

Auditivní vizualizace v rozhlasové tvorbě

Aleš Huber

Bakalářská práce,
r. 2009



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

nascannované zadání s. 1

nascannované zadání s. 2

ABSTRAKT

Obsahem této práce je objasnění sluchového vnímání posluchače, přiblížení komunikačního kanálu mezi rozhlasovým tvůrcem a posluchačem a seznámení s výrazovými prostředky zvukové dramaturgie a režie (v kontextu jednotlivých rozhlasových žánrů). Vysvětlíme si pojem auditivní vizualizace, což je tzv. obrazotvornost, kterou v posluchači vyvolávají tvůrci zvukového snímku. Tato práce popisuje funkci rozhlasového mistra zvuku, odpovědného za zvukovou dramaturgii i zvukovou režii, jejímž prostřednictvím formuje auditivní vnímání posluchače.

Klíčová slova: auditivní, zvuk, dramaturgie, režie, rozhlas, hra, rádio, mixáž, nahrávání, vysílání, stereofonní, dramatizace, spot.

ABSTRACT

The main topics of this study are clarification of audience perception, description of communication channel from broadcasting author to audience; and identification of phraseology of sound dramaturgy and direction (in connection with particular broadcasting genres). We are going to explain the meaning of auditive visualization, a so-called imagination which is evoked by authors of sound records. The study describes a function of a broadcasting sound engineer who is responsible for sound dramaturgy and sound production of any kind of broadcasting genre forming audience perception.

Keywords: auditive, sound, dramaturgy, broadcast, radio, mixing, recording, broadcasting, stereophonic, dramatization

OBSAH

ÚVOD	6
1 TEORIE AUDITIVNÍHO VNÍMÁNÍ	7
1.1 PRINCIP ZVUKOVÉHO VNÍMÁNÍ POSLUCHAČE.....	7
1.2 KOMUNIKAČNÍ KANÁL MEZI TVŮRCEM A POSLUCHAČEM	10
2 ROZHLASOVÉ ŽÁNRY	11
2.1 ZPRAVODAJSTVÍ A PUBLICISTIKA.....	11
2.2 ROZHLASOVÝ DOKUMENT	13
2.3 HUDEBNÍ A SLOVESNÉ POŘADY	15
2.4 ROZHLASOVÁ REKLAMA A SELF PROMOTION SPOTY	17
2.5 ROZHLASOVÁ DRAMATICKÁ TVORBA	19
ZÁVĚR	26
SEZNAM CITOVANÉ LITERATURY	27
SEZNAM OBRÁZKŮ	28

ÚVOD

V této práci se budu věnovat problematice auditivního vnímání posluchače rozhlasové tvorby. V Českém rozhlase Ostrava pracuji od roku 1999 jako mistr zvuku a spolupodílel jsem se na mnoha projektech všech rozhlasových žánrů (nahrávání hudby, hudební i slovesné pořady, zpravodajské a publicistické pořady, dramatická tvorba, live vysílání, rozhlasová reklama a self promotion spoty, znělky). Obsahem této práce je objasnění sluchového vnímání posluchače, přiblížení komunikačního kanálu mezi rozhlasovým tvůrcem a posluchačem a seznámení s výrazovými prostředky zvukové dramaturgie a režie (v kontextu jednotlivých rozhlasových žánrů).

Rozhlasový mistr zvuku vykonává práci jak zvukové dramaturgie, tak zvukové režie. Je dobré si tyto technicko-umělecké činnosti rozlišit. Jednoduše řečeno: zatímco **zvuková dramaturgie** řeší *CO* a *KDE* se má z připraveného audio materiálu použít, **zvuková režie** řeší *JAK* se má tento materiál použít, aby byl výsledný auditivní vjem posluchače co nej-přirozenější a v souladu s tvůrčí myšlenkou autora. Z mých vlastních zkušeností vím, že zvukovou dramaturgii i zvukovou režii vykonává obvykle současně jeden mistr zvuku. S nástupem DAW (Digital Audio Workstation) je samozřejmou výbavou zvukařských dovedností také střih.

Název této práce je Auditivní vizualizace v rozhlasové tvorbě. Slovní spojení „auditivní vizualizace“ se na první pohled vylučuje. Auditivní rovná se sluchový, kdežto vizualizace je vnímání skutečnosti zrakovými receptory. Při bližším pohledu na problematiku v této práci ovšem zjistíme, že to tak úplně není pravda. **Auditivní vizualizace** je tzv. **vnitřní vidění – obrazotvornost**, kterou v posluchači vyvolávají tvůrci zvukového snímku. Obrazotvornost člověka je velmi individuální a závisí na mnoha faktorech. Jedním z těch nejdůležitějších je vlastní vizuální zkušenost posluchače. Ten se tak vlastně stává spoluautorem díla, protože si svou vnitřní vizuální scénu vytváří sám. Je na rozhlasových tvůrcích, jak zvukových výrazových prostředků využijí, aby v posluchači vyvolali představy a emoce, které budou v souladu se záměrem autora.

1 TEORIE AUDITIVNÍHO VNÍMÁNÍ

Než si z hlediska zvukové dramaturgie a zvukové režie přiblížíme charakteristiku jednotlivých rozhlasových žánrů, je dobré seznámit se s principem auditivního vnímání posluchače. Vysvětlíme si, jak a co je člověk schopen slyšet, v jakých akustických podmínkách, jak tyto zvukové vjemy sluchový receptor zachycuje a mozek vyhodnocuje atd.

Dále si popíšeme, jak probíhá komunikace mezi rozhlasovým tvůrcem a posluchačem. Přiblížíme si možná komunikační úskalí a jejich případná řešení tak, aby obě strany tohoto komunikačního kanálu byly spokojeny, tzn. aby to, co odchází z režie, přišlo ve stejné formě k posluchači a autorův záměr byl přijat a pochopen.

1.1 Princip zvukového vnímání posluchače

Začneme elementární otázkou, co je to **zvuk**. Jde o mechanické vlnění šířící se v různých typech prostředí. V našem případě se jedná o vzduch.

Lidský sluch je schopen zachytit a vyhodnotit široké frekvenční spektrum. Spodní hranice slyšitelnosti je **16 Hz**, horní hranice **16-20 kHz** (s věkem klesá). Oblast s kmitočtem pod tímto rozsahem = **infrazvuk**, nad ním = **ultrazvuk**. U lidského hlasu leží spektrum zajišťující srozumitelnost v oblasti **1-3 kHz**. Vyšší frekvence se podílejí především na barvě hlasu. (Jedna zajímavost mimo naše téma. Mezinárodní telekomunikační unie stanovila pro přenos telefonních hovorů frekvenční rozsah 300 Hz-3,4 kHz. Předpokládá se, že nesrozumitelná slova si telefonisté domyslí z kontextu nebo si je vyhláskují.)

Ze své zkušenosti vím, že lidské ucho je citlivé a rychle se unaví, člověk má pocit, že **výškových frekvencí** slyší méně a méně. Proto má nezkušený mistr zvuku tendenci výšky neustále přidávat a zvuk „ostřit“. Jde ovšem jen o únavu ucha a jeho dočasnou neschopnost tyto frekvence rozeznat. Stačí si sluchově odpočinout a poté pokračovat v práci. Doporučuji dodržovat maximálně čtyřhodinové natáčecí frekvence.

Mnohokrát se například při nahrávání hudby stalo, že se pod tlakem finančních okolností spěchalo, a natáčelo se proto mnoho hodin bez dostatečných přestávek. S odstupem času se zjistilo, že spěch se nevyplatil, protože nahrávky byly „převýškované“ a frekvenčně velmi nevyrovnané.

Jakou zvukovou intenzitu je lidské ucho schopno slyšet a jakou už ne? A může zvuk bolet? **Oblast slyšitelnosti** je mezi prahem slyšitelnosti a prahem hmatovým. Prahové hodnoty rozeznáváme tři:

Práh slyšitelnosti – minimální průměrná intenzita zvuku, kterou zaslechne člověk s normálním zdravým sluchem. Je závislý na kmitočtu a způsobu, jakým je zvuk do ucha přivezen. Jiné hodnoty platí pro čisté tóny, šum a řeč.

Práh hmatový – velká intenzita zvuku podráždí nejen smyslové buňky, ale i hmatová tělíska ve sluchovém orgánu. Liší se u jednotlivých osob, pro většinu tónů je to v průměru **120 dB**.

Práh bolestivosti – pocit bolesti nastává při **130-140 dB**.

Přicházejí-li do sluchového orgánu současně dva zvuky, jejichž frekvenční spektrum si je podobné (tzv. **maskování zvuku**), může podráždění jedním z nich převládnout do té míry, že úplně potlačí nebo zeslabí vjem druhého.

Sluchové vnímání zvukového signálu charakterizují tyto subjektivní veličiny: výška, hlasitost a barva.

Výška – souvisí s frekvencí (kmitočtem) tónu (zvuku).

Hlasitost – souvisí s intenzitou zvuku.

Barva (témbr) – „kvalita zvuku specifická pro každý zvukový zdroj. Je dána především obsahem (spektrém) svrchních harmonických tónů, obsahem *formantů* (resonance vlastního tělesa nástroje či hlasového ústrojí), dále příměsí *šumu* (tření smyčce, šum vzduchu u flétny, atd.) i *přechodovými jevy* na začátku a v konci tónu.“^[1]

Vnímání prostorovosti zvuku je dáno tím, že jsme schopni vnímat oběma ušima. Jde o tzv. **binaurální slyšení**, při kterém se zvýší sluchová ostrost, hlasitost zvuku, zlepší se extrakce signálu ze šumu, signálu z dozvuku a je umožněno směrové a prostorové slyšení. Lze také určit směr a vzdálenost přicházejícího zvuku.

Zvuk šířící se v přirozených podmínkách (vzduch) je většinou provázen odezvou konkrétního prostředí. Odráží se od okolních překážek, a tak vzniká prostorový vjem posluchače. Rozeznáváme dva typy odrazů zvuku: **dozvuk** (hall) a **ozvěna** (echo).

Dozvuk (hall)

„Vzniká v uzavřeném nebo částečně uzavřeném prostoru *mnohonásobnými, sluchem nerozlišitelnými odrazy*. Jedná se o difúzi (rozptýlení) odražených zvukových vln, způsobující, že zvuková energie v daném prostoru přetrvává i po tom, kdy podnět přestal působit. Původní zvuk se tak o určitý čas prodlužuje. Doba dozvuku je čas od skončení působení zvukového zdroje do doby, kdy hladina akustického tlaku poklesne o 60 dB.“^[1] V různých prostorách se liší, záleží na jeho velikosti a členitosti, dále pak na akustické pohltivosti povrchu stěn, podlahy a stropu.

Ozvěna (echo)

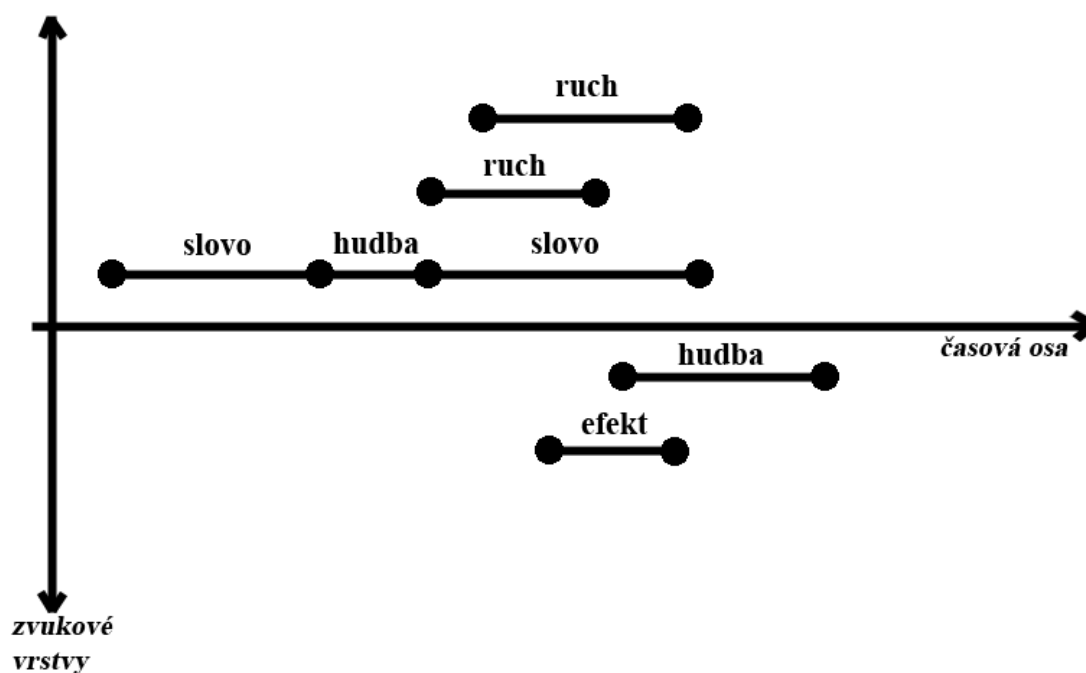
„V otevřeném terénu s jednotlivými, dostatečně velkými překážkami (skalní stěna) vzdálenými nejméně cca 17 m, vznikají následně *jednotlivé, sluchem rozlišitelné* odrazy zvuku, neboli **ozvěna**. Podmínkou je, že posluchač je v těsné blízkosti zdroje zvuku a odrazná plocha je nejméně 17 m vzdálená. Při rychlosti zvuku cca 340 m/s a vzdálenosti poslechu 17 m urazí zvuk cca 34 m za 0,1 sec.“^[1] Posluchač vnímá současně dva signály. Ten původní a ten odražený. Je-li ozvěna (echo) **kratší než 0,1 sec.** (odrazná plocha je vzdálená méně než 17 m.), posluchač oba zvukové signály (zdroj i odraz) slyší jako jeden zvuk a efekt ozvěny **nefunguje**.

Pokud jde o zvukovou perspektivu, charakter zvuku odpovídá pozici zdroje vzhledem k hloubce prostoru. S větší vzdáleností zdroje ubývá hlasitosti a mění se barva zvuku (slábne ve vyšších frekvencích).

Naše schopnost **sluchového vnímání** se od zrakového liší. Zrak nevnímá okolí staticky, ale těká z jednoho předmětu na druhý. Sluch však tuto schopnost nemá a celý průběh vnímání je plynulý. Vnímá tedy **současně** celou škálu zvukových podnětů z různých směrů a je velmi individuální otázkou mentálního třídění, které zvuky vnímáme a které si neuvědomujeme (jsou potlačeny). Zatímco zrakem jsme schopni zaznamenat i velmi krátké podněty, sluch potřebuje k určení zvuku delší čas. Dále je důležité uvědomit si, že některé zvuky vnímáme prvoplánově, tzn. že si je ihned uvědomujeme a vyhodnocujeme jejich informační hodnotu (např. slovo v rozhlasové hře), některé ovšem registrujeme až ve druhém či třetím plánu, primárně je neposloucháme, ale jsou důležitou součástí auditivního vjemu, protože dotváří náladu, emoci, a dokreslují tak celý sluchový obraz (v rozhlasové hře např. hudba, kterou je podkresleno slovo).

1.2 Komunikační kanál mezi tvůrcem a posluchačem

Ať už vytváříme zvukové dílo jakéhokoliv rozhlasového žánru, je třeba si uvědomit důležitou věc. Vše funguje na principu **komunikace** rozhlasového tvůrce (redaktor, moderátor, dramaturg, režisér, mistr zvuku atd.) s posluchačem. Ta je, narozdíl od běžné komunikace, pouze jednostranná, protože reakci posluchače bezprostředně nezpracováváme. Při běžném rozhovoru dvou lidí se **obě strany poslouchají** (v ideálním případě) a podle toho **interaktivně reagují**. V rozhlasové práci je ovšem nutné **předpokládat**, jak bude posluchač reagovat a jak na něj bude celé dílo působit. Jestli informaci přijme a zpracuje v takovém obsahu, v jakém ji k němu tvůrce vypustí, jestli v posluchači vyvolá tu emoci, kterou autor vyvolat chtěl, atd. Je tedy nutné znát svého posluchače, proto jsem přesvědčen, že znalost psychologie je pro úspěšnou rozhlasovou komunikaci nutná. Kromě toho je také důležité vědět, ve kterou denní dobu se dílo vysílá, s ohledem na biorytmus posluchače, který si žádá v různých časech dne jiné tempo. A to je myšleno jak v rovině horizontální (návaznost jednotlivých zvukových sekvencí v časové ose díla, např. slovo, hudba atd.), tak v rovině vertikální, ve které na sebe zvukové stopy vrstvíme a vytváříme jednotlivé plány auditivního vnímání posluchače (viz. Obr. 1). Blíže si to popíšeme v kapitolách o jednotlivých rozhlasových žánrech.



Obr. 1. Horizontální a vertikální rovina zvukového díla

2 ROZHLASOVÉ ŽÁNRY

V následujících kapitolách se budeme věnovat rozhlasovým žánrům, a to v kontextu zvukových výrazových prostředků a jejich působení na auditivní vjem posluchače. Charakterizujeme si jednotlivé žánry z hlediska **obsahu** (*CO* chci posluchači sdělit) a **formy** (*JAK* to chci sdělit), kterou jim tvůrci dávají, a přiblížíme si **zvukovou dramaturgii**, která je u každého žánru jiná.

Na vše budeme nahlížet souběžně pohledem dvou stran. Mistra zvuku na straně jedné a posluchače na straně druhé. Rozhlasový zvukový mistr tedy při své práci nejen formuje dílo podle svého **umělecko-estetického cítění**, ale současně se na něj dívá pohledem (poslechem) posluchače. Neustále musí vnímat jejich bipolární vztah a kontrolovat vše **ušima, myšlením a cítěním posluchače**. Jelikož nemá okamžitou zpětnou reakci svého „klienta“ (ano, dle mého názoru je posluchač, jednoduše řečeno, klientem rozhlasového tvůrce), musí vycházet ze svých zkušeností a znalostí psychologie a typologie majoritního posluchače.

2.1 Zpravodajství a publicistika

Tyto rozhlasové žánry jsou z pohledu zvukové dramaturgie nejméně náročné, proto není vždy nutné, aby dílo zpracovával mistr zvuku. Zpravidla je zpravodajský i publicistický příspěvek kompletně v režii redaktora, který si jej vymyslí, natočí a ve zvukovém programu postříhá do výsledné podoby. Znalost počítače a stříhu v něm je pro rozhlasového redaktora dnes již samozřejmostí. Celý tvůrčí proces je bez kontroly mistra zvuku, proto se mnohdy setkáváme s chybami, které si později popíšeme.

Zpravodajství

Vzhledem k tomu, že jde v tomto žánru primárně o předání informace, je spektrum zvukových výrazových prostředků silně omezeno. Důležité je, aby byl text srozumitelný a technicky kvalitní, bez akusticky nepřírozeného prostoru, který může odvádět posluchačovu pozornost od informace. Proto redaktori své komentáře natáčejí ve studiu, které je navrženo a konstruováno tak, aby mělo minimální dozvuk (uchem nepostřehnutelný) a záznam slova byl čistý a konkrétní. Ve své praxi jsem se mnohokrát setkal s reportáží, jejíž komentář vznikl např. v kanceláři, která našim požadavkům akusticky nevyhovuje.

Posluchač si v tomto případě všimá prostoru (protože se odchyluje od jeho auditivní zkušenosti, jež u něj vytváří normu a zvukově ji vnímá jako jedinou správnou) a snaží se jej identifikovat. Komentář přitom nemá žádnou logickou souvislost s konkrétním prostředím a akustický dozvuk je matoucí a zcela zavádějící. Zbytečně je tak odpoutávána pozornost od informace, kterou se redaktor snaží posluchači předat. Naopak při natáčení v terénu (komentář na místě dění, rozhovor v interiéru či exteriéru) jde o záznam zvukově autentický, proto akustiku neřešíme. Prostorové vnímání posluchače má v tomto případě logickou souvislost s konkrétním prostředím, vjem je přirozený.

Při fázi editační, kdy se autor zpravodajského příspěvku snaží z tzv. hrubého materiálu (vše, co natočí) vytvořit materiál čistý (finální podoba reportáže), je důležité dbát na některá úskalí. Především jde o správný střih se zřetelem na to, aby byl zachován **plynulý rytmus řeči** a posluchačův vjem byl **přirozený**. Občas se stává, že je nádech ustřižen tak, že následující slovo na něj navazuje příliš brzy, což je nelogické. Verbální projev funguje na principu dvou fází - nádechu a výdechu, přičemž právě ve fázi výdechu mluvíme. A mezi těmito dvěma fázemi vzniká **mikropauza**, kterou je při střihu nutné dodržovat, aby výsledné tempo řeči nepůsobilo nepřirozeně. Podobné je to i s návazností jednotlivých slov ve větě. I když se uvnitř věty vyskytují chyby (přeřeknutí, plevelné zvuky atd.), je nutné zachovat jejich plynulé tempo, aby si posluchač střihu ani nevšiml.

Je nutné ovšem objektivně připomenout, že zpravodajství je rozhlasová disciplína velmi rychlá a má často omezené časové možnosti. Proto je zde **primární** obsah, kterému forma zpracování podléhá.

Publicistika

Tento rozhlasový žánr je, pokud jde o zvukovou dramaturgii, podobný zpravodajství, proto pro něj platí totéž, co jsem se zmínil v předešlé kapitole.

Na zpracování publicistických příspěvků mívá ovšem autor více času (nebývá tematicky tak aktuální jako zpravodajská reportáž) a mnohdy používá **větší škálu výrazových prostředků** (kromě informací obsahuje také autorův subjektivní názor). Kromě hlasového záznamu (komentář, rozhovor atd.) pracuje často i s hudbou, ruchy a efekty. Tyto zvukové prvky plní různé role.

Mohou podpořit a zesílit emoce a atmosféru vůbec, mohou fungovat jako časový či významový posun v ději, dále si v případě hudebního předělu posluchač od verbální informace odpočine a vstřebá dosavadní děj, hudba často prezentovanou informaci přímo dokresluje (např. rozhovor s hudebníkem, po kterém zazní ukázka jeho interpretace), v některých případech tyto výrazové zvukové prvky plní funkci pitoreskní, satirickou...

2.2 Rozhlasový dokument

Jde o publicistický žánr, který svým rozsahem, dramaturgií a zpracováním osciluje na rozhraní publicistického a uměleckého uchopení tématu. Opět platí vše, o čem jsem se zmínil v kapitole o zpravodajském i publicistickém příspěvku. Dokument však navíc obsahuje ještě širší paletu výrazových prostředků, proto si autor často s jeho realizací nevystačí sám a spolupracuje i s mistrem zvuku. Tematicky jde nejrůznější sociologické sondy nebo citlivé výpovědi, proto je velmi důležitá zvuková dramaturgie, která auditivní vnímání posluchače umocní správným směrem. Tzn. vyvolá ty emoce, které vyvolat má, a to ve správném okamžiku.

Rozhlasový dokument vzniká často v delším časovém úseku a velmi zjednodušeně řečeno má následující fáze:

- teoretická příprava (studium, sběr informací a rozplánování natáčení)
- samotné natáčení (nahrávání výpovědí respondentů, rozhovorů apod.)
- zpracování natočeného materiálu (poslech, střih)
- dokončovací práce (realizace finální dramaturgické linky dokumentu)

Poslední, dokončovací fáze mnohdy probíhá za účasti **mistra zvuku** ve zvukové režii. Tam se natočí ještě komentář, který celý děj dokumentu vysvětluje a časově či významově posouvá. Následně se všechny zvukový materiál (výpovědi respondentů, rozhovory, komentáře, ruchy, efekty, hudba atd.) umístí do tzv. **multitrackového audio software**, kde se vytváří finální podoba díla.

Mistr zvuku komponuje jak **horizontální dějovou osu** (co, kdy a jak jde po sobě v čase), tak **vertikální osu**, ve které na sebe vrství jednotlivé zvukové plány (viz. Obr. 1). Spolu s autorem dokumentu se snaží o co nejvěrohodnější a nejsuggestivnější prezentaci díla jako celku, který je sice tvořen mnoha zvukovými prvky, ale posluchač jej musí vnímat kompaktně.

Technická kvalita jednotlivých zvukových stop z natáčení v terénu (mimo studio) bývá různá. Snímky jsou pořizovány od sebe v delších časových úsecích a často ne stejným technickým zařízením, někdy ve špatných akustických podmínkách. Proto je nutné tyto technické **rozdíly sjednotit**. Pomocí equalizéru doladíme frekvenční spektrum hlasů, případně odstraníme nežádoucí frekvence. Upravíme hlasitost jednotlivých sekvencí tak, aby nás jejich dynamika (rozpětí od nejslabšího k nejsilnějšímu zvuku) nerušila a náš vjem byl plynulý. V případě potřeby zvukový záznam zbavíme nepříjemného a nepatřičného šumu pomocí tzv. denoiseru (zásuvný modul zvukového programu – tzv. plugin, který pomocí speciálního algoritmu odstraňuje šum z nahrávky).

V posledních letech se v rozhlasové dokumentární tvorbě používá **stereofonní mikrofon**, mnohdy ale **nesprávně**. Dle mého názoru je vhodný při natáčení ruchů a atmosféry, díky čemuž se zvyšuje obrazotvornost posluchače. Ten je lépe a sugestivněji zatažen do děje, protože se díky stereofonnímu snímání situace snáze orientuje v levo-pravém prostoru a jeho vizuální představitivost je plastičtější. Dále je dobré tento mikrofon použít v situaci, kdy například snímáme komunikaci uvnitř skupiny lidí nebo vůbec většího celku osob. Ať už jde jen o zaznamenání ruchu této skupiny, nebo o informační hodnotu (výpověď) jejich rozhovoru.

Situací, kdy mi použití stereofonního mikrofону naopak vadí, je běžný rozhovor redaktora s respondentem, případně jednohlasý komentář v terénu. Není totiž příjemné, když si redaktor nepohlídá šířku stereofonní báze a rozhovor probíhá tak, že jeden mluví zcela zleva a druhý naopak zcela zprava. Je to zavádějící a hlavně rušivé. Nejvíce v situacích, kdy redaktor položí desetivteřinovou otázku z jedné strany našeho prostorového vnímání a respondent na ni odpovídá několik minut ze strany opačné. Celkový vjem posluchače je **nesymetrický** a může vést až k nepříjemnému rozměňování jeho pozornosti. Doporučuji tedy pro tyto případy použít **mikrofon monofonní**.

Úkolem zvukového mistra při realizaci rozhlasového dokumentu je tedy upravit přichystaný audio materiál do podoby **adekvátní technické kvality** a s citem pro narativní tempo jej **správně nasadit** v horizontální časové ose. Dále pak na vertikální ose vytvořit jednotlivé **zvukové plány**, které posluchač vnímá jako primární, sekundární, příp. terciární (slovo – ruchy – hudba). Problematice samotné mixáže se budeme věnovat v kapitole o dramatické rozhlasové tvorbě na konci této práce. Principy míchání zvukových stop a škála možností, jak tímto ovlivnit auditivní vnímání posluchače, jsou ve všech rozhlasových žánrech stejné.

2.3 Hudební a slovesné pořady

Existují dvě formy prezentace těchto pořadů. První je **živé vysílání**, kdy se pořad sice připraví předem (scénář, hudba, předtočené zvukové příspěvky atd.), ale jeho realizace probíhá v přímém přenosu. Jde často o zvukově i dramaturgicky jednoduché tzv. lifestyleové magazíny, kde je posluchači v určitém poměru prezentováno slovo a hudba, případně identifikační znělky konkrétního pořadu nebo rozhlasové stanice. My se budeme věnovat té druhé formě, tzn. pořadu, který se **kompletně předtáčí**. Zde totiž do tvůrčího procesu vstupuje kromě autora také **mistr zvuku**.

Ze zvukového hlediska je realizace pořadů tohoto typu jednoduchá. Zvukový mistr pracuje většinou pouze s horizontální časovou osou, tudíž nevytváří žádné emoční a dramatické druhé plány periferního vnímání posluchače. Je důležité si na začátku zvolit technologii nahrávání a zpracování pořadu. Rozeznáváme dvě a každá má své výhody i nevýhody.

První možností je realizace pořadu v tzv. **reálném čase**. Je dán předem přesný scénář, časově rozpracován na předem danou stopáž. Redaktor sedí ve studiu, mistr zvuku v režii a celý pořad se nahrává **v kuse**, simuluje se tak živé vysílání. Výhodou tohoto postupu je přirozená integrita jednotlivých částí pořadu, přizpůsobení dynamiky, tempa a barvy řeči v návaznosti na hudbu, která právě dohrála. Tvůrci si tak navozují reálný auditivní vjem, který pak bude prezentován posluchači. Mají lepší kontrolu nad celkovým charakterem a výrazem pořadu. Případné chyby a nepřesnosti mohou, na rozdíl od živého vysílání, opravit. Nevýhodou tohoto postupu je časová náročnost.

Druhou možností je **nahrávání jednotlivých složek pořadu zvlášť**. Natočí se všechny slovní vstupy najednou (rozhovor, komentář atd.) s po následné editaci se skládají spolu s hudbou či předem připraveným zvukovým materiálem do jakési výsledné hudebně-slovní mozaiky. Hudba se nahrává buď v reálném čase, tzv. „1:1“ (v případě analogového média - vinylová gramodeska, mgf pás, DAT pásek atd.), nebo se v případě digitálního média (CD, DVD, Flash Disc, HDR atd.) do počítače importuje zrychlenou cestou, kdy se hudební nahrávka, trvající např. 3 minuty, do pořadu „grabuje“ pár vteřin. Výhodou tohoto typu nahrávání je rychlost a přesnost, nevýhodou pak rozkouskovanost práce kvůli dílčímu nahrávání jednotlivých prvků pořadu. Z toho vyplývá, že jeho autoři **nemají přehled o celkovém výrazu a náladě díla** a nejsou schopni si nasimulovat **přirozené posluchačovo vnímání**.

Vzhledem k tomu, že se dnes používá převážně druhá možnost, tedy ono nekontinuální rychlonahrávání jednotlivých prvků a následná kompletace do výsledné podoby pořadu, zmíním se ze své zkušenosti o úskalích, na která je třeba myslet, abychom posluchači předložili **produkt kompaktní, vyvážený a přirozeně zkomponovaný**.

Předně si před audio montáží musíme uvědomit následující skutečnosti:

- pro jaký typ rozhlasové stanice pořad tvořím (zpravodajský, rodinný, hudební atd.)
- ve kterou denní či noční dobu bude naše dílo vysíláno a posluchačem zpracováváno
- jaký hudební žánr v pořadu prezentujeme

Je důležité si vždy představit typologii **majoritního posluchače** a tomu také přizpůsobit prezentaci pořadu. Opravdu nelze vysílat pro všechny tak, aby všichni byli uspokojeni, jak se o to mnozí programoví ředitelé v minulosti snažili. Jestliže pořad vysíláme na zpravodajské stanici (např. ČRo 1 – Radiožurnál), jeho tempo bude určitě rychlejší než na rozhlasové stanici věnující se klasické hudbě (např. ČRo 3 – Vltava). Je tedy v auditivním vnímání rozdíl, jestli sedím v autě a poslouchám magazín zpravodajsko-publicistického typu, nebo sedím v klidu doma se sluchátky na uších a vychutnávám si pořad o soudobé artificiální hudbě. Oba typy pořadu mají mít **zcela odlišné jak tempo slovního projevu redaktora (moderátora), tak tempo návaznosti slova na hudbu a naopak**.

Velmi podstatný je také **věk**. Posluchač vyššího věku potřebuje informace vstřebat delší čas než posluchač mladší, proto je návaznost jednotlivých zvukových prvků a tempo řeči v tomto případě pomalejší.

Dále je matoucí časová odlišnost vnímání autora (vysílajícího) a posluchače (přijímajícího). Nejvíce problematické to často bývá u pořadů, které se natáčejí dopoledne či odpoledne, ale vysílají se v pozdních nočních hodinách. Je **VELMI důležité** respektovat posluchačův **biorytmus**, proto by se tvůrci měli vždy snažit si tento noční vjem nasimulovat. V těchto případech je dále nutné dělat **delší pauzy** před i po dohrané hudbě (posluchač si musí emoci užít a nesmí být vyrušen následným slovním vstupem) a tempo řeči musí být daleko pomalejší než pro dopolední pořad (v noci vstřebáváme informaci pomaleji). Dynamika slovního projevu redaktora či moderátora musí být menší (rozdíl mezi nejtišším a nejhlasitějším místem řeči) a výška hlasu (intonace) nesmí zbytečně kolísat, ideální je jeho nižší poloha.

Co se týče hudebně-žánrové rozmanitosti pořadů, musíme dbát na různý emocionální dopad při poslechu. **Hloubka prožitku** je u každého žánru jiná. Dohraje-li např. 3minutová dechovka, která má hudební formu cyklickou a emocionální dopad není velký, můžeme za ni umístit slovní vstup redaktora poměrně brzy. Naopak dohraje-li např. 20minutové dílo symfonického orchestru, musíme počítat s daleko hlubším emocionálním prožitkem posluchače. Proto je nutné toto respektovat a po skončení skladby nechat větší časový prostor, abychom auditivní vjem nepříjemně nerušili brzkým umístěním následného slova.

Rád bych vzpomenul ještě jedno úskalí ze své zkušenosti rozhlasového mistra zvuku. A tím je **dynamika hudebních snímků** v pořadu použitých. Při zvukové montáži pořadů o soudobé artificiální hudbě jsme nejednou narazili na problém s živými nahrávkami koncertů. A to často v případech, kdy je posluchač ochuzen o vizuální vjem. V koncertním sále bylo buď „hudební ticho“ a diváci byli svědky nějaké performance na jevišti (divák se baví sledováním spartakiádního čísla dirigenta, posluchač ovšem jeho pohybové nadání zcela neocení), nebo hudba hrála v takovém pianissimu, že se téměř ztrácela v šumu prostoru. Tyto nahrávky jsou pak často pro následné vysílání v této původní formě nepoužitelné a je třeba udělat drobné „aranžérské“ zásahy. Zkrátit pro posluchače dlouhá hluchá místa, kde slyší jen šum sálu, na únosnou stopáž. Sekvence, které jsou v extrémním pianissimu, zesílit na dostatečně slyšitelnou úroveň.

2.4 Rozhlasová reklama a self promotion spoty

Tato rozhlasová disciplína je od ostatních **zcela odlišná**. V případě reklamy jde o propagaci klientova produktu či služby, v případě self promotion spotu chceme upozornit na vlastní pořady, akce, služby apod. Obojí ale podléhá stejným principům, a to **zaujmut**, aby si to posluchač vůbec poslechl, a v ideálním případě ho **přesvědčit** o tom, že nabízený produkt musí mít, slyšet, vidět, zažít...

Musíme si uvědomit, že sluchové vzruchy u člověka vzbuzují širší spektrum obrazotvornosti než vzruchy vizuální. Proto jsou zvukové výrazové prostředky v rozhlasové reklamě nesmírně důležité a jejich použití musí být **velmi promyšlené a citlivé** tak, aby **účinnost** této formy sdělení a manipulace s příjemcem byla co největší.

Na začátku této práce jsem se zmínil o citlivosti lidského ucha na zvukové podněty. V souvislosti z reklamou bych nyní vyzvedl skutečnost, že člověk je **nejvnímavější** na frekvence ve spektru 500-2000 Hz. V tomto intervalu slyšíme zvuky i při nízké intenzitě 1-10 dB. Čím je frekvence nižší nebo vyšší nad tento rozsah, tím musí být zvuková intenzita vyšší, abychom tyto kmitočty rozpoznali. „Pro nízké frekvence 20-50 Hz je potřebná intenzita 80-95 dB, u frekvence 20 000 Hz je to kolem 60 dB.“^[2] Z toho plyne, že při komunikaci **důležitých sdělení** bychom v rozhlasové reklamě měli frekvenční pásmo 500-2000 Hz efektivně využívat. Základními symbolickými zvukovými prvky jsou **hudba a řeč** (mnohdy ještě ruchová a efekťová zvuková stopa).

Slovo je složka informativní a plní roli **prvního auditivního plánu**. Proto musíme dbát na vhodný výběr hlasu, který by měl být dostatečně výrazný a znělý, aby informaci k posluchači „protlačil“. Nebudu podrobně popisovat editaci této zvukové stopy. Použití Equalizéru (pro příjemnou a čitelnou barvu), Audio Compressoru (pro správnou dynamiku) či DeEsseru (pro omezení zbytečně výrazných sykavek) je samozřejmostí. Je třeba si pohlídat nádechy ve větách, aby po aplikování kompresoru nebyly zvýrazněné a **nepříjemně syčivé**. Jde-li o hranou scénku (rozhovor atd.), nádechy samozřejmě zachováme. Jsou ovšem situace (např. jednohlasý spot), ve kterých se nabízí nádechy zcela odstranit (vystříhnout či správně nastavit modulační efekt Gate). Jde o poměrně krátký verbální projev, proto jejich absence vadit nebude. Je to ale individuální, nic nelze zobecnit. Záleží čistě na **estetickém cítění a auditivním vkusu mistra zvuku**.

Hudba je nezbytnou součástí každého rozhlasového spotu. Její význam v auditivním vnímání si podrobněji popíšeme v poslední kapitole o dramatické tvorbě. V souvislosti s reklamou je nutné říct, že by měla se slovem, které je nad ní a je v prvním plánu vnímání, **korespondovat**. Tzn., její tempo a nálada musí verbální zvukovou stopu **dokreslovat** a emotivně **podpořit**. Skladebná forma jednotlivých částí hudby musí být vystavěna tak, aby byl její začátek i konec logický. Nepřípustný je na jejím konci tzv. fade out (zeslabení) nebo ostře ustřižený zvuk hudby (nepříjemná absence přirozeného dozvuku), proto se snažíme hudební linku nasadit a následně postříhat tak, aby reklama končila hudební tečkou. Používáme-li jeden hudební úryvek, je to pro stříh zvukové linky snazší (vystříhneme, případně zopakujeme jednotlivé sekvence tak, abychom se dostali na požadovanou stopáž a reklama končila hudební tečkou). Při použití většího počtu motivů to chce už jistou **dávku nápaditosti, hudebních znalostí a citu** zvukového mistra.

Je nutné také věnovat zvýšenou pozornost **poměru hudební a slovesné složky**. Je-li hudba příliš hlasitá a slovo není dominantní, posluchač se zbytečně musí koncentrovat na to, aby vůbec sdělení rozuměl. Je to nepříjemné a reklama ztrácí efekt, protože ostatní složky, které působí na emocionální stránku posluchačova vnímání (hudba, ruchy, efekty), jsou v konečném důsledku vjemu potlačeny. Vzniká tak nekompaktní spot, který sice **informovat může, ale přesvědčit a nalákat nikoliv**.

Rozhlasová reklama musí být **jasně čitelná a emotivně působivá**. Posluchačovo auditivní vnímání prvních či druhých zvukových plánů musí být **přirozené** a mezi sebou **vyvážené**. Spot musí na první poslech ihned svým zpracováním (formou) zaujmout, šokovat, překvapit, vyvolat emoci (první a nutný předpoklad úspěchu) a posléze i **přesvědčit** (obsahem). Dnešní možnosti softwaru i hardwaru jsou velké, řekl bych až skoro neomezené. Existuje široká škála efektů, jejichž použití často zvukaře svádí. Pro čitelnost i barevnost rozhlasové reklamy je třeba být s jejich aplikací opatrný. Často platí zásada, že **méně je lépe než více**.

2.5 Rozhlasová dramatická tvorba

Široká paleta dramatických útvarů rozhlasové tvorby (četba, hra, poezie atd.) skýtá **nejrozmanitější možnosti** tvůrčí komunikace s posluchačem. Z pohledu zvukové dramaturgie a režie má mistr zvuku mnoho výrazových prostředků, jak dílo efektivně zpracovat tak, aby posluchačovo přijetí a **jeho auditivní vizualizace byla v souladu s myšlenkou tvůrců**. Toto téma by vydalo na rozsáhlou samostatnou práci, já se ovšem zmíním jen o základních aspektech z vlastní zkušenosti.

Počátky těchto uměleckých žánrů byly svou technologií a koncepcí zcela jiné, než je tomu dnes. Nahrávalo se tzv. „1:1“, tzn., že se např. rozhlasová hra odehrávala podobně, jako když herci hrají divadelní představení. Se vším všudy najednou. Mistr zvuku současně, podle předem pečlivě a podrobně vytvořeného scénáře, pouštěl zvukové pásy s hudbou, ruchy a efekty. Vše se odehrávalo kontinuálně jak v ose horizontální (časové), tak vertikální (vrstvení jednotlivých zvukových plánů na sebe). Šlo o **mixáž v reálném čase**, kdy se výsledek takto zaznamenával na magnetofonový pás.

Dnes je tomu jinak. Díky technickým možnostem se vše **rozvrstвило do dílčích fází** nahrávání. Analogový záznam byl vystřídán tzv. DAW (Digital Audio Workstation) a práce se tak zpřesnila, zjednodušila, zpreciznila.

Do počítače, ve kterém je nainstalován tzv. **multitrackový audio software** (vícestopý zvukový program), je tak možno nahrávat **jednotlivé prvky** (slovo, hudba, ruchy, efekty) v **jakémkoliv pořadí**. Zpravidla se nejdříve zaznamenávají herecké výkony, které se pak softwarovým stříhem vyčistí od špatných záběrů a plevelných zvuků. Následně se nahrávají ruchy a efekty a nakonec se dílo opatří hudbou. Všechny tyto zvukové stopy se poté **správně časově nasadí** (v horizontální i vertikální ose), a vytváří se tak **finální tempo-rytmus díla**. V momentě, kdy jsou jednotlivé sekvence (obrazy) a jejich prvky (slovo, ruchy a efekty, hudba) na správných místech a jejich zvuková kvalita a charakteristika je optimální, přichází na řadu **mixáž**, čili vytváření **poměrů hlasitosti** mezi verbální, ruchovou a hudební složkou. Podívejme se podrobněji na tyto tři základní zvukové prvky.

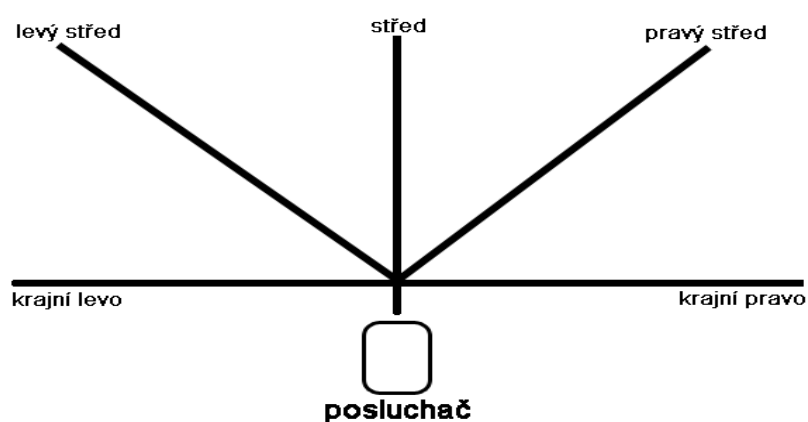
Slovo

Ať už má jakoukoliv podobu (dialog, monolog, komentář atd.), pro verbální projev v rozhlase je specifické to, že herec **nemá přímý kontakt s posluchačem**. Nemůže tedy působit vizuálně (mimikou, gesty) ani svou osobností a způsobem svého vystupování, nemá posluchačovu zpětnou vazbu. Ten má navíc absencí obrazové složky sluchové vnímání zostřenější, proto si **více všímá slovních nedostatků** a je k celkovému mluvenému projevu **kritičtější**. Každé zaváhání, přerušování, nežádoucí pauza apod. působí mnohem rušivěji, než při přímém kontaktu s posluchačem (divákem – divadlo, televize).

Chceme-li, aby měl herecův verbální projev na posluchače správný dopad, zastávám názor, že je dobré **dočasně tolerovat** jeho drobné chyby (přerušování atd.) při natáčení. Tou dočasnou tolerancí mám na mysli to, že pokud je herecův výraz v rámci dějového obrazu dobrý, přesvědčivý a kompaktní, je škoda jej zastavovat a **zbytečně tříštit** jeho koncentraci a zaujetí pro roli. Chyby můžeme opravit poté.

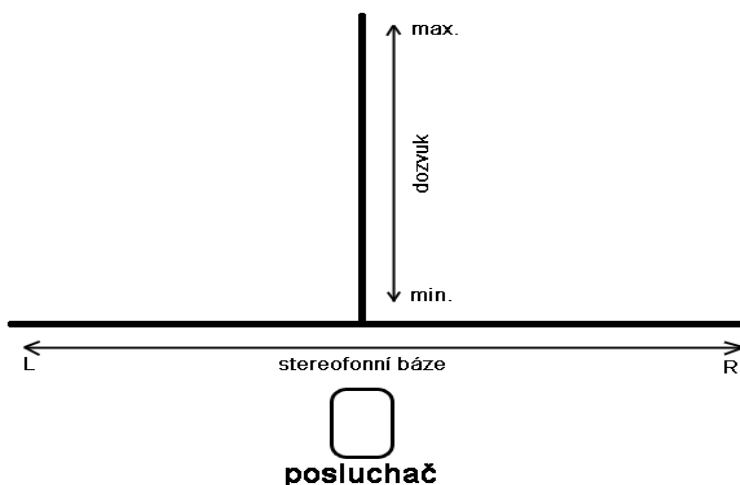
Tak jako máme v divadle schopnost vizuálně sledovat děj v prostoru, co se odehrává vlevo či vpravo, tak i posluchač má tuto schopnost díky tzv. **binaurálnímu slyšení**. V úvodní kapitole jsem se krátce zmínil, že jde o možnost auditivně vnímat **levo-pravý prostor**. V rozhlasovém zvukovém pojetí tomu říkáme **stereofonie**. Zastávám postoj rozhlasového režiséra Jiřího Horčíčky, který **odmítá nekoncepční** používání hereckých hlasů ve stereofonní bázi. Nemá cenu hlasy zbytečně umísťovat do stereofonního prostoru, pokud to **není podmíněno dějem**. Vznikla by tak prostorově sice plastická zvuková koláž, ale proč podlehnout technickým možnostem, když je jejich použití zbytečné a často zavádějící.

Posluchač si tak **mylně** představuje levo-pravé vzdálenosti mezi herci, přitom v kontextu s dějem nemají **žádný význam a opodstatnění**. Plasticitu auditivního vjemu plní v tomto případě složky ruchové a hudební, takže zvukové dílo je jako celek stereofonně široké a barevné. Je-li ovšem použití hereckých hlasů ve stereofonní bázi v souvislosti s dějem opodstatněné, opět souhlasím s Jiřím Horčíčkou, který začal rozeznávat pouze **pět bodů ve stereofonní ose**. Tzn., že i když máme v ději např. deset herců, nebudeme je rozmisťovat do deseti míst v prostoru zleva doprava, protože lidské ucho je jich stejně schopno identifikovat jen zmíněných pět. Krajiní levo, levý střed, střed, pravý střed, krajiní pravo (viz. Obr. 2). Ostatní mezipolohy lidské ucho rozlišit neumí.



Obr. 2. Posluchačovo stereofonní vnímání prostoru

Mluvíme-li o **prostorovém vnímání posluchače**, rozlišujeme ještě další rozměr. Tím je **zvukově-hlubkový vjem**, tedy vyvolání iluze o **vzdálenosti zdroje zvuku** od posluchače. Jestliže stereofonní osa vede zleva doprava, pak tato osa vede od posluchače směrem **dopředu** (viz. Obr. 3).



Obr. 3. Posluchačovo vnímání prostoru v obou směrech

Abychom tento efekt v posluchačově obrazotvornosti vzbudili, použijeme buď cestu **reálnou** (při nahrávání se mikrofon od herce umístí do **potřebné vzdálenosti**) nebo **post-produkční** (následná úprava frekvenčního spektra hlasu, použití **dozvukových procesorů**). Často se tyto postupy kombinují.

Mluvená řeč má velice bohatý rejstřík významových odstínů. Užívá celou řadu výrazových prostředků: intonaci (melodiku), přízvuk, pauzy, tempo, dynamiku (sílu) i hlasové zabarvení. Značná variabilita těchto prostředků umožňuje poměrně přesně vyjádřit konkrétní smysl slov či pasáží, a dokonce i zásadně měnit jejich význam. Díky technickým možnostem můžeme hlas také **modifikovat**, a to aplikací různých **efektů a deformátorů zvuku** (echo, hall, equalizér, pitch shifter – změna intonace, time stretch – změna délky zvuku, doublery, atd.). Vznikají tak různé formy **hlasové stylizace** (vnitřní řeč, vzpomínky, personifikace, imaginace atd.), kterou se tvůrci mohou vyjadřovat.

Ruchy

Tato zvuková složka většinou plní roli **sekundárního plánu vnímání posluchače** a rozeznáváme **dva typy**. První formuje jeho obrazovou představivost o **prostoru**, ve kterém se děj odehrává, vytváří jeho přirozenou **atmosféru** (např. ruch ulice, louky, fotbalového stadionu atd.). Druhým typem ruchů jsou ty, které podporují představu **konkrétní akce v ději** (ruch psacího stroje, otevření dveří, zapálení cigarety atd.). Většinou je samotní herci při natáčení nevytvářejí, dodávají se do projektu až posléze.

Ruchovou složku si za použití **stereofonního mikrofonu** buď sami nahráváme pro konkrétní projekt, nebo použijeme ruchy již natočené a distribuované různými společnostmi (např. BBC). Vedle reálných ruchů se uplatňují i ruchy v různé míře zvukově stylizované, a to od podoby jemného ozvláštňení reality, až k podobě ruchů nereálných, které se **neopírají o zvukovou realitu světa**. Jsou to **zvuky syntetické**, které vytváříme tzv. **modulátory** (např. různé klávesové syntezátory, atd.).

Hudba

Má v rozhlasové hře, a v literárně-dramatických útvarech vůbec, velice důležitou roli. Může svým charakterem a umístěním efektně předznamenat blížící se situaci určitého dramatického náboje, odděluje od sebe jednotlivé dějové obrazy a děj posouvá v čase, plní roli popisnou a vypovídací o situaci v obraze (např. když postava poslouchá nahrávku z gramofonové desky), **dokresluje atmosféru či emocionální charakter díla**.

„Souvislosti mezi parametry hudby a emocionální informací jsou v příkladech následující.

- důstojnost, sláva – tónina durová, melodie vzestupná, tempo pomalé
- smutek, těžkosti – tónina mollová, melodie vzestupná i sestupná, tempo pomalé
- snění, sentiment – tónina mollová, melodie vzestupná i sestupná, tempo pomalé
- radost, přátelství – tónina durová, melodie vzestupná, tempo pomalé
- gracióznost, jiskřivost – tónina durová, melodie sestupná, tempo rychlé
- štěstí, jasnost – tónina durová, melodie vzestupná i sestupná, tempo rychlé
- bouřlivost, vzrušení – tónina mollová i durová, melodie sestupná, tempo rychlé
- síla, majestátnost – tónina mollová i durová, melodie sestupná, tempo rychlé^[2]

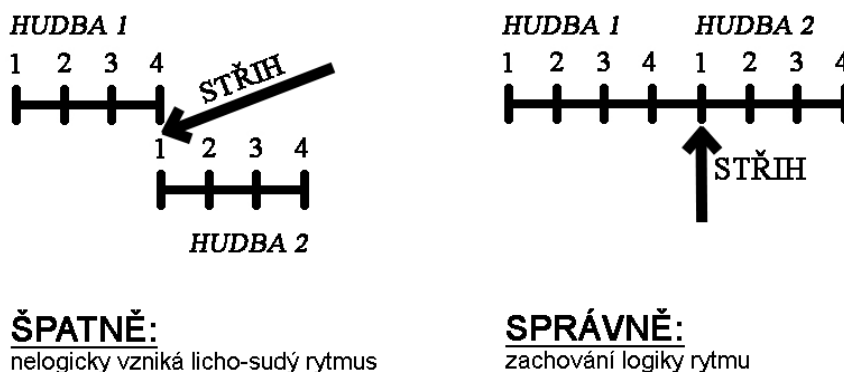
Zajímavé jsou ovšem i souvislosti mezi **hudebními nástroji a prožitky**, které vyvolávají.

- foukací harmonika – voda, námořník, loď...
- akordeon – bohéma, Paříž, hospoda...
- víření bubnů – varieté, senzace, vojsko...
- banjo – westernový saloon
- lesní roh – poštovní dostavník, lov, les...
- kastaněty – Španělsko
- dudy – Skotsko, Chodsko

Takovýchto spojení mezi **hudebním nástrojem a vyvoláním emoce** je mnoho a opravdu fungují velmi dobře. Proto je tato znalost (zkušenost) pro tvůrce nejen rozhlasového, ale vůbec audiovizuálního snímku **nezbytná**, chce-li mít posluchačovu či divákovu **emoci pod kontrolou**.

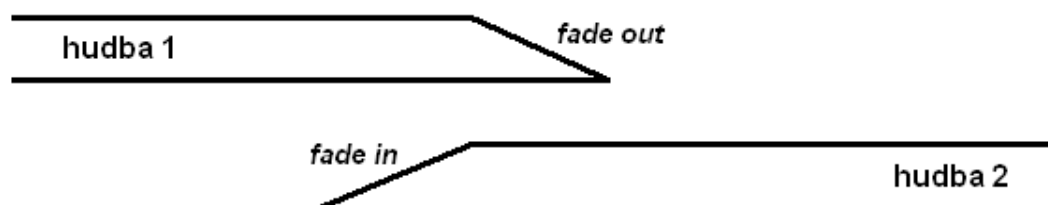
Občas používáme v rámci jednoho zvukového obrazu větší množství různé hudby, která na sebe v určitých momentech navazuje. Proto je NUTNÉ, aby měl mistr zvuku znalosti metrického charakteru skladby, harmonie a vůbec základní hudební znalosti a cítění. Dva odlišné hudební úryvky můžeme propojit dvěma způsoby. **Ostrým stříhem**, nebo **prolínáčkou** (tzv. cross fade).

Při **ostrém stříhu** na sebe **pevně** navazují dva hudební motivy. Musíme ovšem dodržet počet dob v taktu (abychom nesprávně „nepřilepili“ druhou hudbu na špatnou dobu taktu hudby první) – viz. Obr. 4. Začínající akord druhého motivu by měl být také **harmonicky příbuzný** s posledním akordem motivu prvního, aby nerozbil celkový harmonický vjem. Jednoduše řečeno, tento „hudební spoj“ **musí být přirozený a nesmí posluchače vyrušit**.



Obr. 4. Ostrý stříh dvou hudebních motivů ve $\frac{4}{4}$ taktu

Druhou možností propojení dvou hudebních sekvencí je použití tzv. **prolínačky**. Jde o způsob provedení přechodu, kdy se zvuky **plynule vymění** (cross fade). Tzn. první hudba je **zeslabována** do ticha (fade out) a druhá v tom samém okamžiku **paralelně** z ticha **zesilována** (fade in). Právěho efektu prolnutí, kdy se na určitou dobu zcela slije jeden zvuk s druhým, lze dosáhnout u zvuků velmi podobného charakteru. Osvědčená technika prolínání je ta, když první hudba zůstává v plné hlasitosti až do momentu, kdy druhá, zesilující se hudba, do té první **slyšitelně pronikne**. Teprve potom první hudbu přiměřeně zeslabujeme (fade out). Dynamická změna obou zvuků tak **neprobíhá naprosto současně**, ale s **malým časovým odstupem** – první hudba se zpožďuje za druhou (viz. Obr. 5).



Obr. 5. Prolínání dvou hudebních motivů – cross fade

Někteří rozhlasoví mistři zvuku často **zbytečně** používají právě „prolínačku“ místo ostrého stříhu. Důvodem je **neznalost hudebních zákonitostí, vztahů a pravidel**. Proto je pro ně jednodušší hudební spoj takto zakamuflovat a jakkoliv použité dva zvuky prostě vyměnit – však ono to nějak dopadne. Dle mého názoru je právě **hudební a vůbec zvukově-estetické cítění NUTNOU podmínkou pro vykonávání této tvůrčí práce, chceme-li ji vnímat jako z větší části uměleckou**.

Dalším občasným nešvarem, týkajícím se tentokrát stříhu slova, je zachování **přirozeného ticha** v rámci akustiky studia, ve kterém bylo slovo pořízeno. Setkal jsem se s tím, že přirozené delší pauzy mezi souvětími byly ve své původní podobě (drobný akustický šum studia) vystříženy a nahrazeny sterilním tichem. Výsledek byl hrozný. Celkový vjem byl nepřirozený a nepříjemný. Také **odstraňování nádechů je nepříjemné**. Senzitivní posluchač totiž po určité době zjistí, že je mu fyzicky nepříjemně, protože dýchá velmi povrchově, až skoro vůbec. Přizpůsobuje se totiž podvědomě sugestivnímu verbálnímu projevu, který je bez nádechů. Auditivní vnímání je tak nepřirozené, nepříjemné a rušivé.

Závěrečnou mixáží jednotlivých zvukových stop určujeme na jedné straně **šířku a hloubku** posluchačovy obrazotvornosti, na straně druhé pak vytváříme **jednotlivé zvukové plány jeho sluchového vjemu**. Proto dbáme na **preciznost poměrů** mezi úrovněmi hlasitostí těchto primárních (informačních – např. slovo) a sekundárních (emotivních a prostorových – ruchy, hudba) zvukových stop mixážního pultu v rámci audio software. Vždy si musíme představit, že **posluchač naše dílo slyší v daný okamžik pouze jednou** a nemá čas na zvukovou analýzu jako mistr zvuku, který na to má relativně mnoho času. Proto musí mít posluchač ihned jasno, co je **dominantní a nosné**. Ostatní stopy plní funkci **periferního vjemu**, který je ovšem pro atmosféru, náladu, emoce a dokreslení situace neméně důležitý.

ZÁVĚR

Představili jsme si základní rozhlasové žánry a jejich zvukovou i obsahovou specifikaci. Každý z nich by vydal na samostatnou práci. Snažil jsem se ovšem celistvou formou všech žánrů vedle sebe přiblížit jejich charakteristiku, možná úskalí a jejich řešení vedoucí k **efektivní komunikaci autora směrem k posluchači**. Myšlenkou této práce nebylo poskytnout návod na umění zvukové dramaturgie a režie mistra zvuku. Nešlo ani o výčet sofistikovaných možností zvukové (analogové i digitální) a výpočetní techniky a jejich použití v praxi. Tuto práci jsem ze své zkušenosti napsal jako zamyšlení nad principem komunikace autorů na straně jedné a posluchačem na straně druhé. Uprostřed tohoto komunikačního vztahu stojí právě **zvukový mistr**, který svým **hudebním a zvukově-estetickým cítěním a představivostí** sugestivně utváří přirozenost posluchačova sluchového vnímání. V audiovizuálním díle je k jeho přenosu k divákovi zapotřebí mnoha vizuálních profesí, jako jsou např. kameraman, osvětlovač, stříhač, maskérka, kostymérka, stavba, výprava aj. V rozhlasovém pojetí (např. v rozhlasové hře) se všechny tyto profese fúzíjí do osoby mistra zvuku. Ten silně ovlivňuje tzv. **auditivní vizualizaci posluchače**, tedy to, co mu při poslechu utváří **vnitřní obrazotvornost**. Používá k tomu širokou škálu **zvukově-výrazových prostředků**. Na druhou stranu je i posluchač spolutvůrcem, protože si na základě svých představ, postojů a zkušeností postavy děje sám dotváří. Má-li např. autor ve své literární předloze hezkou a sexy ženu, televizní tvůrci musí podle dostupných typologických indicií vybrat konkrétní herečku, která bude pro většinu diváků tento charakter splňovat. Rozhlasoví tvůrci ovšem svému posluchači správnými a přesvědčivými prostředky nabídnou informaci o tomto typu postavy a on si pak sám podle svého vkusu, potřeby a nálady roli vizuálně doobsadí.

V tomto pohledu je práce „pouze“ s jedním smyslem (sluchovým) nesmírně zajímavá a tvůrčí. **Jedno konkrétní rozhlasové provedení vzbuzuje mnoho jedinečných obrazotvorných modifikací díla.**

SEZNAM CITOVANÉ LITERATURY

- [1] Ivo B l á h a. *Zvuková dramaturgie audiovizuálního díla*. Praha: AMU, 2006. ISBN 80-7331-010-4
- [2] Jitka V y s e k a l o v á. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada, 2002. ISBN 80-247-0402-1

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Horizontální a vertikální rovina zvukového díla.....	10
Obr. 2. Posluchačovo stereofonní vnímání prostoru.....	21
Obr. 3. Posluchačovo vnímání prostoru v obou směrech.....	21
Obr. 4. Ostrý střih dvou hudebních motivů ve $\frac{4}{4}$ taktu.....	24
Obr. 5. Prolínání dvou hudebních motivů – cross fade.....	24