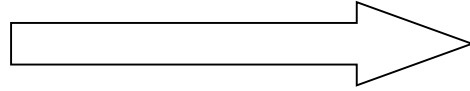


MASMEDIÁLNA KOMUNIKÁCIA – PUBLICISTICKÝ ŠTÝL

Kde všade prichádzame do kontaktu s publicistickým štýlom?

Komunikačná sféra

Komunikanti



Aká je funkcia masmediálnej komunikácie?

Znaky publicistického štýlu

- 1) Písomnosť
- 2) Variabilnosť
- 3) Monologickosť
- 4) Verejnosť
- 5) Informatívnosť
- 6) Aktualizovanosť

Prehľad útvarov publicistického štýlu

1) **SPRAVODAJSTVO** – Spravodajské útvary – správa; riport (beletrizovaná správa o jednej udalosti), interview, oznámenie, komuniké (úradné oznámenie, úradná správa), plagát, referát...

2) **PUBLICISTIKA** - Analytické útvary – publicistika racionálneho typu – úvodník, komentár (zaujíma stanovisko k závažnému javu), editoriál, glosa, posudok, recenzia, kritika...

Beletristické útvary – publicistika emocionálneho typu – reportáž, stĺpček (krát. úvaha), fejtón

Publicistický štýl

- je objektívno-subjektívny jazykový štýl, veľmi dynamický a živý,
- stretávame sa s ním v ústnej i písanej forme (TV, rozhlas, internet, tlač),
- ovplyvňuje naše myslenie, konanie, vyjadrovanie,
- je to hybridný (zmiešaný) štýl, pretože využíva jazykové prostriedky viacerých štýlov – náučného, umelec., hovor.
- využívajú informačný slohový postup (spravodajské útvary); výkladový (analytické útvary); beletristické útvary majú aj estetickú funkciu (najmä časopisy),
- masmediálna komunikácia využíva osobitné vizuálne výrazové prostriedky, grafické prostriedky (veľkosť, tvar, hrúbka písma...), pohybové výrazové prostriedky (mimika, gestikulácia, proxemika), zvukové výrazové prostriedky (zafarbenie hlasu, melódia vety), nejazykové výrazové prostriedky (hudba podfarbujúca text...).

DRUHY TLAČE

- + Podľa periodicity – denníky (najmenej 4x do týždňa), týždenníky, občasníky, príležitostná tlač.
- + Podľa obsahu – univerzálne noviny a časopisy bez zacielenia na konkrétneho čitateľa, spoločensko-politické, literárne, ekonomické, vedecké, programové, rodinné, ženské, mládežnícke, športové, náboženské, inzertné.

Verejnoprávne inštitúcie:

Bulvárna publicistika:

HORIZONTÁLNE ČLENENIE NOVÍN A ČASOPISOV

- Pevné usporiadanie článkov do rubriek umožňuje čitateľovi rýchlejšie vyhľadať informácie. Aj rozhlas a TV majú viaceré relácie v tom istom čase (ranné programy, správy, predpoveď počasia).
- Pri názve denníka bývajú stručné texty, ktoré majú upútať. Pod názvom novín sa nachádza správa o najdôležitejšej udalosti dňa. Prvá strana je venovaná aktuálnym udalostiam z domova a zo zahraničia, nasledujúce strany prinášajú články tematicky rozdelené do pravidelných rubriek, napr. spravodajstvo, ekonomika, zahraničie, kultúra, názory a polemika, inzercia, šport.
- V hlavičke alebo na konci novín sa nachádza tiráž = obsahuje technické a vydavateľské údaje.
- Dôležitou súčasťou sú spravodajské fotografie.

Ako sa volajú bulvárni fotografi?



- 1 -
- 2 -
- 3 -
- 4 -
- 5 -
- 6 -
- 7 -

Fajčiari v Európe to majú čoraz ťažšie

Od 1. júna 2014 začne vo Fínsku platiť zákon, ktorý fajčiarov vykáže z barov a reštaurácií. Podobná norma sa bude od 5. júna týkať tiež Estónska a od 1. júla bude fajčenie tabu na všetkých verejných miestach v Anglicku. Hoci v ostatných krajinách Európy je postoj k fajčeniu rôzny, trend je jasný – fajčiari budú mať čoraz menej priestoru na upokojuvanie nervov cigaretou, cigarou či fajkou v ústach.

Do akého útvaru patrí text?

Vystupujú tu skutoční ľudia prežívajúci skutočné emócie, s ktorými sa môže divák stotožniť. Zároveň relácia komunikuje dojem, že „úspech“ môže stretnúť každého a nie je privilegiom iba hŕstky „vyvolených“. Toto v divákoch môže vyvolávať silné pozitívne i negatívne emócie v zmysle, že sa buď identifikujú so súťažiacimi, alebo ich odmietajú, pretože majú dojem, že na ich mieste by to zvládli lepšie. Negatívne emócie priťahujú divákov pred obrazovky rovnako účinne ako pozitívne.

(P. Scheberová)

O akom druhu relácií je text?
Diskutujte o názore P. Scheberovej.