikanti nebyli, alespoň ve svých začátcích, žádní intelektuálové. Často to byli příznivci drsných způsobů, a přesto se při jam session dokázali zklidnit a pro společnou hru se sladit. Což však neznamenal zklidnit svoji osobnost – bubeník Cozy Cole vždy dokázal rozběsnit dav, když při Armstrongově vystoupení udeřil do činelu.

Jazz je dobrým příkladem pro to, abychom si uvědomili, že nalézt harmonii neznamená najít zlatý střed nebo nedat vyschnout své kreativitě, naopak. Harmonie v týmu začíná tam, kde se může svobodně uplatnit představitost každého z jeho členů. Představitost, která je živá.

Populární britský autor a poradce pro umělecké vzdělávání Ken Robinson je velkým zastáncem revoluce v tom, jak přistupujeme k lidskému talentu. Ve své přednášce *Školy ničí kreativitu* na konferenci TED 2006 strhl svým osobitým stylem auditorium poměrně jednoduchou myšlenkou – náš vzdělávací systém vychází z potřeb průmyslové společnosti a ve skutečnosti nevede k tomu, abychom rozvíjeli svůj talent, vede k nivelizaci. Proč? Protože akcentuje jen jednu část lidské osobnosti, tu analytickou. Matematika a jazyky jsou ve školách výš, než předměty umělecké, což nevede k ničemu jinému než k tomu, že schopnosti populace nebudou odpovídat jejím potřebám.

Robinson akcentuje ve svém přístupu *diverzitu*, pozornost k tomu, že každý z nás má talent k něčemu jinému, každý z nás má jiné nápady, každý z nás má jiný přístup ke světu. Ty bychom měli respektovat, motivovat a rozvíjet, ne potlačovat standardizací. Cílem života není být profesor, který – ve vší úctě k této hodnosti – podle Robinsona redukuje život na činnost hlavy, a to ještě jen některých specifických dovedností. Máme i tělo, máme hudbu, tanec, kresbu, máme spoustu nápadů. Nepotřebujeme zeď konvenčního myšlení, které říká: to nejde. To nesmíš. Věnuj se raději něčemu potřebnému, smysluplnému. To, co člověka baví, v čem cítí, že je dobrý, je pro společnost mnohem potřebnější, než vyhaslý rutinér v kanceláři.

Úkol pro představitost

Když jsme v první kapitole mluvili o *Kvalitě*, snažili jsme se ji najít v kreativitě osobnosti, nikoliv v normách a pravidlech. Podle těch lze sotva postavit dobrý pořad, jedině tak nekonfliktní, nezajímavý a tedy nepotřebný sled moderátorských vstupů. Alex F. Osborn ve své slavné knize *Použitá představitost: Principy a postupy kreativního myšlení* přichází s jednoduchou tezí: rozvoj lidstva ve vědě i v politice je možný jen díky představitosti. Žádné výzkumy, analýzy nebo politická vyjednávání by nemohla být úspěšná, pokud by je neprováděla kreativní mysl. Pokud je představitost potlačena, dochází nejen k zastavení vývoje, ale i k depresím, jaké provázely i Abrahama Lincolna. Je zcestné předpokládat, že pro vyřešení problému zkonstruujeme vědecký pokus jako automat, do kterého vhodíme minci a on

nám vyhodí výsledek. Lidé, kteří mají dobrou vůli přispět k řešení nějakého problému často vyčerpají veškerou svoji energii v analytické části a pro interpretaci jim již nezbyvá ani špetka fantazie.

Ale představitost má i další funkci – dokáže nám pomoci v mezilidských vztazích. Pokud mluvíme o tom, že rádio je tým, potom tím nemyslíme, že bychom se všichni měli držet za ruce, usmívat se a zpívat o míru. Tým je, jak jsme viděli u jazzové kapely, často velmi výbušný sud prachu, na kterém tancuje jeho vedoucí – dramaturgové, vedoucí redakci.

Představitost je klíč k tomu, jak lidi spojovat, jak dosáhnout harmonie v kolektivu.

Osborn demonstruje svoje teze už na příkladu rodiny: každé dítě zlobí (Ken Robinson by možná řekl, že nezlobí, jen projevuje svůj talent). A nikdo z nás občas nespěchal na rodinnou večeři či oběd. Osborn nabízí jednoduchý příklad toho, jak použít kreativitu v řešení možného rodinného konfliktu: pokud dítě i přes opakované výzvy nepřichází k jídlu, neměli bychom křičet. Zlobit se. Plýtvat energií na kontraproduktivní zlost. Osborn říká, že matka, která, když dítě dlouho nejde, sní i jeho porci, udělá lépe – použila představitost. Neposlušné ratolesti pak vesele oznámí, že jestli chce jídlo, tak to její už snědli, ale může si udělat další – ve spíži jsou brambory a v lednici maso.



Jde o příběh z padesátých let – dnes by pravděpodobně výrostek skočil do fast foodu přes ulici, ale smysl příběhu zůstává stejný: proměňme konflikt, který se v týmu objeví, svojí představitostí do hry, budme v komunikaci a přístupu k lidem kreativní. Což neznamená, že bychom si měli dělat naschvály – znamená to *používat diagonální myšlení*.

Jako **diagonální myšlení** označujeme nácvik kreativity a její vědomé rozvíjení, myšlení napříč, do kterého zapojujeme obě hemisféry mozku. Ty jsou běžně zaměřeny na řešení poněkud jiných situací – *levá* (ovládá paradoxně pravou polovinu těla) vládne analytickým schopnostem, plánování, organizaci, řeči; *pravá* pak syntéze, emocím, muzickým schopnostem, tělu a rytmu. Zajímavé je, jak si všímá česká popularizátorka tohoto přístupu, profesorka Marie Königová, že možným blokem diagonálního myšlení může být vysoké IQ nebo vzdělání. Což zní jako z Robinsonovy přednášky.

Pro diagonální myšlení je důležitý *optimismus* a *pozitivní přístup* – ne falešný a pokrytecký úsměv, ale práce na tom, aby člověk v sobě našel pozitivní přístup k životu a překonávání problémů. V médiích se tato vlastnost hodí dvojnásob – při komunikaci s neposednými hosty, při řešení často velmi psychicky náročných kauz, při komunikaci v týmu.

Optimismus vyjadřuje chuť něco nového vymýšlet, zkoumat, objevovat nové pohledy, snažit se vcítit do druhého a přijmout jeho optiku.

A konečně – optimismus umožňuje nechávat problémy stát za dveřmi. To je podle Quincyho McCoye velmi důležitá vlastnost rozhlasového tvůrce. Posluchače nezajímá, pokud nejde o tvůrčí princip pořadu, že vám znechutila den tramvaj plná zpocených těl, že se vám zpozditela výplata, že jste se nemohli přihlásit na zkoušku, protože bylo vypsáno málo termínů. Zajímat by ho to začalo ve chvíli, kdy tyto problémy zpracujete s *představitostí*, kreativně. A kdy z nich uděláte zároveň problém posluchače, který ale je možné řešit – například tak, že podáte proti nedostatku termínů stížnost a v rádiu vyzvete publikum, aby se k ní přidalo.

Pozitivní přístup je ale především nutný pro práci v týmu, ať už jde o kolegu moderátora či moderátorku nebo kolegyni, která domlouvá vysílací směny. Zkuste si ve chvíli, kdy cítíte, že se ve vás aktivuje agrese, nechuť a zloba, tyto pocity transformovat do vtípu, zkuste z nich udělat grotesku a vystřelit si sami ze sebe, obrátit situaci na rubu, nebo jinak zapojit *diagonální myšlení*. Zkuste ve chvílích, kdy nevíte, co máte dělat, nevzdychat, nedávat najevo ostatním, jak jimi pohrdáte, ale začít třeba tančit. Udělejte ze svého života jeden velký muzikál, v jakémkoliv žánru.

Úkol pro spolupráci

Představme si nyní umělce, muzikanta, který ve svém domácím studiu skládá konkrétní hudbu. Dva roky loví zvuky po ulici, komponuje, a pak s velkou slávou vydá desku. Recenze budou přívětivé, autor

k nám přicházejí, zaznamenat je a nechat odplout. Po čase člověk dokáže oddělit vjemy a myšlenky od našich hodnocení a názorů. Tím se zbaví *hyperkritičnosti*, ke které vede třeba právě známkování hráčů podle „dobrých“ kroků při hře. Známa pravda! Viděli jsme ji už u brainstormingu, u našeho výkladu o *představivosti*. Jackson ji však obohacuje o rozměr kolektivní cesty za úspěchem, vítězstvím.

Phil Jackson je vůbec zajímavá osobnost. Jako dítě šedesátých let si prošel hippies komunitami i zkušeností s LSD. To vše i celou váhu své nezkrotné individuality vtělil do celoživotní lásky: basketbalu. Bral si tu z indiánských rituálů, tu od zenových mistrů, ohromná arogantní basketbalová ega hráčů milionářů nutil číst klasiky. Jeho práce však přinesla nebývalé výsledky: dokázal vybudovat silné týmy s Michaellem Jordanem, Scottiem Pippenem či zkotřit Shaquilla O'Neala.

Je důležité chápat rozhlasovou stanici jako tým, protože posluchač vnímá jednotlivé moderátory, ale především značku jako celek. Jakékoliv rádio, ať už studentské, komunitní nebo komerční, je instituce, jeden komplex, který se dává vnějšimu světu společně, ne rozdělen na jednotlivé moderátorské osobnosti, i když ty z něj logicky vyčnívají a jsou tím, co rádio nese. Každá osobnost by však měla umět utišit své ego, otevřít svoji mysl zkušenosti jiných a nechat ji pronikat pozitivním přístupem. Představivost nám pomáhá nejen tvořit naše pořady, ale i komunikovat mezi sebou. A to i pod vedením trenéra – autora pořadu, vedoucího redakce, programového nebo hudebního dramaturga.

Společně tak můžeme vykročit *k posluchači*.

Kapitola 4

Být pro posluchače



Být pro posluchače

Rádio a jeho spíkáři jsou tu pro posluchače, samozřejmě. Ale co to znamená? Konvenční moudrost si to většinou vysvětluje tak, že existuje *poslechovost*, která je jakýmsi kvantitativním vyjádřením spokojenosti v dané cílové skupině, na jejím základě se konstruuje *formát* stanice, jemuž se podřizují všichni pracovníci. Existují velmi sofistikované metody *výzkumů*, které tento proces usměrňují a které poskytují data pro stanici.

Výzkum – rozhlasové stanice většinou využívají rozličné nástroje, ve kterých testují svoji produkci. *Air-check* jsme již zmínili, dalším oblíbeným testem je *hudební test* (music test), kdy se sbírají data z velké skupiny posluchačů, aby se stanovil hudební profil. Známé jsou *focus groups*, kdy se sběr dat zaměřuje na menší skupiny k určení nejvýznamnějších bodů pro další výzkum. Výzkumy sledují nejen hudební vkus posluchačů, ale i jejich životní styl – k tomu se často používá i *telefonický výzkum* (call-out research).

Smysl je různý podle statutu stanice, *konvenční moudrost* však vyžaduje vysokou poslechovost jako znak smyslu stanice vůbec, a to od komerční stanice (kde se posluchači „prodávají“ inzerentům) přes veřejnoprávní média (kde jsou posluchači zárukou veřejnoprávnosti) až po média alternativní, komunitní, kde bývá podle *konvenční moudrosti* poslechovost zárukou jejich impaktu.

Právě přílišný důraz na výzkumy podle Quincyho McCoye ale otevřel propast mezi posluchačem a stanicí, právě pro to, že výsledkem formátování je standardizovaný produkt. McCoy patří mezi zastánce *kreativního programování*, které na jednu stranu klade důraz na osobnost spíkaře, o níž jsme mluvili doposud, ale rehabilituje i pozici posluchače. McCoy dokonce říká: nemluvme o posluchači, mluvmе o zákazníkovi. Tato proměna nemá vést k tomu, že budeme akcentovat obchodní ráz média, ale naopak má být výrazem atmosféry koloniálu, v němž prodavač zná každého ze svých zákazníků a ví, co chtějí.

Dobry autor pořadu a spikr zná svého posluchače.

Pravouhlé chápání vztahu k posluchači vychází pouze z výzkumů, z poslechovosti a posluchačského profilu, na jeho konci stojí *průměrný posluchač*. Jaký je náš průměrný posluchač? Co dělá, jak myslí, co chce? Koho miluje? Koho nenávidí? Kde žije, co cítí? Tato představa je absurdní – což si povšimli rozhlasoví tvůrci už v počátcích vysílání. Průkopník české rozhlasové teorie Bernard Kosiner už ve třicátých letech dvacátého století v *Přehledu rozhlasu* varoval před teorií průměrného posluchače. Posluchač je pro něj kategorie sociologická. Tato „sociologie“ se

však po víc jak půl století po Kosinerově vystoupení otáčí sama proti sobě. Zde nastupuje McCoy, aby rehabilitoval těsné setkání posluchače a tvůrce jako setkání partnerské.

Vratme se nyní k *osobnosti* tvůrce a zamysleme se, jak má formátovat svůj projev, svůj pořad tak, aby byl pro *posluchače*, a nikoliv jen pro něho samotného. Přílišný akcent osoby moderátora, nedostatek pokory – to vše vede k neposlouchatelnosti produkce, navzdory všem jogínským asánám či rituálním tancům, které spíkař před mikrofonem provádí.

Oliver Stone ve svém filmu *Noční talk show* z roku 1988 rozvíjí otázku autonomnosti a etiky rozhlasového spíkaře. Eric Bogosian v roli Barryho autenticky zbytnuje do moderátora, kterému není nic svaté a který staví svoji slávu na urážení posluchačů. Problémy nenastanou ani tak, když mu opakovaně začnou volat neonacisté nebo když si do rádia pozve zfetovaného hipstera; problémy nastávají ve chvíli, kdy ztratí kontakt s posluchačem a ten se mu stane jen nástrojem pro éterové bakchanálie, jež mohou být pro jiné posluchače zábavné, ale jen do té doby, dokud se terčem nestanou oni samotní. „Jediná věc, ve kterou věříte, jsem já. Co byste byli, kdybyste mě neměli?“ ptá se svých posluchačů. Nejde však jen o výraz přemrštěného ega – tato slova situaci skutečně charakterizují. Barry Champain si kolem sebe vytvořil nepřehlédnou skupinu posluchačů bažících po perverzích, po *dekonstrukci*, po tom *neposlouchat*, ale útočit. Ať už Barryho nakonec zastřelí neonacista nebo kdokoliv jiný, jde o výsledek neuspokojivého vztahu s posluchačem, o vztah v němž není *porozumění*, ale pouze nebezpečný druh exhibice.

Exhibice, do níž může osobnost spíkaře sklouznout, zahlušuje vše, o co se jinak snaží – a to pro to, že samotný akt vysílání už neslouží ke sdílení, ale k monologu. Výrazem tohoto monologu je pak to, že se posluchač stává zbytečným – protože nepomáhá nikterak spíkařovi k jeho sebepoznání.

Pomožme si opět příkladem z jiné oblasti, a to z oblasti *performance*.



Performance – tento v současnosti stále oblíbený druh umělecké tvorby, který doslova vybuchl na ulicích v šedesátých letech, je velmi ošidný právě pro to, že se pohybuje na hraně významu. Performance v nejobecnější rovině odkazuje do mimoumělecké sféry, performancí může být cokoliv – ať už s koncepcí, jako vydávání telefonního seznamu za sbírku básní, po prosté myšlení, které už samo o sobě může být chápáno jako performance. Performance tak může být nejen divadelní (jakou si dokážeme lehce představit), ale i ne divadelní akt. Slovo *performance* odkazuje k oběma svým významům – k tomu něco předvádět, hrát, ale i k tomu plnit úlohu, funkci, podávat výkon (high performance), jak upozorňuje Allan Kaprow. Tedy i rozhlasový spíkař může spadat do kategorie performance (a bytostně tam patří), pokud jej takto interpretujeme – a to nemusí jít syrové maso uprostřed chladné tovární haly nebo se natáčet při tom, jak pozoruje svůj vlastní obraz v kameře.

Proč jsem si vybral zrovna performance – pro to, že je přiléhavá našemu případu a pro to, že ze své podstaty *nepotřebuje* diváka, může být povytce soukromým aktem. Jistě, existuje zde mnoho dokumentovaných performancí, ale jejich účel může být i komerční. Performance by nás tedy mohla vést k myšlence, že – oproštění od diváka – zůstáváme sami se sebou, se svojí tvůrčí osobností, a tím pádem by výtky této kapitoly v extrémním případě soukromé performance i v kontextu rádia přestaly platit. Ne tak zcela.



Milan Knížák, jeden z průkopníků „akčního umění“ u nás, už na počátku osmdesátých let, tedy v době, kdy u nás performance de facto neexistovaly, varoval před vyprázdněním. Profese performerů totiž může velmi rychle svádět k amatérismu.

„... je třeba požadovat co největší profesionalitu ve smyslu odpovědnosti k nám samým a ke světu kolem, profesionalitu vyjádřenou úpornou snahou po askezi naší myšli, skromnosti a totalitě našeho života, profesionalitu vyjadřovanou naší neustále aktivní touhou po vlastním zdokonalení, zdokonalení ve smyslu odheroizace, odegoizace, od... od...“ (Knížák)

Co je však ještě důležitější, je pozice performerů ve vztahu k jeho aktu – i soukromá performance má vést k sebepoznání, sebeuvědomování, k oslabení ega, nikoliv k jeho posílení. Knížák upozorňuje, že zvláště v našem národním kontextu se performance nachází nikoliv jako důsledek logického vývoje, ale jako dítě adamitů, blouznivců, revolucionářů.

„Proto mi vadí soukromnost performance tam, kde je jen soukromá, a přitom vydávána za pospolitou. Rozpouštění impulsů do každodenního života, nezachytitelné, nezmapovatelné, nehodnotitelné burcování (k životu, jeho zapomenutému nebo dosud neobjevenému smyslu) mi připadá daleko důležitější než fascinující představení dokonale opuncovaná cejchem umění.“ (Knížák)

Knížák upozorňoval na to, že se samotný akt performerů dává na *odiv*, stává se plakátem, který nemá jiný smysl, než zvýraznit osobu performerů a konstituovat ho jako exponenta *umění*, tj. posílit jeho společenskou pozici (a ega). V tomto smyslu se performance stala součástí i naší *konvenční moudrosti*, protože je ve své vyprázdněné podobě demonstrací „uměleckosti“, je vyjádřením statusu.

Tohoto se musí vyvarovat i rozhlasový tvůrce, a má k tomu lehčí cestu právě pro to, že má po ruce posluchače. Je sice utopen ve tmě a tichu mikrofonu, ale díky novým médiím i klasickým komunikačním prostředkům může být k ruce kdykoliv.

Cílem výkonu (performance) spíkaře není demonstrovat svoji uměleckost, svůj postoj, svoje ego. Jeho cílem je vytvářet s posluchačem partnerský vztah, vytvářet komunitu.

Tato komunita je vyjádřena v McCoyově tezi představy zákazníka, kterého se naučíme znát, aby dostával, co chce, v prostředí experimentujícího studentského rádia je pak souhrnem těch, kteří se organicky stávají posluchači pořadu pro jeho zaměření, téma, či pro osobnost autora. Posluchač tu není od toho, aby obdivoval „soukromnost“ spíkařova výkonu, vnitřní humor, jeho ledabylost, povrchnost, lhovost. Pokud spíkař touží po „soukromé“ performance, neměl by zapínat mikrofon.

Za posluchačem

Cesta za posluchačem není trnitá, alespoň ne dnes, na začátku 21. století. Každý autor pořadu by měl při svém vysílání využívat ty kanály, které se mu pro jeho zaměření nejlépe hodí – k dispozici má telefon, Skype, díky němuž lze rovněž vést živý rozhovor, ICQ, chat na sociálních

sítích. Základním momentem komunikace s posluchačem je tedy zřízení profilu na významných sociálních sítích (tedy např. stránky na Facebooku) a jeho aktivní využívání. Nestačí profil pouze „udržovat“ tím, že autor přidává podcasty, playlisty a informace o dalším vysílání. Je potřeba jej využívat nikoliv jako „výlohu“, ale jako místo setkání s posluchači – ponoukat je k tomu, aby na stránku sami přispívali, mluvit s nimi prostřednictvím komentářů, vyzývat je k tomu, aby sami nahrávali fotografie, odkazy na YouTube, skladby na jiných serverech, aby upozorňovali ostatní posluchače na zajímavé dění, které souvisí s tématem pořadu.

Důležité je si rovněž uvědomit, že to je cesta, jak se může nový posluchač chytit do sítě, kterou na Internetu jako autoři rozchazujete – vyhledávače, jako je např. Google, se orientují i podle toho, nakolik stránka žije, nakolik je propojena s dalšími stránkami a nakolik je významná v internetu. Jakákoliv aktivita, která směřuje k „sítování“ stránky, jakýkoliv akcent důležitých témat v jasných klíčových slovech prospívá tomu, aby se stránka objevila při vyhledávání.

Základním heslem by však neměl být sběr příznivců, stejně jako cílem by nemělo být nabírání nových posluchačů do nekonečna. Cílem by mělo být vytváření komunikační platformy, na jejímž základě vznikne komunita posluchačů.

Neexistuje posluchač – jedinec, ale celá komunita všech, kteří sdílí podobné názory, přesvědčení, zájmy, představu o zábavě. Dobrý autor pořadu se snaží, aby tato komunita **komunikovala vzájemně,** snaží se vytvořit **platformu pro vzájemné setkávání, společný život.**

Tuto cestu k vytvoření a utužování komunity posluchačů nelze chápat jen jako účel pro ně samotné. Součástí této komunity je spíkr sám a jeho pořad. Komunita tak umožňuje nejen žít pořadu, tj. dávat mu nová témata, náměty, atd., ale přispívat i k jeho sebereflexi a sebeurčení. Pořad má výraz určité ukončenosti ve své koncepci, ve skutečnosti je však procesem, na kterém by se měli podílet posluchači – jen tak zaručíme, že bude komunikace proudit jako míza všemi směry.

Jono Bacon je velmi výraznou postavou komunitního hnutí a o svých zkušenostech napsal inspirativní knihu *Umění komunity*. Bacon, původně Angličan, je spisovatel, hudebník i softwarový vývojář, jeho nejdůležitějším zaměstnáním je být komunitním manažerem projektu Ubuntu, který stojí za jednou z nejuspěšnějších a uživatelsky nejpřívětivějších distribucí operačního systému Linux. Tento projekt

splňuje vše, co bychom mohli pod slovo komunita zahrnout – je to kolektivní dílo, které však svoji existenci nevyčerpává v samotném počítačovém softwaru, ale v oné komunitě, která jej stvořila a neustále opracovává.

V *Umění komunity* Bacon vzpomíná na své začátky, které byly – světe, div se – spojené s rádiem. Bacon založil internetovou relaci LugRadio, která byla na první pohled podivnou libůstkou partičky geeků. LugRadio však iniciovalo vznik komunity, a tak vykročilo z úzkého rámce podcastu, v němž se v počátku nacházelo. Bacon to vše vysvětluje základním momentem procesu vzniku komunity, a to je pocit *sounáležitosti* (belonging). „Napište si to slovo velkými písmeny a přilepte na stěnu ve vaší kanceláři,“ zdůrazňuje autor. Členové komunity v ní musí věřit, musí se cítit být její součástí. Jakmile toto zklame, komunita se rozpadá. Jak toho dosáhnout? *Sociální ekonomie a jasnou komunikací.*

Sociální ekonomie neznámá, že se komunita bude zvětšovat úměrně kapitálu, který investujeme do pořadu – neznámá to, že čím víc reklamy, čím víc internetových stránek, čím víc letáků pořadu vyvěsíme či zřídíme, tím větší bude skupina jeho příznivců. Znamená to, že musíme pracovat se *sociálním kapitálem*. Jen těžko můžeme začít budovat komunitu příznivců japonského death metalu, pokud o death metalu nic nevíme a nejsme výrazná osobnost. Na druhou stranu to může být začátek práce na nás samotných – pokud je opravdu to, za čím chceme jít, jako spíkrů a tvůrců na sobě můžeme začít pracovat. Tím vybudujeme základ pro náš *sociální kapitál* – staneme se důvěryhodnými pro naši komunitu, kterou chceme vybudovat, a to ne na základě financí, ale zdarma, jen vlastní pílí. Komunita vyžaduje silnou osobnost, ale i pokornou – protože naší nejdůležitější činností v ní je starat se o *hladkou komunikaci*.

Základem budování komunity je vytvoření komunikačních kanálů a jejich hladký provoz.

Naším nejdůležitějším kanálem je právě pořad – proto bychom se měli snažit o to, aby byl srozumitelný, v živém kontaktu s jeho posluchači, aby jim umožňoval zapojit se, aby s nimi mluvil jejich jazykem. Zároveň musíme držet svoji roli a usilovat o *Kvalitu*, dávat posluchačům to, co sami nemají, tj. svoji kreativitu, tvůrčí osobnost. Tím vznikne komplex komunity kolem pořadu, který už není jen výhradně naším dílem. Nalézt tuto harmonii je neskonalý, ale ne nemožný úkol. Je k němu potřeba uvědomit si, že naším cílem vlastně není nic jiného, než péče o *otevřenou komunikaci*: „Pomáhám umožnit celosvětovému fondu dobrovolníků, aby pracovali na věcech, které mezi

nimi dělají rozdíly,“ říká Bacon. Toto heslo si můžeme upravit do rámce naší tematiky:

„Pomáhám posluchačům, aby společně sdíleli věci a případně na nich pracovali (či se jimi bavili) i přes to, co by je mohlo rozdělovat.“

Jono Bacon upozorňuje, jak je důležité *nedemonstrovat sílu, moc*, která plyne z vašeho postavení. Vůči posluchačům, vůči komunitě by měl být moderátor pokorný a být si vědom svého služebného poměru k ní – přitom by však měl být dostatečně sebevědomá osobnost, aby dokázal dát průchod své individualitě a kreativité. Náročný úkol, že?



Umění komunity přináší několik zásad jasné komunikace, které stojí za to si osvojit:

- **Mluvte jasně** – vždy komunikujte jasně, transparentně, nesnažte se ohromovat svými vědomostmi.
- **Budte struční** – držte se myšlenky, směřujte k pointě. Pokud píšete e-mail nebo příspěvek na fórum déle než pět minut, raději ho rovnou smažte a začněte znovu.
- **Budte citliví** – vnímejte, reagujte, nespěchejte – pokud nemáte čas zrovna odpovědět, dejte najevo, že se ozvete později, že si odpověď musíte rozmyslet. Važte si komunikace v rámci komunity a nebuďte hrubí. Zkuste si představit sama sebe v pozici toho, na koho reagujete.
- **Budte zábavní** – nesnažte se tvářit příšerně „profesionálně“. Nic není obhroublejší, arogantnější a trapnější. Buďte veselí, přátelští, myslíte na humor. Nebuďte sprostí.
- **Budte lidští** – všichni jsme lidé, děláme chyby, zaplétáme se do afektů, zuříme, milujeme, nenávidíme, toužíme. Vycházejte z tohoto poznatku nejen při vysílání, ale i při komunikaci v komunitě, s posluchači. Uráží-li vás někdo, snažte se pochopit proč a buďte klidní. Vzpomeňte si, kdy jste sami naposledy zuřili a že jste pak litovali ztracené energie. Pokud máte pocit, že je někdo nespravedlivý, vzpomeňte si, kdy

jste byli nespravedliví sami. Člověk je člověkem právě svými nedokonalostmi a v tom je jeho krása – naučte se přijímat je a pracovat s nimi v komunitě i vysílání.

Seznamte se s **netiketu** (*netiquette*), zásadami pro komunikaci na internetu, které byly mnohokrát zpracovány a publikovány – odkazy na některé z nich najdete v bibliografii, doporučít lze např. *Pokyny netikety* Sally Hambridge z roku 1995. V jádru jsou zásady velmi jednoduché a odvozuji se z několika obecných a jasných principů: Komunikujte s lidmi a ne s počítačem, chovejte se podle toho – nedělejte na internetu nic, co byste neudělali svému protějšku v „reálném“ životě, ovládejte řeč, ve které píšete, pište s diakritikou, respektujte soukromí a individualitu (vyznání, přesvědčení) ostatních, nerozesílejte spam, reklamu a hoaxy. Hleďte další pravidla pod heslem *netiketa* nebo *netiquette* ve vašem oblíbeném vyhledávači.

Rádio je v prvé řadě zábava. Ale především mise, mise, která má sblížovat, která vytváří mezi lidmi tajemné, tiché spojení v mikrofonní noci, do níž vysíláme. Tohoto podivného syntetického efektu si všiml i František Kožík ve své knize *Rozhlasové umění* v roce 1940. Kožík byl fascinován tím, jak dokáže rozhlas lidi spojovat, jak humanistické je to médium. Tento poznatek jej vedl i k tomu, neptat se *jak*, ale *co* – tedy nejen mluvit, tvořit, ale mít co říci, mít proč tvořit. Právě komunita, s níž sepneme náš pořad, je oním dynamem, které generuje nekonečný proud energie pro naši tvorbu. A naopak.

Posluchač patří do světa vašeho pořadu stejně, jako vy patříte do posluchačova světa.

Kapitola 5



Vzdělávat se

Vzdělávat se

Vraťme se nyní na začátek naší cesty za *Kvalitou* (protože to je naše téma v každém bodě, o němž jsme mluvili). První kapitola se věnovala přípravě, vztahu rozhlasového vysílání a osobnosti – nutnosti vykročit z *konvenčního myšlení*. Viděli jsme mnoho metod, jak to dokázat, a obdrželi jsme pár tipů na základní nástroje, které nám pomohou v tom naší osobnost moderátora či moderátorky realizovat. Je však potřeba si uvědomit, že to není vše, protože nejsme uzavřenými zkušenostmi, ale neukončeným procesem. Proto posledním z témat, kterému se budeme věnovat, je vzdělávání.

Logicky: mluvili jsme o něm průběžně a na počátku jsme si stěžovali na to, jak konvenční způsoby myšlení se svými pravoúhlými přístupy zamykají realitu, jak nám znesnadňují vidět ji kreativně. Ken Robinson, o němž jsme již mluvili, často zdůrazňuje, že naše vzdělávání, zaměřené na znalosti a analytické dovednosti, je pozůstatkem osvícenství na jedné straně a průmyslové revoluce na straně druhé. Cílem konvenčního vzdělávání je jedinice, podobně jako hutní materiál, postupným, logickým procesem dovést k vysokoškolskému titulu, který mu zajistí práci.

Tento systém stojí na představě, že každý z nás se má zapojit do průmyslové výroby na určitém stupni, přičemž ty nejvyšší jsou určeny těm nejvzdělanějším – tj. těm, kteří dokážou řešit technologické a procesní úlohy. Doba se však od 19. století změnila natolik, že sociální a technologická realita překonala tento koncept. Jedním z důsledků je pak inflace vysokoškolských titulů, ale i systematické potlačování talentu a osobnosti – protože oboje je pro průmyslovou výrobu zhoubné.



Jedním z příkladů falešného přístupu vzdělávání je opisování u testů, jak si Robinson všimá – zatímco konvenční moudrost ve školních škamnech to považuje za podvádění, s nadsázkou můžeme říci, že jde o příklad spolupráce. A jak jsme již viděli, spolupráce je jeden z nejdůležitějších motorů nových nápadů.

Za školní tabulí

Pokud se chceme vzdělávat jako rozhlasoví autoři, zapomeňme na to, že by nám v tom pomohl nějaký konkrétní studijní program. Všechny jsou nám k dispozici, abychom si z nich dokázali vybrat a nechali se jimi inspirovat, ale žádný není receptem na to, jak být dobrý tvůrce. Nejde jen o řemeslo, ale jde především o rozvoj osobnosti, který je vždy v našich rukách. Na mnoha univerzitách existují pedagogové a profesori, kteří nám mohou být velkými vzory a kteří nás vahou své vlastní osobnosti mohou ovlivnit. Dokud však nebude vysoké školství na tomto principu postaveno přímo, namísto industriální představy přípravy na povolání a rotace ročníků plných standardizovaně formovatelných jedinců, budeme se muset více opírat o své vlastní schopnosti tyto osobnosti vyhledávat.

Není však proč zoufat. Vzdělávat se neznamena zavěšit na svět kolem sebe. Stačí, že zanevřeme na konvenční představě o tom, co to znamená vzdělávat se, a otevřeme se novým cestám, které aktivizují všechny složky naší osobnosti.

Osobnost rozhlasového autora vyžaduje neustálou práci na sobě i na svém pořadu. Vzdělávání se však nemůže vyčerpávat v jeho konvenční formě, pokud má vykročit ke *Kvalitě*.

Zkusme začít přemýšlet otevřeně, a to už na úrovni toho, jak jsme např. zvyklí si zapisovat své poznámky nebo připravovat excerpta. Většinou si poznamenáváme chronologicky a lineárně velké podrobnosti z knih a přednášek. To je ale důsledek právě toho konvenčního vzdělávání, o kterém mluvíme, a které aktivizuje pouze analytické myšlení. Bohužel, protože tím nám znesnadňuje učení, ale především naši představivost. Osvobodme ji jednoduchou metodou – jako první krok přestaňme používat metody naučené v průmyslových podmínkách našich středních škol a adaptujme si přívětivější metody.

Jamie Nast ve své populární knize *Mapování nápadů: Jak přistupovat ke skrytým silám mozku, učit se rychleji, více si pamatovat a dosáhnout úspěchu v povolání* argumentuje, že lineární myšlení, jehož výrazem je právě náš konvenční způsob chronologického záznamu myšlenek „pod sebou“, je sice *normální*, ale ne *přirozené*. Naše mysl je plně využita teprve tehdy, pokud ji více otevřeme, tedy aktivujeme diagonální myšlení, o kterém jsme již mluvili. Všimli jste si, jak se v konvenčním vzdělávání příliš mnoho píše a málo kreslí, zpívá, tančí či natáčí? Všechny tyto schopnosti rozvíjí nejen talent rozhlasového tvůrce, ale osobnost vůbec. Nezáleží na tom, jestli si myslíte,

že umíte či neumíte kreslit. *Konvenční moudrost* vám tvrdí, že ne dost dobře na to, abyste to mohli ukazovat druhým. Je potřeba vystoupit z této klece. Jedna z metod je používat právě *myšlenkové mapy*.

Myšlenková nebo mentální mapa je poměrně starý koncept, který lze nalézt staletí do minulosti. Lidské myšlení je zde vizualizováno graficky kolem centrálního pojmu organickým způsobem, s pomocí obrázků, barev aj. Autorem moderní techniky *myšlenkové mapy* (mind mapping) je Tony Buzan, nejde však o koncept jediný. V tomto textu budu vycházet z metody *mapování nápadů* (idea mapping), jež je rozvinutím tohoto přístupu a jejíž autorkou je právě Jamie Nast. Protože preferuji české názvosloví, pro odlišení od myšlenkové mapy budu používat termínů *mapování nápadů* a *mapa nápadů*, který odpovídá anglické terminologii autorky (idea mapping).

Mapa nápadů je odrazem našeho myšlení, je proto nejdůležitější se na začátku oprostít od hodnocení toho, co nás napadne, od hierarchizování a od toho, abychom postupovali systematicky stylem „nejprve úvod, pak závěr“. Není důvod, proč mapu nápadů nedělat na přeskáčku, jak myšlenky přicházejí. Proto je důležité ve výchozím stavu mysli si vzpomenout na Phila Jacksona a jeho *utišení myšlení* při basketbalové hře – podobná otevřenost mysli, která je ochotná dát vstoupit čemukoliv je předpokladem pro úspěšné mapování nápadů.

Jinak je technika vlastně jednoduchá – i když vyžaduje praxi, aby byla úspěšná a aby v nás zlomila naše zlozvyky lineárního myšlení. Z centrálního pojmu uprostřed stránky vyvozujeme klíčová slova, která nás k němu napadají, po směru hodinových ručiček od jedné hodiny dokola, ty dále rozvíjíme větvemi dalších a dalších klíčových slov, které nás napadají v jejich souvislosti. Je důležité mapu nápadů chápat jako rozvíjející se síť, nechávat růst nové větve z konce rodičovských větví, ne z jakéhokoli místa. Pak klesá grafická efektivita mapy a hůře se v ní orientujeme.

Klíčovými slovy rozumíme nejlépe jednoslovné ztělesnění toho, co nás k rodičovskému termínu napadlo – nenapišeme tedy „rozvoj průmyslu“, ale napíšeme „rozvoj“ a „průmysl“ bude klíčové slovo jedné z podvětví. Jen tak zůstává naše mysl otevřená a mohou nás napadat nové a nové věci, takže např. k „rozvoji“ přidáme podvětev vzdělání, která by nás nenapadla jako podvětev „rozvoje průmyslu“.

Do mapy nápadů kreslíme, používáme symboly, barvy, odkazujeme z větví na jiné větve, používáme různé grafické prvky – citát si můžeme vložit do komiksových bublin, některé klíčové slovo může být přímo obrázek či jeho součástí, jako např. namísto názvu knihy nakreslíme knihu a do ní název vepíšeme. To vše povede k tomu, že se aktivuje diagonální myšlení a my zaměstnáváme víc schopností naší mysli a jsme tak schopni rychleji a efektivněji nejen ge-

nerovat nápady (jako u brainstormingu), ale také je systematizovat a zapamatovat si.

Jamie Nast ve zmíněné knize předkládá několik „lekci“, které jsou vodítky k úspěšnému mapování. Z nich vybírám některé zásady:

- Na začátku si určete, k čemu mapa bude, jaký je její cíl.
- Nechte se unášet svojí myslí. Zaznamenávejte i šílené, nesmyslné nápady.
- Kreslíte vaši mapu. Mapa nápadů na stejné téma u dvou různých lidí vypadá jinak.
- Jen chyťte myšlenky, pořádek přijde později.
- Užívejte klíčová slova, identifikujte hlavní větvě a podvětvě a naučte se kreslit jednoduché základní symboly (*ikony*). Pomožte si symboly a ikonami z počítačového světa.
- Jedno klíčové slovo generuje ve vaší mysli víc nápadů než fráze.

Myšlenkové mapování, ať už využívá jakoukoliv metodu, je mocný nástroj, ale je potřeba si jej osvojit jako zdatnost, být trpělivý a postupně si jej adaptovat. Dá se využít nejen pro řešení úkolů ve vašem dobrovolnictví, ať už jde o moderování v rádiu nebo přípravu komunitní akce. Dá se použít pro mapování osobního života, přípravu cesty, ale i jako zápisky z přednášky. Každá z těchto aplikací vyžaduje zvládnutí techniky, což by nás ale nemělo odradit. Jamie Nast dokonce v knize předkládá mapu, kterou si udělal partnerský pár ve chvíli, kdy muž onemocněl rakovinou. Tato „mapa rakoviny“ jim pomohla žít a zvládnout naplno poslední dny jeho života. Podívejte se na blog autorky na ideamapping.ideamappingsuccess.com, kde je množství příkladů map konkrétních lidí, které ukazují, že techniku lze aplikovat prakticky na cokoli.

I když mnohým vyhovuje nejlépe používat papír a pastelky, v současnosti existuje už velké množství software, který posouvá metodu do další úrovně efektivity a využití. Např. komerční MindManager pro Windows i MacOS od firmy MindJet je propojen s Outlookem, dokáže pracovat se soubory, adresami, propojovat váš tým. Tyto sofistikované nástroje používají i velké společnosti, jako Coca-cola nebo IBM a představují velmi efektivní nástroj pro řízení společnosti a projektů. V intencích komunitního přístupu lze využít volné, open source aplikace na myšlenkové mapování. Jedním z nich je například program Freemind, který je napsaný v jazyce Java, takže běží na velkém množství platform, vč. Linuxu. Existují i programy pro mobilní telefony, jako např. Thinking Space pro Android.

Cesta dlážděná popcornem

Pokud mluvíme o vzdělávání rozhlasového tvůrce, otevíráme mu celý svět: neměl by se vzdělávat jen ve svém oboru, v médiích, ale snažit se pochopit svoji komunitu, život v ní, aktuální témata, rozvíjet se v mnoha směrech. Jedním z nich je i hudba, která je pro rádio podstatná. Nejde však o vzdělávání ve smyslu znalostí, ale o celkový rozvoj – nové nápady, myšlenky, přístupy se nerodí v temnu pracovny, ale v živém světě kolem nás.

Rozhlasový tvůrce by měl být otevřený rozbíhavosti,

nebát se poznávat nové, a přijímat inspiraci a myšlenky i ze světa, který by asi do vzdělávání nikdy nezařadil. Patří sem koncerty, filmy, různé koníčky a dobrovolnictví v neziskových organizacích, aktivismus, aj. To vše nám umožňuje každý den čerpat nové zkušenosti a hledat nové cesty. Neměli bychom se nikdy bát nakouknout do postranních uliček, udělat do nich i pár kroků – samozřejmě že se zásadami bezpečnosti.

Steven Johnson napsal *Všechno zlé je pro vás dobré: Jak nás dnešní populární kultura dělá chytrější*. Přináší názor, že tradiční pohled na populární kulturu, který ji považuje za „infantilizaci“ společnosti je scestný, protože je vše přesně naopak: populární kultura se za poslední desetiletí stala komplexnější a intelektuálně náročnější. Masová kultura je podle Johnsona rok od roku mnohem sofistikovanější, říká tomu *pozitivní brainwashing* nebo „Sleeper Curve“ podle sci-fi grotesky Woodyho Allena.

I když jste autoři pořadu o módě, není důvod, proč si nejit vyzkoušet thajský horor, zajít na undergroundové autorské čtení s koncertem v Boru nebo přečíst Höderlinovu poezii. Neuzavírejte se před ničím, zkuste k věcem přistupovat tak, abyste se je pokusili pochopit, abyste se s každým novým setkáním rozvíjeli. To však vyžaduje zároveň budovat identitu své vlastní osobnosti a nenechat sebou plovat módou. Móda jako průmyslový, jen sotva estetický trend, nás může poučit o mnohém, ale stejně jako není důvod proč jednou nevyzkoušet Tokio Hotel, není důvod, proč si nepřečíst jihoafrickou poezii.

Nejen to, co považujeme většinou za kulturu, nám ale může prospět k našemu vzdělávání. Viděli jsme na příkladu Phila Jacksona, jak lze nalézt mnoho inspirace ve sportu, stejně tak ale i ve sbírání známek nebo modelaření. Neexistuje žádná lineární a osvědčená cesta k tomu, jak se vzdělávat, a i kdyby existovala, byla by nepoužitelná. Země zaslíbená tvůrčímu duchu má všechny cesty neschůdné, jak říká v jednom ze svých esejů Otokar Březina. Příklad mapování nápadů nám ukazuje nejen cestu k tomu, jak se učit, ale především jak *chápat* učení. Jako organickou, rozvíjející se cestu do mnoha stran, s mnoha větvemi, které tu raší, tu rostou, tu sílí, tu chřadnou a umírají. Tento květ má však jádro – centrum – a tím je tvůrčí osobnost, hledání vlastní *identity* a *individuality*.

V tomto textu jsem se snažil tomuto principu podřídit vše a průběžně nabízet další a další, třeba na první pohled ne zcela související zdroje a autory, kteří by pro vás mohli být inspirací. Zkuste hledat.

Učit se vyprávět

O vzdělávání zde mluvíme především v souvislosti s rozhlasovou tvorbou, proto by jednou ze základních oblastí, kam zaměříte svoji pozornost, měl být obor vašeho pořadu a rádio vůbec. Proudové modelování může ukolébat tím, že člověk na první pohled nemá před očima jednotný koncept, jako např. u po-

řadu o indické hudbě, ale tím by se neměl uchlácholit, naopak. Měl by se snažit rozvíjet své zkušenosti a znalosti v mnoha oborech tak, aby byl připraven vést rozhovor s hosty a bavit posluchače ve znamení *Kvality* a ne standardizované dávky optimistických, ale často velmi prázdných slov, které se na nás linou z komerčních stanic.

Mějte na paměti několik zásad:

- Poslouchejte pořady ostatních autorů v rádiu. Poskytujte jim reflexi, uče se z jejich i vlastních chyb.
- Pravidelně poslouchejte svůj aircheck a vyžadujte po svém vedoucím, aby vám dával reflexi vašeho vysílání.
- Průběžně hledejte pořady podobného zaměření na jiných stanicích, ať už komunitních, studentských nebo i veřejnoprávních či komerčních. Nezapomínejte na pozemní vysílání a pokud jedete autem nebo doma uklízíte, pustte si k tomu některou z našich stanic. I když je vám třeba protivná, poučte se z toho, čím.
- Poslouchejte ostatní rádia. Rozhlasový konzultant Paul Drew prosazuje tezi, že by tvůrce měl znát alespoň 50% rádií ve svém dosahu. I když mluví primárně o programovém dramaturgovi, jde o důležitou věc pro každého, kdo chce rozvíjet svoji rádiovou osobnost. Poslouchejte i to, co se vám nelíbí. Uče se od nejlepších i nejhorších.
- Vzdělávejte se i v teorii, čtete knížky od rozhlasových autorů, režisérů, reportérů, dramaturgů. Rozvíjejte svoje dramaturgické schopnosti.
- Čtete dobré příběhy, chodte do divadla, navštěvujte kino. Nespoléhejte jen na váš počítač nebo DVD, kinosál skýtá zcela jiný, kolektivní zážitek. Pozorujte, jak lidi reagují. Uče se vyprávět.

Tato cesta nemá konec a nelze očekávat, že nám přinese nějaký certifikát, díky němuž se staneme rozhlasovými spikry. Pro každého je cesta k jeho osobitému stylu specifická a nelze ji standardizovat. Což je zároveň největší vzrušení, které rádio přináší: to, že *Kvalita*, o kterou se v něm snažíte, je jen a jen ve vašich rukou. Snad vám tento text, který by měl být rukověť každého, kdo vstupuje do světa studentského nebo komunitního rádia, bude dobrou pomůckou a inspirací.

Literatura

a další zdroje

Použitá a doporučená literatura

–, ZEN 3. CAD PRESS: Bratislava 1989.

Aristotelés, *Etika Nikomachova*. Jan Laichter: Praha 1937.

Bacon, Jono, *The Art of Community*. O'Reilly: Sebastopol 2009.

de Bono, Edward, *Six Thinking Hats: An Essential Approach to Business Management*. Little, Brown and Company: Boston 1985.

Boyd, Andrew, *Příručka pro novináře. Zpravodajství v rozhlasu a televizi*. Centrum nezávislé žurnalistiky – The International Media fund: Praha 1995.

Dorůžka, Lubomír – Škvorecký, Josef, *Tvář jazzu*. Státní hudební nakladatelství: Praha 1964.

Fischer, Marc, „Against Competition.“ In: *Blunt Art Text* (B. A. T.), 2/2006, s. 16 – 18.

Galbraith, John Kenneth, *Společnost hojnosti*. Svoboda: Praha 1967.

Hašková, Tereza, „Prodlužujete si studium na FSS? Zaplatíte dvojnásobek.“ In: *Lemur*, 16. 3. 2011. On-line: <http://lemur.mu/univerzita/studium/681-prodluujete-si-studium-na-fss-zaplatite-dvojnásobek> (cit. 20. 8. 2011)

Huxley, Aldous, *Konec civilizace*. Horizont – SNTL: Praha 1970.

Jackson, Phil, *The Sacred Hoops: Spiritual Lessons of a Hardwood Warrior*. Hyperion: New York 1996.

Johnson, Steven. *Everything Bad is Good for You. How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*. Riverhead Books: New York 2005.

Knížák, Milan. „Performance jako vývoj i jako degenerace.“ In: *VOKNO*, 4/1981, s. 43 – 46.

Kožík, František, *Rozhlasové umění*. Československý kompas: Praha 1940.

Königová, Marie, *Jak myslet kreativně*. Grada Publishing: Praha 2006.

Lynch, Joanna R. – Gillispie, Greg, *Process and Practice of Radio Programming*. University Press of America: Lanham 1998.

McCoy, Quincy, *No static. A Guide to Creative Radio Programming*. Backbeat Books: San Francisco 1999.

Navrátil, Karel et al., *Čtrnáct kapitol o rozhlasu*. Literární akademie: Praha 2006.

Nast, Jamie. *Idea Mapping. How to Access Your Hidden Brain Power, Learn Faster, Remember More, and Achieve Success in Business*. John Wiley and Sons: New Jersey 2006.

Osborn, Alex, *Applied Imagination. Principles and Procedures of Creative Problem Solving*. Charles Scribner's Sons: New York 1953.

Palková, Zdena, „Výslovnost současné češtiny.“ In: *Svět rozhlasu. Bulletin o rozhlasové práci*. 21/2009, s. 21 – 24.

Pirsig, Robert M., *Zen and the Art of Motorcycle Maintenance. An Inquiry into Values*. Harper Perennial: New York 2005.

Robinson, Ken, „Ken Robinson says schools kill creativity.“ In: TED 2006. On-line: http://www.ted.com/talks/lang/eng/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html (cit. 20. 8. 2011)

Štěrbová, Alena, *Rozhlasová inscenace. Teoreticky komentované dějiny české rozhlasové produkce*. Vydavatelství Univerzity Palackého: Olomouc 1995.

Kam dále na internetu

<http://www.communityradiotoolkit.net/>

<http://www.prometheusradio.org/>

<http://www.amarc.org/>

<http://www.cmfe.eu/>

Studentská rádia v ČR

Rádio Akropolis (zaniklé) – archiv pořadu Jitro kouzelníků: <http://eldar.cz/jitro/>

Rádio Bomba www.radiobomba.zcu.cz/ (Západočeská univerzita v Plzni)

Rádio Kolej <http://rk.vsb.cz/> (Vysoká škola báňská – Technická univerzita)

K2 <http://www.czechhead.cz/> (Jihočeská univerzita)

Libra (zaniklé) <http://libradio.wordpress.com/> (KISK, Masarykova univerzita) - dnes integrováno do <http://www.inflow.cz/>.

Radio R http://www.rador.cz (Masarykova univerzita)

Na některých základních a středních školách rovněž existují rádia, která ale využívají školního rozhlasu nebo interní sítě (např. <http://www.facebook.com/gyohavl>, <http://www.11zsmost.cz>).

Některá zahraniční studentská rádia

Oxide, Oxford, Velká Británie - <http://www.oxideradio.co.uk/>

Radio Egida, Polsko - <http://www.egida.us.edu.pl/>

Slovenská rádia - <http://www.srvs.sk/sk/tudentsk-rdi/>

WMUA, Massachusetts, USA <http://www.wmua.org/>

WZBC, Boston, USA <http://wzbc.org/>