

Další pravidlo, které považovali pro profesionální mluvený projev za podstatné, se týkalo výslovnosti s tzv. rázem. Na prvním místě mělo platit pro výslovnost spojení neslabičných předložek (k, s, z, v) se samohláskovými začátky slov. Např. pro spojení k oknu, s Amerikou, z Evropy, v ústavu doporučovali výslovnost *k' oknu, s' americkou, s' evropí, f' ústavu* apod. Výslovnost bez rázu typu *koknu, samerikou, sevropi, vústavu* nebo dokonce se znělou souhláskou, tj. *goknu, zamerikou, zevropí, vústavu* považovali zejména pro rozhlasovou praxi za nepřijatelnou. Pro profesionální mluvený projev doporučovali výslovnost s rázem také při setkání dvou samohlásek na hranici slabičné předložky a slova se samohláskovým začátkem. Např. ve spojení jako po ulici, za autem, pro elektřinu, do okna doporučovali dávat přednost výslovnosti s rázem, tj. *po 'ulici, za' autem, pro' elektřinu, do' okna*, podobně také po předložce, která končí na souhlásku, např. pod oknem, bez odlihu, před úkolem, tj. *pot' oknem, bes' odlihu, přet' úkolem* apod.

Při formulování pravidel o výslovnosti s rázem vycházeli ze svých praktických rozhlasových zkušeností: přítomnost výslovnosti s tzv. rázem přispívá v profesionálním mluveném projevu významnou měrou k větší srozumitelnosti slov, zabraňuje jejich nepřijatelnému splývání.<sup>2)</sup>

Výslovnostní norma se samozřejmě netýká jen tvarů slovesa být a výslovnosti s tzv. rázem, ale zahrnuje celý soubor jevů. Svou společensky platnou normu má výslovnost jednotlivých hlásek (např. jako rušivé pocítujeme v české výslovnosti nejen tzv. ráčkování, ale i nepřesné tvoření sykavek nebo bokové souhlásky), také výslovnost souhláskových spojení, která jsou v češtině bohatě zastoupena (např. poměrně vysokou frekvenci výskytu má souhláskové spojení -stn- v slovech jako zaměstnání, místní, vlastnost, která slyšíme v projevech současných, jinak kultivovaných pracovníků sdělovacích prostředků v podobách jako *zaměsnání, mísní, vlasnost*, někdy dokonce *vlas nos* aj.). Svou normu má i slovní přízvuk (v současných veřejných projevech i ve sdělovacích prostředcích je nejčastější odchylkou od normativního slovního přízvuku jeho absence na slabičných předložkách, kdy slyšíme výslovnost *na západ, před prahem, o laciných* místo normativního přízvuku *na západ, před prahem, o laciných* aj. (Přízvukovou slabiku vyznačujeme graficky.)

Český rozhlas spolupracoval formou cenných podnětů a konzultací i s ortoepickou komisí, ustavenou v r. 1942. Výsledkem spolupráce (přerušené během 2. světové války a obnovené v rámci Československé akademie věd v r. 1954) byl první návrh výslovnostní normy, který vyšel pod názvem Výslovnost spisovné češtiny v r. 1955, druhé, přepracované vydání vyšlo pod stejným názvem v r. 1967. Uvedená pravidla normativní výslovnosti se vztahovala primárně na „výslovnost mluvy klidné, neutrální“ (2. vydání, s. 8), nikoli na mluvu emocionálněji zabarvenou. Avšak už v citovaném 2. vydání se zároveň objevuje pojem tzv. výslovnostních stylů, kde se už počítá se stylistickou diferenciací výslovnosti podle funkce a účelu projevu. Obě příručky se soustředily na formulování zásad a pravidel výslovnosti slov domácího původu. V roce 1978 vyšla příručka výslovnosti slov přejatých, rovněž pod názvem Výslovnost spisovné češtiny, obsahující pravidla výslovnosti slov přejatých z cizích jazyků (s poměrně obširným výslovnostním slovníkem v rozsá-

hu 25 tisíc slov) včetně hlavních zásad výslovnosti cizích vlastních jmen.<sup>3)</sup>

Mnohých výslovnostních jevů si v běžné každodenní komunikaci ani nevšimneme a většinou si je neuvědomujeme ani sami u sebe. Zaznamenávat je začneme a jsme na ně různou měrou i citliví, jde-li o projevy veřejné, obzvláště v mluvených médiích.

I když smyslem naší stati byl spíše pohled zpátky, připomínka jistě významné etapy historie snah o stabilizaci české výslovnostní normy i podílu pracovníků Českého rozhlasu na jejím zpracování a formulování jejích zásad a pravidel, přece jen bychom se chtěli alespoň v závěru zmínit o stavu výslovnostní normy v současných mluvených médiích. Česká výslovnost je dnes velmi rozkolísaná, a to jak pokud jde o výslovnost slov domácích, počítaje v to i slovní přízvuk a intonaci (nejčastěji chybí klesavá kadence, příznaková pro zakončení vět oznamovacích), tak v oblasti přejatých slov obecných (např. rozmohla se i v médiích výslovnost slova francouzského původu *pointa* jako *pojinta* místo normativní výslovnosti *poenta*, slovo empirový má často výslovnost podle psané podoby *empirový* a nikoli normativní *ampirový* aj.). Mimořádně rozkolísaná je také výslovnost cizích vlastních jmen osobních i zeměpisných, v nichž se projevuje na jedné straně ve výslovnosti jmen anglického původu až hyperkorektnost, nepřijatelná v českých mluvených projevech, na druhé straně značná nedbalost ve výslovnosti jmen z jiných jazyků, např. ze severských, ale i ze sousední polštiny (jejichž podobu je možné určit podle příručky V. Strahla, citované v pozn.<sup>3)</sup>). Mnohé nedostatky najdeme v tomto ohledu i v mluvených projevech pracovníků veřejnoprávního rozhlasu, a to přesto, že si na rozdíl od ostatních českých médií zachovává tradičně velmi slušnou úroveň celkové kultury mluveného slova.

#### Poznámky:

1. Historie zpracování pravidel a zásad normativní výslovnosti má svou obdobu i v jiných jazycích. Např. na zpracování výslovnostní normy anglické se také podíleli pracovníci rozhlasu (práce byla zahájena ve dvacátých letech 20. století). Dnes se anglická výslovnostní norma nejpřísněji dodržuje v rozhlasových a televizních stanicích BBC.
2. Z hlediska svého tvoření je tzv. ráz obdobou tvrdého hlasového začátku. Aktivním artikulačním orgánem jsou hlasivky, které se při tvoření rázu pevně sevřou a pak se náhle a prudce rozevřou. Teprve po jejich rozevření dojde k zaznění hlasu. Ráz známe z každodenní komunikace: vytváří se automaticky po každé absolutní pauze a je tedy samozřejmý na začátku věty, pokud začíná samohláskou, např. *'udělej to, 'odpovím vám zítra* a také uprostřed věty, kterou členíme na menší rytmické celky např. *'otevířeme dnes / 'odpoledne* aj.
3. V konzultačním styku s pracovníky, kteří se podíleli na zpracování výslovnostní normy cizích slov byl dlouholetý pracovník Českého rozhlasu V. Strahl. Ten také zpracoval pro profesionální mluvčí hlavně mluvených médií užitečnou příručku Klíč k výslovnosti cizích jmen v češtině, která měla několik vydání, např. v r. 1993 vyšla péčí Českého rozhlasu, v r. 1999 vyšla v řadě edic Karlovy univerzity. – Popis české výslovnostní normy slov domácích i cizích (respektující pravopisné změny v psaní některých slov přejatých, což ovlivnilo i jejich výslovnost) srov. J. Hůrková, Česká výslovnostní norma, Scientia 1995.

Josef Vlček

## Rádío jako emocionální médium

### Co se stalo se zvukem?

Zvuk je emocionální záležitost. Když se v osmdesátých letech objevily videoklipy, předpověděl jeden z hudebních vědců, tuším Ivan Poledňák, jimž jsem nadšeně přednášel o videoklipech jako o nádherné nové formě hudby budoucnosti, že to je konec hudby. „Člověk vnímá vizuální informace mnohem intenzivněji než informace zvukové. Ale pozor, ty zvukové nesmíme podceňovat, protože předávají emocionální informace. Dávají prostor fantazii, vytvářejí citové vazby. Když tento prostor omezíte, ztratí zvuková informace svůj smysl.“ Tehdy jsem nad tím potřásal hlavou – vývoj ale ukázal, že videoklip opravdu okradl hudbu o fantazii a emoce.

A druhý případ. Nedávno jsem dělal rozhovor s Ilnou Csákovou. Vysvětlovala mi, proč zásadně zpívá bez playbacku a proč živé koncertování staví vysoko nad nahrávání písní někde ve studiu. Podle ní jakýkoli lidský hlas, který je digitálně zpracován, ztrácí – jak říkala – „něco, co se do těch číslicek nedá přeložit“. Proto podle ní s nástupem digitálních technologií skončila pořádná populární hudba. Lidé z cédeček dostávají mnohem méně emocí, než na co byli zvyklí dřív z vinylových elpíček. Neříká to sama. S podobnými názory už dávno přišli Neil Young nebo Lenny Kravitz.

Ztracená emocionalita zvuku se dá jistými způsoby nahradit. Susan Sontagová ve svém eseji *Jedna kultura a nová senzibilita* tvrdí: „Zhusta se jeví hlavním úsilím umělců zvládnání a využívání nových materiálů a metod, odvozených z mimouměleckých pramenů.“ Myslím tím například různé průmyslové technologie, ale proč by těmi mimouměleckými prameny neměly být třeba některé vědy jako psychologie, sociologie nebo marketing. Aplikace těchto vědeckých disciplín může nahradit ztrátu emocí, o které umění, v našem případě hudba, přišlo. Symbolicky řečeno – srdce nahrazuje hlava. Jistěže při tom může vzniknout cosi nového.

### Konečně o rádiu

Rádío bývalo tím médiem, které pracovalo jen se zvukem, podporovalo fantazii a prostřednictvím lidských hlasů šířilo „to, co se do těch číslicek nedá přeložit“. I je zasáhla v posledních několika desítkách let digitalizace. Pokud chce stále zachovat svůj smysl nejrychlejšího informačního média, musí pracovat nejen s už emocí zbavenými CD, ale ještě s řadou dalších digitálních technologií, které tuto skrytou vlastnost lidského hlasu odfiltrují a vygumují až na kost. Z té původní emocionality vlastně nezbyvá vůbec nic.

Populární hudba tuto krizi řeší dvěma způsoby. V té konečné fázi je to marketing – lidé hudbu přestali vnímat prostřednictvím emocí a přestali rozumět i populární hudbě. Jsou ochotni si koupit novou desku, protože jim média vsugerují, že bez ní nemohou existovat. Druhý způsob náhrady emocionality je obsažen ve výrobě hudby. Ve fázi jejího nahrávání. Jednoduchost písní dnes vzniká z komplikovaných struktur. Všimněme si, kolik zvukových vrstev mnohý současný hit má. Do jakého detailu se jde, z jakých základů se čerpá. Výsledek je produktem hlavy, ne srdce. Na stejném principu jsou dnes postaveny nejmodernější rozhlasové stanice. Nezapomeňme totiž, že zvláště v Evropě probíhala vlna digitalizace a vzniku soukromých rádií zároveň.

A teď si ještě položíme otázku: Co je cílem emoce v soukromém rozhlasovém sektoru? Získání co největšího počtu posluchačů. Vybudování pevné vazby mezi médiem a posluchačem, v ideálním případě až jakési závislosti posluchače na rozhlasové stanici. Tomuto cíli je podřízena většina obsahu i formální struktury vysílání.

### Mechanika rozhlasové emoce

U moderního privátního rádia se oba „prvky hlavy“ – programový i marketingový – prolínají. Rádío se snaží mít stejnou tvář jak ve vysílání, tak mimo ně. Není to produkt sólistů, ale produkt kolektivní. To je důležité vědět, protože tím pádem jej musíme vnímat jako celek, v němž se jednotlivé částičky nemohou od sebe příliš lišit. Stanice musí hudebně znít úplně stejně, ať ji zapnete ráno, v poledne nebo večer. A co je důležité, všichni moderátoři musí pracovat úplně stejným stylem. Musí si být hodně podobní. Tvrdá kázeň, kterou taková filozofie moderního rádia vyžaduje, samozřejmě omezuje osobnost moderátora.

(Na okraj můžeme říci, že existují případy, kdy moderátor je ta výrazný, že se stává součástí stylové definice rádia. Ale kolik takových v republice je? Leoš Mareš na Evropě 2 nebo Milan Krajčí na Hey1 v Brně a Ostravě.)

Moderní rádío dnes pracuje s celodenním scénářem. Trochu připomíná scénáře, které se v 17. století psaly pro *commedii dell'arte*. Jsou v něm pevné body – a rok od roku jich je čím dál víc – jichž se musí rozhlasový tým držet. Sleduje prvky, které procházejí vysíláním v pravidelných intervalech po celý den.

Dál: Je jasně definována každá hodina a tvůrce programu se snaží, aby byla co nejpravidelnější. Definice hodiny se skládá nejen z pravidelné struktury skladeb, v nichž se střídají skladby podle svého stáří a jiných vlastností, ale i z přesně vytyčených moderátorských vstupů a jejich délky. Stejně tak přesně je definováno zpravodajství. Říkáme tomu formátová hodina.

A jdeme ještě do menšího detailu: Je jasně definován každý moderátorův vstup. Jsou rádia, například Blaník, kde je tato mechanika dovedena k takové přísnosti, že když si pustíte vstup moderátora třeba ve 14.08 a v 15.08, zjistíte, že jsou totožné. Liší se jen názvy písní, které moderátor uvádí.

Podstatou moderní rozhlasové emoce je tedy opakování, stereotyp. Posluchač vpadne do programu, navykne si na jeho rytmus a vytváří si návyk poslechu své stanice.

### Několik emocionálních triků

Na světě jsou dnes desítky tisíc privátních rozhlasových stanic, za nimiž je dlouhá praxe boje o posluchače. Za ta léta se vyvinulo obrovské programové know-how boje o publikum, metoda výroby emocionálních stereotypů. Následující stereotypy považujeme v momentálním stavu vývoje českého trhu za nejdůležitější.

Prvním důležitým emocionálním stereotypem je *pocit pohybu vpřed*. V běžném rozhlasovém vysílání se toho mnoho neděje – vždyť jsou to jen písničky, spojovací vstupy a pár rubrik. Program je hodně prázdný, ale po-

sluchač musí mít pocit, že se v něm neustále něco děje. Proto je pro každou stanici důležité, aby si našla svůj způsob, jak vytvořit dojem, že se program jen sype, řítí vpřed, prostě dojem rychlé jízdy. Jak se toho dosahuje? Především stručnými vstupy. Když začal vysílat v roce 1993 v Praze Kiss 98, seděl prý irský poradce se stopkami ve studiu a i když neuměl ani slovo česky, sledoval délku vstupů. A najednou povídá: „To bylo špatně.“ „Proč?“ ptá se moderátor. „Jak můžete vědět, co jsem říkal, když česky neumíte?“ „To není důležité. Byl jsi o tři vteřiny delší.“

V jedné fázi vývoje hudebního programu Evropy 2, tuším že kolem roku 2000, byla přesně předepsaná délka každého vstupu. V hodině třikrát po sedmi vteřinách, jeden patnáctivteřinový a jeden dvacetivteřinový.

Dnešní trend zachovává sice stručnost, ale pohyb vpřed realizuje jiným stylem, *anončním systémem*. Moderátor má k dispozici přesnou strukturu anoncí a v závěru každého svého vstupu upozorňuje na to, co bude za chvíli nebo na podobný pořad v průběhu svého vysílacího bloku nebo dne. Neustále se anoncuje to, co bude. Michal Zelenka pro to používá efektní definici: „Řekněte jim, že jim řeknete, že jim řeknete.“

To chce příklad. Většinu z nich se budu snažit uvádět z programu Rádía Nový Preston, na jehož stavbě jsem se před několika týdny podílel. Tak vypadá anonční systém v rámci jedné formátové hodiny. (Viz Příloha 1)

šatých větách. Na rozdíl od psaného textu bychom se ve složitějším souvětí neorientovali. Ale nám jde o něco jiného. O cílevědomé opakování určitých poselství, která podporují emocionální vztah posluchače k rádiu.

Každé rádio má jasně dané *základní slogany*, které mají pomoci vytvořit emocionální vazbu ke stanici. Jsou to přesné formulace, které vytvářejí posluchačovo vědomí o tom, proč by měl rádio poslouchat. Definují jeho charakter a zároveň tzv. *positioning* čili postavení stanice vůči konkurenci v určité mediální krajině. Opakovaná formulace se stává pravdou.

Chtl bych při této příležitosti citovat Hanku Andělovou, donedávna šéfovou programu na Rádiu Impuls: „Pět let jsem se snažila dělat co možná nejlepší zpravodajství a nakonec mi došlo, že lidé tvrdí, že Impuls má nejpřehlednější zpravodajství ne kvůli tomu, že ho má opravdu nejlepší, ale proto, že to celých pět let říkáme na začátku každých zpráv.“

Co opakujeme, abychom posluchači vsugerovali základní prvky tváře stanice?

Za prvé: její název – v každém moderátorově vstupu alespoň jednou. Posluchač musí vědět, kterou stanici poslouchá. Znalosti lidí o rozhlasovém trhu jsou minimální, tím spíš musí v jejich paměti zanechat naše rádio otisk.

Za druhé: staniční slogan – nejméně třikrát v hodině. Staniční slogan je definicí *positioningu* rádia, z hlediska emocionální vazby nejdůležitější prvek vysílání, alfa a omega úspěchu. Rádio Hellax – hravé rádio. Rádio Im-

### Příloha 1: Posunování programu prostřednictvím anoncí

10:00–11:00	Dopoledne s...
11:00	Zprávy /před nimi krátce počasí/ reklama
min 05	Po zprávách či reklamě uvedení 1. písničky do intra
min 10	úvod hodiny, přehled co bude v hodině, zajímavost
min 20	Anonce na rubriku V presu s Prestonem a na 1. píseň po reklamě
	Reklama
min 30	Rubrika V Presu s Prestonem, anonce na anketu
min 40	Anketa, anonce na 2 písně po reklamě
min 50	Anonce na Písničku na přání
min 55	Písnička na přání, anonce na Zprávy

Struktura této hodiny nám ukazuje, jak je v rádiu vytvářen efekt pohybu dopředu. Skoro každý vstup slibuje posluchači něco, kvůli čemu by měl zůstat dál u přijímače. Pohyb vpřed je vytvářen prostřednictvím anoncí.

Pohyb vpřed přináší další pravidlo: *Nikdy nemluvíme o tom, co bylo*. Je to i praktické – posluchač si mohl zapnout rádio právě teď a neví, o čem byla v minulém vstupu nebo před hodinou řeč. Neví, na co moderátor navazuje. Jedním z nejtěžších moderátorských prohřešků je fráze „Jak už jsem minule řekl.“. Toto pravidlo vede u řady rádií až k extrémní fóbii z vlastní minulosti. Řada soukromých stanic se podvědomě bojí své vlastní tradice. Pokud vůbec má nějaký archiv, tak s ním nepracuje. Petr Sládeček kdesi v podobné souvislosti definoval Novu jako „televizi bez historie“. O rádiích platí totéž.

### Opakování matka moudrosti

Dalším důležitým prvkem, který vytváří emocionální vazbu k rádiu, je *opakování*. Víme, že zvuková paměť není u většiny lidí vyvinuta tak dobře jako vizuální. Proto se třeba nemůže moderátor nebo zprávař vyjadřovat v ko-

puls – moderní informační rádio. Rádio Blaník – pohodové české rádio. Hit FM – rádio od ucha k uchu. Některé dobře znějí, ale nic nezmohou. Ale když je slogan dobře postaven, dovede opakování těch několika slov zázraky.

Za třetí: klíčová slova – do omrzení.

### Klíčová slova klíčem k emocím

Klíčová slova opakujeme znovu podle jasně daných pravidel jak v přednatočených jinglech, tak ve vstupech moderátorů. Moderátor má jasně předepsáno, jaké komunikační obraty smí používat, aby zasáhl kladné city posluchače. Znovu se vrátím k příkladu středočeského Rádía Nový Preston. Následující příloha ukazuje, jaká klíčová slova a obraty používáme, abychom vytvořili emocionální vazbu mezi posluchačem a rádiem. Je to materiál, který dostal k dispozici každý z moderátorů před zahájením vysílání. Cílem těchto komunikačních obrátů bylo vytvořit pevné místo stanice na středočeském trhu a vymezit se proti konkurenci, již bylo v tomto případě Rádio Blaník.



## Příloha 2: Základní komunikační obraty

### Základní komunikační obraty pro start Rádía Nový Preston

#### 1. „pravé středočeské rádio“

Naším hlavním soupeřem bude Rádio Blaník, které se profiluje jako „pohodové české rádio“ My jsme posluchačům a jejich životu blíží, jdeme za nimi – jsme nejen pohodoví, ale hlavně středočeské rádio.

#### 2. „srdce“

Blaník je studené rádio, kterému chybí srdce. My ho naopak máme na rozdávání. Jsme přátelšší a srdeční – a nezapomínáme to ve všech souvislostech zdůrazňovat: „Jste srdečně vítáni u našeho rádia“, „Mám tu pro vás jednu srdeční záležitost“, „Tohle je písnička opravdu od srdce“, „Jsme rádio ze srdce Čech“ atd. Na poslední uvedený obrat nezapomeňte – je to varianta ke slovu „středočeský“.

#### 3. „jenom česky a v pohodě“

Blaník neustále zdůrazňuje, že je pohodový. To my jsme taky, ale říkáme to trochu jinak. Oni mluví jen o českých písních, ale polovina programu je sestavená ze zahraničního popu. To slovo „český“ u nás znamená především český vkus, český styl života apod. Hudběně je to až ve druhém plánu – ale i tam jsme sto procentně čeští (ale také slovenští).

#### 5. „rodina“

To je velmi silné slovo, které se v rádiích často nepoužívá. Přitom můžeme mluvit např. o „rodině posluchačů“ nebo o „velké rodině krásných českých písní“.

#### 6. ostatní důležitá slova

Smát se, přátelství, humor, mír, něha, věrnost, veselost, sluníčko – ve všech svých podobách mají tato slova vysoce pozitivní potenciál.

Všimněte si, že už nejde jen o jeden slogan, jak tomu bylo na začátku soukromého rozhlasového vysílání. Když začala vysílat v roce 1991 Evropa 2, stačil jeden jediný slogan: To nejlepší z hudby. Dnes zůstává ústřední slogan, ale ještě navíc je posilován sekundárními formulacemi, dále zvyšujícími emoce posluchače k rádiu.

Vratme se ještě k šestému bodu Základních komunikačních obrátů pro Nový Preston – Ostatní důležitá slova. Na konci devadesátých let se konalo v Česku několik výzkumů emocionálního potenciálu některých slov. Lidé v něm reagovali na určité škále na to, jak na ně jistá slova působí. Výsledkem byla tabulka několika desítek hustě frekventovaných slov, která ukázala rozvrstvení z hlediska jejich pozitivního nebo negativního citového zabarvení. Provozovatelé rozhlasového vysílání začali tlačit moderátory, aby nejpozitivnější slova těchto výzkumů zařadili do svého vyjadřovacího slovníku. Jsou samozřejmě obsažena i ve staničních sloganech.

S tím vznikly i určité, někdy až do extrému vyhocené fobie. Známe stanice, kde se například přestalo používat slovo zprávy, protože v testech dopadlo hůře než slovo

informace. Těžko si představitelný obsah slova region je nahrazován mnohem srozumitelnějším slovem kraj atd. Některé z těchto poznatků jsou velmi rozumné, ale jsou-li uplatňovány mechanicky, ztrácejí smysl.

## Rádiová emoce mimo rádio

Ríkali jsme si na začátku, že rádio má dvě tváře, které spolu musí harmonovat. Vysílání, čili on-air, a jeho vystupování na veřejnosti, tzv. off-air. Jedna tvář posiluje druhou, jsou provázány. Off-air je vizualizovanou složkou rádia. Znovu se vracím k tomu, že mluvené slovo nás neslovuje s takovou agresivitou jako vizuální informace. Proto jdou rádia tak často do billboardových kampaní. Obrazová zkratka billboardů dnes funguje stejným způsobem jako všechny prvky rozhlasového vysílání, o nichž jsme mluvili. Zaplňuje „prázdný program“ a vytváří pohyb vpřed. Uplatňuje hlavní slogan a obrazem může jej ještě posílit nebo rozšířit. Řada méně zkušených rádií okouzlena často dobrým nebo vtipným nápadem zapomene, že základní slogan billboardu musí mít odraz v programu. Připomeňme si nedávnou kampaň rádií Kiss. Na billboardu doživotně odsouzený Kájínek a slogan Rádio na doživotí. Nechme stranou, jestli je to etické nebo ne, je to prostě nápad, který se zdá tvůrcům efektivní. Nesdělil však nic k podstatě rádia a jeho slogan nekorespondoval s tím, co o sobě tvrdila stanice ve vysílání. Vyhozené peníze!

Jiným důležitým typem off-airového autoproma rádia jsou PR články. I ty jsou formou vizualizace programu. Dodávají čtenářům nejen informace o tom, co rádio dělá nebo jak je dobré, ale mohou ještě dále posilovat emocionální prvky, s nimiž rádio ve svém vysílání pracuje. Znovu se podíváme na Rádio Nový Preston. Takhle vypadal jeden z PR článků o první soutěži, která se na stanici konala. Všimněte si, že primární informace, tj. zpráva o tom, že se na stanici koná soutěž, se stává informací sekundární, protože důležitější je to, že text obsahuje stejná klíčová slova, která jsme četli v instrukci pro moderátory (Příloha 2) a to v obou polohách. V té positioningové, kdy se stanice sebedefinuje vůči konkurenci (to jsou slova typu středočeský, český, srdce, pohodový), i v rovině slov s pozitivním emocionálním nábojem.

## Příloha 3: PR článek pro Nový Preston

Rádiem denně a někdy dokonce i dvěma se od 5. do 25. července potěší výherci na Rádiu Nový Preston, jehož popularita ve středočeském éteru v posledních týdnech raketově stoupá. A není k tomu třeba mnoho. Stačí si pamatovat telefonní číslo 12600 a zavolat ve chvíli, kdy se ve vysílání objeví celý den avizovaná kombinace tří zpěváků a skupin. Samozřejmě českých, protože Rádio Nový Preston hraje pouze českou hudbu.

„K čemu upoceně soutěžení za každou cenu,“ směje se vedoucí osobnost rádia Petr Laštovka. „Daleko lepší je si hrát. Protože hra, to je příjemná zábava, to je úsměv. A úsměv nám pomáhá překonávat potíže, trable nebo starosti. Úsměv otevírá lidská srdce.“

Rádio Nový Preston začalo v regionu vysílat v březnu letošního roku a svým pocitivým rodinným charakterem si okamžitě získalo široký okruh přátel a příznivců bez rozdílu věku, kteří mají rádi pohodovou českou muziku a celkový srdečný a přátelský tón vysílání.

V tomto duchu lze vytvářet i širší, s programem provázané off-air produkty, které podporují celkovou image rádia. My jsme si ukázali příklad „hodného rádia“ pro středočeský venkov. Tímto způsobem ale můžeme vytvářet i rádia s jiným emocionálním nábojem, třeba rádia teenagerských rebelů nebo rádio bulvárního charakteru. V této souvislosti poslouží historka, která takovou strategii rádia off-air charakterizuje a ukazuje extenzi až směrem k akci, jejíž vyznění je pak publikem citově vnímáno v duchu celkové tváře rádia. Když jsme v Praze rozjížděli Rádio Hey, stanovil jsem v jeho koncepci mezi jiným také ideu, že by se mělo dostat nejméně jednou měsíčně na stránky Blesku. Asi ne na tu první, protože ta je kromě výjimečných událostí vyhrazena zhruba dvaceti vytipovaným osobnostem, které zajímají nejvíce lidí, ale aspoň do prostředního dvoulístu drbů ze společnosti. V létě pořádalo Hey diskotékové parníky s českou hudbou na Vltavě a na jeden z nich vyrazila spolu se svým manažérem, jinak též vlivným redaktorem Blesku bývalá zprávačka Novy Nicol Lenertová. V té době byla hlavní postavou reklamy mobilového operátora, která šla v televizi až osmkrát denně, a hodně se psalo, co bude dělat, až reklamní kampaň skončí. Na parníku seděla jako pecka, netancovala, prostě nic. Radim Pařízek, spolumajitel rádia, za mnou přišel, jestli bych s ní nechtěl domluvit něco do vysílání. Třeba nějakou rubriku. „Raději ne,“ odmítl jsem. „Víš, jak by zněla z vysílání? Na obrazovce to tolik nevadilo, ale vždyť ona strašlivě kníká

a kuňká.“ Pařízek se přesto k ní a jejímu manažérovi připotácel a za dva dny jsme se dočetli v Blesku, že Nicol půjde moderovat do pražského Rádía Hey. V rádiu vypukla vzpoura, začaly dokonce padat výpovědi, ale o Nicol nebylo ani slechu. Ani se tam neukázala. Samozřejmě, že to byla kachna. Ale jen během dopoledne si článek přečetlo víc než milion čtenářů Blesku. Rádio Hey najednou vyznělo jako laskavá stanice, která nešťastné zprávače, když už ji Nova nechce, nabídla pomocnou ruku. No, není to rádio hodných a slušných lidí pro hodné a slušné posluchače?

To byl až extrémní příklad vytvořené akce, jež se pak zhodnocuje jak v PR článku, který posiluje emocionální tvář rozhlasové stanice, tak přímo ve vysílání.

## Konec

Nemá cenu se zabývat tím, zda je to, co jsme tu ukazovali, dobře nebo špatně. Ale když nebudu podobné triky používat já, bude je používat můj konkurent. Náš problém je v tom, že se musíme naučit s tímhle světem žít. Přijímat informace „cum grano salis“, a to zrnko soli musí být hodně velké. A nejenom u fakt, ale i u emocí, které jsou nám sdělovány. Jde to. Ve Spojených státech existují výzkumy, které ukazují, jak klesá důvěryhodnost médií. A když klesá důvěryhodnost média, klesá i důvěryhodnost a tím i účinnost reklamy v tomto médiu. A to může být pro taková média vážný problém.

## VYROČÍ

Jan Halas

### Václav Cibula

\* 7. 11. 1925 Slaný

Rozhlas má v sobě zvláštní přitažlivost. Stává se totiž poměrně často, že mnohý z jeho pracovníků v něm prožije větší část života a buď si toho ani nevšimne, nebo mu to vůbec není divné. Takový člověk prostě s rozhlasem sroste a není mu pomoci. Dnes osmdesátiletý dr. Cibula je názorným a navíc velice významným příkladem tohoto tvrzení.

Narodil se 7. listopadu 1925 ve Slaném a v rodném městě také maturoval na gymnáziu. V letech 1945–1949 studoval na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy srovnávací dějiny literatury a romanistiku pod vedením profesora Václava Černého. Po studiích pracoval jako redaktor deníku Lidová demokracie a konečně v roce 1964 nastoupil do rozhlasu jako redaktor nově vzniklého III. programu. Šedesátá léta přinesla velký rozkvět rozhlasového vysílání a Václav Cibula má na této renesanci nemalý podíl.

Spolu s Dagmar Maxovou, Jaroslavem Pourem, Helenou Bauerovou a Zdeňkem Boučkem se mu podařilo vytvořit stanici pro tzv. „náročného posluchače“, tedy jaksi specificky výlučnou, brzy se však ukázalo, že těch „náročných posluchačů“ je víc, než předpokládaly sociologické výzkumy. Došlo k šťastné přímé úměře – dobrý program měl hodně posluchačů. Nebylo divu. S Třetím programem spolupracovali jako externisté Jiří Suchý, Jiří Šlitr, Miroslav Horníček, Jan Werich, Ivan Vyskočil,

Emanuel Frynta a mnozí další. Cibulovy řady Antická knihovna a později Etická knihovna inspirovaly nakladatelství ke knižní podobě. Cyklus 33 otázek pro ... patří dodnes k nejvzácnějším pokladům rozhlasového archivu.

Po sovětské invazi v roce 1968 Třetí program ještě nějaký čas vzdoroval „normalizačním tlakům“, v roce 1970 byl však jeho redakční kolektiv rozehnan. Václav Cibula přešel do literární redakce, kde se mu po celá sedmdesátá a osmdesátá léta dařilo, navzdory nepříznivým okolnostem, spolu s Václavem Daňkem, Rudolfem Matyssem, Dagmar Hubenou a dalšími, udržet kvalitu vysílání na nejvyšší možné úrovni. V literární redakci pracoval až do odchodu do důchodu, který však neznamenal odchod z rozhlasového vysílání. Jako zasvěcený znalec rozhlasového archivu vymyslel a dlouhé roky připravoval cyklus Fonogramy.

Vedle své redaktorské práce vydal Cibula i řadu knih – jako autor i překladatel. Mnohé se dočkaly několika vydání (zde je třeba připomenout zejména Pražské pověsti, ilustrované přítelem Cyrilem Boudou). Napsal také několik rozhlasových her. Obyčejná sobota byla první českou rozhlasovou hrou, vysílanou v Kanadě a na Novém Zélandu. Spolupracoval i s televizí, zůstal a zůstává však především rozhlasákem. S rozhlasem prostě sroste a není mu pomoci.

Mgr. Jiří Hubička

### Josef Hlavnička

\* 27. 12. 1930 Jetiřov, okres Strakonice

*dramaturg rozhlasových her, autor rozhlasových dramaturgií a adaptací, překladatel a rozhlasový režisér*

Takovou věrnost jednomu podniku a jedné profesi už dnes často nevidíte. Když vezmete navíc v úvahu, že onou profesí je obor do té míry exotický, jako je dramaturgie rozhlasových her (nepřeháním, jen to zkuste a zeptejte se lidí, kteří se nepohybují přímo v nějakém příbuzném oboru, zda vědí, co to vlastně takový dramaturg je!), pak je to jev velmi ojedinelý.

Josef Hlavnička nastoupil do Československého rozhlasu vzápětí poté, kdy absolvoval katedru divadelní vědy, která byla v oné době součástí pražské Akademie múzických umění. 4. října 1954 se stal nejprve lektorem, o rok později dramaturgem redakce Literárně dramatické, oddělení dramaturgie. V tomto útvaru, který sice v průběhu let měnil svoje názvy, v této instituci, která se posléze přejmenovala na pouze „českou“, ve stejné budově (Vinohradská 12) a dokonce v kanceláři na stále stejné chodbě (4. patro, zadní trakt) prožil čtyři desetiletí nesmírně intenzivního a umělecky plodného profesionálního života, aniž by tento prostor svého působení (míněno doslova i v přeneseném slova smyslu) na okamžik opustil. Nepočítám samozřejmě jedno vojenské cvičení, ke kterému ho armáda povolala v roce 1959. Do důcho-

du odešel přesně po čtyřiceti letech a třech měsících, tedy ke konci roku 1994. Jako by i v tom naplnil pro sebe tak typický smysl pro řád, úměrnost, jistou akurátnost.

Věrnost a oddanost profesi ovšem nebývala kdysi v prostředí rozhlasových literárních redaktorů, dramaturgů a režisérů ničím výjimečným. V roce 2005 jsme si připomněli už dva jubilanty (režiséry Adlera a Tomeše), kteří jsou nejen vrstevníky Josefa Hlavničky, pro které je rovněž příznačná profesní dlouhověkost. V té souvislosti musí pak zaznít další jméno význačné osobnosti, která tvořila po dlouhá léta (právě po boku Josefa Hlavničky a také dr. Jaromíra Ptáčka) jeden z dominantních článků rozhlasové dramaturgie – jméno dr. Jaroslavy (Vendulky) Strejčkové.

Když ovšem Josef Hlavnička v roce 1954 do dramaturgie nastoupil, bylo to v období, které ještě zdaleka nesignalizovalo, že se z české rozhlasové hry posléze vyvine jedna z nejprestižnějších a dokonce mezinárodně oceňovaných uměleckých disciplín. V onom roce 1954 ještě doznívala zásadní programová přestavba, která v roce 1952 vytyčila – jak jinak, nežli pod vlivem sovětského příkladu – boj proti formalismu a návrat k národ-



ním tradicím. Což byl boj a návrat, které na čas zcela vymýtily původní rozhlasové drama (označené za formalistickou hříčku) a nastolily nadvládu převzatých textů divadelních her, nejčastěji klasických. Skutečnost, že v přehledu dramaturgických prací Josefa Hlavničky z celého prvního desetiletí jeho působení nalézáme téměř výlučně rozhlasové adaptace divadelních textů, není ovšem dána pouze tímto faktem. Hlavnička měl úzký vztah k divadelní dramatičce po celou svou dramaturgickou dráhu. Přičemž je však nutné zdůraznit, že vždy s velkou pečlivostí a nápaditostí usiloval o kvalitní rozhlasový přepis, o maximální využití ryze rozhlasových postupů při převodu textového materiálu do auditivní podoby. Příznačné je rovněž zaměření jeho výběru titulů. Kromě několika návratů k české klasice (Jiráskův Otec, Tylova Paní Marjánka, Dykovo Zmoudření Dona Quijota, Štěpánkův Pivovar v Sojkově nebo Čapkova Věc Makropulos) soustředil svou pozornost především na dramatičtvo anglosaskou. V jeho dramaturgii a často ve vlastních úpravách byla natočena celá řada adaptací Shakespeareových her, dále hry Shawovy, Wildeovy, Sheridanova Škola pomluv, Gayova Žebrácká opera, O'Neillova hra Tak trochu básník...; dále na dramatičtvo srbochorvatskou (např. Antun Šoljan, Miroslav Krleža, Zvonimir Bajsic – to jsme už ale na poli překladů zahraniční rozhlasové dramatiky) a v dalším sledu dramatičtva severská – Ibsen, Strindberg, Sigur Christiansen..

Do tohoto spektra titulů a jazykových oblastí nevstupoval Hlavnička náhodně – patří totiž k těm dramaturgům, kteří jazykové vzdělání považovali za jeden ze základních předpokladů v cestě za odhalováním textových kvalit.

Výbornou znalost angličtiny Hlavnička zúročuje ovšem také jako překladatel. Na jeho překladatelském kontě je řada anglických rozhlasových her. Vydal rovněž několik překladů prózy. Je také autorem několika překladů ze srbochorvatštiny (např. novely srbského prozaika Momo Kapora Dvojí čas Nika Hercega). Severskou oblast si zpřístupnil studiem norštiny. I z tohoto jazyka přeložil do češtiny několik textů.

V druhé polovině 50. let začala česká rozhlasová dramatika ožívat. Hledání nových výrazových možností, ryze rozhlasových specifik a tvarů šlo zprvu cestou dramaturgické literární předlohy, o něco později pak objevováním možností původní rozhlasové hry. Do čela hledání nové rozhlasovosti vykročila především dramaturgiko-režisérská dvojice, kterou tvořila Jaroslava Strejčková a Jiří Horčíčka. Josef Hlavnička nepatřil v té době, ale ani nikdy poté, řekněme už nyní, k „razičům“ nových cest, k hledačům formálních inovací, k experimentátorům. Jeho dramaturgický naturel byl vždy založen na neobyčejné preciznosti, texty, které odevzdával k realizaci, cizeloval s maximálním zřetelem na obsahovou hloubku, ale v neméně míře s ohledem na přehlednost a srozumitelnost tvaru. Podobný respekt vůči posluchači nedovoluje pouštět se na tenký led neověřených pokusů.

Toto tvrzení však ani v nejmenším neznamená, že by z dramaturgického stolu Josefa Hlavničky vycházely výhradně texty přísně realistického ražení. 60. léta a jejich postupné uvolnění politických limitů otevřela cestu textům z produkce britské dramatiky, z nichž mnohé nesly výrazné rysy tzv. absurdního dramatu. Archiv českých rozhlasových her dodnes zásluhou Josefa Hlavničky zdobí tituly jakými jsou Celou noc venku (Harold Pinter), Nepříjemná ústí (Giles Cooper), Dlouhohrající klavírista (Alan Sharp) nebo Apartmá s terasou (William Trevor).

Šedesátá léta však znamenala především nebyvalý rozkvět české původní rozhlasové hry. Do této nejnáročnější a kdysi i nejvíce ceněné disciplíny rozhlasové slovesnosti vstoupil Josef Hlavnička velice výrazně v polovině tohoto plodného desetiletí. Tehdy zásluhou svého vytříbeného „čichu“ na talentované autory (prokázal ho v pozdějších letech ještě mnohokrát) navázal spolupráci s Jiřím Vilímkem. První titul, který s tímto autorem připravil, přinesl velký posluchačský úspěch. Komédie „Nic lidského mi není cizí“ (v režii Josefa Červinky, s vynikajícím Vlastimilem Brodským v hlavní roli) přinesla nejen osobitý a vtípný příběh, stala se zároveň brilantní ukázkou invenčního využití principu rozhlasového vyprávěče.

Další hra Jiřího Vilímka v dramaturgii Josefa Hlavničky vznikla už v pohnuté době po srpnu roku 68. Byla autorova poslední, protože Jiří Vilímkem nedlouho poté předčasně zemřel. Hra se jmenovala „Neodvratný skon maratónského běžce“ (režie Jiří Horčíčka) a byla politickou moralitou na téma falšování pravdy a historie ve jménu zdánlivě dobré, pokrokové věci. Vzdor tomu, že atmosféra ve společnosti i v rozhlase už nabírala velkým tempem tzv. „normalizační“ směr, stihlo ještě vedení redakce rozhlasových her poslat nahrávku do prestižní soutěže Prix Italia. Vilímkova hra obdržela na podzim roku 1969 v Mantově hlavní cenu Prix Italia. Dlužno dodat, že je to také dosud poslední česká rozhlasová hra, která se podobně vysokého ocenění dočkala.

Během následujícího dvacetiletí, nechvalně známého jako doba „normalizace“, nebyla tvorba původní rozhlasové dramatiky snadnou záležitostí.

Rozhlasové vedení zaujalo ke hře příznačně podvojný vztah. Na jednu stranu vznik nových, zejména původních titulů podněcovalo (viz řada soutěží, festivalů) a podporovalo (co do počtu titulů překračovala produkce dramaturgie tu dnešní několikanásobně), kladlo však nemilosrdné nároky na ideovou služebnost produkce. V této situaci dokázal Hlavnička inspirovat a dopracovat s autory velkou řadu textů, které se pasti ideové služebnosti zdaříle vyhýbaly. Našel a doslova vychoval početnou skupinu autorů, kteří se orientovali na témata čerpaná z historie, tu rozvíjející klasické literární motivy, jindy zobrazující privátní příběhy tzv. drobných lidíček, komedie či dramata manželská, rodičovská apod. O tom, že šlo o hry s nadčasovou platností, svědčí mimo jiné i skutečnost, že tyto tituly dodnes obohacují hojný reprízový repertoár současného dramatického vysílání.

Mezi Hlavničkovy autory patřili na jedné straně scenáristi a prozaici zvučných jmen (František Nepil, Vlasta Dvořáčková, Anna Smetanová, J. A. Novotný, Helena Benešová, Daniela Fischerová, Viktorie Hradská, Jiří Just, Zdena Psůtková, Jindřich Fairaizl). Některé z nich Hlavnička k rozhlasové tvorbě přivedl – např. Jiřího Horáka, autora řady her s náměty z české historie. Teprve po změně společenských podmínek v roce 1989 vyšlo najevo, že pod některými (do té doby neznámými) jmény se skrývala díla autorů v onom dvacetiletí režimem zakázaných – velkou řadu textů napsal pro dramaturga Hlavničku, „pokryt“ jiným jménem, dramatik František Pavlíček. Z této spolupráce – po roce 89 už samozřejmě příznané – vzešlo ještě několik podstatných dramatických prací – mezi nejrozsáhlejší patří 12dílná dramaturgická románu Henryho Fieldinga Tom Jones, kterou František Pavlíček napsal v roce 1994.

Jak jsme už naznačili Josef Hlavnička své ohromné dramaturgické zkušenosti čas od času (v míře až zbytečně skromné) zúročil také jako autor rozhlasových úprav a dramaturgických. K nejvýznamnějším autorským počínům přikročil vlastně až v 90. letech, kdy zdramatizoval

mimo jiné dva romány Grahama Greena (Ministerstvo strachu a Lidský faktor), dále pak slavný román George Orwella „1984“.

Jakkoli rozsahem nesrovnatelně menší, přece však hodné zaznamenání je Hlavníčkovy občasně působení v roli rozhlasového režiséra. Touha porovnat se s textem i z pozice realizátora je v případě jeho zaujetí rozhlasovou hrou logická. Škoda, že se k takovému kroku neodhodlal častěji. Takto se mi – z her, které sám natočil – vybavují jen tři tituly: bulharská hra autora Rajnova Člověk se vrací z minulosti, Svůdné moře stínů Heleny Benešové a Muž, který neodcestoval Henryho Slesara.

A bylo by nekorektní, kdybych na tomto místě nezmínil ještě jednu přínosnou stránku Hlavníčkovy působení

ve prospěch české rozhlasové hry: po dlouhá léta zajišťoval dramaturgický kontakt se slovenskými kolegy, českým posluchačům pak nabízel nejkvalitnější výsledky slovenské tvorby. Tento kontakt, tato – v dobrém slova smyslu – konfrontační setkání měla pro vývoj české rozhlasové hry pozitivní význam.

To vše, jsem si vědom, je jen několik útržků, které stěží mužou zachytit celou šíři a význam působení Josefa Hlavníčky v oblasti rozhlasové dramatiky. Představuje – zejména pro všechny, kteří jsme měli možnost působit v jeho blízkosti – neobyčejně silnou a vnitřně soudržnou osobnost. Svým dramaturgickým působením napsal jednu z nejvýraznějších kapitol české rozhlasové dramatiky 20. století.

**PhDr. Tomáš Sedláček**

## Antonín Přidal jubilující

\* 13. 10. 1935 Prostějov

Vysoký, ještě tmavovlasý muž příjemného zevnějšku stojí za katedrou natřískané posluchárny brněnské filozofické fakulty a příjemným hlasem oslovuje posluchače přibližně takto: „Lejdýz en čantlmen“. Jedinou větičkou vypustil mezi nadšené posluchače i poněkud kožené akademiky směšného mužička, pana Hymana Kaplana, jehož nová jazyková dobrodružství právě vydal ve svém nádherném překladu. Hovořil pak dlouze a poutavě o jazykových dobrodružstvích, jimiž musel procházet, aby jeho pan Kaplan měl nádherně české a přitom americky světlácké rysy. To jsem poprvé uviděl Antonína Přidala, rozhlasovou legendu mého mládí, na vlastní oči. Zbytek jsem se dozvěděl o něco později.

Vynikající překladatel, básník, dramatik, publicista i moderátor důvěrného hlasu vstoupil do literární redakce brněnského studia v roce 1960. Pětadvacetiletý začátečník tu potkal samé legendy: Šéfem mu byl básník Jan Skácel, kolegy Miloslav Skála, Vlastimil Tom Pantůček, Karel Tachovský, prostorem týdeník Nashledanou v sobotu (v němž se později hádával se svým rozhlasovým maňáskem – panem Hlavou), ale záhy také úplně jiné rozhlasové plochy. V sérii podvečerních sobotních čteb na stanici Praha například přivedl na vlny ČRo poprvé pana Kaplana, tenkrát ještě v překladu Pavla Eisnera a v půvabné interpretaci Jiřího Štuchala. A když začal tehdejší Československý rozhlas objevovat pásmo velmi krátkých vln, objevily se jeho slavné Potulky knížkami a hudbou. První šťastné desetiletí Přidalovy rozhlasové existence skončilo v roce 1970, kdy byl donucen odejít. Narodil se tak vynikající překladatel poezie i prózy (např. G. Kinell, E. Lear, J. Updike, D. Lodge, G. K. Chesterton, J. Heller a zejména L. Rosten a jeho Pan Kaplan má stále třídu rád). Po revoluci se zdálo, že je tahle rozhlasová osobnost pro rozhlas už definitivně ztracena – Antonín Přidal se zabydlel na televizní obrazovce a do rozhlasu se vracel jen příležitostně jako autor či režisér. Pokaždé to stálo za to – jeho dramatický seriál Pan Kaplan má stále třídu rád s nezapomenutelnými kreacemi M. Donutilla, či rozhlasové hry Pěnkava s loutnou, Sáňky se zvonci, případně Políček číslo 111 mluví samy za sebe. Pro radost posluchačů, a myslím, že i pro radost svou, se dnes vrací do rozhlasu pravidelně ke svým Potulkám, nebo aby vytvořil rozmarný cyklus nonsensové poezie Kytice anglických nonsensů. Letos k tomu připojil i režii vlastní dramaturgizace Peroulkova románu Pozdější život Panny.

Nechci spekulovat, jaký vliv měl na Antonína Přidala jeho první šéf, ale jedno je spojovalo nesporně – bežvý-

hradná úcta ke slovu. S tím souvisí i tohle: „Nemám rád zbytečná slova,“ řekl mi ten úhledný a překvapivě mlčenlivý muž jednou v počátcích naší spolupráce.

Nikdy nezapomenu naše první pracovní setkání – týkalo se, pamatují-li se dobře, jeho překladatelských Schůzek s literaturou. Antonín Přidal byl zdvořile odtažitý, komentář si žádal natočit sám, aby ho nikdo nerušil. Odvedl svou práci, doplnil texty, které pořad měly provázet a zdvořile se rozloučil. Bylo (a je) v něm zjevně cosi z anglického džentlmena – odstup, krytý laskavou zdvořilostí, občas záblesk nečekaného vtípu, z něhož rychle přechází zpět do obvyklé zdvořilostní konverzáce.

Postupem času jsem měl příležitost poznat i další podobu téhle rozhlasové legendy – režiséřskou. Ludvík Kundera dělí režiséry na typy řvoucí a typy vysvětlující. Z výše uvedeného je zjevné, kam patří vysvětlující Antonín Přidal. Rozhlasovou režii zprvu zkoušel na menších plochách svých překladů angloamerické i španělské poezie. Nejprve dlouze četl text s interprety – pak začala jeho práce u režijního stolku. V tom okamžiku mi zazněla v duchu druhá část věty o zbytečných slovech, která v tom prvním setkání zůstala nevyřčená: „Zůstávají-li jen potřebná slova, pak musí znít jejich význam. A jejich napětí i atmosféra.“ Snadno se to řekne, ale cesta ke zvukovému tvaru, který by uspokojil režiséřovy nároky, jeho slyšení, bývala a dodnes je dlouhá. Režisér odbíhal do studia, dlouze promlouval s interprety a zase se vracel zpět. Vznikají nové a nové varianty, až konečně zazní verše tak, jak si Antonín Přidal přeje – s plnou sugestivitou, jasně a srozumitelně. Jediné slovo nesmí „spadnout pod stůl“. Tohle na Přidalově režirování část interpretů oceňuje nejvíce: „Nikdo jiný mi tak jasně nevysvětlí, o co v textu jde,“ říkají jeho ctitelé. Jiní to snášejí méně. Trpívá i technická osádka: Záběrů na pomocných pásech přibývá, čas běží – a to se teprve budou vybírat ty nejzdařilejší...

Náročný je Antonín Přidal ovšem zejména na sebe. Mívám příležitost sledovat jeho moderování Potulek knížkami a časem. Je zajímavé poslouchat a mít zároveň před očima to, co posluchač nemá možnost zjistit – jak autor a moderátor přizpůsobuje svůj vlastní text. Nejde jen o drobné úpravy ve volbě slov, ale často o stylistické zásahy, jejichž smysl ve čteném textu uniká – dokud ony pasáže neuslyšíte. Moderátor Přidal má zjevně dar slyšet své texty předem, proto tolik úprav. K zvláštnostem jeho projevu patří propojování vět a zpracované významové členění textu uprostřed větných celků. Dává si nesmírnou