

Nejlepší veřejnoprávní rozhlas střední Evropy

(Situace a výhled Českého rozhlasu 2016-2021)

„Když jsme v únoru 2003 spustili BBC Three, neexistovaly YouTube, Spotify, Instagram, Snapchat, Netflix, Sky+, Tinder, Chip and pin, Periscope, One Direction a Oculus. Nikdo neměl Wi-Fi, vysokorychlostní internet, televizi s plochou obrazovkou ani tablet. Nejprodávanějším mobilem na světě byla Nokia 1100.

Dnes ale více než 50 % všech videí, která sledují lidé ve věku 16-24 let, nejsou živým televizním vysíláním. Více než 90 % lidí v této věkové skupině má chytrý telefon a nejméně jeden profil na sociálních sítích. V roce 2003 to bylo 0 %. Musíme se na tento svět adaptovat, abychom posluchačům nabídli, co chtějí.“

(Damian Kavanagh, BBC Three)

Český rozhlas zatím není technologickým průkopníkem jako BBC, ale na tuto cestu už vyrazil. Více než 500 pořadů nabízí podcasty, rozhlas spustil službu iRadio, poskytuje hudbu ke stažení nebo ji prodává. Zpřístupňuje svůj archiv sahající do roku 1923, druhý nejstarší v Evropě.

V této cestě navrhuji pokračovat projekty **Historie do škol, Hudba do kapsy a Přehled do kapsy** (viz dále) nebo zpřehledněním portálu. Co však rozhlasu chybí především, nejsou nové technologie, ale základní přístup BBC: **stanovení měřitelných cílů** u jednotlivých projektů a průběžné vyhodnocování -- včetně zkoumání, zda lze službu poskytnout efektivněji.

Český rozhlas zatím nemá tak propracované kurzy češtiny, jaké by snesly srovnání s němčinou pro cizince na stanicích Deutsche Welle (kurzy v pěti stupních pokročilosti, výuka na aktuálních zprávách). Ani nemá 30 jazykových mutací jako DW.com. Ale má kvalitní redakce pro vysílání v angličtině, francouzštině, španělštině, němčině i ruštině a síť dobře rozmístěných zahraničních zpravodajů a spolupracovníků.

V této cestě navrhuji pokračovat zřízením **dalších dvou jazykových redakcí** do konce roku 2018. Zpravodajské přehledy Českého rozhlasu v češtině i v některém z nabízených cizích jazyků mohou být součástí nabídky pro zastupitelské úřady České republiky v cizině i pro zahraniční ambasády, obchodní a kulturní instituce v ČR. Do konce roku 2018 navrhuji otestovat **pilotní projekt rozhlasových kurzů češtiny pro cizince**.

Český rozhlas nabízí množství kvalitního hudebního i zpravodajského obsahu, ale zatím mu chybí přehledná a elegantně jednoduchá prezentace, jakou má americká síť National Public Radio. Díky síti regionálních studií má přitom předpoklady pro to, aby stejně jako NPR nabízel „**to nejlepší z regionů**“.

Takový slogan zatím vzbuzuje u zaměstnanců pražského ústředí úsměv: regionální studia dnes vytvářejí krajské mutace zábavných pořadů (receptáře, regionální talkshow). Pokud by ale regiony posílily zpravodajský obsah včetně reportáží s celostátním přesahem a přenášely krajská divadelní představení a koncerty, mohl by se výběr z nich stát cennou součástí hlavního portálu.

Fatální problém Českého rozhlasu je však dnes úplně jinde. Spočívá v selhání manažerské kultury, které v důsledku vedlo k odstoupení generálního ředitele a k nynějšímu výběrovému řízení. Tento problém kvasil dlouhá léta; nevztahuje se jen k éře Petera Duhana, protože začal už za jeho předchůdců. Zaměstnanci mají na základě svých letitých zkušeností **hlubokou nedůvěru ve vedení rozhlasu**; uzdravení tohoto vztahu potrvá dlouho.

Právě tady je ale třeba začít.

1. Management

Český rozhlas má zajištěné financování a **trvale vyrovnaný rozpočet** ve výši 2,2 miliardy korun. K tomu lze očekávat i mimořádný příjem, pokud Soudní dvůr EU potvrdí názor Nejvyššího správního soudu ohledně vybírání DPH z koncesionářských poplatků (*ke dnešnímu dni tzv. předběžná otázka nebyla rozhodnuta; pokud bude potvrzen výklad NSS, znamená to bezprostředně vrácení 80 milionů korun, přičemž vrácená částka by -- podle odhadů zveřejněných při schvalování rozpočtu na rok 2015 -- mohla dosáhnout až 1 mld. Kč*).

Nejvýznamnějším aktivem jsou – jako u každého jiného média -- zaměstnanci. Čím se odlišují od každého jiného média, je **vysoká míra identifikace se značkou**: jsou hrdí na to, že pracují v Českém rozhlase. Redaktoři, kteří zde začínali, se sem během další kariéry často vrací.

Zároveň je ale nezvyklá i **vysoká míra nedůvěry vůči vedení**. Zaměstnanci mají pocit, že nejvyšší vedení ČRo je od nich odtrženo, že chaoticky spouští, mění, slučuje a ukončuje jednotlivé projekty, pořady i celé stanice, že trpí nepotismem (zaměstnávání členů rodiny, zaměstnávání bývalých členů Rady ČRo) či korupcí (trestní oznámení na bývalého náměstka generálního ředitele kvůli prodeji nevyužívaného zámku ČRo v Přerově nad Labem).

Pokud Český rozhlas v komentářích oceňuje schvalovaný zákon o registru smluv, jako instituce musí jít sám příkladem. Pokud redakce podává ve smyslu průlomového rozsudku Nejvyššího správního soudu žádosti o poskytnutí informací o platových poměrech ve veřejných institucích, musí jít vedení Českého rozhlasu příkladem (ostatně: 108 vedoucích manažerů BBC zveřejňuje každoročně plat včetně odměn a čtvrtletně poskytuje přehled svých výdajů hrazených služební kartou nebo jinak proplácených podnikem). Pokud skupina datové žurnalistiky Českého rozhlasu zpřehledňuje hospodaření institucí, tím spíše to platí pro rozpočet ČRo.

Konkrétně navrhované kroky:

- **zveřejnění smluv ve strojově čitelném formátu umožňující full-textové vyhledávání**, a to i zpětně v časovém rozsahu určeném Radou ČRo (minimálně však za roky 2015 a 2016) a ve věcném rozsahu dle zákona o registru smluv, tj. s výjimkou smluv v hodnotě nižší než 50.000,- Kč, s výjimkou smluv autorských a obdobných nebo smluv s fyzickými osobami-nepodnikateli. (Transparentnost má význam sama o sobě coby prevence. Vyhodnocení takto zveřejněných smluv ale může především vést k přesoutěžení těchto zakázek.)
- **každoroční zveřejňování platových poměrů managementu ČRo včetně odměn a jejich důvodů, čtvrtletní zveřejňování jejich výdajů hrazených Českým rozhlasem**
- **zpracování rozpočtu ČRo v uživatelsky přívětivější podobě včetně skutečného plnění.**

Ve vztahu k zaměstnancům dále navrhuji **průzkumy kvality pracovního života**, prováděné pod podmínkou anonymity externí agenturou (vždy co 2 roky).

Na místě jsou i další, méně formální postupy, například pravidelná **káva s ředitelem**, tedy možnost kteréhokoli zaměstnance promluvit si s generálním ředitelem i jinými členy vedení. Takovou příležitost samozřejmě musejí mít i zaměstnanci regionálních studií ČRo.

Pro diskusi a zvážení v Radě ČRo navrhuji i provedení forenzního protikorupčního auditu, Jde o službu, kterou na Slovensku poskytuje městům a krajům například tamní pobočka Transparency International; je zaměřena na odhalení kritických míst v rozhodovacích procesech (způsoby obsazování volných míst, hospodaření s nepotřebným majetkem apod.).

2. Zaměstnanci

Český rozhlas je v žurnalistické obci vnímán jako méně náročné prostředí, méně zaměřené na výkon, s menšími nároky na vytváření tradičního obsahu, on-line obsahu a obsahu sociálních sítí (redakční Facebook a Twitter).

Jako každý podnik větší než 100 zaměstnanců se štěpí do jednotlivých pracovišť, která žijí vlastním životem. V určité míře je to nevyhnutelný jev, v případě Českého rozhlasu je ale tato fragmentace větší než obvyklá: jako by každá celostátní stanice, každé regionální studio a každá jednotlivá redakce byla svým vlastním, soukromým rozhlasem.

V důsledku to vede k vytváření duplicitní produkce (viz zmíněné regionální receptáře a talkshow); přes veškerou snahu o vytváření ústředních Center (zpravodajství, výroba, nová média) zadržává sdílení a předávání informací; vznikají enklávy, v nichž se vytvářejí pořady o vědě, jazzu nebo spiritualitě – jako by věda, jazz nebo spiritualita nebyly normální součástí života, a tedy i pravidelného obsahu celostátních stanic.

Na některé tyto enklávy je rozhlas oprávněně hrdý: například na investigativní skupinu, díky níž je stále citovanější, nebo na síť zahraničních zpravodajů, kteří jsou populární u posluchačů (Zápisník zahraničních zpravodajů) a mají respekt v novinářské obci. Podle pravidla „neměnit, co funguje“ je zapotřebí tyto enklávy podporovat a rozvíjet.

Konkrétně navrhované kroky:

- **vyhodnocování produktivity u standardní rozhlasové práce a vyhodnocování kvality u prémiového obsahu**, kterým chce být Český rozhlas jedinečný (investigativní práce, přímé přenosy včetně záznamů koncertů a divadelních představení)
- **posílení „meritokracie“**, tedy přidělování odměn podle prokazatelných výkonů a obsazování funkcí podle prokazatelných schopností
- vzhledem k velkému množství novinářů na trhu, kteří kvůli nesouhlasu s novými majiteli odešli a založili vlastní malé projekty, navrhuji do konce roku 2016 **vytvořit druhou investigativní novinářskou skupinu**

Pokud jde o zahraniční zpravodaje Českého rozhlasu, kteří pravidelně externě přispívají na komentářové stránky deníků, lze na tyto články pozitivně pohlížet i jako na šíření dobrého jména ČRo. Přesto stojí za zvážení, zda tedy nevytvořit lepší podmínky **pro větší uplatnění produkce zahraničních zpravodajů** v rámci rozhlasu: od blogů přes ranní komentář k dění v „jejich“ zemi až po větší možnost psaní knih pro rozhlasové vydavatelství Radioservis.

Taková možnost profesního rozvoje samozřejmě není vyhrazena jen zahraničním zpravodajům. Šéf na každé úrovni řízení musí trvale hledat talenty uvnitř podniku i mimo něj, povzbuzovat je k růstu, ale také předcházet jejich vyhoření.

I pro zaměstnance ale zároveň platí, že Český rozhlas je normotvorná instituce. Vztahuje se proto na něj přísnější pravidla než na soukromá média, pokud jde o porušování etického kodexu (střety zájmů, nepřiznaná reklama). Do konce roku 2016 navrhuji **znovu posoudit a případně aktualizovat etický kodex** včetně sankcí za jeho porušování.

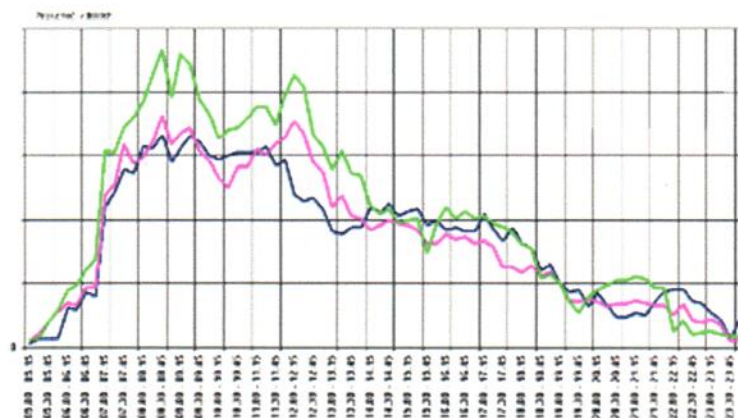
Součástí změn bude i jednodušší způsob posílání **zpětné vazby od posluchačů** a průhlednější **zveřejňování oprav** a upřesnění.

3. Stanice

Profil celostátních stanic v zásadě odpovídá kupříkladu nizozemskému veřejnoprávnímu rozhlasu: Radiožurnál se tak jako Radio 1 zabývá hlavními zprávami, informacemi a komentáři a lze ho shrnout sloganem „mít přehled“, Dvojka odpovídá Radiu 3 (informativní hudební stanice) a Radiu 3 (populární hudba), tedy „bavit se“, Vltava zase Radiu 4 (klasická hudba), jehož produkce znamená „povznášet“ a ČRo Plus odpovídá Radiu 5 (komentáře o společnosti a kultuře) čili „objevovat“.

Pokud jde o Radio Retro, Radio Wave, D-D dur, Jazz a Radio Junior, navrhuji u nich stanovení měřitelných cílů a průběžné vyhodnocování, nakolik se tyto cíle daří plnit, včetně zkoumání, zda lze tutéž službu poskytnout efektivněji.

Poslechovost stanic během dne je poměrně dobře známa, a to **s prudkou ranní špičkou do 8:00**, zvýšenou hladinou dopoledne a **druhou špičkou kolem polední pauzy**:



Podle průzkumů Českého rozhlasu z let 2014 a 2015 vypadají typičtí posluchači takto:

- Radiožurnál: typicky muž (63,1 %), který absolvoval střední nebo vysokou školu (66,1 %), je starší 30 let (90,9 %), často je ve vedoucí funkci; intenzivní uživatel internetu (83,2 %), má smartphone (44,6 %) nebo tablet (28,7 %). Očekává zpravodajství a publicistiku, nechce být překvapován hudbou mimo mainstream.
- Dvojka: převažují ženy (55,9 %), posluchači nad 40 let (89,6 %), užívají internet (63,2 %).
- Vltava: spíše muži (53,4 %), mají vysokou nebo střední školu (71,3 %), asi třetina z nich jsou obyvatelé největších měst nad 100 tisíc obyvatel, asi třetina z nich poslouchá radio prostřednictvím mobilu a další třetina prostřednictvím televize (set-top-box, kabel).
- regionální stanice ČRo: spíše ženy (52,8 %), převážně nad 50 let, převážně z venkova nebo měst do 19 tisíc obyvatel (74,5 %), zajímají se o vaření, vztahy, kutilství, mezi jejich záliby patří právě poslech rozhlasu, internet využívají spíše zřídka (52,8 % jednou týdně).
- Wave: nepatrně převažují muži (51,5 %), 77 % spadá do věkové kategorie 20-39 let, polovina jsou obyvatelé velkých měst, polovina poslouchá prostřednictvím mobilu (48,6 %) a téměř všichni jsou intenzivní uživatelé internetu (91 % denně nebo téměř denně).

I Česká republika zaznamenává prudký nárůst chytrých telefonů. V roce 2014 podle průzkumu agentury Mediaresearch poprvé počet jejich uživatelů (59 %) překonal počet uživatelů klasických mobilů.

Lze tedy očekávat nárůst poslechu přes smartphony. Největší část posluchačů poslouchá rozhlas před cestou do práce nebo během této cesty. Od Radiožurnálu očekávají přehled, od Vltavy nebo Wave možnost v klidu si poslechnout hudbu, případně se zasvěceným komentářem.

Konkrétně navrhované kroky:

- pro uživatele Radiožurnálu produkt **Přehled do kapsy**, který umožňuje stažení do mobilu a poslech za jízdy (podcast). Půjde o stručný přehled českého dění včetně výběru z tisku, hlavních serverů a sledovaných sociálních sítí. Přehled musí být k dispozici ke stažení od 7:00, snadno přístupný na hlavním portálu. Součástí nabídky, u které je třeba testovat skutečný zájem, může být **Sport, Ekonomika, Střední Evropa** (přehled dění ze Slovenska, Polska a Maďarska), **Německo** (připravované zahraniční redakcí, eventuálně ve spolupráci s německým vysíláním ČRo a zahraničním zpravodajem v Berlíně), **Amerika, Francie a Rusko** (vše obdobně jako u Německa).
- Pro uživatele Vltavy a Wave produkt **Hudba do kapsy**, který umožní poslech formou streamování, ke stažení bude i podcast hudebního experta (Ondřej Štindl, Jiří Černý, Lukáš Hurník, Pavel Klusák, Karel Veselý...)
- U projektů budou Radě ČRo předloženy měřitelné cíle, kterých se má dosáhnout.

Tyto přehledy dění navrhuji posílit i v klasickém vysílacím schématu Radiožurnálu v ranním bloku od 6:00 do 9:00, kdy bude zapotřebí výraznější zapojení zahraničních zpravodajů.

Pokud jde o regionální vysílání krajských studií, Český rozhlas data o poslechovosti jednotlivých pořadů nezveřejňuje. Před jakýmkoliv změnami je třeba vzít v úvahu, že:

- ČRo zde dlouhodobě prakticky rezignoval na posluchače mladší 50 let a na posluchače z větších měst nad 20 tisíc obyvatel; tato skupina v regionech hledá očekávaný obsah (jiný typ zpravodajství, zábavy i hudby) u celostátních stanic ČRo nebo u regionálních komerčních stanic nebo v úplně jiných médiích než rozhlas;
- současná posluchačská skupina je konzervativní ve svých návycích a citlivá na změny.

Na místě je nicméně prověřit náklady a poslechovost regionálních “zájezdnic” pořadů s hostujícími moderátory z Prahy.

Konkrétně navrhované kroky:

- **posílit roli regionálních studií při vytváření obsahu celostátního zpravodajství** (dění v zastupitelstvech krajů a velkých měst, reportáže)

V případě Radia Junior lze navrhované změny shrnout: “o něco méně školy, o něco více dobrodružství”. I přes snahu o odlehčení a zábavnost je zde patrné pokračování školy jinými prostředky (hry a kvízy: *Nauč se vyjmenovaná slova, Znáš státy EU?, Víš, jaká máš práva?, Co víš o státních symbolech?*)

Pokud je cílem přilákat k pravidelnému poslouchání – respektive navštěvování webu – Radia Junior, pak je u mladší věkové skupiny zapotřebí posílit prvky dobrodružství s tajemstvím, luštění a příběhů na pokračování, k nimž se lze vracet, případně je na závěr souhrnně vydat.

Konkrétně navrhované kroky:

- oslovit spisovatele pro mládež se zakázkou na **vytvoření detektivních příběhů s tajemstvím**, v nichž jsou dílčí úkoly, stopy a nápovědy v každém díle

U starší věkové skupiny (14-18 let) je třeba hledat zapojení typu Think Big, které předpokládají spolupráci na jejich vlastních projektech v jejich okolí.

4. Archiv

Podle poslední výroční zprávy za rok 2014 je stupeň zpracovanosti archivních souborů Českého rozhlasu na úrovni 14 %. (Pro BBC bylo zpracování archivu pro potřeby internetové éry dlouholetým projektem, do něž byla zapojena i veřejnost formou *crowdsourcingu*: šlo o to, jak nejpřesněji označit -- “otagovat” -- nahrávky kvůli snadnému a rychlému vyhledávání.)

Využívání archivu veřejností zůstává překvapivě pod očekáváním: badatelna poskytla prezenčně informace 634 zájemců, z toho pouze 254 externím (tj. mimo rozhlas). Archiv na rozhlasovém intranetu publikoval 12 měsíčních nabídek zvukových dokumentů k aktuálním výročím. I na své internetové stránce nabízí archiv ČRo nahrávky, které by mělo být možné využít ve výuce moderní historie nebo občanské výchovy na všech stupních škol: rozhlasové nahrávky “od Masaryka po Havla”. Zájem však zůstává pod očekáváním.

Konkrétně navrhované kroky:

- projekt **Historie do škol**, který by výrazně posílil využívání rozhlasových nahrávek při výuce. Je třeba zjistit, jaké jsou překážky většího rozšíření: Nevědí učitelé o nabídce? Míjí se nabídka s jejich poptávkou? Je zapotřebí zavést snazší, intuitivnější způsob vyhledávání (například tak, aby učitelé na speciálně vytvořené stránce mohli snadno hledat v nabízených nahrávkách podle jmen řečníků, podle časových období nebo podle témat)?

5. Cizojazyčné vysílání

Programy v angličtině, francouzštině, španělštině, němčině a ruštině se zdají dobře připravené; přesto i tyto programy je třeba přezkoumat z hlediska potřeb a očekávání předpokládaného publika a stanovených cílů. Zasahují cílovou skupinu? Které pořady si lidé přehrávají? V jakou dobu? Navštěvují tyto stránky uživatelé z České republiky, nebo z příslušné jazykové oblasti? Mají o produkci těchto jazykových redakcí zájem zastupitelské úřady České republiky v cizině, případně zahraniční ambasády, obchodní a kulturní instituce v ČR? Pokud ne, jak by se nabízený produkt musel změnit (obsah, rozsah, denní doba, formát...), aby ho tyto instituce využívaly ke své práci nebo dokonce publikovaly na svých stránkách?

Zároveň ale není pochyb, že tento způsob šíření informací o České republice patří k základním posláním veřejnoprávního rozhlasu.

Konkrétně navrhované kroky:

- **vyhodnocení poskytované služby** v roce 2016 a hledání cest k oslovení většího publika
- zřízení **dalších dvou jazykových redakcí** do konce roku 2018; nabízejí se dva směry dalšího rozvoje -- střeoevropský (polština, maďarština), nebo naopak světový (například čínština, arabština) – a takto zásadní strategické rozhodnutí by měla schválit Rada ČRo.
- do konce roku 2018 otestovat **pilotní projekt rozhlasových kurzů češtiny pro cizince**; i zde je třeba zmapovat možné cílové skupiny (krajané a jejich potomci ve světě, cizinci žijící v ČR), jejich potřeby a představy o vhodné formě (poslechové pořady, testy)

Pokud jde o testování dalších jazykových oblastí a rozšíření záběru, ústřední redakce Českého rozhlasu až nepochopitelně málo využívá jedinečnou výhodu, kterou jí dává umístění do Prahy: totiž fakt, že ve stejném městě – dokonce na stejné ulici -- sídlí Radio Svobodná Evropa / Raido Svoboda vysílající do 23 zemí v 28 jazycích, se 400 novinářskými profesionály, kteří by mohli být podstatně pravidelnějšími hosty ve vysílání ČRo.

6. Nová média

Internetové stránky rozhlasu dnes přetékají obsahem – a přesto člověku hledajícímu informace proteče mezi prsty a zůstane žížen. Jako by se stránky snažily pojmout vše od zpráv přes sport, počasí, hudbu, fejetonu a program po propagaci redaktorů, ale nic pořádně. Navigace v záplavě zpráv je obtížný úkol, na něj hledají odpověď všechny kvalitní zpravodajské servery:

- BBC: důraz na hlavní zprávu dne s jejími větvemi, hlavní stránka zahrnuje další nejdůležitější domácí a světové zprávy, pod nimi následují blogy a komentáře, pod nimi analytictější text; pravá lišta s výběrem z videí a nahrávek je přehledná díky přesnému označení obsahu (“Mění se tvář francouzské Národní fronty”, 3:17 min; “Uvnitř domu kalifornských útočníků”, 3:30 min)
- Deutsche Welle: hlavní zprávy dne v obrazech; v pravé liště nejčtenější text, případně účet na Twitteru sledující postupně se rozvíjející hlavní zprávu dne (#PopeInAfrica)
- finský veřejnoprávní holding YLE: čistá jednoduchá grafika s výraznými fotografiemi – připomínající Český rozhlas, ale bez balastu a self-promotion; stránka rozhlasových stanic YLE má nejprostší podobu vůbec -- simultánní denní vysílací schéma všech stanic s jasným označením, které pořady je možné si nyní přehrát
- RFE/RL: jednoduchá až staromilská grafika s důrazem na text (věcné, popisné titulky “Rozsudek nad Savčenkovou se očekává tento měsíc”, “Jsou změny v arménské ústavě demokratické?”, “Mučení hladem v turkmenské věznici”).

Konkrétně navrhované kroky:

- **zjednodušení a grafické vyčištění hlavního portálu rozhlas.cz** s důrazem na hlavní zprávy dne, v pravé liště nabídka reportáží, mluveného slova a hudby, níže analýzy a blogy ČRo Plus

- u Radiožurnálu přehledy zpráv řazené podle důležitosti, s využitím twitteru
- u Dvojky, Vltavy a Wave kompletní vysílací schéma s možností přehrávání pořadů
- u regionálních pořadů kompletní vysílací schéma spolu s archivem a seznamem nejvyhledávanějšího a nejčtenějšího obsahu.

7. Radioservis

Vlastní vydavatelství Českého rozhlasu (ČRo vlastní 100 % akcií této dceřiné společnosti) musí být výrazně ziskové: vydává převážně vlastní tvorbu rozhlasu včetně archivních nahrávek, prodává ji přes vlastní internetový obchod nebo ve vlastním kamenném obchodě sídlícím v budově rozhlasu.

K hospodaření přesto nejsou veřejně dostupné informace. Jak vyplývá ze zápisu z jednání předsednictva Rady ČRo dne 29. 7. 2015 za účasti předsedy Dozorčí komise Českého rozhlasu a vedení Českého rozhlasu, údaje o hospodaření nebyly předány ani Dozorčí komisi, ani Radě ČRo. Dozorčí komise proto dle tohoto zápisu pouze zkontrolovala a potvrdila, že ve vlastnictví rozhlasu je nadále 100 % akcií společnosti Radioservis.

Takový přístup je nepřijatelný. Hospodaření Radioservisu podléhá stejné kontrole jako hospodaření kterékoli jiné složky rozhlasu.

Konkrétně navrhované kroky:

- **audit a.s. Radioservis**, jeho následné zveřejnění; další kroky podle obsahu auditu

8. Organizační struktura, pořadí kroků

Základní organizační struktura Českého rozhlasu, platná od 1. srpna 2015, se jeví jako v podstatě správně nastavená, tedy:

- do gesce generálního ředitele přímo spadají odbory personální, mezinárodní, právní, komunikace a audit
- do gesce náměstka pro program a vysílání („šéf obsahu“) jsou zařazeny celostátní stanice sdružené v Centru vysílání, dále Centrum zpravodajství, Centrum výroby, Centrum programové podpory a Centrum nových médií
- do gesce náměstka pro regionální vysílání spadá 14 krajských studií
- do gesce náměstka pro ekonomiku, správu a provoz spadají odbory ekonomický, správy majetku, obchodu a majetku, techniky a správy koncesionářských poplatků.

Harmonogram navrhovaných kroků:

2016:

první pololetí: zahájení zveřejňování smluv; zahájení zveřejňování platových poměrů vedení rozhlasu včetně výdajů; stanovení nebo přezkum měřitelných cílů u celostátních stanic, krajských studií, cizojazyčného vysílání

druhé pololetí: vytvoření druhé investigativní skupiny; zpřehlednění rozpočtu ČRo; Přehled do kapsy; Hudba do kapsy; zpřehlednění internetových stránek; aktualizace etického kodexu; průzkum kvalita pracovního života

2017:

první pololetí: první série povídek českých spisovatelů pro dětské vysílání

druhé pololetí: Historie do škol; přezkum měřitelných cílů

2018:

první pololetí: test pilotní verze jazykových kurzů pro cizince

druhé pololetí: další dvě jazykové redakce; průzkum kvalita pracovního života; přezkum měřitelných cílů

2019:

první pololetí: ve spolupráci s Radou ČRo zhodnocení dosavadního plnění projektu, úprava dosavadních měřitelných cílů, stanovení nových

2020-2021:

nejlepší veřejnoprávní rozhlas střední Evropy (ČR, Polsko, Slovensko, Maďarsko)

V Praze a Opavě 4. - 7. 12. 2015, Tomáš Němeček