

Dialogickosť ako spôsob verbálneho správania sa v rozhlasovom spravodajstve o počasí

Jana Klingová

Katedra slovenského jazyka, Inštitút slovakistických, mediálnych a knižničných štúdií,
Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove
klingovajana@gmail.com

Kľúčové slová: dialóg, dialogickosť, predpoveď počasia, rozhlasové spravodajstvo
Key words: dialogue, attributes of dialogue, weather forecast, radio news

Motivácie a kontextové východiská

V úvode článku, ktorého cieľom je poukázať na špecifickosť témy počasia a dominantné formy jej spracovania v súčasnom slovenskom mediálnom prostredí, sa prenosieme najprv do histórie: „v 18. storočí vyhlásila anglická spisovateľka Jane Austenová, že rozhovor je to najlepšie, čo sa vôbec medzi ľuďmi môže stať; a v 20. storočí dramatik Samuel Beckett tvrdil, že je to práve rozhovor, čo nás drží pri živote“ (Marková – Müllerová – Hoffmannová, 1999, s. 195). Inšpirujúc sa uvedenými výroky môžeme konštatovať, že kým interpersonálna komunikácia nás udržuje pri živote, mediálna komunikácia si zvolila za cieľ udržať nás – potenciálnych prijímateľov mediálnych obsahov – „nonstop na príjme“. Aspoň tak by sme mohli metaforicky opísať spôsoby mediálnej tvorby uplatňovanej v rámci účelovej predpovede počasia.

Podrobný pohľad v článku venujeme cielenému spravodajstvu o počasí a jeho špecializovaným reláciám v rozhlasovom prostredí,¹ ktorých realizácia je v komerčnom, ako aj vo verejnoprávnom rozhlase podmienená komunikačným zámerom médií posilniť vzájomný kontakt medzi komunikantmi², a to aj napriek asymetrickej povahe mediálnej interakcie, keďže percipient nie je na komunikačnom akte fyzicky prítomný, a jeho participácia tak nadobúda iba sprostredkovaný charakter. Hlavný atribút predpovedných celkov o počasí, predstavujúci zároveň aj východiskovú myšlienku nášho výskumného záujmu, vnímame na úrovni štýlu ako spôsobu verbálnej interakcie,³ kde môžeme badať istú dynamickosť prejavujúcu sa kontinuálnou apeláciou zameranou na cieľového adresáta, prostredníctvom ktorej médiá vyzývajú publikum na aktívnu percepciu. Podľa mediológa D. McQuaila dané tendencie nie sú samoúčelné, ale majú svoj význam a ten možno nájsť iba prijatím predpokladu, že ak sa niečomu venuje zvýšená pozornosť, ide o spoľahlivý signál, ktorý nás posúva k odhaleniu „významu, zámeru a účinku oznámenia“ (McQuail, 1999, s. 307).

Psychológia komunikácie naznačuje, že stačí malá zmienka či nepatrný komentár z „úst hovoriaceho“ a „nadhodená“ téma sa automaticky dostáva do podvedomia príjemcu a ten o nej začne okamžite premýšľať (Vybíral, 2009). Dôležité postavenie počasia ako

¹ Výskumný materiál sme čerpali z dvoch najpočítavanejších rozhlasových staníc na Slovensku – komerčné Rádio Expres a verejnoprávne Rádio Slovensko.

² V danej súvislosti uvažujeme o interaktivite, ako o aktuálne silnejúcom mediálnom trende premietajúcom sa do tvorivého procesu mediálnych obsahov. Podľa J. Rusnáka (2010) interaktívne postupy vedú k stieraniu hraníc medzi aktérom a adresátom sprostredkovaného komunikátu, a to na základe vytvorenia jednotnej identifikujúcej roviny, ktorá komunikačným partnerom umožňuje podieľať sa na výslednej podobe komunikácie rovnakou mierou.

³ Pod pojmom jazyková, resp. verbálna interakcia vnímame „vzájomné pôsobenie ľudí prostredníctvom jazyka“, ako ju bližšie charakterizuje D. Slančová (2003, s. 117).

mediálne „atraktívnej“ témy možno deklarovať práve v súvislosti so zachovaním istej kontinuity či nepretržitej línie v rámci prezentácie počasia, ktorú mediálni tvorcovia rozhlasového spravodajstva budujú na základe vysokej frekvencie predpovedných vstupov zaradených do vysielania v krátkom časovom intervale,⁴ čím sa pomyslene „kopíruje“ prirodzený charakter počasia založený na pravidelnom (každodennom) opakovaní meteorologických javov. Vysoká aktualizovanosť informácie o počasi vedie k postupnej automatizácii mediálneho spravodajstva⁵ a k vytvoreniu ustálenej štruktúry predpovede, ktorá prezentuje a zároveň aj reprezentuje informáciu o počasi konkrétneho média. Daný jav poukazuje nielen na spôsob spracovania danej témy médiami, ale aj na spôsob jej percepcie zo strany poslucháča, čo znamená, že médiá zámerne formujú to, akým spôsobom percipient prijatú informáciu následne interpretuje.

Dialóg (rozhovor) a dialogickosť

Skutočnosť, že potenciálny adresát mediálne šírených obsahov sa zároveň stáva ich reprezentantom, upriamuje našu pozornosť smerom k úvahám o istej „spoluúčasti“ poslucháča na realizácii mediálnej predpovede. V dvoch najúspešnejších rádiách na Slovensku z hľadiska počúvanosti⁶ sa správy o počasi vyznačujú odlišným prístupom k ich tvorbe, ktorá sa prejavuje zmenou vo forme kontaktovania fyzicky neprítomného poslucháča zo strany média. Podľa J. Findru „s formou prejavu súvisí aj vzťah medzi komunikantmi“ (Findra, 2004, s. 175). Na základe podrobnej analýzy východiskového materiálu,⁷ ktorý znázorňuje jednotlivé postupy mediálnych tvorcov pri výstavbe textov v rámci rozhlasového vysielania o počasi, sme zaznamenali také štýlotvorné tendencie, ktoré podčiarkujú *dialogický rozmer* mediálnej predpovede počasia, čím sa otvára priestor na mediálny zámer priblížiť sa svojmu príjemcovi.⁸ Na rozdiel od pôvodnej monologickej štruktúry účelových správ o počasi sa tematicky vymedzené spravodajstvo realizuje prostredníctvom *dialógu (rozhovoru)*⁹ medzi

⁴ V rámci programovej štruktúry rozhlasových staníc je predpoveď počasia dominantnou reláciou najmä v rannom vysielacom čase (prime-time), počas ktorého je frekvencia spravodajských vstupov o počasi najvyššia. V Rádiu Expres sa predpoveď počasia prezentuje vo forme *flešových správ*, ktoré sa vysielajú po celý deň pravidelne dvakrát za hodinu, v priebehu ranej relácie Hemendex dokonca každých dvadsať minút. Rádio Slovensko venuje spravodajskej téme väčší priestor, a to z hľadiska obsahovej štruktúry relácie. Do dopoludňajšieho vysielacieho bloku je zaradených päť samostatných predpovedných relácií, ktoré prinášajú *rozšírenú správu* o počasi.

⁵ O dichotómii automatizácia – aktualizácia v chápaní Pražskej školy porov. napr. Encyklopedický slovník češtiny (2002).

⁶ Podľa prieskumu agentúry Median SK bola situácia v prvých dvoch kvartáloch roka 2015 v rámci počúvanosti slovenských rádii stabilná: V Rádiu Expres úroveň počúvanosti aktuálne dosahuje 20 %, v Rádiu Slovensko 17,9 %.

⁷ Východiskový materiál predstavuje transkript, ktorý sme získali empirickým pozorovaním a zaznamenávaním náhodne zvolených predpovedných relácií vybraných médií v období od roku 2013 do súčasnosti. Korpus textov účelového spravodajstva o počasi sme následne podrobili tradičným metódam, ktoré sú založené na kvalitatívnej analýze a intuitívnom hodnotení štylistických javov. Analyzovaný materiál, ktorý v článku uvádzame v podobe vybraných úryvkov, je reprezentantom zistených tendencií uverejnených v rámci záverečnej práce (porov. aj Klingová, 2014).

⁸ Podľa J. Mistríka je „neprítomnosť adresáta ako štýlotvorného činiteľa pri koncipovaní prejavu závažnejšia ako pri koncipovaní textu prítomnému adresátovi“ (Mistrík, 1997, s. 413). Tento fakt ďalej prepája s proxemikou, teda vzdialenosťou medzi účastníkmi interakcie, ktorú nazýva „závažným momentom pri komunikácii“ (Mistrík, 1997, s. 413), keďže prostredníctvom nej sa prejav buď „intimizuje“, alebo, naopak, „oficializuje“.

⁹ Dialóg je v kodifikačných príručkách slovenského jazyka definovaný ako *rozhovor* (dialóg a rozhovor tak vnímame ako synonymné výrazy), ktorý chápeme ako „formu jazykového prejavu, pri ktorom sa každá výpoveď adresuje priamo účastníkovi komunikácie a je obmedzovaná témou rozhovoru“ (Petráčková – Kraus et al., 2005). Predpoklad „vzájomnosti“ je v rámci dialógu iba umelo vytvoreným „dojmom“ zo strany mediálnych činiteľov, ktorým sa relativizuje absencia ukotvenia mediálnej komunikácie v priestore, čo spôsobuje, že sa jej účastníci k sebe pomyslene „približujú“.

dvojicou komunikantov ako aktérov mediálnej komunikácie, ktorú tvorí ústredný moderátor a redaktor spravodajstva.

Princíp kooperácie, ktorý sa uplatňuje medzi vysielateľom a prijímateľom, možno chápať na základe posolstva mediálnej činnosti, ktorá sa uskutočňuje vždy so zreteľom na cieľového poslucháča. Môžeme preto konštatovať, že médiá si pri tvorbe správ o počasí plne uvedomujú prítomnosť publika a volia preto metódu navodenia štylizovanej dialogickej situácie, ktorú by sme mohli obrazne nazvať aj „nepravým“ dialógom, v rámci ktorého cieľový adresát (poslucháč) participuje iba vo vedomí autora. „Pravý“ dialóg totiž podľa J. Mistríka (1997) vyžaduje priamy, bezprostredný kontakt osôb podieľajúcich sa na komunikácii. Na druhej strane však J. Mistrík uvádza, že „o účasti adresáta ako štylotvorného činiteľa [podieľajúceho sa na výslednej podobe komunikácie; pozn. J. K.] možno hovoriť iba pri *dialógu*“ (Mistrík, 1997, s. 413; kurzíva J. K.).

Dialogickosť ako spôsob verbálneho správania sa v médiách tak vnímame na úrovni vzťahu medzi predstaviteľom konkrétnej mediálnej inštitúcie a jej cieľovým adresátom, ktorému vstup do sprostredkovanej interakcie umožňuje práve osobnosť moderátora nahrádzajúca aktívnu prítomnosť poslucháča na mieste realizácie predpovede. Práve moderátor ako zástupca rozptýlenej množiny príjemcov otvára tematicky vymedzenú komunikačnú situáciu a v rámci nej odovzdáva slovo čitateľovi správ,¹⁰ čím medzi moderátorským slovom a očakávaním poslucháča vytvára spoločnú komunikačnú rovinu, ktorá prijímateľovi umožňuje stotožniť sa s prezentovaným obsahom. Pozícia moderátora v rámci dialogickej štruktúry správ o počasí nadobúda svoju štylistickú platnosť prostredníctvom virtuálnej identifikácie sa s príjemcom a jeho potrebami, ktoré v podobe apelatívnych či želacích konštrukcií interpretuje redaktorovi spravodajstva.

Dialogická realizácia správ o počasí tak prebieha v dvoch rovinách: medzi „zhovárajúcou sa“ mediálnou dvojicou ako vysielateľmi mediálnych obsahov a medzi redaktorom spravodajstva¹¹ a poslucháčom, ktorý do rozhovoru vstupuje prostredníctvom osoby moderátora ako iniciátora spravodajského vstupu. *Dialógy o počasí* teda predstavujú fiktívny informačno-sociálny proces, ktorý na virtuálnej úrovni dynamizuje mediálnu interakciu a svojou aktualizovanosťou simuluje plnohodnotnú komunikačnú situáciu, čím pri počúvaní rozhlasu nadobúdame pocit, „akoby sme sa ‚spolu‘ zhovárali naozaj“.

„Dialógy o počasí“ v komerčnom a verejnoprávnom rozhlasovom médiu

„Mediálne rozhovory majú vo svojej prehistórii, a teda i vo svojom základe rozhovory prirodzené, nemediálne, autentické, a to formálne i neformálne, pripravené i spontánne, vážne i humorné“ (Čmejrková, 2000, s. 124). J. Mistrík o komunikácii v rozhlase hovorí, že „jej účinnosť sa dosahuje umelým dialogizovaním: do základného textu sa vkladajú otázky [...] ako *medzititulky*, lebo kostru a pôvodný postup vlastne nemenia“ (Mistrík, 1997, s. 413; kurzíva J. K.). Domnievame sa, že dané tvrdenie neplatí v súčasnom rozhlasovom prostredí vo všeobecnosti, pretože výsledná predpoveď počasia závisí od miery zainteresovania subjektu moderátora v hovorenom texte, prostredníctvom ktorého chce médium do rozhovoru o počasí vniesť práve spomínanú nemediálnosť či autentickosť vyplývajúcu z prirodzeného charakteru danej témy, ako aj z prirodzenej ľudskej potreby každodennej komunikácie. V tomto zmysle vnímame predpoveď počasia v rozhlasovom prostredí ako typ kontaktovej relácie.

¹⁰ Predpoveď počasia Rádia Expres sa realizuje priamo v štúdiu a dialóg o počasí prebieha medzi moderátorom a redaktorom spravodajstva. Dialogická štruktúra predpovednej relácie sa však v Rádiu Slovensko buduje odlišným spôsobom, a to v podobe živého vstupu. V úlohe redaktora spravodajstva je meteorológ zo Slovenského hydrometeorologického ústavu, ktorý v mediálnom štúdiu nie je fyzicky prítomný, a komunikácia sa preto realizuje prostredníctvom telefonického rozhovoru.

¹¹ Pozri poznámku č. 9.

S. Čmejková sa vo svojej štúdií o mediálnom dialógu odvoláva na J. Horeckého, ktorý v súvislosti so spôsobom dialogickej komunikácie v médiách poukazuje na skutočnosť, že „jednotlivé rozhovory môžu predstavovať typ viac výkladový alebo viac úvahový, viac konverzačný alebo informačný“ (Horecký 1999 in Čmejková, 2000, s. 124). Načrtnutá myšlienka sa z názoruje v rámci vybraných rozhlasových médií, ktoré vzhľadom na snahu o kontaktovanie cieľového poslucháča pri realizácii správ o počasí obrazne „ťahajú za spoločný koniec“, avšak na dosiahnutie efektívnosti predpovede využívajú osobité postupy, ktoré sa aj v súvislosti s komerčným alebo, naopak, verejnoprávnym prostredím odzrkadľujú v jazykovo-kompozičnej výstavbe mediálneho dialógu o počasí.

V Rádiu Slovensko sa realizácia rozhovoru¹² medzi moderátorom a meteorológom prispôsobuje ustáleným komunikačným pozíciám vyplývajúcim zo sociálnych rolí, ktoré komunikanti v interakcii zastávajú. Výsledná podoba spravodajského vstupu o počasí má tak presne vymedzenú kompozičnú štruktúru, v rámci ktorej je moderátor ten, ktorý sa pýta a udržiava komunikáciu „nažive“, a úlohou meteorológa je zas pohotovo reagovať na prehovory moderátora a sprostredkovať informáciu o aktuálnej situácii v počasí. Charakter predpovednej relácie vysielanej slovenským verejnoprávnym rozhlasom je tak podmienený informačno-výkladovou textovou stratégiou podieľajúcou sa na vytvorení asymetrickej roviny komunikácie, ktorá participuje vo vedomí komunikantov pri tvorbe správ o počasí, čím výrazne kreuje ich výslednú podobu.

Komerčné Rádio Expres buduje komunikačný rámec predpovede primárne na báze úvahovo-konverzačnej línie, čo spôsobuje, že komunikanti sú si v dialogických vstupoch o počasí z hľadiska komunikačných rolí rovní a ich komunikačné pozície sa často funkčne prelínajú. Mediálnym zámerom rozhlasu je v tomto prípade prostredníctvom rovnocennosti, symetrickosti uplatňovanej počas komunikácie upriamiť pozornosť na uvoľnenú atmosféru rozhovoru, ktorá poukazuje na spontánnosť, bezprostrednosť a interakčnú otvorenosť príslušného média, čím sa vytvára dostupné konverzačné prostredie, a médium tak nepriamo pozýva poslucháča, aby sa aktívne zapojil do konverzácie¹³ a stal sa súčasťou mediálneho „dialógu o počasí“.

„Je potrebné hľadať spojenie kognitívneho obsahu dialógu s komunikačným vzťahom, ktorý sa vytvoril medzi účastníkmi dialógu, a je nutné brať do úvahy konkrétne podmienky produkcie dialógu“ (Müllerová, 1989, s. 70). Vychádzajúc z toho, že informácia o počasí je založená na istom faktickom základe, ktorý je výsledkom podrobných meteorologických pozorovaní a výpočtov, variantné spracovanie predpovede konkrétneho média sa môže uplatniť práve na úrovni napĺňania vzťahu medzi vysielateľom a prijímateľom, čo je hlavným rozdielom tvorby správ o počasí vo verejnoprávnom a komerčnom médiu.

Spravodajské relácie o počasí vysielané v Rádiu Slovensko možno vymedziť ako konvenčné, vopred predpísané dialogické vstupy, kde moderátor zastupuje pozíciu „zvedavého“ poslucháča a stereotypnými otázkami usmerňuje informačnú výpoveď meteorológa, čím publikum zdvorilo pozýva k aktívnej percepcii ponúkaného obsahu.

¹² Označenie predpovede ako rozhovoru o počasí uvádzame v texte zámerne, a to na základe špecializovanej predpovednej relácie s názvom *Rozhovor o počasí s meteorológom SHMÚ*, ktorú Rádio Slovensko vysiela pravidelne každú sobotu v dopoludňajších hodinách. Charakter relácie však v porovnaní s ostatnými reláciami Rádía Slovensko s „klasickým“ názvom *Predpoveď počasia*, príp. *Predpoveď počasia s meteorológom SHMÚ*, ostáva v nezmenenej podobe.

¹³ Krátky slovník slovenského jazyka *konverzáciu* definuje ako „rozhovor spoločenského rázu; besedu; spoločenskú konverzáciu“ (Kačala – Pisárčiková – Považaj, 2003). Pri uvádzaní výrazu konverzácia v danom kontexte vychádzame z chápania D. McQuaila, podľa ktorého je pre konverzáciu charakteristické to, že „účastníci sú si v procese komunikácie rovní“ (McQuail, 1999, s. 79). Z. Vybíral podčiarkuje danú myšlienku výpoveďou: „Aby sa konverzácia úspešne uskutočnila, vyžaduje vzájomnú adaptáciu, akési momentálne vzťahové prispôsobenie či priblíženie sa účastníkov“ (Vybíral, 2009, s. 121).

V *Expres počasí*,¹⁴ čo vyplýva už aj zo silne profilovaného názvu predpovednej relácie, sa komunikačný zámer v zmysle vytvorenia stálej poslucháčskej priazne dosahuje špecifickejšou cestou. Moderátor ako aktivizujúci činiteľ mediálneho rozhovoru takisto zastáva rolu fyzicky neprítomného percipienta, ktorý očakáva aktuálne informácie o počasí, svojím subjektívnym prístupom k rozhovoru však mení jeho charakter, čím poslucháča „vťahuje“ do mediálneho diania a obrazne ho vyzýva „pod' sa s nami aj ty baviť o počasí“.

J. Zeman (2013, s. 128), vychádzajúc zo svojho výskumu zameraného na predpoveď počasia v rozhlasovom vysielaní českých médií, uvádza, „že čím viac je akcentovaná oznamovacia funkcia textu, tým viac sú komunikanti potlačení, a naopak, čím viac je zdôraznená apelatívna, tým viac vystupujú do popredia komunikanti na úkor informatívneho textu.“

Uvedené skutočnosti sa názorne prejavujú v rozhlasovom vysielaní *Rádia Expres* a *Rádia Slovensko* a deklarujeme ich na pozadí vybraných ukážok, ktoré sme zaznamenali pri pozorovaní špecializovaných predpovedných relácií o počasí konkrétnych médií.

Rozhlasové vysielanie Rádia Expres

[22. 4. 2013; 9.30]

M: *Moja zlatá no koľko obláčikov si dnes na oblohe narátala?*

R: *Nad Piešťanmi bude jeden mrak pozdravujem Piešťany [...].*¹⁵

[27. 11. 2013; 14.30]

M: *Tak čo nám to dnes počasie narobilo?*

R: *Dnes sa môžeme tešiť na oblúbenú kombináciu dažďa so snehom.*

M: *Myslíš tú smiešnu kašu na cestách?*

[21. 12. 2013; 11.30]

M: *Píše mi kamarát zo Žiliny že u nich krásne svieti slniečko že ako je u nás [...] pozerám sa z okna a vidím že u nás už zašlo [...] a ako bude na celom Slovensku Aďa?*

R: (Redaktorka informuje o aktuálnom počasí) [...] *a štyri stupne sú kde? Tipni si!*

M: *Štyri stupne? No ja som ťa doteraz nepočúval prepáč.*

R: *Aha diki.*

M: *Ďakujeme Adi.*

R: *Niet za čo.*

Vybraná trojica ukážok zastupuje hlavný komunikačný princíp manifestujúci sa v prostredí komerčného Rádia Expres. Predpovedný vstup je miestom, kde sa informácia o počasí do povedomia príjemcov distribuuje nielen na základe informačného potenciálu témy, ale inovatívnym spôsobom jej spracovania. Dominantným štýlotvorným činiteľom komunikácie je práve osobnosť moderátora, ktorého cieľom je zamerať sa na to, aby bol percipient stále posluchácky aktívny. Úloha „spojovateľa“ nie je jediná, ktorú moderátor ako vedúci rozhovoru o počasí zastáva, jeho komunikačná iniciatíva okrem reprezentácie osoby prijímateľa spočíva v prezentácii seba ako moderátorského subjektu. Predpovednú reláciu tak moderátor nielen riadi a usmerňuje, ale ju aj funkčne mení a dotvára. Z toho dôvodu sa správy o počasí realizujú vo dvojici a kladie sa dôraz na dialogický rozmer predpovede. Na pozadí kontaktovej roviny sa buduje uvoľnená atmosféra umožňujúca vznik spontánnych situácií, aj keď v rámci mediálnej komunikácie nemožno hovoriť o bezprostrednej spontánnosti, ale skôr

¹⁴ Osobitý spôsob prezentácie počasia sa v rámci komerčného rozhlasu uplatňuje aj v názve relácie o počasí – *Expres počasie* – ktorý je súčasťou hudobnej znelky ohlasujúcej začiatok predpovede a prostredníctvom ktorého sa predpoveď Rádia Expres vymedzuje voči ostatným konkurenčným reláciám o počasí.

¹⁵ Abreviácie: **M** – moderátor; **R** – redaktor spravodajstva o počasí.

o premyslenej štylizácii konkrétneho prejavu, ktorý komunikačnú platnosť nadobúda vtedy, keď „spontánny dialóg“ pôsobí na poslucháča uveriteľným dojmom.

Komunikačný záujem na strane prijímateľa moderátor buduje prostredníctvom výrazovej kategórie emocionálnosť, ktorá sa javí ako dominanta pri naplňaní zamýšľaného mediálneho účinku. Dôkazom je originálna konštrukcia, ktorou sa moderátor prihovára redaktorky spravodajstva: *Moja zlatá no koľko obláčikov si dnes na oblohe narátala?* Zjemňujúcimi prvkami, akými sú oslovenie *moja zlatá* alebo deminutívum *obláčiky*, sa relativizuje dôležitosť avizovanej predpovede a jej pôvodný informačný účel sa „zozábavňuje“ s cieľom upútať poslucháča. Následná reakcia redaktorky sa realizuje v navodenom humornom duchu, ktorým sa do komunikačného pásma vnáša uvoľnenosť aktivizujúca priateľskosť až intimitu, čím sa deklaruje spolupráca dialogických partnerov.

Nad Piešťanmi bude jeden mrak pozdravujem Piešťany [...]. Miestny názov *Piešťany* nie je v texte využitý náhodne, ale je nositeľom intertextovej informácie, ktorá odkazuje na miesto, odkiaľ redaktorka správ pochádza. Dané vyjadrenie je tak indikátorom súkromnosti, ktorá naznačuje posun mediálneho dialógu k hovorovému štýlu, čím vytvára rovinu dôvernej komunikácie a ponúka možnosť uvoľnene „sa porozprávať“ o tom, čo je v počasí nové.

Apelatívna konštrukcia moderátora s jemným príznakom infantilnosti *Tak čo nám to dnes počasie narobilo?* sa rozvíja pohotovou reakciou redaktorky správ, realizujúcou sa s ironickým podtónom, *dnes sa môžeme tešiť na oblúbenú kombináciu dažďa so snehom.* Vzájomný neformálny dialóg komunikačnej dvojice podčiarkuje komentár moderátora: *Myslíš tú smiešnu kašu na cestách?* Kreatívnym prístupom k tvorbe textu sa s informačným posolstvom predpovede poslucháčovi vysielajú aj istá množina emócií, ktorá urýchľuje a zintenzívňuje perцепčný proces, keďže príjemcovi sa vo vysielaní ponúka možnosť komunikačného „vyžitia“ a vďaka podnieteniu priateľskej atmosféry sa pomyselne minimalizujú priestorové rozdiely medzi komunikantmi vyplývajúce z virtuálneho charakteru interakcie.

V tretej ukážke na prezentáciu individuálneho prístupu k tvorbe správ o počasí volí moderátor ikonický úvod, v ktorom poslucháčom opisuje osobný zážitok. Na základe vyjadrenia subjektívneho postoja k téme sa v danom prehovore uplatňuje zážitkové tematické univerzum, čím sa zámerne nastoľuje neoficiálny rámec predpovede (k terminológii interpretácie štylistických kvalít porov. Miko – Popovič, 1983). Prostredníctvom naratívnej výpovede *pozerám sa z okna a vidím že u nás už [slnko] zašlo*, ktorá predstavuje prípravnú či stimulačnú fázu predpovedného vstupu, moderátor percipienta nenútené pozýva zvýšiť svoju pozornosť a až potom avizuje otázku smerom k redaktorky: *a ako bude na celom Slovensku Ad'a?* V danom spravodajskom vstupe zastupuje dôležité postavenie práve kontext informácie o počasí, ktorý usmerňuje spôsob jej interpretácie zo strany poslucháča.

Nastolením konverzačného priestoru sa vytvára možnosť pre subjektívny vklad komunikantov, čím sa deklaruje symetrická povaha dialógu o počasí, v rámci ktorého má každý z dvojice komunikantov rovnocenný podiel na výslednej podobe predpovede. Individuálny prístup k tvorbe spravodajských vstupov o počasí je podmienený komunikačnou blízkosťou, ktorá umožňuje výmenu komunikačných rolí, a medzi moderátorom a redaktorom je tak vyvážený pomer komunikačnej zainteresovanosti v dialógu. Štandardná štruktúra predpovednej relácie, v ktorej je moderátor tým, kto sa pýta, a redaktor odpovedá, sa narúša s cieľom posilniť bezprostrednosť komunikácie. Deklaruje to apelatívna výpoveď redaktorky, ktorá je adresovaná spolumoderátorovi relácie *a štyri stupne sú kde? Tipni si!* Komunikačnú „hru“ ďalej rozvíja recesívna reakcia moderátora *Štyri stupne? No ja som ťa doteraz nepočúval prepáč*, na čo redaktorka odpovedá spojením interjekcie a nespisovnej partikuly *Aha diki*. Vzniknutá situácia pripomína skôr úryvok zo spontánneho súkromného rozhovoru medzi „starými známymi“ ako informačne nasýtenú správu.

Záverečná výmena replík dialogickej dvojice – **M:** *Ďakujeme Adi.*; **R:** *Niet za čo.* – je uzatvorená komunikačným dôvetkom redaktorky s vysokou dávkou irónie a upriamuje pozornosť na príznakový charakter dialógu. Subjektívne výpovede komunikantov však nevyjadrujú hodnotiaci postoj k aktuálnej informácii o počasí, ale vzťahujú sa na rovinu nastoleného vzťahu medzi moderátorom a redaktorkou. Funkciou je aktivizovať percepciu prijímateľa práve tým, že jeho pozornosť rozptýlia a zamerajú na iné javy, ako je informácia o počasí. Výpoveď moderátora *No ja som ťa doteraz nepočúval prepáč* indikujúca istý nezáujem o aktuálnu predpoveď, napriek tomu, že zámerom moderátora bolo pobaviť poslucháča, je ideálnym príkladom, ktorý v rámci počasia Rádia Expres deklaruje nadradenosť komunikačného spôsobu prezentácie správ o počasí v porovnaní s ich informačným potenciálom.

[4. 11. 2013; 8.40]

M: *Informácia o počasí veľmi dôležitá. Bude pršať?*

R: *Bude ale až neskôr.*

[18. 2. 2014; 6.40]

M: *Šesť hodín štyridsať minút Tomáš ako bude dnes? [...] No ako bude chlapec?*

R: *Bude veľmi pekne prevažne polojasno iba zrána zostane v nížinách miestami hmlisto alebo zamračené nízkou oblačnosťou. Až k večeru bude pribúdať oblakov od juhozápadu. Teploty / no vysoké / šesť až dvanásť stupňov Celzia.*

[15. 1. 2014; 11.30]

M: *Ochladilo sa? Oli!*

R: (smiech) *A zamračilo sa.*

M: *A zamračilo sa a bude aj snežiť alebo kecám.*

Vo vybraných ukážkach môžeme vidieť istú variabilnosť, s ktorou pracuje moderátor pri nadväzovaní kontaktu s redaktorom spravodajstva. Na základe vysokej frekvencie spravodajských vstupov je neustála aktualizácia hovoreného slova zo strany tvorcov mediálneho dialógu nevyhnutná. Daný jav zároveň otvára priestor na sebarealizáciu komunikačnej dvojice s cieľom ozvláštniť pravidelne opakovanú informáciu o počasí, čo môžeme badať v jednotlivých osloveniach, prostredníctvom ktorých moderátor apeluje na redaktora počasia a zároveň vymedzuje komunikačnú situáciu: *no ako bude chlapec?*; **Tomáš; Oli!** Príznak neoficiálnosti podčiarkuje práve familiárny spôsob kontaktovania spravodajcu (oslovením *chlapec*, rodným menom *Tomáš*, rodným menom s vokatívny exponentom *Oli*), čím sa v rámci dialógu naznačuje komunikačná blízkosť a vytvára sa prístupná konverzačná atmosféra, ktorej cieľom je navodiť u percipienta pocit, že „sa poznáme“.

[25. 11. 2013; 13.30]

M: *Vieme ako bude? Asi vieme lebo už máme džingel.*

R: *Vieme samozrejme že vieme.*

[28. 11. 2013; 13.30]

M: *Tak Marianna ako nám zasneží na Henrietu?*

R: (redaktorka oznámi nepriaznivú predpoveď)

M: *Som zvedavý či sa večer ochladí aj v dennej hitparáde.*

V daných ukážkach môžeme poukázať na spôsob, akým sa vytvára rovina vzájomného „poznania sa“ vo vzťahu medzi vysielateľom mediálnej predpovede a jej prijímateľom. Na základe uplatnenia verbálnych deiktických prvkov *vieme, nám* vo výpovedi moderátor využíva inkluzívny plurál, prostredníctvom ktorého včleňuje publikum do komunikačnej situácie a naznačuje jeho rovnocennú participáciu na sprostredkovanom akte. Zároveň však na pozadí apelatívnych moderátorských prehovorov, ktoré otvárajú spravodajskú tému počasie, vnímame istú účelovosť, nie však v zmysle upozorniť poslucháča na novú informáciu o počasí, ale skôr aktivizovať komunikačné „spojenie“ s poslucháčom. Primárne to môžeme

pozorovať vo výpovedi *Vieme ako bude? Asi vieme lebo už máme džingel.*, v rámci ktorej sa moderátor odvoláva na hudobnú zvučku signalizujúcu začiatok predpovede, čo znamená, že realizácia správ o počasí nie je výlučne podmienená úvodným slovom moderátora.

Vychádzajúc z uvedeného môžeme konštatovať, že kontaktné formulácie moderátora sa javia ako redundantné, avšak vzhľadom na ich komunikačný potenciál, keďže jednotlivé výpovede nahrádzajú zdvorilostné oslovenie, čím rámcujú komunikačnú situáciu, a priamou apeláciou „vyzývajú“ poslucháča k aktívnej činnosti, dané tendencie hodnotíme ako funkčné.

Rozhlasové vysielanie Rádia Slovensko

[1. 3. 2014; 6.47]

M: *Dobré ráno želim Eugenovi Lexmanovi.*

H: *Dobré ráno.*

M: *Pekný víkend. No a sme zvedaví že či naozaj bude pekný čo sa týka počasia tak aké máme teraz počasie na Slovensku?*

H: *V noci postupovalo cez Slovensko také nesúvislé pásmo zrážok na severovýchod...*

M: *A aký bude deň?*

H: *Teda bude oblačno až zamračené*

M: *Áno tak si povedzme ešte nedeľu.*

H: *V nedeľu, čiže zajtra k nám bude prúdiť trochu teplejší a suchší vzduch...*

M: *Takže už tu máme jar dalo by sa povedať.*

H: *No áno už dnes je prvý jarný deň teda podľa našich klimatických hodnotení...*

M: *Ďakujeme veľmi pekne za predpoveď počasia Eugenovi Lexmanovi a želáme aj Vám príjemný víkend.*

H: *Ďakujem pekne dopočutia.*¹⁶

[1. 3. 2014; 7.46]

M: *Dobré ráno želim Eugenovi Lexmanovi do Slovenského hydrometeorologického ústavu.*

H: *Dobré ráno.*

M: *A sme zvedaví aký budeme mať víkend aké bude počasie aké je momentálne počasie na Slovensku.*

H: *No na západnom Slovensku máme malú oblačnosť až do polojasna hoci sa to nie každému zdá...*

M: *A ako bude vyzeráť sobota?*

H: *Bude teda oblačno až zamračené...*

M: *A čo ten druhý víkendový deň čiže nedeľa?*

H: *Zajtra k nám začne prúdiť trochu teplejší a suchší vzduch...*

M: *Ďakujeme veľmi pekne za predpoveď počasia to bol Eugen Lexman a prajem Vám príjemný víkend.*

H: *Ďakujem dopočutia.*

Vybrané ukážky sú úryvkom z dvoch špecializovaných relácií o počasí a v rámci vysielania Rádia Slovensko predstavujú súčasť spravodajského víkendového bloku o počasí. Informačný servis začínajúci o 6.47, ako aj o 7.46 je v programovej štruktúre verejnoprávneho rozhlasu označený názvom *Predpoveď počasia* a svojich poslucháčov má informovať o aktuálnych teplotách a predpovedi na sobotu a nedeľu. Obe tematicky vymedzené relácie sa realizujú v ranných hodinách s krátkym časovým odstupom a na základe ich porovnania pozorujeme, že spôsob spracovania danej témy sa výrazne nemení a ich realizácia sa pridrižiava vopred zvoleného výstavbového princípu, čo môžeme badať najmä na ustálenej selekcii a usporiadaní moderátorských replík.

Z tohto dôvodu sme si na analýzu v prvom rade zvolili tú časť výpovedného celku, kde je možné upriamiť pozornosť na pozíciu moderátora, na to, akú úlohu plní v rámci interakcie a do akej miery sa podieľa na svojráznosti výsledného rečového procesu. Samozrejme, až v súčinnosti s telefonickým hosťom vieme k predpovedi pristupovať ako ku komunikačne celistvému produktu, preto v ukážkach uvádzame v skrátenej podobe aj reakcie

¹⁶ **Abreviácie:** **M** – moderátor; **H** – telefonický hosť (meteorológ SHMÚ).

meteorológa, v ktorých sa zachytáva intenzita vzájomnej spolupráce medzi partnermi mediálnej komunikácie.

Hneď v úvode pozorovania môžeme konštatovať, že rovina „predpovednej“ komunikácie sa vo vysielaní Rádia Slovensko posúva smerom k formálnosti, o čom svedčia zdvorilostné rámce v úvode a v závere textu indikujúce oficiálny rozmer spravodajského dialógu. Podľa D. Slančovej „je zdvorilostný princíp založený na asymetrickom pôsobení námahy produktora a prospechu percipienta“ (Slančová, 1996, s. 76). Z uvedených ukážok je zrejmé, že moderátor vynaložil zvýšené úsilie na to, aby si svojho telefonického hosťa uctil a tým vytvoril vhodné konverzačné prostredie pre vymedzenú komunikačnú situáciu s cieľom dosiahnuť pozitívny účinok na strane príjemcu.

Porovnaním úvodných a záverečných kontaktných formulácií v prvom a druhom spravodajskom vstupe zistíme, že vo svojej obsahovej náplni sa veľmi nelíšia. Usudzujeme, že ich funkciou je vyjadriť v rámci interakcie istú sociálnu súdržnosť, pričom vzdialenosť medzi jej účastníkmi je zachovaná na formálnej, neosobnej úrovni. Druhé najpočítavnejšie rádio na Slovensku sa pri realizácii správ o počasí prispôsobuje podmienkam verejného charakteru komunikácie a v zmysle úspešného nadviazania kontaktu s publikom volí cestu zdvorilostného „odstupu“ medzi komunikačnými partnermi, ktorá tak otvára priestor pre vecné spracovanie predpovednej relácie. Podľa tejto skutočnosti sa poslucháč Slovenského rozhlasu vyznačuje preferenciou úctivej komunikácie, ktorá v danom komunikačnom prostredí predstavuje základný atribút seriózneho spravodajstva, a posilňuje tak hodnovernosť informačného servisu o počasí. Uvedený predpoklad možno vnímať ako kľúčovú profiláciu, prostredníctvom ktorej dané médium usmerňuje svoj tvoriaci proces s cieľom oslovit' väčšinové publikum.

Prezentácia ustálenej schémy informačného bloku o počasí založenej na báze oficiálnosti súvisí so skutočnosťou, že v prostredí verejnoprávneho rozhlasu je primárnym komunikačným zámerom ponúknuť príjemcovi pravdivé a starostlivo overené informácie. Znakom dôveryhodného spravodajstva¹⁷ je odborný výklad a to je hlavný dôvod, prečo v úvode a v závere spravodajského vstupu o počasí moderátor kladie zvýšený dôraz na predstavenie osobnosti meteorológa, ktorý sa vyznačuje súborom kvalifikovaných znalostí. Slovenský hydrometeorologický ústav (SHMÚ) sa stáva akousi značkou informačnej kvality predpovede, ako aj seriózneho charakteru média, ktoré tak vďaka uznávaným odborníkom prináša overené správy z oblasti počasia a podľa tohto predpokladu oslovuje široké poslucháčske publikum. Pozoruhodný jav v súčasných médiách možno v súvislosti s predpovednými reláciami identifikovať ako „meteorologický boom“ a daná skutočnosť naznačuje, že výsledný charakter konkrétneho spravodajského celku o počasí nezávisí od pozície odborníka, ktorého úlohou je komplexne opísať a zhodnotiť aktuálnu situáciu v počasí, ale od výrazového potenciálu informácie o počasí, ktorá je na základe istého spôsobu prezentácie schopná pôsobiť na vedomie prijímateľa kvalitatívnym dojmom.¹⁸

Ako sme už naznačili, predpoveď počasia Rádia Slovensko sa realizuje na základe schematickej štruktúry, ktorej priebeh usmerňuje moderátor vo vysielaní. Na rozdiel od Rádia Expres, kde dochádza k častému prelínaniu komunikačných úloh, je rola moderátora a rola meteorológa (telefonického hosťa) presne vymedzená, a dialóg tak prebieha na základe pevne ustálených pravidiel. Úlohou vedúceho hovoreného slova je organizovať, viesť, prípadne usmerňovať rečový prejav meteorológa. Z hľadiska vopred pripravených informačných

¹⁷ O dôveryhodnosti predpovede počasia porov. Klingová, 2015.

¹⁸ Zvýšený dôraz na atribúty profesionálnosti a serióznosti v predpovedi počasia upriamuje pozornosť na to, že „štýl postupne získal prevahu nad obsahom a zmyslom“ (McNair, 2004, s. 122). Danú skutočnosť myšlienkovu rámcuje M. McLuhan (1991), ktorý uvažuje o tzv. haptickom období médií, čo súvisí so spôsobom prezentácie predpovedných relácií v médiách v zmysle posilnenia zážitkovosti či emociálnosti predpovede (k výrazovej koncepcii štýlu porov. napr. Miko – Popovič, 1983).

vstupov odborníka však väčší moderátorský zásah nie je potrebný, jeho prejav tak možno považovať za výlučne rámcový, to znamená, že predstavuje akúsi zjednodušenú schému, podľa ktorej sa buduje oznamovacie jadro predpovede. Apelatívne otázky moderátora svojou stabilnou štruktúrou lemujú informačné posolstvo správ o počasí, poukazujú na autorskú nezúčastnenosť na výslednom komunikáte, a preto sa v tomto prípade prikláňame k tvrdeniu J. Mistríka, ktorý dialogické prehovory v médiách chápe ako „medzitulky“ (Mistrík, 1997, s. 413).

Rozhovor na tému počasie by sme mohli segmentovať na päť základných častí, ktoré sa dodržiavajú počas každej predpovednej relácie. Prvý a posledný komunikačný úsek predstavuje už spomínaná zdvorilostná formulácia, kde moderátor na úvod hosťa pozdraví, predstaví a uvedie ho do komunikačnej situácie. Na záver mu zas poďakuje a s prianím pekného dňa sa s ním úctivo rozlúči. Vo vybraných ukážkach sú tieto pasáže takmer identické:

ÚVOD [1. 3. 2014]

- **6.47** – **M:** *Dobré ráno želim Eugenovi Lexmanovi.*; **H:** *Dobré ráno.*; **M:** *Pekný víkend.*
- **7.46** – **M:** *Dobré ráno želim Eugenovi Lexmanovi do Slovenského hydrometeorologického ústavu.*; **H:** *Dobré ráno.*

ZÁVER [1. 3. 2014]

- **6.47** – **M:** *Ďakujeme veľmi pekne za predpoveď počasia Eugenovi Lexmanovi a želáme aj Vám príjemný víkend.*; **H:** *Ďakujem pekne dopočutia.*
- **7.46** – **M:** *Ďakujeme veľmi pekne za predpoveď počasia to bol Eugen Lexman a prajem Vám príjemný víkend.*; **H:** *Ďakujem dopočutia.*

Ako môžeme pozorovať, dialogický charakter spravodajstva o počasí verejnoprávneho média, ktorý reláciu o počasí vymedzuje ako typ kontaktového programu, sa manifestuje na pozadí využívania ustálených deiktických prostriedkov (oslovenie, úvodné a záverečné zdvorilostné vyjadrenia). Tie sa vzhľadom na pravidelnú reprezentáciu oficiálneho statusu tematicky vymedzenej komunikácie stávajú stereotypnou základňou textovej výstavby, a predstavujú tak východisko jazykovo-komunikačných stratégií média.

Dialogická povaha správ o počasí sa však prejavuje najmä v ich oznamovacej podstate, preto sme podrobný pohľad venovali hlavnej časti spravodajského textu. Jadro predpovednej relácie pozostáva z troch základných otázok, ktoré kladie moderátor meteorológovi a na ich základe sa naplnia informačná nasýtenosť textu: 1. *aké je počasie teraz*; 2. *aké bude počasie dnes* (počas dňa); 3. *aké bude počasie zajtra* (prípadne ďalšie dni). Podľa aktuálnej situácie a miery autorského zásahu sa tento východiskový rámec môže prispôbiť komunikačným potrebám, ale konštitutívna osnova zostáva pravidelne zachovaná.

JADRO [1. 3. 2014; 6.47]

- **M:** *Pekný víkend. No a sme zvedaví že či naozaj bude pekný čo sa týka počasia tak aké máme teraz počasie na Slovensku?*
- **M:** *A aký bude deň?* (dnes)
- **M:** *Áno tak si povedzme ešte nedeľu.* (zajtra)
- **M:** *Takže už tu máme jar dalo by sa povedať. (doplňujúca výpoveď)*

Prvotnou konštrukciou, ktorá otvára informačný rámec predpovede, moderátor vyzdvihuje prítomnosť ďalšieho komunikanta, ktorým je množina príjemcov. Využitím verbálnej personálnej deixy v inkluzívnom pluráli *sme zvedaví* (my – 1. os. pl.) sa autor pripája k „zvedavému“ publiku, čím vytvára spoločnú rovinu interakcie, v ktorej aktér hovoreného slova nezastáva vyššie miesto ako príjemca, ale nachádza sa s ním na jednotnej komunikačnej úrovni. Toto verbálne „stotožnenie sa“ s kolektívom percipientov vyzdvihuje

moderátorskú úlohu v relácii o počasí, ktorou je zastupovať potreby cieľového publika v oblasti spravodajsky vymedzenej témy. Komunikačný zámer, ktorý spočíva vo verbálnom priblížení sa účastníkom rozhovoru, je viditeľný aj prostredníctvom apelatívnej výpovede *tak si povedzme* (1. os. pl.), pretože v nej sa relativizuje príkaz smerovaný hosťovi, a deklaruje sa tak prístupná rovina komunikácie.

JADRO [1. 3. 2014; 7.46]

- **M:** *A sme zvedaví aký budeme mať víkend aké bude počasie aké je momentálne* (teraz) *počasie na Slovensku.*
- **M:** *A ako bude vyzerat' sobota?* (dnes)
- **M:** *A čo ten druhý víkendový deň čiže nedeľa?* (zajtra)

Ako ilustráciu uvádzame moderátorský korpus otázok z nasledujúceho spravodajského bloku o počasí, ktorý bol od prvého vstupu odvysielaný s hodinovým odstupom. Pozorujeme, že autor pri nadväzovaní kontaktu s hosťom postupoval podľa rovnakého princípu, dokonca vo svojom prehovore využil totožnú konštrukciu *sme zvedaví*, ktorou do rozhovoru zahrnul aj fyzicky neprítomné publikum. V úvodnom výpovednom komplexe moderátor najskôr syntetizuje všeobecné otázky – *aký budeme mať víkend; aké bude počasie* – ktorým bude v predpovedi venovaná pozornosť, a potom svoju opytovaciu konštrukciu špecifikuje – *aké je momentálne počasie na Slovensku* – čím sa potvrdzuje ustálený postup tvorby správ o počasí. Pravidelne opakovaná schéma vedie mediálnych tvorcov k neustálej aktualizácii jednotlivých textov, čo môže niekedy viesť až k redundancii. Daný fakt potvrdzuje moderátorská replika *A čo ten druhý víkendový deň čiže nedeľa?*, kde je zvýraznená explikatívna formulácia duplicitnou informáciou, ktorá neprináša poslucháčovi nový význam.

Porovnaním textovej výstavby dvoch ranných tematicky vymedzených relácií potvrdzujeme, že funkčnosť moderátorského slova v „počasovom“ spravodajstve verejnoprávneho rozhlasu sa obmedzuje na usmernenie „dialógu o počasí“, v ktorom jednotlivé repliky hlavného aktéra segmentujú vopred pripravený rečový prejav telefonického host'a, a na základe tohto významového predelu sa tak uľahčuje proces percepcie na strane poslucháča.

Porovnanie rozhlasového vysielania správ o počasí Rádia Expres a Rádia Slovensko

Ak sa budeme pridŕžiavať klasifikácie výrazových kategórií podľa F. Míka a konkrétne kategórie ikonickosti výrazu, môžeme konštatovať, že spôsob obsahového stvárnenia reality sa v rámci dvoch charakterovo odlišných rozhlasových inštitúcií „orientuje na dve protichodné tematické univerzá (inventáre), ktoré sú prameňom pre pojmové zobrazenie alebo zážitkové zobrazenie“ (Miko – Popovič, 1983, s. 176). Vzhľadom na doterajšiu špecifikáciu jednotlivých rádii je zrejmé, že komerčný rozhlas sa vo svojej tvorbe väčšinou podriaďuje kategórii zážitkovosti, ktorá je „výrazom ‚živého‘ vyjadrenia“ (Miko – Popovič, 1983, s. 217), zatiaľ čo verejnoprávny rozhlas si za svoj dominantný postup volí pojmové spracovanie textu ako výraz generalizácie skutočnosti.

Z uvedeného sa odvíja aj úloha vedúceho hovoreného slova. Na rozdiel od Slovenského rozhlasu, kde moderátor zastáva pozíciu „zvedavého“ poslucháča, ktorý od meteorológa zisťuje aktuálnu situáciu v počasí, sa „Expres moderátor“ vyznačuje tým, že vo svojom prejave zastupuje nielen potenciálne publikum, ale aj seba ako hlavného tvorca komunikačného aktu. S daným stanoviskom súvisí aj časté prelínanie komunikačných funkcií interakčných dvojíc, pretože v najpočúvanejšom rádiu na Slovensku vznikajú aj také situácie, kde si moderátor s redaktorom menia svoje pôvodné pozície a „pýtajúcim sa“ je striedavo raz jeden, potom druhý: **M:** *...a ako bude na celom Slovensku Aďa?* **R:** *...a štyri stupne sú kde? Tipni si!* **M:** *Štyri stupne? No ja som ťa doteraz nepočúval prepáč.* **R:** *Aha diki.* (Rádio Expres; 21. 12. 2014; 12.30).

Kompozičná štruktúra predpovede je budovaná na dialogickom princípe v oboch rozhlasových médiách, no napriek tomu vnímame v spôsobe jej realizácie istú diferenciu. Počasie Rádia Slovensko možno priklonením sa k tvrdeniu J. Mistríka (1997) charakterizovať ako reláciu založenú na umelom dialogizovaní pôvodne monologického textu, kde nedochádza k výmene komunikačných rolí ich účastníkov: **M:** *A ako bude vyzerat' sobota?* **H:** *Bude teda oblačno až zamračené...* **M:** *A čo ten druhý víkendový deň čiže nedeľa?* **H:** *Zajtra k nám začne prúdiť trochu teplejší a suchší vzduch...* (Rádio Slovensko; 1. 3. 2014; 7.46). Predpoklad *vzájomnosti* sa v predpovednom programe posilňuje na oboch vysielacích frekvenciách, „dialógy o počasí“ sa však v závislosti od konkrétneho média realizujú osobitnou cestou a naplňujú aj osobitné komunikačné poslanstvá. Svojim poslucháčom totiž médiá ponúkajú na výber dve možnosti – zdvorilo sa „porozprávať“ alebo si kamarátsky „pokecať“. Na jednej strane je upriamená pozornosť na *úctivosť výrazu*, ktorá hovorí o „rešpektovaní dôstojnosti príjemcu zo strany hovoriaceho v reči“ (Miko – Popovič, 1983, s. 211), čo sa vo verejnoprávnom prostredí prejavuje využívaním konvenčných vyjadrení zdvorilostného charakteru v úvode a závere prejavu. Na strane druhej sa manifestuje *autorská singularnosť (jedinečnosť) výrazu*, prostredníctvom ktorej sa v komerčnom Rádiu Expres spravodajská informácia stáva hodnotnou len vtedy, „keď sa informatívnosť výrazu zákonite spája s umeleckým majstrovstvom a ideovou zásadovosťou“ (Miko – Popovič, 1983, s. 163). V Rádiu Slovensko je predpoveď počasia komunikačne prístupnou na základe detailnej analýzy, ktorou mediálni pracovníci prezentujú explikatívny rozbor spravodajsky dôležitých javov z danej oblasti, s cieľom byť pre poslucháča čo najviac zrozumiteľným. Sledovaním maximálnej informačnej nasýtenosti sa však vo výslednom prejave nachádzajú redundantné prvky, ako to môžeme vidieť v moderátorskej výpovedi: **M:** *A čo ten druhý víkendový deň čiže nedeľa?* (Rádio Slovensko; 1. 3. 2014; 7.46). Zvýraznený prehovor síce spresňuje obsahové zameranie otázky, ale neprináša prijímateľovi novú informáciu, to znamená, že sémantická otvorenosť výpovede by bola zachovaná aj bez ich využitia.

Komunikačná prístupnosť predpovede vysielanej na Rádiu Expres sa dosahuje pomocou uvoľnenej atmosféry, ktorú sa mediálni tvorcovia snažia prezentovať počas celého spravodajského vstupu. Dôležitým prvkom informačného celku o počasí je autorský subjekt, ktorý „v snahe zvýšiť zážitkovú intenzitu a plnosť [...], ‚domýšľa‘ a ‚dotvára‘ obsah zobrazenia“ (Miko – Popovič, 1983, s. 216). Príkladom môžu byť konkrétne výpovede: **M:** *Moja zlatá no koľko obláčikov si dnes na oblohe narátala?* (Rádio Expres; 22. 4. 2013; 9.30); **M:** *Tak čo nám to dnes počasie narobilo?* **R:** *Dnes sa môžeme tešiť na obľúbenú kombináciu dažďa so snehom.* **M:** *Myslíš tú smiešnu kašu na cestách?* (Rádio Expres; 27. 11. 2013; 14.30).

Záver

Tematicky vymedzený program, akým je špecializovaná relácia o počasí, je v prvom rade súčasťou inštitucionálnej komunikácie, keďže spravodajské vstupy sa realizujú v rámci verejného mediálneho prostredia. Na základe charakteru média preto výsledné prejavy podliehajú určitým normám predstavujúcim interakčný vzorec, podľa ktorého redaktorské tímy postupujú pri koncipovaní informačných celkov o počasí. Dialogická forma rozhlasovej predpovede je tak odrazom činnosti verejnoprávnej alebo komerčnej mediálnej inštitúcie, ktorá sa vyznačuje osobitnými textotvornými stratégiami na ceste za získaním si dlhodobej priazne publika. Prvé dve najpočítavnejšie slovenské rádiá vo svojom predpovednom spravodajstve dbajú o hodnoverné spracovanie oznamovanej správy, každá však na dosahovanie atribútu dôveryhodnosti volí inú komunikačnú metódu. Kým vysielanie Rádia Slovensko sa vyznačuje vecným, exaktným priblížením spravodajsky dôležitých udalostí, Rádio Expres kladie dôraz na exkluzívne podanie informácií o počasí.

Táto diverzifikácia mediálneho priestoru vyplýva z čiastkových zámerov príslušných redakcií. Expres počasie už aj samotným názvom naznačuje, že jeho textotvorné postupy sú založené na markantnej prezentácii počasia ako výsledku osobitného, svojského prístupu moderátorských osobností, ktoré výrazne kreujú jednotlivé dialógy prostredníctvom vlastnej dávky originality. Ich snahou je docieľiť, aby bol mediálny prejav pre poslucháča komplexne prístupný, aby okrem informačnej nasýtenosti svojho percipienta prípadne aj pobavil a ponúkol mu na základe tohto príjemného naladenia možnosť okúsiť zážitok „z počutého“. Rádio Slovensko sa zas upriamuje na exaktné podanie aktuálnych informácií a prostredníctvom „klasickej“ štruktúry spravodajského textu, vystavanej na vecnom a explikatívnom základe aktuálneho javu, sa snaží osloviť svojho percipienta.

Zhrňujúcim konštatovaním tak môže byť skutočnosť, že komunikačné postupy vymedzených mediálnych staníc sa zhodujú v spoločnom záujme – osloviť čo najväčšiu množinu príjemcov – pričom Rádio Expres prezentuje ležérne konverzačné prostredie a v rámci neho recipientovi poskytuje stručnú, zovšeobecnenú správu o počasí obsahujúcu iba základné informácie, tvorcovia spravodajskej relácie Rádia Slovensko chcú, naopak, upútať formálnou prezentáciou počasia, ktorá indikuje oficiálny rozmer rozhovoru, a svojmu publiku sa približujú prostredníctvom komplexného, informačne nasýteného textu.

Literatúra:

- ČMEJRKOVÁ, Světa: Mediální dialog: Model a skutečnost. In: Člověk a jeho jazyk 1. Jazyk jako fenomén kultúry. Eds. K. Buzáasyová. Bratislava: Veda 2000, s. 124 – 140.
- Encyklopedický slovník češtiny. Praha: Nakladatelství Lidové noviny 2002.
- FINDRA, Ján: Štylistika slovenčiny. Martin: Vydavateľstvo Osveta 2004.
- KLINGOVÁ, Jana: Prezentácia počasia v slovenských elektronických médiách. [Diplomová práca.] Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity 2014.
- KLINGOVÁ, Jana: Predpoveď počasia ako mediálny fenomén. In: 10. študentská vedecká a umelecká konferencia. Eds. M. Ološtiak. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove 2015, s. 227 – 233.
- Krátky slovník slovenského jazyka. Bratislava: Veda 2003.
- MARKOVÁ, Ivana – MÜLLEROVÁ, Olga – HOFFMANNOVÁ, Jana: Od teórie dialogu k inštitucionálnej komunikácii. Slovo a slovesnosť, 1999, roč. 60, č. 3, s. 195 – 213.
- McLUHAN, Marshall: Jak rozumět médiím. Extenze člověka. Praha: Odeon 1991.
- McNAIR, Brian: Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál 2004.
- McQUAIL, Denis: Úvod do teórie masovej komunikácie. Praha: Portál 1999.
- MIKO, František – POPOVIČ, Anton: Tvorba a recepcia. Bratislava: Tatran 1983.
- MISTRÍK, Jozef: Štylistika. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo 1997.
- MÜLLEROVÁ, Olga: K problematice dialogické komunikácie. Slovo a slovesnosť, 1989, roč. 50, č. 1, s. 69 – 72.
- POLÁŠ, Martin: Počúvanosť rádií: Do top 10 sa zmestilo Rádio Devín, Vlna zatiaľ nie. Medialne.etrend.sk. [online]. [citované: 2015-12-10]. Dostupné na: <http://medialne.etrend.sk/radia/pocuvanost-radii-do-top-10-sa-zmestilo-radio-devin-vlna-zatial-nie.html>
- Rádio Slovensko: Rozhlasový program. Sobota 10. 10. 2015. Rtv.s.sk [online]. [citované: 2015-12-10]. Dostupné na: <http://www.rtv.s.sk/radio/program?date=2015-10-10>
- RUSNÁK, Juraj: Textúry elektronických médií. Vývoj a súčasný stav. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej Univerzity v Prešove 2010.
- SLANČOVÁ, Daniela: Praktická štylistika. Prešov: Slovacontact 1996.
- SLANČOVÁ, Daniela: Východiská interaktívnej štylistiky (Od eklektizmu k integrácii). Slovenská reč, 2003, roč. 68, č. 4, s. 207 – 223.

Slovník cudzích slov (akademický). Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo – Mladé letá 2005.

VYBÍRAL, Zbyněk: Psychologie komunikace. Praha: Portál 2009.

ZEMAN, Jiří: Předpověď počasí v rozhlasovém vysílání. In: Styl mediálních dialogů. Eds. S. Čmejrková et al. Praha: Academia 2013, s. 118 – 128.

Summary

Dialogic communication as the way of the weather forecasts in radio news

The paper focuses on the presentation of the weather in the broadcast of Slovak public and commercial radio media, which is gaining an important role and a detailed view dedicated to targeted news coverage of weather and its specialized programs in the current media landscape. The article, through methods of observation and stylistic interpretation, describes the way of implementing weather reports and to interpret the underlying motivation of media presenters during the reporting processes to meet the communicative goals of the media – to intensify the mutual contact between communicants. In the currently preferred dialogic form of the media unit, it analyses the high frequency of the weather forecast programs that indicates the association between the intimate relation created in weather reports and haptic and dialogical tendencies of today's weather forecasts in the radio news.