

Špecifiká výrazových prostriedkov v rozhlase

Viera Smoláková, Filozofická fakulta PU, vierasmolak@azet.sk

Kľúčové slová: rozhlas, výrazové prostriedky, reč, hudba, zvuk

Key words: radio, means of expression, speech, music, sound

Zmyslom komunikácie je prenos informácií, ktorý je možné uskutočniť vďaka prostriedkom schopným tieto informácie sprostredkovať. Hovoríme o výrazových prostriedkoch, ktoré sú špecifické pre každú komunikáciu. Mistrík (1990, s. 18) prízvukuje, že nielen miera použitia, ale aj proporčné uplatnenie a vzájomné vzťahy výrazových prostriedkov sú určené komunikačnou situáciou. Komunikačná situácia je konkrétnou realizáciou komunikácie, všeobecné zložky komunikačného procesu sa konkretizujú a práve táto jedinečná transformácia rámcuje celú komunikačnú situáciu. Na strane expedienta stojí konkrétny autor „textu“, percipientovi, ktorého vieme jasne pomenovať, sa komunikuje určitá informácia v definovanom mieste a čase. Práve osobitosť komunikačnej situácie zohráva pri použití výrazových prostriedkov dôležitú rolu. Na zachytenie rôznych komunikačných situácií ponúka Mistrík (1990) systém výrazových prostriedkov, ktoré delí na a) lingvistické, b) paralingvistické a c) extralingvistické (podrob. ibid., s. 18 – 77). Sabol (1994) sa na systém výrazových prostriedkov pozerá cez svojbytnosť konkrétnej znakovkej sústavy, na základe ktorej vymedzuje v akusticko-auditívnom type komunikácie triedu lingválnych, paralingválnych a extralingválnych prvkov.

Jednokanálovosť rozhlasovej komunikácie ohraničuje výber a použitie výrazových prostriedkov. Poslucháčovi môže byť sprostredkovaná len tá informácia, ktorá sa dá prekódovať do zvukovej podoby. Táto základná charakteristika výrazových prostriedkov v rozhlase sa zvykne označovať ako zvukovosť, ktorá sa opiera o vizualizáciu počutého, je teda založená na predstavivosti. Pri delení výrazových prostriedkov vychádzame z charakteru akusticko-auditívneho typu komunikácie, zohľadňujúc primárne Mikove výrazové kategórie operatívnosť – ikonickosť, pojmovosť – zážitkovosť (porov. Miko – Popovič, 1978), ktoré sa zúčastňujú na tvorbe rozhlasových textov. Napríklad v rozhlasových správach budeme predpokladať také zvukové prostriedky, ktoré možno zaradiť pod operatívnosť a pojmovosť; v rozhlasových prehovoroch očakávame využitie kategórií zážitkovosti a ikonickosti. Škvareninová (1994, s.12) upozorňuje na výber prostriedkov podľa hodnoty, akú nadobudnú v texte. Výrazové prostriedky tak možno rozdeliť na nociónálne a expresívne. Kým nociónálne vyjadrujú obsahovú vecnosť textu, expresívne dávajú do popredia subjekt autora. Celý proces výberu sa deje so zreteľom na dosiahnutie komunikačného zámeru. V rozhlase ide predovšetkým o sprostredkovanie informácií takým spôsobom, aby poslucháč nemal problém pri dekódovaní zvukovej informácie (pojmové texty) a tiež aby si zvukovú informáciu vedel vizualizovať (zážitkové texty).

„Rozhlasový zážitok je založený na priebežnej a kontinuítnej transpozícii počutého do vizuálnych predstáv, plodov optickej predstavivosti. To kladie na rozhlasovú reč celkom určité požiadavky (vecnosť, obraznosť, relatívny realizmus atď.).“ (Karvaš 1992, s.27)

K základným výrazovým prostriedkom rozhlasu možno zaradiť reč, hudbu, zvuky a ruchy.

Ľudská reč umožňuje presne pomenovať javy objektívnej reality a jej akustický signál pridáva jednotlivým jazykovým znakom „čosi“ navyše. Východiskom je téza, že „akustický

signál ľudskej reči ako forma jazykového znaku, ako nositeľ, „vehikel“ sémantickej informácie niektorými svojimi zložkami „prečnieva“ cez rámec jazykového znaku“ (Sabol – Zimmermann, 1994, s. 5). Ľudský hlas teda zväčšuje sémantické pole jazykového znaku. Dôležitú úlohu tu zohrávajú individuálne hlasové charakteristiky hovoriaceho. Máme na mysli farbu hlasu ako výsledok kvalitatívnej modulácie artikulačného prúdu. V rozhlase sa predpokladá kultivovaný prejav, ktorý takto možno hodnotiť z pohľadu všetkých jazykových rovín. Adekvátnosť použitia lingvistických prostriedkov je odrazom vysielateľa. Verejnoprávny priestor predpokladá dôslednejšie dodržanie jazykových noriem ako je to v komerčnom prostredí.

Hudba ako výrazový prostriedok rozhlasu plní dôležitú funkciu. Hudobné zameranie rádia patrí k jeho základným charakteristikám, je to vektor určujúci cieľovú skupinu. Pojem vektor volíme kvôli jeho matematickému vymedzeniu; vektor označuje veľkosť a orientovaný smer. Pri koncepcii vznikajúceho rádia je určujúca práve presná špecifikácia tohto vektora – hudobného zamerania (hudobného formátu) koncipovaná s ohľadom na veľkosť publika a zadefinovanie cieľovej skupiny. Snahou komerčných rádii je osloviť čo najpočetnejšie publikum a tento fakt sa premieta aj do profilu vysielanej hudby. Hovoríme o tzv. hlavnom – komerčnom prúde (angl. mainstream), ktorý je vysielaný – a teda aj počúvaný – najčastejšie. Rádiá hrajúce hity sa snažia napriek svojej nepopierateľnej podobnosti odlišiť, ponúknuť percipientovi benefit, ktorý inde nenájde. Fun rádio vo svojej rubrike Funsider prináša pieseň, ktorá zaznieva z rozhlasového éteru prvýkrát. Novinky priamo z vydavateľstiev budú zaujímavé pre toho poslucháča, ktorý sa zaujíma o aktuálne hudobné dianie. Aj keď sa zdá, že diferencie jednotlivých komerčných vysielateľov sú minimálne, ostáva hudobná dramaturgia nosnou zložkou rozhlasu, ktorá determinuje jeho úspešnosť vyjadrenú v počte poslucháčov. Hudobná profilácia rádia sa nesnaží nachádzať spoločné znaky pri hudobnom vymedzení, ale vyzdvihuje svoju odlišnosť – hoci často len minimálnu.

Opozitum hlavného prúdu je alternatívna hudba. Jej marginálne miesto v rozhlasovom vysielaní je spojené s úzkym záberom publika, ktoré oslovuje.

„Médiá teda reflektujú potreby a požiadavky vkusových skupín: čím väčšia je požiadavka na určitý typ hudby, tým viac zdrojov mu médiá venujú. Vkusové vrstvy zamerané na klasickú hudbu, jazz a iné menšinové žánre nachádzajú preto relatívne malé zastúpenie svojej hudby v masmédiách.“ (Podpera, 2006, s.76)

Priestor na vysielanie alternatívnej hudby sa nachádza vo verejnoprávnom rozhlase, ktorého úlohou je naplniť potreby jednotlivca. V našom rozhlasovom priestore je pre náročného poslucháča určený tretí a štvrtý okruh Slovenského rozhlasu – Rádio Devín a Rádio_FM. Tieto rozhlasové stanice sa odlišujú vekovým ohraničením cieľovej skupiny, z toho plynú aj vysielanie odlišného hudobného žánru. Obe však spája alternatívna hudba, ktorá má dominantné postavenie vo vysielacej štruktúre.

V rozhlase sa efektívne využívajú aj sekundárne funkcie hudby, a to vo forme hudobného predelu, spojenia, doplnenia a oddelenia. Ide o rozhlasové predely a rozhlasové zvučky, ktorých úlohou je v prvom rade posilnenie značky v povedomí percipienta. V našom priestore sa udomácnilo označenie džingel. Z pohľadu poslucháča naplňajú rozhlasové džingle identifikačnú funkciu (poslucháč vie, aký rozhlas počúva, zvučka mu pomáha pri hľadaní konkrétnej stanice) a delimitačnú funkciu (ohraničujú pieseň), v literatúre sa uvádza aj schopnosť džinglu dynamizovať text (porovnaj Rusnák a kol. 2010, s. 40). Džingle sa zastrešujú pod pojem rozhlasová grafika, ktorá má pomerne stabilný charakter práve vďaka funkciám, ktoré plní. V praxi sa džingle rozdeľujú podľa tematického kritéria, teda podľa toho, čo označujú. Hovoríme napr. o reklamných džingloch, rozhlasových džingloch, džingloch konkrétnych relácií a pod. Obmeny džinglov, prameniace väčšinou zo

zvyšujúcich sa technických požiadaviek na samotný tvar rozhlasovej zvučky, sa realizujú pomerne opatrne so snahou o zachovanie základného hudobného motívu. Poslucháč skôr akceptuje minimálne variácie džinglov, ktoré ho nedeorientujú pri počúvaní. V našom rozhlasovom priestore sa stretáme aj s aktualizáciou džinglov. Celoplošní vysielatelia využívajú začiatky piesní (v rozhlasovej praxi označované ako intrá) ako marketingový prostriedok na posilnenie značky. V úvode piesne nepočujete pôvodného interpreta, ale prefabrikát, v ktorom je spomenuté, aké rádio počúvate, niekedy sa k tomu pridruží aj slogan rádia. To všetko presne kopíruje pôvodnú melódiu piesne. Keďže primárne ide o posilnenie značky rádia, využívajú sa takto len známe a obľúbené piesne. V Slovenskom prostredí takéto metódy uplatňuje napríklad Fun rádio a Rádio Expres. K celkovej zmene rozhlasovej grafiky dochádza napr. v prípade zmeny komunikačnej stratégie rozhlasovej stanice. Na tomto mieste je nutné spomenúť, že rozhlasová grafika ako nástroj sebareprezentácie je doplnená aj ostatnými zložkami marketingovej stratégie. Slogany, ktoré sa objavujú vo zvukovej grafike, sú často vizualizované v printovej reklame, na billboardoch a pod. Fun rádio v apríli 2007 spúšťalo reklamnú kampaň, ktorej dôsledkom bola aj inovácia zvukovej grafiky. Slogan: *Viac hudby, viac fun* sa objavil priamo v rozhlasovom džingli a do printovej reklamy sa premietol vtipnou kolážou, ktorá zobrazovala členov hudobných skupín v niekoľkonásobnom počte.

Súčasne sa hudba v rozhlase využíva aj na iné účely: umocňuje význam slovnej informácie, vytvára primeranú atmosféru, dopĺňa slovnú informáciu či už po obsahovej alebo formálnej stránke. Narábanie s piesňami pri tvorbe rozhlasového textu je rôzne. Kompozícia piesne často umožňuje využiť jej úvodnú časť na zvýraznenie hovoreného slova. Niekedy je možné využiť aj koniec piesne, v rozhlasovej praxi označované ako „outro“. Spájanie koncov a začiatkov piesní prostredníctvom mixáže je využívané najmä v komerčnej sfére. Za efektívne spojenie slova a hudby s využitím kompozičných možností piesne sa považuje také, ktoré je časovo zladené. Presnosť v časovaní kladie zvýšené nároky na prípravu moderátora. Časté uplatnenie spomínaného postupu podporuje nepretržitosť toku rozhlasového textu a poukazuje na zložku pomeru slova a hudby vo vysielaní. Priemerná pieseň trvá tri minúty a dvadsať sekúnd, z toho dvadsať úvodných a dvadsať záverečných sekúnd použije moderátor pri svojom prehovore, je možné si vytvoriť predstavu o pomere slova a hudby. V našom príklade, ktorý sa opiera len o odhad vychádzajúci z praktických poznatkov sa dostávame k pomeru 20:80 v prospech hudby. Tento príklad je len ilustračný, napriek tomu dostatočne vystihuje situáciu väčšiny komerčných staníc. Využívanie hudby na parciálne účely podporuje vizuálnosť, ktorá má svoje opodstatnenie pri percepcii rozhlasového textu.

Zvuky a ruchy ako výrazové prostriedky sú primárne využívané na podporu vizualizácie. Práve táto skutočnosť tvorí funkčný prienik ruchov a hudby a zrovnoprávňuje tieto výrazové prostriedky s ostatnými. Funkcia zvukov a ruchov nie je len dekoratívna (porov. Rusnák a kol., 2010, s. 196). Často majú väčšiu výpovednú hodnotu ako slovo, najmä vďaka sémantickej skratke, ktorú reprezentujú. V rozhlasovej praxi je dokonca známa profesia ruchára, ktorý primárne vytvára ruchy v auditívnom diele a zabezpečuje zvukový archív média (ibid., s. 195). Ruchy sa často synonymne zamieňajú so šumami. Pojem šum však definujeme v rámci teórie komunikácie ako faktor, ktorý negatívne vplyva na prenos správy. Samozrejme, aj šumy sú súčasťou rozhlasovej komunikácie. Zvyčajne ide o tzv. mechanický šum, spôsobený technickou nedokonalosťou prístrojových zariadení. Mechanický šum môže mať za následok aj ďalší druh šumu – sémantický, keď sa zlý prenos signálu premietne do nesprávnej interpretácie počutého. K sémantickému šumu dochádza aj v prípade, keď poslucháč a moderátor nepriradia použitému výrazovému prostriedku rovnaký význam. Stáva sa, že v rozhlasových komunikátoch je prítomný aj okolnostný šum, ktorý pochádza zo zdroja, nachádzajúceho sa síce „mimo komunikačného procesu, ale s komunikáciou tesne súvisí“ (Vaňko, 1999, s. 42). Máme na mysli šuštievanie papiera či vrzgot moderátorskej

stoličky. Takéto, často nepatrné šumy však môžu sústredeného poslucháča upútať natoľko, že mu uniká podstata komunikačného zámeru expedienta.

Pre rozhlasovú komunikáciu je významná kontinuálnosť zvuku. Buď sa zvuky navrstvujú na seba, pričom jeden je dominantný, alebo sa zvuky realizujú autonómne vzhľadom na kategóriu výrazových prostriedkov. V rozhlasovom spravodajstve je tendencia čítať správy „do ticha“, rozhlasové prehovory sú naopak dotvárané hudobným pozadím. Ako neprípustný sa v rozhlasovej komunikácii javí fenomén ticha. Tolerancia fyziologickej pauzy je podmienená jej zhodou so sémantickou pauzou. Ani tá však nesmie byť dlhá, inak je vnímaná negatívne. Ticho v rozhlase je pre poslucháča signálom, že sa niečo nepredvídateľné stalo a vysielateľ nestihol promptne zareagovať. Môžeme skonštatovať, že ticho v rozhlase vyvoláva nateraz neistotu tak v radoch poslucháčov ako aj vysielateľov, preto sa mu snažia jedni aj druhí vyhnúť a potlačiť ho.

Činitele selekcie výrazových prostriedkov

Uplatnenie výrazových prostriedkov v komunikácii závisí od rôznych činiteľov. V rozhlasovej komunikácii bude výber prostriedkov primárne ovplyvnený povahou akusticko-auditívneho kanála. K ďalším faktorom, ktorý sa významne podieľa na selekcii, patrí individuálny štýl expedienta, vychádzajúci z charakteru daného rozhlasovým programovaním.

Na výber výrazových prostriedkov má nesporný vplyv individuálnosť pôvodcu komunikátu. V širšom vymedzení považujeme za expedienta rozhlasovú stanicu. Pri užšom zameraní máme na mysli konkrétneho rozhlasového pracovníka, ktorý vytvára a šíri rozhlasový mediálny text.

Charakter rozhlasovej stanice je určený niekoľkými atribútmi. Tým prvotným je kategorizácia na základe duálneho vysielania, ktoré vymedzuje verejnoprávny a komerčný vysielací priestor. Rôznorodosť ponuky verejnoprávneho rozhlasu zaručuje napĺňanie potrieb jednotlivcov a tvorí podstatu verejnej služby. Tento dôležitý fakt sa premieta aj do výberu výrazových prostriedkov a poukazuje najmä na bohatosť prvkov nesúcich informáciu vo verejnoprávnom komunikačnom priestore. Duálny systém svojou prítomnosťou vyvažujú komerční vysielatelia, ktorí sa snažia svojím vysielaním zaujať pozornosť čo najširšieho publika. Uvedomujúc si fakt, že nie je možné osloviť všetkých poslucháčov naraz, hľadajú „najnižšieho spoločného menovateľa“, na ktorom stavajú svoje vysielanie. Nenáročnosť a stereotypnosť výrazových prvkov budeme dominantne hľadať v textoch v komerčnom rozhlase.

Ďalším atribútom, ktorý vplýva na výber výrazových prostriedkov z hľadiska rozhlasu ako inštitúcie je územný dosah jeho vysielania. Podľa toho delíme vysielateľov na:

- a) celoplošných,
- b) regionálnych,
- c) lokálnych.

Územný faktor zohráva úlohu pri určovaní hierarchie informačných hodnôt či kvalít, ktoré musí správa obsahovať, aby dostala priestor vo vysielaní. Vzhľadom na výber výrazových prostriedkov sa môže územný dosah prejavovať na funkčnom prenikaní subštandardnej vrstvy jazyka do kreácie rozhlasového textu (napr.: dramatizované vtípné skeče zvané Megafóry boli v prešovskom regionálnom Rádiu Flash uvádzané zväčša v šarišskom nárečí). Intencia použitia subštandardných foriem výrazových prostriedkov je určovaná rozhlasovou inštitúciou a patrí k vlastnostiam, s ktorými si poslucháč danú rozhlasovú stanicu spája (napr. regionálna či miestna príslušnosť, s ktorou poslucháč ne/sympatizuje).

Na podobu rozhlasových textov pôsobia tzv. „štýlotvorné činitele“, ktoré regulujú kreáciu textu v dvoch rovinách: subjektívnej a objektívnej (Mistrík, 2002, s. 218). Subjektívne

činitele sú dané povahou autora, jeho danosťami a vlastnosťami. Práve súbor týchto faktorov má v rozhlasovej komunikácii významný dosah na výslednú podobu zvukového textu. Vo vecných textoch, ako je napríklad spravodajstvo, by mali byť subjektívne činitele potlačené. K objektívnym štýlotvorným činiteľom patrí téma prejavu, príjemca, funkcia prejavu, prostredie a tiež inventár výrazových prostriedkov (Mistrík, *ibid.*). Objektívne aj subjektívne činitele ovplyvňujú tvorbu textu odlišne, nerovnakou mierou. Je však potrebné poukázať na vplyv týchto faktorov v rozhlasovej sfére.

Naznačili sme, že subjektívny štýl rozhlasového pracovníka priamo formuje výsledný komunikát. Štýl sa môže chápať aj ako vlastnosť textu, text je určený štýlom a štýl textom. Moderátorov štýl sa prejavuje v niekoľkých rovinách, pretože moderátor nielen sprevádza poslucháča reláciou, ale navyše ju aj riadi a prezentuje. Pozícia moderátora tak kumuluje niekoľko profesií súčasne, napr.: hlásateľa, redaktora, reportéra, čiastočne aj režiséra a dramaturga (Rusnák a kol., 2010, s. 136). Mínařová (2001, s. 118) na tomto pozadí hodnotí prelínanie štýlových vrstiev v práci moderátora a vyčleňuje tzv. „moderátorskú komunikačnú sféru“, ktorá je charakteristická interferenciou publicistických a hovorových výrazových prostriedkov. Centralizovanie a preskupovanie výrazových prostriedkov pochádzajúcich z rôznych štýlov (v rozhlasovom spravodajstve by sme našli pôvodné publicistické a hovorové aj administratívne výrazové prostriedky) v jazyku moderátorov má za následok dve protichodné tendencie. Ak by sme mali hodnotiť tieto tendencie moderátorského štýlu, museli by sme hovoriť o stereotypii vo vyjadrovaní (identifikovateľnej vo výbere a použití ustálených slovných spojení) rovnako ako aj o snahe byť originálny vo výbere jazykových prostriedkov. Originálnosť však nemusí byť vždy prejavom hodnoty textu. Práve nenáležitá kombinácia prvkov, ktoré majú pôvod v nerovnakých štýloch, môže spôsobiť rozporuplné použitie výrazových prostriedkov v rozhlasovom texte. Pohyb jedným či druhým smerom sa dá ukotviť v pohľade na jazyk ako na systém verbálneho správania, ktorý obsahuje tri podsystemy :

- a) vlastný jazykový,
- b) konceptuálny,
- c) interakčný,

a predpokladanú axiologickú zložku jazykového vedomia (podrob. Horecký, 1991, 2000). Moderátor produkuje text prechádzaním cez jednotlivé podsystemy; pomenúva javy, ktoré stvára do základných myšlienok formulovaním výpovedných aktov. V priebehu tejto činnosti je aktívna axiologická zložka, ktorá vyhodnocuje adekvátnosť výrazových prostriedkov. „Systém verbálneho správania [...] má schopnosť pružne sa prispôbiť situácii“ (Horecký, 2000, s. 11), umožňuje vybrať také prvky, ktoré sú potrebné v danej chvíli. Kreatívny potenciál systému verbálneho správania je založený na osvojených pravidlách, ktoré sa inšpiratívne využijú pri tvorbe nových výrazových prostriedkov. Je len na autorovi textu (v našom prípade moderátorovi), či siahne po zaužívaných prvkoch, ktoré sú súčasťou jeho jazykového povedomia, alebo sa pokúsi na základe „uložených“ poznatkov o originálnu výpoveď.

Práca moderátora je vo veľkej miere založená na improvizácii. Moderátor musí byť preto pohotový, schopný konať bez prípravy a musí flexibilne vyberať výrazové prostriedky. Rozhodujúcou v tomto smere je úroveň jazykovej kultúry. V hovorenom prejave sa musí moderátor, resp. redaktor usilovať o dodržiavanie ortofonickej normy (expedient musí vedieť správne artikulačne tvoriť hlásky) a ortoepickej normy jazyka (ide o správne používanie hlások). Sabol vymedzuje aj tretiu požiadavku pri zvládnutí slovenskej spisovnej výslovnosti – modulačnú zložku (Sabol a kol., 2006, s. 14). „Niektoré z modulácií majú dosah priamo na významovú výstavbu textu“ (*ibid.*, *op.cit.*), preto je nutné v záujme zachovania jasnosti hovoreného textu realizovať adekvátne aj modulačnú zložku.

Spojenie obsahovej a formálnej stránky rozhlasového textu má vytvárať jasný a presný obraz sprostredkovanej informácie vo vedomí percipienta. Keďže zvuk je pomínutelný a poslucháč sa (väčšinou) nemôže k nemu vrátiť, malo by byť snahou hovoriaceho dať informácii taký tvar, ktorý sa ľahko dekoduje pri jednorazovom počutí. Nedostatky obsahu alebo formy použitých výrazových prostriedkov v rozhlase môžu viesť k zlej interpretácii počutého. Samotná komunikácia prestáva plniť pôvodné funkcie, zámer hovoriaceho ostáva nepochopený. Na autora rozhlasového textu sú v záujme „úspešnej“ komunikácie kladené veľké nároky. Predpokladom správneho použitia jazyka, tobôž ak jazyk je „pracovným nástrojom“, je neustály rozvoj jazykového vedomia a tým aj zvyšovanie jazykovej kultúry používateľov.

„Jazyková kultúra je úroveň jazykovej praxe spoločnosti a súčasne dobový obraz jazyka získaný hodnotiacim zovšeobecnením stavu (úrovne) používania jazykových prostriedkov v praxi, t. j. v reči.“ (Kráľ - Rýzková 1990, s. 27 – 28)

Téza, že médiá ovplyvňujú úroveň jazykovej kultúry, môže byť vnímaná pozitívne, len ak bude z éteru zaznievať rozvinutý a bohatý repertoár výrazových prostriedkov a ich primerané využívanie v jazykových prejavochoch. V rozhlase sa však veľký dôraz kladie na hutnosť informácií, ktorá je zo strany vysielateľa podmienená finančne náročným vysielacím časom. Zo strany prijímateľa je snaha prijať za krátky čas čo najväčšie množstvo konkrétnej a komplexnej informácie. Zhutňovanie informácií tak často vedie k znižovaniu slovnej zásoby rozhlasových príspevkov, k častým štylistickým deformáciám, a tým k poklesu úrovne jazykovej kultúry.

Úroveň jazykovej kultúry môžeme sledovať aj na pozadí osobitných rozhlasových žánrov. Kým programy určené pre mladších poslucháčov sú často poznačené subštandardnými, slangovými alebo nárečovými slovami s cieľom priblížiť sa publiku; pri spravodajstve predpokladáme dodržiavanie spisovnej normy. Rovnako aj prenikanie a vzájomné preskupovanie žánrov a tendencia k synkretizmu sa odráža na úrovni jazykovej kultúry. V komerčnom vysielaní sa dnes už ťažko hľadajú čisté žánrové tvary, program sa vymedzuje najčastejšie na základe vysielacieho času (ranné vysielanie, dopoludňajšie, popoludňajšie, večerné, nočné), pričom je charakterizovaný ako prúd slova a hudby. Blokované programovanie vysielania stiera žánrové špecifiká rozhlasových textov, konfrontujeme sa s prehovormi, ktoré sú stereotypne vystavané – použiteľné v ktoromkoľvek vysielacom bloku. Takéto postupy možno vyhodnotiť ako dôsledok populárnej kultúry, ktorá unifikuje formu, aby vyhovela požiadavkám najširšej časti mediálneho publika.

Literatúra

- HORECKÝ, J.: *O jazyku a štýle kriticky aj prakticky*. Prešov: Náuka 2000. 161 s.
 HORECKÝ, J.: *Výpovedné akty v súčasnej slovenčine*. In: *Studia Academica Slovaca*. 20. Bratislava 1991, s. 103 – 113.
 KARVAŠ, P.: *Rozhlasové umenie vo veku televízie*. Slovenský rozhlas, Bratislava 1992.
 KRÁL, Á. – RÝZKOVÁ, A.: *Základy jazykovej kultúry*. Bratislava, SPN 1990. 128 s.
 MIKO, F. – POPOVIČ, A.: *Tvorba a recepcia*. Estetická komunikácia a metakomunikácie. Bratislava: Tatran 1978. 378 s.
 MINÁŘOVÁ, E.: *Stylové osobitosti moderátorských diskurzů*. In: Klinckova, J. (ed.): *Jazyková komunikácia v 21. storočí*. Banská Bystrica: FHV UMB 2001. s. 117 – 123.
 MISTRÍK, J.: *Vektory komunikácie*. Výberová prednáška zo slovenského jazyka. Bratislava: FF UK 1990. 84 s.
 MISTRÍK, J.: *Lingvistický slovník*. Bratislava: SPN 2002. 296 s.
 PODPERA, R.: *Quo vadis musica*. Bratislava: Veda 2006. 176 s.

RUSNÁK, J. – BOČÁK, M. – GARBEROVÁ, B. – GREGOVÁ, R. – MOCHŇACKÁ, B. – OBORNÍK, P. – SABOL, J.S. – SMOLÁKOVÁ, V.: Texty elektronických médií. Stručný výkladový slovník. Prešov: PU 2010. 290 s.

SABOL, J. a kol.: *Kultúra hovoreného prejavu*. Prešov: Náuka 2006. 255 s.

SABOL, J. – ZIMMERMANN, J.: *Komunikačný štatút prízvuku v spisovnej slovenčine*. Prešov: FF UPJŠ 1994. 94 s.

ŠKVARENINOVÁ, O.: *Rečová komunikácia*. Bratislava: SPN 1995. 278 s.

VAŇKO, J.: *Komunikácia a jazyk*. Nitra: UKF 1999. 202 s.

Abstract

The paper focuses the means of expression in electronic acoustic media. The nature of the means of expression is, regarding the communication canal, solely acoustic. They are combination of human speech, music, sounds and noises. Particular application of means of expression depends on the individual style of the broadcaster, and the nature of the programme.