

ale vie ich "pretaviť" v "kotle" redakčnej práce, aby pôsobili pospolu, vyvážené, ako imanentné prednosti novinárstva.

Väzby procesu redigovania na novinársku činnosť, ktoré sú novinárstvu najbližšie, nepopierajú existenciu množstva iných väzieb osobných, príbuzenských, lokálnych, spolkových, pracovných, sociálnych, politických, ideologických a iných, vlastných každému pracovníkovi, nech pracuje kdekoľvek.

5.3 JEDNOTA PROCESU REDIGOANIA

Činnosť spojená s jednotlivou fázou procesu redigovania sama osebe nemusí byť výlučne prácou novinárskou. Môže sa vyskytovať v istej obmene popri novinárstve v iných pracovných systémoch, mohla sa vyskytovať aj pred vznikom novinárstva. Ktorá činnosť je potom výlučne prácou novinárskou, čím je novinárstvo výlučné, osobitné, špecifické? Špecifickosť procesu redigovania spočíva v tom, že fázy tohto procesu tvoria jednotu, sústavu; jednotu procesu tvorí jeho základnú črtu, osobitnú kvalitu, ktorá tento proces oddeľuje od iných pracovných procesov.

Variabilné črty. Proces redigovania sa v jednotlivých fázach neustále vyvíja, mení, čo ovplyvňuje aj celkový obraz, štýl novinárskej práce. K akým závažným zmenám došlo napr. len v priebehu jedinej generácie, môžem doložiť z vlastnej skúsenosti. Súčasný najhustejší zdroj informácií, "tlačovky", sme v r. 1945 poznali len ojedinele. Miera našej informovanosti bola zväčša závislá na tom, koho sme vedeli "chytiť za rukáv". V redakcii denníka sme nemali výrobný sekretariát ani technického (grafického) redaktora. Koordináciu funkciu v redakcii zastával jediný "službukonajúci redaktor". Súpis príspevkov, ktoré v priebehu dňa poslal do tlačiarne, odovzdal večer redaktorovi, ktorý podľa rozpisu služieb šiel do tlačiarne lámať. Typ titulkového písma určoval metér. V rozhlas v tom čase neboli nahrávacie aparátory. Rozhlasoví novinári všetky príspevky písali na papier. Ich hlas bol poslucháčom neznámy, pri mikrofóne boli zväčša len hlásatelia a herci (pri publicistických reláciách). Tak by bolo možné vyratúvať ďalej, aby bolo zrejmé, ako je to vzdialené dnešnej našej praxi, toľko praxi súčasných špičkových redakcií v cudzine.

V priebehu jednej generácie došlo k prevratným zmenám. Zmenili sa tým základné črty novinárstva? K diskusiám na túto

tému dochádza najmä v prelomových obdobiach, ako to bolo napr. v našom storočí pri vzniku ďalších troch médií, keď podvedľa tlače vznikalo aj filmové, rozhlasové a televízne novinárstvo. Pri takých príležitostiach sa vždy vynáralo tvrdenie, že nové technické objavy zmenia i základnú kvalitu novinárskej práce. Tak je to aj v súčasnom prelomovom období pri zavádzaní "elektronického novinárstva".

Do redakcií vstúpila (najprv v USA od r. 1973) nová technika pre príjem, záznam, spracovanie a vysielanie informácií na báze elektroniky a výpočtovej techniky:

Záznam textových informácií sa robí na klávesnicových prístrojoch doplnených korektúrnym terminálom, na ktorého obrazovku si redaktor vyvolá uložené alebo archívne texty a pracuje s nimi. Na uloženie záznamu informácie slúžia pamäte počítača. Papier ako nosič informácie zastupujú: dierková páska, magnetická páska, pružný magnetický disk a diskové pamäte, do ktorých možno text kedykoľvek uložiť, znovu vyvolať na obrazovku, prerobiť, zaktualizovať, rozšíriť atď., bez toho, že by sa prvotný záznam informácie stratil. Prenosné záznamové terminály sa používajú na príspevky, ktoré vznikajú na dislokovaných pracoviskách. Na malej obrazovke svojho prístroja reportér text aj opraví a vyšle telefónnou linkou do redakcie alebo priamo do sádzacieho systému v tlačiarňi. Aj prenos príkazov, opráv, korektúr a zmien medzi redakciou a tlačiarňou zabezpečí prenosová faksimilná technika.

Bezprostredným partnerom novinára v tlači je sadziareň, kde kovová sadzba ustupuje sadzbe svetlom a kde najvyšší stupeň automatizácie sádzacieho stroja sa dosiahol takisto využitím samočinného počítača. Redaktori na svojich termináloch zabezpečujú texty, ktoré majú byť vysádzané fotosadzbuou. Na grafickom termináli s veľkou obrazovkou môže lámajúci redaktor formovať celé novinové strany, zaraďovať obrázky, linky, hlavičky, ozdoby a meniť ich polohy. Po zalomení strany na obrazovku možno pomocou automatu preniesť celý záznam textu i obrázkov z počítača priamo na ofsetovú dosku alebo hĺbkotlačový valec a vyrobiť tlačovú formu pre rotačku.

Na margo týchto prevratných technických zmien, ktoré prevratne menia prácu redakcie, sa však v odbornej literatúre správne poznamenáva, že novinár ostáva naďalej novinárom a redaktor redaktorom. "Zavedením nových technických zariadení sa nijak nemení základná náplň práce a potrebná kvalifikácia redaktora ani

typografa-sadzača. Menia sa len ich výrobné prostriedky a pomôcky.¹¹⁾

Konštantné črty. Novinársky pracovný proces podlieha vývinu, vyvíja sa tak, že sa mení spôsob práce v každej fáze procesu redigovania. Pri všetkých zmenách to však stále ostáva novinárstvo, transformácia aktuálnych informácií na novinárske formy a ich prenášanie. Tá si vyžaduje istý pevný rámec, t.j. isté poradie istých druhov činností pri zachovaní ich jednoty, ktorý musí byť dodržaný, aby vznikol novinársky celok. Táto základná osnova prác predstavuje konštantné črty špecifickej novinárskej činnosti, ktoré vznikli už pri zrode novinárstva a v ďalšom priebehu sa upevňovali, vyhaňovali a rozširovali.

Už v ranom období novinárstva, keď redaktor

- zhromažďoval nevelký počet informácií v okruhu svojho mestačka uzavretého do stredovekých hradieb a spojeného so svetom raz týždenne dostavňíkovou poštou,
 - vlastnou rukou (brkom) celé číslo novín napísal (prepísal, odpísal),
 - určil jeho štruktúru, úpravu a tiež si ho skorigoval,
 - dal metérovi písomne alebo možno častejšie len ústne direktívu pre úpravu sadzby a novinovej strany,
 - osobne vypočul mienku svojich čitateľov, resp. sa ju dozvedel zo sporadických listov, rovnako ako osobne poznal mienku feudálnej vrchnosti, mestskej honorácie či cirkevnej hierarchie,
- mal proces redigovania, aspoň v náznakoch, rovnaké základné črty ako dnes, keď redakcia

- získava až neupotrebitelne veľké množstvo informácií z celého sveta v maximálne krátkom čase od organizácií a inštitúcií, ktoré sa tým profesionálne zaoberajú,
- veľké autorské a pomocné štáby a množstvo externých prispievateľov tvoria náročné a vysoko špecializované texty, prejavy,
- veľké koordinačné štáby s pomocou najnovšej techniky zostavujú rozsiahle a náročné novinárske celky, niekde s periodicitou už len hodinovou (rozhlas),
- veľké štáby skladajúce sa z desiatok profesií pomocného personálu realizujú novinárske celky v štyroch druhoch novinárskych zariadení textom (aj farebným), zvukom (aj stereofónnym), obrazom (aj farebným), pričom organizácia práce v niektorých štúdiách sa blíži charakteru organizácie práce a technickej vybavenosti priemyselného podniku,

- špecializované štáby pracujú s verejnou mienkou vo vzťahu k danému novinárskemu produktu a presne zisťujú jej reagenziu,

z čoho vidno, že ide o ten istý druh práce, len vo veľmi rozvinutej forme.

Možno teda konštatovať, že špecifickosť procesu redigovania ako jeho trvalá vlastnosť spočíva v tom, že je nástrojom na prenesenie informácie o aktuálnom spoločenskom jave prostriedkami masovej komunikácie do vedomia disperznej recipientskej verejnosti takým spôsobom, že redakcia v procese redigovania tento jav

- **zistí**, čím vznikne špecifický informačný základ,
- **obsahovo i formovo stvární**, čím vznikne špecifická forma verbálneho prejavu obsahujúceho vybrané informácie,
- **zaradí do zostavy vlnacých prejavov**, čím vznikne suma vybraných informácií, ktorá má na recipienta zapôsobiť ako celok,
- **uspôsobí pre prenos cez technické prostriedky**, čím ideový celok (s istým zámerom) sa stane aj technickým celkom,
- po prenesení do verejnosti **zaznamená jej reagovanie** ako spätnú väzbu.

Táto zostava redakčných činností, jej jednotu, je konštantnou črtou procesu redigovania.

6. FÁZY PROCESU REDIGOVARIA

Proces redigovania členíme na tieto fázy:

- (1) získavanie novinárskych informácií,
- (2) získavanie príspevkov,
- (3) zostavovanie novinárskeho celku,
- (4) realizácia (produkcia),
- (5) získavanie recipientských ohlasov a zisťovanie postojov verejnosti.

Každý z autorov zaoberajúci sa touto problematikou navrhol iné členenie redakčnej činnosti na jednotlivé fázy (etapy).²⁾ Niektoré z týchto návrhov nie sú v súlade so špecifickosťou novinárstva, vyjadrujú pracovné postupy vlastné aj iným druhom tvorivej činnosti.

Nazdávam sa však, že by mali byť v súlade s teoretickými poznatkami, ktoré vyjadrujú osobitosti novinárstva. Na druhej strane by tieto návrhy mali byť tiež v súlade s vývinom praktickej novinárskej činnosti, t.j. s vývinom špecializácie novinárskej práce a s jej výuštením, s medziproduktmi.

Keď napr. niektorí autori zdôrazňujú poznávaciu a hodnotiacu zložku práce s informáciami, neznačí to, že tieto zložky predstavujú samostatné pracovné fázy, lebo ide o zložky selekcie. A selekcia je vlastná všetkým fázam tvorivej činnosti. Okrem toho sa v priebehu vývinu novinárstva nevyhranili nijakí špecialisti, ktorých náplňou práce by bolo len poznávanie alebo len hodnotenie. Tieto činnosti nevytvárajú ani nijaké samostatné medziprodukty, ktoré by boli základom pre činnosť nasledujúcej etapy, ako je to napr. s novinárskymi prejavmi, ktoré sú základom pre činnosť nasledujúcej etapy, t.j. zostavovanie novinárskeho celku. Vždy sa to pokladalo za imanentnú súčasť novinárskej činnosti, schopnosti a nadania, ktoré novinár používa v celej svojej práci.

Ďalším nedorozumením je považovať za fázy novinárskej činnosti "rozmnženie a rozšírenie novinárskeho celku" alebo "pôsobenie žurnalistiky na adresáta". Proces percepcie obsahov rovnako ako proces premeny novinárskeho celku na novinársky produkt sú procesy prebiehajúce v systéme novinárskej komunikácie, ale nie sú to novinárske činnosti. Treba rozlišovať redakčnú prácu ako proces vzniku novinárskeho celku a prácu systému novinárskej komunikácie ako proces vzniku novinárskeho produktu.

Z hľadiska procesu redigovania, t.j. riadeného redakčného pracovného procesu môžu byť fázami tohto procesu len činnosti zviazané priamo s prácou redakcie (vlastným novinárstvom) a s **deľbou práce** v jej vnútri. Deľba práce je dominujúci faktor, nie časová postupnosť. Proces redigovania v niektorých prípadoch postupuje v čase podľa jednotlivých fáz, v iných prípadoch nie. Fázy bežia súbežne, preplietajú sa, ale jednotlivé druhy prác v tomto "prepletenci" predstavujú vždy objektívnu deľbu práce. A vždy sa jednotlivé fázy vzájomne ovplyvňujú, lebo smerujú k spoločnému cieľu.

6.1 ZÍSKAVANIE NOVINÁRSKÝCH INFORMÁCIÍ

Získavať informácie značí pre redakciu

- priebežne sledovať spoločenský vývin vo všeobecnosti a osobitne v odvetví, v ktorom redaktor (špecializovaná redakcia) pracuje;
- napájať sa na zdroje informácií, ktoré sa ponúkajú, a iniciatívne vyhľadávať ďalšie; hustota, intenzita týchto informačných dotykov je daná periodicitou novinárskeho celku, pre ktorý sa informácie získavajú;
- prichádzajúce informácie vyhodnocovať a využívať jednak pre informovanosť redakcie, jednak pre konkrétne použitie v ďalších fázach procesu redigovania, a to na základe selektívneho triedenia;
- organizačne zabezpečiť kolobeh informácií v redakcii, vzájomnú informovanosť redakcie o aktuálnom dianí.

Informácie, ktoré redakcia zhromažďí, sú rôznorodé čo do obsahu, formy a možnosti použitia a redakcia tiež s nimi rozmanito zaobchodí. Niektoré uzná len za podnet, tému, z iných vezme len holé fakty, z ďalších aj ich interpretáciu. Tie, ktoré majú už formu novinárskej správy (z profesionálnych zdrojov), použije bez zmeny alebo ich upravuje, kráti, kombinuje s inými, prediktovala a pod.

Aktuálne informácie, ktoré redakcia v y b r a l a na použitie v novinárskom celku, prechádzajú procesom transformácie na novinárske formy. Ostatné druhy spoločenských informácií prechádzajú redakčnou úpravou, adaptáciou pre potreby novinárskeho celku.

Typický pre súčasné rozmery selekcie je údaj, že noviny s najbohatším spravodajstvom na svete (NEW YORK TIMES) vyberú z ponuky spravodajských agentúr sotva šestinú, iné desatinu až dvadsatinu; lenže do redakcie prichádzajú informácie aj z mnohých ďalších zdrojov.

Pre súčasný vývin novinárstva je typické pribúdanie profesionálnych zdrojov informácií. Takéto informácie v súzvuku so zámermi inštitúcií, ktoré ich vydávajú, môžu byť výraznejšie tendenčné než neprofesionálne, všeobecne sa považujú za zásadne filtrované. Súčasná odborná literatúra uvádza výsledky objektívnych prieskumov, ktoré poukazujú na silný vplyv "agentúrnej byrokracie" na redakcie, čím do značnej miery relativizujú osobné rozhodnutie a nasadenie autora opierajúceho sa o takéto zdroje.

Preto informácie treba preverovať, konfrontovať, rešeršovať, ujasniť si zámer pôvodného komunikátora, ktorý nemusí byť zhodný so zámerom redakcie.

Zdroje informácií. Zdrojom informácií je predovšetkým osoba, ktorá môže novinárovi podať informáciu alebo udalosť, v priebehu ktorej môže novinár získať informáciu. Popri tom sa však v priebehu vývinu zdroje informácií čoraz väčšími inštitucionalizujú, tvoria sa organizácie, ktorých cieľom je zhromažďovať informácie a poskytovať ich záujemcom. Ide o inštitúcie verejného či komerčného charakteru (informácie sa podávajú bezplatne alebo za platbu). Na prvom mieste čo do významu a rozsahu sú agentúry:

- **svetové spravodajské agentúry**, ktoré sú zdrojom informácií o vývine ľudskej spoločnosti na celom svete,
- **národné spravodajské agentúry**, ktoré sa špecializujú na sledovanie vývinu spoločnosti v danom štáte; niektoré vydávajú len úradné správy, iné sprostredkujú aj služby svetových agentúr redakciám;
- **špecializované agentúry**, ktoré poskytujú tematicky obmedzenú sféru informácií, napr. agentúry pre burzové správy, hospodárske, športové a ďalšie.

Popri nich existujú **agencie**, ktoré ponúkajú redakciám "článkovú službu" v rukopise, matriciach, nahrávkach, filmových šotoch, niekedy matrice celých novinových strán. Tzv. hlavičkové noviny, ktoré sa v istom regióne navzájom líšia len názvom a miestnym spravodajstvom (miestnou inzerciou), získavajú ďalší obsah z ústredia, ktoré má obdobný charakter. Rovnako organizácie zabezpečujúce výmenu novinárskych obsahov pre rozhlasové a televízne spoločnosti.

Druhú skupinu informačných zdrojov tvorí politická a hospodárska sféra, ktorá poskytuje redakciám informácie prostredníctvom **tlačových predstaviteľov** (hovorcov, tajomníkov, referentov). Takýchto pracovníkov majú vlády, parlamenty, ministerstvá, politické strany a hnutia, spoločenské organizácie, podniky a ich zväzy. Tieto tlačové služby usporadúvajú tlačové konferencie, ale často vydávajú aj vlastné bulletiny, korešpondencie a iné tlačoviny.

Tretiu hlavnú skupinu zdrojov informácií tvorí veľká oblasť verejne publikovaných a **verejne prístupných informácií** určených pre oveľa širší okruh adresátov, než sú redakcie. Ide

o všetky novinárske produkty, knižnú (odbornú) literatúru a širokú oblasť vedeckých, technických a hospodárskych informácií. Informácie tejto skupiny sa zhromažďujú, triedia, zaznamenávajú, vystrihujú či ukladajú v **archívoch, dokumentačných zariadeniach, výstrižkových službách** a najnovšie sa rýchle a s veľkým efektom rozvíjajú **databanky**.³⁾

Štvrtou oblasťou získavania informácií je prísun **pôvodných informácií vlastnými silami redakcie**. Sú to informácie, ktoré osobne získava novinár "v teréne", od svojich informátorov, externých spolupracovníkov, prispievateľov, dopisovateľov. Preto sa redakcia usiluje mať vlastnú sieť informátorov a preto novinári nemôžu len vysedávať v redakcii. Zdrojom informácií pre redakciu sú aj recipienti bez ohľadu na to, či sa ich listy uverejnia alebo nie.

Kritériá selekcie. V prvej fáze redigovania hrá selekcia zvlášť dôležitú úlohu, lebo ide o výber aktuálnych informácií ako začiatok procesu transformácie. Vo všeobecnosti hlavným (rámcovým) kritériom selekcie je redakčný zámer, avšak v konkrétnej polohe ide o proces značne zložitý, na ktorý vplyva mnoho faktorov objektívnych i subjektívnych. Odborná literatúra sa zaoberá problémom, ako vzniká správa z udalosti (nepoužíva naše pojmy aktuálna a novinárska informácia), avšak autori, ako to býva, nemajú na to jednotný názor.

Americkí výskumníci Johan Galtung a Marie Holmboe Ruge skúmali (hoci len na príklade zahraničného spravodajstva), ktoré faktory ovplyvňujú selekciu, alebo podľa našej terminológie - ako sa aktuálny jav alebo informácia o ňom stáva novinárskou informáciou. Nazdávajú sa, že pri tom pôsobí dvanásť faktorov, ktoré utriedili takto:

1. **Frekvencia:** časový úsek, priestor, ktorý potrebuje aktuálny jav na to, aby dozrel, dal o sebe vedieť ako o aktualite; čím je časový výskyt aktuality rámcovo zhodnejší s periodicitou daného novinárskeho produktu, tým je väčšia pravdepodobnosť, že sa dostane (do uzávierky) do novinárskeho produktu.
2. **Faktor prahu:** aktualita musí prekonať istý prah pozornosti redakcie, udalosť musí vzbudiť istú mieru záujmu publika. Čím je táto pozornosť intenzívnejšia, tým je väčšia pravdepodobnosť výberu, pri čom intenzita sa môže vzťahovať na rôzne aspekty udalosti, napr. na jej význam pozitívny, ale aj negatívny.

3. **Jednoznačnosť:** čím je aktuálna udalosť jednoznačnejšia (čím sú menšie pochybnosti rôzneho druhu), tým skôr bude novinársky zachytená.
4. **Konkrétny vzťah** (význam): čím je udalosť verejnosti bližšia (etnocentrický aspekt, kultúrna blízkosť), alebo ak môže mať na ňu priamy vplyv, vplyv na jej vlastný život (relevancia), tým skôr bude vybraná.
5. **Očakávaný súhlas** (konsonancia): čím udalosť väčšmi zodpovedá očakávaniam verejnosti, tým skôr sa môže stať novinárskym obsahom.
6. **Prekvapenie:** neočakávaná, zriedkavejšia udalosť má väčšiu šancu vzbudiť záujem širších vrstiev spoločnosti.
7. **Kontinuita:** o udalosti, ktorá už raz prekonalá prah pozornosti, bude sa s väčšou pravdepodobnosťou hovoriť, aj keby informácie o ďalšom vývine javu mali menšiu informačnú hodnotu.
8. **Variácie:** dodatočné (komplementárne) udalosti k javu, o ktorom sa už hovorilo, sa skôr stanú obsahom novinárskych informácií než tie, o ktorých sa ešte vôbec nikdy nereférovalo.
9. **"Elitné národy":** o tých sa v svetovej (americkej) tlači viac informuje, než o národoch malých, menej významných.
10. **"Elitné osobnosti":** o významných a významnejších osobách a osobnostiach sa väčšmi hovorí, než o menej významných.
11. **Zosobnenie:** udalosti, ktoré sú dôsledkom konania konkrétnych identifikovateľných osôb, majú vyššiu informačnú hodnotu než abstraktné javy, lebo takéto udalosti možno personifikovať, stotožniť s osobou, čo je novinársky príťažlivejšie, viac zodpovedá danostiam technických médií (fotografia, film, interview v rozhlase, obrazové stváranie v televízii).
12. **Negativizmus:** negatívna udalosť je vzrušujúcejšia než pozitívna.

Z toho vyplývajú podľa autorov takéto uzávery:

- čím viac zodpovedá aktuálny jav alebo aktuálna informácia uvedeným kritériám, tým je pravdepodobnejšie, že bude novinárskou redakciou vybraný (selekcia);
- ak jav už raz našiel odraz v aktuálnej informácii, budú aspekty určujúce jeho informačnú hodnotu väčšmi vystupovať do popredia (distorzia);

- selekcia a distorzia sú zistiteľné na všetkých stupňoch informačného toku, od prvého pozorovania až po uverejnenie (replikácia).

Autori ďalej uvádzajú dve hypotézy o vzťahu medzi uvedenými faktormi informačnej selekcie:

- aditívna hypotéza: čím viac informačných faktorov sa sústreďí na daný aktuálny jav, tým je väčšia pravdepodobnosť, že aktuálna informácia o tomto jave bude vybraná v procese redigovania;
- komplementárna hypotéza: keď aktuálny jav nevyhovuje niektorým z týchto faktorov vôbec alebo vyhovuje len sčasti, tým silnejšie musia pôsobiť ostatné faktory, aby si novinár (redakcia) tento jav všimol.

J. W i l k e uvádza výsledky svojich výskumov, podľa ktorých najmä faktory 11 (zosobnenie) a 9 (elitné národy) v novinárstve (najmä americkom) vykazujú dlhodobu stabilnú informačnú hodnotu. Širokú platnosť faktora 12 (negativizmus), ktorý je v americkom novinárstve rozšírený ako heslo "bad news are good news" (zlé správy sú dobré správy), vysvetľuje tak, že tento faktor je často automaticky podporovaný ďalšími faktormi (1, 3, 5, 6):

- negatívne javy zodpovedajú kritériu denníkárskej frekvencie, lebo sa okamžite prejavujú v celistvosti, kým pozitívne javy potrebujú dlhší čas, kým dozrejú do podoby všeobecne zrozumiteľnejšej a uverejniteľnejšej;
- sú jednoznačné, ohľadne ich interpretácie vládne široký konsens;
- sú konsonantné, zodpovedajú názorom mnohých ľudí;
- na rozdiel od pozitívnych javov prichádzajú náhle, neočakávane, "ako blesk", čím vzbudzujú zvýšenú pozornosť publika.

Niektorí autori tiež pripomínajú, že vysokým stupňom negativizmu sa vyznačovala sovietska (socialistická) tlač, keď referovala o spoločenskom vývine v buržoáznych krajinách.

W. S c h u l z pokladá zaradenie, umiestnenie novinárskych informácií (prejavov) a ich grafické, zvukové, vizuálne vystrojenie, za indikátora ich informačnej hodnoty. Nakoľko je informácia dôležitá, zaujímavá, hodná zaznamenania, o tom rozhoduje novinár už v procese selekcie pri jej získaní, pri uplatňovaní faktorov ovplyvňujúcich túto selekciu. Autor rozoznáva šesť d i m e n z i í týchto faktorov:

- blízkosť, t.j. všetky zemepisné, kultúrne, politicky, spoločensky

a psychicky zdôvodnené faktory, na základe ktorých sa dá posúdiť, či daný jav je novinárovi (resp. recipientovi) blízky, či má pre neho význam, či môže vyvolať záujem;

- status, t.j. akých spoločenských vrstiev, osôb, území sa týka;
- dynamika, zahrnujúca moment prekvapenia, intenzity;
- valencia, t.j. k akej problematike sa vzťahuje, aké dôsledky vyvoláva (konflikty, škody, úspech);
- identifikácia, personalizácia javu.

Autor konštatuje, že v otázke selekčných a interpretačných pravidiel vládne v novinárskej redakcii do značnej miery všeobecne záväzný kánon, ktorý určuje štruktúru mediálnej reality.

Pre selekciu aktuálnych informácií uvádza autor ako najdôležitejšie faktory (na rozdiel od predchádzajúcich autorov, ktorí vymenovali 12 faktorov):

- dĺžku a kontinuitu diania,
- osobné vplyvy ("elitné osobnosti"),
- komplexnosť,
- etnocentrizmus, t.j. či sa týka najbližšieho "okolia", ľudí v ňom žijúcich,
- negativizmus,
- predpokladaný úspech.

Aj podľa tohto autora: čím väčší počet faktorov možno vzťahovať na aktuálny jav alebo informáciu o ňom, tým je väčšia pravdepodobnosť, že takáto aktuálna informácia prejde selekciou.

V konkrétnej situácii však nakoniec rozhodne posledný "brankár" (gate-keeper); t.j. rozhodujúcim kritériom selekcie bude zástož redakcie k danej otázke. Prieskum spravodajstva najdôležitejších západonemeckých novín k berlínskej kríze (1971) ukázal, že informácie boli ponajviac tak vyberané, aby podporovali redakčnú líniu obsiahnutú v redakčných stanoviskách, komentároch. A tak recipientovi nepodávali všestranný, ale jednostranný pohľad. K. S c h ö n b a c h, autor prieskumu, ďalej dokladá, že v samotnom spravodajstve býva tiež obsiahnuté stanovisko, a to

- explicitne, keď je správa formulovaná s použitím jednoznačných hodnotiacich pojmov;
- implicitne, t.j. výberom, umiestnením, rozsahom, vystrojením správy.

Hoci tento prieskum sa týkal novinárskych prejavov, a nie aktuálnych či novinárskych informácií, nie je to na závalu, lebo novinársky prejav sa skladá z novinárskych informácií a pre obidve

tieto novinárske formy zhodne platí, že obsahujú i aktuálne fakty aj ich interpretáciu. Z toho vyplýva, že selekcia sa týka obidvoch týchto zložiek, pričom o každej tejto zložke možno rozhodovať aj samostatne.⁴⁾

6.2 ZÍSKAVANIE PRÍSPEVKOV

Kmeňovou zložkou novinárskeho celku sú novinárske prejavy. Preto získať príspevky do novinárskeho celku značí pre redakciu, že si novinárske prejavy sama vytvorí alebo si ich externe obstará. Do činnosti tejto fázy treba teda zahrnúť aj tvorbu novinárskych prejavov. Delia sa na spravodajský a publicistický žáner a konkrétne žánrové druhy, ktoré sa rôznia aj podľa toho, pre ktoré médium sú určené.

Novinárske prejavy externých prispievateľov, spolupracovníkov či celkom náhodných vonkajších autorov vrátane recipientov treba zväčša upravovať. Povinnosťou redaktora je upraviť ich tak, aby sa čo najviac priblížili štandardným požiadavkám na novinárske formy profesionálov.

Novinársky celok obsahuje aj nenovinárske prejavy, a preto k získavaniu príspevkov patrí aj získavanie nenovinárskych prejavov, ako sú napr. román na pokračovanie, poviedky, básne, kresby výtvarných umelcov, hudobné vsuvky, doslovné znenia politických prejavov, zákonov, kuchárske recepty, krížovky a mnoho ďalších. Aj tieto príspevky treba adaptovať pre potreby novinárskeho celku.

Redaktor sa od externého autora odlišuje tým, že pozná priebeh a nároky procesu redigovania v konkrétnej redakcii vo vzťahu ku konkrétnemu médiu a s ohľadom na to upravuje príspevky zo stránky obsahovej, formovej, jazykovej, technickej. Píše alebo upravuje príspevok pre konkrétne technické médium, pre konkrétnu časť novinárskeho celku, rubriku, novinovú stranu, reláciu a tomu sa plne prispôsobuje.

Aby mohol redaktor príspevkov posúdiť, musí byť informovaný. Nemôže prepustiť príspevok, ktorý by obsahoval nesprávne informácie alebo menej informácií, než sú známe jemu a tým aj redakcii. Má rámcovú predstavu o tom, kto sú jeho recipienti a píše alebo upravuje tak, aby si získal práve ich.

Základné zaradenie príspevkov. Z hľadiska procesu redigovania nie je primárna žánrová forma novinárskeho prejavu, ale

jeho budúce zaradenie do novinárskeho celku, t.j. do ktorej časti, rubriky, relácie, na ktorú stranu patrí. Novinársky celok sa rámcovo skladá z **piatich častí**:

- (a) spravodajstvo (oznamovacia časť celku),
- (b) stanoviská (publicistická časť celku),
- (c) zábava (odpočinková časť celku),
- (d) prílohy (nenovinárske príspevky, prvky, doplnky),
- (e) inzercia a reklama (informačno-komerčná časť celku).

Zastúpenie týchto častí v jednotlivých novinárskych produktoch je rozdielne. Univerzálne periodiká (noviny vrátane rozhlasových a televíznych) majú všetky časti, iné majú len niektoré z nich.

Prvé dve časti predstavujú najvlastnejšiu novinársku tvorbu, t.j. novinárske prejavy, tretia časť býva zmiešaná z novinárskych a nenovinárskych prejavov, štvrtá časť predstavuje nenovinárske prejavy, v ktorých na rozdiel od prvých troch častí nie je primárny aktuálny náboj. Získavanie inzercie sa vymyká pravidla z právomoci redakcie a patrí do kompetencie vydavateľstva (producentstva).

Päť častí novinárskeho celku súvisí s typológiou novinárskych produktov. Poznáme niekoľko typologických skupín novinárskych produktov odvodených od vlastností aktuálnej (novinárskej) informácie. V jednej z týchto skupín členíme novinárske produkty na

- spravodajské alebo prevažne spravodajské, spravodajsko-publicistické (noviny),
- publicistické, stanoviskové, mienkotvorné (zväčša týždenníky a dvojtýždenníky) alebo publicisticko-spravodajské (noviny),
- zábavné či magazínové (časopisy), k nim sa priradujú ilustrované týždenníky, ale aj zábavné denníky či nedeľníky, ktoré sa napr. v Anglicku označujú ako masové noviny (noviny pre masu, Popular Press),
- nenovinárske periodiká, ktoré by sa mali nazývať zborníky, a nie časopisy, ak neobsahujú novinárske informácie,
- inzertné noviny, ktoré nie sú vlastne novinami, lebo neobsahujú novinárske informácie.

Novinárske príspevky sú determinované médiom.

Neexistuje všeobecný novinársky prejav, ale len príspevok určený pre isté technické médium. Zásadami tvorby novinárskych príspevkov špecializovanými podľa jednotlivých technických prostriedkov

sa zaoberajú osobitné predmety. Z hľadiska procesu redigovania je potrebné len všeobecne konštatovať, že táto tvorba je determinovaná použitým médiom. Doložiť to možno na príklade tvorby televízneho textu, ako ho vidí súčasná odborná literatúra.

Nováčka v televíznej redakcii poslali v sprievode skúseného kameramana obstaráť príspevok do spravodajskej relácie v rozsahu najviac 2,5 minúty. Keď sa príspevok premietal, mal 9 minút. Autor opísal všetko, čo videl. Udalosť ho natoľko "premožla", že podľa jeho názoru sa príspevok nedá krátiť, ak má v y r o z p r á v a ť všetko, čo tam zažil. Lenže televízny novinár nemá udalosť vyrozprávať. Musí sa podvoliť danému technickému prostriedku a to značí, že má udalosť u k á z a ť.

Nosičmi výpovede v knihe sú slová, vety, rytmy. Čitateľ ich analyzuje a aktualizuje. Obsah viet mení na idey, ktoré prebúdajú jeho predstavivosť. Predstavy sú obrazy. Čím väčší súzvučia s textom, čím väčší text zodpovedá čitateľovým duchovným štruktúram, tým silnejší je jeho zážitok. Dosiahnuť takýto zážitok pri čítaní nemožno iba dekódovaním textu. Musí byť transponovaný do vlastného sveta predstáv.

Divák sledujúci obraz na obrazovke si však nemusí nič predstavovať. Dej, udalosť, konanie, sprostredkované obrazom, sa prežíva ako realita. Obrazovú informáciu netreba transponovať do sveta predstáv, stačí ju len dekódovať. V televízii je informácia sprostredkovaná obrazom i zvukom, ale primárnu výpovedaciu schopnosť má obraz. Preto text nemá opisovať, čo vidno na obraze, ale má obraz informačne doplniť. Ak sú na obraze kufre, netreba rozprávať, že sú to kufre. Možno však doplniť, čie sú, lebo to z obrazu nemusí byť jasné. Ide teda nie o predmety, ale o vzťahy.

Televízny novinár musí danú tému stvárniť opticky. Text prispôbuje obrazu, ktorý dopĺňa dodatkovými informáciami, vysvetľuje vzťahy, zdôrazňuje význam niektorých aktov.

Z mnohých špecifickostí tvorby novinárskeho textu v televízii, ktoré sa odvíjajú z princípu, že text má sledovať obraz, vyplýva aj zmena v zostave spravodajského prejavu. Už od minulého storočia sa opakuje známa poučka, že podstatnou náležitosťou správy je odpoveď na šesť otázok: kto - čo - kedy - kde - ako - prečo? (Nemci tomu hovoria "novinárske W": Wer - Was - Wann - Wo - Wie - Warum?). Hutná správa sa usiluje vtesnať tieto odpove-

de do prvej vety alebo prvých viet. V televíznej správe to často nie je možné, stavbu správy diktuje obraz. Tiež nie je možné pokračovať od najdôležitejšieho k detailom, lebo v obraze nosným prvkom nie je myšlienková abstrakcia, ale bezprostredný zážitok.⁵⁾

Základom hodnotenia televízneho novinárskeho príspevku nie je teda len úvaha o vhodnosti témy, ale tiež o realizácii skĺbenia obrazu s textom.

6.2.1 Spravodajstvo (oznamovacia časť celku)

"Spravodajstvo predstavuje nielen prvú, to je najvyššiu a najdôležitejšiu funkciu (tlače), ale aj časovo jej prvú, to je najranejšiu úlohu."⁶⁾ Noviny raného obdobia mali rýdzo spravodajský charakter. Preto sa v časti odbornej literatúry používa pre ne typologické označenie "spravodajská tlač raného obdobia".⁷⁾

Ak správou rozumieme novinársky prejav presnej žánrovej charakteristiky a teda výsledok novinárskej tvorby, správnejšie by bolo tieto správy raného obdobia nenazývať správami, ale oznamami. Vtedy ešte neexistovala novinárska tvorba a novinárske prejavy ako jej výsledok. Vznik raných novín predstavuje kvalitatívny zlom v prenášaní aktuálnych informácií, lebo vznikol systém pre periodické prenášanie aktuálnych informácií, ale tento kvalitatívny zlom spočiatku prebiehal väčšmi v oblasti komunikácie než informácie.

Oznamy v prvotných novinách plynule nadväzovali na aktuálne informácie predchádzajúceho obdobia, t.j. v tzv. písaných novinách, písanej neperiodickej korešpondencii, tlačených letákok. Boli dielom dvorskej, vojenskej alebo hospodárskej byrokracie a učencov a na kontinente boli prevažne publikované v pôvodnom znení. Preto boli suché, kusé, aj keď často ornamentálne barokovo štylizované, ale už aj vtedy, na samom začiatku, sa vyskytoval zámerný výber. Podľa K. K o s z y k a už v priebehu tridsaťročnej vojny v nich prevažujú z duchovnej stránky protestantské tendencie.⁸⁾ Podľa O. G r o t h a sa vo výbere správ v menšej miere prejavovali aj tendencie katolíckej, nadväzujúce feudálnym poriadkom, ale v tej istej skúmanej nemeckej tlači niektoré suché správy nemali žiadnu tendenciu.⁹⁾

Prvotné noviny vznikali v menších mestách a boli spočiatku určené pre miestnu potrebu. Toto ich pôvodné poslanie netrvalo

dlho. V priebehu štvrtstoročia sa vytvorila sieť novín vychádzajúcich vo vtedajších politických a hospodárskych centrách Európy, ktoré sa stali zdrojom informácií pre ostatnú tlač. A tak nastala čulá výmena novín a ich preprava na veľké vzdialenosti.

Nad obsahom prvotných novín a ich vydávaním sa v tej časti Európy, kde sa po tridsaťročnej vojne upevnili feudálne režimy, rýchle presadila štátna alebo cirkevná cenzúra. Takéto noviny potom v rôznej miere nadobudli charakter takmer úradného vestníka.

Vzorom pre štátom vydávané, inšpirované alebo podporované noviny bol v prvej polovici 17. stor. kardinálom R i c h e l l e u inšpirovaný MERCURE FRANÇAISE. Tento vzor nasledovali aj v krajinách, kde sa prvé noviny objavujú až o storočie neskôr, ako v St. Peterburgu vychádzajúce VEDOMOSTI (1702-1727).

Vlastná novinárska tvorba a teda aj správa ako novinársky prejav sa z tohto základu vyvíja v priebehu 18. storočia (v Anglicku a Holandsku skôr, u nás až ku koncu storočia). Vlastný rozmach spravodajstva v dnešnom ponímaní nastáva v 19. storočí, t.j. po Veľkej francúzskej revolúcii, časovo opäť diferencovane: vo Francúzsku od začiatku storočia, u nás od polovice, v Rusku až ku koncu storočia.

Rozmach, ktorý nastal v novinárskej spravodajskej práci v 19. storočí, sa prejavil tak, že spravodajstvo

- obsiahlo všetky odbory ľudskej činnosti, takže noviny podľa svojho záberu sa stali univerzálnymi,
- sa zrýchľovalo,
- novinár pri jeho získavaní sa aktivizoval,
- vzniklo obrazové spravodajstvo.

Univerzálne a bohaté spravodajstvo. Vo vznikajúcej pluralitnej spoločnosti vzniká vnútropolitické spravodajstvo, ktoré nezaznamenáva len výsledné fakty, ale aj priebeh spoločenských javov, zahrnuje do svojho pozorovania vzťahov stránku činnosti subjektov politiky. Správy o udalostiach v zahraničí sprevádzajú noviny od ich vzniku. Avšak vznik občianskeho neoficiálneho zahraničnopolitického spravodajstva súvisí opäť so vznikom parlamentných režimov. Aj lokálne politické spravodajstvo mohlo sa udomáčniť až vtedy, keď obce získali politickú samosprávu, keď občania sa mohli voľne združovať do spolkov a politických strán. Z lokálneho spravodajstva sa až koncom 19. stor. vydeľuje ako samostatné - športové spravodajstvo, ktoré v 20. stor. rýchlo získalo pozíciu rovnocenného spravodajstva vedľa ostatných. Slobodné

kapitalistické podnikanie dáva iné dimenzie hospodárskemu spravodajstvu, popri obchode obracia pozornosť aj na výrobu a na jej hospodárske a sociálne dôsledky. Kultúrna emancipácia národov dáva významné postavenie kultúrnemu spravodajstvu. Rozmach vedy a techniky poskytuje nový priestor pre vedecko-technické spravodajstvo. Toto najmladšie spravodajské odvetvie prežíva obdobie veľkého rozmachu až v druhej polovici 20. stor.

Univerzalizmus spravodajstva z hľadiska šírky tematického záberu je doplňovaný zemepisnou šírkou pôvodu správ a ich množstvom, bohatosťou. "Svet sa zmenšuje", do informačného kolobehu sú vťahované ďalšie oblasti zemegule, ktoré nová technika spojov stále väčší zväzuje so starým svetom, nič už nie je príliš vzdialené, postupne miznú "periférie" sveta. Spoločenský pohyb sa zrýchľuje, informácií pribúda, v 2. polovici 20. stor. sa už hovorí o "informačnej explózii".¹⁰⁾

V novinách, ktoré sú stále objemnejšie i väčších formátov, sa spravodajská časť neustále rozširuje. Zvlášť výrazné postavenie sa dostáva spravodajstvu po vzniku nových médií v 20. stor., najmä vďaka rozhlasovému spravodajstvu s jeho hustou periodicitou. Rozkošatila sa aj formová pestrosť spravodajstva: bežné sú jednotové avíza rovnako ako bohaté spravodajské skladačky z rôznych prameňov.

Narastanie významu spravodajstva sa prejavilo aj v jeho umiestňovaní. Od 2. polovice 19. stor. sa "prediera" na prvú stranu novín, kde v starších časoch kraloval úvodník, resp. vo Veľkej Británii až do 20. stor. aj inzercia. Umiestňovanie spravodajstva na prvej strane s výraznými titulkami a neskôr s fotografiami alebo jednou veľkou fotografiou vzniklo v nekonvenčnej Amerike. Pri preberaní tejto novej redakčnej metodiky v Európe sa jej v tom čase hovorilo "amerikanizácia tlače". V tomto období sa tiež noviny diferencujú: väčšina novín nadobudla spravodajský (spravodajsko-publicistický) a len menšina publicistický (publicisticko-spravodajský, mienkotvorný) charakter.

Zrýchlenie spravodajstva. Zrýchlenie sa priamo viaže na technické vynálezy 19. stor. (telegraf, telefón, kábel cez Atlantický oceán, bezdrôtový telegraf, ako aj mnohé zmeny v tlačiarenskej technike). Pred zapojením týchto vynálezov do obehu informácií sa správy dostávali k recipientovi s oneskorením dnešnému čitateľovi ťažko predstaviteľným, lebo boli dopravované len kuriérmi, poštovými dostavníkmi (s konským záprahom), loďami.

V roku objavenia telegrafu (1832) zakladá Charles H a v a s v Paríži kanceláriu na sprostredkovanie hospodárskych správ zo zahraničia a na prekladanie článkov zo zahraničných novín, ktoré predáva záujemcom, medzi inými aj redakciám. Roku 1835 mení túto kanceláriu na medzinárodnú spravodajskú kanceláriu, prvú spravodajskú agentúru vôbec, a jej činnosť dopĺňa politickým spravodajstvom. Práve spravodajské agentúry, ktoré sa neskôr stali a dodnes sú najväčšími dodávateľmi správ, urobili najviac pre zrýchlenie spravodajstva a pre zväčšenie jeho prísunu do redakcií.

V 20. stor. bol telegraf prekonaný bezdrôtovým vysielačím zariadením, agentúry mohli byť spojené s redakciami ďalekopismi, ktorých rýchlosť sa neustále zvyšuje. V súčasnosti nastupuje elektronika. Pri interkontinentálnom prenášaní správ (i obrazových) sa už bežne používajú služby telekomunikačných družíc.

Aktívny prístup k získavaniu informácií. Prejavuje sa v tom, že redakcia nečaká pasívne, kým sa k nej nejaká informácia dostane. Snaží sa iniciatívne získať pôvodné vlastné správy, ale tiež k správam, ktoré sú prístupné viacerým redakciám, pridať ďalšie fakty, vysvetlenia, vlastné stanoviská, iné pohľady.

Redaktor prvotných novín nemal veľkú možnosť pre aktivitu v získavaní informácií. Žil uzavretý v mestských hradbách, kde mohol získať len niekoľko lokálnych správ a ináč musel čakať, až mu pošta raz za týždeň dovezie iné noviny. Vysielanie s p r a v o d a j - c o v na iné miesta diania je už novší jav v rámci začínajúcej deľby práce.

Od minulého storočia je prejavom aktívnejšieho prístupu k zdrojom informácií i n t e r v i e w . Novinár je v rozhovore aktívnou stránkou, on vyhľadá interviewovaného, on sa pýta.¹¹⁾ Dnes novinári vyzbrojení súčasnou technikou sú neustále medzi ľuďmi v honbe za novými aktuálnymi informáciami.

Formy aktívnej spravodajskej činnosti sa v tomto storočí rozmohli najmä vplyvom rozhlasu, ktorý môže byť v tejto oblasti najpohotovejší. Počas vysielania rozhlasových novín sa prepína na rozličné stanovištia reportérov, odkiaľ sa poslucháč dozvedá o veciach prebiehajúcich súčasne pred očami reportéra, a to aj formou rozhovorov alebo záznamov z prednesených prejavov, referátov, vyhlásení atď.

Spravodajský obraz. Ilustrácia v podobe kovo- či drevo-rytu je súčasťou novín od prvopočiatku. No len v ojedinelých prípadoch mala spravodajský charakter. Až vynález fotografie momentky okolo roku 1890 revolucionalizoval možnosti ilustrovania. Spočiatku sa fotografia udomácňuje skôr v periodikách s dlhšou periodicitou než dennou, hlavným poľom jej rozvoja sa stali ilustrované zábavné časopisy. Novinári si len postupne uvedomujú ďalšie možnosti využitia vynálezu, v danom prípade možnosť vytvoriť z fotografie sprievodný nástroj spravodajstva. Preto sa spočiatku fotografia vyskytuje v novinách zriedkavo, kým ilustrované zábavné časopisy sa možnosti chopili hneď a dodnes fotografiu využívajú najviac.¹²⁾

Spravodajská fotografia sa usadila v novinách až po prvej svetovej vojne a najmä vtedy, keď sa spravodajské agentúry ujali služby získavať a distribuovať spravodajské fotografie. Opäť pomohla technika, ktorá vyvinula príslušné technické zariadenia (telefoto, telefax, družicové prenosy, novinové ofsetové rotačky). Najvlastnejšou doménou obrazového spravodajstva sa stali v našej epoche televízne noviny, ale už na báze techniky ďalšej generácie.

Obrazové spravodajstvo sa vyvinulo na autonómnu zložku novinárstva. Na základe fotografie sa vyvíja v spravodajských agentúrach, novinách a časopisoch, na základe filmu (niekedy doplnkovo i fotografie) v televíznych novinách a spravodajskom filme.

Najširšie uplatnenie spravodajskej fotografie spomedzi tlačených novín nachádzame v obrázkových novinách typu nemeckého BILD-ZEITUNG alebo niektorých anglických masových novín. Tu sa hovorí o novinárskom prejave len ako o stručnom doplnku fotografie. Stručnom preto, lebo vydavatelia ich uvádzajú na trh ako noviny "pre príliš zamestnaných ľudí". V skutočnosti ide o najmenej vzdelané vrstvy obyvateľstva.

Spravodajstvo v nových médiách. Oznamy v prvotných novinách plynule nadväzovali na spôsob publikovania aktuálnych informácií v prednovinovom období, keď redaktor autorovi do textu nezasahoval, boli uverejňované v pôvodnej verzii. Tento jav, že novovzniknutý systém (novinárskej komunikácie) preberá spôsob prenášania aktuálnych obsahov na tom stupni vývoja, na akom je v čase vzniku nového systému, sa opakuje o 300 rokov

neskôr pri vzniku nových technických médií (filmu, rozhlasu, televízie). Prvé programy nového média sú tým vždy poznačené. Do programu nového média sa preberá, čo v čase jeho vzniku poskytujú súčasne existujúce, staršie a teda vývinovo vyspelejšie médiá: prvé rozhlasové správy sú správy čítané z novín, neskôr pre rozhlas pripravované v spravodajskej agentúre, prvé televízne spravodajské relácie sa začínali opäť čítaním agentúrnych správ a premietaním kinožurnálu.

Až keď nové médium našlo vlastnú tvár, získalo aj novinárstvo viažuce sa na toto médium, vlastné osobitosti.

Rozhlas sa najmä po veľkom rozšírení tranzistorových prijímačov špecializoval na hustotu spravodajských relácií (až v hodinových, i kratších, intervaloch), na ich stručnosť, akési prvé avízo udalostí a na ich absolútnu pohotovosť. Ako eklatantný príklad sa v odbornej literatúre uvádza atentát na prezidenta USA Kennedya (1963), ku ktorému došlo vo veľkej vzdialenosti od hlavného mesta; správu vydali spravodajské agentúry a rozhlas niekoľko minút po čine (vraj 4 minúty).¹³⁾

Prédnosťou televízneho spravodajstva je jeho spojenie s obrazom, a to aj so simultánnym obrazom z celého sveta pomocou telekomunikačných družíc. Ten dáva divákovi pocit priamej účasti na udalosti, hodnotu očitého svedectva. Ani rozhlasové, ani televízne spravodajstvo však nemôže byť príliš zdĺhavé, pretože pozornosť diváka pri obrazovke postupne klesá. Podrobnejšie a odbornnejšie spravodajstvo ostáva vyhradené novinám a časopisom. V tomto smere si tlač ešte upevnila svoje pozície.

6.2.2 Stanoviská (publicistická časť celku)

Stanoviská tvoria tú časť novinárskeho celku, do ktorej sa zaraďujú publicistické novinárske prejavy predstavujúce názory, stanoviská, úvahy, vysvetlenia, postoje redakcie (vydavateľa, disponenta, autora), prípadne aj recipientov obsiahnuté v ich listoch. Nepatria sem teda všetky publicistické prejavy, pretože niektoré z nich, najmä beletristického charakteru, sa zaraďujú do nasledujúcej časti novinárskeho celku. Stanovisková časť je najvýraznejšie politická. To sa odráža aj vo vývine novinárskej publicistiky.

Vývin uplatnenia. Noviny sa zrodili v západnej Európe uprostred náboženských vojen. V tom čase náboženstvo bolo ideolo-