

11. Vojtek Juraj 1995. *Úvod do organizácie redakčnej práce a redigovania*. S. 14–39, 65–98. Bratislava: Univerzita Komenského.

**ÚVOD
DO ORGANIZÁCIE
REDAKČNEJ
PRÁCE
A REDIGOVANIA**

JURAJ VOJTEK

2. časť

REDAKCIA – NOSITEĽ REDIGOVANIA

RIADIACE ZLOŽKY:

ŠÉFREDAKTOR, ZÁSTUPCA ŠÉFREDAKTORA, REDAKČNÁ RADA

Výsledkom kolektívnej novinárskej činnosti je teda novinársky celok v redakčnej (a pri elektronickom redigovaní čiastočne aj v tlačiarenskej) fáze jeho výroby. Už z tohto konštatovania vyplýva, že redakciu považujeme za pracovno-organizačný či organizovaný sociálny systém, teda za skupinu „ľudí organizačne spätých na účel spoločnej, spoločensky užitočnej činnosti.“⁴¹ Podľa teórie riadenia základnou jednotkou každého sociálneho systému je pracovník ako osobnosť. Vyššie spomínaná definícia abstrahuje od špecifik rôznych druhov pracovných kolektívov. Ak však máme definovať redakciu, musia nás zaujímať predovšetkým tie jej danosti, ktoré sú typické práve pre túto pracovnú skupinu. V tomto zmysle **redakciu** ponímame ako kolektív tvorivých i netvorivých pracovníkov, **zdrúžených do istej organizačnej štruktúry, z ktorých prví – redaktori – sú nositeľmi individuálnej i kolektívnej novinárskej činnosti** (zbierajú novinárske informácie, stvárajú ich do novinárskych prejavov, apretujú objednané i neobjednané novinárske prejavy, ktoré vznikli v redakcii i mimo nej a zostávajú z nich novinárske celky) a **druhí – neredaktori – poskytujú prvým rôzne služby**. Za poznámku stojí skutočnosť, že na Slovensku činnosť redakcie zväčša, žiaľ, neupravujú nijaké predpisy. Organizačné poriadky sú stále skôr výnimkou než pravidlom, redakčné štatúty známe z vyspelej západnej Európy nejestvujú, hoci práve ony by mohli zmierniť, či niekedy priamo vylúčiť tlaky na redakciu, ktoré zrejme vždy budú jestvovať. Redakcia v periodickej tlači vznikla ako dôsledok prvej delby práce, keď všetky činnosti spojené s tvorbou podkladov na technickú realizáciu periodika už nestačil robiť jednotlivec. **Hodnotne možno redaktorov deliť na funkcionárov a radových redaktorov**. Funkcionári predovšetkým riadia, organizačne zabezpečujú prácu a posudzujú a adjustujú novinárske i nenovinárske výpovede. Radoví redaktori najmä píšú novinárske prejavy a redigujú pridelený rezort. Ako vraví B. Garlicki, „bez ohľadu na jej vnútornú štruktúru, organizačný systém každej redakcie predpokladá dve skupiny ľudí: tých, ktorí dodávajú texty, a tých, ktorí ich vyberajú a pripravujú do tlače, aj keď toto rozhraničenie nie je ani presné, ani trvalé.“⁴² Inými slovami to isté potvrdzuje F. W. Hodgson, podľa ktorého „redakciu novín možno v zásade rozdeliť na tých, ktorí nachádzajú a píšú materiál, a na tých, ktorí ho apretujú a prezentujú.“⁴³ (Pre zaujímavosť, najzrejmejšia deliaca čiara medzi týmito dvoma druhmi redaktorov je v americkej žurnalistike.) Najvýznamnejším redakčným funkcionárom je šéfredaktor, ktorý v početnejších kolektívoch má aspoň jedného zástupcu. Svojským redakčným útvarom je sekretariát, ktorý tvoria: hlavný sekretár, sekretári (politickí a technickí) a ďalší, najmä netvoriví pracovníci. Poradným a pomocným orgánom šéfredaktora môže byť redakčná rada. Základné štruktúrne ohnivka väčšiny redakcií predstavujú oddelenia, ktoré sa skladajú z vedúcich a z radových redaktorov.

V praxi našej tlače sa niekedy stretávame s pojmami užšie a širšie vedenie redakcie. Pod užším vedením sa rozumejú najvyšší funkcionári (šéfredaktor, zástupca či zástupcovia šéfredaktora a hlavný sekretár, prípadne iní sekretári), pod širším vlastne všetci redakční funkcionári (popri členoch užšieho vedenia vedúci oddelení). Vtedy však širšie vedenie splyva s redakčnou radou. Užšie vedenie redakcie je operatívny orgán šéfredaktora, ktorý sa zväčša schádza podľa potreby, najmä však vtedy, keď treba pohotovo zabezpečiť dajaké páľčivé úlohy. Miesto a postavenie užšieho vedenia neurčujú nijaké právne normy, preto sa v prípade na prípad líši, ak, pravda, vôbec v redakcii jestvuje. V závislosti od početnosti redakcie možno členiť na veľké, stredné a malé. Za veľké treba u nás považovať predovšetkým redakcie ústredných denníkov, ktoré zamestnávajú šesťdesiat až osemdesiat pracovníkov. Stredné redakcie (dvadsať až štyridsať zamestnancov) majú ďalšie ústredné, najmä však nadregionálne, regionálne a niektoré lokálne denníky. Napokon malé sú predovšetkým redakcie niektorých regionálnych a najmä podnikových novín

(päť až desať pracovníkov). Ak by sme však vzali za základ svetové parametre, uvádzané údaje by sa dostali do iného svetla. Vo veľkých svetových denníkoch totiž pracuje až štyristo zamestnancov, z čoho redaktorov býva zo tristo. Ústredné redakcie majú filiálky v mestách či miestach, ktoré považujú za významné zdroje informácií. Niektorí redaktori veľkých redakcií pôsobia doma či v zahraničí ako stáli korešpondenti.

Sociológia považuje redakciu za otvorený spoločenský systém, ktorý charakterizuje päť základných znakov: cieľ, elementy, štruktúra, organizácia a prostredie. Vo vzťahu k svojmu prostrediu je tento systém otvorený „s typickou intenzívnou výmenou informácií, a to jednak pre potreby riadenia chodu systému ako takého, jednak (a predovšetkým) ako základnej suroviny na redakčnú produkciu.“⁴⁴ Z hľadiska teórie systémov⁴⁵ treba redakciu zaradiť medzi pracovno-organizačné systémy, ktoré sa členia podľa rôznych kritérií. Tak napr. ak podľa sféry činnosti poznáme útvary pôsobiace vo výrobnej a nevýrobnej sfére, potom redakciu treba zaradiť niekde medzi obe skupiny. Redakčná práca totiž nie je bezprostredne výrobná, ale jej výsledok, technicky realizovaný v tlačiarňach, je zhmotnený, resp. zmaterializovaný artefakt, zvláštny výrobok, lebo uspokojuje „vyššie“ potreby človeka. Skutočnosť, že novinársky celok jestvuje iba v zhmotnenej podobe, musia novinári (redaktori) rešpektovať. Ak podľa veľkosti pracovno-organizačné systémy bývajú veľké, stredné a malé (resp. základné), potom redakcie patria predovšetkým medzi malé systémy. Tvorba ich organizačných štruktúr by teda nemala robiť problémy. Treba si však uvedomiť, že tvorivý ráz redakčnej práce organizovanie redakcie komplikuje. Ak z hľadiska podmienok činnosti členíme pracovno-organizačné systémy na tie, ktoré pôsobia v bežných a extrémnych podmienkach, potom redakcie radíme medzi prvé, aj keď treba poznamenať, že novinárska práca je neraz psychicky veľmi náročná, na čo by sa nemalo zabúdať. Ak podľa dĺžky trvania pracovno-organizačné systémy môžu byť stále a dočasné, redakcie zaraďujeme medzi prvé, hoci ich trvanlivosť býva rôzna. Napokon podľa stupňa formalizácie jestvujú pracovno-organizačné systémy s prísnu a voľnou organizáciou. Individuálna stránka novinárskej činnosti, ktorej výsledkom je novinársky prejav, by naznačovala, že redakcia je kolektív ľudí s voľnou pracovnou organizáciou. Kolektívna stránka žurnalistickej činnosti, ktorej výsledkom je novinársky celok, napovedá, že by malo ísť o kolektív s prísnu pracovnou organizáciou. Pravda bude niekde medzi oboma extrémami. Prísna pracovná organizácia platí v redakcii v otázkach spojených s harmonogramom. Noviny a časopisy nemôžu nevyjsť. Na druhej strane sa nemusia objaviť s tými novinárskymi prejavmi, ktoré chceli priniesť.

Pod organizovaným sociálnym systémom rozumieme „usporiadaný súbor prvkov, vzájomne spojený vzťahmi medzi ich vlastnosťami, takže tvoria celok, ktorý má spoločný funkčný účel.“⁴⁶ Vzájomné vzťahy prvkov, resp. elementov, ktoré udržiavajú systém pri živote, sa charakterizujú ako „organizácia“. Ak takýto systém má plniť úlohy, ktoré si postavil, resp. ktoré pred ním postavila nadriadená inštitúcia, napr. vydavateľ, jeho práca nemôže byť náhodná, neskoordinovaná, ale naopak – musí byť hlboko premysleným súborom prísne usporiadaných a navzájom prepojených postupov vypracovaných na základe dôsledného rešpektovania konkrétnych úloh redakčného systému a ním vydávaného periodika. Tento stav sa však dá dosiahnuť iba za predpokladu, že redakcia má premyslenú organizačnú štruktúru a poriadok (štatút), ktoré určujú pravidlá jej chodu. „Organizačná štruktúra je výrazom vertikálnej a horizontálnej delby práce v podniku. Výsledkom vertikálnej delby práce sú organizačné stupne, kým horizontálnou delbou vznikajú útvary (jednotky) podľa druhov výroby a podľa druhov činností v riadení a správe.“⁴⁷ V organizačnej štruktúre redakcií periodickej tlače vlastne rozoznávame len tieto organizačné stupne: 1. oddelenie a 2. redakciu. V prípade tzv. elektronických masovokomunikačných prostriedkov je hlavných organizačných stupňov viacej, konkrétne:

1. redakcia,
2. hlavná redakcia či inak nazvaný útvar (napr. centrum) a
3. rozhlas, resp. televízia.

Za prvok či element (resp. jednotku) v prípade periodickej tlače možno považovať predovšetkým oddelenie, kým pri rozhlase, resp. televízii najmä hlavnú redakciu, či inak pomenovaný útvar.

Ako organizovaný sociálny systém, redakcia nepôsobí „vo vzduchoprázdne“ a jej politiku určujú viaceré okolnosti, z nich sa uvádzajú predovšetkým tieto: tlačový systém, tradície, vydavateľ, šéfredaktor,

politická strana, čitatelia.⁸ Teória pozná štyri tlačové systémy: autoritatívny, indeterministický, spoločensky zodpovedný a sovietsky komunistický⁹, z ktorých prvý a štvrtý sú nedemokratické, kým zvyšné dva (teda druhý a tretí) sú typické pre demokratické spoločenské zriadenia. Ako sa však ukazujú, aj indeterministická teória (Libertarian Theory) sa najmä v čase existencie veľkých mediálnych monopolov prežíva a vo vyspelých demokraciách sa čoraz viac uplatňuje teória spoločensky zodpovednej tlače (Social Responsibility Theory of the Press), lebo publiku nemožno predostierať len to, čo takpovediac „bezbolestne zhlodne“. Ďalším faktorom, ktorý veľmi významným spôsobom ovplyvňuje politiku novín, sú tradície. Veľké západné noviny sú istým smerom profilované celé desaťročia (napr. konzervativizmus britských *The Times*, liberalizmus *The Guardian*, aj keď – a to treba zdôrazniť – v oboch prípadoch ide o inklináciu k ideovému smeru, pričom uvádzané noviny nie sú orgánmi príslušných politických strán). Preto napr. ľavicovo orientovanému redaktorovi ani len na um nezide, že by sa uchádzal o miesto v pravícovom denníku, a opačne. Bez ohľadu na to, či majiteľom je jednotlivec, rodina (v súčasnosti zrejme ide skôr o výnimku), resp. spoločnosť (čo býva častejšie), je podiel vlastníka na politike periodika nezanedbateľný, aj keď aj tu môže byť rozličný. Niektorému magnátovi stačí, že sa vlastníctvom legendárneho denníka môže pyšiť, iný vyžaduje, aby mu zarábala čo najviac. Politická príslušnosť periodika k politickej strane (najmä v kategórii denníkov) je v súčasnej demokratickej spoločnosti skôr výnimkou než pravidlom, lebo noviny si od nich vybojovali nezávislosť. Až donedávna predovšetkým extrémna ľavica mala svoje denné tlačové orgány, v ktorých spoločenské dianie osvetľovala zo svojho pohľadu. Dnes už zväčša ani to nie je pravda, lebo takéto denníky majú v demokratickej spoločnosti problémy s nákladom. Napokon treba spomenúť aj vplyv recipientov na redakčnú politiku, ktorý – zdá sa – rastie.

Pojem „redakcia“ sa z periodickej tlače preniesol aj na tie ohniva štrukturálnej výstavby rozhlasu a televízie, v ktorých nevzniká žurnalistika.

Filiálna redakcia je tvorivý kolektív redaktorov i neredaktorov, ktorý pôsobí mimo ústredne. Vzniká tam, kde si tlačový orgán či iný MKP potrebuje zabezpečiť bezprostredný kontakt s istým regiónom. Na čele filiálky, ako sa jej hovorovo vraví, môže, ale nemusí stáť vedúci, ak ho takýto organizačno-pracovný kolektív nemá, potom sú si jeho tvoriví pracovníci funkčne rovní. Vysunuté redakčné pracoviská pôsobia obvyčajne na dosť rozsiahlom teritóriu (napr. kraj či okres). Vtedy redaktori, ktorí ich tvoria, si prácu rozdeľujú. Najčastejšie podľa teritoriálneho princípu. Nie však vždy podľa neho. Neraz si prácu rozdeľujú podľa tematických oblastí (podobne sa v ústrednej redakcii vytvárajú oddelenia). Keďže ale filiálne redakcie nie sú početné, na rozdiel od redaktora ústredne má filiálny redaktor na starosti niekoľko tematických oblastí. Alebo: ak redaktor ústredne pokrýva viacero rezortov jedinej tematickej oblasti, potom redaktor filiálky nezodpovedá za rezorty, ale za tematické oblasti. Napokon ďalší spôsob pridelovania práce filiálnym redaktorom vychádza z členenia novinárstva na spravodajstvo a publicistiku, teda jeden redaktor má na starosti spravodajské, druhý publicistické žánre.

Význam vysunutých redakcií či vysunutých redaktorov bude bezpochyby rásť (najmä ak sa zvýši dôležitosť nacentrálnej tlače), preto sa ich počty budú zvyšovať, pričom niektoré denníky budú zrejme mať vysunuté redaktory (na taký či onaký úväzok, alebo na zmluvu o dielo) vo všetkých významnejších regiónoch, na ktoré sa Slovensko člení. Ak sieť vysunutých redaktorov nie je dostatočne hustá, doplní sa spolupracovníkmi, prípadne dopisovateľmi, aby redakcia mala bezprostredný kontakt vlastne s každou významnejšou súčasťou oblasti, ktorú pokrýva.

Filiálka udržiava styk s ústredňou denne cez zodpovedného pracovníka centrály, ktorým môže byť zástupca šéfredaktora, hlavný sekretár či sekretár, prípadne vedúci niektorého oddelenia. Kto to je, to nie je rozhodujúce. Mal by to však byť určitý jednotlivec, aby nevznikali kompetenčné nedorozumenia. Tam, kde redaktori filiálnej redakcie majú prácu rozdelenú podľa skupín žánrov, jej pracovníci patria do právomoci rôznych oddelení. (Tak napríklad regionálny spravodajca môže podliehať pod vedúceho spravodajského oddelenia centrály, publicista pod vedúceho ekonomickej publicistiky ústredne.) Redaktori filiálky sa zvyčajne zúčastňujú na celoredakčných poradách centrály. Dva až štyri razy v roku slúžia v ústrední, aby poznali jej mechanizmy a aby, ak napríklad ide o celoslovenské periodikum, nestrácali zo zreteľa príslušné hľadiská, skrátka, aby nepestovali regionalizmus. Redaktori, ktorí pôsobia mimo ústredne, sa vo svojej práci riadia dlhodobými i krátkodobými plánmi. Ak je filiálka hierarchizovaná,

z podnetov podriadených komponuje plán jej vedúci. Ak nie je, každý redaktor si vypracúva osobnú direktívu. V oboch prípadoch plán schvaľuje ústredňa.

Vznik filiálok súvisí s rozvojom spoločnosti na konci 19. stor., keď v periodickej tlači vzrástla úloha regionálneho a lokálneho spravodajstva.

Šéfredaktor je najvýznamnejší redakčný funkcionár, lebo zodpovedá za obsah periodika a za prácu redakcie jednak nariadenej inštitúcii (napr. vydavateľovi) a jednak čitateľskej verejnosti. Anglický teoretik a praktik F. W. Hodgson v tejto súvislosti vraví: „... šéfredaktor... je človek fyzicky zodpovedný za to, čo sa dostáva do novín, ako sa to zapreťovalo, ako sa to predkladá verejnosti, ale aj za to, že noviny vyjdú včas. Ak z ich obsahu vyplynú vážne právne problémy a niekto musí ísť do väzenia, je to šéfredaktor. Ak nie je práve na dovolenke, či neprítomný pre chorobu, má všetko, čo ide do novín, vidieť a schváliť.“¹⁰ Šéfredaktor má viacero povinností, z nich najvýznamnejšia ho neodlišuje od vedúceho pracovníka akéhokoľvek iného odvetvia: s kolektívom, na čele ktorého stojí, má vydávať ekonomicky úspešný produkt (v tomto prípade periodikum). Od úloh ostatných „kapitánov“ priemyslu sa však jeho úloha líši v tom, v čom sa rôzni výsledok jeho práce od iných tovarov. V periodickej tlači sa poskytujú informácie, ktoré pomáhajú čitateľovi orientovať sa v spoločnosti. V tomto zmysle slova teda informovať znamená poskytovať či predávať čitateľovi služby. Bežný komerčný pohľad na novinárstvo v tržovo orientovanej spoločnosti tvrdí, že čitateľovi treba dať to, čo chce. Ibaže niekedy to znamená preukazovať recipientovi „neslužbu“. Preto klasik modernej podoby *The Observer* James Louis Garvin (1868 až 1947) vyhlasoval, že jeho noviny dávajú čitateľovi to, čo nechce. Na jednej strane má byť teda periodikum finančne úspešné, na strane druhej má slúžiť komunite, pre ktorú vychádza. Dosahovať oboje by malo byť prvoradým cieľom každého dobrého šéfredaktora. To, že sa tento zámer nedosahuje ľahko, zvyrazňuje skutočnosť, že realita, ktorú periodická tlač odráža, sa neraz rýchlo mení. Vyváženosť medzi komerčnou úspešnosťou a nekomerčným poslaním novinového priemyslu si vyžaduje premyslenú organizáciu redakčnej práce, ktorá dokáže na rýchle zmeny pohotovo reagovať.¹¹

V našom tlačovom systéme šéfredaktor určuje obsah periodika v súlade so záujmami všetkých činiteľov komunikačnej reťaze. Dozerá, aby sa náplňou periodika neporušovali zákonom chránené záujmy spoločnosti, organizácií a občanov. Zodpovedá za to, že pravdivosť a pôvod každej informácie sa starostlivo overia.

Navonok zodpovedá za obsahovú i formovú stránku periodika, a to ako vo vzťahu k právu, tak aj vo vzťahu k verejnosti. Napriek tomu nemôže dozeráť na všetko. Niektoré právomoci musí delegovať na iných redakčných pracovníkov, a to nielen na funkcionárov, ale aj na radových redaktorov (najmä v prípade tzv. služieb). Lenže ak aj niektoré právomoci deleguje, zodpovedá za všetko, čo v jeho mene podriadený urobil, a to aj vtedy, ak ku príslušným krokom má šéfredaktor výhrady. V redakcii sa pritom neraz treba rozhodnúť veľmi rýchlo. Kým v iných profesiách možno rozhodnutie odložiť a na vedúceho pracovníka počkať, v redakcii treba všeličo riešiť ihneď, lebo tak káže výrobný cyklus.¹²

Šéfredaktor je významný verejný pracovník, lebo spoluvytvára a spolurealizuje koncepciu periodika. Lenže nie každý, kto je dobrým verejným pracovníkom, musí byť aj dobrým šéfredaktorom. Šéfredaktor je totiž významný verejný pracovník na novinárskom poli. A keďže žurnalistika má svoje špecifické črty, dobrým šéfredaktorom môže byť iba taký verejný pracovník, ktorý ovláda zásady novinárskej tvorby (individuálnej i kolektívnej). Od šéfredaktora sa teda očakáva primeraná odborná úroveň. Ale ani to nestačí, lebo tú by mal mať každý novinár bez ohľadu na to, či je alebo nie je funkcionárom. Od šéfredaktora sa vyžadujú aj zvláštne osobné vlastnosti a schopnosti, ktoré vyžaduje riadiaca činnosť.

Cieľom redakcie musí vedieť vytvárať a prispôbovať organizáciu práce,¹³ ktorou sa snaží vytvoriť také pracovné podmienky, aby každý člen kolektívu odovzdal tvorbe periodika maximum svojich schopností. Práca na čele redakčného kolektívu je individuálnou prácou s ľuďmi. Podľa J. Khola „teória... vedenia ľudí... zdôrazňuje moment individuálneho prístupu k jednotlivcovi, čo znamená, že pri vedení treba vychádzať z individuálnych zvláštností, odlišností ľudí vo fyziologickom, ale najmä psychickom zmysle slova, a týmto odlišnostiam prispôbovať všeobecne platné a prijateľné princípy a zásady vedenia.“¹⁴ V prípade redakcie navyše ide o individuálnu prácu s vysoko tvorivými ľuďmi. No nielen to. Ako upozorňuje B. Garlickí, funkcia šéfredaktora je sama osebe „protirečivá“, lebo v sebe skrýva zárodok konfliktov.

Na jednej strane totiž šéfredaktor „reprezentuje redakciu navonok, stotožňuje jej záujmy so svojimi“, ale na strane druhej, vo vzťahu k podriadeným, „stavia pred nich úlohy, vyvolané situáciou, vymáhané disponentom, reakciami čitateľa.“¹⁵ Ak v redakcii vidíme organizovaný sociálny systém, je zrejme, že šéfredaktor v ňom predstavuje subjekt riadenia. Ak ju však považujeme za súčasť nadredakčného systému, stáva sa aj jeho objektom. Uvádzať to najmä preto, že šéfredaktor nemôže rozhodovať iba z pohľadu redakcie, na čele ktorej stojí, ale aj z hľadiska potrieb nadriadenej inštitúcie, napr. vydavateľa. Toto jeho takpovediac dvojité postavenie býva neraz zdrojom konfliktov. Konfliktová však v redakcii nie je iba funkcia šéfredaktora, ale – ako to už v každom organizovanom systéme býva – každá funkcia (už od funkcie vedúceho oddelenia).

Šéfredaktor (a, pochopiteľne, nielen on) by sa mal snažiť vytvoriť v redakcii tvorivú atmosféru, dobrú pracovnú klímu a vhodné tvorivé podmienky. O tom, že to nie je ľahké, svedčia prípady, keď dobrý, ba vynikajúci novinár či redaktor ako šéfredaktor nepochodil.

Navonok, smerom k čitateľovi, je aj šéfredaktor predovšetkým novinár. Preto jeho meno by sa malo objavovať pod článkami, najmä pod tými, ktoré sa vyjadrujú k zásadným otázkam politiky novín. Ak jedným z predpokladov na novinársku prácu je nutkanie človeka odovzdávať svoje poznatky ľuďom, potom to plne platí aj o šéfredaktorovi.

Nijaký šéfredaktor nemá voľného času nazvyš. Preto je dôležité, aby si prácu vedel dobre organizovať. Napokon ten, kto to nedokáže, nemôže organizovať prácu iným. Šéfredaktor by mal vedieť, koľko čomu venuje času. Je to dôležité najmä preto, aby si vytváral priestor na koncepcnú prácu, na vlastnú tvorbu, aby mal časovú rezervu na nepredvídané práce. Aj keď nám chýbajú výskumy toho, koľko z pracovného času u nás šéfredaktor venuje na bežnú, operatívnu a koľko na koncepcnú činnosť, prax prezrádza, že podiel koncepcnej činnosti je pomerne malý. Nie je to prirodzené už aj preto, že každé seriózne periodikum má dlhodobé ciele, ktoré vytyčovať a dennou prácou naplňovať môže iba cieľavedomá koncepcná činnosť. A ak sa v novinárskej praxi neraz vraví, že šéfredaktor nie je pánom svojho času, neplatí to celkom. Vo vzťahu k nadriadenej inštitúcii (napr. vydavateľovi) si, samozrejme, nemôže zorganizovať všetko podľa vlastných predstáv, nič mu však nebráni, aby lepšie využíval čas aspoň v organizovanom sociálnom systéme, ktorý vedie. Vzťahuje sa to na systém práce redakcie, porad, na osobné kontakty s redaktormi, ale aj s verejnosťou, a napokon aj na spôsob posudzovania novinárskych prejavov pripravených do čísla. Aj keď v poslednej veci nemožno zovšeobecňovať (v malej redakcii šéfredaktor číta všetky rukopisy, či väčšinu, vo veľkej iba zásadne), mal by si stanovil, čo prečíta v rukopise, čo v stĺpcových a napokon čo v stranových obsahoch. (Pri elektronickom redigovaní sa vec zjednodušuje, lebo tu je voľba najmä medzi rôznymi stupňami adjustácie textu zapísaného do pamäte počítačového systému). Už aj preto, že šéfredaktor má veľmi veľa povinností, nezostáva mu nič iné, len si uvedomiť, že pracuje s ľuďmi, ktorí ho v mnohom môžu dobre zastúpiť. Isteže nie v celkovej zodpovednosti za noviny. Ale ani ten najpracovitejší a najnadanejší šéfredaktor nemôže stačiť na všetko. Vo všetčom ho môžu účinne nahradiť: zástupca šéfredaktora, sekretár, vedúci oddelenia, ba aj radový redaktor či dokonca sekretárka – za predpokladu, že svojich spolupracovníkov dobre pozná. Ak však nevie, kto sa na čo hodí najlepšie, sotva môže vytvoriť dobre fungujúci redakčný mechanizmus.

Najvyšší redakčný funkcionár by mal vedieť objavovať talenty a združovať okolo seba redaktorov, ktorí čo najväčšmi zodpovedajú charakteru periodika, jeho koncepcii. Objavovať redaktorov je však jedno a dostať z nich to, čo v nich väzí – druhé. Dobrý šéfredaktor to dokáže. V pozitívnom zmysle slova provokuje svojich podriadených k dômyselnosti. Napokon šéfredaktor podriadeným dôveruje. Uvedomuje si, že ľudia potrebujú mať pocit užitočnosti. Vždy je lepšie rozhodovať s nimi, než za nich. To však neznamená, že šéfredaktor si nemá overovať, či dôveru, ktorú príslušnému pracovníkovi preukázal, tento nesklamal. Šéfredaktor má teda dávať priestor iniciatíve podriadených, ale zároveň ju má usmerňovať a kontrolovať.

Šéfredaktor zásadne číta vlastne celé periodikum (časť v rukopisoch, časť po vytlačení), ktoré jeho kolektív vydáva. Musí totiž vedieť, ako jeho noviny či časopis plnia úlohy, ktoré si vytýčili. A, samozrejme, aj preto, aby poznal tvorivé schopnosti a zvláštnosti členov redakčného kolektívu, a teda aby lény či típy mohol obsadzovať primeranými redaktormi. A napokon aj preto, aby mohol porovnávať. Šéfredaktor to-

tiž číta nielen vlastné periodikum, ale aj konkurenciu, veď na pozadí snažení iných lepšie vyniknú pozítiva i negatíva práce vlastnej redakcie. Najmä jeho by teda mala jednota znepokojuvať otázka: „Ako to robia iní?“ Konkurenciu, pochopiteľne, nehodno napodobňovať, treba sa u nej inšpirovať. Preto každé hodnotenie vlastného periodika by nemalo strácať zo zreteľa jeho skutočné postavenie v tlačovom systéme. Napokon poznať konkurenčnú tlač treba aj preto, lebo býva vzácnym zdrojom informácií. Práca každého redaktora by sa vlastne mala začínať čítaním čerstvej tlače. Najvyšší redakčný funkcionár by pritom mal čítať všetko. Keďže to prakticky nie je možné, všetky tematické oblasti sleduje výberovo. Radový redaktor sa zasa zoznamuje predovšetkým s problematikou, ktorá patrí do náplne jeho práce.

Šéfredaktor by ďalej mal podriadených inšpirovať. Keďže z titulu svojej funkcie má neraz veľmi dobrý prístup k významným zdrojom informácií, ľahko objavuje námety. Pravda, len za predpokladu, že sám má cit pre potenciálnu novinársku výpoveď. Od myšlienky k realizácii však býva dlhá cesta. Ak si má redaktor osvojiť cudziu myšlienku a ak ju má primerane realizovať, treba mu ju náležitým spôsobom predložiť. Dobrý šéfredaktor vie, čo na koho platí. Niekedy si jednoducho dá redaktora zavolať a stroho mu oznámi, čo od neho chce. Takto však postupuje zrejme zriedkakedy. Radšej za redaktorom zájde a v rozhovore redaktora citlivo do problematiky „vňahuje“, kým si ju celkom neosvojí. Ak to dokáže, nemusí od redaktora nič žiadať, podriadený mu sám navrhne, že „sa na to pozrie“. V každodennom redakčnom zhone nemožno, samozrejme, takto postupovať vždy, ale vzťah šéfredaktor – redaktor by sa nemal zužovať na príkazy, hoci ani tie nemožno z redakčnej praxe celkom vylúčiť. Šéfredaktorove príkazy sú pre každého pracovníka redakcie záväzné. Lenže aj tie možno tlmočiť rôzne. Ak ich šéfredaktor vydáva len „nezaobalene“, musí rátať s tým, že niekto sa im, aj keď len vnútorne, vzoprie. Je ideálne, ak ich dokáže formulovať tak, že si ich podriadený vlastne udelí sám. Lebo aj v redakcii mnohé závisí od taktického prístupu k ľuďom. Podľa metód používaných v praxi teória riadenia pozná štyri typy vedúcich:

1. autoritatívneho, alebo autokratického,
2. liberálneho,
3. paternalistického a
4. demokratického.

A hoci tzv. čistý typ nejestuje, aj pre redakciu najvhodnejším šéfredaktorom je človek s prevahou demokratických čŕt. Takýto šéfredaktor zapája podriadených do tvorby rozhodnutí, dovoľuje im robiť vlastné rozhodnutia, teda nevidí v nich len vykonávateľov vlastných príkazov.

Autorita šéfredaktora nemá byť vynútená, ale prirodzená, čiže má vyplývať z občianskych, novinárskych i morálnych kvalít. Vo všetkých otázkach redakčnej práce má šéfredaktor posledné slovo. Záleží na ňom, ako ho používa.

Ak by sme teda mali zhrnúť, funkcia šéfredaktora predpokladá niekoľko pomerne rôznorodých činností:

1. autorskú (tvorbu novinárskeho prejavu i celku),
2. posudzovateľskú či kritickú (a to opäť vo vzťahu k jednotlivosti i súboru jednotlivostí) a
3. organizátorskú či ríadiacu.

V ideálnom šéfredaktorovi sa všetky tieto roly vyvažujú. Samozrejme, že s dokonalým šéfredaktorom sa stretávame predovšetkým v teórii, v praxi niektorá z uvedených zložiek prevažuje. A tak potom nachádzame šéfredaktora, ktorý predovšetkým píše, predovšetkým apretuje a adjustuje a napokon predovšetkým riadi a organizuje svojich podriadených pri vyrábanom čísle.¹⁶

Chod redakcie pomáhajú šéfredaktorovi zabezpečovať: zástupca, prípadne zástupcovia šéfredaktora, sekretár, resp. sekretári a vedúci oddelení. Pomocný a poradný orgán najvyššieho funkcionára predstavuje redakčná rada, akýsi štáb vedenia redakcie. V prípade sporu s redakčnou radou má šéfredaktor posledné slovo. Funkcia šéfredaktora vznikla ako dôsledok tzv. druhej delby práce v novinárskej praxi, keď redakčné práce nestačil už plniť jediný redaktor, vznikol teda redakčný kolektív, ktorý niekto musel riadiť. Aj fenomen šéfredaktora sa vyvíja. V minulosti, v čase novín osobnosti, jestvovalo medzi šéfredaktorom a periodikom znamienko rovnosti. Preto, ak sa spomenie novinárska činnosť Ľudovíta Štúra (1813 až 1856), vybaví sa nám *Slovenskije národňje noviny* (1845 až 1848) a naopak. V modernom novinárstve

sa však svojráz periodika neodvodzuje ani tak od jeho najvýznamnejšieho funkcionára či tvorcu, ako skôr od vydavateľa či majiteľa.

Zástupca šéfredaktora je druhý najvýznamnejší redakčný funkcionár. **Zastupuje šéfredaktora v mediách svojho poverenia, alebo celkom.** Redakcia nemusí mať štatutárneho zástupcu šéfredaktora, najmä v málopočetných kolektívach tohto funkcionára nepoznajú. Na druhej strane vo veľkých, najmä ústredných redakciách (v denníkoch i týždenníkoch) môžu byť dvaja i viacerí zástupcovia šéfredaktora. Ich počet závisí od charakteru periodika a od počtosti redakčného kolektívu, ale aj od jeho tradícií. Ak má redakcia niekoľkých zástupcov, ich právomoc môže (prvý, druhý, tretí), ale aj nemusí byť odstupňovaná (a vtedy sú si rovní). V druhom prípade podľa teórie organizácie vzniká pracovná dvojica (dyáda), resp. trojica (triáda) atď. „Funkčnosť alebo dysfunkčnosť pracovných dvojíc,“ vraví J. Khol, „závisí od osobných kvalít, vzájomných postojov, vyváženosti alebo komplementárnosti znalostí ich členov a pod., ale aj od organizačného usporiadania ich pracovných oblastí, ich kompetencií a zodpovednosti, to znamená nielen od funkčnosti ich osobných štruktúr, ale aj od funkčnosti ich pracovných úloh. Prekrývanie úloh a kompetencií spôsobuje dysfunkčnosť príslušnej pracovnej dvojice.“¹⁷

Oba systémy sa však môžu aj kombinovať: jestvuje prvý a druhý zástupca šéfredaktora a zástupca, ktorý ma na starosti niektorú (povedzme hospodársku) stránku práce redakcie, ako to bolo pomerne často v nedávnej minulosti.

Zástupca zástupuje šéfredaktora v rozsahu a mediách svojho poverenia, ktoré zvyčajne vymedzuje jeho pracovná zmluva. V mediách tohto poverenia, ale aj v duchu šéfredaktorových pokynov, zastupuje najdôležitejšieho redakčného funkcionára – či už pri riadení zverených úsekov, alebo pri dlhšej neprítomnosti šéfredaktora v redakcii (dovolenka, choroba a pod.) v plnom rozsahu jeho povinností. V druhom prípade zodpovedá za chod redakcie i za obsah periodika rovnako ako šéfredaktor.¹⁸ Ak treba, šéfredaktor ustanovuje svojho zástupcu ad hoc. Je ním redaktor, ktorý na príkaz šéfredaktora plní povinnosti stáleho zástupcu v čase, keď ten bol odvolaný a nového ešte neustanovili, alebo pri dlhšej neprítomnosti stáleho zástupcu v redakcii. Zástupca šéfredaktora by mal byť prvý zo spolupracovníkov najvyššieho redakčného funkcionára. Od vzájomnej súhry šéfredaktora a jeho zástupcu neraz závisí kvalita práce celej redakcie. Napokon „je prvým poradcom šéfredaktora vo všetkých záležitostiach, ktoré sa týkajú novin.“¹⁹

Zástupca šéfredaktora býva členom redakčnej rady. Denne spoluvytvára periodikum v širokom zmysle slova. Posudzuje novinárske prejavy pripravené do čísla. Ak je šéfredaktor mimo redakcie, vedie redakčné porady. V niektorých, najmä veľkých redakciách, zástupcovia šéfredaktora majú rozdelený celý obsah čísla tak, že každý zodpovedá za isté oddelenia. Ťažisko práce zástupcu je v organizovaní, čo však neznamená, že nemá písať. Funkcia zástupcu šéfredaktora sa vyprofilovala v 20. stor., keď objem organizátorskej práce v redakcii vzrástol tak, že ju už nestačil robiť jediniec, šéfredaktor.

Pomocný a poradný (teda fakultatívny) orgán šéfredaktora predstavuje zväčša redakčná rada. („Zväčša“ preto, lebo prax našej tlače pozná – ako ešte uvidíme – aj kogentný, teda donucovací typ redakčnej rady.) Fakultatívna redakčná rada však môže mať dve podoby. **S prvou sa stretávame v denníkoch, s druhou – v týždenníkoch, resp. v redšie vychádzajúcich časopisoch.** V denníkoch sa redakčná rada skladá z interných členov redakcie. Zvyčajne ju tvoria: šéfredaktor, jeho zástupca či zástupcovia, sekretár a vedúci oddelení. Členom redakčnej rady však môže byť aj významný publicista bez redakčnej funkcie. V týždenníkoch redakčnú radu prevažne tvoria externisti. V prvom prípade sa redakčná rada neuvádza, v druhom sa vymenúva v tiráži novin, lebo má pôsobiť ako vizitka periodika, aby verejnosť videla, kto ho pomáha formovať. Redakčná rada denníka stelesňuje princíp kolektívnosti v riadení tohto organizovaného sociálneho systému. Toto konštatovanie je na prvý pohľad v rozpore s vyššie vyslovenými slovami o fakultatívnom charaktere redakčnej rady, ktorá vlastne nemá rozhodovacie právomoci. Ak si však uvedomíme, že riadiaci proces nie sú iba direktívy, ale aj všetko, čo k nim vedie, teda napr. zvažovanie alternatív (rozhodovanie sa pre niektorú), je zrejme, že redakčná rada významne ovplyvňuje riadiace procesy v redakcii. Redakčná rada má pomáhať šéfredaktorovi riešiť dôležité problémy redakcie. V práci sa riadi krátkodobými i dlhodobými plánmi redakcie. Vážnym okruhom problémov redakčnej rady je personálna práca, lebo rokuje o prijímaní a uvoľňovaní pracovníkov redakcie, o ich vzdelávaní. Vážne úlohy plní aj pri výrobe novin. Schádza sa denne na krátkych výrobných poradách, kde sa jednak hod-

noti vydané a prerokúva pripravované číslo. Na týždenných poradách prediskutúva a schvaľuje týždenný plán. Napokon redakčná rada sa môže schádzať podľa potreby, aby riešila problémy, ktoré sa nedostali na program denných či týždenných porad. V prípade konfliktu redakčnej rady s najvyšším redakčným funkcionárom, posledné slovo má šéfredaktor; „... kým vedúci redaktor zodpovedá za každé svoje rozhodnutie,“ poznamenáva O. Drastich, „členovia redakčných rád za rozhodnutia nezodpovedajú, ale každý z nich ručí za kvalitu svojho odborného alebo politického posudku tej-ktorej záležitosti... Kvalita posudku každého člena redakčnej rady sa mlčky predpokladá.“²⁰ Aj keď sa uvedené slová vzťahujú predovšetkým na redakčnú radu v odborných časopisoch, kde má predseda len špecifické postavenie, čiastočne sa dajú zovšeobecniť.

Keďže v týždenníkoch, resp. v časopisoch s redšou periodicitou redakčnú radu tvoria predovšetkým externisti, tu tento orgán bezprostredne nezasahuje do výroby čísla, ba ani do personálnej práce. Skôr sa vyslovuje k celkovej koncepcii periodika, čiže pôsobí ako mozgový trust redakcie. Zloženie tohto typu redakčnej rady je dané náplňou či profilom periodika, zásadne ju však tvoria zástupcovia vydavateľa, uznávaní odborníci z praxe, ústavov, resp. škôl, významní umelci a pod. Ako poznamenáva O. Drastich, „každý člen redakčnej rady spravidla vystupuje vo viacerých rolách: je čitateľom časopisu, autorom príspevkov, lektorom, organizátorom, odborníkom v istej oblasti a účastníkom jej rezortnej politiky. **V redakčnej rade ako jednej z podstatných zložiek prostredia je však nositeľom trvalej roly kvalifikovaného odborného-politického poradcu redakcie.**“²¹ Redakčná rada tohto druhu sa stretáva zhruba raz za dva mesiace. Predsedom oboch typov býva šéfredaktor. **V časti odbornej tlače redakčná rada nie je fakultatívna, ale kogentná inštancia a jej rozhodnutia sú pre šéfredaktora záväzná.** Treba však poznamenať, že v týchto periodikách, ktoré alebo nepatria do novinárstva (ale napr. do vedy, resp. umenia), alebo sú na jeho rozhraní, šéfredaktor je vlastne výkonný redaktor, ktorý ani tak nerozhoduje o obsahových, ako skôr o formových stránkach príslušného orgánu.

Akosť periodika často závisí od práce redakčnej rady, od vzťahov medzi ňou a ostatnými pracovníkmi redakcie, ale aj od atmosféry, ktorá vládne v tomto orgáne. Z konštatovania, že redakčná rada je pomocným orgánom šéfredaktora, vyplýva aj jej miesto v štruktúre organizácie redakčnej práce: má posudzovať široký okruh otázok, ktoré sa dotýkajú práce redakcie. Známa zásada „viac ľudí viac vie“ platí v plnej miere aj tu. Šéfredaktor by si mal dať od redakčnej rady poradiť, hoci konečné slovo v redakcii si, pochoptelne, ponecháva.

Po roku 1989 redakčné rady v našich periodikách (najmä v tých s kratšou periodicitou) prestávajú jestvovať. Crejme aj preto, že v minulosti sa ich postavenie viac-menej spájalo s istým druhom vnútro-redakčnej cenzúry. Redakcie sa, samozrejme, môžu bez tohto orgánu zaobiť, čo však neznamená, že nikde nemôže mať opodstatnenie.

SEKRETARIÁT AKO KOORDINAČNÝ ÚTVAR REDAKCIE

Redakcia je pomerne zložitý organizmus – ved' napokon odráža dynamiku života. A ako každý zložitý organizmus, ak má fungovať bezporuchovo, musí mať koordinačné centrum, teda útvar, ktorý kľbí prácu jednotlivcov i oddelení. Takýmto redakčným útvarom by mal byť sekretariát. Dostal už veľa vzletných prívlastkov. Často ho označujú za srdce, niekedy dokonca za generálny štáb redakcie, inokedy jeho úlohu prirovnávajú k postaveniu dirigenta orchestra či režiséra. Všetky tieto prirovnania nie sú celkom neprimerané – iba zvyrazňujú postavenie sekretariátu v systéme organizácie redakčnej práce. Vcelku možno o ňom povedať, že zlieva energiu celého kolektívu, usmerňuje ju do potrebného riečiska, je hlavným orgánom, ktorý formuje výzor novin.

Okruh problémov, ktoré rieši, je veľmi široký. Dajú sa však zhrnúť do niekoľkých skupín.

Sekretariát

1. má na starosti všetko bezprostredne späté s výrobou čísla (sem patrí celá škála problémov spojených s redigovaním),

2. hrá významnú úlohu v plánovaní, ale aj pri kontrole plnenia redakčných direktív,
3. koordinuje prácu oddelení,
4. organizuje prácu tzv. pomocného redakčného aparátu a
5. niekedy (dnes skôr výnimočne) zodpovedá aj za hospodárenie redakcie.

Ak sa redakčné štruktúry líšia v jednotlivostiach, to isté sa vzťahuje aj na sekretariáty. Organizáciu práce sekretariátu v mnohom predurčujú zvláštnosti novín – ich typológia, periodicita, rozsah. Od nich závisí obsadenie i štruktúra sekretariátu, rozdelenie povinností medzi jeho pracovníkov. Čím sú noviny hrubšie či rozsiahlejšie, tým väčší je ich sekretariát a tým zložitejšie sú jeho úlohy. Niekedy napríklad hospodárske záležitosti patria do náplne práce niektorého zástupcu šéfredaktora. V detailoch možno teda sekretariát nahradiť, nemožno ho však zastúpiť v otázkach spojených s bezprostrednou výrobou a s koordinovaním práce jednotlivých oddelení na pripravovanom čísle. Isteže, nie všetky vyrábané úlohy sú rovnako dôležité. Ale skúsenosti potvrdzujú, že práve vďaka koordinátorstvu sa rola sekretariátu zvyšuje.

Na druhej strane ani sekretariát nie je útvarom sám pre seba, aj on je len „kolieskom“, aj keď veľmi významným, v zložitom redakčnom mechanizme. Preto svoje úlohy musí plniť pod bezprostredným dozorom šéfredaktora (prípadne jeho zástupcu) a redakčnej rady.

Práca v sekretariáte nie je ani ľahká, ani vďačná. Verejnosť skôr pozná priemerného reportéra než vynikajúceho sekretára. Pre hladký chod novín je však jeho činnosť nenahraditeľná.

Ak na každú funkciu treba mať isté predpoklady (nielen úzko novinárske či redakčné), dvojnásobne to platí na sekretárstvo. Aké predpoklady predurčujú redaktora na dobrého sekretára?

Na prvom mieste treba spomenúť spoločenské predpoklady. Cez sekretariát totiž prechádzajú všetky novinárske prejavy. Sekretár, predovšetkým hlavný, musí vedieť správne a rýchlo (v redakčnej práci často rozhodujú minúty) odhadnúť spoločenský dosah každého textu osobitne, ale aj všetkých spolu, lebo novinárska výpoveď sa dostáva na verejnosť len v rámci celku. Často práve sekretár definitívne rozhoduje o tom, či noviny prejav prinesú, alebo nie, resp. ak ho prinesú, kde, „... sekretár redakcie musí byť schopný odhadnúť dôležitosť každej informácie, ... na druhej strane musí byť pripravený, že naruší vlastné projekty, ak si to vyžaduje naliehavá aktualita,“ píše francúzsky teoretik Louis Guéry a dodáva: „v každom prípade musí mať hlavné slovo informácia; kvalitatívny sekretár jej citlivo načúva a má pri výkone z toho (zrejme má byť „robí mu to“, poznámka J.V.) radosť.“²² Všetky problematické texty sekretár konzultuje s nadriadenými, predovšetkým so šéfredaktorom.

Od sekretára sa ďalej vyžadujú široké odborné znalosti, mal by sa totiž vyznať v celej problematike novinárskej i redakčnej práce. Ak radový redaktor nepotrebuje poznať problematiku odvetví, ktoré nepatria do jeho kompetencie, sekretár musí ovládať vlastne všetko, čím sa redakcia zaoberá – nie v tom zmysle slova, že by mal písať rovnako dobré, či dokonca lepšie novinárske prejavy, ako špecializovaný redaktor, ale tak, že má mať vypestovaný novinársky vkus. Je totiž kritikom či posudzovateľom výtvorov spolupracovníkov, musí dokázať posúdiť obsahovú i formálnu stránku novinárskeho textu. Sekretár musí ďalej do podrobností poznať každý druh redaktorskej práce. Veď ako prvá (ak novinársku výpoveď napísal vedúci oddelenia), resp. druhá (ak jej autorom je radový redaktor), či tretia inštancia (ak vznikla mimo redakcie) posudzuje rukopis. V prípade tradičnej tlače neraz navyše predpisuje a zakresľuje textové i obrazové výpovede, v prípade tlače elektronickej maketuje na obrazovke monitora, preto by mal vedieť komponovať obsahovo i formovo vyvážený novinársky celok. To však nedokáže, ak nepozná komplexne technickú stránku výroby periodika. Popri technickom sekretárovi by práve sekretár mal poznať možnosti tlačiarne, v ktorej sa príslušný orgán typograficky tvorí.

Od sekretára sa právom vyžaduje zmysel pre organizátorskú prácu. A o tom, že nie každý ju má, nás presvedčajú početné príklady dobrých novinárov, ktorí ako sekretári nepochodili. Organizátorstvo je práca s ľuďmi, teda vyžaduje citlivý a diferencovaný prístup k pracovníkom, čo, pravda, neznamená ústupčivosť. Ako každý redakčný funkcionár, sekretár by mal vedieť, čo na koho platí. Napokon funkcia sekretára by sa dala charakterizovať ako post človeka podnetov. Od podnetu k činu však neraz býva dlhá cesta. Ak má podnet vyústiť do kvalitného novinárskeho prejavu, treba redaktorovi zabezpečiť príslušné podmienky. A práve tie by mal sekretár spolu s ostatnými funkcionármi vytvárať radovým redaktorom.

Organizovať prácu väčšieho kolektívu môže iba ten, kto si dokáže poradiť s vlastnými úlohami. Široká paleta problémov, ktoré musí sekretár takpovediac za pochodu riešiť, predpokladá schopnosť prácu svojho útvaru náležito organizovať. Predovšetkým prísun novinárskych prejavov do sekretariátu musí byť plynulý. Tu sa totiž vytvára podoba budúcich novín. A ak má byť pripravované číslo po každej stránke vyvážené, sekretariát musí mať naň dostatok času.

Skúsenosti našej i zahraničnej tlače ukazujú, že sekretariát by sa mal sústrediť predovšetkým na redakčnú stránku výroby periodika. Ak supluje či už zástupcov šéfredaktora, alebo vedúcich oddelení, nevyhnutne sa to negatívne prejaví na novinárskom celku. Preto napr. oddelenia by mali odovzdávať sekretariátu rukopisy v „definitívnej“ podobe, teda pripravené na publikovanie. Ak sa napriek tomu každý novinársky prejav v sekretariáte ešte raz apretuje, je to preto, že pri povestnom chvate v redakčnej práci predsa len môže vzkŕnuť do rukopisu nejaká chyba. Zásadne by však malo platiť, že rukopisy sa v sekretariáte čítajú len preto, aby sa predišlo prípadným nedostatkom. Ako sme už uviedli, práve v tomto útvare sa vytvára maketa čísla. **Novinárske prejavy sa dostávajú na strany na základe štruktúry dlhodobého modelu čísla, ktorá sa len výnimočne (pri veľmi významných udalostiach) naruša a na všetkých stranách na isté priestory na základe svojej spoločenskej dôležitosti.** Redakcia totiž nevyjadruje svoj vzťah k udalosti len komentárom, ale aj umiestnením textu. Články, na ktorých si zakladá, musia dostať taký priestor, ktorý neujde čitateľskej pozornosti. Okrem toho forma zalomenia rukopisu musí zodpovedať jeho obsahu. Preto sekretár, ktorý organizuje prácu svojho útvaru, sa musí dôkladne oboznámiť aspoň so zásadnými prejavmi. Nespolieha sa pritom iba na svoj úsudok, ale o rukopise konzultuje jednak s vedúcim oddelenia, ktoré novinársky prejav dodalo, a jednak s ďalšími funkcionármi redakcie. Prítom by mal oddeleniam rukopisy s takými či onakými závažnými chybami zásadne vracat'. Rukopisy prichádzajú do sekretariátu podľa plánu, ktorý skonkretizovala (teda podľa najnovších, zväčša nenaplanovateľných udalostí upravila) denná výrobná porada. Ako sme už povedali, v sekretariáte by sa mali upravovať len z aspektov uplatňovaných pri tvorbe novinárskeho celku. Oddelenie zákonite vidí „iba“ problematiku vlastnej tematickej oblasti, stráni jej, a tým ju môže nadhodnocovať. Naproti tomu sekretariát by mal vidieť celú šírku spoločenskej problematiky, ktorú príslušné periodikum odráža. Keď sú texty zapretované, pripravujú sa do tlače. Ak sa do nich zasiahlo viackrát, než povoľuje norma, dajú sa pri tradičnej technológii prepísať na jednotný rámcový redakčný papier.²³ Technická príprava textu do tlače spočíva v jeho predpísaní a zakreslení do zrkadla. **Predpísať novinársky prejav znamená určiť mu grafickú podobu. Zakresliť rukopis do zrkadla zasa značí vymedziť mu miesto na strane.** S technickou prípravou textu súvisí aj príprava obrazového materiálu pre tlač. Aj fotografie, resp. iné ilustračné materiály sa predpisujú, čím sa stanovuje ich veľkosť v pripravovanom čísle. Fotografie pritom možno retušovať (aby sa ich časti zlepšili), dajú sa vhodne vyrezať, aby vyniklo ich ťažisko, resp. možno od zinkografie žiadať, aby obrázok obrátila (ak zobrazený zo strany „uteká“). Ak sú niektoré fotografie už v šločkoch, sekretár vyberá stále aktuálne. To isté platí o presadzbe,²⁴ pričom by o nej vždy mal rozhodnúť redaktor, ktorý príslušný novinársky prejav zadal do tlače. V prípade elektronickej tlače sa tieto postupy, pochopiteľne, robia na príslušnom technickom zariadení.

Predpisovanie a zakresľovanie rukopisov do zrkadla je súčasťou tvorby makety čísla. Práve v tejto etape redakčnej práce sa vytvárajú predpoklady na graficky vyvážené číslo. Zásady grafickej tvorby sú súčasťou iných kurzov (napr. Apretácie a grafickej úpravy). Nám postačí uviesť, že postup prác na makete býva zhruba dvojaký. Alebo sa novinársky prejav zakresľuje do zrkadla bezprostredne pred odoslaním rukopisu do tlačiarne, alebo si sekretár (resp. technický sekretár)²⁵ urobí o predpísaných rukopisoch poznámky a zrkadlo kreslí až po odoslaní všetkých novinárskych prejavov do tlačiarne.

Práca nad maketou čísla má všetky znaky tvorivej činnosti, veď neraz práve od vzhľadu závisí, či si čitateľ periodikum prečíta, alebo nie. Navyše akosť novinárskeho celku nikdy nie je len prostým súčtom kvalít jednotlivostí, z ktorých sa skladá. Ako poznamenáva Louis Guéry, „podľa direktív šéfredaktora každý deň v prípade denníka... dáva redakčný sekretár život a formu tomu súboru textov, inzerátov, fotografií, kresieb, ktoré by bez neho ostali iba kôpkou rôznorodých elementov. Ide teda o vlastnú tvorivú činnosť, ktorá prekračuje hranice jednoduchého výkonu alebo čisto technického aspektu.“²⁶ (Zdôraznil J. V.) Pri tvorbe zrkadla by redakcia vždy mala mať na zreteli tak záujmy redakcie, ako aj čitateľa, ktorí práve vďaka novinám či časopisu vstupujú do vzťahu. Redakcia vie, na čo chce čitateľa

upozorniť, ktoré výpovede sú spoločensky najdôležitejšie. Ak má dosiahnuť, aby si ich čitateľ naozaj prečítal, musí mu ich vhodným spôsobom predostrieť. Pritom aj pri tvorbe zrkadla platí poznatok o dialektickej jednote obsahu a formy. Extravagantná forma vedie aj v periodikách k formalizmu. Aj v novinách a časopisoch treba rešpektovať prioritu obsahu.

Hoci každé číslo periodika je jedinečným, neopakovateľným výtvorom, jeho neopakovateľnosť sa nesmie spájať s úplnou novosťou. Každý tlačový orgán by mal mať svoju tvár, na ktorú si čitateľ zvykne. Noviny nemôžu byť labyrintom. Už aj preto nie, že čitateľ ich často berie do rúk úchylkom, nezvyk v podmienkach na čítanie nie práve najvhodnejších. Aby recipient vedel, kde čo hľadať, redakcia pravidelne umiestňuje isté tematiky na isté strany. (Dá sa očakávať, že v budúcnosti, keď sa počet strán našich novín zvýši, bude treba uvádzať na prvej strane obsah, ako to už robia v cudzine, prípadne novinársky celok členiť tak, aby orientáciu uľahčoval.) Systém tzv. orientačných či záchytných bodov však musí ísť ešte ďalej. Preto sa napr. číslo moderných novín člení na tzv. tematické bloky (tzv. sekcie), ktoré neraz majú vlastné paginovanie (povedzme A 1 až 24, B 1 až 18, C 1 až 12 a pod.) a ktoré prinášajú rovnorodé novinárske výpovede (napr. z oblasti životného štýlu, športu a pod. Okrem toho aj pri tradičnom členení novinárskeho celku redakcie vytvárajú rubriky, v ktorých takisto uverejňujú pribuzné novinárske prejavy. Ak sme povedali, že každé noviny majú svoju tvár, tým nevrrdíme, že tá sa nemôže meniť. Nielenže sa môže, ale sa aj má, ako sa mení život, jeho rytmus. Lenže každá zmena vo výzore novín musí byť organická a postupná, aby si na ňu čitateľ stačil zvyknúť.

Každý novinársky celok je zmesou tradičného a netradičného. Pod tradičným rozumieme to, čo sa v novinách pravidelne na istých miestach opakuje. Práve táto skutočnosť uľahčuje čitateľovi orientáciu, vďaka nej rýchlo nachádza hľadané. A netradičné vo výzore novín – to aktivizuje jeho pozornosť, záujem.

Ak sa noviny líšia po obsahovej, tak sa rôznia aj po formálnej, teda graficko-výtvarnej stránke. V jednotlivostiach sa inak zalamujú rôzne tlačové orgány. V každom prípade však pritom treba vychádzať z charakteru periodika. **Istý typ novín si vyžaduje istý obsah a ten zasa istú formu.** Vždy si však treba uvedomiť, že čitateľ si prečíta iba to, čo ho zaujme. Je na redaktoroch, aby ho vedeli upútať, pričom, pochopiteľne, by jeho pozornosť mali obracať na spoločensky najvýznamnejšie prejavy. V zásade platí, že noviny majú mať istý štýl grafickej úpravy, ktorý ich charakterizuje, ale aj odlišuje.

Samostatnú kapitolu práce sekretariátu predstavuje titulovanie. Titulok je integrálnou súčasťou novinárskeho prejavu. O jeho význame a úlohách sa netreba rozširovať. Do sekretariátu by mali prichádzať „otitulované“ rukopisy. Ved' práve autor (novinár či redaktor) má najlepšie predpoklady vytvoriť dobrý titulok. Na druhej strane nie každý takýto titulok musí vyhovovať. Niekedy ho treba nahradiť už preto, že rukopis sa bude sádzať inak než sa predpokladalo (užšie či širšie), že iný text má podobný titulok (napr. nepôsobí dobre, ak na jednej strane sú dva či tri titulky s otáznikmi), alebo napokon preto, že dva titulky vedľa seba dávajú nejaký nevhodný význam. Ak sa to dá, každú zmenu titulku treba prekonzultovať či už s redaktorom, alebo s vedúcim oddelenia, ktorí text dodali. Ukazuje sa, že najlepší nový titulok vymyslí podľa požiadaviek sekretára redaktor, od ktorého rukopis pochádza. Ak ho však musí vytvoriť niekto zo sekretariátu, mal by si rukopis naozaj dôkladne prečítať.

Práca na zrkadle čísla by sa nemala zúžiť iba na sekretariát a pri zalamovaní príslušnej strany by mal byť aj vedúci príslušného oddelenia. V krajnom prípade by sa ho mal sekretár opýtať, ako si predstavuje rozloženie i zalomenie najvýznamnejších prejavov z oblastí jeho kompetencie.

Predpísaním rukopisov a zakreslením textov do zrkadla sa končí tzv. redakčná fáza tvorby novinárskeho celku. Pri tradičnej tlači je zostatok vecou technickej realizácie rukopisov v tlačiarni. Zmaterializovanie rukopisov, ako by sme mohli tento proces nazvať, už nie je vecou redakcie. A jednako aj pri tejto činnosti býva redakcia aktívne prítomná. Ved' práve v tlačiarni sa často vyskytujú problémy, ktoré sa nedajú riešiť bez redakcie. Tlačiarenský proces sa preto celkom prirodzene odohráva pod dozorom zástupcu redakcie (obyčajne technického sekretára). Z uvedených dôvodov je ideálne, ak redakcia a tlačiareň sídlia spolu. Vtedy totiž nie je problémom, aby kedykoľvek ktokoľvek odskočil z redakcie do tlačiarne. Veľké svetové denníky sa môžu pochváliť vlastnou tlačiarňou v budove redakcie. Menšie denníky, noviny s dlhšou periodicitou a takmer zásadne všetky časopisy sa tlačia v tlačiarňach neraz od redakcie vzdialených. Vtedy treba dôkladne premyslieť formy styku oboch inštitúcií, aby sa táto nevýhoda neprejavila na periodiku.

Zástupca redakcie v tlačiarni rozhoduje za svoj kolektív v prípadoch, ktoré si to vyžadujú. Niekedy tak robí sám od seba, inokedy po porade s príslušnými členmi redakcie. Zásadne číta všetky obľahy, teda stĺpcové i stránkové, a vlastné zásahy odovzdáva korektorovi, ktorý svoje i redaktorove korektúry²⁷ prenáša na spoločný obľah. Stránkové obľahy posíla redaktor do sekretariátu, kde ich rozdeľujú do oddelení. Práca zástupcu redakcie v tlačiarni sa končí po spustení rotačného stroja. Ešte dôkladne prezrie skúšobné výtlačky, pričom osobitnú pozornosť venuje titulkom a fotografiám. **Redaktor v tlačiarni teda predstavuje akéhosi styčného dôstojníka medzi oboma inštitúciami.**

Zo sekretariátu odchádzajú rukopisy do tlačiarne podľa harmonogramu,²⁸ ktorý určuje zmluva o dodávke periodických publikácií²⁹ (za redakciu ju môže uzatvárať vydavateľstvo).

Nedodržanie harmonogramu z tej či onej strany sa penalizuje. **Ak sa má pri tvorbe makety predísť neprimeranému chvatu a nervozite, redakcia si musí vypracovať rozpis prísunu rukopisov do sekretariátu,** ten vychádza z harmonogramu postupovania rukopisov zo sekretariátu do tlačiarne, pričom ráta s časovou rezervou v sekretariáte na prácu nad jednotlivými novinárskymi prejavmi i nad celkom.

Redakcia sa snaží o to, aby interval medzi uzávierkou a vyjdením periodika bol čo najkratší, teda aby mala možnosť dodávať do tlačiarne čo najviac čerstvých novinárskych prejavov. **Keďže však technológia výroby novín je ešte stále pomerne zložitá a dlhá, niektoré strany, poprípade ich časti, treba dodávať s predstihom. Platí to predovšetkým o plochách vyhradených pre publicistiku, ktorej aktuálnosť je dlhšia než iných prejavov.**

Ďalší okruh problémov, ktoré má sekretariát na starosti, sa spája s plánovaním. Dobrý plán je jedným z predpokladov úspechu redakčnej práce. Za plánovanie zodpovedajú viacerí hodnostári redakcie. Predovšetkým šéfredaktor, ktorý (niekde na základe podnetov vydavateľa) zameriava prácu redakcie na najdôležitejšie problémy, ďalej vedúci oddelení, ktorí v duchu týchto pokynov a na základe podnetov podriadených redaktorov vytvárajú plán tematického odvetvia. A predsa vo väčšine redakcií prisudzujú najvýznamnejšiu úlohu v plánovaní práve sekretariátu.

Keďže základnými útvarmi redakcie sú oddelenia, podklady do plánov vychádzajú z nich. **Sekretariát má právo a povinnosť vrátiť oddeleniu plán, ktorý nezodpovedá potrebám redakcie.** Na základe námietok z oddelení hlavný sekretár, či iný hodnostár, vypracúva celoredakčný plán (zjednocuje, dopĺňa, vypúšťa podnety), ktorý predkladá redakčnej rade na prerokovanie a schválenie.

Svojskú úlohu hrá hlavný sekretár pri plánoch čísla, resp. denných plánoch (v prípade denníka). Bez neho si totiž ťažko predstaviť noviny. Denný plán vychádza z týždenného. Na rozdiel od neho však nemáva rozmnoženú podobu. Na dennej výrobnéj porade redakčnej rady (niekde rozšírenej redakčnej rady) hlavný sekretár predkladá plán čísla v tom duchu, ako o ňom hovoril týždenný plán, samozrejme obohatený o najaktuálnejšie prejavy, resp. námety, ktoré týždenný plán nepredvídal či predvídať nemohol. Dobré je, ak ho má načrtnúť na zrkadle, lebo takto utvorená predstava o výzore čísla je predsa len plastickejšia. Operatívna porada dopĺňa plán ďalšími prejavmi a podnetmi. Schválený plán sa stáva pre redakciu záväzný. V niektorých redakciách zároveň hlavný sekretár predkladá pracovný projekt ďalšieho čísla.

Zvláštnym typom plánov sú plány významných rubrik, napr. plány úvodníkov. Zvyčajne ich vypracúva hlavný sekretár po porade s vedúcimi oddelení.

Sekretariát dozerá aj na tvorbu plánov kampaní. Takáto direktíva vzniká obyčajne v oddelení, kam kampaň tematicky patrí. Potom sa postupuje sekretariátu, kde ho prípadne doplnia a predložia redakčnej rade. Ak sa plán kampane týka celej redakcie (napr. pri významných celospoločenských udalostiach), na základe podnetov z oddelení ho vypracúva sekretariát. Keď plán kampane schváli redakčná rada, jeho plnenie kontroluje sekretariát.

Uvedli sme niekoľko typov plánov. Sekretariát však plní významnú úlohu v každom plánovaní. Rovnako dôležité povinnosti má pri kontrole plnenia plánov. Spôsoby kontroly sú mnohoraké. Hlavný sekretár napr. denne dozerá na prácu oddelení. Zaujíma sa o postup prác na vyrábanom čísle vo všetkých etapách, overuje si, ako zodpovední pracovníci redakcie zabezpečili ťažiskové prejavy, rubriky a podobne, kontroluje, či oddelenia a sekretariát majú nejakú rezervu rukopisov a pod. Správy o plnení či neplnení plánu hlavný sekretár predkladá redakčnej rade, poprípade iným funkcionárom.

Keďže okruh problémov sekretariátu je veľmi široký, v minulosti sa pomocne členil na zložku:

- a) politickú,
- b) výrobnú a
- c) hospodársku.

Politická posudzovala novinárske prejavy z hľadiska úlohy, ktorú dané periodikum plnilo. Výrobná mala na starosti tvorbu obsahu i formovo vyváženého čísla, teda makety. Hospodárska dozerala na finančné záležitosti. V súčasnosti, pri elektronickej tlači, kde prvé dve zložky sotva možno oddeliť, takéto členenie nemá veľmi opodstatnenie.

Ak redakčné štruktúry ako také sa líšia v jednotlivostiach, vzťahuje sa to aj na sekretariát. V podnikovej a okresnej tlači tento útvar nebýva, preto jeho úlohy plní zodpovedný pracovník, najčastejšie šéfredaktor. Naproti tomu vo veľkých redakciách sa sekretariát mohol skladať zo všetkých spomínaných zložiek. Ale aj tu napríklad finančné záležitosti mohli patriť do právomoci niektorého zástupcu šéfredaktora. Napokon v stredne veľkých redakciách prvé dve zložky bývali spojené do politicko-výrobného sekretariátu. Obsadenie sekretariátu závisí od typu periodika, systemizácie a naostatok aj od tradícií redakcie. V najväčších redakciách mával až dvadsať pracovníkov; v súčasnosti tento počet klesol až na číslo päť.

Keďže časť (a nezanedbateľná) redakčnej etapy výroby čísla sa odohráva vo večerných a nočných hodinách, keď väčšina pracovníkov už v redakcii nie je a aj koordinátorské funkcie plní často iná zostava redaktorov než cez deň, teória a prax poľského novinárstva člení sekretariát na:

1. denný a
2. nočný.

Oba sekretariáty plnia rovnaké úlohy, ibaže kým denný predovšetkým plánuje, kontroluje, ako sa realizujú redakčné smernice, a pripravuje do čísla predovšetkým publicistiku, nočný pracuje najmä s najaktuálnejším spravodajstvom. „Pri tomto type organizácie,“ poznamenáva Zbigniew Tempiski, „je dôležitá súhra, koordinácia oboch sekretariátov,“³⁰ samozrejme, predovšetkým v čase, keď denný sekretariát postupuje práce na čísle nočnému. Na čele sekretariátu stojí zvyčajne **hlavný sekretár**, ktorý zodpovedá za chod a prácu celého sekretariátu a čiastočne aj celej redakcie. Funkcia hlavného sekretára vzniká zásadne vo veľkých redakciách so silne obsadenými sekretariátmi. A aj to iba vtedy, ak tvorivé kolektívy nechcú či nepotrebujú deliť právomoc tohto funkcionára. Preto ani v najväčších redakciách tento post nemusí jestvovať a redakcia vystačí s niekoľkými sekretármi, ktorí sa striedajú v službe a vtedy fakticky plnia úlohy hlavného sekretára. Hlavný sekretár býva zásadne členom redakčnej rady a spolu so šéfredaktorom a jeho zástupcami tvorí tzv. užšie vedenie redakcie, ktoré sa schádza podľa potreby, ak treba operatívne rozhodnúť o najvýznamnejších otázkach práce redakčného kolektívu. Hlavný sekretár zodpovedá šéfredaktorovi, prípadne jeho zástupcovi, za obsahovú i formovú podobu vyrábaného čísla, je teda tou osobou v redakcii, ktorá má najkomplexnejší obraz o pripravovanom výtlačku. **Závažnú úlohu plní v plánovaní a kontrole plnenia plánov.** Na operatívnej výrobnnej porade predkladá plán čísla, ktorý vychádza z plánu na najbližšie dlhšie obdobie (ak ide o denník – z týždenného, ak o týždenník – z mesačného plánu), obohateného o aktualitu, ktoré priniesol deň či týždeň. Niekde hlavný sekretár riadi prácu filiálnych redakcií, najmä tam, kde nemajú samostatné spravodajské oddelenie. Hlavný sekretár môže mať zástupcu. Nasledujú sekretári, ktorí obyčajne plnia funkcie vedúcich vydaní. **Vedúci vydania je redaktor zodpovedný za práce, ktoré sú bezprostredne spojené s redakčnou etapou výroby periodika.** Obyčajne ním býva sekretár, prípadne ktorýkoľvek redaktor poverený touto funkciou. Ten potom koordinuje a usmerňuje prácu redakcie, prípadne jej časti, na čísle. Vo vzťahu k podriadeným pracovníkom vlastne predstavuje výkonného vedúceho, ktorý s konečnou platnosťou rozhoduje o širokej škále redakčných problémoch v čase jeho služby, často po konzultácii s nadriadeným funkcionárom (najmä šéfredaktorom).

Ak organizačná štruktúra každej redakcie pozostáva predovšetkým z radových redaktorov a z redaktorov organizačno-kontrolných, potom sekretariát je jedným z miest, kde sa tieto funkcie stretávajú. Zo všetkých členov vedenia má totiž najbližšie k radovým redaktorom, teda prežíva s nimi „všetky každodenné

trampoty, k nemu osobne smerujú všetky konflikty spôsobené zlou organizáciou redakčnej práce, za ktorú spoluzodpovedá.“³¹ Z tvorivých pracovníkov pracujú v sekretariáte aj technickí či grafickí sekretári a aj fotoreportéri, ak, samozrejme, redakcia nemá samostatné grafické či fotografické oddelenie. Niekedy pod tento útvar patria aj vysunutí redaktori. Z novinárov sa do sekretariátu zvyčajne zaraďujú pracovníci nepridelaní iným redakčným funkcionárom (šéfredaktorovi, vedúcim oddelení), teda pisárky, jazykoví lektori, zriadenci, šoféri, doručovatelia, rôzni mechanici, ba aj upratovačky.

V systéme organizácie redakčnej práce má sekretariát nezasupiteľné miesto, preto v ňom pracujú najskúsenejší a zvyčajne služobne najstarší redaktori so zmyslom pre široký komplex otázok redigovania. Aj keď v náplni práce sekretára prevláda organizátorská činnosť, ani on by nemal zabúdať, že je redaktorom, a jeho meno by sa malo príležitostne objavovať na stranách novín, lebo len píšuci sekretár má u kolegov plnú autoritu. Práca v sekretariáte je v redakcii jednou z najnáročnejších, lebo vyžaduje od človeka, aby podrobne ovládal všetky druhy novinárskych i redakčných prác. Ako poznamenáva Louis Guéry, je „žiaduce, aby sa sekretárom redakcie stával... žurnalista, ktorý prešiel rôznymi oddeleniami redakcie, zoznámil sa so všetkými žurnalistickými žánrami a ktorý takto získal skúsenosť a kompetentnosť, dodávajúcu mu potrebnú autoritu na náležité vykonávanie svojej funkcie“.³²

V prípade mimoriadnych, napr. slávnostných, čísel, resp. tematických príloh, sa v redakcii môžu vytvárať **dočasné sekretariáty**, ktoré riadia práce spojené s vydávaním takýchto výtlačkov.

Súčasná organizácia sekretariátu zodpovedá dnešným potrebám našej periodickej tlače; otázne, pravda, je, či bude vyhovovať vtedy, keď naše periodiká budú mať niekoľko desiatok strán, keď sa štruktúrálna budú členiť na niekoľko tematických blokov. Zdá sa, že v budúcnosti s jedným sekretariátom v novinách (najmä v denníkoch) nevystačíme, že by mohli vzniknúť ďalšie. Každý takýto sekretariát by potom riadil všetky práce spojené s výrobou tej časti novinárskeho celku, ktorá by patrila do jeho kompetencie. Na základe čoho by sa sekretariáty členili, je otázkou budúcnosti. Zdá sa, že istú úlohu by tu mohlo zohrať členenie novinárskych prejavov na spravodajstvo a publicistiku. Tým skôr, že už dnes sa s nimi v redakciách pracuje rôzne. Do úvahy možno bude treba vziať aj členenie novinárskeho celku na tematické bloky.

Šéfredaktor, jeho zástupca, resp. zástupcovia, hlavný sekretár (teda členovia tzv. užšieho vedenia redakcie) sú – aspoň vo vzťahu k ostatným redaktorom – najvýznamnejšie subjekty riadenia v redakcii. Od koordinácie ich práce preto v mnohom závisí hladký chod redakčného mechanizmu. Tá však predpokladá diferenciáciu práce každého jednotlivca užšieho vedenia, ktorá sa nutne z prípadu na prípad líši. Rozhodujú o tom viaceré činitele, najmä systemizácia užšieho vedenia, ale aj tradície redakcie a pod. V zásade však platí, že šéfredaktor predovšetkým redakciu riadi ideovo (práve preto je spojivom medzi tvorivým kolektívom, na čele ktorého stojí, a nadriadenou inštanciou, disponentom, resp. vydavateľom), zástupcovia usmerňujú a koordinujú činnosť patronálnych oddelení a napokon hlavný sekretár zladuje postup prác všetkých oddelení i ľudí mimo nich nad vyrábaným číslom a zabezpečuje jeho obsahovú i formovú jednotu.

VÝKONNÉ ÚTVARY A ZLOŽKY: ODDELENIA, TZV. POMOCNÝ REDAKČNÝ APARÁT A STÁLI VYSUNUTÍ, RESP. VYSLANÍ KOREŠPONDENTI ČI REDAKTORI, EXTERNÝ PRISPÍEVATEĽSKÝ AKTÍV

Základným útvarom štruktúrálnej výstavby redakcie, ktorý rediguje novinárske prejavy z niektorej tematickej oblasti, prípadne z niektorej skupiny žánrov, či dokonca z jediného žánru, je oddelenie. Je to akási redakcia v malom, alebo subsystém redakčného systému. Tu sa plánuje, píše, organizuje, apretuje... Počet oddelení v redakcii býva daný typom periodika, počtom pracovníkov, ale aj úlohami, ktoré plní. Oddelenia sa vytvárajú predovšetkým na základe tematických oblastí. V našich najväčších redakciách všeobecnopolitických denníkov sa napríklad stretávame s oddelením vnútorných udalostí, zahraničných udalostí, národohospodárstva, kultúry, športu, telovýchovy a pod.

Viacere oddelenia však nemožno vytvárať na základe príslušnej tematickej oblasti. D. Georgiev ich nazýva všeobecnofunkčné³³ a ráta medzi ne také základné ohnivka štruktúrálnej výstavby redakcie, ako je oddelenie styku s čitateľmi či kontaktové (v praxi nazývané oddelením listov), oddelenie spravodajcov, dokumentácie, žánrového typu (humor a satira) a fotoreportáže. Označenie je samo osebe prijateľné, príklady už menej. Útvar, v ktorom sa skladujú informácie potrebné na tvorbu textov, ale aj o redakcii ako inštitúcii, by sme nazvali „oddelením“, hoci v praxi sa tak môže nazývať. Tu predsa nevznikajú ako novinárske prejavy, nie je to teda redakcia v malom ako v prípade bežných redakčných ohniviek. Preto v takomto prípade sa prihovráame za neutrálnejší výraz „útvar“. Za oddelenie žánrového typu sotva možno považovať „humor a satiru“, ktoré predsa stoja na okraji pozornosti novinárstva. Ostatné príklady by pod všeobecnofunkčné oddelenia mohli patriť. V prípade „oddelenia listov“ by sa však skôr malo používať označenie „oddelenie styku s čitateľmi“³⁴, resp. „kontaktové oddelenie“ lebo lepšie vystihuje podstatu tohto ohnivka. Sem by mali smerovať informácie, ktoré vytvárajú obraz o spoločenskej mienke, pričom nezáleží na ich pôvode – či sú vyvolané, alebo spontánne, či pochádzajú od spolupracovníkov, dopisovateľov, čitateľov, anketárov a pod. Veď „bez znalosti rozsiahlej spoločenskej mienky redakcia vlastne nemôže usmerňovať diskusie v spoločnosti, modifikovať názory jej členov. V takomto ponímaní preto oddelenie styku s čitateľmi by sa malo stať útvarom, ktorý pripravuje podklady na prípravu pravidelných redakčných rozhodnutí.“³⁵ Pritom pod slovami „prijímanie rozhodnutí“ B. Garlickí rozumie činnosť, ktorú možno vyčerpať odpoveďami na otázky, „čo má byť publikované, v akej forme a na akom mieste.“³⁶ V redakciách tzv. obrázkových časopisov typickým všeobecnofunkčným oddelením býva výtvarno-grafické oddelenie, ktoré zabezpečuje jednotný výzor celého periodika, resp. jeho ucelenú vonkajšiu formu (kompozíciu). Je to teda útvar, ktorý slúži bez výnimky ostatným oddeleniam. S vytváraním oddelení len na tematickom podklade by sa teda nevyšľachilo. Preto vznikajú napr. oddelenia na základe niektorej skupiny žánrov, ktoré toto základné ohnivko organizačnej výstavby redakcie má kultivovať (napr. spravodajské oddelenie). Niekedy sa ide v špecifikácii ešte ďalej a do náplne práce oddelenia patrí jediný žáner (napr. reportáž do reportážneho). Ako sme už povedali, výnimkami z oddelení vytváraných na podklade takýchto princípov sú napríklad: oddelenia styku s čitateľmi, fotoreportáže a výtvarno-grafické. Oddelenie styku s čitateľmi vzniklo z potreby zabezpečiť trvalý vplyv verejnosti na redakciu. Špecifickým útvarom, vytvoreným preto, lebo v periodickej tlači nie je iba textová, ale aj obrazová žurnalistika, je fotoreportážne oddelenie. Napokon v časopisoch, kde veľmi záleží na estetickú funkciu grafickej úpravy, najmä v obrázkových, vznikli výtvarno-grafické oddelenia.

Špecifická situácia je v špecializovaných denníkoch, kde jediná tematická oblasť pokrýva celý obsah periodika. Tak napr. v športovo-telovýchovnom denníku sa stretávame s oddeleniami jednotlivých športov. Podobný stav je v špecializovaných časopisoch. Naproti tomu vo všeobecnopolitických časopisoch bývajú alebo tradičné oddelenia, prevzaté z denníkov, alebo oddelenia, ktoré vyvolala potreba pokrývať pevnú (oddelenie stálych rubrik) a premenlivú (reportážne oddelenie) časť novinárskeho celku. Štruktúra oddelení nie je ničím nemenným. Niektoré zanikajú, iné vznikajú podľa potrieb či možností (najmä personálnych) redakcie. Väčšina oddelení (najmä vnútorných udalostí, zahraničných udalostí či športovo-telovýchovné) má však trvalé miesto v organizačnej štruktúre redakcií.

Podľa dĺžky poznáme oddelenia stále a dočasné. Dočasné oddelenie vzniká tam, kde na istý čas treba zabezpečiť špecifickú výpovede, ktoré nepatria ani do jedného z jestvujúcich tematických ohniviek. V prípade, že v organizačnej štruktúre redakcie jestvuje oddelenie, ktoré má v náplni práce takéto texty, ale sa mení frekvencia ich uverejňovania, možno mu personálne obsadenie ponechať, alebo ho možno dočasne (na dĺžku spomínanej zvýšenej frekvencie) posilniť redaktormi z iného útvaru.

Ak sme povedali, že štruktúra oddelení, podobne ako celková organizačná štruktúra, nie je ničो navždy dané, ale naopak, mení sa v závislosti od úloh, pred ktorými periodikum stojí, tým netrdíme, že zásahy do štruktúry netreba dôkladne zvážiť. Naopak, nové oddelenie by malo vzniknúť len vtedy, keď si to situácia naozaj vyžaduje. Žiaľ, neraz sa nové ohnivka vytvárajú len preto, že ich má iná redakcia. Akosi sa zabúda, že „u susedov“ môže byť ich vznik odôvodnený, u nás – nie.

Kombinovanie oddelení tvorených podľa tematiky s oddeleniami kreovanými podľa iných kritérií však skrýva nebezpečenstvo, že pôsobnosť dvoch ohniviek sa môžu chvíľami čiastočne prekrývať, že dve rôzne oddelenia môžu dodať text o rovnakej udalosti, resp. že vzniknú kompetenčné spory. Ak sa

tomu má predísť, treba prehľbiť dozor sekretariátu nad prácou oddelení, zlepšiť plánovanie a upevniť neformálne pracovné styky vedúcich oddelení, ale aj ich radových pracovníkov.

Miera právomocí rozličných oddelení nie je vždy rovnaká. Hádám najväčšou disponujú športovo-telovýchovné útvary, ktoré si vybojovali „právo a povinnosť rozhodovať o športových textoch počas celého procesu redigovania.“³⁷ Pre zaujímavosť uvádzame, že podobná miera nezávislosti, suverenity a autonómie športovo-telovýchovného oddelenia platí aj pre iné novinárstva, napr. pre britské.³⁸ Podľa už citovaného autora to znamená, že športovo-telovýchovné oddelenie:

1. rozhoduje o spôsobe využitia agentúrneho spravodajstva zo svojej oblasti,
2. dostáva všetky listy, ktoré sa týkajú spomínanej problematiky,
3. organizuje pre čitateľov rôzne podujatia,
4. hodnotí športovo-telovýchovné fotografie, pripravené do tlače a
5. používa všetky formy výpovedí (spravodajstvo i publicistiku) bežné v jeho oblasti.³⁹

Napokon sa treba zmieniť o vzťahu redakcie a oddelenia. Už z toho, čo sme uviedli, je hádam jasné, že ide o vzťah časti a celku. Čo však z tohto konštatovania vyplýva? Predovšetkým skutočnosť, že **časť sa musí prispôbovať celku, a nie naopak, čiže oddelenie musí konať v súlade s potrebami nadradenej jednotky, teda redakcie.** Z podriadenosti oddelenia redakcii, samozrejme, nevyplýva, že v redakčnej štruktúre má oddelenie vyslovene nesamostatné postavenie. Alebo: **oddelenie je samostatné potiaľ, pokiaľ jeho chod a činnosť slúži záujmom a potrebám redakcie.** Z povedaného však nepriamo vyplýva, že medzi oddelením a redakciou nutne vzniká isté napätie. Ak toto napätie slúži záujmom redakčného kolektívu, teda je motivované snahou dobre či lepšie pokrývať príslušnú tematickú oblasť (v prípade oddelenia utvoreného na tematickom základe), respektíve potrebou optimalizovať pôsobenie redakcie, je nielen prirodzené, ale aj vítané.

Tematické oblasti, s ktorými sa stretávame v modernej periodickej tlači, sú také rozvetvené, že len s členením na oddelenia nevystačíme. Preto v medziach tematickej oblasti príslušného oddelenia majú redaktori na starosti niektoré rezorty.⁴⁰

Hĺbka špecializácie redaktorov závisí od typu novín. Vo všeobecnopolitickom denníku nemôže byť špecializácia príhlboká, lebo spoločenská problematika, ktorá je predmetom novinárskej práce, je veľmi široká. Ak však ide o denník zameraný na niektorú tematickú oblasť (napr. na šport a telovýchovu), tu špecializácia môže ísť pomerne hlboko.

Špecializovanosť redaktorov sa zrejme bude prehľbovať.⁴¹ Svedčí o tom celý doterajší vývoj periodickej tlače, ale aj ostatných masovokomunikačných prostriedkov. Ešte nedávno sa celé oblasti spoločenského diania do novín vôbec nedostávali. Preto pre širšiu verejnosť vlastne nejestvovali. Keďže však vývoj poznania je neukončený a nekonečný proces, aj rozsah spoločenskej problematiky, ktorá sa dostane do novín, resp. do rozhlasového a televízneho vysielať, bude v budúcnosti väčšia než dnes. Ruka v ruke s procesom prehľbovania špecializovanosti však bude pokračovať snaha a potreba koordinovať hlboko špecializovanú prácu redaktora, preto sa zvýši úloha riadiacich funkcií v redakcii.

Špecializovanosť však nikdy nebude smieť ísť, najmä nie vo všeobecnopolitickom denníku, na úkor operatívnej redakčnej práce. Ak si to situácia vyžiada, o takej či onakej udalosti bude musieť vedieť informovať na solídnej úrovni aj redaktor v danej sfére nešpecializovaný. Preto má pravdu Tadeusz Kupis, keď tvrdí, že nikde inde tak často neprechádza pracovník z jednej oblasti do druhej ako v novinárstve.⁴²

Počet členov rôznych oddelení býva rozdielny. Najvýznamnejšie oddelenia v najväčších redakciách môžu mať až dvadsať pracovníkov. Vtedy však vedúci má mať aj zástupcu. Optimálny počet bežného oddelenia býva šesť až osem redaktorov a jeden neredaktor (písárka). V takom prípade vedúci oddelenia môže reálne pracovať s každým redaktorom a redaktor pre zmenu môže mať pocit, že tvoria ozajstny kolektív. Zároveň treba zdôrazniť, že počty príslušníkov rôznych oddelení nemôžu byť rovnaké. Veď nie všetky tematické oblasti hrajú v každej etape života spoločnosti rovnakú úlohu. Navyše rôzne periodiká vedome uprednostňujú, akcentujú rôzne tematické oblasti. A ako sme už povedali, množstvo a charakter oddelení závisí od viacerých okolností. Každé oddelenie však musí mať presne vymedzený okruh po-

vinosti. Bez tejto elementárnej podmienky nie je možná organizácia práce či dlhodobéjšie plánovanie činnosti tvorivého kolektívu.

Prax ukazuje, že niektorá oblasť ľudskej činnosti patriaca do kompetencie príslušného oddelenia môže nadobudnúť charakter výlučnej náplne jeho práce, ak jej úloha v spoločnosti primerane vzrastie. Povedané trochu zjednodušene, rezort sa môže stať tematickou oblasťou. Táto sféra ľudskej činnosti patrí potom výlučne do niektorého oddelenia.

Ak najpočetnejšie oddelenia najväčších redakcií môžu mať až dvadsať redaktorov, v malých kolektívoch niekedy oddelenie tvorí jediný redaktor. V tlači, ktorá je najslabšie obsadená, teda v podnikovej a časti lokálnej či regionálnej, oddelenia nebvávajú. Ale ani stredne veľké redakcie ich niekedy nepoznajú, to preto, lebo chcú mať menej funkcionárov a viac píšucich redaktorov. Takáto organizačná štruktúra má však aj nedostatky. Vznikajú totiž organizačné ťažkosti, spojené s riadením väčšieho, často nerovnomerného kolektívu. Napokon aj v redakcii bez oddelení musia byť skupiny redaktorov, ktoré majú na starosti niektorú tematiku – a to sú už vlastne oddelenia. Podľa Z. Tempského prehľadáva sa špecializovanosť redaktorskej práce prezrádza, že pozície oddelení nie sú ohrozené, skôr naopak – budú sa upevňovať.⁴²

Aj počet rezortov, ktoré majú na starosti členovia oddelení, sa rôzni. Už ich štruktúra vychádza z poslania periodika, pričom sa berie ohľad aj na záľuby a profesionálne schopnosti redaktorov. V zásade však platí, že redaktor má na starosti viac rezortov, než predstavuje jeho špecializovanosť. Pri rozdeľovaní rezortov treba pamätať najmä na to, aby z náplne práce oddelenia ako celku nevypadla nijaká dôležitá oblasť. Keďže každá tematika, s ktorou sa stretávame na stranách moderného periodika, je značne rozvetvená, niektoré rezorty môžu mať pod patronátom spolupracovníci. Rozdelenie rezortov však neznamená, že redaktori za sa majú úzko špecializovať. Ako sme napokon už povedali, ak treba, dobrý redaktor vie redigovať aj rezorty, v ktorých sa nešpecializuje. Pre redaktora by však malo platiť, že dovidí za rezort, teda dokáže odhadnúť spoločenské dôsledky diania vo svojej oblasti.

Pri zadeľovaní redaktorov do oddelení sa vychádza jednak z ich špecializovanosti a jednak z potrieb redakcie. Pritom zaradenie pri nástupe do redakcie nie je „večné“. Ak to záujem celku vyžaduje, možno redaktora z jeho súhlasom presunúť. Skúsenosti ukazujú, že mobilný systém využívania ľudí je jedným z prostriedkov efektívnej organizácie práce. Zaujímavé skúsenosti v tomto smere majú niektoré naše redakcie. Uvedomujú si, že na jednej strane redaktora treba začleniť do niektorého oddelenia, čo však na strane druhej neznamená, že by v ňom mal zostať nadobro. Preto ak sa redaktor v príslušnom ohnisku či už „vypíše“, alebo inak „vyčerpá“, treba ho „regenerovať“ inde.

Členenie redakcie na oddelenia podľa rôznych kritérií má svoje negatívne i pozitívne stránky. Klady treba vidieť predovšetkým v tom, že oddelenia sa vytvárajú na základe aktuálnych potrieb redakcie, aby mohla pohotovo reagovať na zmenenú situáciu, a navyše vznikom rozmanitých ohnívkov sa prehľbuje špecializovanosť redaktorov, ktorá je pre moderné novinárstvo charakteristická. Rôzne kritériá uplatňované pri tvorbe oddelení majú však aj svoju zápornú stránku. Podľa Z. Tempského, vyvolávajú „organizačné problémy a kompetenčné spory“.⁴⁴ Hľadám aj preto, že s výnimkou hľadám športovo-telovýchovného oddelenia nerozhodujú s definitívnou platnosťou počas celého procesu redigovania, najmä nie v čase služieb, o výpovediach, ktoré patria do náplne ich práce. Práve negatívna členenia redakcie na oddelenia vedú niekedy v praxi ku vzniku štruktúr bez týchto útvarov.

Na záver treba zdôrazniť, že pracovníci oddelenia sú členmi redakcie práve cez príslušné základné ohnisko štruktúrálnej výstavby, nemajú teda vidieť iba problémy a potreby oddelenia, ale majú chápať aj páliť problémy celej redakcie.

Na čele oddelenia, aj dočasného, stojí vedúci, redakčný funkcionár (v denníkoch zvyčajne člen redakčnej rady), zodpovedný za prácu tohto útvaru, ktorý – ak treba – má svojho zástupcu. Mal by ním byť skúsený redaktor, ktorý „vidí“ aj za svoj rezort a je teda schopný redigovať celú tematickú oblasť. Vyžadujú sa od neho predpoklady na organizátorskú prácu, ved' riadi chod zvereného útvaru. Jeho povinnosti sa však nevyčerpávajú len organizátorskou činnosťou. Vedúci oddelenia by mal byť aj tvorivým novinárom, jeho meno by sa malo pravidelne objavovať pod článkami z príslušnej tematickej oblasti. Ved' významné postavenie v redakcii i na verejnosti si treba vyslúžiť. A vedúci, ktorý sa neprejavuje autorsky, nemôže mať dobré meno ani medzi čitateľskou pospolitosťou, ani medzi kolegami.

Ak prvostupňovú selekciu novinárskych prejavov robí redaktor zodpovedný za príslušný rezort, potom vedúci oddelenia robí ďalší výber, na vyššej úrovni, ved' rediguje celú tematickú oblasť. Dozerá na plánovania svojho útvaru, pričom s podriadenými prerokúva témy, ktoré z plánu nesmú vypadnúť. Od spôsobu jeho práce vo veľkej miere závisí akosť činnosti celého oddelenia.

Vedúci oddelenia teda predovšetkým:

1. rozpracúva politiku svojho útvaru,
2. na základe námetov podriadených komponuje plány z príslušnej tematickej oblasti a kontroluje, ako sa plnia,
3. rozdeľuje úlohy medzi pracovníkov svojho útvaru (a opäť kontroluje, ako ich plnia),
4. robí výber (selekciu) novinárskych prejavov, ktoré napísali, alebo dodali jeho podriadení a
5. píše žurnalistické prejavy na zásadné otázky tematickej oblasti, ktorú rediguje.

Funkcia vedúceho oddelenia kladie na človeka väčšie nároky, než sa na prvý pohľad zdá, to pre postavenie, ktoré má v štruktúre organizácie redakčnej práce. Je totiž členom širšieho vedenia redakcie, ale aj pracovníkom príslušnej tvorivej skupiny. Jednotaj je teda vystavený tlakom z dvoch strán. Vedenie od neho vyžaduje, aby v oddelení prebojujal jeho požiadavky. A redaktori príslušného útvaru od neho očakávajú, že vo vedení bude presadzovať ich záujmy a že ich bude brániť pred najvyšším orgánom. Komplikovanosť tejto funkcie v redakcii je ďalej daná tým, že v náplni jej práce prevládajú organizátorské prvky. Vedúci oddelenia má podstatne menej času na autorskú činnosť ako radový redaktor. Lenže meno, povest' dobrého či výborného novinára sa získava predovšetkým tvorbou. Preto funkcia vedúceho oddelenia je často málo atraktívna. A to ešte nespomíname osobné predpoklady na toto postavenie. Ved' ako vraví Boleslav Garlický, „vedúci oddelenia musí byť dobrý psychológ, musí poznať individuálne vlastnosti podriadených, vedieť využiť ich prednosti pre redakčný kolektív, musí dokázať pestovať vo svojom útvaru šľachetnú rivalitu, súťaživosť“.⁴⁵

Ak je oddelenie základným ohniskom štruktúrálnej výstavby redakcie, potom redaktor je činiteľ, ktorý túto štruktúru naplní. Redaktorom (polatinčením z fr. rédacteur) nazývame novinára⁴⁶, ktorý spoluvytvára novinársky celok, spolurediguje ho, pričom spravidla zodpovedá za niektorý úsek redakčnej práce. Osobitým typom je redaktor v spravodajskej agentúre, lebo nespoluvytvára novinársky celok, ale určitý objem spravodajstva, ktoré toto zariadenie poskytuje masovokomunikačným prostriedkom. Popri radových redaktoroch jestvujú v každej redakcii aj funkcionári.

Radový redaktor má viacero povinností, predovšetkým by však mal byť informovaný o javoch zo sledovanej sféry. Ak chce informovať, sám musí byť informovaný. Skúsený redaktor si roky buduje sieť informátorov. Najaktívnejších si doslova treba pestovať, lebo sú nevyhnutní, upozorňujú totiž redakciu na udalosti, ktoré by mohli ujsť jej pozornosti. Preto práca s externými aktívom patrí medzi popredné povinnosti každého redaktora. Spolupráca s externistami je taká dôležitá súčasť činnosti každého funkcionára i nefunkcionára, že sa jej venujeme na zvláštnom mieste. Ideálom je pritom stav, keď redakcia má na každú tematickú oblasť niekoľkých prispievateľov. A nie príležitostných, ale takých, na ktorých sa môže pravidelne obracať.

Radoví redaktori sú vlastne výkonní pracovníci, kým redakční funkcionári tvoria novinárskeho celku, teda redigovanie, predovšetkým organizačne zabezpečujú. Medzi redakčných funkcionárov zaraďujeme šéfredaktora, zástupcu či zástupcov šéfredaktora, hlavného sekretára (ak ho redakcia nemá, sekretárov) a vedúcich oddelení. Hoci zaťaženie organizátorskou prácou nebýva v redakcii rovnaké, ani u najvyšších funkcionárov nevyklučuje tvorbu vlastných novinárskych prejavov.

Podľa O. Drasticha každý redaktor plní tri roly:

1. rolu verejného pracovníka,
2. rolu experta a
3. rolu redaktora-experta komunikačnej politiky.⁴⁷

O prvej sa hľadám netreba podrobnejšie rozpisovať. Úlohu experta plní redaktor posudzovaním prejavov z odbornej stránky. Len s čírou informovanosťou o diania v sledovanej sfére už súčasný redaktor nevystačí,

najmä nie v špecializovaných rezortoch. Každý redaktor má byť svojim spôsobom odborníkom v oblastiach, ktoré má na starosti. Napokon úlohu redaktora-experta komunikačnej politiky plní redaktor už tým, že pomáha realizovať žurnalistickú úlohu, ktorú si redakcia vytýčila.

Z praxe našich redakcií poznáme funkciu tzv. samostatného publicistu (často sa mu vraví aj samostatný reportér a pod.). Napospol ide o skúseného, často služobne staršieho redaktora, ktorý má pre redakciu zabezpečovať náročné a originálne novinárske výpovede, také, ktoré sa dosť ťažko tvoria pri bežnej redaktorskej práci. Preto samostatný publicista býva zväčša oslobodený od bežných činností, ako je zaobstarávanie a upravovanie cudzích novinárskych prejavov. Výnimočné postavenie samostatného publicistu v redakcii neraz podčiarkáva skutočnosť, že nebýva zadený do nijakého oddelenia, ale patrí priamo pod právomoc napr. šéfredaktora. Hoci o užitočnosti tejto funkcie v redakcii sotva možno pochybovať, treba v nej redaktorov strieďať (uvážlivo a v pravý čas), aby sa v nich nepestovalo pocit výlučnosti.

Funkcia redaktora v modernom zmysle slova vznikla ako dôsledok tzv. prvej delby práce v novinárstve medzi tlačiarom či majiteľom (vydavateľom), ktorý sa odvtedy venoval iba výrobným otázkam periodika, prípadne určoval jeho politickú orientáciu, a redaktorom, ktorý sa staral výlučne o tvorbu novinárskeho celku. Prvá delba práce sa odohrala zhruba na prelome 17. a 18. storočia. Za prvého slovenského novinára sa považuje Matej Bel (1684 až 1749), ktorý v rokoch 1722 až 1723 vydával prvé noviny v Uhorsku – *Novu Poseniensiu*.

Významné miesto v štruktúre redakcie zaujíma komplex, ktorý možno nazvať pomocným redakčným aparátom. Rátame doňho neredaktorov, teda jazykových lektorov, pisárky, stenografy, archivárov, knihovníkov, mechanikov, doručovateľov, zriadencov, šoférov a pod. Vo väčšine redakcií títo pracovníci patria do sekretariátu, čo však neznamená, že niektorí nemôžu pripadať inam (napr. pri tradičnej tlači v každom oddelení býva pisárka).

Aj od činnosti týchto novinárskych netvorivých členov redakcie závisí akosť novinárskeho celku.

Funkcia jazykovoho lektora (niekedy sa mu vraví aj „jazykový redaktor“, my však uprednostňujeme vyššie uvádzané pomenovanie, aby sme ho odlišili od tvorcov novinárskych prejavov a celkov; pri vzniku pojmu „jazykový redaktor“ sa zrejme dosť mechanicky preniesli do novinárstva skúsenosti z vydavateľskej praxe) je u nás pomerne mladá a pracovník, ktorý ju zastáva, je ešte stále v našich redakciách skôr výnimkou než pravidlom. A predsa niet pochyb, že ide o zodpovedné postavenie. Lebo aj keď by sa novinárske prejavy mali očisťovať od jazykových nedostatkov ešte v oddeleniach, redakčná prax nás presvedča, že to tak vždy nebýva. Preto jazykový lektor povinne číta všetky rukopisy, ktoré prichádzajú do sekretariátu. Očividné jazykové nedostatky odstraňuje sám, zložitejšie zásahy do textu robí po dohode či už s vedúcim oddelenia, alebo s redaktorom, ktorý novinársky prejav dodal.

Neomyslíteľným útvarom redakcie bola ešte donedávna písárka a v kolektívoch, ktoré vydávajú periodikum tradičným spôsobom, stále ešte je. Vtedy totiž každý rukopis, ktorý odchádza do tlačiarne, musí mať pririeranú úpravu. Určuje ju norma, ktorá síce nevyklučuje sadzbu aj výpovedi písaných rukou, jednako novinárska prax už podobné prípady dávnejšie nepozná. Pochopiteľne, že novinárske prejavy musí niekto v redakcii prepísať – najmä vtedy, ak redakcia zásadne používa rámcový papier. Redakcia však vždy pracuje aj s inými písomnosťami, napr. s korešpondenciou všetkých druhov, s plánni a pod. Pre pisárky je jednoducho v tradične vybavených redakciách práca dosť. Organizovanie práce pisárk sa v našich redakciách líši z prípadu na prípad. Časť ich patrí priamo do oddelení. Druhá časť patrí do sekretariátu, pričom ich prácu organizuje hlavný sekretár. V novinách s redšou, napr. týždennou periodicitou a v časopisoch mávajú zväčša iba písárky, pričom každá pracovníčka má na starosti niekoľko oddelení.

V súčasnosti, keď naše redakcie prechádzajú na počítačové systémy a keď sa novinárske prejavy píše priamo do ich pamäti, sa postavenie pisárky mení. Alebo sa zužuje na vlastné písanie (to vtedy, keď počítačové systémy obsluhujú redaktori, čo je, pochopiteľne, najvítanejšie), alebo sa rozširuje (keď tieto práce robí pisárka). Dobrá pisárka⁴⁸ preukazuje redakcii neoceniteľné služby, ktoré presahujú jej povinnosti. Vie napríklad upozorniť na chyby, ktoré v povestnom redakčnom chvate ostatní pracovníci nespozorovali. Skrátka, stáva sa pomocníkom redaktorov. Teória organizácie v prípade spojenia redaktor a pisárka vraví o asymetrickej pracovnej dvojici (dyáde). Netreba hádam zdôrazňovať, že súčinnosť ich spolupráce závisí od súčinnosti oboch jednotiek dyády (redaktor – pisárka, šéfredaktor – sekretárka). Ak sa pisárka

(sekretárka) nedokáže prispôsobiť pracovnému štýlu redaktora (šéfredaktora), resp. ak redaktor (šéf-redaktor) nedokáže využiť schopnosti pisárky (sekretárky), „trpí efektívnosť jednotlivých prác oboch, i práca celku tejto dvojice.“⁴⁹

Úloha pisárky vzrástla pri ofsetovej tlači aj v jej tradičnej doméne, a to nielen vtedy, keď sa výroba diernej pásky presunula do redakcie, ale aj vtedy, keď sa v tvorivom kolektíve zhotovoval bežný strojovný. To preto, že do tlačiarne má vlastne odchádzať bezchybný originál. Na druhej strane, v redakcii vybavenej počítačovým systémom, navyše v takej, v ktorej si redaktori píše vlastné texty na počítači, sa počet pisárk rok znižuje.

Čoraz väčšie uplatnenie v redakcii nachádza aj iná technika (ďalekopisy, faxy, e-mailly a pod.) Aj prácu personálu, ktorý ich obsluhuje, treba organizovať, pričom zväčša sa u nás zaraďuje do sekretariátu.

Modernú redakciu si ťažko predstaviť bez archívu, teda bez útvaru, ktorý:

1. zbiera, spracúva, triedi a skladuje informácie potrebné na študijné účely redaktorov a
2. zachováva dokumenty o redakcii ako inštitúcii.

Kým druhá úloha sa v práci našich archívov ešte celkom neujala, o potrebe tohto útvaru ako centra redakčnej dokumentácie nik nepochybuje. Keďže zbieranie, spracúvanie, triedenie a skladovanie materiálov na študijné účely je najdôležitejším poslaním tejto jednotky, termín „archív“ nie je práve najvhodnejší, a skôr by sa malo hovoriť o dokumentačno-informačnom útvaru. Ak ním tu predsa len narábame, vedú nás k tomu iba ohľady na prax. Archív má redaktorom poskytovať informácie bezprostredne potrebné na:

1. tvorbu vlastných novinárskych prejavov a
2. na overovanie niektorých informácií, ktoré prichádzajú do redakcie.

Pre 20. stor. je charakteristická tzv. explózia informácií. Ak má novinár písať na úrovni doby, musí poznať všetko hlavné, čo sa na príslušnú tému aspoň na území jeho štátu, a neraz aj za jeho hranicami, napísalo. A práve tieto služby by mu mal robiť archív. Metódy zbierania, spracúvania, triedenia a skladovania informácií sú dnes pomerne rozpracované a tvoria náplň samostatného vedného odboru. Súčasťou archívu vďaka knižnici s najpotrebnejšími príručkami: encyklopédiami, slovníkmi (prekladovými, výkladovými i náučnými), atlasmí, kompendiami z jednotlivých vedných disciplín, najznámejšími teoretickými prácami o vede a umení a s novínovednou literatúrou. Do archívu ďalej patria zviazané ročníky novín a časopisov – vlastné, najvýznamnejšie domáce a výberovo aj zahraničné. Význam archívu pre prácu redakcie sa v súčasnosti všeobecne uznáva, preto sa jeho odborní pracovníci často zúčastňujú na celoredakčných poradách, aby vedeli, aké ciele si ich kolektív kladie, a teda aby mohli včas pripraviť redaktorom podklady pre zamýšľané texty. V druhej časti archívu sa majú skladovať dokumenty, dôležité z hľadiska poznania histórie redakcie. Každý tvorivý redakčný kolektív je totiž spoločenskou inštitúciou, ktorej osudy patria do kultúrnej histórie národa. Ak v súčasnosti majú archívy aj výrobné podniky a závody, niet dôvodu, prečo by ich nemali mať aj redakcie. Stav archívov na Slovensku však stále ešte nevyhovuje. Ak napríklad najvýznamnejšie ústredné denníky majú aspoň aké-také archívy, vo viacerých redakciách úplne chýbajú. Pritom skúsenosti najvýznamnejších svetových novín a časopisov ukazujú, že dokonalé personálne a technické vybavenie týchto útvarov sa vypláca.⁵⁰ Vo viacerých prípadoch skúsení redaktori si budujú vlastné príručné archívy z rezortov, ktoré v redakcii majú na starosti. O ich užitočnosti nemožno pochybovať, aj keď sú práce a v súčasnosti predsa len čiastočne prekonané, keď elektronická pošta umožňuje redakciám vstupovať do rôznych databáz, čo, samozrejme, ovplyvní štruktúru nielen osobných, ale aj redakčných archívov.

Do redakčnej zostavy patria aj redaktori, ktorí pôsobia mimo ústrednej redakcie, sú teda vysunutí. Časť z nich pracuje v „teréne“ trvalo, časť iba dočasne. Podľa toho rozoznávame štatút stálych, prípadne vyslaných korešpondentov (redaktorov). Stáli redaktori pôsobia v miestach, ktoré z nejakých dôvodov sú pre redakciu významné ako zdroje informácií. V praxi našej tlače rozoznávame stálych domácich a zahraničných korešpondentov. Vyslaní korešpondenti môžu pôsobiť na území štátu, kde noviny vychádzajú, ale skôr v cudzine. Stáli korešpondenti zväčša patria do právomoci sekretariátu, hoci nikdy bývajú zadení aj inde (napr. do niektorého oddelenia). Vyslaní korešpondenti zostávajú v kompetencii oddelenia, do ktorého patrili pred odchodom z ústrednej redakcie.

V našich novinách sa už pravidelne objavujú články od stálych, poprípade vyslaných korešpondentov. Príspevky takýchto novinárov redakcia zväčša výslovne označuje (napr.: Od nášho stáleho redaktora, alebo: Od nášho vyslaného redaktora). Chce tým poukázať na dôležitosť, resp. originalnosť príslušného novinárskeho prejavu. Redakcia totiž považuje udalosť za takú významnú, že prináša o nej vlastný text a nepreberá – napríklad – spravodajstvo niektorej tlačovej agentúry. (Niekedy zasa redakcia kombinuje spravodajstvo tlačovej agentúry s publicistikou, napr. s komentárom vlastného stálcho alebo vyslaného korešpondenta.) **Novinárske výpovede tohto druhu** čitateľská verejnosť obľubuje, lebo sú jednak osobnejšie ako anonymné spravodajstvo tlačovej agentúry a jednak **predstavujú vklad redakcie do obzoru, ktorý čitateľa o udalosti nadobúdajú.** V 20. storočí počet stálych a vyslaných korešpondentov neobyčajne vzrástol, hoci výdavky spojené s ich pôsobením sa výrazne zvýšili. Niektoré noviny majú stálych korešpondentov vo väčšine významných metropolí. A stavy vyslaných korešpondentov počas dôležitých svetových podujatí sa rátajú nie na desiatky či stovky, ale na tisícky. (Napríklad počas tretej etapy konferencie o európskej bezpečnosti a spolupráci v roku 1975 bolo v Helsinkách akreditovaných vyše 2000 novinárov.) Keďže náklady na stálych a vyslaných korešpondentov sú veľké, dovolit' si ich môžu iba významné periodiká. Menej dôležité sa musia uspokojiť so službami tlačových agentúr, resp. s článkami stálych či vyslaných korešpondentov iných novín.

Za jedného z prvých zahraničných korešpondentov sa považuje Henry Crabb Robinson (1775 až 1867), ktorého v roku 1807 vyslali londýnske *The Times* do Altony, aby referoval o napoleónskych vojnách.

Stáli domáci korešpondenti sú predstavitelia novín na území, na ktorom pôsobia. Spájajú redakciu jednak s prameňmi informácií a jednak s čitateľmi regiónu. Za stálych korešpondentov vyberajú skúsených novinárov, schopných pracovať samostatne. Nezriedka nimi bývajú niekdajší redaktori miestnej tlače, lebo tí nemusia spoznávať prostredie, v ktorom majú pôsobiť. Z miesta filiálnej redakcie, v ktorej pracujú, sa stáli korešpondenti vydávajú na cesty za informáciami pre vlastné novinárske výpovede. Ak je okolie filiálnej redakcie strediskom významnej celospoločenskej udalosti, materská redakcia tam zvyčajne poslaa vyslaných redaktorov, ktorí si so stálym korešpondentom rozdelia úlohy. Kým ústredňa vyšle „do terénu“ redaktora, zvyčajne požiada o radu svojho stáleho korešpondenta v regióne.

Systém práce stáleho korešpondenta sa v zásade nelíši od systému práce redaktora ústrednej redakcie, v jednotlivostiach však rozdiely jestvujú. Redaktor materskej redakcie pôsobí na celom území, na ktorom periodikum vychádza, stály korešpondent na časti tohto teritória. Práca stáleho korešpondenta má teda v porovnaní s redaktorom ústredne niektoré výhody, ale aj nevýhody. Z výhody je to na prvom mieste blízkosť prameňov informácií. Stály korešpondent má možnosť operatívnejšie sa stretávať so zodpovednými funkcionármi príslušnej oblasti. Číta miestnu tlač, ktorá nemusí napr. do ústredne vôbec dochádzať. Jednoducho sa zvyčajne vie lepšie orientovať v problematike územia, na ktorom pôsobí. Na druhej strane musí byť všestrannejší ako úzko špecializovaný redaktor materskej redakcie. Ved' píše texty zo všetkých, resp. z väčšiny tematických oblastí. Dá sa teda povedať, že korešpondent žije uprostred problémov. A aj to má aj klady, aj zápory. Na jednej strane totiž lepšie môže vniknúť do vecí, na strane druhej ťažšie si od ľudí, o ktorých píše, zachováva potrebný novinársky odstup.

Ústredne by mali prácu svojich stálych redaktorov všestranne usmerňovať, denne telefónom, d'alekopisom, faxom a počítačom, redšie osobne. Aby nestrácali kontakt s ústredňou, stáli korešpondenti sa zväčštinou na jej celoredakčných poradách. Niekde dokonca povinne pracujú istý čas u ústredni, aby vnikli do redakčného mechanizmu.

Stáli korešpondenti musia patriť do právomoci niektorého funkcionára ústredne. Najčastejšie to býva jeden zo zástupcov šéfredaktora, ale môže to byť aj hlavný sekretár či vedúci niektorého oddelenia, predovšetkým spravodajského. Nezáleží ani tak na tom, kto to je, ako skôr na tom, aby to bol jediný pracovník redakcie. Ak nemajú vzniknúť kompetenčné spory, len on má mať právo určovať úlohy stálym korešpondentom. Iný funkcionár tak môže robiť alebo cez neho, alebo s jeho vedomím.

Stáli korešpondenti si vypracúvajú plány činnosti, ktoré posielajú do ústredne, aby ich prerokovala redakčná rada a po schválení im ich vrátila. Plány vysunutých redaktorov musia mať všetky náležitosti bežných redakčných direktív, predovšetkým musia byť pružné, teda také, aby sa dali prispôbovať zme-

nej spoločenskej situácii. Každý zásah do plánu by sa však mal diať s vedomím redaktora, ktorý prácu stálych korešpondentov usmerňuje. Ten by mal presne vedieť, na čom stály korešpondent pracuje, resp. kde sa nachádza. Popri osobných plánoch základnou direktívou korešpondenta je príslušný redakčný plán.

Činnosť korešpondenta určujú: oficiálne celoštátne i regionálne a miestne dokumenty, celoredakčný plán, osobný plán, listy a želania čitateľov, osobné skúsenosti, pozorovania, zápisky a námety prispievateľov a dopisovateľov.

Konkrétny výtlačok novín, resp. časopisu je výsledok kolektívneho snaženia. Vždy ním bol, aj vtedy, keď redakciu tvoril jednotlivec, lebo ani vtedy nemohol všetky informácie získať a všetky výpovede napísať sám. Kolektívny charakter žurnalistiky sa prehĺbil v 20. storočí, keď vďaka zdemokratizovaniu tlače vzrástla úloha spolupracovníkov médií. **Aj od akosti tzv. externého prispievateľského aktívu v mnohom závisí kvalita nielen jednotlivých čísel, ale aj periodika vôbec.** Dovolíme si dokonca tvrdiť, že aj redakcia, ktorá nedisponuje významnými osobnosťami v oblasti individuálnej novinárskej činnosti, dokáže s kvalitnými spolupracovníkmi robiť dobré periodikum.

Aký by však mal byť externý prispievateľský aktív, aby spĺňal požiadavky a potreby modernej periodickej tlače?

Predovšetkým by mal byť dostatočne početný. To preto, aby stačil pokrývať všetky tematické oblasti, ktoré sa dostávajú na strany periodika: v prípade všeobecnopolitických novín by teda mal pomáhať zabezpečovať novinám ich univerzálnosť (išlo by teda o početnosť v medziach všetkých tematických oblastí, ktoré periodikum pokrýva). Možno dokonca povedať, že jestvuje priama úmera medzi redaktormi a spolupracovníkmi: čím menej má redakcia redaktorov v príslušnej tematickej oblasti, tým väčšmi je závislá od prispievateľov. Ale ani to, samozrejme, nie je dosť. Redakcii nemôže ísť o akúkoľvek, ale iba o akostnú početnosť. Preto v našom ponímaní deliaca čiara medzi internistom a externistom nie je predelom medzi novinárom a nenovinárom. Novinárske prejavy vznikajú v redakcii i mimo nej, tvoria ich novinári, teda ľudia schopní písať novinárske artefakty. Aj novinára neredaktora charakterizuje záujem o verejné veci, nutkanie odovzdávať svoje poznatky verejnosti i schopnosť tvoriť novinárske výpovede. Požiadavka početného a zároveň aj kvalitného prispievateľského aktívu sa môže zdať samozrejmosťou, ale zabezpečiť ju nie je ľahké, najmä v niektorých tematických skupinách. Patrí už akosi k tradícii našej periodickej tlače, že hádam najkultúrovanejšie príspevky externistov vznikajú pre oddelenie kultúry. Pomerne široké zázemie prispievateľov z tejto oblasti dovoľuje redakciám, aby niektoré inštitúcie aj dlhšie pokrývali externistom. Tak napr. niektoré divadlo môže mať celú sezónu pod patronátom jediný novinár-externista, ktorý zadovážuje, prípadne sám píše všetky novinárske prejavy, či ich väčšinu (povedzme recenzie premiér) o príslušnom kultúrnom stánku, takže na záver spomínaného obdobia môže napísať zasvätený rozbor o problémoch scény. Aj keď by iste nebolo správne vydávať tento príklad sprístupňovania aktív istej kultúrnej inštitúcie za jediné možný, lebo rôzne premiéry môžu, pochopiteľne, recenzovať rôzni spolupracovníci, nedajú sa nevidieť jeho prednosti. Napokon, ak sme ho tu spomínali, tak len preto, aby sme ukázali, že kultivovaný prispievateľský aktív umožňuje redakcii voliť náročné formy spolupráce s jeho jednotlivcami. Možno v iných tematických oblastiach (resp. v iných rezortoch) spolupráca s novinármi neredaktormi nebude až taká plodná. Niekde hádam bude treba zasväcovať externistu takpovediac do abecedy novinárskej tvorby, inde možno bude treba venovať veľa času apretácii spolupracovníkovho príspevku, ale ak ide o talentovaného autora, vždy sa to vyplatí.

Ako sme už povedali, na rozdiel od predchádzajúcich vývojových etáp novinárstva v tlači sa spolupráca s externistami v modernej dobe významne zmenila. Kedysi oddelenia spolupracovníkov menej usmerňovali, skôr čakali ich iniciatívy. A aj keď, pochopiteľne, ani v súčasnosti nemožno vylúčiť prípady, keď vznikne dobrý novinársky prejav bez objednávky, predsa len iniciatíva sa teraz očakáva predovšetkým od redakcie. To preto, lebo v novinárstve väčšmi než kedykoľvek predtým začína rozhodovať účinnosť, a tá – ako vieme – závisí napr. od jednotného pôsobenia celého novinárskeho celku. Aj preto sa začínajú stierať niektoré hranice medzi externistami a internistami. Najmä v tom smere, že oddelenia väčšmi vľahujú prispievateľov do typicky redakčných prác. Zväčšuje sa napr. úloha externistov v plánovaní – dlhodobom i krátkodobom. Externisti sa často stávajú pomocníkmi redaktorov v hodnotení rukopisov.

A napokon netreba zabúdať, že externista hrá úlohu aj v spätnej väzbe, lebo často býva prvým kritikom práce redakcie.

Poznámky

- ¹ Sociálne aspekty riadenia pracovných kolektívov. Bratislava, Práca 1979, s. 30.
- ² Garlicki, Boleslaw: Selekcja informacji w dziennikarstwie. Kraków, Ośrodek badań prasoznawczych 1981, s. 52.
- ³ Hodgson, F. W.: Modern Newspaper Practice. London, Heinemann 1984, s. 112.
- ⁴ Drastich, Oldo: Redaktori odborných časopisov vydavateľstva Príroda. Bratislava, Inštitút pre výskum masových komunikačných prostriedkov 1975, s. 17.
- ⁵ Podľa ktorej je každý prvok súčasťou nadsystému, zároveň je však aj sám subsystémom, zloženým z vlastných elementov.
- ⁶ Nosek, V. a kolektív: Malá encyklopédie vědeckého řízení. Díl II, N–Z. Praha, Naše vojsko 1976, s. 202.
- ⁷ Pavelka, Karel: Jak lépe řídit. Zásady, pravidla a některé nové směry řízení. Praha, Svoboda 1970, s. 17.
- ⁸ Hodgson, F. W. v citovanom diele Modern Newspaper Practice na s. 79–80 vymenúva z uvádzaných títo: tradície, vlastníka, šéfredaktora, spoločnosť, politickú stranu a verejnú mienku. Naše ponímanie prostredia, v ktorom redakcia pôsobí, je teda o niečo širšie.
- ⁹ Siebert, F. S. – Peterson, Th. – Schramm, W.: Four Theories of the Press. Urbana, University of Illinois Press.
- ¹⁰ Hodgson, F. W.: Modern Newspaper Practice. C. d., s. 73.
- ¹¹ Cole, David: 1. Newspaper Management. V: Dodge, John – Viner, George (eds.): The Practice of Journalism. London, Heinemann 1963, s. 15–28.
- ¹² Bližšie pozri: Cole, David: 2. The Editor. V: Dodge, John – Viner, George (eds.): The Practice of Journalism. C. d., s. 29–39.
- ¹³ Túto povinnosť vedúceho pracovníka zvlášť zdôrazňuje teória riadenia. „Vedúci podniku“ však „nikdy nesmie zabúdať“ na to, že je jeho povinnosťou vytvárať a rozvíjať organizáciu podniku. To znamená plniť úlohy patriace najmä do tzv. strategického organizovania, čiže pružne prispôbovať štruktúru a fungovanie podniku meniacim sa podmienkam okolia a zdokonaľovať metódy riadenia, organizácie výroby (služieb) a organizácie práce v podniku.“ A rovnaký autor ďalej podčiarkuje, že iba vedúci pracovník má potrebnú autoritu na to, aby jednak zvolil „vyhovujúce kritériá na utváranie organizácie podniku“ a jednak presadil „ich uplatnenie v praxi“.
- ¹⁴ Mrela, Henryk: Organizátorská práce vedoucího. Svoboda, Praha 1978, s. 23.
- ¹⁵ Khol, Josef: Řídící činnost. Praha, Státní pedagogické nakladatelství 1978, s. 38.
- ¹⁶ Garlicki, Boleslaw: Selekcja informacji w dziennikarstwie. C. d., s. 53.
- ¹⁷ „Niektorí šéfredaktori sú píšuci šéfredaktori. Do svojej funkcie sa povzniesli cez spravodajskú činnosť, politickú žurnalistiku alebo publicistiku a v každodennom redigovaní ich väčšmi zaujíma to, čo slová vravia, než to, aká je ich prezentácia. Inklinujú k tvorbe vlastných úvodníkov či k redakčným stanoviskám. Takto šéfredaktori sú postrachom pre spravodajcov a sekretárov. Notoricky opravujú texty a vyznačujú korektúry a pozornosť zameriavajú na písanie spravodajstva a publicistiky. Iní šéfredaktori sú produkční. Pravdepodobne získali funkčný postup zo „zadných lavíc“ – sú to výkonní pracovníci, ktorí majú pod dozorom proces tvorby novinárskeho celku, alebo produkcie novín.“
- Hodgson, F. W.: Modern Newspaper Practice. C. d., s. 66.
- ¹⁸ Khol, Josef: Řídící činnost. C. d., s. 40.
- ¹⁹ „Rovnako ako šéfredaktor zodpovedá v medziach svojho poverenia aj zástupca šéfredaktora.“
- Zákon č. 81 1966 Zb. o periodickej tlači a ostatných informačných prostriedkoch, paragraf 10, odsek 4.
- ²⁰ Hodgson, F. W.: Modern Newspaper Practice. C. d., s. 23.

²⁰ Drastich, Oldo: Redaktori odborných časopisov vydavateľstva Príroda. C. d., s. 121.

²¹ Tamže, s. 121.

²² Guéry, L.: Sekretariát redakcie. Od rukopisu po zrkadlo. Bratislava, Katedra žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského 1995, s. 9.

²³ **Rámčekový papier je jednotný druh redakčného papiera, na ktorý sa prepisujú zapretované rukopisy.** Od kancelárskeho papiera formátu A4 sa líši orámovaním, aby počet úderov v riadku a počet riadkov na strane, ktoré sú dané, nebolo treba jednoducho rátať. Nad rámom hlavičkového papiera je priestor na základné údaje o novinárskom prejave: meno autora, meno redaktora, ktorý text apretoval a meno vedúceho oddelenia, ktorý ho schválil, a napokon strana, kam sa má zalomiť. Vyplnené údaje majú zabrániť prípadným nejasnostiam okolo rukopisu. V hornej časti rámu je priestor na titulok, resp. nadtitulok a podtitulok. Keďže pri tradičnej tlači sa titulky sádzu ručne, zatiaľ čo text strojom, po príchode rukopisov do tlačiarne sa titulky odstrihávajú. Aby sa vedelo, ktorý titulok patrí ku ktorému textu, do zátvorky pod titulok sa píše prvé a posledné slovo textu. Ďalšie strany rámčekového papiera majú už len rám.

²⁴ Z priestorových dôvodov sa všetky rukopisy obyčajne nedostanú do čísla, kam mali ísť. Časť zostáva v tlačiarni, je to tzv. presadzba, resp. nadbytok sadzby. Presadzba býva vítaným materiálom pri tvorbe ďalších čísel, keď redakcia, naopak, nedodá toľko textových a obrazových prejavov, koľko treba do čísla, na stranu. Keďže presadzba umožňuje pracovať pokojnejšie, treba s ňou v sekretariáte, a v redakcii vôbec, vážne narábať. A ešte niečo: novinárske prejavy starnú. Ak sa nemajú dostať do novin neaktuálne príspevky, treba robiť z presadzby obťahy, ktoré sa v redakcii alebo prečiariku (taká presadzba sa potom v tlačiarni rozmetá), alebo sa nanovo zakreslia do zrkadla.

²⁵ V praxi našej tlače sa mu hovorí „technický redaktor“. Zhodne so Zbigniewom Tempskim sa nazdávame, že označenie „technický sekretár“ (Tempski, Z.: Jak lepiej zorganizować prace w redakcji dziennika. V: Zeszyty Prasoznawcze, roč. 19, čís. 1 (75). Kraków, Ośrodek Badań Prasoznawczych 1978, s. 45) je presnejšie, lebo lepšie vystihuje náplň práce tohto člena redakcie, ktorý vytvára vonkajšiu formu novinárskeho celku, kým politický sekretár – formu vnútornú.

²⁶ Guéry, L.: Sekretariát redakcie. Od rukopisu po zrkadlo. C. d., s. 3.

²⁷ **Korektúra** (z lat. correctura – oprava) je **1. opravená chyba v tlačenom texte, alebo 2. otláčok sadzby k oprave tlačových chýb.** Predpísané rukopisy so zrkadlami strán smerujú v tlačiarni k méterovi (z fr. metteur od mettre klásť z lat. mittere), teda k sadzačovi, ktorý láme sadzbu do strán. Ten ich roztriedi podľa predpísanej sadzby a postúpi strojovým sadzačom, aby vysádzali text. Titulky sádza sám ručne. Text vysádzaný strojom spojil s titulkami a urobil obťah stĺpcovej, resp. špaltovej sadzby, na ktorej sú texty jeden za druhým, graficky neupravené. Obťahy stĺpcov (prvé obťahy vôbec) dostáva s rukopismi korektor, aby ich porovnal. Pri sádzaní mohli totiž vzniknúť chyby.

Opravy robí na okraji, resp. na margu obťahu, vedľa textu. V sadzbe zatrhne nesprávne písmeno alebo slovo a na okraji rovnakou značkou urobí opravu, uvedie správny výraz či písmeno. Značky, ktoré používa, sú tzv. korektorské znamienka štátnej normy STN 88 0220. Čistá, alebo „panenská“ sadzba sa najde zriedkakedy. Väčšinou sa obťah musí vrátiť sadzačovi na presádzanie tých riadkov, v ktorých korektor vyznačil chyby. Keď má méter skompletizovanú sadzbu na celú stranu, zalomí ju podľa zrkadla a urobí dvojmo ďalší, tzv. stranový obťah, ktorý už pripomína stranu periodika. Jeden obťah s rukopismi na nej vysádzanými sa vracia do korektorne v tlačiarni, kde ho korektor porovnáva s vyznačenými chybami na stĺpcovom obťahu, aby sa presvedčil, či sadzači v sadzbe odstránili nedostatky, vyznačené pri prvom čítaní. Zároveň kontroluje, či sa neurobili chyby pri zalamovaní, napr. či niekde nechýbajú riadky, či nie sú poprehádzované, či text nadväzuje pri prechode na ďalší stĺpec, resp. na ďalšiu stranu. Objavuje technické nedostatky sadzby (veľké medzery medzi slovami v riadkoch pod sebou, ktoré vytvárajú biely priestor, rovný, alebo kľukatý pruh, tzv. riekku, aj pri rozdeľovaní slov platí pre korigovanie okrem bežných gramatických pravidiel niekoľko zásad, treba dávať pozor na prípadné nezmysly, vo viac ako štyroch riadkoch nad sebou nemá byť rozdeľovacie znamienko a pod.)

Druhý obťah dostáva redakcia, najčastejšie sekretariát alebo redaktor, ktorý slúži v tlačiarni. Ak korektor odhaľuje tlačové chyby, potom redaktor v službe sa predovšetkým sústreďuje na grafické aspekty, na titulky, texty pod obrázky, pokračovania zo stĺpca na stĺpec, zo strany na stranu a pod. Redakcia nedostáva s obťahmi príslušné rukopisy, preto zodpovedný redaktor vníma text logicky. Aj keď sa môže zdať, že táto práca je zbytočná, opak je

pravdou, veď tu ide o poslednú kontrolu textov, do ktorých môžu v každej etape redakčnej i tlačiarenskej práce preniknúť chyby. Preto ani túto prácu neslobodno robiť mechanicky, nesústredene.

Redaktorove zásahy sa potom prenášajú na korektorove obľahy a opäť sa vracajú k méterovi. V niektorých redakciách sa robí ešte jeden obľah – náhľad, ktorý rovnako ako predchádzajúci kontroluje tlačiarenský korektor i zodpovedný redaktor. (Ďalšie obľahy, tzv. supernáhľady, sa vyhotovujú len vtedy, ak je na stranových obľahoch veľa korektúr.) Potom sadzba smeruje na kalander do stereotypie a na rotačku. V prvých výtlačkoch sa ešte skontrolujú titulky, texty pod obrázkami, celková grafická úprava a napokon sa noviny začnú tlačiť.

Odlíšne sa koriguje v ofsetovej tlači, čo vyplýva už z podstaty výroby, ktorá sa nezakladá na sadzbe z olova, ale na fototlači. Pri ofsete sú obľahy iné ako pri tradičnej tlači, ťažšie čitateľné a rovnako inak postupuje sadzba pri odstraňovaní chýb. Tu sa riadky nepresadzujú, ale prelepujú. Tento spôsob technickej realizácie novinárskeho celku si žiada ešte zodpovednejší prístup v čase prípravy rukopisov do tlačiarne. V obľahoch sa nemajú robiť nijaké vecné, štylistické či vôbec jazykové opravy a úpravy. Preto napríklad po prechode novín na ofset sa niektoré redakcie dohodli s tlačiarňami, že obľahy budú čítať iba tlačiarne. V redakcii kontrolujú iba najdôležitejšie novinárske prejavy, titulky, texty pod obrázky a pod.

²⁸ Harmonogram je časový rozpis prísunu rukopisov a zrkadiel do tlačiarne a jednotlivých etáp výroby novín alebo časopisu v tlačiarňi, ktorý určuje zmluva o dodávke periodických publikácií. Ak sa novinársky celok má dostať k recipientovi včas, musí harmonogram rešpektovať redakcia i tlačiareň – redakcia dodržaním uzávierok jednotlivých strán, ale aj novinárskeho celku ako takého, tlačiareň plynulou výrobou na všetkých stupňoch. Vypracúva sa s prihliadnutím na cestovný poriadok dopravy, ktorá zabezpečuje rozvoz hotového periodika. Za nedodržanie harmonogramu by mal vinník platiť partnerovi penále (redakcia tlačiarňi, resp. tlačiareň redakcii).

²⁹ Zmluva o dodávke periodických publikácií je záväzný dokument, ktorý stanovuje povinnosti redakcie i tlačiarne pri výrobe novinárskeho celku. Keďže tlačiareň pracuje podľa istého rytmu, redakcia na ňu napojená sa mu musí prispôbiť. Preto nielen tlačiareň, ale aj redakcia rešpektuje istý harmonogram. Z hľadiska tlačiarne najdôležitejší je rozpis prísunu rukopisov a zrkadiel z redakcie. Niekedy zmluva neurčuje presne poradie uzávierok strán, iba ich počet, aby redakcia mohla pružne reagovať na situáciu a kompletizovať svoje plochy podľa potreby. Takúto prax treba privítať, pretože umožňujú redakcii prispôbiť svoj rytmus (najmä v prípade spravodajstva) aktuálnemu spoločenskému dňaniu. Pravda, vtedy treba určiť, kto a kedy rozhodne v redakcii o záväznom poradí uzávierok „voľných strán“. Nie je od veci, ak záväzné poradie uzávierok strán stanoví denná výrobná porada. Na druhej strane zmluva uvádza, aké technické prostriedky a v akej časovej nadväznosti tlačiareň použije, aby v stanovený čas vyrobila príslušné množstvo výtlačkov toho istého novinárskeho celku. Čas sa pritom určuje s prihliadnutím jednak na možnosti tlačiarne a jednak na poriadok dopravy, ktorá zabezpečuje rozvoz novín či časopisu do jednotlivých oblastí, kde sa príslušný titul číta. Ak noviny vychádzajú v niekoľkých bežných vydaniach či mutáciách, zmluva sa musí o nich podrobne zmieňovať. Za redakciu môže tento dokument podpisovať a uzatvárať vydavateľstvo, ktoré v našich podmienkach zabezpečuje príslušný tvorivý kolektív finančne i hospodársky.

³⁰ Tempksi, Z.: Jak lepiej zorganizować prace w redakcji dziennika. C. d., s. 45.

³¹ Garlicki, Boleslaw : Selekcja informacji w dziennikarstwie. C. d., s. 54.

³² Guéry, L.: Sekretariát redakcie. Od rukopisu po zrkadlo. C. d., s. 5.

³³ Georgiev, D.: Režissura gazety. Moskva, Mysl' 1979, s. 191.

³⁴ Garlicki, B.: Organizacja pracy redakcji dziennika. Kraków, Uniwersytet Jagielloński 1975, s. 78.

³⁵ Tamže, s. 83.

³⁶ Garlicki, B.: Metodyka redagowania gazety. Kraków, Ośrodek Badań Prasoznawczych 1978, s. 10.

³⁷ Tempksi, Zbigniew: Dział redakcyjny. V: Prasa polska. Pismo Stowarzyszenia dziennikarzy polskich. Roč. 31, čis. 4. Warszawa, Wydawnictwo Wspólczesne – RSW „Prasa-Książka-Ruch“ 1977, s. 12.

³⁸ Hodgson, F. W.: Modern Newspaper Practice. C. d., s. 43.

³⁹ Tempksi, Zbigniew: Dział redakcyjny. C. d., s. 12.

⁴⁰ Rezort je sféra, ktorá patrí do redaktorovej kompetencie. Najčastejšie sa rezorty vytvárajú podľa jednotlivých oblastí ľudskej činnosti. Tak napríklad jeden redaktor oddelenia kultúry môže redigovať rezorty literatúry, divadla, filmu a televízie, osvetly atď. Rezorty však môžu vzniknúť aj na základe teritoriálneho členenia tematickej

oblasti, napríklad v oddelení zahraničných udalostí jeden redaktor sa môže starať o rezorty Európy a Ameriky, druhý – Ázie a Afriky a pod. Ale rezorty sa tvoria aj v duchu členenia inštitúcie, ktorú chce príslušný orgán pokrývať. Takéto rezorty boli pomerne časté v našej bývalej podnikovej tlači, kde rezorty sa rovnali závodom (v prípade podniku), resp. cechom (v prípade závodu). Hlbšie členenie na rezorty závisí od veľkosti oddelenia. Čím je početnejšie, tým podrobnejšie možno členiť niektorú tematickú oblasť na rezorty.

⁴¹ Špecializovanosť novinára totiž pozitívne vplyva na získavanie tzv. informátorov, čiže ľudí, ktorí sprostredkujú redakcii informácie. „Špecializovaný novinár pozná informátorov, vie, na koho sa obrátiť, ak potrebuje informáciu, kde ju najľahšie nájde. Aj informátori ochotnejšie sprístupňujú materiály novinárovi, ktorého poznajú a ktorému dôverujú.“ (Artymowska, E.: Źródła informacji gospodarszych prasy codziennej. Podľa Garlicki, B.: Organizacja pracy redakcji. Kraków, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa“ 1972, s. 26.) Na druhej strane treba zdôrazniť, že špecializovanosť má takisto svoje negatíva. Ako vraví B. Garlicki, „novinár, ktorý priveľmi „nasiačne“ špecializovanosťou, má výborné kontakty v príslušnom priemyselnom odvetví, začína po čase písať inakšie, veľa vecí vidí menej ostro, začína dokonca používať technický žargón. Jeho pohľad neraz iba reprodukuje pohľady jeho informátorov, skrátka, v mnohých veciach mu hrozí akýsi profesionálny, a nie novinársky prístup.“ (Garlicki, B.: Organizacja pracy redakcji. C. d., s. 26).

⁴² Kupis, Tadeusz: Zawód dziennikarstwa w Polsce ludowej. Warszawa, Książka i Wiedza 1966, s. 142.

⁴³ Tempksi, Zbigniew: Dział redakcyjny. C. d., s. 12.

⁴⁴ Tamže, s. 11.

⁴⁵ Garlicki, B.: Organizacja pracy redakcji. C. d., s. 36.

⁴⁶ Garlicki, B.: Metodyka redagowania gazety. C. d., s. 18.

⁴⁷ Novinár alebo žurnalista (z fr. journaliste, a to z lat. diurnale – denný) je duševno-tvorivý pracovník, ktorý sa venuje novinárstvu, je to teda nositeľ novinárskej činnosti. Na rozdiel od redaktora, novinár nemusí pracovať v redakcii. Musí však vedieť tvoriť novinárske prejavy. Ak práca redaktora má zásadne kolektívny ráz, činnosť novinára býva zvyčajne individuálna. Podľa toho, čo kultivuje, môže byť spravodajcom, publicistom, alebo aj tým aj oným, prípadne ešte užšie – komentátorom, reportérom, fejtónistom atď. V závislosti od rôznych vidov novinárstva rozoznávame novinára v periodickej tlači, rozhlasе, televízii a v spravodajskom filme. Posledným typom tohto pracovníka je novinár v spravodajskej agentúre. Novinár vznikol zároveň s novinárstvom, teda na začiatku 17. storočia.

⁴⁸ Drastich, Oldo: Redaktori odborných časopisov vydavateľstva Príroda. C. d., s. 45.

⁴⁹ „Označenie „pisárky“ už dnes nevystihuje celú šírku ich práce a postavenia v redakcii,“ písal ešte na konci sedemdesiatych rokov František Bartošek. „Spravidla pracujú takýmto spôsobom: píšu na diktát, preberajú články alebo informácie telefonicky, odpisujú zredigovaný agentúrny a iný materiál. Okrem mechanického odpisovania môžu upozorniť redaktora na niektoré chyby a nedostatky textu, preveríť si v pomôckach zložitú názvy a spôsob ich písania, doplníť v dokumentácii žiadané údaje atď. Pravda, takéto postavenie môže mať písárka, ktorá má primeranú kvalifikáciu a svoje vedomosti si sústavne dopĺňa.“ A uzatvára: „Značnú časť práce, vyžadovanej od redaktora, môžu urobiť dnešné pisárky, no budúce pomocné redaktorky (možno však zvoliť, pravdaže aj iný vhodný názov).“

Bartošek, František: Vedeckotechnická revolúcia a jej dôsledky na prácu a organizačnú štruktúru denníka. V: Teória a prax v žurnalistike. Zborník čísla 1. Bratislava, Novinársky študijný ústav 1979, s. 112.

⁵⁰ Khol, Josef: Řídící činnost. C. d., s. 39.

⁵¹ Potreba dobre vybaveného, výkonného a operatívne fungujúceho dokumentačného servisu pre redakciu je evidentná, ak máme záujem o kvalifikovanú a fundovanú argumentáciu... Primitívne „výstrižkové“ redakčné archívy sú už dávno prekonané a nemôžu uspokojiť dnešné požiadavky novinárov.“

Bartošek, František: Vedeckotechnická revolúcia a jej dôsledky na prácu a organizačnú štruktúru denníka. C. d., s. 31.

mať zodpovedajúce informácie, aby vedel, čo sa od neho v danej chvíli žiada, ako čo najlepšie splniť úlohu, na strane druhej vedenie musí poznať názory podriadených na prácu redakcie ako celku, jej jednotlivých útvarov atď., lebo ako vraví Zbigniew Tempki „aj v redakcii platí stará známa pravda, že ľudia nepočujú, ak zistia, že niet človeka, ochotného vypočuť si ich“.¹¹

Rozvetvený, premyslený, prepracovaný a dobre fungujúci kolobeh informácií pomáha zabezpečiť hladký chod redakčného mechanizmu. Ako uvádza V. G. Afanasiev, „jednou z najpodstatnejších črt riadiacich procesov je nepretržitý kolobeh informácií, a to tak medzi systémom a okolitým prostredím, ako aj medzi časťami, komponentmi systému“.¹²

Vnútroredakčné informácie majú skôr ústnu než písomnú podobu. Niekedy sa to považuje za nedostatok, už aj preto, že ústne informácie sú prchavejšie, menej autoritatívne a pod. To, samozrejme, neznamená, že sa nemajú používať. Aj v redakčnej praxi treba zväziť, ktoré informácie majú byť aké.

Najvýznamnejšou formou kolobehu vnútroredakčných informácií sú porady.

Poznámky

¹ Marx, Karol: Kapitál. Kritika politickej ekonómie. Prvý zväzok. Bratislava, Pravda 1979, s. 338.

² Novin, I. B.: Kibernetika. Filosofskije i sociologičeskije problemy. Moskva, Gospolitizdat 1963, s. 25.

³ Nosek, Vladislav a kol.: Malá encyklopedie vědeckého řízení. II. díl, N-Z. Praha, Naše vojsko 1976, s. 142.

⁴ Afanasiev, V. G.: Vedecké riadenie spoločnosti. Bratislava, Pravda 1975, s. 236.

⁵ Malá československá encyklopedie. Pom-S. V. Praha, Academia 1987, s. 479.

⁶ Nosek, Vladislav a kol.: Malá encyklopedie vědeckého řízení. II. díl, N-Z. C. d., s. 142.

⁷ Tamže, s. 143.

⁸ Mareš, Svatopluk.: Abeceda řízení. Přehled zásad řízení společenských procesu se zvláštním zřetelom k hospodářství. Praha, Svoboda 1979, s. 15.

⁹ Tamže, s. 16.

¹⁰ Afanasiev, V. G.: Vedecké riadenie spoločnosti. C. d., s. 288.

¹¹ Tempki, Zbigniew: Wewnatrz zespólu redakcyjnego. V: Zeszyty prasoznawcze, roč. 17, čís. 2 (68). Kraków, Ośrodek badań prasoznawczych 1976, s. 82.

¹² Afanasiev, V. G.: Vedecké riadenie spoločnosti. C. d., s. 35.

5. časť

PLÁNOVANIE AKO PREDPOKLAD REDIGOVANIA

METODIKY REDAKČNÉHO PLÁNOVANIA

Podľa praxológie „v plánovacej činnosti sa presadzujú všetky princípy riadenia“.¹ Zároveň sa v nej uplatňujú špecifické zásady, ktoré celkom logicky vychádzajú z uvádzaných všeobecných princípov.² V tejto disciplíne sa spomínajú tieto zásady:

1. progresívnosť,
2. reálnosť,
3. vedeckosť a
4. stabilita.

Na oblasť tvorby redakčných plánov ich treba samozrejme aplikovať s istými zmenami a úpravami. A tak podľa nás základným princípom každého redakčného plánu je jeho **fundovanosť, resp. podloženosť**. Už z plánu vidno, nakoľko redakcia rozumie dobe, ktorú má odrážať. Fundovanosť plánu má zabezpečovať predovšetkým prepracovaný systém toku informácií do redakcie. **Reálnosť** je doslova imperatívom v plánovacej činnosti každej redakcie. Už z charakteru dvoch súčastí žurnalistiky, teda spravodajstva a publicistiky, vyplýva, že každá z uvádzaných zložiek novinárskeho celku sa plánuje odlišne. Spravodajstvo možno plánovať takpovediac voľne. Celý objem spravodajskej zložky novinárskeho celku nemožno predvídať už aj preto, že niektoré udalosti, a nie je ich málo, sa dejú nezávisle od redakcie. **Kvalifikovanosť, resp. odborná spôsobilosť** plánu vyžaduje, aby sa sústavne zvyšovala a prehľbovala úroveň tvorby redakčných plánov. V tejto súvislosti niektorí praxológovia v minulosti hovorili o „vedeckosti“³ Ponecháme stranou, či to bolo oprávnené, v súvislosti so žurnalistikou určite nie, lebo spomínaný termín bol priveľmi spätý s „vedou“, ktorá sa aj vtedy kladla do kontrastu so „žurnalistikou“, aby lepšie vynikli špecifiká oboch činností. Typicky redakčnou zásadou plánovania naproti tomu vždy bol **princíp kontinuity a nepretržitosti**, ktorý je daný jedným z hlavných atribútov žurnalistiky – jej periodickosťou.

Redakčné plány majú predovšetkým zabezpečiť:

1. cieľavedomé pôsobenie novín na verejnú mienku a na spoločenské vedomie (ak má mať pôsobenie novín trvalejší charakter, redakcia musí pracovať premyslene, plánovito,
2. plynulý chod všetkých útvarov redakcie (plánovitosť v redakčnej práci je potrebná už aj preto, že technologický proces tvorby novinárskeho celku má presne určené etapy, ktorým sa redakcia musí prispôbiť).

Už neraz sme zdôrazňovali, že novinársky celok je súborom novinárskych i nenovinárskych výpovedí, ktoré sa na verejnosť dostávajú len ako súčasť novinárskych celkov, ale aj to, že novinárske celky nie sú súhrnom náhodne pozbieraných novinárskych i nenovinárskych prejavov, lebo v skladbe jednotlivého celku i viacerých celkov za isté obdobie sa odráža politika redakčného kolektívu, jeho zámery a ciele pôsobiť na verejnosť v istých intenciách. Ak tieto úmysly majú byť naozaj systematické, musia vychádzať z plánu. Redakčný plán je programom činnosti redakcie, adresne a konkrétne vyratúva úlohy, ktoré pred ňou v istom čase stoja, uvádza texty, ktoré za toto obdobie treba publikovať, obsahuje údaje o tematike a termíny, keby ich kto predložil nadriadeným.

Plán, či už jednotlivého čísla, alebo niekoľkých výtlačkov za sebou, nie je iba prostým rozpisom výpovedí, ktoré v istom období redakcia mieni publikovať, ale je to **cieľavedomý program periodika, vychádzajúci z úloh, ktoré si v konkrétnom období postavilo.**

Ak redakcia má vydavateľa, do redakčného plánu sa premietajú (pravda zväčša sprostredkovane) jeho zámery. To preto, lebo v takomto prípade redakcia je (ako sme to už napokon konštatovali) súčasťou nadredakčného systému, v ktorom vydavateľ, teda subjekt riadenia, určuje redakcii isté úlohy nielen pri

zakladaním periodika, ale aj počas jeho vychádzania. Tieto úlohy v najširšom a najvšeobecnejšom zmysle slova stanovuje dlhodobý model periodika, ktorý určuje miesto tlačového orgánu v systéme masovokomunikačných prostriedkov. Z neho sa vlastne odvíjajú všetky redakčné plány, dlhodobé i krátkodobé.

Každý redakčný plán musí mať novinársky charakter. Noviny totiž úlohy, ktoré pred ne postavil napr. vydavateľ, môžu plniť len vtedy, ak to robia špecifickými, sebe vlastnými prostriedkami. Najmä vo vyspelejšej spoločnosti, kde sa uskutočnila hlboká del'ba práce, by noviny nemali nahrádzať iné inštitúcie, ale ani by sa nemali dať nahrádzať.

Už plán prezrádza, či redakcia drží krok s duchom času, alebo nie. Spoločenská problematika je dnes natoľko mnohostranná a mnohotvárná, že ani najhrubšie noviny nemôžu uverejniť všetko, čo by si zasluhovalo ich priestor. Preto v redakčnej práci hrá zvýšenú úlohu selekcia.⁴ Ak ale výber má mať nejaký zmysel, musí byť cieľavedomý, podložený istým hodnotovým kľúčom. Ako napokon každé plánovanie, aj redakčné teda musí byť cieľavedomé. Redakcia musí rozumieť dobe, musí poznať jej uzlové problémy. Ak noviny sú naozaj – ako sa často vraví – históriou súčasnosti, potom dejiny, ktoré píšú, majú význam iba vtedy, ak odrážajú hlavné tendencie doby. Spoločensky zodpovedná redakcia by nemala dovoliť, aby na strany jej periodika prenikali okrajové problémy. Takéto rukopisy najčastejšie prinášajú spolupracovníci, ktorých redakcia neusmerňuje. Hádám väčšmi než kdekoľvek inde treba vedieť v redakčnej práci predvídať. To však možno iba za predpokladu, že redakcia rozumie procesom, ktoré v spoločnosti prebiehajú. Len ak redakcia vie, čo je pre danú etapu vývoja charakteristické, dokáže odhadnúť ďalší vývoj.

Už z charakteru novinárskej práce vyplýva, že plánovanie, pod ktorým rozumieme tvorbu redakčných plánov, nie je jednorázový akt, ale kontinuálna činnosť. Napokon vyjdenie jedného čísla je východiskom pre komponovanie ďalšieho. Ale ani plánovanie jediného novinárskeho celku nie je jednorázovou záležitosťou, a nielen preto, že mnohotvárne spoločenské dianie, ktoré periodická tlač odráža, do neho jednoducho zasahuje, ale aj preto, že poznávanie je nepretržitým procesom.

Preto aj keď denná výrobná porada stanovuje plán čísla, nerobí tak definitívne. V čase redakčnej, menej už tlačiarenskej tvorby čísla sa totiž môžu odohrať udalosti, ktoré do plánu zasiahnu. Ešte zrejmejšie je to pri plánoch dlhodobějších, než je denný plán či plán čísla. Do týždenného plánu, či už celoredakčného, alebo plánu oddelenia, zasahujú udalosti oveľa výraznejšie. To však neznamená, že redakcie majú byť vo veku udalostí. Naopak, práve preto, že každé číslo treba vidieť vo vzdialenejšej i bližšej perspektívy, týždenné plány sa v redakciách postupne, po etapách spresňujú. Svojím spôsobom teda možno hovoriť o permanentnom plánovaní. Napríklad každé číslo týždenníka sa profiluje v troch až štyroch „približeniach“. Jeho kontúry sa stanovujú asi mesiac pred vyjdením. (Ak ide o týždenník, týždenné intervaly sú vlastne zákonité, lebo tvorba takéhoto periodika sa odohráva v týždennom rytme). Po každom týždni je predstava o čísle názornejšia, až napokon – s výnimkou maličkostí – je celkom jasná. Na začiatku tohto procesu, ktorý sa aplikuje v mesačných plánoch (štyri čísla), je posledné číslo len načrtnuté. Postupne sa však spresňuje. Takýto spôsob umožňuje redakcii pracovať cieľavedome a pokojne, lebo nemusí žiť od čísla k číslu. Podobnú prax, avšak prispôbenú dennému rytmu, uplatňujú anglické denníky. V tých totiž bývajú denne dve výrobné porady o čísle. Prvá, ktorá býva zhruba napoludnie, načrtáva predbežnú maketu, druhá, večerná, ju spresňuje. Až večerná porada, ktorá trvá zhruba štyridsaťpäť minút, určí pomerne ostré kontúry pripravovaného (budúceho) novinárskeho celku.⁵ Systém dvoch denných výrobných porad postupne preberajú aj naše redakcie.

Ak vravíme, že plánovanie má byť cieľavedomé, vôbec nechceme povedať, že plán nemá poskytovať priestor na udalosti, ktoré prináša takpovediac deň. Naopak, spoločenský život, ktorý noviny odrážajú a tým nepriamo usmerňujú, je značne komplikovaný. Niektoré javy, udalosti sa vôbec nedajú predvídať (napr. vražda politika). A jednak, ak sa udejú, patria, samozrejme, do novín. Redakčný plán sa totiž nesmie stať dogmou, ktorú nemožno prispôbiť dynamike spoločenského života. Nie nadarmo sa vraví, že najhorší je taký redakčný plán, ktorý sa snaží obsiahnuť všetko.

Na tomto mieste si celkom oprávnené možno položiť otázku, aké percento plnenia plánu je optimálne. Podľa Zbigniewa Tempského tematický plán (mimochoodom, rozumie pod ním „plán tém, ktorými sa v určitom čase zaoberá redakcia“)⁶ treba plniť na 70 až 80 %. Stopercentné plnenie plánu je podľa autora svedectvom toho, že redakcia nevie pružne reagovať na spoločenskú realitu. Naopak, ak sa plán plní na

menej percent, je to podľa neho dôkaz, že redakcia nevenuje tvorbe plánu primeranú pozornosť⁷. Naproti tomu podľa ďalšieho poľského autora Bohuslava Garlického redakčné plány (mesačné, prípadne kvartálne) treba plniť len na 60 %.⁸ Ťažko určiť, kto z nich má pravdu. Nazdávame sa, že aj miera plnenia redakčného plánu sa z prípadu na prípad líši – v závislosti od miery neočakávaných a nepredvídateľných spoločenských udalostí. V zásade však treba plniť hlavné direktívny plánu, najmä tie, ktoré sú vkladom redakcie do problematiky formovania verejnej mienky a spoločenského vedomia (oblasť nosnej, resp. ťažiskovej publicistiky). Vcelku teda je plán orientačnou smernicou redakcie – v hlavných črtách záväzný, do ktorého korektúry prináša život.

Už z tohto konštatovania vyplýva poznatok, že inak treba posudzovať otázku plnenia plánu v spravodajstve a inak v publicistike. Napokon je to pochopiteľné, veď plánovanie každej z týchto novinárskych zložiek novinárskeho celku má svoje zvláštnosti. Časť spravodajstva – to, ktoré zachytáva neočakávané a nepredvídateľné udalosti, sa vôbec nedá naplánovať. Ak sa však podobná udalosť odohrá a je spoločensky významná, má miesto v periodiku. Lenže tam sa môže dostať iba: na plochu, rezervovanú takýmto udalostiam (v novinárskom žargóne sa takejto strane vraví „otvorená“), alebo na úkor iných, povedzme naplánovaných výpovedí. Teda už charakter novinárstva, ktoré odráža aktuálnu spoločenskú realitu, predurčuje skutočnosť, že redakčné plány sotva možno plniť bezo zvyšku. Uvažujme však ďalej. Už z uvedeného vyplýva, že ďalšie spravodajstvo o udalostiach, ktoré majú vopred stanovený harmonogram, sa naplánovať dá. (Mimochoodom, aj tu život môže priniesť korektúru. Naplánovaná udalosť sa predsa nemusí uskutočniť. A opäť sa to deje na úkor plnenia plánu!) Trochu inak „sa veci majú“ v publicistike, pravda, opäť predovšetkým v tej, ktorá nie je bezprostredne spätá s dňom. Vzťahuje sa to najmä na tie publicistické prejavy, ktorými redakcia dosahuje dlhodobejšie (povedali by sme výchovné) zámery. Teda ani v prípade publicistiky nemožno tvrdiť, že ju treba plniť na sto percent. Veď napokon periodická tlač prináša publicistické výpovede, ktoré sa bezprostredne viažu na už spomínané neočakávané a nenaplanovateľné spravodajstvo. Vcelku teda možno konštatovať, že problematika plnenia plánu je rozdielna v rozličných súčiastiach novinárskeho celku – iná je v spravodajstve, iná v publicistike, aj keď ani to nie je celkom presné, lebo časť publicistiky spätá so spravodajstvom, ktoré odráža nepredvídateľné udalosti, má – aspoň v posudzovanej otázke – bližšie k nenaplanovateľnému spravodajstvu než k naplanovateľnej publicistike. Navyše ani otázku plnenia plánu nemožno posudzovať všeobecne, ale len konkrétne. Lebo krátkodobé plány sa zrejme plnia skôr a ľahšie než dlhodobé, čo napokon vyplýva už z ich charakteru. Isté obavy z nedostatočného plnenia redakčných smerníc môžu zrejme vyplývať z obavy, či konštatovanie, že redakčné plány sa nedajú plniť úplne, nepovedie k „vlažnému“ vzťahu redakcií k plánom. Na záver teda treba konštatovať, že možno prijať len také zásahy do plánu, do jeho plnenia, ktoré si vynucuje život.

NÁLEŽITOSTI DOBRÉHO REDAKČNÉHO PLÁNU

Predovšetkým treba poznamenať, že tak, ako jestvujú rozličné druhy plánov, jestvujú aj rozdielne metodiky ich tvorby. Sústreďme sa teda na tzv. operačné plány. Aj tu však treba uviesť, že len ťažko možno vymenovať všetky črty dobrého operačného plánu, preto vymenujeme najmä základné.

Každý plán by mal rešpektovať typ periodika. Inú náplň predpokladá plán univerzálnych novín, inú plán spoločensko-zábavného, obrázkového časopisu (pre ktorý napr. je vlastne téma, ktorá sa nedá nafotografovať, bezvýznamná). Ďalej: každé periodikum vychádza na určitom teritóriu. V Slovenskej republike jestvuje ústredná (celoslovenská), nadregionálna, regionálna a lokálna tlač. Celoslovenské noviny by si už v pláne mali všimnúť všetko, čo je z hľadiska Slovenska ako celku dôležité – tak v domácej, ako aj v zahraničnej politike. A podobne, ak ide o regionálnu či lokálnu tlač, mala by sa zaujímať o všetko, čo zaväzuje z hľadiska danej oblasti. Aby ani jeden región či subregión z plánu nevypadol, a navyše, aby sa regióny (subregióny) v pláne približne rovnomerne striedali (samozrejme, s prihliadnutím na ich význam v oblasti, ktorú periodikum pokrýva), niektoré redakcie si robia harmonogramy novinárskych prejavov príslušných regiónov či subregiónov, ktoré obsahujú: názov regiónu (subregiónu), počet novi-

nárskych výpovedí v týždni a ich rozsah (najčastejšie vyjadrený v riadkoch). **Teritoriálna pestrosť** by mala kráčať ruka v ruke s tematickou pestrosťou, aspoň v novinách, pre ktoré je typická univerzálnosť. V ich plánoch by sa malo odrážať celé spoločenské dianie. Trochu inak treba pristupovať k plánom časopisov, pre ktoré je charakteristická istá miera špecializovanosti. Ibaže aj problematika jednej tematickej oblasti je dnes taká široká, že túto zásadu – hoci v prispôbenej podobe – možno a treba uplatňovať aj tu. Ale poďme ďalej: novinárske prejavy, ako je známe, členíme na dve veľké skupiny: na novinárske spravodajstvo a novinársku publicistiku. V oboch skupinách poznáme viacero žánrov. A hoci moderné denníky typovo inklinujú alebo k periodikám, ktoré stavajú väčšinou na spravodajstve (u nás napr. večerníky), alebo k periodikám, ktoré kultivujú predovšetkým publicistiku, v novinách by sa mali objavovať obe zložky novinárskeho celku. Napokon v pláne treba pamätať aj na žánrovú pestrosť.

Nevyhnutnou náležitosťou každého dobrého plánu je konkrétnosť. Nekonkrétny plán nikoho k ničomu nezaväzuje, a teda zostáva na papieri.

Napokon treba konštatovať, že už plán musí rátať s nepredvídateľnými udalosťami, aspoň tak, že pre ne necháva v novinárskom celku priestor. Už aj preto je každý plán len akýmsi lešením, ktorého stavbu dobudováva život.

Plánovanie by malo byť vecou všetkých redaktorov a aj niektorých neredaktorov, lebo tvorba direktív je súčasťou tvorivého redakčného procesu. Redaktor, ktorý sa nepodieľa na tvorbe plánu, vlastne neprofiluje príslušnú tematickú oblasť, resp. zverené rezorty. To, samozrejme, neznamená, že vedenie redakcie nemôže stanovovať oddeleniam (či už v písomnej, častejšie však zrejme v ústnej smernici) prioritné oblasti, na ktoré by sa mal útvár zamerať. Ako ukazuje prax našej tlače, zásada kolektívnej tvorby plánov sa ešte celkom neujala. Dôvody zrejme budú rôzne: niekde vedenie redakcie považuje plán za „svoju“ direktívu a redaktorov za výkonných pracovníkov, ktorí ju majú plniť, a niekde samotní redaktori vidia v plánovaní len akúsi byrokratickú povinnosť, zlo, ktorému sa treba vyhýbať. Na plánovaní sa teda má zúčastňovať z jednej strany šéfredaktor (resp. vedenie redakcie), ktorý určí hlavné smernice plánu, z druhej strany oddelenia, ktoré ich rozpracúvajú na príslušné odvetvia.¹⁰ Len za predpokladu, že plán je vecou kolektívnej činnosti všetkých tvorivých pracovníkov redakcie, možno očakávať, že sa s ním aj všetci stotožnia. A to je prvý predpoklad splnenia plánu. Za plánovanie však predsa len zodpovedá predovšetkým sekretariát.

S pomocou šéfredaktora hlavný sekretár, resp. sekretár, rozpracúva systém plánovania v redakcii, kontroluje postup prác na plánoch v oddeleniach a dozerá, aby plánovanie prebiehalo podľa určeného harmonogramu. Podklady do celoredakčného plánu vznikajú v oddeleniach. Za oddelenie ich hlavnému sekretárovi odovzdáva vedúci, ktorý zodpovedá za postup prác na plánoch vo svojom útvere. Námety oddelení do týždenného plánu možno vpisovať do formulárov, ktoré môžu mať takúto podobu:

Námet

oddelenie:

na týždeň oddo

rubrika:

titulok:

autor:

žáner:

región:

rozsah (v riadkoch):

vedúci oddelenia

Hlavný sekretár má právo i povinnosť vrátiť oddeleniu podklady, ktoré podľa neho nezodpovedajú potrebám redakcie. Námety zo všetkých oddelení, prípadne od jednotlivcov, doplnia a zjednocujú do jediného vyváženého plánu, ktorý predkladá redakčnej rade (prípadne vedeniu redakcie) na prerokovanie a schválenie.

A práve preto, že hlavný sekretár spracúva podklady z oddelení, celoredakčný plán nikdy nie je ich prostým súborom, ale má novú kvalitu.

Plán na kratší časový úsek vychádza z plánu na najbližšie dlhšie obdobie, pričom sa dopĺňa o témy, ktoré medzičasom priniesol život.

Ak na jednej strane hlavný sekretár zodpovedá za hladký postup prác nad plánmi, na strane druhej skladá účty z kontroly plnenia plánov.

Plánovanie v slovenskej tlači ešte stále nie je na potrebnej úrovni. Doposiaľ sa nám akosi nedarí prekonať štádium, keď sa na tvorbu plánov pozerá ako na nutné zlo, typické pre redakcie v totalite, keď sa „preplánovávalo“, aby sa uspokojil niekto „hore“, lebo údajne život aj tak každý plán vyvráti. Akoby sme si neuvedomovali, že miera reálnosti tematických plánov v redakcii závisí predovšetkým od ich dobrej prípravy, od schopnosti a umenia plánujúcich predvídať.

DRUHY REDAKČNÝCH PLÁNOV

Teória riadenia definuje plán ako „dokument obsahujúci súbor záväzných rozhodnutí vo forme súboru informácií, vyjadreného sústavou ukazovateľov týkajúcich sa budúceho vývoja, prijíma sa príslušnou autoritou ako direktívny, záväzný súbor cieľov a úloh so zodpovedajúcim stupňom zabezpečených pracovných, hmotných a finančných prostriedkov a zdrojov“.¹¹ Pod redakčným plánom rozumieme **záväzné stanovenie úloh a prostriedkov, ktoré majú zabezpečiť cieľavedomé informatívne pôsobenie periodika na verejnú mienku a na plynulý chod redakcie, všetkých jej útvarov.** Alebo ako vraví ruský autor, plán je „časovo presne vymedzený program prípravy vzájomne spätých, spoločnými cieľmi zjednotených novinárskych materiálov (televíznych programov, rozhlasových vysielaní) a zároveň aj organizačných opatrení, ktoré zabezpečujú ich publikovanie. Redakčný plán určuje termíny, postupnosť textov i zodpovednosť vykonávateľov.“¹² (Táto definícia je, mimochodom, cenná predovšetkým tým, že nepriamo poukazuje na systémový charakter novinárskeho celku, lebo zdôrazňuje vzájomné väzby jeho jednotlivosti či elementov, teda novinárskych prejavov.)

Ani plán nie je, samozrejme, samoúčelný, ale je prostriedkom, ktorý zabezpečuje tvorbu dobrého novinárskeho celku. Preto medzi redakčnou direktívou a výtlačkom nie je znamienko rovnosti, lebo ak na jednej strane dobrý plán ešte automaticky nezabezpečuje dobrý novinársky celok, tak na strane druhej aj na základe slabšieho plánu môže vzniknúť dobrý súbor novinárskych a nenovinárskych prejavov. Toto konštatovanie však nechce znížiť význam plánovania, lebo, samozrejme, na základe dobrého plánu skôr vznikne dobrý novinársky celok než na základe plánu slabšieho. Napokon tam, kde plánovaniu nevenujú primeranú pozornosť, ani metodiky tvorby novinárskeho celku nie sú na primeranej úrovni.

Paleta redakčných plánov bola u nás v minulosti priveľmi pestrá. V závislosti od ich charakteru, redakčné direktívy delíme do dvoch skupín: na bežné a zvláštne. Medzi bežné sa u nás rátajú direktívy:

1. perspektívne, resp. koncepcné (na dva až päť rokov),
2. dlhodobé, resp. ideovo-tematické (najmä ročné a polročné),
3. krátkodobé, resp. operačné (predovšetkým štvrt'ročné, mesačné, týždenné a denné; štvrt'ročný plán pritom niekedy môže mať dlhodobý ráz, takže pri zaradení príslušného plánu do niektorej skupiny treba vychádzať nielen z periodicity, ale aj z konkrétnej situácie),
4. zvláštne plány (napr. plán niektorého žánru, tematického čísla, strany, rubriky, slávnostného čísla, redakčnej kampane, práce s čitateľom a pod.), v ktorých časový aspekt čiastočne ustupuje do úzadia.

Už pri zbežnom pohľade na prvé tri skupiny plánov je zjavné, že perspektívne a dlhodobé plány sa líšia od krátkodobých. Tie druhé sú totiž jednoznačne pracovné direktívy, lebo podľa nich sa komponuje niekoľko čísel za určité obdobie, ale aj každé jednotlivé číslo. Na druhej strane perspektívne a dlhodobé plány stanovujú hlavné zacielenie, resp. zameranie činnosti redakcie. Niektorí autori preto delia redakčné

plány na tematické a organizačné. Zjednodušene povedané, **prvé uvádzajú, čo periodikum uverejní, druhé stanovujú, ako sa pôsobenie redakcie zabezpečí organizačne.**

Perspektívny, resp. koncepčný plán obsahuje základné smerovanie periodika v príslušnom období. Je však predovšetkým direktívou vo sfére predpokladaného vývoja periodika ako takého. Preto obsahuje údaje o dlhodobom modeli novin či časopisu (o ich rozsahu, formáte a z toho vyplývajúcej štruktúre a kompozícii), o materiálo-technickej základni (o polygrafickom závode, v ktorom sa periodikum bude tlačiť), o štruktúre redakcie (najmä v súvislosti s jej systematizáciou), o čitateľskej verejnosti (o skladbe recipientov), prípadne o predpokladanom vývoji nákladu.

Dlhodobý, resp. ideovo-tematický plán aplikuje predchádzajúcu direktívu na kratší časový úsek, pričom ešte aj on má charakter základných téz zacielenia periodika, najmä vo sfére publicistiky. Ako uvádza známa učebnica, mal by to byť „komplexný plán všetkých činností redakcie, zahrňujúci ako náplň periodika a jednotlivých oddelení, tak aj technickú, hospodársku, finančnú a prípadne investičnú činnosť redakcie“.¹³ Skladá sa zhruba z dvoch častí. Prvá sa zaoberá periodikom, druhá redakciou. V porovnaní s perspektívnym je tento plán konkrétnejší, to znamená, že uvádza okruh problémov, ktorými sa redakcia mieni zaoberať, a nie konkrétne vymedzené texty. Problematika sa pritom rozpisuje na jednotlivé oddelenia. Súčasne však naznačuje spôsob, ako redakcia mieni k istej problematike pristupovať. Zväčša však iba vtedy, ak sa ňou chce zaoberať dlhšie. Ideovo-tematický plán ďalej uvádza nosné rubriky, ktoré bude redakcia v príslušnom období profilovať. Časť, ktorá sa týka redakcie ako tvorivého kolektívu, obsahuje základné údaje o vnútroredakčnom živote, o práci s verejnosťou, prípadne o zahraničných cestách redaktorov.

Až krátkodobý, operačný plán stanovuje kontúry budúcich čísiel, resp. budúceho čísla. **Základným typom tejto direktívy je mesačný plán**, ktorý sa skladá z niekoľkých častí. V jeho úvode redakcia rozváža, čomu bude venovať zvýšenú pozornosť. Nasledujú plány jednotlivých oddelení a opäť – v úvodoch k jednotlivým oddeleniam – vymenúva, čomu príslušné ohnisko mieni venovať prvoradá pozornosť. Potom sa uvádzajú základné témy, pričom sa môže spomenúť, v akej rubrike sa objaví. Mesačný plán slúži ako východisko k **týždennému plánu**, rozpisávanému na jednotlivé dni. Uvádza pracovné tituly nosných prejavov, meno redaktora, ktorý príspevok zabezpečí (prípadne aj fotografa), druh žánru a termín dodania. Dá sa povedať, že týždenný plán odpovedá na otázku: Čo?, Kto?, Ako? a Kedy? Termíny dodávok rukopisov do sekretariátu vychádzajú z harmonogramu odovzdávania originálov do tlačiarne, pričom rátajú s časovou rezervou, nevyhnutnou na prácu nad novinárskym prejavom v koordinačnom útvaru redakcie.

V niektorých redakciách súčasťou týždenného plánu sú aj organizačné otázky. Takáto direktíva teda nestanovuje iba predbežnú „maketu“ výtlačku, ale aj to, ako sa jeho tvorba organizačne zabezpečí. Tak napr. týždenný plán môže určovať služby, služobné cesty, dovolenky a pod.

Najkonkrétnejšou direktívou je plán čísla, v prípade denníka – denný plán. Vypracúva sa na denných výrobných poradách, vychádza z týždenného plánu, ale je obohatený o aktuálny, ktoré sú v týždennom pláne nepredvídateľné či nepredvídané.

Na základe plánu čísla sekretariát vytvára maketu periodika. V niekdajších redakciách väčšina oddelení mala pevne pridelenú niektorú stranu, ktorú deň za dňom zaplňala. V súčasnosti sa tento systém prakticky nerealizuje. Novinárske texty sa totiž pretláčajú aj inam než na strany, ktoré patria príslušnému oddeleniu, pričom sa tak deje na základe spoločenskej dôležitosti výpovedi. **Na rozdiel od týždenného plánu, plán čísla už presne uvádza, kde sa daný novinársky text v čísle objaví.** Zvyčajne už obsahuje titulok novinárskeho prejavu, najmä v prípade napísaných rukopisov. Ako uvádza Bohuslav Garlický, „plán čísla treba na to, aby sa určila hierarchia dôležitosti uverejnených novinárskych prejavov, prípadne taká koordinácia textov, aby sa niektorá tematika v čísle neopakovala“.¹⁴

Medzi zvláštne druhy plánu patrí **plán niektorého žánru**, zásadne toho, ktorý chce redakcia kultivovať, na ktorom do istej miery stavia. Napríklad mesačný plán úvodníkov, rozpisávaný na jednotlivé dni, stanovuje, kto tento útvar napíše, kedy ho dodá na posúdenie a pod.

Plán slávnostného čísla sa vypracúva k významným výročiam našich novodobých dejín, poprípade k jubileu novin. Zvyčajne sa pripravuje s predstihom, aby si na číslo mohla redakcia takpovediac „popracovať“. V slávnostných číslach dostávajú slovo významní politici, vedci, umelci, novinári... Niekedy robí slávnostné číslo celý redakčný kolektív, inokedy sa zasa na tento účel v redakcii vytvorí zvláštna skupina, akási redakcia v redakcii, ktorej prácu kontroluje poverený redakčný funkcionár.

Plán tematického čísla (strany, prípadne rubriky) sa môže vypracúvať samostatne, ale môže byť aj súčasťou bežnej direktívy. Zameriava sa na jediný problém, ktorý sa snaží ozrejmiť zo všetkých uhlov. Pomerne bežný je v časopiseckej tlači. Často ho zostavuje oddelenie, ktoré má danú oblasť v pracovnej náplni.

Za akúsi kombináciu bežného plánu s plánom kampane možno považovať redakčnú direktívu k istým udalostiam (či už domácim, alebo zahraničným). Jednak sa totiž vypracúva na presne stanovený čas a jednak sleduje konkrétny cieľ. Oblúbený je najmä v špecializovanej novinovej tlači. Tak napr. športové noviny vypracúvajú plán k významnej domácej a zahraničnej súťažnej prehliadke (k majstrovstvám sveta, Európy...), poľnohospodárske k dôležitým udalostiam v odvetví (sezónne práce a pod.). V minulosti bol v našej tlači pomerne častý plán redakčnej kampane. Žiaľ, pomenovanie tohto druhu plánu vyznieva dnes takmer pejoratívne. Redakčná prax totality totiž túto direktívu zdiskreditovala, lebo ju interpretovala ako niečo nárazové, neraz určené na pochybné účely. Po pláne redakčnej kampane siaha redakcia najmä vtedy, keď potrebuje osvetliť nejaký celospoločenský problém. Musí si v ňom stanoviť, čo chce akciou dosiahnuť, a potom uviesť spôsoby, ako sa mieni k cieľu dopracovať, preto neraz v ňom bývajú aj niektoré formy práce s čitateľmi (ako napr. čitateľské konferencie, organizované diskusie, ankety a pod.). Ako vraví Zbigniew Tempski, „plány redakčných kampaní sú takisto tematické plány (ako napr. plán čísla, týždenný plán), lenže nie sú rozložené na istý časový úsek, ale berú do úvahy cieľ, ktorý redakcia kampaňou sleduje“.¹⁵

Plán zostavujú redaktori, ktorí kampaň budú viesť. Podľa už citovaného poľského autora, „hlavnú úlohu v pláne kampane má mať oddelenie styku s čitateľmi, ktoré počas kampane môže iné oddelenia koordinovať“.¹⁶

Ak má kampaň viesť celá redakcia, zostavuje ho celý redakčný kolektív.

Aj plán kampane treba vidieť v dlhobehšej perspektíve. Preto je správne, ak napr. ročný plán obsahuje kampane, ktoré v tom čase redakcia mieni viesť. Tak sa totiž možno vyhnúť kopeniu, prípadne prekryvaniu kampaní.

Aj ten najlepší plán môže zostať na papieri, ak sa jeho plnenie pravidelne nekontroluje. (Pod kontrolou rozumieme porovnávanie dosiahnutých výsledkov s predpokladanými, s cieľom odhaliť rezervy v pracovnom procese.) Práve preto je povinnosťou redakčných funkcionárov, od vedúcich oddelení až po šéfredaktora, kontrolu nezanedbávať. Každá redakčná direktíva sa má kontrolovať priebežne, pričom závery z jej plnenia či neplnenia sa robia po uplynutí lehoty, na ktorú sa plán urobil. Ak sa plán nedodrží, zisťujú sa dôvody, prečo sa tak stalo. Ak sú neuskutočnené námety stále aktuálne, môžu prejsť do plánu na ďalšie obdobie. Treba však dozrieť na to, aby sústavne neprechádzali z plánu do plánu. Hlavný dozor nad kontrolou plnenia plánu má hlavný sekretár, ktorý o svojich poznatkoch pravidelne informuje redakčnú radu.

Napokon sa treba pristiaviť pri otázke vzťahu plánovania a kontroly. To, že dlhšie plniť plán sa bez účinnej kontroly fakticky nedá, je hádam zrejmé. Kontrolovať plnenie plánov je však dôležité aj z hľadiska metodik ich tvorby. Možno teda povedať, že plánovanie a kontrola plnenia plánov sú spojené nádoby. Úspešne kontrolovať plnenie plánov možno iba za predpokladu, že:

1. v operačných (alebo pracovných) plánoch sa presne stanoví, kto aký novinársky prejav napíše, resp. zabezpečí, a kedy ho odovzdá nadriadenej inštancii, v takom prípade už plán bude obsahovať predpoklady na jeho kontrolu,

2. kontrola plnenia plánu (rovnako ako plánovanie) bude nepretržitý proces, v ktorom sa presne stanoví miesto a úlohy kontrolných orgánov, resp. jednotlivcov (od šéfredaktora cez zástupcov, resp. sekretárov až po vedúcich oddelení, v prípade kogentnej redakčnej rady vrátane tohto orgánu).

Nepretržitosť kontroly sa dosahuje najmä tým, že na všetkých stupňoch tvorby redakčných direktív sa plán na kratší interval posudzuje zo zorného uhla plnenia plánu na najbližší dlhší časový úsek.

Po roku 1989 plánovanie sa u nás výrazne zracionalizovalo. Kým pred ním sa neraz redakčné direktívy robili pre vydavateľa (a v konečnom dôsledku pre byrokratické orgány komunistickej strany) a redakčný proces často bežal „napriek“ či priamo „proti“ plánu, v súčasnosti sa presadzuje tendencia, aby plánovanie slúžilo jednoznačne výrobnému procesu v tvorivom novinárskom kolektíve. A tak z typológie plánov odpadli direktívy, ktoré zdôrazňovali ideologické ciele periodika, samozrejme, načrtávané v duchu vtedajšej oficiálnej a oficióznej politiky. Niektoré redakcie plánovanie vlastne zrušili. Na dennej výrobnnej porade sa síce informuje o stave prác na vyrábanom čísle, ale plánovanie to v pravom zmysle nie je.

Po roku 1989 denníky zvyčajne vystačia s:

1. dlhodobým plánom na dva až päť rokov, ktorý by sa dal nazvať ideovou a typologickou charakteristikou periodika,

2. krátkodobým, týždenným operačným plánom, ktorý je predovšetkým rozpisom ťažiskových publicistických výpovedí a prijíma sa na plánovacej porade, zvyčajne na záver predchádzajúceho týždňa,

3. operačným plánom čísla, ktorý obsahuje už pomerne ostro naznačené kontúry spravodajskej i publicistickej zložky budúceho výtlačku a je výsledkom dennej výrobnnej porady (v denníku býva na popoludnie deň pred vyjdením čísla, vo večerníku ráno v deň jeho vydania).

Výnimočne prax pozná aj individuálne plány redaktorov.

Ani druhy plánov, ani metodiku plánovania nemožno redakcii predpísať. Aj tu platí, že čo jednej redakcii vyhovuje, nemusí vyhovovať inej.

Poznámky

¹ Mareš, Svatopluk: Abeceda řízení. Přehled zásad řízení společenských procesů se zvláštním zřetelem k hospodářství. C. d., s. 162.

² Bližšie pozri predchádzajúcu kapitolu.

³ Mareš, Svatopluk: Abeceda řízení. Přehled zásad řízení společenských procesů se zvláštním zřetelem na hospodářství. C., d., s. 162.

⁴ Selekcija (z lat. selectio – výber) je metodický výber: informácií, z ktorých sa píše novinársky prejav, alebo novinárskych a nenovinárskych prejavov, z ktorých sa tvorí obsahovo i formovo vyvážený novinársky celok. Selekciou novinár a redaktor oddeľuje bezvýznamné a menej významné informácie a novinárske výpovede od významných. V novinárstve sa teda používa predovšetkým dva razy: pri tvorbe novinárskeho prejavu a pri tvorbe novinárskeho celku. V redakcii teda výber robí redaktor, ktorý komponuje príslušnú tematickú oblasť a hlavný sekretár, resp. sekretár (prípadne vedúci vydania), ktorý zo všetkých tematických oblastí tvorí novinársky celok. Úloha cieľavedomého výberu v modernom novinárstve významne vzrástla, lebo objem dôležitých informácií sa zväčšil natoľko, že len časť z nich sa dostáva na strany periodika. Kritérium spoločenského významu hrá v selekcii dôležitú, ale nie jedinú úlohu. Medzi ďalšie treba rátať hľadisko novosti, aktuálnosti, priestorovej blízkosti (vo vzťahu k recí-pientovi) a pod.

⁵ Bližšie pozri: Nash, W. Roy: How Newspapers Work. Oxford, London, Edinburgh, Paris, Frankfurt, Pergamon Press 1964, s. 89.

⁶ Tempiski, Zbigniew: Plan tematyczny w redakcji. V: Zeszyty prasoznawcze, roč. 17, čís. 1. Kraków, Ośrodek badań prasoznawczych 1976, s. 56.

⁷ Tamže, s. 61.

⁸ Garlicki, Boleslaw: Metodyka redagowania gazety. C. d., s. 30.

⁹ Aj v redakčnej práci totiž platí: Čím väčší počet členov kolektívu sa zúčastní na posudzovaní variantov schvaľovaného rozhodnutia, tým zdôvodnenejšie bude toto rozhodnutie.

¹⁰ Na tomto mieste treba hádam zdôrazniť, že plánovanie v modernej tlači nie je iba vnútroredakčná záležitosť. Tvorbu redakčných direktív čoraz väčšmi ovplyvňujú (aj keď len vo forme podnetov) externí prispievatelia a v podnikovej a okresnej tlači aj dopisovatelia.

¹¹ Mareš, Svatopluk: Abeceda řízení. Přehled řízení společenských procesů se zvláštním zřetelem k hospodářství. C. d., s. 161.

¹² Jakovlev, B. G.: Redakcionnyj plan – rukovodstvo k dejstvuju. V: Gurevič, S. M. (ed.): Planirovanije raboty v redakcii. Moskva, Vysšaja škola 1979, s. 13.

¹³ Síg, M. a kol.: Organizace redakční práce. C. d., s. 67.

¹⁴ Garlicki, Boleslaw: Metodyka redagowania gazety. C. d., s. 31.

¹⁵ Tempiski, Zbigniew: Plan tematyczny w redakcji. C. d., s. 53.

¹⁶ Tamže, s. 58.

REDIGOVANIE AKO CIEĽAVEDOMÝ, TVORIVÝ REDAKČNÝ PROCES

REDIGOVANIE A JEHO FÁZY

V novinárstve sa individuálna činnosť spája s kolektívnou. Výsledkom prvej je novinársky prejav, základná stavebnina vyššej jednotky – novinárskeho celku. Novinárska výpoveď vzniká v redakcii (vtedy jej pôvodcom je redaktor) i mimo nej. Kým v minulosti sa často rodila spontánne, bez redakčného pričinenia, v modernej tlači býva zväčša inšpirovaná príslušným tvorivým kolektívom, hoci ani dnes nemožno vylúčiť prípady jej živelného vzniku. V súčasnej redakčnej práci väčšmi než kedykoľvek predtým prevláda zámer. Redakčné kolektívy, aspoň tie, ktoré sa vo svojej práci riadia etickými princípmi, nie sú iba registrátormi spoločenského, vnútropolitického i zahraničnopolitického diania, ale už pri výbere udalostí, v skladbe informácií v novinárskej výpovedi (ak informáciu, resp. informácie ponímame ako základnú materiú každého novinárskeho prejavu), v súbore novinárskych prejavov na ploche novinárskeho celku a napokon v štruktúre viacerých na seba nadväzujúcich celkov badať cieľavedomosť. Individuálnou stránkou sa však novinárska činnosť nevyčerpáva. Žurnalistika je totiž nemysliteľná bez kolektívnej práce, ktorej výsledkom je tzv. novinársky celok, teda konkrétny výtlačok novín či časopisu. Práve prvkom kolektívnosti sa novinárstvo odlišuje od inak dosť príbuzného umeleckého písomníctva. Dopísaním románu fakticky vzniká fenomén literatúry (aj keď ho, pochopiteľne, treba technicky realizovať), ale dopísaním reportáže sa fenomén žurnalistiky v pravom zmysle slova nerodí, lebo novinárska kvalita daného žánru nezávisí výlučne od neho, ale aj od akosti vzťahov, do ktorých na ploche novinárskeho celku (na strane, v tematickom bloku, v čísle) vstupuje. Žurnalistické výpovede, najčastejšie práve reportáže, sa, samozrejme, neskôr môžu znovu vytlačiť v neperiodickej publikácii, v knihe, lenže vtedy už – ak tak možno povedať – strácajú isté vlastnosti svojej „novinárskosti“.

Výsledkom individuálnej novinárskej činnosti je teda novinársky prejav (jestvujú, pochopiteľne, prípady spoluautorstva, vtedy však ide len o výnimku, ktorá potvrdzuje pravidlo, lebo veľká väčšina rukopisov pochádza z „individuálnej dielne“), výsledkom kolektívnej novinárskej práce je zasa novinársky celok. Pričom, ako zdôrazňuje Štefan Veľas, „tvorba prejavov sa uskutočňuje v kontinuite s tvorbou celkov...“⁴¹ Na vznik novinárskeho celku treba mať istý počet novinárskych i nenovinárskych výpovedí (nenovinárske prejavy sa takpovediac od nepamäti uverejňujú v periodickej tlači, ale aj v ostatných prostriedkoch masovej komunikácie, ktoré šíria novinárstvo) a navyše načas urobiť viacero úkonov, ktorých výsledkom je číslo v redakčnej etape jeho tvorby.

Úkonmi potrebnými na vznik prejavu sa zaoberajú metodiky tvorby novinárskeho prejavu (ak metodiky chápeme ako súhrn pracovných spôsobov, metód⁴²), kým súborom činností, ktoré vyúsťujú do tvorby celku, sa zapodieávajú metodiky tvorby novinárskeho celku. Aj prejav, aj celok sú produktom procesu, teda priebehu istých činností, ktoré majú začiatok i koniec, preto prvý charakterizujeme ako novinársky, druhý – ako redakčný. Pritom ide, ako sa napokon už povedalo, o jednotný proces, lebo už pri tvorbe výpovede, resp. aspoň pri jej adjustácii, sa pamätá na jej zaradenie do vyššej jednotky – do novinárskeho celku.

Pre redakčný proces zatiaľ v novinovede nejestvuje jednotný termín. Vzhľadom na tradície našej novinárskej praxe používame (podobne ako v Poľsku) pojem **redigovanie**. Síce je pravda, že v slovenčine sa toto slovo používa aj vo význame „upravovať rukopis nejakého diela (článku) do tlače“⁴³, ale pre túto činnosť máme aj pojem **apretácia**, **apretúra**. Podľa normatívnych príručiek apretácia je „jazyková a štylistická úprava rukopisu pre sadzbu“⁴⁴. Niet teda dôvodu, prečo by sme v teórii novinárstva nemohli

tieto pojmy rozlíšiť. V našom ponímaní, ako to ešte uvidíme, bude potom apretácia súčasťou, jednou z etáp, fáz redigovania. Ale o tom až neskôr.

Pod redigovaním teda rozumieme cieľavedomý tvorivý proces, ktorý vrcholí získavaním čitateľských ohlasov na vyjedený novinársky celok a zároveň je východiskom tvorby ďalšieho (nového) celku.

Pre zaujímavosť, Boleslaw Garlicki považuje redigovanie „za termín, ktorý obsahuje také činnosti ako: programovanie, plánovanie materiálov a predvídanie, ako budú prijaté, politické, vecné a formálne ohodnotenie jednotlivých novinárskych postojov, výber a utriedenie faktov, zredukovanie nepotrebných detailov, prípadne dopísanie nových (z iných zdrojov, preto, aby sa materiál doplnil), komponovanie istých celkov, vecnú, štylistickú, gramatickú, ortografickú a interpunkčnú adjustáciu a technologickú úpravu“.⁴⁵

Keďže vydávanie novín a časopisu nie je jednorazový akt (s výnimkou prípadov, keď titul po prvom čísle zaniká), ale proces vyššieho typu, treba si všimnúť nielen tvorbu výtlačku (jednotlivosti), ale aj titulu (celku). V tomto zmysle slova by sa dalo hovoriť o redigovaní v užšom a širšom význame. Z pedagogických dôvodov v nasledujúcich riadkoch budeme hovoriť o redigovaní výtlačku, aj keď nezabudneme poukázať na to, ako sa do neho premieta problematika profilovania titulu.

Podobne ako písanie novinárskeho prejavu aj štruktúrovanie a komponovanie novinárskeho celku je tvorivá práca, lebo jej výsledkom je nový (aspoň relatívne, ak už nie absolútne) fenomén. Prvok tvorivosti sa prejavuje vo všetkých fázach redigovania, najmä však vo výbere (selekcii) aktuálnych javov spoločenskej reality, ktoré tvoria základ, fundament, novinárskych prejavov, vo výbere novinárskych a nenovinárskych prejavov a v ich skladbe na ploche (pri periodickej tlači), alebo vo vysielacom čase (v rozhlase a v televízii, resp. vo filme) jediného či viacerých za sebou nasledujúcich, kontinuálne vychádzajúcich celkov.

Ako súčasť novinárskej činnosti, tvorby, redigovanie je nezastupiteľný proces, ktorý sa odohráva v redakcii. Pomocne ho možno členiť na niekoľko fáz:

1. vyhľadávanie a výber (selekcia) aktuálnych javov spoločenskej reality,
2. výber (selekcia) novinárskych a nenovinárskych prejavov,
3. apretácia a adjustácia vybraných novinárskych a nenovinárskych prejavov,
4. tvorba obsahovo i formovo vyváženej makety⁴⁶ novinárskeho celku,
5. získavanie čitateľských ohlasov na vydaný novinársky celok, najskôr jeho jednotlivosti, ako jedno z východísk pre tvorbu nového celku.

Pre zaujímavosť, už citovaný Louis Guéry nevraví v tejto súvislosti o redigovaní, ale o „spracovaní informácie“, ktorá „v zásade prechádza štyrmi fázami...“

- zbieranie a prenos,
- úprava,
- prezentácia a
- rozširovanie a predaj matérie.⁴⁷

Pri tradičnej tlači do redigovania nezahŕňame technickú realizáciu novinárskeho celku, ktorá sa jednak neodohráva v redakcii, ale v tlačiarňi, a jednak tlačiareň iba zmaterializúva predlohu v duchu redakčných pokynov. Tým, samozrejme, nechceme povedať, že tlačiarenská etapa tvorby periodika neovplyvňuje redigovanie, veď redakcia nemôže nerátat s možnosťami tlačiarne. (Podobne pri ostatných masovokomunikačných prostriedkoch do redigovania nerátame samotnú technickú realizáciu, hoci, pochopiteľne, jej pravidlá musia tvorcovia novinárskeho celku rešpektovať.)

V prvej fáze redigovania redaktor skúma a osvojuje si spoločenskú realitu, resp. istý jej výsek (tematickú oblasť, rezort). Poznáva ju na základe hodnotového kľúča (neraz veľmi komplikovaného), ktorý určuje zaradenie redakcie, resp. redaktora v spoločnosti. Poznávanie v novinárstve pomáhajú formovať zdroje informácií: vydavateľské orgány, agentúry (spravodajské, článkové, špecializované), informatívne služby rôznych orgánov a inštitúcií, tlačové besedy⁴⁸ a konferencie⁴⁹, listy čitateľov, príspevky dopisovateľov, domáca i zahraničná periodická tlač, rozhlasové a televízne vysielanie, dokumentárny a spravodajský

film, dokumentácia, rôzne bázy údajov (najmä v prípade tzv. investigatívnej, teda pátracej žurnalistiky) a pod. V druhej fáze redigovania redaktor robí výber (selekciu) napísaných novinárskych a nenovinárskych prejavov, z ktorých veľká väčšina vznikla na priamy podnet redakcie. (Keďže v skladbe novinárskych a nenovinárskych prejavov sa na ploche novinárskeho celku skrýva zámer pôsobiť na verejnosť, každá redakcia má záujem predovšetkým o také rukopisy, ktoré dokumentujú príslušnú politiku. Preto na rozdiel od minulosti tvorivé kolektívy nečakajú pasívne na to, čo im spolupracovníci prinesú, ale naojak, na základe poznania problematiky i spoločenských pohybov a potrieb aktívne spolupracovníkov inšpirujú, orientujú a usmerňujú.) Najprv vyraduje tie, ktoré sa pre niečo (napr. pre nekvalitu, ale aj pre problematickosť z hľadiska práva) nedajú uverejniť. Ale aj po tomto predbežnom výbere zostáva na redakčnom stole také množstvo novinárskych prejavov, že ich niet kde všetky uverejniť. Podľa niektorých sociologických výpočtov sa napríklad iba štvrtina agentúrneho spravodajstva dostáva na plochu amerických novín.¹⁰ Podľa iných: súčasný redaktor, zodpovedný za selekciu, v menšej americkej redakcii vyberá z 500 správ 100 a vo veľkej z 2500 správ 300.¹¹ Napokon podľa ešte ďalších len zhruba 10 % všetkých výpovedí, ktoré prichádzajú do americkej redakcie, si nachádza cestu do novín.¹² Tento užší výber robí redakcia na základe: špecifik príslušného masovokomunikačného prostredia, pre ktorý výpoveď vznikla, typologickeho charakteru periodika a politiky, ktorú sleduje vôbec, ale aj v príslušnom období. Práve pri tomto užšom výbere, ktorý je nutne subjektívny, môže redakcia či už zámerne, alebo nezámerné manipulovať verejnou mienkou, ak – pravda – jej selekcia protirečí či nezodpovedá objektívnym potrebám. **Redakčný výber sa pritom robí na niekoľkých stupňoch, obyčajne na troch:** Na prvom redaktor zodpovedný za príslušné rezorty vyberá novinárske prejavy z hľadiska vlastnej štruktúry pokrývania istých odborov ľudskej činnosti. Na druhom stupni redaktor zodpovedný za príslušnú tematickú oblasť, najčastejšie vedúci oddelenia, vyberá novinárske prejavy z hľadiska koncepcie oddelenia, resp. plochy, ktorú v novinárskom celku pokrýva. Napokon na treťom stupni zodpovedný pracovník, predovšetkým hlavný sekretár, prípadne sekretár či vedúci vydania, vyberá rukopisy z hľadiska koncepcie periodika ako takého, ale aj z hľadiska konkrétneho čísla. **Dá sa teda povedať, že každý zo spomínaných redaktorov sa pozerá na výpoveď z iného zorného uhla, ktorú akoby sa cestou v redakcii roztvárval, každý z týchto redaktorov vidí jednotlivosť, na ktorej pracuje, na pozadí ďalších, s ktorými vytvára istú symbiózu.** V tretej fáze sa novinársky prejav jednak preveruje po stránke vecnej, jednak sa vecne, jazykovo a štylisticky upravuje (apretuje), ak si to, pochopiteľne, vyžaduje. Do výpovede sa pritom má zasahovať len v odôvodnených prípadoch, ktoré by sme rozdelili na objektívne a subjektívne. Z prvých máme na mysli situáciu, keď text treba skrátiť preto, lebo presahuje priestor, ktorý má pridelený. Na druhej strane za zásahy zo subjektívnych dôvodov treba považovať také, ktoré vyvolala potreba, ba priamo nutnosť prejav zlepšiť. Na tomto mieste nemôžeme necitovať Američana Donalda Murraya, ktorý dokázal jednou vetou vystihnúť túto podstatu apretúry. Podľa neho „adjustátor (editor) pomáha autorovi sformulovať myšlienky autorovými slovami.“¹³ Napokon sa text tituluje, samozrejme, v prípade, že mu „hlavička“, chýba, alebo z takého či onakého dôvodu (obsahového či formového) nevyhovuje. Vhodný titulok sa preberá alebo úplne, alebo čiastočne (vtedy sa upravuje, prispôsobuje a pod.) V štvrtej fáze vzniká obsahovo i formovo vyvážená maketa budúceho novinárskeho celku, ktorú potom tlačiareň technologicky realizuje. Táto fáza redigovania sa rozkladá na dve podfázy: predpisovanie novinárskych prejavov a ich zakresľovanie do zrkadla. **Predpísať znamená určiť novinárskemu prejavu grafickú podobu a zakresliť do zrkadla značí vymedziť mu priestor na strane.**

Na tomto mieste treba hádam poznamenať, že zakresľovanie pri ofsete musí byť presnejšie než pri klasickej tlači. V prípade klasickej tlače rôzne nepresnosti možno odstrániť rozličnými zarážkami počas sádzania. Pri ofsete však to možné nie je, preto zakresľovať treba veľmi presne. To sa, pravda, dá iba za predpokladu, že rukopisy sú čisté, neobsahujú preškrтанé riadky či celé časti. Ofset teda kladie zvýšené nároky na rukopis (na jeho čistotu), ale aj na dodržiavanie jeho predpísaných náležitostí (rámčekový papier, šesťdesiat úderov v riadku, tridsať riadkov na strane). Samozrejme, že problém presnosti či nepresnosti pri tvorbe makety na monitore počítača odpadá.

Keďže plocha novinárskeho celku i jednotlivých strán nie je čitateľsky rovnako prítiahľivá, **novinárske prejavy sa pretláčajú na isté strany a na nich na isté miesta – jednak s prihliadnutím na štruktúru novinárskeho celku a jednak s prihliadnutím na ich spoločenskú dôležitosť.** Súbor zrkadiel všetkých

strán je maketou budúceho novinárskeho celku. V rozhlase, televízii a vo filme maketou novinárskeho celku je scenár. Predpísaním rukopisov a načrtnutím makety, resp. vznikom scenára, sa proces redigovania zdanlivo končí. Zdanlivo preto, lebo redakcii nemôže byť ľahostajné, ako jej novinárske prejavy i celky prijíma čitateľská verejnosť, recipienti. Ohlasy na uverejnené výpovede i na celé číslo môžu byť spontánne (ak čitateľ z vlastnej iniciatívy oznámi redakcii svoj názor) a vyvolané (ak ho redakcia vyprovokuje, napr. anketou, aby svoju mienku vyslovil). Napriek významnosti každého takého ohlasu, treba vidieť jeho relativnosť. Preto problematiku čitateľských názorov na príslušné periodikum treba aspoň z času na čas skúmať vedecky (najmä sociologicky).

Poznatky získané z čitateľských ohlasov slúžia ako jedno z východísk tvorby nového novinárskeho celku, možno teda povedať, že redigovanie je uzatvorený a zároveň i neuzatvorený proces.

ELEKTRONICKÉ REDIGOVANIE

Niekedy okolo roku 1970 sa začali v redakciách, najmä severoamerických, väčšmi uplatňovať elektronické systémy. Tento vpád elektroniky do redakcií spôsobila skutočnosť, že po tom, čo sa 20. júla 1969 Neil Armstrong ako prvý človek vôbec prešiel po Mesiaci, U.S.A. obmedzili svoj vesmírny program. Vtedy mnoho odborníkov Národného úradu pre letectvo a kozmos (National Aeronautic and Space Administration, NASA) z oblasti elektroniky prišlo o zamestnanie. Slúži ku cti veľkým vydavateľom periodickej tlače, že využili situáciu a podobne ako iné odvetvia priemyslu prepustených odborníkov prichýlili. **Pričinili sa tak o jednu z najväčších revolúcií v dejinách produkcie periodickej tlače, určite najväčšiu od roka 1884, keď Ottmar Mergenthaler vyniesol riadkový sádzací stroj** (mimočodom, v USA sa prestal používať v sedemdesiatych rokoch nášho storočia). To preto, lebo táto udalosť odstránila dovtedy jestvujúcu priepasť medzi redakciou a tlačiarňou. Odvtedy totiž

1. každý novinársky text vložený do redakčného počítačového systému sa stáva podkladom na sadzbu;
2. všetky korektúry sa robia v redakcii a napokon
3. všetky páky nad tvorbou výtlačku má v rukách redakcia; do jej rozhodnutí nijakým spôsobom (ani pozitívnym, ale ani negatívnym) nevstupuje tlačiareň.

Samozrejme, že túto revolúciu nespôsobili počítače samy osebe. Prvé počítače sa používali v redakciách v šesťdesiatych rokoch doslova ako písacie stroje. Slúžili novinárom len na to, aby na nich písali svoje texty. O tom, že už počítač ako prostriedok tvorby textu prestavuje v porovnaní s písacím strojom pokrok, ešte bude reč. Aby však zrevolucionizoval výrobu tlače, aby sa preklenula priepasť medzi redakciou a tlačiarňou, musel sa spojiť s fotosadzbu. Pred zavedením počítačov sa výroba periodík skladala z redakčnej a tlačiarenskej etapy, ktoré boli od seba pomerne zreteľne oddelené. Tlačiareň zhotovňovala a multiplikovala redakčnú „surovinu“ v duchu redakčných pokynov, ktoré mali podobu predovšetkým predpísaných a zakreslených rukopisov a makety čísla, resp. zrkadiel strán. S výnimkou dodávok rukopisov a predlôh do tlačiarne podľa harmonogramu sa redakcia na technickej realizácii ňou vytvorenej „suroviny“ vlastne nezúčastňovala. Zavedením počítačov do novinárstva padli tradičné redakčné uzávierky; aspoň v tom ponímaní, ktoré je typické pre tradičnú sadzbu, keď do istého času treba v redakcii sústrediť všetky rukopisy či už celého výtlačku, alebo aspoň jeho súčasti (strany), aby sa mohli odoslať do sadziarne na vysádzanie.

Vďaka počítačovým systémom sa časť tlačiarenských prác premiestnila do redakcie. **Elektronické redigovanie** (resp. niektoré jeho fázy) **prenieslo celú zodpovednosť za to, čo a ako sa objaví v novinách či časopise, na tvorivý redakčný kolektív.** Výlučné právo redakcie však znamená aj výlučnú zodpovednosť. Na jednej strane odpadla možnosť, aby tlačiareň vnášala do výpovedí chyby, na strane druhej však stratila možnosť odstrániť nedostatky, ktoré zapríčinila redakcia.

Niekďajšie písacie stroje teda začali nahrádzať videoterminály (VDT), čiže zariadenia so zobrazovacou jednotkou, monitorom, na ktorých redaktor znázorňuje informácie písaním na klávesnicu. Obrazovka

monitora tu nahrádza strojopis. Opravy, vsuvky, vypustenia a premiestnenia sa na ňom robia rýchlo a ľahko. Odpadávajú škrtky a prepisy, ktoré sú pri strojopise bežné. Ihneď po údere prsta na klávesu sa písmeno objaví na monitore. Texty, ale aj ich jednotlivosti, sa dajú ukladať do pamäte počítača a na disketu, odkiaľ ich možno vybrať a odoslať nadriadenému funkcionárovi.¹⁴

Práca na počítači je zložitejšia než na písacom stroji. (Pre zaujímavosť, J. Vatrál v tejto súvislosti správne zdôrazňuje, že aj „elektronický rukopis“ prekračuje rámec rukopisu klasického...¹⁵) Už klávesnicu má počítač bohatšiu. Navyše je tu tzv. kurzor, pohyblivý symbol na obrazovke, ktorý o. i. vyznačuje miesto, ktoré redaktor práve upravuje. Premiestnením kurzora na chybné písmeno a úderom na klávesu správneho písmena sa rýchlo dajú do textu včleniť nielen jednotlivé lítery, ale aj slová, vety, odseky, ba i väčšie segmenty. Podobne možno presúvať čokoľvek. Ak treba, dá sa z textu urobiť výstup (na pripojenej tlačiarňičke). Úderom na ďalšiu klávesu sa text odosiela do dátových súborov nadriadeného redaktora. Stlačením inej klávesy si nadriadený môže vyvolať text na vlastnej obrazovke. Výpoveď teda v redakcii putuje od autora (či už novinára, alebo redaktora) k vedúcemu oddelenia a od toho k sekretárovi a napokon do sadziarne nie – ako kedysi – fyzicky, ale elektronicky. Ak si v minulosti sekretár (či vo všeobecnosti adjustátor) potreboval osvojiť metodiky tvorby výpovede (jednotlivosti) i celku, pričom sa nezaobišiel bez znalosti základov produkcie v tlačiarňi, v súčasnosti poslednú podmienku nahradila nevyhnutnosť riadiť elektronizovanú výrobu.

Úlohu počítača v práci moderného novinára však v nijakom prípade nemožno redukovať len na úlohu písacieho stroja v rokoch, ktoré predchádzali prieniku počítačov do žurnalistiky. Počítač totiž nie je len mechanickým nástrojom písania (vďaka textovým editorom), resp. pri použití zalamovacieho softvéru prostriedkom tvorby makety čísla, ale aj, zasluhou internetu, inštrumentom vyhľadávania informácií (tych, ktoré už na danú tému vznikli), teda stáva sa (či už sa v zahraničí stal) bezprostredným inštrumentom tvorby. Nečudo, že tento typ novinárskej tvorby dostal už v anglicky hovoriacich krajinách pomenovanie – vraví sa mu novinárstvo s podporou počítača (computer-assisted journalism, alebo computer-aided journalism).

Niektoré redakcie ukladajú výpovede do elektronického archívu, aby v prípade potreby slúžili ako podkladové informácie na tvorbu nových prejavov.

Popri veľkých a neprenosných počítačoch jestvujú aj malé, prenosné počítače, tzv. notebooky či laptopy, na ktorých reportér pracuje v teréne. **Používajú sa nielen ako záznamníky výpovedí, ale aj ako zariadenia, ktoré texty odosielať do materskej redakcie telefónnou linkou.** Ak na mieste pobytu reportéra je telefón, nech by bolo akokoľvek vzdialené, možno z neho vyslať texty do príslušného elektronického systému rovnako, ako keby ich došlo postupovať niekto v redakcii.

Počítače sa v súčasnosti nevyužívajú v novinárskej práci len na archívne účely či na tvorbu novinárskej výpovede, teda jednotlivosti (pričom „tvorbu“ neslobodno chápať zúžene, len ako písanie, lebo niektoré elektronické redakčné systémy poznajú techniku tzv. rozdelenej obrazovky, to znamená, že redaktor si môže vyvolať na obrazovke dve výpovede, aby si ich porovnal, resp. ich skombinoval v nový text; tu vôbec treba povedať, že schopnosť elektronických redakčných systémov sa z roka na rok zdokonaľujú), ale aj na štruktúrovanie a komponovanie novinárskeho celku, resp. na jeho prenos od redaktora k redaktorovi, alebo z redakcie do tlačiarne. Pritom niekdajšie zdĺhavé kreslenie zrkadlil strán, resp. makety čísla, robí počítač presnejšie a rýchlejšie než ktorýkoľvek technický redaktor. Navyše umožňuje takú grafickú úpravu, ktorá bola pred použitím počítačov nemysliteľná. Túto skutočnosť využíva predovšetkým tzv. masová tlač, kde akoby padali hranice napr. medzi časopismi a novinami, kým elitné noviny skôr inklinujú k tradičnej grafickej úprave, aj keď ani to sa nedá povedať jednoznačne.

Nové technológie zrýchlili výrobu periodickej tlače, predovšetkým dennej, kde aspekt pohotovosti je veľmi významný. Táto skutočnosť umožňuje usporiť čas venovať vlastnej novinárskej tvorbe, a to ako individuálnej, tak aj kolektívnej, čo napr. pri tzv. investigatívnej žurnalistike nie je zanedbateľné.

Kvôli väčšej názornosti uvádzame príklad z našej praxe:

V každom oddelení nášho denníka sa nachádza niekoľko videoterminálov, ktoré sú počítačovou sieťou poprepájané do centra – výrobného sekretariátu.

Redaktor si na svojej počítačovej jednotke (klávesnica, základná počítačová jednotka a monitor) napíše výpoveď. Vďaka štandardným príkazom ju po dopísaní alebo pošle do súboru „transfer“ (v prípade

oddelení športu a zahraničia, ktoré si svoje strany kompletizujú samy), kde si ju prečíta redaktor v službe a potom ju pošle jazykovým lektorom, alebo do súboru „vedúci vydania“, ak je výpoveď určená na strany 1, 2 a 4. Vedúci vydania si všetky texty vo svojom súbore prečíta a ak ich schváli, odošle ich rovnako do súboru „jazykovi lektorovi“.

Jazykovi lektorovi texty priebežne čítajú, jazykovo a štylisticky upravujú a následne ich posielajú do súboru „grafickí lektorovi“, presnejšie do podsúborov. (Súbor grafikov je totiž rozdelený na podsúbory, resp. strany, a podľa toho, na ktorej strane sa výpoveď uverejní, do takého podsúboru smeruje.) Ešte predtým jazykovi lektorovi urobia na výpovedi poznámku, že ju odobrili.

Prečítané a schválené výpovede sa teda na konci svojej cesty počítačovou sieťou zhromažďujú u grafických či technických redaktorov. Odtiaľ si ich redaktor v službe (pri športe a zahraničí), vedúci vydania alebo hlavný sekretár (v tomto denníku vedúci vydania kompletizuje spravodajské, teda aktuálne strany, kým hlavný sekretár – strany predstihové, s dlhšou aktuálnosťou, pozn. J.V.) s grafikom pri zalamovaní vytiahnu z pamäte počítača na obrazovku monitora, ktorý predstavuje moderné zrkadlo strany, a dajú jej definitívnu grafickú podobu.

KOMPONENTY NOVINÁRSKEHO CELKU, RESP. JEHO SYSTÉMOVÁ CHARAKTERIZÁCIA

Novinársky celok predstavuje istý súbor novinárskych a nenovinárskych výpovedí. **Konkrétny výtlačok novin či časopisu je teda systémom**, ak pod ním rozumieme „množinu prvkov (predmetov, dejov, udalostí, oddelení podniku atď.), ktoré presne vymedzeným spôsobom medzi sebou súvisia tak, že množina tvorí akúsi jednotu alebo celok“, resp. „oblasť prvkov majúciach také vlastnosti, že medzi prvkami sú určité vzťahy, súvislosti, pôsobenia a pod.“¹⁶ Novinársky celok, ktorý je súborom, čiže „zostupením súvisiacich vecí, javov ap. tvoriacich celok, komplexom“,¹⁷ a nie kopou náhodne pozbieraných textov, lebo v ich skladbe a kompozícii by sa mal odrážať zámer redakcie a vydavateľa pôsobiť jednotlivým výtlačkom, (ale, ako napokon čoskoro uvidíme, aj ich radom) na verejnosť v duchu úlohy, ktorú v príslušnom období periodikum plní, pre ktorú sa vydáva. **Podobne ako zbierka básní, poviedok či esejí, ani noviny či časopis by nemali byť prostým súhrnom akokoľvek dobrých jednotlivostí, ktoré spolu nič neviaže. Dobrý výtlačok je totiž vždy výsledkom umného, cieľavedomého zoštruktúrovania i skomponovania akostných jednotlivostí v celok.** Každý text sa dostáva na plochu novinárskeho celku do istých vzťahov, súvislostí, čím nadobúda novú kvalitu, lebo práve ony zdôrazňujú či už jeho prednosti, alebo nedostatky. **Na novínovej ploche sa teda každá výpoveď stáva súčasťou vyššej jednotky, ktorá nie je len prostým súčtom predností či nedostatkov jednotlivých textov.**

Novinárstvo však svoj obraz o spoločnosti podáva čiastkovo a celistvosť dosahuje iba kontinuálnym pôsobením, preto kvalitný novinársky titul vzniká len časom – vydaním radu čísel. Kým v umení stačí jediný artefakt, aby poznamenal či posunul vývoj literatúry, v novinárstve aj najpozoruhodnejší výtlačok je len pokusom.

O novinárskom celku treba hovoriť predovšetkým z metodologických dôvodov, predstavuje totiž jedinečný, neopakovateľný výtvor. A práve jeho neopakovateľnosť je jedným z prejavov tvorivého charakteru novinárskej činnosti, ktorá sa teda neprepája len na úrovni novinárskeho prejavu (jednotlivosti), ale aj v zoradení a skomponovaní či zoštruktúrovaní viacerých jednotlivostí (novinárskych i nenovinárskych). Táto črta novinárskeho celku však vôbec neznamená jeho úplnú novosť. Každé periodikum by malo byť svojské, a teda prirodzene odlišné a odlíšené od iných publikácií. Zvláštnosť tlačového orgánu by sa nemala prejavovať len v novinárskych prejavoch, ale aj v novinárskych celkoch. **Aby sa čitateľ dokázal v periodiku orientovať, aby si k nemu vypestoval akýsi podmienený reflex, musí každý celok zachovávať isté utriedenie, ktoré redakcia dosahuje relatívne konštantným členením.**

Zvyčajne sa číslo periodika člení na strany. Ibaže len s tým by sme nevystačili, veď noviny či časopisy vyspelých štátov, ale našťastie čoraz častejšie aj naše, majú desiatky, ba až stovky strán. Najvýznamnejšie

tematické oblasti, do ktorých rozdeľujeme spoločenskú problematiku, resp. istý výsek z nej, zaberajú v týchto periodikách niekoľko strán, pričom sú aj fyzicky spojené „chrbtom“. **Vznikajú tak (samozrejme, len formálne) akési čísla v čísle, lebo každá časť súvisí s ostatnými, aj keď sa z nich zároveň aj vydeľuje.** V angličtine sa napríklad tento komponent novinárskeho celku nazýva „section“ odkiaľ sa tento názov niekedy mechanicky prebral aj do slovenčiny (teda ako „sekcia“). My však tento podcelok nazývame označením „**tematický blok**“.

Ak v novinárskom celku vidíme systém, je zrejme, že tam, kde chýbajú tematické bloky, podsystemami sú predovšetkým strany (tie sú, samozrejme, podsystemami aj tam, kde tematické bloky jestvujú, pravda, na nižšom stupni). Ale aj strana môže byť systémom, ak sa na ňu pozeráme ako na samostatnú (relatívne!) entitu, zloženú z podriadených súčastí – z podsystemov (napr. zo stĺpcov, určených rovnakej tematickej oblasti, resp. rubrik a pod.) Toto členenie treba, pochopiteľne, prispôbiť, ak medzi novinársky celok (systém) a stranu (podsystem) vsunieme už spomínaný tematický blok. Ten sa totiž vo vzťahu k novinárskemu celku stane podsystemom, ale vo vzťahu k strane – systémom. Strana potom s novinárskym celkom súvisí ako podpodsystem. Lenže ani komponenty na rovnakej úrovni (napr. strany) nemusia mať v novinárskom celku rovnaké postavenie: niektoré môžu byť samostatnejšie, iné – menej samostatné, menej uzatvorené. Z hľadiska teórie systemov treba pri členení novinárskeho celku na strany brať do úvahy, ako je strana skomponovaná a ako sa má podľa jej tvorcov recipovať. Napríklad je očividné, že dve protipahlé (náprotivné) vnútorné strany navzájom súvisia – niekedy hádam len tzv. vonkajšou formou, o čom ešte bude reč. Že si to niektoré redakcie uvedomujú, je zrejme aj z toho, že členenie vnútorných protipahlých strán na samostatné entity „zotierajú“ prechodom sadzby z jednej strany na druhú. Takto vytvorená dvojstrana je relatívne samostatnou zložkou novinárskeho celku (podsystemom vyššej, systémom nižšej jednotky). Položme si však otázku, či systém (a teda zároveň aj podsystem) nemôžu vytvárať aj rovnako, či dokonca nerovnako veľké plochy na neprotipahlých stranách. Povedzme, že jedny noviny venujú športu poslednú a predposlednú stranu a že niektoré výpovede, uverejnené na prvej strane, sa končia na polovici stĺpcov strany druhej (zásadne teda ide o kombináciu nepárnej a párnej strany). V tomto prípade je zrejme, že v prvom prípade posledná a predposledná strana a v druhom prípade prvá strana a tri stĺpce druhej strany vytvárajú systém. Zároveň však v prvom prípade predposledná strana so stranou predchádzajúcou a druhá strana s treťou aspoň formálne konštituuju systém dvojstrany. Ukazuje sa teda, že istý priestor môže byť zároveň podsystemom dvoch rozdielnych systemov – pričom s jedným býva spätý najmä obsahovo, s druhým predovšetkým formou.

Ak vravíme, že novinársky celok je jedinečný, neopakovateľný výtvor a že práve jeho neopakovateľnosť nás presvedča o tvorivom charaktere novinárskej činnosti, tým ešte netvrdíme, že všetky jeho súčasťi sú nové. Ako nás presvedča doterajší vývoj novinárstva, jeho výtvory podliehajú zmenám a premenám, ktoré bežný čitateľ zvyčajne nespozoruje. Napokon denná tlač sa často číta úchytkom, cestou do práce, neraz nesústreďene. **Zmeny v obsahu a forme novinárskych celkov nie sú len revolučné, ale najmä evolučné.** Nedejú sa od čísla k číslu. A periodicitu, resp. kontinuitnosť, zasteria čitateľovi premeny novinárskeho celku. Vcelku teda každé číslo periodického tlače je zmesou relatívne tradičného a relatívne nového. Tradičné prvky spájajú novinársky celok s predchádzajúcimi (minulými), netradičné s nasledujúcimi (budúcimi) celkami. A podobne možno povedať, že novinársky celok sa skladá z relatívne konštantných a relatívne premenlivých prvkov. Z prvých treba spomenúť predovšetkým rubriky¹⁸, ktoré pôsobia ako pútače pozornosti, lebo uľahčujú čitateľovi orientáciu v čísle či na stranách. Vcelku možno konštatovať, že popri novinárskych výpovediach uverejňovaných na pokračovanie (v súčasných novinách pomerne zriedkavých), sú rubriky často významnými nositeľmi tematickej (či ešte užšie vymedzenej) kontinuity periodika.

Vráťme sa však k problematike členenia novinárskeho celku. Spomínali sme už delenie na strany (resp. dvojstrany) na základe tematických oblastí, ktoré však nie je jediné. Tak napríklad novinárska prax pozná tzv. **vonkajšie a vnútorné strany**. Toto členenie bolo oprávnené najmä v našej nedávnej minulosti, lebo jedny strany sa od druhých odlišovali aj druhovo: na vonkajších sa uverejňovalo predovšetkým spravodajstvo, na vnútorných – takmer výlučne publicistika. Istú úlohu tu zohrávala aj tradícia, ale predovšetkým technologická (výrobná) nevyhnutnosť, lebo vnútorné strany sa pripravovali s predstihom. Preto novinárske výpovede na vnútorných stranách nevyhnutne museli mať dlhšiu aktuálnosť ako prejavy uve-

rejšňované na vonkajších stranách. Tento stav pomáhali spoluvytvárať nenovinárske okolnosti, a tak hneď ako boli odstránené, protiklad aktuálny – menej aktuálny sa zmiernil, aj keď ešte aj dnes vďaka tradícii trvá, dokonca aj vo vyspelých novinárstvach, kde ide o kontrast spravodajských a nespravodajských, stanoviskových (u nás by sme povedali publicistických) strán.

V súčasnosti aj u nás naozaj skôr možno hovoriť o protiklade spravodajsko-publicistický a publicisticko-spravodajský, lebo na niektorých stranách prevláda či dominuje spravodajstvo (čo však na nich nevylučuje prítomnosť publicistiky), na iných – publicistika, pre zmenu v prítomnosti spravodajstva.

Výraznejšiu tendenciu po unifikácii badať na prvej strane denníkov, ktorá má v čísle (keďže pôsobí aj ako pútač celého výtlačku) špecifické postavenie. Tematicky je hádam najpestrejšia a najrôznorodnejšia, samozrejme z pohľadu dlhšej časovej perspektívy. Ved' prináša výpovede bez zreteľa na ich tematické zaradenie, pričom **najdôležitejším dôvodom umiestnenia novinárskeho prejavu na hlavičkovej strane je jeho spoločenský význam.** Podobne zadné strany majú jednoznačné zameranie: sú venované športu. Relatívne samostatné postavenie v štruktúre čísla má ešte zahraničná problematika. Pri zvyšných stranách ťažko robiť zovšeobecnenia, nebývajú až také homogénne, ale z prípadu na prípad, v zhode so štruktúrou periodika, sa líšia.

V prípade univerzálneho denníka, ktorý pokrýva všetky sféry ľudskej činnosti, sa členenie na strany deje na základe príslušných tematických oblastí. Pritom nie každej oblasti patrí celá strana, niektoré „prekračujú“ stranu a v prípade vyspelých novinárstiev určitej tematickej oblasti patrí uzatvorený systém strán, akési číslo v čísle, už spomínaný tematický blok. (Ako príklad uveďme americký denník *U.S.A. Today*, ktorého celok sa člení na štyri tematické bloky označené veľkými písmenami abecedy, teda A, B, C a D, z ktorých každá má samostatné paginovanie, jestvuje teda blok A1 až povedzme A24, teda podľa počtu strán, ktoré – pochopiteľne – od čísla k číslu kolíšu, čo platí o každej z týchto súčastí. Tematický blok A pokrývajú spravodajské texty (mimochodom, aj sa nazýva News) zahraničné i domáce. Blok B, nazývaný Peniaze (Money), sa zaoberá financiami v širokom zmysle slova. Nasleduje Šport (Sports) v bloku C, ktorý prináša všetky jeho druhy zo zahraničnej scény, samozrejme, vždy vo vzťahu k U.S.A., ale najmä z domácej. Napokon blok D, Život (Life), sa zaoberá životným štýlom. Už uvedeného naznačuje, že vplyv americkej žurnalistiky na slovenskú sa začína čoraz zreteľnejšie prejavovať aspoň v členení celku na tematické oblasti, aj keď v prispôbenej podobe. Princíp členenia podľa tematických oblastí však nie je výlučný. Ak novinársku zložku čísla delíme na spravodajstvo a publicistiku, potom sa táto skutočnosť môže premietáť do štruktúr jednotlivých strán. Taká je napr. aj tradícia a prax anglo-amerického novinárstva, ktoré pozná, ako sa už neraz povedalo, spravodajské a stanoviskové strany. Stredoeurópska žurnalistika takéto jednoznačné oddelenie oboch zložiek nepozná. Napriek tomu aj tu treba pri tvorbe modelu periodika rátať s protikladom spravodajstvo – publicistika. Hoci striktné členenie čísla na tematicky rovnorodé strany v modernej žurnalistike nejestvuje, výnimky nemožno vylúčiť, lebo – ako vieme – niekedy noviny venujú niektorej tematickej oblasti nielen stranu, ale dokonca tematický blok.

V súčasnosti vari najsamostatnejšie priestory v novinách vytvárajú športová a zahraničná tematická oblasť. V prípade iných oblastí sa tematiky kombinujú. Lenže aj pri tých oblastiach, ktorým patrí presne určený priestor, sa niektoré výpovede uverejňujú inde, než kam tematicky patria – napr. na prvej strane. **Na hlavičkovej ploche, bezpochyby z celého čísla najexponovanejšej, by totiž zásadne mali byť výpovede o najdôležitejších udalostiach z dňa výroby periodika.** Prax však býva aj iná. Strany sa totiž zákonite neuzatvárajú naraz. A ak redakcia chce priniesť výpoveď po uzávierke v príslušnej tematickej oblasti, musí jej nájsť iný než „domovský“ priestor. Napríklad na prvej strane, ktorá sa tradične uzatvára relatívne neskoro – medzi poslednými.

V redakčnej praxi pôsobia dve protichodné tendencie. Prvou je snaha udržať stabilitu novinárskeho celku. Niektoré oddelenia majú určený priestor, ktorý si chcú ponechať, niekedy takpovediac za každú cenu. Nadriadení funkcionári, prípadne nadriadené útvary, by im nemali priestor bezdôvodne brať či krátiť. Ved' práve stabilitou je predpokladom pozitívneho pôsobenia nielen tematickej oblasti, ale aj periodika ako takého. **V novinách či časopisoch však stabilitu nemožno absolutizovať. Spoločenská realita, ktorú periodikum odráža, sa mení nezávisle od zámerov oddelení.** Preto, ak treba, plánovaný či dokonca poznamenaný text ustupuje inému. V prípade mimoriadnych udalostí redakcie väčšinou

poskytujú výpovediam o nich priestory prvých strán a prípadne dôležité rubriky z uvoľnených priestorov presúvajú na ďalšie plochy. Výnimočne zväčšujú počet strán o toľko, koľko potrebujú na výnimočnú udalosť. Ibaže tým sa im zvyšujú výdavky, treba viacej inzercie, preto rozsah čísla obyčajne ďalej rastie... Zväčša však redakcie volia akýsi kompromis. Časť významného textu uverejňujú na hlavičkovej strane a jeho zakončenie prejde na priestor venovaný príslušnej tematickej oblasti. Vidieť teda, že redakcie len neochoť narúšajú zaužívanú či bežnú skladbu čísla. Prečo asi? Dôvodom je zrejme niekoľko. Na prvom mieste ohľad na čitateľa, ktorému chcú uľahčovať orientáciu v čísle, mienia v ňom pestovať návyk, kde čo hľadať. Pravda, niekedy, keď je to odôvodnené, treba skladbu meniť, resp. prispôbovať. Ibaže – kedy?

Najprv však treba poznamenať, že skladba čísla sa vytvára na základe dlhodobého modelu, pod ktorým rozumieme spôsob utriedenia novinárskeho celku z tematického a žánrového hľadiska, jeho rozčlenenie na podsystémy (tematické bloky či strany), rozloženie novinárskych a nenovinárskych výpovedí v tematických blokoch či na stranách, rozmiestnenie a grafikon rubriek a základné princípy grafickej úpravy. Pri tvorbe dlhodobého modelu treba vychádzať predovšetkým z dvoch daností: z typológie a z plochy periodika. Členenie plochy musí v zdôvodnenej proporcionálnosti zachytiť všetky tematické oblasti, resp. rezorty, ktoré periodikum pokrýva. **Dlhodobá štruktúra sa naplňa v procese tvorby čísla.** Ak v nej vystupujú do popredia len základné skladobné otázky, v tvorbe makety konkrétneho čísla treba riešiť ďalšie problémy: najmä otázku proporcionality jednotlivých tematických oblastí (predovšetkým tých, ktoré nemajú presne stanovenú plochu), ale aj otázky proporcionality v rámci jednotlivých tematických oblastí, ďalej otázku žánrovej skladby (aby sa rovnaké žánre nekopili v tom istom systéme, najmä na strane, resp. dvojstrane), problémy pokrývania súčastí regiónu, na ktorom periodikum vychádza (aby boli zastúpené rovnomerne, pravda, s prihliadnutím na ich význam v danej oblasti) a pod. **Dlhodobá štruktúra**, ktorá sa mimochodom upravuje a mení na začiatku novej etapy periodika, je teda abstraktno, kým výtlačok – konkrétne.

Ak teda ponecháme stranou, že aj dlhodobá štruktúra sa, prirodzene, mení (čo však čitateľ sotva postrehne, lebo tieto zmeny sú postupné a pomalé, aby ich recipient stačil „stráviť“), zaujímať nás môžu predovšetkým bezprostrednejšie zásahy do stavby čísla. **Tie možno deliť na plánované či predvídateľné a neplánované či nepredvídateľné.** K prvým rátame zásahy v čase významných spoločenských a politických, dlhšie očakávaných udalostí, na ktoré sa redakcia môže pripraviť. **Môžu (a majú) byť organické a logické**, veď na ich prípravu má redakcia dostatok času. Trochu odlišná je situácia pri neplánovaných a nepredvídateľných zásahoch, ktoré sú najbežnejšie v denníkoch. **Ide tu o zásahy vyvolané výpovedami o výnimočných udalostiach, ktoré sa dotýkajú celej spoločnosti, prípadne jej významného výseku.** Ako v takomto prípade redakcie postupujú? Vcelku možno povedať, že štruktúre čísel prispôsobujú udalosti; teda aj takého výtlačky majú viaceré spoločné črty s bežnými číslami. Prítom toto prispôbovanie musí vychádzať z možnosti konkrétnej redakcie, tlačiarne či spojov. **Základná štruktúra čísla sa teda mení iba pri výnimočných udalostiach, ktorým treba v čísle venovať mimoriadnu pozornosť a priestor.** Vtedy sa z čísla vypúšťajú výpovede o menej dôležitých daniach. Ak to nestačí, spravidla vypadávajú texty, ktoré prinášajú iné masovokomunikačné prostriedky. Takýto postup iste nie je ideálny. **Za métu hodnú dosiahnutia treba považovať výsledok postupu, pri ktorom sa rozsah periodika zväčší o toľko, koľko priestoru treba na pokrytie výnimočnej udalosti.** Vtedy sa základná štruktúra nemusí významnejšie narušiť, aj v takomto čísle čitateľ nachádza všetko, čo tam hľadá každodenne.

Pestrosť a mnohotvárnosť spoločenskej reality, ktorú noviny odrážajú, obmedzený, aj keď postupne sa zväčšujúci rozsah našich denníkov, ale aj skutočnosť, že pri tvorbe štruktúry nikdy zrejme nebudú rozhodovať iba tematické, ale napr. aj žánrové zretele (už spomínaný protiklad spravodajstva a publicistiky), zapričihujú, že v štruktúre slovenských novinárskych celkov neprevládajú „čisté“ strany. Monotematické strany si vlastne zo všetkých celoslovenských denníkov udržiavajú predovšetkým tematicke: vnútropolitická, zahraničnopolitická a športovo-telovýchovná. **Preto sa v práci denníkov uplatňuje princíp tzv. dominanty**, to znamená, že výpovede z určitej tematickej oblasti na nej prevládajú, kým zvyšok pokrývajú iné texty. Tento prístup k tvorbe strany či dvojstrany v sebe skrýva aj nebezpečenstvá. Nerovnorodé výpovede, zalomené vedľa seba a neraz formálne od seba striktno oddelené, sotva vytvoria

zo strany či dvojstrany opravdivý systém. Preto zrejme správnejší je tento postup: menej frekventované tematické oblasti neprinášať v každom čísle, ale radšie, pravda, vtedy im venovať relatívne uzatvorený a dostatočne veľký priestor (stranu, dvojstranu). Aj vtedy sa však príslušná tematická oblasť má v novinách objavovať rytmicky, teda v pravidelných intervaloch, aby čitateľ vedel, kedy čo môže očakávať.

Rovnako zaujímavou je otázka štruktúry čísla v jeho ďalších vydaniach.¹⁹ Tu treba vychádzať z charakteru vydania a podľa toho si určiť princípy mutácií.²⁰ Ak príslušné vydanie určuje len časový aspekt, staršie a menej významné výpovede sa nahrádzajú čerstvejšími a dôležitejšími. Ak však ide o vydanie vychádzajúce z územného princípu, texty o vzdialenejších udalostiach sa nahrádzajú textami o bližších, či priamo „domáciach“ udalostiach. Samozrejme, že časový a územný aspekt sa môžu spájať.

Pre tvorbu obsahu i formovo vyváženej makety novín nemáme zatiaľ v slovenčine jednotný pojem. Niektorí teoretici používajú termín komponovanie, ktorý sa však spája len s jednou stránkou tejto činnosti (s tvorbou kompozície), ale nie s jej druhou stránkou (s tvorbou štruktúry). Tvorba makety vyžaduje od nositeľov tejto činnosti nemalé predpoklady či schopnosti. Tak napríklad podľa francúzskych teoretikov, ktorí pre tento súbor postupov rovnako používajú termín komponovanie (la mise en page), je v ňom „trochu mágie, veľa schopností tvoriť, veľa intuície a umelecký vkus“²¹. A hoci výpočet podobných vzletných predpokladov na túto činnosť by sa iste dal rozšíriť, hádam aj on prezrádza, že predpokladá špecifické a pomerne rôznorodé schopnosti. **Veď tvorba makety je usporadúvaním, a teda aj hierarchizovaním novinárskych a nenovinárskych výpovedí, ktoré samy osebe (neusporiadané a nehierarchizované) by podávali roztrieštený, a teda pokrivený obraz o dianí v tematických oblastiach, ktoré periodikum pokrýva.** Tvorba makety je teda výsostne tvorivou činnosťou. Zrejme sa skladá z dvoch stránok. **Prvou je organizácia rukopisov v čísle, v tematických blokoch, na stranách i medzi sebou.** Ako sa už neraz konštatovalo, špecifickou a charakteristickou črtou novinárskeho textu je skutočnosť, že svoju úlohu či poslanie plní len v rámci istej zostavy, s inými výpovedami (novinárskymi i nenovinárskymi), a teda aj jeho účinok závisí čiastočne od istého ich zoskupenia. **A druhou je ich vzhľad, výzor, prezentácia.** „Aby vznikli noviny“, vraví Dimitr Georgiev, „je potrebný proces réžie a proces grafickej architektúry. Predmetom réžie novín je tvorba monolitného orgánu s harmonicky zladenými a koordinovane pôsobiacimi črtami“. Teda „réžia“ a „architektúra“ novín. Iní autori uvádzajú „kompozíciu“ a „expozíciu“, „štruktúru“ a „grafiku“, alebo „vonkajšiu formu“ a „vnútornú formu“. Napriek rozdielnym pojmom väčšina novinovedcov si uvedomuje, že tvorbu čísla nemožno zužovať (ako sa to, žiaľ, robí) na grafickú úpravu. Už aj preto nie, že vonkajšia forma je podriadená forme vnútornej. „Pod vnútornou štruktúrou novín“, vraví ten istý autor, „rozumieme také jej črty, ktoré vnímame v procese samotného čítania. Spája sa s obsahom novín, so sociálnou informáciou v nich uloženou, s ich špecifickosťou a individualnosťou. Preto vo vzťahu k vonkajšej štruktúre má vedúce postavenie“²² Ešte presnejšie pojem „štruktúra“ objasňuje S. I. Galkin, ktorý pod ňou rozumie „rozdelenie základných častí (rusky „razdelov“, pozn. J. V.) a rubriek v novinách, konkrétne vzájomnú podriadenosť, spojitosť prvkov utriedenia, spôsob zoradenia základných častí a stálych rubriek v čísle (alebo jednotlivých dňoch týždňa – časový aspekt), ich rozloženie a organizáciu v čísle (priestorový aspekt) v závislosti od ich významu, aktuálnosti a operatívnosti, vytvorenie náležitých žánrových, rozmerových a iných propozícií podľa typu a tradícií periodika. Štruktúra novín sa môže naplňať v grafikone...“²³

Ak uplatníme systémový prístup, možno v tomto zmysle hovoriť o štruktúre novín, čísla, tematického bloku, dvojstrany a strany... Štruktúra jednotky nižšieho radu prítom vychádza zo štruktúry jednotky vyššieho radu. Ak sa prítom hovorí o nadradenosti vnútornej formy (štruktúry), to, samozrejme, neznamená, že vonkajšia forma (kompozícia) na ňu nevplyva. Formát, počet strán a pod., teda prvky vonkajšej formy výrazne ovplyvňujú formu vnútornú. Ostáva už len zodpovedať otázku, ktorý z uvedených termínov použiť na označenie dvoch súvzťažných činností, ktorých výsledkom je novinársky celok v redakčnej etape jeho tvorby. Nazdáme sa, že najvhodnejšie sú termíny „vnútorná“ a „vonkajšia“ forma, lebo aj tu aj tam ide o vonkajšiu podobu, výzor, vzhľad, tvar, o prejav existencie obsahu, daný v prvom prípade vnútornými väzbami blokov, strán a novinárskych výpovedí medzi sebou, kým v druhom prípade je determinovaný rozložením a zosúladením grafických prvkov do uceleného systému.

Výsledkom oboch týchto korelačných činností je zdanlivý paradox: **na jednej strane vydelená a na druhej strane s ďalšími novinárskymi prejavmi zjednotená výpoveď**. Možno teda povedať, že pri tvorbe formy periodika **vydelujeme prvky, aby sme ich zjednotili a naopak – zjednocujeme prvky, aby sme ich vydelili**.

CESTA RUKOPISU V REDAKCII

Nie všetky novinárske prejavy, ktoré periodiká uverejňujú, vznikajú v redakcii. Autorom novinárskej (textovej i obrazovej) výpovede môže byť každý, kto dokáže novinársky tvoriť. V tomto zmysle rozlišujeme novinára od redaktora. **Pod redaktorom rozumieme novinára, ktorý pracuje v redakcii a spolupriluže periodikom účasťou na tvorbe novinárskeho celku. Za novinára naproti tomu pokladáme jedinca obdareného istými vlohami – novinárskymi.**

V minulosti sa do novinárskeho celku zaradovoval dosť veľký počet výpovedí, ktoré vznikali bez zásluh príslušnej redakcie. A hoci ani v súčasnosti nemožno vylúčiť prípady, keď redakcia uverejní neobjednaný rukopis, predsa len podobné situácie sú zriedkavejšie než v minulosti. Kde hľadať príčinu tohto javu? Predovšetkým v tom, že **novinársky celok je dnes výslednicou cieľavedomejšej práce než kedysi**. Z redakčnej práce mizne živelnosť. Redakcie nielenže vedia, čo chcú, ale aj poznajú spôsoby, ako to dosiahnuť. Hoci sa nechávajú inšpirovať, aj samy inšpirujú. Zväčša žiadajú prejav na konkrétnu tému, ba dokonca navrhujú aj jeho spracovanie. To preto, že obyčajne nie je problémom, čo dať, ale – čo nedať do novín.

Novinárske prejavy teda vznikajú v redakcii i mimo nej. Rukopisy, ktoré nenapísali redaktori, putujú najprv do toho oddelenia, kam tematicky patria. Oddelenia však nie sú najnižšími redakčnými inštanciami, tými vždy boli redaktori s príslušnými pridelenými rezortmi. Množstvo rezortov redaktora závisí od charakteru periodika a od počtu tvorivých pracovníkov oddelenia. **Cesta rukopisu v redakcii sa začína u redaktora, ktorý má príslušný rezort na starosti. Postup prác na rukopise býva rôzny, často je daný redaktorovým naturelom. Vcelku sa však rozpadá na dve etapy.** V prvej etape sa zisťuje, či je rukopis **uverejniteľný**. Ak z nejakého dôvodu (neprináša nič nové, je zle zoštruktúrovaný, nemá požadovanú jazykovú či štylistickú úroveň) nie je uverejniteľný, vracia sa autorovi (väčšina našich redakcií však nevyžadované rukopisy nevracia), alebo sa odkladá. **Druhá etapa sa rovná apretúre, resp. apretovaniu.** Pritom pod týmito pojmami sa môže rozumieť všeličo: od najjednoduchších zásahov do textu (napr. úprava pravopisných chýb) až po jeho preštruktúrovanie, preštylizovanie, a teda prepísanie. **Ale aj v prípade, ak do výpovede netreba zasahovať, musia sa jeho náležitosti (najmä faktografické) overiť;** neúcta k faktom sa nedá v žurnalistike ničím ospravedlniť; ani povestným redakčným tempom. Napokon je v záujme každej redakcie, aby si veci, o ktorých píše, overovala, lebo lajdáckosť čitateľa rýchlo odhalia, a takéto periodikum stráca dôveryhodnosť, čo sa v konečnom dôsledku nemôže neprejavit' stratou záujmu recipientov oň, prípadne povrchnosť môže niekedy viesť až k súdnym dohrám. **Redaktor má pritom jednotaj na zreteľ miesto výpovede v rezorte, do ktorého text patrí, preto túto etapu redakčnej práce nad rukopisom možno nazvať prvostupňovým redigovaním. Zapretovaný a prípadne prepísaný rukopis prechádza k vedúcemu oddelenia, ktorý je nositeľom druhostupňového redigovania.** Vedúci zásadne číta všetky rukopisy, ktoré mu dodali podriadení pracovníci. Ak treba, zapretuje ich a dá ich prepísať. Základnú apretúru by však vždy mal robiť redaktor, ktorý rukopis dodal. Iba v prípade, že autorom článku je redaktor, robí ju vedúci oddelenia. Vtedy by však predsa len mala mať iný ráz ako pri externistovom texte. Internista by predsa len mal lepšie poznať požiadavky redakcie, jej štýl, ako spolupracovník. Samozrejme, že aj tu výnimky potvrdzujú pravidlo. Z rukopisov, ktoré vedúcemu dodali redaktori jeho oddelenia, robí tento funkcionár výber: **premýšlenú skladbu článkov, ktoré predstavujú vklad oddelenia do tváre pripravovaného čísla.** Niekedy môže ísť o tematický blok, resp. o súbor strán, o stranu či rubriku, inokedy príspevky oddelenia nemusia mať presne vymedzený a kompaktný priestor. Vybrané a ošifrované príspevky potom odchádzajú do politického a výrobného sekretariátu, k hlavnému

sekretárovi, prípadne k sekretárovi či k vedúcemu vydania, ktorý ich všetky číta. Ak má k rukopisom formálne výhrady, vracia ich do oddelenia, ktoré ho dodalo, ak má pochybnosti iného druhu, dá rukopis prečítať šéfredaktorovi či jeho zástupcovi. Predpokladá sa, že šéfredaktor číta všetky zásadnejšie prejavy. **Hlavný sekretár** (prípadne sekretár, alebo vedúci vydania) vytvára spolu s technickým sekretárom konkrétnu podobu budúceho čísla, ktorej sa vraví maketa. Okrem toho zodpovedá v redakcii (nie navonok) za novinový celok po všetkých stránkach, preto **predstavuje tretí stupeň redigovania**. Z textov, ktoré prichádzajú do sekretariátu, robí výber, aby so spolupracovníkmi vytvoril obsahovo i formovo vyváženú maketu čísla. Noviny už dávno nie sú zhlukom náhodne pozbieraných textov. V štruktúre i kompozícii textových i obrazových výpovedí je vyjadrená žurnalistická úloha periodika, ktorú si určuje samotné periodikum. Zároveň sa v nich zohľadňujú aj záujmy čitateľov. Najmä v modernej tlači sa novinárstvo nechápe ako jednosmerný proces – od redakcie k čitateľovi. Ciele redakcie významne modifikujú práve recipienti.

Novinárska práca je spoločenská činnosť. Preto v procese tvorby novinárskeho celku hrajú spoločenské aspekty významnú úlohu. **Novinárske prejavy sa pretláčajú na exponované priestory predovšetkým na základe svojej spoločenskej dôležitosti.** Netreba však zabúdať, že noviny sú tým spoločensky účinnějšíe, čím sú novinárskejšie, to znamená, čím viac využívajú zákonitosti tvorby novinárskych prejavov i celkov. Preto pri modelovaní novinárskeho celku treba rešpektovať tak obsahové, ako aj formové zákonitosti tvorby. Popri spoločenských aspektoch rozhodujú pri tvorbe novinárskeho celku aj hospodárske aspekty, ku ktorým rátame najmä inzerciu.

Pri tvorbe konkrétnej makety čísla sekretariát vychádza z prideleného priestoru a z prejavov, ktorými chce priestor zaplniť. Rozsah našich novín je v porovnaní s vyspelými krajinami stále malý, pričom v rôznych dňoch týždňa je rôzny. Počet strán čísla určuje základnú podobu novín. Pri dvanásťstranovom čísle býva skladba iná ako pri dvadsaťštyristranovom či tridsaťdvastranovom. Čísla s rovnakým počtom strán majú rovnakú základnú podobu. Líšia sa najmä rozsahovo rôzne čísla, ale ani tie nie zásadne.

Už neraz sme zdôrazňovali, že novinárske prejavy sa k čitateľovi dostávajú iba v štruktúre novinárskeho celku. Ako vieme, novinársky celok je súborom novinárskych i nenovinárskych prejavov. **Novinárske prejavy nie sú len výslednicou činnosti novinára, ale aj umelca, vedca, propagačného pracovníka.** V istých kontextoch majú v novinách svoje miesto, ale ich neprofilujú. **Novinárske prejavy sa členia na dve veľké žánrové skupiny – na novinárske spravodajstvo a na novinársku publicistiku.** V oboch skupinách jestvuje viacero žánrov. Najmä novinárska publicistika je rozvetvená, pričom časť z nej používa racionálne, časť emocionálne postupy. **Novinárske spravodajstvo však nie je striktné oddelené od publicistiky.** V oboch skupinách jestvujú žánre, ktoré stoja na ich rozhraní. **Zaradenie do žánrovej skupiny bezpochyby hrá istú úlohu pri tvorbe makety čísla.** Každé noviny majú niektoré strany prevažne spravodajské a niektoré prevažne publicistické. (Prax anglo-amerického novinárstva naproti tomu pomerne prísne oddeľuje spravodajstvo od stanoviskových textov, pričom vychádza z teórie, že v prvej skupine žánrov sa má novinár usilovať o maximálne dosiahnuteľnú objektivnosť, kým v druhej má právo na subjektivnosť. A to, že ide práve o texty so subjektívnymi názormi, sa čitateľ dozvedá už z ich zaradenia na strany vyhradené stanoviskám.) Žánre sa však realizujú na látke z niektorej tematickej oblasti a tie sa zasa členia na vnútropolitické a zahraničnopolitické. S týmto delením by však moderné noviny nevystačili. Vnútorná politika sa ďalej člení na ekonomiku, kultúru, vedu, šport atď'. A podobne by sa dali vyrátať rôzne tematické oblasti v zahraničnej politike. **Tematické oblasti sú ďalším kritériom, ktoré zaväzujú pri tvorbe makety čísla.** Napokon nemožno obísť ani tzv. exponovanosť strán, pod ktorou rozumieme skutočnosť, že nie všetky strany rovnako pútajú pozornosť.

Noviny sa však nečlenia iba na strany, lebo **samotná strana predstavuje štruktúrálnu diferencovanú celok**, kde nie všetky priestory sú rovnako exponované. Pri tvorbe makety čísla sa vcelku uplatňuje zásada, že najdôležitejšie prejavy patria na najexponovanejšie strany (predovšetkým na prvú) a na stranách – na najexponovanejšie plochy. Pravda, otázka, čo je najdôležitejšie, je dosť komplikovaná. Ani najskúsenejší sekretár sa nevyhne subjektivite. Ukazuje sa, že pri vytváraní makety čísla sa treba opierať o počítateľa, ktoré pri správnom zakódovaní dokážu vypočítať redakcii maximálny variant kompozično-grafického modelu novín.

V minulosti oddelenia (vtedy sa nazývali rubrikami) mali v organizačnej štruktúre redakcie pomerne samostatné postavenie, aspoň v tom zmysle, že definitívne rozhodovali o tom, čo sa na ich priestor (stranu) dostane. Zrejme to bolo nutné, lebo každé oddelenie malo v žurnalistickom celku presne vymedzenú plochu. Novinársky celok sa teda štruktúralne členil na celku samostatné tematické strany. V modernom novinárstve toto pomerne ostré rozlíšenie strán „padlo“, preto niektoré plochy pokrývajú prejavy z rôznych tematických oblastí a na ich tvorbu sa spolupodieľa niekoľko oddelení. Isté pozostatky z minulosti tu však zostali a, čo je najzaujímavejšie, nechcú sa podvoliť koordinácii niektorého útvaru, ktorý stojí nad príslušným tematickým oddelením (napr. sekretariátu). Na jednej strane sa síce dovoľávame koordinovaného pôsobenia čísla či niekoľkých čísel (novín či časopisu), lenže koordinované pôsobiť môže iba skordinovaný novinársky celok. A za taký sotva možno označiť výtlačok zložený z rukopisov, ktoré v redakcii neprešli zhruba rovnakou cestou. Tieto vývody iste nemožno vždy absolutizovať, ale... Lenže bud' me konkrétni:

Cesta rukopisu v redakcii závisí okrem iného od toho, kto je jeho autorom. Zväčša býva dlhšia pri novinárskych výpovediach externistov než pri výpovediach internistov (zväčša preto, lebo ojedineho, najmä vtedy, ak autorom je významná osobnosť, externistov text môže ísť priamo k funkcionárovi, ktorý ho zaradí do čísla). Externistov prejav prechádza k rezortnému redaktorovi, od toho k vedúcemu oddelenia a napokon k sekretárovi. (Ponechajme stranou prípady, ak cesta prispievku je ešte komplikovanejšia, napr. že si ho prečíta aj šéfredaktor.) Ak autorom je internista, cesta rukopisu sa začína u vedúceho oddelenia a končí sa u sekretára. Neprechádza teda tromi selektormi, iba dvomi. A v prípade, že autorom výpovede je vedúci oddelenia, prejav selektuje iba sekretár. Ale ani tým sa počet nerovnakých ciest rukopisov v redakcii nevyčerpáva. Uvádzali sme, že v tejto oblasti pretrvávajú v redakčnej praxi niektoré prežitky minulosti. A tak sa v redakčnej práci ešte stále stretávame so skutočnosťou, že niektoré oddelenia (predovšetkým zahraničných udalostí a športovo-telovýchovné, niekde dokonca aj oddelenie kultúry) si samy zakresľujú strany. Vtedy rukopisy prechádzajú najviac dvoma selektormi (externý autor), ale aj len jedným (interný), prípadne ani jedným (vedúci oddelenia). Pritom všetky ostatné rukopisy smerujú k sekretárovi! V redakcii teda niet človeka, ktorý by mal prehľad o výzore celého čísla. Vtedy sotva možno hovoriť o náležitosti skordinovanom výtlačku. Ťažko potom vylúčiť situáciu, že sa tá istá správa objaví v čísle na dvoch miestach (aj keď v rôznej prezentácii) a ťažko potom zabezpečiť, aby všetky strany novinárskeho celku mali rovnaký štýl grafickej úpravy. Aj keď sa dá sotva dosiahnuť, aby všetky rukopisy prechádzali v redakcii rovnakou či rovnako dlhou cestou, nazdávame sa, že aj tu je možný väčší poriadok. Aspoň v tom, že všetky texty z oddelení budú smerovať do sekretariátu. Možno sa niekomu bude zdať, že sa tým cesta niektorých rukopisov v redakcii predĺži. Napohľad by to naozaj tak mohlo byť. Lenže v práci oddelení možno nájsť takú rezervu, aby sekretariát nepredlžoval púť rukopisu v redakcii. **Z hľadiska jednotného pôsobenia novinárskeho celku je totiž naozaj potrebné, aby istý útvar, funkcionár vtláčal výtlačku jednotnú vonkajšiu i vnútornú formu.**

Požiadavka, aby rukopisy prechádzali v redakcii zhruba rovnakou cestou a navyše niekoľkostupňovou, samozrejme, ešte nezabezpečí, že každý selektor bude textom venovať primeranú pozornosť. „Ak vedúci oddelenia vie, že po ňom ešte niekto bude text čítať a bezprostredne zaň zodpovedať, je tu reálne nebezpečenstvo, že mu nebude venovať primeranú pozornosť.“⁴⁴ Tento poznatok však sotva možno použiť ako argument proti požiadavke, aby rukopisy prechádzali rukami niekoľkých (aspoň dvoch) selektorov, skôr pripomína starú známu pravdu, že formálne niečo zabezpečiť ešte neznamená naozaj zariadiť.

Jednotné pôsobenie redakcie možno dosiahnuť iba vtedy, ak všetky jej útvary sledujú rovnakú politiku. V oblasti organizácie redakčnej práce ju okrem iného možno zabezpečiť tým, že každý rukopis prejde cez to oddelenie, do ktorého daná tematická oblasť patrí. Napohľad je to požiadavka samozrejmiá. Lenže skutočnosť býva iná, lebo oddelenia – ako už vieme – sa nevytvárajú na základe jediného kritéria (tematických oblastí). Preto, ak sa má vylúčiť, aby do periodika prenikli dve novinárske výpovede o rovnakej udalosti, treba mať jednak dôkladne vybudovaný systém toku informácií medzi oddeleniami (teda horizontálny systém) a jednak treba zariadiť, aby vybrate zapretované rukopisy bezpodmienečne smerovali z oddelenia do sekretariátu. Túto požiadavku treba pritom uplatniť nielen v práci dennej, ale aj večernej (či nočnej) redakcie. To sa však nedá dosiahnuť bez rozvetveného systému služieb.

Aká je prax v tomto smere u nás? Služby jestvujú výnimočne vo vnútropolitickom a zásadne v zahraničnopolitickom a športovo-telovýchovnom oddelení. Sú to teda napospol tie ohnivka štruktúrálnej vý-

stavby redakcie, ktoré zaplňajú tzv. vonkajšie, teda aktuálne strany. Spravodajstvo z iných tematických oblastí teda vo večerných a nočných hodinách neprechádza rukami špecializovaného redaktora a dostáva sa do periodika bez vedomia príslušného oddelenia. Túto prax síce možno pochopiť (objem napr. kultúrno-politického spravodajstva je rozhodne menší než povedzme zahraničnopolitického), ale určite nie je ideálna. **Ak už nemožno mať službu v každom oddelení, treba aspoň zabezpečiť, aby o novinárskom prejave (povedzme zo spomínanej oblasti kultúry) rozhodoval vo večerných a nočných hodinách niekto, kto pozná všetky texty príslušného oddelenia pripravované do čísla.** Toto riešenie síce nie je ideálne (za také považujeme služby vo všetkých oddeleniach), ale predsa len je lepšie než stav, keď o texte (textoch) rozhoduje redaktor, ktorý zásadné rukopisy z danej tematickej oblasti nepozná, lebo odišli do tlačiarne v čase, keď v sekretariáte neslúžil, a ktorý navyše nemusí mať k danej problematike primeraný vzťah, a teda ľahko môže vypustiť výpoveď a nahradiť ju inou výpoveďou z inej (najskôr „jeho“) tematickej oblasti, hoci tá je v skutočnosti menej dôležitá. Ak sa tomu má predísť, **redakčnú výrobu čísla musí od začiatku do konca zabezpečovať jediný štáb ľudí.**

Keďže v novinárstve hrá dôležitú úlohu operatívnosť, je zrejme, že každá redakcia by si mala nájsť spôsob, ktorý maximálne zrýchli cestu rukopisu. Treba však zdôrazniť, že by to nemalo ísť na úkor kvality práce na novinárskych i novinárskych výpovediach. **Maximálna rýchlosť pri maximálnej starostlivosti, taký by asi mal byť ideál, hodný dosiahnutia.**

Túto dilemu odstraňujú počítačové systémy, vďaka ktorým si každý člen redakcie môže vyvolať z pamäte seba primeraný diel čísla. Ibaže aj tu treba pamätať na to, že možnosť ešte neznamená istotu, preto treba stanoviť, kto v redakcii má číslo profilovať.

Cesta rukopisu v redakcii vyzbrojenej počítačovým systémom sa od redakcie pracujúcej tradične líši predovšetkým v tom, že tu rukopis „neputuje“ fyzicky, ale počítačovou sieťou. Každý píšuci redaktor má pridelený istý front (*angl.* queue), do ktorého píše svoje výpovede. Okrem neho má do nich prístup aj redaktor, ktorí výpoveď adjustujú v prvom a druhom stupni (vedúci príslušného oddelenia a sekretár, prípadne vedúci vydania). Ak sa počítačovou sieťou dostane do redakcie výpoveď z agentúry (v USA napr. *The Associated Press* a *United Press International* s väčšinou svojich textov priamo vstupujú do mnohých redakčných počítačových systémov) o tej istej udalosti, o ktorej redaktor písal (napr. o záplavách), redaktor zodpovedný za texty, ktoré prichádzajú z agentúry, ju môže premiestniť do frontu príslušného redaktora; ten si ju teda môže „vytiahnuť“ na obrazovku svojho monitora a použiť z nej vo vlastnom texte to, čo potrebuje, resp. čo uzná za vhodné a potrebné. Keď to urobí, odošle svoj text adjustátorom na ďalšie spracovanie. Výpovede sa vo frontoch skladujú zvyčajne deň a potom sa automaticky zotierajú z pamäte. Pre prípad, že text hovorí o udalosti, ktorá sa môže ďalej vyvíjať, možno ho uložiť aj na dlhšie. Teda nie všetci redaktori majú prístup do všetkých frontov. Samozrejme, že redaktori, ktorí robia poslednú selekciu a úpravu výpovedí, resp. zalamujú číslo, túto možnosť majú (ide najmä o sekretárov, prípadne vedúcich vydání, resp. šéfredaktora a jeho zástupcov). Ale už adjustátori na nižšej úrovni (napr. vedúci oddelenia) môžu mať prístup len do frontov, ktoré sa týkajú ich tematických oblastí. A napokon radovým redaktorom sú k dispozícii len fronty s ich výpovedami.

Treba však zdôrazniť, že väčšina našich redakcií (najmä na lokálnej a regionálnej úrovni), ktoré používajú počítače, ešte celkom neopustila niekdajšie pracovné postupy. A tak sa stáva, že redaktori píše svoje výpovede na strojoch, písárky im ich prepisujú na počítačoch, tlačia na príručných tlačiarňičkách, aby ich zodpovedný redakčný funkcionár (sekretár, prípadne šéfredaktor) apretoval na výstupne z tlačiarňičky a až potom sa zásahy do textu prenášajú do pamäte. Netreba vari zdôrazňovať, že toto „svojské“ využívanie počítačov nemá veľa spoločné s prácou moderného redaktora.

DRUHY REDAKČNÝCH PORÁD

Jedným z prostriedkov, ako zabezpečiť súčinnosť redaktorov, neredaktorov i redakčných útvarov, sú porady, teda pracovné stretnutia zodpovedných redaktorov (a niekedy aj vybraných ne-

redaktorov), ktoré rozhodujú o širokom okruhu redakčných, najmä výrobných problémov. Pri vypracovaní systému porád si treba predovšetkým presne určiť, čo príslušným druhom chceme dosiahnuť, a potom voliť prostriedky, ktoré nám stanovenú úlohu pomôžu čo najlepšie a v čo najkratšom čase docieľiť. Úspech porady závisí od viacerých činiteľov, konkrétne od:

1. počtu účastníkov (čím väčší počet účastníkov, tým skôr je pravdepodobné, že porada bude nielen dlhá, ale že bude aj odbiehať od hlavnej témy), a tak aj keď ťažko možno upustiť od celoredakčných stretnutí (niektoré otázky treba riešiť v prítomnosti všetkých členov kolektívu), treba ich zvolávať primerane, najskôr raz za mesiac, a uprednostňovať porady menších útvarov,

2. aktivity účastníkov,

3. prípravy diskusie a napokon od

4. réžie porady (na jej začiatok treba zaradiť najdôležitejšie body, lebo vtedy je sústredenosť na problematiku najväčšia, neslobodno zabudnúť ani na prestávku, resp. prestávky, aby sa účastníci mohli uvoľniť, osviežiť sa, prípadne vybaviť si neodkladné veci, a teda aby z porady neodsakovali; ak diskutujúci odbieha od témy, vedúci by ho mal taktné vrátiť do želaných kolají...²⁵

Podľa toho, aké otázky treba riešiť, redakčné porady bývajú na rozličných úrovniach. **Základným typom je výrobná porada, v denníku – denná, v týždenníku – týždenná.** V denníkoch všetkých druhov sa na nej zúčastňuje redakčná rada, ak, pravda, do nej patria všetci vedúci oddelení. V ranníku býva denná výrobná porada zhruba napoludnie – deň pred vyjdením čísla. Vo večerníku sa zvoláva ráno v deň vyjdenia novin. Týždenníky majú výrobné porady zopár dní pred uzávierkami. Náplň výrobných porady je presne daná, preto zvyčajne netrvá dlhšie než 20 až 30 minút (v denníku), resp. 60 minút (v týždenníku). **Najprv sa hodnotí vydané číslo.** Keďže sa hodnotenie robí s malým odstupom, je predbežné. Navyše malo by súvisieť s pripravovaným číslom: skúsenosti získané pri tvorbe vyjdeného čísla slúžia ako pozitívny či negatívny príklad na zdokonalenie makety vyrábaného čísla, lebo **ťažisko dennej, operatívnej porady je práve v otázkach spojených s prácou nad budúcim novinárskym celkom.** Trochu zjednodušene povedané – táto schôdza určuje, koľko plochy prípadne v najbližšom čísle príslušnému oddeleniu. Určené proporcie môžu ešte zmeniť (aj keď nie podstatne) mutácie v ďalších vydaniach. Koncepciu čísla určuje vedenie redakcie, ale za to, že sa naplní, ručí pracovník, zodpovedný za redakčnú etapu výroby periodika (najskôr hlavný sekretár, resp. sekretár, prípadne vedúci vydania). Na základe týždenného plánu a príspevkov, ktoré týždenný plán (pri denníku) nemohol predvídať, načrtne predbežnú maketu čísla. Stručne pritom charakterizuje najdôležitejšie novinárske výpovede. Jeho návrh dopĺňajú ďalší účastníci porady o prejavy, ktoré by v čísle nemali chýbať. Napokon výrobná porada vytipuje udalosti, ktoré sa ešte v ten deň očakávajú (podľa avíz redaktorov, tlačovej kancelárie a iných inštitúcií) a určí, ako ich redakcia obsadí, resp. kde sa príslušné výpovede uverejnia. **Vyrobná porada má teda v mnohom konečné slovo v otázke skladby budúceho čísla.** (To však neznamená, že život nemôže priniesť do skladby čísla aj ďalšie korektúry.) **Okrem toho denná operatívna porada je poslednou etapou kolektívneho rozhodovania o čísle,** lebo po nej sa nové novinárske prejavy dostávajú na plochu periodika na základe individuálneho rozhodnutia.

Keďže plocha našich periodík je obmedzená, denná výrobná porada o čísle je vlastne akýmsi bojom o priestor v novinách. Zodpovedný pracovník, ktorý poradu vedie, by ho mal, samozrejme, viesť usmerniť v žiadúcom smere. Novinárske prejavy, naplánované do vyrábaného čísla v týždennej direktíve, majú byť ešte pred začiatkom porady napísané, zapretované, schválené vedúcim oddelenia, proste pripravené do tlače, a to aj vtedy, ak sa vie, že sa text presúva do ďalšieho čísla. (Výnimkou, sú, pochopiteľne, výpovede o udalostiach, ktoré sa v príslušný deň ešte len odohrajú.)

Na tomto mieste nemožno neuviesť, že už aj redakcie našich denníkov prechádzajú na systém dvoch denných výrobných porád, z ktorých druhá býva popoludní, resp. navečer, pričom v takomto prípade treba, samozrejme, rozlíšiť, na čo sa ktorá zameriava (druhá je ešte konkrétnejšia ako prvá a zacieľuje sa najmä na najaktuálnejšie udalosti, resp. na výpovede, ktoré sú ich odrazom).

Väčšina redakcií našich denníkov pozná tiež **týždenné porady redakčnej rady, nazývané aj plánovacími poradami** (tzv. plánovačky). Prerokujú plán denníka na najbližších šesť dní, preto bývajú obyčajne na konci predchádzajúceho týždňa. Návrh plánu predkladá hlavný sekretár, resp. zástupca šéfredaktora

(ak hlavného sekretára nemajú) na základe podnetov, ktoré dostal z oddelení. Prerokovaný, doplnený a schválený plán sa dáva prepísať. Kópiu týždenného plánu dostáva každý člen redakčnej rady. V niektorých redakciách túto direktívu vyvesujú na viditeľnom mieste. Popri pláne náplňou plánovacích porád môže byť aj široký komplex problémov, ktorý patrí do kompetencie poradného a pomocného orgánu šéfredaktora – redakčnej rady.

Napokon tretím typom redakčných schôdzí, ktoré pozná naša tlač, sú **celoredakčné porady väčšiny pracovníkov redakcie, všetkých redaktorov a vybratých neredaktorov.** Hodnotia prácu redakcie za určitý čas (v prípade denníka za mesiac), pričom ako podklad na toto posudzovanie slúži referát vopred určeného redaktora. Celoredakčná porada obyčajne určuje najlepšie novinárske prejavy, ktoré sa odmeňujú. V ďalšej časti šéfredaktor vystupuje s preslovom o úlohách redakcie v najbližšom období. Celoredakčné porady bývajú často trhom podnetov na prácu redakcie. Niekde hodnotia prácu oddelení na základe poradovníka. Náplň celoredakčných porád môže byť teda veľmi pestrá, daná ochotou redakcie riešiť problémy, s ktorými zápásť. Vcelku možno povedať, že tieto schôdze by mali byť akýmisi „plenárkami“ redakcie, na ktorých jej pracovníci (najmä redaktori, ale nielen oni) vyslovujú názory na úroveň novín, na chod redakcie, na spoluprácu s vydavateľom, s tlačiarňou a pod.

Aj keď táto schéma redakčných schôdzí (1. výrobná, 2. hodnotniaca a plánovacia a 3. celoredakčná) je v praxi našich denníkov najrozšírenejšia, môžu, samozrejme, existovať aj ďalšie. Ak napríklad hodnotniaca a plánovacia porada v redakcii nejestvuje, výrobnú a celoredakčnú poradu môžu dopĺňať schôdze oddelení. A tak ako systém porád nemôže byť dogmou a neslobodno ho bezducho prenášať z jednej redakcie do druhej, aj ich náplň sa z prípadu na prípad rôzni. Vcelku však každá porada splní svoj účel len vtedy, ak je konkrétna a ak rieši len tie problémy, ktoré riešiť má. Preto, napríklad, ak sa má hodnotiť vyjdené číslo, hodnotiaci musí vedieť, na čo sa má zamerať. Tým skôr, že číslo bude posudzovať aj týždenná porada. Redakcie by si preto mali vypracovať istú metodiku hodnotenia, ktorá by okrem iného stanovila rozdiely medzi denným a týždenným posudzovaním. Len vtedy totiž môže vedúci porady žiadať od prítomných, aby hovorili k problému, vecne, čo je nielen jeho právom, ale aj povinnosťou, lebo redakčným časom by sa nemalo plytvať, ak sa má robiť dobrý periodikum. A opäť: metodiku porád možno (a treba) meniť, ak si to vyžadujú podmienky novinárskej činnosti. Aj tu však platí, že každá zmena má byť oprávnená, odôvodnená a podrobne premyslená.

Aj periodiká s redšou periodicitou poznajú všetky tieto typy porád, ibaže si ich prispôbujú svojmu pracovnému rytmu. To znamená, že v týždenníku sa výrobná porada bude konať raz za týždeň, plánovacia – najskôr raz za mesiac a celoredakčná porada asi raz za štvrtrok. Okrem spomínaných, pravidelných porád redakčná prax pozná aj príležitostné či mimoriadne porady, ktoré sa organizujú podľa potreby.

REDAKČNÉ SLUŽBY

Tvorbu novinárskeho celku môžu (ale nemusia) zabezpečovať všetci redaktori. Čím je kolektív početnejší, tým skôr bývajú niektorí tvoriví pracovníci z času na čas oslobodení od bezprostredných úkonov, spojených s redakčnou fázou výroby čísla. Na druhej strane práve vo veľkých kolektívoch nutne vzniká potreba vytvárať akési výkonné skupiny, ktoré:

1. bezprostredne riadia práce spojené s výrobou novinárskeho celku a

2. zabezpečujú redakčný proces takpovediac v mimopracovnom čase. (Práve z tohto dôvodu teória a prax poľského novinárstva člení redakciu na dennú a nočnú, resp. večernú, pričom pod večernou vlastne rozumie našu službu. Zrejme je vhodné prevziať tieto termíny – sú totiž logické a výstižne pomenujúajú skutočnosť.)

Preto si redakcie vytvárajú malé pracovné skupiny, tzv. služby. Ani v otázke organizovania týchto tímov nejestvuje univerzálny, všeobecne platný recept.

Z čoho však služby v redakciách vychádzajú? Predovšetkým sú tu na to, aby v užšom zmysle slova usmerňovali, ale aj uskutočňovali tvorivý redakčný proces. Ako vieme, ten sa nedeje naraz, má zreteľný začiatok i koniec (jeho výsledkom je konkrétny výtlačok novín či časopisu). Novinársky celok sa člení na podcelky – tematické bloky a strany, ktoré vznikajú v redakcii postupne. Niektoré bloky či strany sa pripravujú skôr (tzv. predstihové), iné neskôr (tzv. aktuálne).

Ďalšia vec, na ktorú by sa pri redakčnej výrobe nemalo zabúdať, je jednotné pôsobenie periodika (obsahové i formové). Preto v redakcii by mali byť ľudia, ktorí poznajú aspoň všetky zásadné texty z príslušnej tematickej oblasti, ľudia, ktorých rukami prechádzajú minimálne všetky zásadné tematicky príbuzné výpovede. Môžu nimi byť: alebo sekretár či vedúci vydania (v závislosti od toho, koho redakcia má), či aj ten, aj onen, alebo vedúci oddelení, prípadne redaktori v službe (ak ide o oddelenia, ako napr. zahraničné či športovo-telovýchovné, s pridelenými plochami v novinárskom celku, ktoré vo vlastnej kompetencii definitívne, teda bez „dozoru“ nadriadenej inštancie, pokrývajú pridelený priestor).

Ale aj v oddeleniach, ktoré nemajú pevne vymedzený priestor v periodiku (resp. ktorých tematická oblasť sa kombinuje s inou či dokonca s inými oblasťami), bývajú služby. Najmä časť spravodajstva, ale aj publicistiky, prichádza do redakcie večer či v noci, keď väčšina redaktorov sa už v nej nenachádza. Ncras pritom ide o texty najaktuálnejšie, na ktoré sa takpovediac čaká. A práve pre prípad takýchto výpovedí musia byť v každej redakcii istí ľudia v pohotovosti, aby podobné výpovede vedeli posúdiť, upraviť, zakomponovať a „zaštruktúrovať“ do súboru ostatných textov príslušnej tematickej oblasti, prípadne oblastí.

Večer či v noci sa dejú významné domáce, zahraničné, kultúrne i športovo-telovýchovné podujatia. Preto práve v týchto oddeleniach bývajú najčastejšie služby. (Samozrejme, že systém služieb vychádza zo štruktúry oddelení, preto napr. ak redakcia má spravodajské oddelenie, služby zrejme budú aj v ňom.) Redaktori v službe týchto oddelení rozhodujú o výpovediach z ich oblastí buď s definitívnu platnosťou, alebo v súčinnosti s vyššie postaveným funkcionárom (sekretárom, vedúcim vydania).

Služby sú teda akési redakcie v malom, ktoré zabezpečujú fungovanie tvorivých kolektívov najmä v čase po redakčnej „pracovnej dobe“. Ich zloženie býva rôzne, okrem novinársky tvorivých pracovníkov ich tvoria aj netvoriví pracovníci, ako sú písarky, d'alekopisárky, mechanici, správcovia systémov, jazykovi lektori, preverovateľky a šoféri.

Systém delby služieb medzi funkcionármi (teda medzi sekretármi či vedúcimi vydania, prípadne medzi sekretárom a vedúcim vydania či vedúcimi vydania) je už vecou príslušného tvorivého kolektívu. Keďže však (ako sme napokon už povedali) v redakcii by mal byť niekto, kto pozná celý obsah príslušného periodika (prípadne aspoň jeho tematických blokov), na čele služieb by mali stáť najskúsenejší redakční funkcionári, ktorí sa podieľajú na výrobe čísla v jeho predstihovej i bezprostredne aktuálnej etape. Ak sú traja, prvý deň môže mať jeden z nich krátku službu (vtedy pripravuje predstihové strany), druhý deň – dlhú (prípravuje aktuálne strany a vedie všetky práce na vyrábanom čísle až po vytlačenie signálnych výtlačkov) a napokon tretí deň – má voľno, aby sa zregeneroval a pripravil na ďalší výrobný cyklus.

V takomto prípade krátka služba sa začína dva dni pred vyjdením periodika (povedzme, že sa začína o 9,00 hod. a končí sa zhruba o 19,00 hod.), keď, ako sme povedali, sa pripravujú predstihové, zväčša publicistické, vnútorné strany. Sekretár (resp. vedúci vydania) v krátkej službe má k dispozícii technického sekretára (ak ho, pravda, nerobí sám), ktorý nastupuje do práce povedzme o 10,30 hod. a odchádza z nej so súhlasom svojho nadriadeného o 18,00 hod. po zalomení všetkých predstihových strán.

Na druhý deň má ten istý sekretár tzv. dlhú službu. Začína sa rovnako ako krátka služba, o 9,00 hod., ale končí sa niekedy po polnoci, keď sa začína tlačiť posledné vydanie. Najprv skomponuje návrh plánu vyrábaného čísla (vychádza s dátumom nasledujúceho dňa), ktorý predloží na posúdenie výrobnej porade povedzme o 13,00 hod. Po nej začína schválený plán realizovať. Pomáha mu pritom kolektív, v ktorom sú títo členovia: technický sekretár, redaktori z oddelení, kde sú služby, písarky, preverovateľka, mechanik, jazykový lektor, doručovateľ a šoféri.

U sekretára sa schádza všetko textové i obrazové spravodajstvo z oddelení, z TA SR, prípadne z iných spravodajských agentúr. Gramatickú a štylistickú normu kontroluje jazyková lektorka. Názvy miest, organizácií, mená a funkcie overuje tzv. preverovateľka. Okrem prác typických pre jej funkciu d'alekopisárka má na starosti aj prisun textov z d'alekopisov.

Sekretár v dlhej službe vlastne zastupuje vedenie redakcie. Výnimočne, napr. pri výmene ťažiskových novinárskych prejavov (úvodníka, komentára a pod.), konzultuje (zväčša telefonicky) so šéfredaktorom, prípadne s jeho zástupcami. Jeho rukami prechádzajú všetky rukopisy určené do čísla, s výnimkou tých, ktoré sa definitívne tvoria v príslušných oddeleniach. Len s jeho súhlasom sa môžu tlačiť. Ak po vyjdení prvých čísel sa v periodiku nájde veľmi vážna chyba, môže dať zastaviť rotačný stroj.

Spravodajstvo všetkého druhu sekretárovi upravujú a spracúvajú redaktori v službe.

Vnútropolitický redaktor nastupuje do služby o 13,00 hod. a odchádza z nej prakticky po skončení vysielenia domáceho agentúrneho spravodajstva o 23,00 hod. Spracúva aj rukopisy z iných (interných aj externých) zdrojov. Ak treba, číta aj ďalšie výpovede, ktoré mu pridelí sekretár. Na jeho pokyn číta a koriguje obťahy. Z práce odchádza len s jeho súhlasom. V službách sa môžu striedať všetci redaktori, alebo len niektorí (vopred na ňu určení) internisti i externisti. Zahraničný redaktor nastupuje do služby povedzme o 15,30 hod. a odchádza z nej so súhlasom politického sekretára po spracovaní agentúrneho servisu a iných rukopisov (napr. od zahraničných domácich súťaží, o 23,00 hod. S pomocou technického sekretára si zakresľuje „svoju“ stranu a v tlačiarňi dozerá na jej zalamovanie.

Služba v športovo-telovýchovnom oddelení sa začína povedzme o 17,00 hod. a končí sa prijatím posledného agentúrneho spravodajstva. Do 17,00 hod. pôvodné texty pripravujú redaktori v službe kolegovia z oddelenia. Aj tu sa internisti môžu striedať v službe s externistami. Ak sa očakáva väčší prísun textov (počas vrcholných domácich súťaží, majstrovstiev Európy a sveta, olympijských hier a pod.), služba sa môže rozšíriť o ďalších internistov či externistov.

Po dlhej službe má sekretár voľný deň.

Prepracovaný systém služieb môže, samozrejme, vyzerat' aj inakšie, ibaže z hľadiska redakčnej výroby novín najvýznamnejšie „pohotovosti“ budú opäť v sekretariáte a vo vybraných oddeleniach.

V koordinačnom centre redakcie sa napr. denne striedajú dve samostatné dvojice (politický a technický sekretár). Politický sekretár v službe plní úlohy vedúceho vydania až do uzávierky prvého vydania (povedzme o 18,00 hod.).

Pri nástupe do práce preberie od hlavného sekretára rukopisy, o ktorých denná výrobná porada rozhodla, že pôjdu do čísla. Skontroluje ich a určí im priestor, resp. sadzbu (ak to, pravda, už neurobil hlavný sekretár, alebo výrobná porada). Službukonajúci politický sekretár má z každého oddelenia poruke po jednom redaktorovi, ktorý podľa jeho pokynov spracúva spravodajstvo z tlačovej agentúry či z iného zdroja (zväčša určuje, čo, ako a dokedy chce mať zapretované). Rozpisy služieb v oddeleniach určujú vedúci. Striedajú sa v nich všetci zapracovaní redaktori, vrátane vedúcich. Služby spravidla trvajú týždeň. Politický sekretár postupuje rukopisy technickému sekretárovi, ktorý ich predpisuje a zakresľuje do zrkadiel (zahraničnú a športovo-telovýchovnú stranu či strany si môžu zakresľovať príslušné oddelenia). Mutačná, resp. nočná služba nastupuje povedzme o 17,00 hod. Hlavnému mutátorovi odovzdá službu politický sekretár, ktorý však zostáva v redakcii až do vytlačenia prvých výtlačkov prvého vydania, aby ich s mutátorom prekontroloval. Popri vedúcim mutáčnu službu tvoria napr.: technický sekretár (zo služby, ktorá trvá od 13,00 zhruba do 24,00 hod., odchádza po kontrole posledného vydania) a mutátor „aktuálnych“ oddelení: napr. domácich udalostí, zahraničných udalostí a športovo-telovýchovného oddelenia. V mutačných službách, ktoré sa končia pred vyjdením posledného vydania, sa strieda asi dvadsať redaktorov.

Inak môže v nedeľu vznikat' pondelník. Na čele jeho redakcie stojí vedúci s právomocou šéfredaktora. V tejto funkcii sa strieda užšie vedenie (okrem šéfredaktora) a vedúci troch oddelení (zahraničných udalostí, domácich udalostí a ekonomického). Vedúci nastupuje do práce o 12,00 hod. Má poruke redaktora domácich a redaktora zahraničných udalostí a celé športovo-telovýchovné oddelenie. (To preto, lebo pondelník prináša väčšie množstvo športových a telovýchovných textov.) V nedeľu popoludní môžu v redakcii slúžiť aj zmluvní externí spravodajcovia. Úlohy technického sekretára plní vedúci vydania pondelníka.

V redakcii môžu jestvovat' aj tzv. domáce služby užšieho vedenia redakcie, v ktorých sa strieda šéf-redaktor, jeho zástupcovia a hlavný sekretár. Ako už názov prezrádza, je to služba „na telefóne“, doma, kam príslušný funkcionár dostáva prvé vydanie novín a ktorý rozhoduje o mutáciách v ďalších vydaniach.

V inej redakcii vedúcich vydania môžu robiť dvaja politickí sekretári, ktorí sa striedajú v službe po dvoch dňoch. Aby mohli úspešne zabezpečovať práce spojené s redakčnou výrobou čísla, v každom oddelení majú k dispozícii po jednom redaktorovi. Redaktor zahraničných udalostí a športovo-telovýchovný redaktor slúžia až do skončenia vysielania agentúrneho spravodajstva. Ostatní redaktori majú pohotovosť do 19,00 hod. Dennú službu dopĺňa technický sekretár. Ak sú dvaja, striedajú sa v službe po jednom dni. Dve jazykové lektorky, a zároveň aj korektorky, nastupujú do práce a odchádzajú z nej takto: prvá prichádza povedzme o 9,00 hod. a odchádza o 15,00 hod., druhá prichádza o 15,00 hod. a odchádza o 19,00 hod.

V nedeľu sa služba pre všetkých (teda pre politického a technického sekretára, jazykovú lektorku, redaktora zahraničných udalostí, športovo-telovýchovného redaktora a redaktora kultúry začína o 12,00 hod. Redaktor kultúry odchádza zo služby so súhlasom politického sekretára – po odovzdaní potrebných rukopisov. Politický a technický sekretár, redaktor zahraničných udalostí a športovo-telovýchovný redaktor zostávajú v redakcii do uzávierky (povedzme asi do 21,40 hod.).

V iných novinách záverečnú etapu redakčnej výroby čísla zabezpečujú dvaja vedúci vydania, ktorí sa v službe striedajú.

Vedúci vydania nastupuje do služby napr. o 9,00 hod. a odchádza z nej o 22,00 hod. Organizačne patrí do politicko-výrobného sekretariátu, takže zároveň plní aj funkciu politického sekretára (zodpovedá za rukopisy). Zásadné novinárske prejavy však číta hlavný sekretár.

Po skončení bežného pracovného dňa v redakcii (povedzme po 16,00 hod.) vedúci vydania zastupuje vedenie. Riadi tzv. združenú smenu, v ktorej sú okrem neho aj redaktori, technický sekretár, doručovateľka, pisárky a vodiči. V týchto výkonných tímoch, ktoré slúžia denne od 12,00 do 20,00 hod., sa redaktori striedajú po týždni. Pracujú podľa pokynov vedúceho vydania: upravujú agentúrne správy, čítajú obťahy a pod. Do združených smien nepatria redaktori oddelenia zahraničných udalostí a športovo-telovýchovného oddelenia, lebo slúžia v oddeleniach. Dvaja technickí sekretári, ktorí cizelujú vzhľad novín, sa v službách striedajú rovnako ako vedúci vydania.

V nedeľných službách, ktoré trvajú od 13,00 do 22,00 hod., sa striedajú vedúci oddelení (vo funkcii vedúcich vydaní) a dvaja vedúci vydania. Inak sa v ničom nelíšia od bežných služieb.

Poznámky

¹ Veľas, Štefan: Novinárske techniky v tvorivom procese komunikátu. V: Otázky žurnalistiky, roč. XL, číslo 2. Bratislava, Národné centrum mediálnej komunikácie – Novinársky študijný ústav vo vydavateľstve SAP 1997, s. 124.

² Ivanová-Šalingová, M. – Maniková, Z.: Slovník cudzích slov. A/Z. Bratislava, Slovenské pedagogické nakladateľstvo 1979, s. 567.

³ Slovník slovenského jazyka III, P–R. Bratislava, Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied 1963, s. 711.

⁴ Slovník slovenského jazyka I, a–k. Bratislava, Vydavateľstvo slovenskej akadémie vied 1959, s. 41.

⁵ Garlicki, Boleslaw: Metodyka redagowania gazety. C. d., s. 11.

⁶ Maketa (z fr. maquette) je model čísla novín alebo časopisu, plán rozmiestnenia novinárskych a nenovinárskych prejavov na zrkadlách strán. Najčastejšie vzniká v sekretariáte a jej spoluautorami sú sekretári (politickí a technickí, niekedy nazývaní aj výrobní). Výnimočne vytvárajú časti makety (teda zrkadlá strán) príslušné tematické oddelenia, najčastejšie zahraničné a športovo-telovýchovné. Pri jej tvorbe sa vychádza z tzv. pevných komponentov, teda z rozloženia jednotlivých tematických oblastí na isté strany. Aby sa čitateľ mohol v čísle ľahko a pohotovo orientovať, redakcia zaplňa určité strany rovnorodými novinárskymi výpoveďami. Takzvané premenlivé komponenty, naopak, predstavujú tie zložky, ktorými sa odlišuje číslo od čísla. Ak denníky vychádzajú v rôznych dňoch na nerovnakom počte strán, aj pevné komponenty sa z prípadu na prípad líšia. Redakcie sa snažia vytvárať obsahovo i formovo vyváženú maketu čísla.

⁷ Guéry, Louis: Sekretariát redakcie. Od rukopisu po zrkadlo, c. d., s. 3.

⁸ Tlačová beseda je pracovné stretnutie, na ktorom novinári žiadajú zástupcov inštitúcií o stanovisko k nejakej udalosti, problému. Na rozdiel od tlačovej konferencie (pozri nižšie!), iniciatíva pri zvolaní tlačovej besedy vychádza od novinárov. Preto tlačovú besedu organizujú žurnalisti cez svoju inštitúciu, teda cez syndikát, združenie, resp. cez ich sekcie či kluby.

⁹ Tlačová konferencia je pracovné stretnutie, na ktorom zodpovední štátni a politickí činitelia, resp. zástupcovia inštitúcií odovzdávajú novinárom dôležité informácie. Usporadúva sa alebo pravidelne (v presne určenom čase), alebo podľa potreby (napr. pri príležitosti významnej diplomatickej návštevy). Pribeh tlačovej konferencie môže byť zhruba štvoraký:

1. zvolávajúci prečíta vyhlásenie,
2. odpovedá na otázky novinárov (niekedy musia byť vopred písomne doručené),
3. vyhlásenie sa dopĺňa otázkami novinárov a odpoveďami zvolávajúceho,
4. zástupcom tlače sa odovzdá písomné vyhlásenie zvolávajúceho.

¹⁰ Pozri: Schramm, W.: Men, Messages, and Media. New York, Evanston, San Francisco, London, Harper and Row, Publishers 1973, s. 140.

¹¹ Bagdikian, Ben H.: The Information Machines. New York, Evanston, San Francisco, London 1971, Harper and Row, Publishers, s. 112.

¹² Black, Jay – Bryant, Jennings: Introduction to Mass Communication. Dubuque, IA 52001, WCB Group 1992, s. 97.

¹³ Podľa Harrigan, Jane T.: The Editorial Eye. New York, St. Martin's Press 1993, s. 4.

¹⁴ Brooks, Brian S. – Kennedy, George – Moen, Daryl R. – Ranly, Don: News Reporting and Writing. New York, St. Martin's Press 1988, s. 41.

¹⁵ Vatrál, Jozef: Niekoľko poznámok k typografii novín a časopisov. V: Žurnalistika XXIII–XXIV. Zborník FiF UK. Bratislava, Univerzita Komenského 1997, s. 91.

¹⁶ Filikom, Vojtech: Veda a jej metóda. V: Filozofia, čís. 6. Bratislava, Veda 1971, s. 607.

¹⁷ Krátky slovník slovenského jazyka. Bratislava, Veda 1987, s. 431.

¹⁸ **Rubrika** (z lat. rubrica – červená hlina, stĺpec písaný červenou hlinou – od lat. ruber – červený) je grafický útvar, zaplňaný vcelku (tematicky či žánrovo) rôznorodými novinárskymi i nenovinárskymi prejavmi, ktoré sa či už pravidelne alebo nepravidelne, dlhodobo alebo krátkodobo, objavujú v novinárskom celku najčastejšie na rovnakom mieste. Názov sa zrejme prevzal z neperiodickej tlače, pretože v katolíckych liturgických knihách sa pod ňou rozumejú červeno sádzané pokyny. Rubrika je jedným z najstarších komponentov novín – vznikla v 17. storočí, teda vtedy, keď sa objavili samotné noviny. Postupne sa stala natoľko obľúbenou, že novinárske prejavy mimo nej nejestvovali. V modernej žurnalistike sa tieto noviny rubrik prežili, ale neprežila sa rubrika. Delia sa podľa rôznych kritérií. Podľa životnosti – na rubriky dlhodobé a krátkodobé. Prvé sa v praxi často nazývajú „stále“ (na rozdiel od „dočasných“). Keďže však aj tieto rubriky sú časovo obmedzené (povedzme na dva až tri roky), za správnejší považujeme termín „dlhodobé“. Podľa toho, či sa objavujú periodicky alebo nie, sú pravidelné (častejšie) a nepravidelné (zriedkavejšie). V denníku pravidelne bývajú denné (pomerne vzácne), týždenné (najbežnejšie), dvojtýždenné a výnimočne sa objavujú aj v dlhších intervaloch. Podľa štruktúry poznáme rubriky jednoduché (ak ich tvorí jediný novinársky prejav) a zložené (ak ich tvorí viac výpovedí). Zložené rubriky môžu obsahovať alebo rovnorodé, alebo rôznorodé novinárske výpovede. Výnimočne rubrika pokrýva celú stranu, prípadne blok. Vtedy môže nastať jav, nazývaný „rubrika v rubrike“. Podľa miesta ich uverejňovania rozoznávame rubriky pevné a pohyblivé (alebo majú, alebo nemajú presne určené miesto na strane). V závislosti od toho, či tento útvar spoluvytvára celý kolektív, alebo len istá jeho súčasť, rozoznávame rubriku celoredakčnú a rubriku oddelenia. Rubrika môže byť určená všetkým čitateľom, alebo len ich časti, pričom zúženie skladby recipientov sa môže diať na základe záujmov, veku či pohlavia. Tieto útvary sa však nedelia iba na základe obsahu, ale aj – formy. Preto sa niekedy hovorí o slovej či verbálnej a o neslovej či výtvarnej rubrike. Niekedy môže rubrika vzniknúť kombináciou slovného a neslovného prvku. Niektoré rubriky majú stálych autorov. Vo vzťahu k autorstvu jeho najvyššou formou je personálna rubrika. Keďže po formálnej stránke je pre väčšinu rubrik charakteristická hlavička, resp. iný grafický prvok, majú veľký význam pri tvorbe makety periodika; z pohľadu čitateľa totiž pôso-

bia ako pútače pozornosti. V novinárskej praxi sa pôvodne rubrikou označovalo oddelenie, lebo práve ono pravidelne zapíňalo istú presne stanovenú stranu novinárskeho celku (jestvovala teda rubrika zahraničných, domácich udalostí, kultúry, športovo-telovýchovná a pod.) Vtedy jednotlivé tematické oblasti mali v periodiku značnú autonómiu. Keďže však do skladby novinárskeho celku začal postupne čoraz väčšmi zasahovať aspekt dôležitosti konkrétneho javu, ako rubrika sa začal označovať grafický útvar, v ktorom sa istá problematika kontinuálne osvetľuje z viacerých strán. V súčasnosti majú rubriky veľký význam predovšetkým v tzv. zábavno-spoločenských, teda obrázkových časopisoch, pretože novinárske celky týchto periodík sa skladajú z dvoch častí: stálej (alebo rubrikovej) a variabilnej (alebo reportážnej). Rubriky pritom zaberajú druhú polovicu a reportáže prvú polovicu celku. Táto skutočnosť sa niekedy premieta aj do organizácie práce, lebo redakcia sa člení na dva útvary: útvar stálych rubrik a reportážny útvar. Niektoré rubriky vznikajú z podnetu čitateľov. A napokon časť útvarov periodickej tlače, v ktorých sa uverejňujú prevažne rovnomeré novinárske výpovede (textové, prípadne obrazové) umožňujú čitateľovi, aby sa stal spolutvorcom novinárskeho celku.

¹⁹ Vydanie je súbor exemplárov istého periodika, ktorý sa niektorými novinárskymi prejavmi líši od iného súboru toho istého čísla. Moderná periodická (najmä denná) tlač vychádza z niekoľkých vydaní, ktoré možno deliť na:

1. bežné a
2. zvláštne.

Bežné vydanie má redakcia naplánované, ku zvláštnemu siaha vtedy, keď mimo harmonogramu bežných vydaní dostane informáciu (informácie) o výnimočnej, doslova svetovej udalosti (napríklad vypustenie umelej družice, prvý človek vo vesmíre, na Mesiaci a pod.) Bežné vydania sú prispôbosené cestovnému poriadku dopravy, ktorá zabezpečuje rozvoz periodika. Ak do redakcie príde po uzávierke závažná správa, ktorá si nevyžaduje zvláštne vydanie, redakcia použije mutáciu (pozri nižšie!).

²⁰ Mutácia (z lat. mutatio – zmena, premena, zámena) je výmena niektorých novinárskych prejavov v tom istom čísle periodika. Používa sa z dvoch dôvodov:

1. teritoriálneho a
2. časového.

Moderné ústredné periodiká vychádzajú na rozľahlých územiach. Časť spravodajstva a publicistiky, ktorá sa viaže na konkrétnu oblasť, nemusí zaujímať čitateľov z iných oblastí, lebo jeden z aspektov, ktoré rozhodujú o príťažlivosti novinárskeho prejavu, je znalosť či blízkosť opisovaného javu (z hľadiska recipienta). Dôvod časový sa pri mutácii prejavuje v tom, že rôzne vydania novín (prípadne časopisov) majú rôzne uzávierky – čím neskoršie vydanie, tým neskoršia uzávierka. A ak v intervale od jednej uzávierky po druhú redakcia dostane významné novinárske prejavy, zaraduje ich na úkor menej významných či relatívne zastaraných výpovedí. Po mutáciách siahajú redakcie len v nutných prípadoch, lebo združujú výrobu. Najčastejšie ich využívajú oddelenia vnútornej politiky, zahraničnej politiky a športu, lebo práve v ich textoch hrá časovosť veľmi dôležitú úlohu. Podobne ako vydania aj mutácie sa niekedy označujú (v hlavičke).

²¹ Cipra, Annie – Hermelin, Christian: Apprendre a lire le journal, 11: La mise en page. V: Presse Actualité. Roč. 3, čís. 131. Paríž, Bayard-Presses 1978, s. 50.

²² Georgiev, D.: Režissura gazety. Moskva, Mysľ 1979, s. 11, resp. s. 63.

²³ Gaikín, S. I.: Struktúra i kompozícia gazety (K voprosu o sootnošenii poniatij). V: Vestnik Moskovskogo universiteta, séria 10, žurnalistika, roč. 36, čís. 1. Moskva, Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta 1982, s. 24.

²⁴ Garlicki, B.: Organizácia práce redakcji. C. d., s. 37.

²⁵ Tempski, Z.: Zbranie redakcyjne. C. d., s. 54.

Záver

Novinárstvo (resp. žurnalistika) sa definuje rôzne. Z didaktických dôvodov pod nim rozumieme špecifickú duševno-tvorivú činnosť, ktorej výsledky – tzv. novinárske prejavy a celky – informujú priestorovo rozptýlenú verejnosť o aktuálnom spoločenskom dianí, aby sa v ňom dokázala orientovať. Popri umeleckej a vedeckej literatúre je to zvláštny rod písomníctva, ktorý na verejnosti a pre ňu jestvuje v zmaterializovanej podobe novinárskych celkov, teda konkrétnych výťažkov periodickej tlače (novín a časopisov), spravodajského filmu a televíznych relácií. Ak pod pojmom „tvorivosť“ rozumieme schopnosť vytvárať niečo aspoň relatívne nové, duševno-tvorivá stránka novinárstva sa prejavuje počas tvorby novinárskeho prejavu a tvorby novinárskeho celku. Novinársky prejav (resp. výpoveď, mimochodom, práve tento pojem je podľa nás prijateľný a vhodný už aj preto, lebo sa používa v príbuzných disciplínach, najmä lingvistických) je pomocný termín na označenie každého výsledku individuálnej stránky novinárskej činnosti (príčom sa abstrahuje od konkrétneho prostriedku masovej komunikácie, ktorý ho uverejnil, ale aj od žánru). Je to teda všetko – od správy až po črtu či esej. Novinársky prejav predstavuje základné stavivo každého novinárskeho celku, lebo len v jeho rámci sa dostáva na verejnosť. Vzniká v redakcii i mimo nej, jeho autorom je redaktor (novinársky tvorivý zamestnanec redakcie) i novinár (neredaktor, zato človek obdarený schopnosťami tvoriť novinárske výpovede). Novinárska výpoveď je subjektívnym odrazom objektívnej reality, preto otázka tvorivosti pri jej vzniku nebyva predmetom diskusií. Novinársky celok je zasa pomocný termín na označenie výsledku kolektívnej novinárskej, teda redakčnej činnosti (opäť sa abstrahuje od konkrétneho masovokomunikačného prostriedku, ktorý ho prináša). Je to istý cielavedomý súbor tak novinárskych, ako aj nenovinárskych prejavov. Z novinárskeho celku nás však musia zaujímať predovšetkým novinárske výpovede. Aj keď aj nenovinárske prejavy (teda výsledky inej činnosti než novinárskej) majú v novinárskom celku významné miesto, pričom ich voľba (podobne ako pri novinárskych prejavoch) nebyva náhodná – vari s výnimkou inzercie – ale je daná cieľmi, ktoré si vydavateľ, resp. redakcia jednotlivým celkom (či súborom niekoľkých za sebou vychádzajúcich celkov) kladie. Novinársky celok je teda zásadne výsledkom kolektívnej novinárskej činnosti, pri jeho tvorbe totiž nevyhnutne spolupôsobí niekoľko či viacero ľudí. Predovšetkým redaktorov, ktorí novinárske a nenovinárske výpovede vyberajú, upravujú a zoradujú do istej kompozície a štruktúry, skrátka – redigujú; ale aj neredaktorov, teda technických a administratívnych pracovníkov, ktorých zaradujeme do tzv. pomocného redakčného aparátu. Z týchto skupín redakčných pracovníkov rozhodujúce slovo pri tvorbe a vzniku novinárskeho celku majú, samozrejme, redaktori.

Metodiky tvorby novinárskeho celku nazývame redigovaním. Redigovanie je cielavedomý proces, ktorý vrcholí získavaním čitateľských ohlasov na vyjdený novinársky celok a zároveň je východiskom tvorby ďalšieho (nového) celku.

Tak ako tvorba novinárskych prejavov, aj tvorba novinárskych celkov je tvorivou činnosťou. Táto jej stránka sa prejavuje predovšetkým v získavaní, tvorbe a výbere (selekcii) novinárskych informácií, ktoré sú základnými stavebnými zložkami novinárskych prejavov (jednotlivostí), ale aj vo výbere novinárskych prejavov určených na uverejnenie na ploche (v prípade periodickej tlače) alebo vo vysielacom čase (v prípade rozhlasu a televízie) jediného novinárskeho celku či viacerých, kontinuálne za sebou nasledujúcich celkov a v ich vizuálnej prezentácii. Ako súčasť novinárskej činnosti je redigovanie nenahraditeľný proces, ktorý sa odohráva v redakcii. Pomocne ho možno rozložiť na niekoľko fáz:

1. vyhladávanie a výber aktuálnych javov spoločenskej reality,
2. výber novinárskych a nenovinárskych prejavov,
3. apretácia vybraných novinárskych a nenovinárskych prejavov,
4. komponovanie obsahovo i formovo vyváženej makety novinárskeho celku a

5. sledovanie a rozbor ohlasov čitateľov na zverejnené novinárske prejavy a celky ako jedno z východísk štruktúrovania a komponovania ďalších celkov.

Do redigovania nerátame technickú realizáciu novinárskeho celku, ktorá sa alebo vôbec neodohráva v redakcii, ale v tlačiarni, jej nositeľmi teda nie sú redaktori, ale tlačiari (pri tradičnej tlači), alebo sa v redakcii neodohráva celá. Tlačiareň totiž vždy iba uskutočňuje či zmaterializáva rukopisy, ale aj to iba v duchu pokynov redakcie. Pri tom v prípade elektronického redigovania niektoré úkony, ktoré do jeho zavedenia plnila tlačiareň, prešli do redakcie.

V prvej fáze redigovania redaktor mapuje spoločenskú realitu, resp. istý výsek z nej (tematickú oblasť, resp. rezort). Zároveň hodnotí a hierarchizuje aktuálne javy skutočnosti, aby na pozadí prebiehajúcich javov prípadne dokázal vývoj spoločenskej reality aj predvídať. Poznávanie v novinárstve pomáha aj formovať aj zdroje informácií – spravodajské, článkové a špecializované agentúry, informačné služby rôznych orgánov a inštitúcií (hovorcovia, predstavitelia public relations, tlačové besedy a konferencie, príspevky čitateľov, domáca a zahraničná tlač, dokumentácia, najnovšie rôzne bázy dát, ako napr. internet atď.). V druhej fáze redigovania redaktor robí výber z napísaných novinárskych a nenovinárskych výpovedí, z ktorých – na rozdiel od minulosti – väčšina vzniká na podnet (ba priamo na objednávku) redakcie. Najprv vyraďuje výpovede, ktoré z nejakých dôvodov (napr. nedostatočná úroveň, prípadne možné právne následky a pod.) nemožno uverejniť. Keďže aj po tomto predbežnom výbere zostáva na redakčných stoloch také množstvo novinárskych prejavov, že presahujú publikačné možnosti, nastáva tzv. užší výber na základe:

1. špecifík prostriedku masovej komunikácie,
2. typologického charakteru periodika a
3. politiky, ktorú redakcia uskutočňuje celkovo, ale aj v príslušnom období.

Tento výber prebieha na niekoľkých stupňoch, obyčajne na troch. Na prvom redaktor zodpovedný za príslušné rezorty vyberá novinárske prejavy z hľadiska vlastnej koncepcie pokrývania niektorých odborov ľudskej činnosti. Na druhom stupni redaktor zodpovedný za príslušnú tematickú oblasť (najčastejšie vedúci oddelenia) selektuje novinárske výpovede z hľadiska koncepcie oddelenia a plochy, ktorú v novinárskom celku pokrýva. Napokon na treťom stupni zodpovedný pracovník (obyčajne hlavný sekretár, sekretár, alebo vedúci vydania) vyberá rukopisy z hľadiska koncepcie periodika ako takej, ale aj z hľadiska konkrétneho čísla. V tretej fáze redigovania sa novinárska výpoveď jednak väčšmi než kedykoľvek predtým preveruje po vecnej stránke, jednak sa jazykovo a štylisticky upravuje (apretuje). Napokon sa pre ňu volí vhodný titulok. Vo štvrtéj fáze vzniká obsahovo i formovo vyvážená maketa budúceho celku, ktorú potom tlačiareň realizuje. Túto fázu možno pri tradičnej tlači rozložiť na dve podfázy:

1. predpisovanie novinárskych prejavov a
2. ich zakresľovanie do zrkadla, resp. do zrkadiel.

V prípade redakčných počítačových systémov časť prác, ktorá pri tradičnej tlači bola doménou tlačiarne, prechádza do redakcie. Rukopisy sa nepredpisujú, ale priamo sa na videotermináli zakresľujú. Keďže plocha novinárskeho celku i jednotlivých strán nie je z hľadiska čitateľskej pozornosti rovnako prítlačlivá či – ako sa vraví – exponovaná, novinárske prejavy sa preláčajú na isté strany a na nich na isté miesta s prihliadnutím na:

1. zakreslené inzeráty,
2. dlhodobu stanovenú štruktúru novinárskeho celku a
3. ich spoločenskú dôležitosť.

Súbor zrkadiel všetkých strán je maketou budúceho novinárskeho celku. V poslednej fáze redigovania redakcia zisťuje, organizovane i neorganizovane, s akým ohlasom sa novinársky celok (ale aj jeho jednotlivosti) stretol u čitateľov, aby si svoje predstavy o novinách či časopise mohla korigovať s mienkou tých, pre ktorých periodikum robí.

Pod pojmom redakcia v našom ponímaní rozumieme kolektív novinársky tvorivých, ale aj netvorivých pracovníkov, združených do istej organizačnej štruktúry, z ktorých prví (redaktori) sú nositeľmi individuálnej i kolektívnej novinárskej činnosti (zbierajú novinárske informácie, stvárajú ich do výpovedí, posudzujú i apretujú objednané i neobjednané novinárske texty, ktoré vznikli v redakcii i mimo nej, a komponujú z nich novinárske celky) a druhí (neredaktori) poskytujú prvým rôzne služby. Hodnotne sa tvoriví pracovníci redakcie členia na funkcionárov a radových redaktorov. Prví predovšetkým riadia, organizujú a zabezpečujú prácu, druhí najmä píšú novinárske prejavy

a redigujú pridelený rezort, resp. rezorty. Najvýznamnejším funkcionárom v redakcii je šéfredaktor, ktorý zodpovedá za obsah periodika i za prácu redakcie aj vydavateľovi, aj čitateľskej verejnosti. Vo väčších redakciách má jedného, ale aj niekoľkých zástupcov, ktorí zastupujú najvýznamnejšieho redakčného funkcionára v medziach svojho poverenia alebo úplne. Pomocný a poradný orgán šéfredaktora predstavuje redakčná rada, ak ju, pravda, redakcia má. Dôležitým koordináčnym útvarom je sekretariát, ktorý sa v niektorých redakciách člení na:

1. politický,
2. výrobný a
3. hospodársky.

Politická zložka sekretariátu posudzuje akosi novinárskych i nenovinárskych výpovedí (s výnimkou inzercie) z hľadiska politiky, ktorú periodikum v danom období (ale aj vôbec) robí. V duchu dlhodobej štruktúry členenia novinárskeho celku na tematické bloky a strany vytvára tzv. vnútornú formu. Výrobný sekretariát predovšetkým komponuje tzv. vonkajšiu formu periodika. Napokon hospodársky sekretariát zabezpečuje materiálne náležitosti nevyhnutné na hladký chod redakčného mechanizmu (najnovšie vo väčších tvorivých kolektívoch tieto úlohy plní samostatný obchodný útvar, ktorý je v trhovej spoločnosti neraz aspoň taký dôležitý ako redakcia). V sekretariáte pracujú politickí sekretári (hlavný sekretár, sekretári), vedúci vydania, technickí sekretári a ďalší (najmä netvoriví) pracovníci. Základnými ohniskami organizačnej štruktúry našich redakcií sú oddelenia. Na ich čele stoja vedúci, zodpovední za prácu zvereneho úseku. Väčšina oddelení sa vytvára na základe tematických oblastí (vo všeobecnopolitických denníkoch býva napr. oddelenie domácich udalostí, zahraničných udalostí, národohospodárstva, športu a telovýchovy či oddelenie kultúry), ďalej podľa niektorej skupiny žánrov (napr. spravodajské oddelenie), resp. jediného žánru (napr. reportážne oddelenie). V závislosti od systemizácie jestvujú redakcie veľké, stredné a malé. Ústredné redakcie majúva fililálne alebo vysunuté redakcie v mestách, ktoré považujú za dôležité z hľadiska zdrojov informácií. Časť redaktorov veľkých redakcií pôsobí v zahraničí v úlohe stálych korešpondentov. V prípade významnej udalosti v cudzine využívajú redakcie na jej pokrytie vyslaných korešpondentov.

Významným nástrojom redigovania je organizácia redakčnej práce, teda sústava oficiálnych vzťahov podriadenosti a nadriadenosti, ale aj spolupráce útvarov a pracovníkov redakcie, ktorí zabezpečujú vydávanie periodika v smere stanovenom redakciou i vydavateľom. V závislosti od jej typu rozoznávame organizáciu práce:

1. lineárnu či pyramidovú,
2. funkčnú či mrakodrapovú a
3. zmiešanú.

V lineárnom type nižšie útvary priamo závisia od vyšších. Vo funkčnom type sú útvary pomerne nezávislé. Napokon v zmiešanom type, ktorý je pre redakčnú prácu najvhodnejší, si útvary i pracovníci zachovávajú značnú dávku funkčnej nezávislosti, ale riadené sú zhodne s lineárnym druhom. Takto chápaná organizácia redakčnej práce je formálna. Popri nej jestvuje aj neformálna, založená na konkrétnych osobných i tvorivých vzťahoch pracovníkov, zúčastnených na pracovnom procese. Ideálny stav predpokladá zhodu neformálnej organizácie redakčnej práce s formálnou.

Keďže novinárske prejavy i celky sú subjektívnymi odrazmi objektívnej reality, činiteľ jedinečnosti hrá v redakčnej práci väčšiu úlohu než v iných organizovaných sociálnych systémoch, napr. vo výrobných kolektívoch. A tak aj pri rovnakom type organizácie práce organizačné štruktúry, ktoré pôsobia v redakciách, sa z prípadu na prípad líšia. Organizáciu redakčnej práce ovplyvňuje viacero faktorov:

1. typologický,
2. faktor oblasti pôsobenia periodika,
3. periodicita a
4. systemizácia.

Organizácia redakčnej práce chce zabezpečiť primerane rýchlu reakciu periodika na spoločenské udalosti a dostatočne rýchly prechod redakčnej práce na tlačiarensko-technologický proces. Má pomôcť redakcii dosiahnuť také pracovné tempo, v ktorom vďaka stereotypu v dobrom slova zmysle vie každý redaktor či pracovník, čo má robiť. Správne rozloženie síl a úloh vnáša do redakčnej práce systematickosť a významne redukuje nárazovitosť, ktorú solva možno z tejto činnosti celkom vylúčiť. Ak na jednej strane dobrá organizácia redakčnej práce pomáha

redakcii pohotovo reagovať na jednotlivé sa meniace spoločenské dianie, na strane druhej poskytuje redaktorom dostatok času na spracovanie náročných tém. Pre verejnosť novinárstvo jestvuje iba v zhmotnenej, zmaterializovanej podobe konkrétnych novín a časopisov. Každá redakcia je preto napojená na tlačiareň. Ak tlačiareň pracuje podľa harmonogramu, potom aj na ňu naviazaná redakcia musí tlačiarňi dodávať rukopisy podľa rozpisu. Organizácia redakčnej práce je teda prostriedkom, ako robiť dobrú periodickú tlač.

V trhovo orientovanej spoločnosti sa čoraz viditeľnejšie presadzuje anglo-americký model organizácie redakčnej práce, ktorý na jednej strane odlišuje redakciu od tlačiarne, na strane druhej zaraďuje tlačiareň do nadredakčného komplexu. Tento komplex, ktorý produkuje periodickú tlač, sa zvyčajne člení na päť útvarov:

1. redakčný,
2. obchodný,
3. propagačný,
4. tlačiarenský, alebo produkčný a
5. administratívny.

Pre novinárstvo ako tvorbu je rozhodujúci redakčný útvar na čele so šéfredaktorom. Ten sa neraz ďalej delí. Spravodajský úsek vyrába rovnomennú zložku novinárskeho celku. Nachádza sa v ňom tzv. copy desk, na ktorom sa schádzajú všetky správy. Ľudia, ktorí za ním sedia, tzv. adjustátori (anglicky copyreaders), formujú texty do atraktívnych podôb. Úsek stanovísk rediguje publicistickú zložku novinárskeho celku, ktorá neraz nevzniká v redakcii, ale ju najznámejší novinári (na voľnej nohe) píšú pre článkové agentúry (v Spojených štátoch amerických nazývané syndikátmi, syndicates), ktoré ich za poplatky postupujú redakciám. Fotooddelenie zaoberá obrazové spravodajstvo, pričom úzko spolupracuje s príslušným textovým oddelením. Redakcie veľkých anglo-amerických novín (najmä z kategórie tlač pre masy) sú vlastne továrne na veľkovýrobu atraktívneho spravodajstva.

Tvorba novinárskeho celku v úzkom zmysle slova sa skladá z dvoch etáp. V prvej etape redakcia robí výber (selekciu) z napísaných novinárskych (a čiastočne aj z nenovinárskych) prejavov; inercia ako významná zložka nenovinárskych prejavov sa totiž nedostáva na plochu novinárskeho celku z redakcie, ale z inzertnej kancelárie. Tu však máme na mysli tú časť nenovinárskych výpovedí, ktoré „dokresľujú“, resp. „dopovedajú“ zámer redakcie obsiahnutý v novinárskych textoch. V druhej etape redakcia komponuje vybrané novinárske i nenovinárske výpovede do obsahovo i formovo vyvázenej makety čísla. Táto etapa sa opäť rozkladá do dvoch podetáp. V prvej etape redakcia zaraďuje novinárske a nenovinárske prejavy na isté strany (vychádza pritom z dlhodobej štruktúry čísla) a na stranách na isté miesta. Každá výpoveď sa tak dostáva do istých vzťahov so susednými textami. Výsledkom tejto činnosti je vydelený (a zároveň s ostatnými spojený) novinársky prejav. V druhej podetape sa toto vydelovanie i spájanie zároveň uskutočňuje grafickými prostriedkami. Kým v prvom prípade ide o tvorbu vnútornej, v druhom o tvorbu vonkajšej formy novinárskeho celku.

V hierarchii pojmu noviny a časopis je najnižšou jednotkou strana (ak odhliadneme od skutočnosti, že aj ona sa skladá z prvkov či elementov). Redakčná prax pozná strany monotematické a polytematické. Prvé sa venujú jednej, druhé viacerým tematickým oblastiam. Prechod medzi nimi tvoria strany pokryté dvomi tematickými oblasťami. Ak jediná tematická oblasť zaberá v novinárskom celku niekoľko strán, hovoríme o tematickom bloku (anglicky section). Vyššou jednotkou je novinársky celok, číslo novín alebo časopisu, nie je to však jednotka posledná, lebo novinárstvo podáva svoju výpoveď o spoločnosti čiastočne, zato však kontinuálne. Preto za najvyšší pojem v tejto hierarchii považujeme noviny či časopis, teda istý súbor čísel toho istého titulu. Možno si, samozrejme, položiť aj otázku, aký súbor? Isteže nie hocaký. Musia to byť čísla vychádzajúce za sebou v periodicitate príslušného tlačového orgánu, pričom by ich malo byť toľko, aby vytvorili niečo ako povedomie titulu vo verejnosti.

Napokon už len jediná poznámka.

Súčasná etapa vývoja našej spoločnosti, ktorá sa začala novembrom 1989, vyžaduje viac než kedykoľvek predtým, aby sme o svojej práci uvažovali. Len tak totiž v nej dokážeme odhaliť rezervy. Táto požiadavka sa v plnej miere vzťahuje aj na redakčný proces, ktorý treba zracionalizovať – vo všetkých jeho fázach. To, pravda, dokáže predovšetkým taký tvorivý kolektív, ktorý vie, čo chce svojou prácou ako celkom (ale aj jej jednotlivosťami) dosiahnuť, a hľadá najvhodnejšie prostriedky, ako sa k tejto miete dopracovať.

Táto príručka chce pomôcť taketo prostriedky nachádzať, najmä výchovou mladých, všestranne vzdelaných adeptov žurnalistiky. Nechce však byť, a napokon to ani nemôže, bezprostredným návodom, lebo musí abstrahovať od konkrétnosti.

PRÍLOHY