

PRODUCTION ACTIVITY OF METROPOLITAN SiTy SLOVAK RADIO

PRODUKČNÁ ČINNOSŤ METROPOLITNÉHO RÁDIA SiTy

doc. PhDr. PaedDr. Karol Orban, PhD.

FDU AU Banská Bystrica

ABSTRACT

The contribution maps the production activity of the metropolitan SiTy radio in Bratislava with an emphasis on capturing the characteristic specifics influencing the overall concept of the programme composition of the auditory medium. In general, it maps the repertoire of the most important music-entertainment or dance and news and current affairs shows, their most important sections, and also reflects on their most important contributions and pitfalls. The aforementioned aspects are closely included in the analyses of the programmes themselves, from which we learn information about the value orientation of the editors or guests and the linguistic culture of the SiTy commercial radio staff.

Key words: Radio SiTy, qualitative content analysis, commercialization, programme structure

ABSTRAKT

Príspevok mapuje produkčnú činnosť metropolitného Rádia SiTy v Bratislave s dôrazom na vystihnúť charakteristických špecifik ovplyvňujúcich celkovú koncepciu programovej skladby auditívneho média. Vo všeobecnosti vystihuje repertoár najdôležitejších hudobno-zábavných, tanečných a spravodajsko-publicistických relácií a taktiež reflektuje ich prínos a úskalia. Uvedené aspekty sú úzko obsiahnuté v samotných analýzach relácií, z ktorých sa dozvedáme informácie o hodnotovej orientácii redaktorov či hostí a o jazykovej kultúre pracovníkov komerčného rádia.

Kľúčové slová: Rádio SiTy, kvalitatívna obsahová analýza, komercializácia, programová štruktúra

Úvod

Výber témy môjho príspevku bol podmienený nasledovnými faktormi. Jedným z nich bolo najmä to, že nikto z mediálnych odborníkov nevenoval špecifickú pozornosť metropolitnému Rádiu SiTy. Na druhej strane, oslovil nás aj možno pre niekoho „atypický“ repertoár programovej štruktúry rádia, ktorý sa obzvlášť špecializuje na produkciu žánrov populárnej hudby. Svojou tematickou koncepciou dokáže osloviť typického mainstreamového diváka preferujúceho zábavu, relax. Vo väčšine prípadov ide o recipientov v produktívnom veku t. j. mladiství a stredná veková kategória. Hlavný dôvod voľby danej témy pramenil aj zo sídla Rádia SiTy v meste, v ktorom už takmer žijeme tri desaťročia. Rádio SiTy má svoju stránku dostupnú v online podobe, kde si môžeme naladiť aj vybrané programy. (Rádio SiTy-SiTy Sety, 2022).

Naším zámerom je popísať hlavnú filozofiu metropolitného Rádia SiTy, v rámci ktorej vystihneme aj typické kompozičné princípy podieľajúce sa na realizácii rozhlasového vysielania. Z rozhlasového vysielania vieme vydedukovať aj prevažujúce hodnoty príslušného personálneho štábu. Existencia Rádia SiTy má v dnešnej dobe svoje opodstatnenie, nakoľko odráža charakter postmodernej spoločnosti, pre ktorú je príznačný rozvoj masovokomunikačných prostriedkov

a kultúrno-zábavného priemyslu. Hlavný dôvod je logicky opodstatnený: „*Majitelia médií sú totiž presvedčení, že iba komerčné umenie im zabezpečí masovú sledovanosť, ktorá je jediným kritériom rozhodujúcim o programovom zložení vysielania televízie, čiastočne aj rozhlasu.*“ (Žilková, 2006, s. 21) Recipienti siahnu ku komerčným rozhlasovým staniciam z dôvodu vypnutia, či odreagovania sa od problémov, starostí všedného dňa. V eskapizme spočíva prvotný úspech komerčných médií, nakoľko z neho žijú.

Metropolitné Rádio SiTy

Rádio SiTy je významné metropolitné rádio, ktoré na slovenskom mediálnom trhu funguje od roku 2004, kedy začalo vysielat' na frekvencii 107 FM.(Rádio SiTy-O rádiu, 2017) Hlavný dôvod vzniku rádia súvisel nielen s narastajúcimi apelujúcimi potrebami poslucháčov, ale aj s vyvíjajúcou činnosťou jednotlivých reklamných partnerov. Metropolitné rádio sa vzťahuje k určitému regiónu, zaberá príslušné okolie Bratislavského regiónu, jeho účelom je vystihnúť všeobecné informácie o vývoji udalostí v danom kraji. Má špecifikovanú platformu, v určitých prípadoch má dosah aj na obyvateľov susedných mestských častí. Projekt vzniku Rádia SiTy schválili členovia Rady pre vysielanie a retransmisiu v máji 2004, predstavil ho na zasadnutí generálny riaditeľ Rastislav Lehotský(1964-2022).(SITA-TASR, 2004) V roku 2004 sa Slovensko stalo členom Európskej únie, s čím prišli aj mnohé reformné zmeny najmä v oblasti poskytovania dotácií či rôznych eurofondov pre metropolitné rádio.

Dôležití pracovníci Rádia SiTy

Hlavný personálny štáb rádia pozostáva z výkonných pracovníkov najmä ide o produkčnú v oblasti marketingu Andreu Lehotskú, spravodajských redaktorov Františka Jašíka a Juraja Gejdoša, hudobného dramaturga Vratka Studeniča, moderátorku Icu Ubrežiovú a dídžejev Ivana alias Lea, Pizamana a ostatných.

Generálnym riaditeľom rádia je Rastislav Lehotský(1964-2022), pripravuje poslucháčom obľúbené oldies hity, ktorého kompetentná právomoc spočíva vo vydávaní najdôležitejších rozhodnutí záväzného charakteru, okrem toho vyjadruje sa k príslušnému personálnemu manažmentu redakcie. Súčasťou pomocného riadiaceho aparátu rádia ako organizácie je ekonómka Katarína Kaprinayová a externá obchodníčka Edit Volentierová. Marketingový riaditeľ je obzvlášť zodpovedný za vypracovanie a realizáciu marketingového plánu, projektovanie, aktualizáciu a popularizáciu marketingových kampaní, personálnu politiku jednotlivých oddelení, projektovanie a realizáciu propagačných kampaní. (Pravdová, 2004)

Marketingová produkčná Andrea Lehotská sa zmieňuje aj o cenových reláciách za odvysielané reklamné spoty, uvedené skutočnosti sú online verejnosti prístupné na internetovej stránke Rádia SiTy. Náklady na výrobu reklamného spotu pokrývajú ceny za vysielací čas, ktorý môže byť rôznorodý(20, 30 sekúnd), ceny za umiestnenie ostatných reklamných produktov(napr. súťaž, sponzoring, rozhovor a pod.), autorské práva za hudbu a príslušný copyright produktu v iných médiách.

Programová štruktúra Rádia SiTy

Vo všeobecnosti programová štruktúra odzrkadľuje určitú rozhlasovú reláciu alebo jednotlivé programové úseky. (Maršík, 1995) Programovú štruktúru má na starosti programový riaditeľ, ktorý pri jej výstavbe berie do úvahy zásady programovej skladby, ale aj typický charakter jednotlivjej rozhlasovej stanice, jej vymoženosti. (napr. otázka financií, technika a pod.) V rámci realizácie programovej štruktúry sa berú do úvahy nasledovné kritériá poslucháčov-povolanie, vek, pohlavie, vzdelanie, kultúrne a spoločenské záujmy skupín, potreby, pomer voľného a pracovného času a pod. Programová štruktúra závisí od osnovy relácie, čiže laicky povedané musí sa prispôbiť prevažujúcim okolnostiam a mimoriadnym spoločenským a politickým udalostiam. Programová

štruktúra závisí od poslucháčov, ktorí svoj denný program prispôsobujú danému vysielaniu. Vzťah je tu obojstranný. V rámci úpravy programovej štruktúry je nutné zohľadniť obsahovú a žánrovú pomernosť programu a jeho jednotlivých častí. Vo vysielaní rozhlasových staníc musí byť pomer slova a hudby vyvážený, a to sohľadom na cieľové možnosti vlastnej stanice, ale aj konkurencie. (Tamže) Programová štruktúra rozhlasového vysielania je síce pevne ustanovená, no môže sa upravovať, vyvíjať a meniť v závislosti od potrieb rozhlasu a jeho poslucháčov.

Rádio SiTy ponúka zmes slovesných, hudobných programov prezentujúcich významné osobnosti zo sveta hudby a tanca. Celková produkcia je väčšinou jednostranne zameraná, čo považujeme za hlavný nedostatok auditívneho média. Odporučili by sme sortiment jednotlivých relácií rozšíriť o novinky zo sveta kinematografie a športu. Vysielanie beží nepretržite v pondelok až nedeľu od 02:00 do 0:00. Jednotlivé vysielacie bloky majú hodinový až trojhodinový spád.

Rádio SiTy poukazuje na výnimočnosť dramatických umení, v jednotlivých setoch sú odzrkadlené prejavy mediálnych prezentátorov. (moderátorov, redaktorov) Ťažiskom rozhlasového vysielania sú neskoré nočné hodiny. V mediálnych prejavoch sú implementované prvky v komerčnom, či modernom štýle. Jazyk médií stavia prevažne na slangových výrazoch (napr. prdel), emfatických výrazoch (strááášneee). Väčšinou zdôrazňujú aspekt zábavy prostredníctvom disko-hudby, funky hudby a hitov na želanie. V mediálnych prejavoch sa obzvlášť objavovali slangové výrazy, väčšinou z nich sála bohatý prízvuk typický pre hlavné mesto. Konkrétne ide o zvyklosť mladých neskúsených moderátorov bez odbornej prípravy, čo je cítiť z mikrofónu. (Hudíková, 2002)

Ukážka programovej štruktúry Rádia SiTy- Pondelok

00– 02 : nočné mesto : funky & disco time by DJ Rastislav T. Lehotský(1964-2022)

02 – 05 : nočné mesto – DJ SETY z archívu Rádia SiTy

05 – 06 : prebúdzanie

06 – 10 : ráno v meste ...

10 – 12 : dopoludnie v meste

12 – 13 : hitpanoráma nonstop – latino mastermix by dj Hajtkovič

13 – 16 : popoludnie v meste

16 – 18 : Popoludnie zo SiTy – Najväčšie tanečné hity (Správy a doprava)

18 – 20 : Dance Memories Directreal (repríza) (do éteru prináša Directreal)

20 – 22 : ShowTime s AT media – Henrich T and friends

22 – 24 : Rande v meste / Party v Bratislave pripravuje odborník z branže JL dj – Repríza(Rádio SiTy- SiTy Sety 2022)

METODOLÓGIA VÝSKUMU

Naším cieľom je analyzovať vybrané relácie vysielané na Rádiu SiTy. V rámci analýzy si všimame jednotlivé kompozičné prvky a príslušné hodnotové poslanstvo. Výber relácií bol podmienený ich dostupnosťou na internetovom portáli stránky Rádia SiTy v rubrike SiTy Sety. (Rádio SiTy- SiTy Sety, 2022) V záujme dosiahnutia stanovených cieľov sme použili metódu kvalitatívnej obsahovej analýzy, ktorej význam spočíva v analýze, rozbere a selekcii jednotlivých informácií. V rámci výskumu masmédií ide najčastejšie o komparáciu mediálneho obsahu s distribúciou určitých sociálnych javov. Vybrané relácie podrobíme tematickej analýze, prostredníctvom ktorej prispejeme k definícii ich príslušného mediálneho obrazu.

Ciele a výskumné otázky

Cieľom metódy kvalitatívnej obsahovej analýzy je zistiť charakteristické špecifiká mediálnych relácií. Pri analýzach si budeme všimáť aj žurnalistické žánre a poukážeme na konkrétne hodnotové aspekty. Materiál na porovnanie získame z knižných a archívnych zdrojov, ktoré sú uložené v rozhlasovej fonotéke metropolitného Rádia SiTy dostupnej na internete. Samozrejme dôležité informácie získame aj prostredníctvom nášho odposluchu relácií, v rámci neho budeme hlavnú pozornosť orientovať na spisovnú výslovnosť mediálnych prezentátorov (moderátor, redaktor).

Budeme si všímať aj štylistiku viet a dodržiavanie pravidiel spisovnej výslovnosti. Súčasťou kvalitatívnej obsahovej analýzy je stanovenie výskumných otázok, ktoré do istej miery kopírujú vymedzený cieľ nášho príspevku. Hlavným zámerom výskumnej otázky je vysvetliť kľúčovú podstatu daného problému: „Výskumnou otázkou je vo výskume podľa uchopenej teórie výrok, ktorý identifikuje skúmaný jav. Tento výrok pojednáva o tom, načo sa konkrétne chceme zamerať a čo chceme o danom predmete vedieť. V teórii sa otázky často orientujú na dianie a priebeh.“ (Strauss-Corbinová, 1999, p. 24) V tomto prípade nám ide o vymedzenie sociálnych aspektov realizácie rozhlasového vysielania. Výskumné otázky (2) väčšinou sledujú faktory, ktoré sa zaoberajú postavením Rádia SiTy na mediálnom trhu. V rámci kritérií si všímame úroveň repertoáru programovej skladby vysielania, vystihneme aj schopnosť a pružnosť mediálneho štábu Rádia SiTy. V súvislosti s mediálnym štábom upriamime dôležitú pozornosť na dodržiavanie elementárnych novinárskych kritérií, konkrétne na ich plnenie a obchádzanie. Ďalej sa budeme snažiť vystihnúť hodnotové posolstvo vysielaných relácií.

Aká je odbornosť zamestnancov Rádia SiTy?

Táto nami navrhnutá výskumná otázka má svoje opodstatnenie. Jej zmyslom je podať verejnosti správu o vnímaní rozhlasového - auditívneho médiá z pohľadu mediálneho mainstreamu. Pýtame sa či jeho koncepcia zodpovedá základným štandardom, ktoré sú kladené na existenciu mediálnych inštitúcií. Zistíme aj úroveň produkčného štábu, inak povedané či mediálni pracovníci sú dostatočne odborne vybavení najmä z pohľadu ovládania žurnalistických postupov.

Na aké témy sa zameriava repertoár programovej skladby vysielania ? Z pozorovania programovej štruktúry Rádia SiTy usudzujeme, že prílišnú pozornosť venuje disko hudbe, hitparádam, hudbe do tanca a pod. Môžeme konštatovať, že najväčšiu pozornosť toto metropolitné rádio venuje komerčným aktivitám.

ANALÝZA A INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV VÝSKUMU

V rámci našej analýzy venujeme predmetnú pozornosť nasledovným kritériám: **Žurnalistické kritériá**- jazyková kultúra mediálnych prezentátorov (moderátorov, redaktorov), charakteristický spôsob podávania informácií recipientom, technické kritériá a pod.

Hodnotové aspekty- hodnotová orientácia hostí a hodnotové posolstvo relácií.

Party s JLom(17/2015)

Zámerom hitparády je predovšetkým odreaagovať poslucháča od bežných problémov, starostí a pozitívne ho namotivovať. Relácia spĺňa katarznú funkciu v pravom slova zmysle. V jej popredí dominuje hodnota zábavy a relaxu, ktorá vystihuje konzumný charakter dnešnej spoločnosti. Na základe auditívneho odposluchu vieme definovať prevažné zastúpenie hudby zahraničnej proveniencie, ktorá tvorí neodmysliteľnú súčasť sveta diskotiek a barov. Hlavnou cieľovou skupinou relácie sú mladšie vekové kategórie recipientov vo vekovom rozpätí od 25 do 35 rokov, starší k nej siahnu len v ojedinelých prípadoch ak zaznejú ich obľúbené Oldies hity. V zahlásení relácie sa moderátor v krátkosti predstaví, oboznámi poslucháča s trvaním relácie (od 22 hodiny až do neskoraj polnoci) a zažela príjemné počúvanie. ("Prajeme pohodu a relax"). Vzápätí vysloví typickú štartovnú formulku, ktorá sa navyše rýmuje, na odľahčenie situácie: „Podme na to, nie je to zlato, ale stojí to za to.“ Jednotlivé hudobné skladby čiastočne mapujú hity osemdesiatych, deväťdesiatych rokov dvadsiateho storočia až po súčasnosť, čiže na svoje "chúťky" si príde aj generácia dnešných päťdesiatnikov a šesťdesiatnikov. V rámci hudobných žánrov v relácii nachádza uplatnenie rock a pop. V odhlásení relácie moderátor zažela všetkým poslucháčom fantastický víkend. V rámci našich postrehov sme zaznamenali silné rezonancie z klubov a zo zákulisia diskotiek. Mimoriadne silné sú vyslovené príbehy dídžejov. Menšiu technickú pripomienku máme k odhláseniu moderátora relácie, v ktorom nepripomenul svoju identitu (meno), recipientom to treba ozrejmiť kvôli ich lepšej orientácii.

JL Maxis Hart(44/2014)

Hitparáda pojednáva o významných tanečných kreáciách realizovaných v klubovom prostredí

v kombinácii s disko hudbou v sprievode bicích hudobných nástrojov(bubnov). Typickým úskalím relácie je zbytočná uponáhľanosť a miestami ťažká zrozumiteľnosť moderátora, dôsledkom čoho recipient nemá schopnosť uvedomiť si jednotlivé fakty. Taktiež by bolo v budúcnosti žiaduce pripomenúť názvy jednotlivých hudobných skladieb kvôli prehľadnejšej orientácii. Jednotlivé hudobné skladby majú divoký charakter, ktoré pôsobia na vnemy človeka a menia jeho psychické rozpoloženie.

Show Time by DJ Heňo a friends 224- 1.-2. časť

V úvodnej pasáži relácie sa objavujú reklamné upútavky týkajúce sa propagácie apartmánov(Aplent.com), zimných pneumatík a vianočných trhov. V rámci spomínaných marketingových aktivít sa tu nájde aj ženské publikum pri prezentácii spoločenského magazínu mesačníka Žena, ktorý je koncepčne zameraný na poskytnutie praktických životných rád o počasí, o význame jednotlivých magických praktík pre spoločnosť. V rámci zahĺsenia sa prihovára moderátor(DJ Heňo), zmieňuje sa o naladených frekvenciách, čase uvádzania(PO 20:00) a repríze relácie(NE 22:00). Niektoré vyslovené formulky moderátora pôsobia naivne, až predimenzovane napr. „*aby som sa dlho nezdržiaval*“, „*o máličko pokračujeme v druhej časti.*“, v pohode ich možno vynechať. Ďalej v obidvoch častiach relácie nie je zastúpená ani jedna slovenská pieseň, čo je na veľkú škodu, pretože rádio sídli v Bratislave. Odhlásenie relácie spĺňa svoje štandardné parametre, prakticky je v ňom zvýraznený moment lúčenia moderátora s okolím.

V úvodnej časti relácie moderátor Robo Matejka mimoriadne žoviálne privíta poslucháčov: „*Dámy a páni pokračuje Show Time Rádio SiTy je to jedno, či to počúvaš mono alebo stereo, pekný večer od mikrofónu praje Robo Matejka...*“ Pozitívne dojmy zanechá v poslucháčoch aj jeho kultivované vystúpenie plné entuziazmu a elánu: „*Tešíme sa na vás, aj na teba, na ňu...*“ Taktiež moderátor na rozdiel od predošlého hlasným pokrikom pripomína účinkujúce skladby, defilé piesní, čo je ocenené. V odhlásení relácie reflektujeme štebot vtákov, naznačujúci tichú a pokojnú atmosféru, po ňom nasleduje pripomenutie spomínaných marketingových aktivít a rozlúčenie moderátora s poslucháčmi.

Dance Memories Casamia 2014/52

Reláciu uvádza Laco Miki Mituš. Mimoriadne nadšene znel jeho úvodný príhovor: „*Srdečný krásny ničím nerušený pekný predsviatočný večer praje...*“ Vzápätí moderátor v zahĺsení jasne špecifikoval, že ide o tanečnú reláciu reklamno-informatívneho charakteru. Relácia vo svojej platforme má dvojaký rozmer hudobný(klubové tanečné hity) a marketingový(propagácia obchodného domu Casamia). Atmosféra relácie sa nesie v znamení disco-štýlu, väčšinou ide o funky a latino hity zo sedemdesiatych, osemdesiatych až deväťdesiatych rokov dvadsiateho storočia. Podtitul relácie hudobná výchova pre dospelých jasne naznačuje zameranie na cieľovú skupinu frekventantov relácie. V reláciách si prídú na svoje piesne(najčastejšie uplatňujúce sa v klubovom tanečnom prostredí) aj mládež narodená po roku 2000. Prejav moderátora je charakteristický vysokou originalitou, správne artikuluje bez zbytočných pazvukov. Pozitívny dojem z moderátorovho výkonu čiastočne naruša trojnásobné opakovanie frázy „*Prijemné počúvanie prajeme*“ tri razy po sebe. K relácii má možnosť poslucháč sa spätne vrátiť, či už prostredníctvom dvojakých repríz, ale aj prostredníctvom zvukového archívu dostupného na internetovej stránke Rádia SiTy.

Bassline radio show

Relácia sa svojej obsahovej koncepcii zameriava na prezentáciu noviniek zo zahraničnej tanečnej scény prostredníctvom mixovaných hudobných setov. Je vysielaná naživo zo Channels klubu sídliacom na Župnom námestí v Bratislave. Vysiela sa v pracovných dňoch konkrétne v pondelok, štvrtok a piatok. Jej moderátorom je Juraj Grafík, ktorý má okrem toho na starosti funkciu obsluhovania mixážneho pultu. V jej popredí dominujú letné hity. Úvodné zahĺsenie moderátora znie „*Dobrý večer rozbieha sa nám ďalšia dvojhodinová na Rádiu SiTy Bassline radio show. Ja som si na úvod dovolil zaradiť track s názvom...*“ V zahĺsení je jasne uvádzaný názov a trvanie relácie, okrem toho moderátor nás oboznamuje s príslušným názvom piesňovej skladby, čo je dominantnou prednosťou relácie. Nie vždy moderátor dodrží úvodné parametre týkajúce sa uvádzania rubriky danej relácie. Po asi desiatich minútach od uvedenia relácie moderátor prostredníctvom slovnej formulky „*Dnes večer máme aj minies tri tracky namiešané za sebou...*“, nás oboznamuje s nasledovnými

hudobnými skladbami. Zapamätateľnosť u poslucháčov zvyšuje aj hláška moderátora „*Počívaš Bassline radio show*“ uľahčujúca jeho orientáciu. V relácii dominuje hodnota zábavy, ku ktorej poslucháč môže dospieť prijímaním príslušného mediálneho obsahu. (napr. prezentácia jednotlivých tanečných štýlov, oslava narodenín) Danú skutočnosť potvrdzuje aj nasledovná veta vzbudzujúca pozornosť potenciálnych návštevníkov zábavného podniku: „*Celá táto relácia je venovaná klubu Channels, v ktorom sa môžete zabávať každý večer okrem nedele...*“ Moderátor svojím spôsobom propaguje obchodné meno daného podniku, čiže využíva svoju profesiu aj na realizáciu marketingových aktivít. Chod relácie prerušuje upútavka na najnovší vydaný hudobno-tanečný album úspešného slovenského dídžeja M. Lieskovského. Krátky šot upútavky v strede relácie pôsobí chaoticky, navyše narúša pôvodnú koncepciu relácie, čím zbytočne mýli poslucháčov.

Radost' ONAIR 004

Relácia začína typickou upútavkou propagačného charakteru jedného zábavného podniku, interpretuje ju moderátor: „*Ak ste aj vy fanúšikom kvalitnej tanečnej hudby a príjemnej klubovej atmosféry presne pre vás je tu klub Radost'...*“ Klub je určený cieľovej skupine návštevníkov od 18 rokov, usporadúvajú sa v ňom multizánrové akcie, v rámci nich sa prezentujú slovenskí a zahraniční dídžeji. Moderátor sa zmieňuje aj o lokalizácii zábavného klubu, konkrétne sídli na Obchodnej ulici 48 v Bratislave vo vynovených priestoroch, taktiež zmieňuje sa aj o jeho otváracích hodinách a propagácii na sociálnych sieťach. Úvodný príhovor moderátora vyznieva oduševnene a presvedčivo, čiže ľahko vzbudí pozornosť potenciálnych poslucháčov najmä mladšej vekovej kategórie. Po upútavke nasleduje privítanie poslucháčov relácie samotným moderátorom: „*Pekný večer všetkým želim...*“ Okrem toho oboznamuje nás aj s účastníkmi relácie. Obsluhu mixážneho pultu má na starosti DJ Stame.

Relácia je na rozdiel od predchádzajúcich odlišná tým, že obsahuje aj meno host'a, ktorým je slovenský producent, dídžeja Drahoš. Moderátor v krátkosti predstavuje zameranie relácie, jedným z nich je prezentovať jednotlivé zvukové eventy z party (napr. Non identity) z pera rezidentných dídžejev a ďalší cieľ spočíva v uskutočnení krátkeho rozhovoru. Pred samotným rozhovorom moderátor opäť pripomenie pre potreby poslucháčov názov relácie: „*Počúvate Rádio SiTy a reláciu Radost' On air...*“ Z tohto uhla pohľadu moderátora, ide aj o posilnenie príslušnej zapamätateľnosti poslucháčov. Z obsahu publicistického rozhovoru máme možnosť sa dozvedieť, nielen informácie o profesii host'a, ale aj o jeho dôležitých prioritách v živote. Na základe vypovedanej skutočnosti môžeme usúdiť, že ide o typického workoholika, ktorý na prvom mieste v živote kladie dôraz na prácu t. j. hudobnú produkciu. Host' svoju profesiu vykonáva aj za peniaze. Moderátor miestami vystupuje vtieravo, pri položení zbytočných formulácií, týkajúcich sa intímneho osobného života host'a (napr. či má frajerku). Mimoriadne odpudzujúco až vulgárne z pohľadu moderátora pôsobí hláška: „*Nechod'te za Drahošom, ten má vás v ...*“ Taktiež z nášho postrehu sme reflektovali nesprávne väzby slovných spojení viet u host'a, čím pôsobí neisto: „*Dá sa povedať...*“ Znižuje to výpovednú hodnotu jeho vyslovených tvrdení. Po skončení rozhovoru nasleduje ešte defilé jednotlivých hudobných skladieb, moderátor opäť oboznamuje poslucháčov s uskutočnenými aktivitami v zábavnom podniku. Odhlásenie relácie spĺňa svoje štandardné parametre pozostávajúce z opätovného predstavenia relácie, jeho personálneho štábu a patričného poďakovania. Odhlásenie relácie mal na starosti jej moderátor: „*Dámy a páni toto bola tanečná relácia Radost' ON AIR na Rádiu SiTy. Celý čas tu bol pre vás DJ Stame nielen od mikrofónu, ale aj od mixu. Ďakujeme nášmu dnešnému host'ovi, ktorým bol DJ Drahoš, taktiež aj vám všetkým, ktorí ste si našli čas. Ahojte...*“ Moderátor zvolil na záver familiárny tón, čím si o niečo vylepšil celkové renomé u poslucháčov.

Party v ROOF Bare

Relácia má vo všeobecnosti marketingový účel, jej hlavným záujmom je vzbudiť pozornosť u poslucháčov. Moderátor JL v úvode zdvorilo privíta poslucháčov: „*Dámy a páni vám všetkým želim veselé Vianoce prostredníctvom programu, ktorý má názov Party v Roof Bare...*“ Vzápätí špecifikuje pravidelný vysielací čas relácie, ktorý je štvrtok o 22:00 a repríza je v sobotu o 22:00. Po úvodnom zahlásení nasleduje skladba What can I do, vzápätí v podmaze moderátor želá pohodové Vianoce na odľahčenie danej situácie. Mimoriadne zaujímavým až vtipným dojmom na nás zapôsobil nasledujúci

rozhovor medzi moderátorom a dídžejom JLOm: „Počúvaj JL, kde budeš silvestrovať? No predsa v Roof bare, na streche sveta v Eurovei. A nedajbože budeš hrať? Budem hrať áno, po rokoch budem hrať Silvestra, kamaráde mohol by si aj ty dôjsť, mi pomôcť. Čo to ty ti na mňa akú devu máš prichystanú? Tu je napísané na sveta streche Silvester, prvý raz za desať rokov s Rádiom SiTy. Traja dídžeji s Rádia SiTy. To myslíš vážne? áno, úplne vážne. Aj Lea zavoláme. To SiTy boys, to je nejaké hop, nejaká kapela. Cigánska dobrá kapela, ako Kmeťovci kamaráde. Ako Kmeťovci ani nezbadáš rozdiel. Počúvaj a za tých 29 EUR dostaneš niečo najesť? Budú mať polnočnú kapustnicu, švédske stoly, budú vidieť polnočný ohňostroj priamo z terasy strechy sveta a budú mať aj opekané prasiatko. Ach, ja sa teda opiect' nenechám, ale budem tam. A počul som, že tam kde je JL tam sú pekné baby, no čo tam budú aké...“ Pozývanie moderátora vyznieva mimoriadne hedonisticky, väčšinou na spomínaných akciách ide o propagáciu starého hesla propagujúceho konzumný charakter dnešnej spoločnosti "Chlieb a hry". V popredí relácie stojí túžba len neustále užívať si. Slang moderátora znie mimoriadne vtipne s patričným šmrncom, jazyk je vcelku prispôsobený vekovej kategórii poslucháčov. Rozhovor sa v priebehu relácie opakuje až tri trikrát, čo podľa nás pôsobí veľmi nadbytočne, stačilo by danú akciu spropagovať len dva razy.

Popoludnie v meste 11. 04. 2017 13:00-16:00

Relácia sa vysiela každý pracovný deň na Rádiu SiTy od 13:00 do 16:00. Moderuje ju Vratko Studenič. Prológ relácie začína reklamným spotom na čokoládové produkty z belgickej čokolády. Jeho účelom je pritiahnúť pozornosť poslucháčov, vyvolať v nich sladké chůtky. Nasleduje rubrika o počasí, kde sa dozvedáme o tom, ako bude dnes, akú intenzitu bude mať vietor a percentuálnu vlhkosť vzduchu. V zhlásení sa uvádzač zmieni, kedy slnko ráno vychádza a zapadá. Podobné informácie sa dozvedáme o nasledovnom dni. Za počasím ide prehľad o najdôležitejších letných udalostiach zábavného charakteru napr. 1. letná SiTy party- v podaní Igora Kmeťa juniora- výnimočný je jeho opakujúci refrén piesne Pod' sem, ja ťa milujem. Spomínaná 1. letná SiTy party sa uskutočnila 23. 06. 2017 v Babylon klube v Bratislave. Predpredaj lístkov sa uskutočnil v sieti Ticketportal.

Recipient je zbytočne zahltený viacerými informáciami, v jeho myšlienkových pochodoch nastáva chaos, zapríčinený zlievaním rôznych informácií. Napokon si ich aj tak všetky nezapamätá. Mimoriadne rušivo pôsobí na recipienta množstvo reklám. Vzápätí sa objavujú tipy na hity v podaní daných hudobných skladieb. V relácii sa objavujú aj typické hlášky vystihujúce komerčný charakter Rádia SiTy: „Dobrá hudba pre všetkých, najtanečnejšie rádio, Pod'me sa zabávať, trochu nadávať, Čo robí ženu, ženou, sú jej miery.“ Charakter vypovedaných slov svedčí o komerčnom, zábavnom zameraní rádia, ktoré mnohokrát hraničí s lascivnosťou. I keď mnohí poslucháči to radi ocenia, predsa to na druhej strane vyznieva dosť predimenzované.

Rubrika Dopravný servis načrtáva stručne stav na cestných komunikáciách v priľahlých bratislavských regiónoch. Redaktor praje poslucháčom príjemnú pohodu, čo je oceníteľné, no na druhej strane nepoznáme jeho identitu. V mnohých ukážkach, či spotoch nie sú špecifikované mená interpretujúcich príslušné mediálne obsahy.

V ďalšej dokrútkke sa objavuje pieseň od bývalej superstárisky Dominiky Mirgovej Blázni. Pojednáva o vlastnom svete ľudských jedincov, využíva rapové prvky, taktiež reflektujeme v nej množstvo vulgarizmov.

O 13:28 začína rozhovor moderátora s dnešným hosťom rádia Pavlom Frešom, mimochodom vtedajším predsedom Bratislavského samosprávneho kraja. Hlavnou témou rozhovoru sú komunálne voľby. Moderátor správne uvedie hosť'a, opýta sa ho, ako sa má, potom prejde k meritu veci. Dodržiava tradičné zdvorilostné formulky, kladie otázky na odľahčenie danej situácie, ktorých hlavným účelom je vyviesť hosť'a z trémovanej situácie. V niektorých otázkach sa dva razy za sebou opakuje, napr. používa v jednej opytovacej vete dva razy za sebou zloženú viacslovnú spojku A čo vid' ukážka: A čo tak stihol BSK, otvára sa Hyde park v Modre, a čo nové? Navrhol by som otázku preformulovať jednoducho na Čo je nové v BSK? O ostatnom by sa už hosť rozrešnil.

Hosť Pavol Frešo v rámci relácie predstavuje návrh zmien v župnom zastupiteľstve Bratislavského kraja. Navrhuje zriadiť v príslušnom obvode 1 mandát napr. mestskú časť Ružinov rozdeliť na 3 nasledovné obvody: Vrakuňa, Pošeň a Ostredky. Pavol Frešo sa zmieňuje aj

o kompetenciách samostatného župného poslanca, ktorého hlavným účelom je zúčastniť sa rôznych odborných konferencií(kde sa aj predstavujú návrhy príslušných reforiem) a politických zasadnutí(zameraných na podporu zastupiteľstva). Apeluje aj na starostov, najmä tých, ktorí riadia mestskú bratislavskú časť napr. Vajnory a v súčasnosti tam nežijú, resp. bývajú na druhom konci Bratislavy. To je diletantizmus. Host' rozpráva vcelku zaujímavo, vhodne štylizuje myšlienky, no mnohokrát zbytočne dáva do pozornosti verejnosti známe informácie (boj proti konšpiračným teóriám, predstavenie publikácie Ako zápasit' s hoaxmi), mnohých recipientov to dráždi.

Nasleduje Dopravný servis, kde sa dozvedáme informácie o hliadkach, radaroch a pod. Za ním je poslucháčom predstavená počítačová súťaž zameraná na podporu informačnej gramotnosti. Jej hlavným zámerom je otestovať príslušné počítačové zručnosti u študentov, stredoškolských učiteľov.

Nasleduje defilé tanečných hitov typu Hey Maria, Supergirl, Bailando, prvý singel od Celeste Buckingham Unpredictable a rap Raj od Majka Spirita a Daniela Chládeka(Čistychova) a ďalšie iné. Hudobné skladby slúžia na rozveselenie nálady poslucháčov, prostredníctvom navodenia pohybov tanca vynikajúceho hudobno-pohybového umenia. Jednotlivé hudobné pasáže trvajú cca 4 minúty.

Po uvedených skladbách nasleduje audio inzercia zameraná na ponuku vilových domov a bytových komplexov v Slovenskom Grobe. Vzápätí je propagovaný exkluzívny magazín, ktorý sa predmetne orientuje na módne doplnky, informácie z oblasti manželskej poradne a sexuológie. Rubrika sa venuje aj športovým aktivitám.

O 15:00 nasledujú správy Rádia SiTy, ktoré uvádza riaditeľ Rastislav Lehotský(1964-2022). Vo svojom mediálnom vstupe robí rozhovor s lídrom SAS Richardom Sulíkom, ktorý pojednáva o problémoch Európskej únie, taktiež ozrejmuje príčiny Brexitu vo Veľkej Británii. V rámci osobnej iniciatívy Richard Sulík predstavuje návrh reformy Európskej únie, ktorú predkladá v dvoch jazykoch t. j. anglickom pre Junckera a nemeckom pre nejakého vysokopostaveného politika.

Po ňom nasleduje rubrika o počasí a séria tanečných hitov od R. Schulza a Davida Guettu. Po technickej stránke počas odposluchu sme evidovali viaceré výpadky prúdového vysielania, častokrát skladby, vyslovené slová moderátora a host'a sa trhali, čo do istej miery znižuje celkovú úroveň vysielania. Množstvo hlášok pôsobí dosť ostentatívne(napr. muži chcú panny a pod.) až veľmi provokatívne.

ZÁVER

Vo všeobecnosti môžeme konštatovať, že Rádio SiTy funguje na marketingovej báze, ktorej hlavným účelom je aj propagovať reklamné produkty a ich výhody(napr. zľavy, akcie, benefity a pod.) Mimoriadne silno zastúpená je aj hudobná zložka reflektujúca žánrové rozvrstvenie programových skladieb(od starých hitov až po moderné), mimochodom predstavujúca aj dominantnú časť vysielaného programu. Jednotlivé programy na nej stavajú.

V rámci Rádia SiTy sme vystihli základné princípy fungovania redakčného kolektívu, konkrétne ide o manažérske štýly vedenia zamestnancov, prípadne či sú za svoju prácu adekvátne odmeňovaní, prípadne či sú so svojou prácou spokojní a pod. Navyše dospeli sme k názoru, že mediálni pracovníci zbožňujú svoju prácu, navyše sa v nej vidia, čiže chápu ju ako životné poslanie. Rádio SiTy má svoje povedomie, nakoľko o jeho existencii sa dozvedáme aj z billboardov, ktorých hlavným účelom je zvýšiť príslušné marketingové povedomie o značke.

Naším cieľom bolo uskutočniť aj tematickú analýzu mediálnych produktov, v rámci ktorej sme hlavnú pozornosť upriamili na dodržiavanie elementárnych žurnalistických kritérií. Pri analýze sme najviac chýb reflektovali v súvislosti s organizačno-technickou stránkou vysielania. Moderátori či redaktori Rádia SiTy častokrát zabudnú pripomenúť pri zahlásení či odhlásení daného príspevku svoje meno, mnohokrát sa aj pri prejave zbytočne ponáhľajú, čo spôsobuje ťažšiu zrozumiteľnosť mediálneho textu, navyše už viac razy nepripomínajú v rámci hudobných relácií názvy hudobných skladieb. Uvedená výčitka je adresovaná priamo hudobným redaktorom, dramaturgom, aby eliminovali spomínaný nedostatok, lebo koncepcia relácie vyznieva potom chaoticky. S danými nedostatkami sme sa stretli pri analýze čisto hudobných relácií s komerčným nádychom, ktoré sú

verejnosti prístupné v zvukovom archíve dostupnom na internetovej stránke Rádia SiTy. Relácia Popoludnie v meste je typická zlievaním viacerých aj nesúvislých informácií naraz (napr. pri propagácii reklamných produktov), niektoré vyslovené formulky redaktorov, upútavky, šoty zbytočne narúšajú koncepciu relácie, ďalej redaktori by si mali dať pozor aj na prezentáciu hudobných skladieb s čisto vulgárnym nádychom (napr. rap), nesprávny spôsob kladenia otázok moderátora hosťovi dehonestuje celkovú úroveň spravodajstva.

Najväčším pozitívom rádia je vycibrený vzťah redaktorov, moderátorov k poslucháčom, z ich vreleho prejavu cítiť, že ich zbožňujú. Mimoriadne vtípne až odľahčujúco pôsobia na recipientov slogany. Podobne cieľová skupina je zrejma. Mediálni pracovníci ak chcú úspešne napredovať musia sa naučiť k patričnej úcte voči hosťom a recipientom. Mediálny obraz komerčného rádia je utváraný aktuálnou situáciou na spoločensko-politickej scéne, snaží sa vystihnúť dobové kontexty a filozofiu postmoderny.

BIBLIOGRAFIA

1. Hudíková, Z.(2002). Posudzovanie kultúry prejavu moderátorov a redaktorov v STV. In Vatrál, J.(Eds.), *Otázky žurnalistiky: časopis pre teóriu, výskum a prax prostriedkov masovej komunikácie*. roč. XLV, č. 1-2, s. 91-101. ISSN 0322-7049.
2. Maršík, J. (1995). *Úvod do teórie rozhlasového programu*. Praha: UK. ISBN 80-7184-013-0.
3. Pravdová, H. (2004). *Systém a organizácia práce v tlačovom médiu*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. ISBN 80-89034-74-8.
4. Rádio SiTy- SiTy Sety(2022, 28. august) Dostupné online na: <http://www.radiosity.sk/sity-sety/>
5. Rádio SiTy- O rádiu, 2017(2022, 28. august) Dostupné online na: <http://www.radiosity.sk/o-radiu/>
6. Strauss, A. - Corbinová, J. (1999). *Základy kvalitatívneho výskumu*. Brno: Združení Podané ruce. ISBN 80-85834-60-X.
7. V Bratislave možno vznikne metropolitné Rádio SiTy, SITA-TASR, 2004.(2022, 28. august) Dostupné online na: <https://domov.sme.sk/c/1498219/v-bratislave-mozno-vznikne-metropolitne-radio-sity.html>
8. Žilková, M.(2006). *Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe*. Nitra: Ústav literárnej a umeleckej komunikácie FF UKF. ISBN 80-8050-941-7.

Kontakt

doc. PhDr. PaedDr. Karol Orban, PhD.

Fakulta dramatických umení Akadémie umení v Banskej Bystrici, Banská Bystrica, Slovensko
karol.orban@aku.sk