

## PROCES REDIGOVANIA (3 časti):

- I. Proces redigovania všeobecne
- II. Fázy procesu redigovania
- III. Usmerňovanie procesu redigovania

### Kapitoly I. časti:

1. Vymedzenie pojmu
2. Charakter procesu redigovania
3. Proces redigovania a novinárska profesia
4. Metóda a metodika v procese redigovania

filozofická fakulta  
univerzity Komenského  
Ústredná knižnica  
Bratislava

č.: 422/92 K 30, -

D 321/24 K2

1742

KABINET TEÓRIE A DEJÍN  
ŽURNALISTIKY  
FILOZOFICKEJ FAKULTY  
UNIVERZITY KOMENSKÉHO  
801 00 BRATISLAVA

Lektori: PhDr. Andrej Tušer, CSc.  
PhDr. Vladimír Mihal  
© Ing. Juraj Charvát, CSc.

ISBN 80-85260-10-7

## 5. DELENIE A JEDNOTA PROCESU REDIGOVANIA

Novinárstvo nie je činnosť homogenná, jednoliata, kompaktná. V redakcii sa vykonáva rad úkonov, osobitných druhov práce, ktoré majú relatívne samostatný charakter a nositelia týchto prác vystupujú aj ako samostatné subprofesie. Preto novinársku činnosť možno členiť.

### 5.1 ČLENENIE PROCESU REDIGOVANIA

Transformácia aktuálnej informácie na novinárske formy premietnutá do časovej roviny a chápaná ako pracovný proces sa javí ako sled fáz. Novinárske formy predstavujú hierarchickú reťaz: novinárska informácia, novinársky prejav, novinársky celok; pre vznik nasledujúcej je potrebná existencia predchádzajúcej. Najprv musia byť novinárske informácie, aby mohol vzniknúť novinársky prejav ako súhrn novinárskych informácií viažucich sa k danej téme a najprv musia byť novinárske prejavy, aby z nich bolo možné zostaviť novinársky celok ako súhrn novinárskych prejavov a v nich obsiahnutých novinárskych informácií. Ďalej vzniká technická (mediálna) forma novinárskeho celku. A napokon do každého pracovného procesu treba zaradiť činnosť predstavujúcu spätnú väzbu.

Naproti tomu taká podstatná náležitosť transformácie, ako je selekcia aktuálnych informácií, nevytvára osobitnú fázu, lebo ako znak tvorivosti je súčasťou všetkých fáz novinárskeho pracovného procesu. Týka sa obsahu, formy i pracovných postupov.

**Transformácia videná ako proces** javí sa potom takto:

- (1) **Získanie aktuálnych informácií, ich selekcia, formovanie novinárskych informácií.**

Z komplexnosti modernej spoločnosti vyplýva, že aktuálnych informácií je k dispozícii nesmieme množstvo, ale novinár z nich vyberá len malú časť v súlade so zameraním daného novinárskeho produktu (univerzálny denník, odborný týždenník, či úzko špecializovaný mesačník atď.), ako aj s jeho poslaním, tendenciou, ktorá sa prejavuje v interpretácii aktuálnych faktov. Vybraná aktuálna informácia, ktorá môže mať rozmanitú formu od stručného avíza až po obsahlu správu niektorej inštitúcie, sa novinársky formuje (nemusí ísť o písomnú formu, formovať mož-

no "v hlave" alebo do mikrofónu). Pri tom sa vyhodnocuje jej pravdivosť (pravdepodobnosť), možné pôsobenie a dôsledky, spôsob jej využitia v redakcii a napokon sa určí jej použitie vo vzťahu ku konkrétnemu novinárskemu prejavu.

**(2) Tvorba novinárskych prejavov spojená so selekciou podkladových informácií, selekciou tvorivých autorských postupov.**

Novinársky prejav je súbor novinárskych informácií skomponovaný s istým zámerom. Je to text konkrétnej žánrovej a mediálnej formy, ale nemusí mať písomnú formu, existujú rôzne vysielania na živo, bez prípravy a pod. Ale musí mať verbálnu formu, lebo aktuálny obrázok bez sprievodného textu nie je dosť informatívny.

**(3) Tvorba novinárskeho celku na základe selekcie novinárskych prejavov, selekcia metodických postupov pri úprave a zostavovaní novinárskeho celku.**

Novinársky celok je súbor novinárskych prejavov zostavený do istej štruktúry. Pri jeho tvorbe je vplyv selekcie najviditeľnejší, lebo každý novinársky celok je iný, hoci by aj vychádzal z rovnakého informačného základu. Táto selekcia je z hľadiska obsahu konečná, robí sa v mene redakcie. Od technického prostriedku závisí, či novinársky celok je sadou rukopisov (prípadne s ilustráciami) alebo zvukových nahrávok, alebo televíznych či filmových šotov s pripraveným alebo nahovoreným textom, danou do istého poradia.

**(4) Selekcia spôsobov realizácie (produkcie) a technické formovanie novinárskeho celku.**

Podľa štyroch technických prostriedkov novinárskej komunikácie (tlač, rozhlas, televízia, film) sú štyri technicky rozdielne okruhy realizácie a v rámci nich množstvo konkrétnych postupov, medzi ktorými možno voľiť. Technická forma novinárskeho celku musí mať taký stupeň dokončenosti, ktorý umožňuje tento celok vytlačiť, vyselať alebo premietiť a tým ho premeniť na novinársky produkt.

**(5) Získavanie ohlasov recipientov k danému novinárskemu celku a k jeho komunikátorom a selekcia ohlasov pre potreby publikovania.**

Okrem vyhodnocovania tradičných listov čitateľov, poslucháčov a divákov, ako aj údajov o čítanosti, posluchovosti či sledovanosti, možno voľiť rad postupov pri nadväzovaní kontaktov s re-

ipientmi a verejnosťou vôbec v snahe získať si ich. Výsledky tejto činnosti sú opäť informáciami, ktoré možno novinársky formovať a publikovať.

Transformácia ako proces vyjadruje v časovom slede činnosť vlastného novinárstva, t.j. novinársku tvorbu. Lenže novinársky celok neobsahuje len vlastnú novinársku spisbu, ale aj nenovinárske prejavy, ktoré prešli len procesom selekcie a redaktorskej úpravy, adaptácie, a tiež grafické, zvukové či obrazové doplnky. Novinársky celok si preto vyžaduje širší pracovný proces, ktorý zahŕňa aj prácu s nenovinárskymi prejavmi a celý rad pomocných prác, teda nielen činnosť novinára - autora, ale aj redaktora. Takýmto procesom je práve proces redigovania (aj s jeho zložkou usmerňovania práce). Jeho fázy majú širšiu náplň, a preto aj širšie pomenovanie než proces novinárskej tvorby. Fázy procesu redigovania nebudeme nazývať "tvorbou", ale "získavaním" jednotlivých komponentov pre tvorbu novinárskeho celku. Ináč sú v podstate zhodné s fázami procesu novinárskej tvorby, ibaže ich obsah je širší - do procesu vstupuje aj redaktorská funkcia.

Takto načrtnutý proces redigovania nepredstavuje konkrétny, ale v istom stupni zovšeobecnený pracovný proces, ktorý zámerne vyberá predovšetkým prvky spoločné činnosti všetkých novinárskych redakcií.

V historickom vývine najprv vznikol redakčný pracovný proces v nadväznosti na prednovinárske obdobie, v ktorom redaktor pracoval s aktuálnou informáciou, novinárska informácia ešte nebola známa. Neskôr vznikol a prevládol novinársky pracovný proces, keď novinár si sám celé noviny písal vlastnou rukou. V tretej etape vývinu, v rozšírených redakciách pri rozšírených obsahoch periodík s novinárskymi i nenovinárskymi prejavmi, sa ustálil proces redigovania ako riadený redakčný pracovný proces zahrnujúci vlastnú i získanú tvorbu.

Dôvodom pre členenie procesu redigovania na päť fáz nie je len pracovný proces odvodený od jadra novinárstva, t.j. od procesu transformácie aktuálnej informácie na novinárske formy, ale aj to, že

- ide o relatívne samostatné činnosti v určitých vzájomných väzbách;
- v práci sa takto sformovali novinárske subprofesie, ktoré majú aj svoje organizačné vyjadrenie v usporiadaní redakcie,
- každá z fáz je pracovne zakončená vlastným medziproduktom.

### Medziproduktmi sú

- novinárska informácia,
- novinársky prejav,
- novinársky celok definitívneho obsahu,
- novinársky celok v technickej forme, ktorú mu môže dať redakcia vlastnými (zverenými) prostriedkami, umožňujúcej jeho premenu na novinársky produkt, t.j. aby mohol byť vytlačený, vysielať, premietaný,
- rôzne druhy recipientských ohlasov, reagentií verejnosti.

Kedže v procese redigovania nejde len o novinársku tvorbu, ale o širšie ponímanú redakčnú prácu, budeme jednotlivé **fázy procesu redigovania** nazývať

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

Z hľadiska cieľov, ktoré treba v procese redigovania dosiahnuť a z hľadiska kritérií pre členenie pracovného procesu môžeme p o s l a n i e jednotlivých fáz procesu redigovania vytýčiť takto:

Zmyslom **prvej fázy** je získať informácie, ktoré redakcia potrebuje na uverejnenie i pre svoju orientáciu. Preto treba sledovať aktuálne spoločenské dianie všeobecne a konkrétne v oblasti, v ktorej redakcia pôsobí, a napojiť sa na príslušné informačné zdroje.

Získavanie aktuálnych informácií je základnou povinnosťou každého novinára a redakcie ako celku. Niektorí novinári sa špecializujú len na tento druh práce ako spravodajcovia, pracovníci spravodajských oddelení alebo rubriek. Na celkom samostatnú činnosť sa táto práca vyvinula v spravodajských agentúrach.

Novinárska profesionalita spočíva v schopnosti napojiť sa na výdatné pramene (niekedy aj ojedinelé), získané informácie správne zhodnotiť, ale tiež v schopnosti čo najproduktívnejšie ich využiť.

Zmyslom **druhej fázy** je zo získaných informácií spracovať novinársky prejav, ktorého obsah je v súlade so zámerom redakcie, konkrétnej žánrovej formy, v ktorej budú tieto informácie publikované a teda tiež konzumované.

Príspevok (tento termín je širší než novinársky prejav alebo rukopis) sa stáva súčasťou procesu redigovania, keď bol redakciou získaný. Z tohto hľadiska nie je rozhodujúce, či autorom príspevku je člen redakcie alebo vôbec novinár, či vznikol na pôde redakcie, či ho redakcia len inšpirovala alebo vznikol nezávisle od nej, alebo či bol vystrihnutý, kúpený, vymenený (film), či je to novinársky alebo nenovinársky prejav.

Tvorba novinárskeho prejavu je základným druhom novinárskej práce. Špičkovú produkciu tvoria publicisti, ktorí predstavujú samostatné odvetvie novinárskej autorskej práce. Sú aj voľní publicisti, ktorí nie sú vo zväzku žiadnej redakcie.

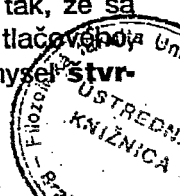
Niektorí si myslia, že dobrý novinár je ten, kto "vie písať", pričom sa myslí na všeobecnú schopnosť štylizovať. Novinárova štylistická schopnosť je neodlučiteľná od schopnosti zadovážiť si dobré podklady (informácie), vychádzať z aktuálneho diania a pohotovo naň reagovať. A samozrejme - získať si recipienta.

Úlohou **tretej fázy** redigovania je vybrať, upraviť a umiestniť príspevky tak, aby vznikla originálna zostava, ktorá by vyjadrovala zámyery redakcie a vzbudila pozornosť verejnosti.

Tretia fáza predstavuje akési "úzke hrdlo" procesu redigovania. Musia ním prejsť všetky príspevky, ktoré majú byť publikované, aby im redakcia mohla vtačiť pečať svojho zámeru. Vyústením tejto práce je vytvorenie zámernej štruktúry novinárskeho celku, zaradenie schválených a upravených príspevkov do významového sledu, zostavenie príspevkov do jedného skĺbeného celku. Je to interpretácia obsahu umiestnením.

Profesionalita redakcie sa prejavuje v tom, keď za neustále sa meniacim obsahom a formou novinárskych prejavov v novinárskom celku badať dôsledne dodržiavanú samostatnú koncepciu zostavovania novinárskeho celku podloženú dôsledne dodržiavanou metodikou redakčných pracovných postupov.

Pretože novinárstvo sa realizuje prostredníctvom technických prostriedkov novinárskej komunikácie, len týmto spôsobom sa môže prezentovať, len táto technická forma umožňuje styk s recipientom, novinársky celok možno publikovať len tak, že sa prispôsobí technickým a technologickým požiadavkám tlačového, rozhlasového, televízneho či filmového média. To je zmysel **štvrtej fázy**.



Táto práca pridáva prenášanej informácii väčšiu jednoznačnosť bez zväčšenia jej prebytočnosti. Vďaka tomu získava novinárska informácia schopnosť pôsobiť na čitateľa prv, než si ju prečíta alebo vypočuje, priťahovať jeho záujem, pripravovať vnímanie, pôsobiť ako náznak, ktorý aktivizuje čitateľský záujem.

Redakčná práca vo štvrtej fáze sa rôzni podľa jednotlivých druhov novinárskych zariadení, a preto aj príslušní špecialisti sú veľmi rôznorodí. V tlači ide o grafických (technických, lámajúcich), ilustračných redaktorov a fotoredaktorov. V rozhlase, televízii a filme je to predovšetkým základná trojica či štvorica špecialistov skladajúca sa z režiséra, kameramana, zvukára a vedúceho výrobného štábu (produkčného), okolo ktorých sa v prípade potreby zhromažďujú niekedy veľmi početný štáb ďalších - nenovinárskych - profesií a pomocného personálu.

Zabezpečenie rôznych druhov spätnej väzby jednosmerne šírených novinárskych informácií prostriedkami novinárskej komunikácie je zmyslom **piatej fázy**.

Od štvrtej fázy ju oddeľuje istá časová dištancia (tlač, vysielanie, premietanie, distribúcia a percepcia). Rovnako ako v prvej fáze znovu ide o získavanie informácií, ale s úzko vydeleným zameraním. Získávajú sa informácie o tej časti verejnosti, ktorá tvorí existujúcich alebo potenciálnych recipientov daného novinárskeho produktu a zisťujú sa predovšetkým jej postoje práve k tomuto produktu. Časť z týchto informácií sa uverejňuje.

Táto práca v našom vývine novinárstva vstrebáva tiež pracovníkov iných profesií pre styk s verejnosťou, ktorí však často bývajú začlenení nie do redakcie, ale do vydavateľstva (producentstva).

## 5.2 VNÚTORNÉ, VONKAJŠIE A PROFESIONÁLNE VÄZBY

Kvalita procesu redigovania je výsledkom schopnosti redakcie a jej jednotlivých členov, ale aj vnútorných a vonkajších podmienok, v ktorých redakcia pracuje.

**Vnútorne väzby** sa rozvíjajú vnútri systému, t.j. medzi článkami systému novinárskej komunikácie. Články systému sú nositeľmi rozdielných činností, ktoré sa v systéme vykonávajú, a medzi článkami sa formujú rozličné vzťahy ku všetkým týmto čin-

nostiam. Mnohé z týchto činností patria k tým, ktoré sa vykonávajú aj v iných systémoch, niektoré i vo všetkých systémoch, ktoré majú zamestnancov (napr. účtovníctvo, pracovnoprávne úkony a pod.). Ďalšie zas sú všeobecného charakteru, ale v danom systéme majú špecifickú podobu (napr. odbyť). Spomedzi týchto vzťahov celkom osobitné postavenie má vzťah, ktorý sa viaže k špecifickému vytvoreniu daného systému, k procesu jeho vzniku. To je väzba systémotvorná, väzba, pre ktorú systém vznikol, existuje a pretrváva, činnosť, ktorú vie profesionálne zabezpečiť len tento systém. V systéme novinárskej komunikácie je jediným vytvorením novinársky produkt, ktorý ako novinársky celok vzniká v procese redigovania, pričom jadrom tohto procesu je transformácia aktuálnej informácie na novinárske formy.

Proces redigovania sa odvíja od úvodnej koncepcie, resp. i od všetkých zmien v nej, ktoré vznikajú za existencie daného novinárskeho produktu. Je to záväzný rámec pre celú činnosť systému a najmä pre formovanie jeho vytvorenia - novinárskeho produktu. Koncepciu tvorí, resp. schvaľuje vydavateľ (producent) ako majiteľ novinárskeho produktu. Vydavateľ má určitú predstavu o novinárskom produkte, predpokladá, že táto predstava sa realizuje ako úspešná, avšak len v styku s konzumentom (trhom) sa dozvie, či to tak naozaj je. Preto v priebehu vývinu systému môže v koncepcii dochádzať aj k ďalekosiahlym zmenám.

Novinárska redakcia túto koncepciu "premieňa na drobné", konkretizuje, a to "na pochode", t.j. v rámci každého jedného čísla novinárskeho produktu. Pritom medzi týmito dvoma článkami môže dochádzať k rozdielnym názorom na to, čo bude úspešné, čo recipient pravdepodobne prijme s väčším a čo s menším záujmom. Z troch komunikátorov systému novinárskej komunikácie najbližšie k recipientovi má redakcia, ktorá jediná je plne angažovaná len v tomto systéme a ktorá pod svojím menom predstupuje bezprostredne a periodicky s každým číslom pred verejnosť, a preto si môže myslieť, že jej názory na úspešnosť sú najviac opodstatnené.

Stykom s vydavateľstvom (producentstvom) sa redakcia dozvedá o technických a finančných podmienkach svojej práce (a práce celého systému), o efektívnom úspechu či neúspechu, ako sa prejavuje v tržbách (počúvanosti, sledovanosti). Aj vydavateľstvo má záujem na úspešnosti novinárskeho produktu práve pre svoju závislosť na príjmoch z neho. Lenže pri neúspechu môže vy-

lecké a vedecké prejavy. Je zrejmé, že ide o dve skupiny s rozdielnym vzťahom k aktualite.

V oboch prípadoch ide o prejavy, ktoré nevznikajú v novinárskom pracovnom procese, redakcia sa dostane k nim až po ich vzniku a preberá ich v pôvodnej kvalite len s príslušnou redakčnou úpravou. Aktuálnosť nie je ich rodovou vlastnosťou, ale pre potreby novinárskeho produktu boli vybrané, lebo redakcia v nich našla nejaký nepriamy vzťah k aktuálnej situácii, resp. ich tým v širších dimenziách aktualizovala. Tento vzťah treba chápať v širokých súvislostiach. Keď napr. redakcia vyberie román na pokračovanie sto rokov starý, opisujúci "večné" vzťahy medzi ľuďmi, predsa len niektoré problémy, príbehy, postavy majú zrejme čo povedať aj súčasnému čitateľovi.

**Piata časť**, inzercia a reklama, vzniká nezávisle na redakcii a redakcia ju spravídla ani nezískava. Inzertné oddelenie býva priamo súčasťou vydavateľstva (producentstva) a pracuje teda paralelne vedľa redakcie.

**Úprava.** Príspevky patriace do jednotlivých častí novinárskeho celku sa upravujú (apretujú, adjustujú) rôzne. Ako hlavné kritérium vystupuje do popredia množstvo času, ktoré možno príspevku venovať, čo je v priamej súvislosti s jeho aktuálnosťou.

Spravodajské príspevky majú bohaté, rozvetvené titulky, najmä v denníkoch, ale spravodajské titulky sa najnovšie vyskytujú aj v televíznych novinách. Úprava stanoviskových príspevkov je v porovnaní s tým "tichšia". Pri úprave magazínových (zábavných) príspevkov a najmä nenovinárskych príspevkov umeleckého charakteru je dosť času uplatniť pri ich úprave aj niektoré grafické prvky náročnejšieho, ba až umeleckého charakteru. Obdobne je to v príslušných rozhlasových a televíznych reláciách, kde sa uplatňujú umelecké prvky, napr. hudobné alebo výtvarné. Náročnejšia úprava reklamy je dielom špecializovaných reklamných agentúr.

**Umiestnenie.** Spravodajské a stanoviskové príspevky sa zvyknú umiestňovať spolu alebo oddelene. Do istej miery to súvisí aj s rozsahom (počtom strán) novín, lebo menší rozsah neumožňuje oddelenie týchto častí. Naproti tomu v rozhlase a televízii sa publikujú oddelene.

Klasický európsky kontinentálny spôsob, ktorý sa vyvinul v 19. storočí a preniesol sa aj do tohto storočia, vyzeral tak, že na prvej strane bol úvodník alebo komentár a najdôležitejšie správy, ale tiež beletristický stĺpček (na poslednom stĺpci, resp. pod čiarou

na 1. alebo 2. strane), fejtón, niekedy ako žánér, niekedy ako rubrika s veľmi rozmanitým obsahom.

Naproti tomu v Anglicku, USA a v krajinách, ktoré preberali ich vzory, bola a väčšinou ešte aj je osobitná stanovisková strana (editorial page). Publicistické prejavy na nej umiestnené vyjadrujú len stanovisko redakcie, či už ide o príspevky vlastné alebo externé. Rovnocennou zložkou sú stanoviská čitateľov, umiestnené v rubrike nazvanej zväčša "Letters to the editor". Takáto strana je vyznačená zmenšenou hlavičkou novín. Tým sa má oddeliť akoby objektívny charakter spravodajstva spočívajúceho na faktoch (v skutočnosti aj tieto fakty sú vyberané a istým spôsobom interpretované) od subjektívneho charakteru redakčných stanovísk.

Piata časť novinárskeho celku je od ostatných častí oddelená najdôslednejšie. Nebolo to tak vždy. V prvotných novinách boli inzeráty, písané nie v prvej, ale v tretej osobe ako ostatné správy, uverejňované spolu s ostatnými správami. Ale už na konci 17. storočia sa stretávame s prevládajúcim zvykom uverejňovať inzeráty na konci čísla, linkou oddelené od ostatných správ.

Kým inzercia je dodnes oddelená od ostatného obsahu, reklama sa sústreďuje alebo na samostatné strany, ktoré niekedy s inzerciou tvoria samostatnú zložku samostatne číslovaných strán, inokedy býva tiež rozhodená na strany textovej časti novín a časopisov. Prerušovanie vysielaného programu reklamou je naproti tomu obvyklé len v komerčných vysielacích. Pretože ide o oznamy platené podľa rozsahu, inzercia súkromných osôb je tlačaná vždy kompresne, kým reklama odráža finančnú potencionnosť zadávajúcich firiem, takže niektoré firmy zadávajú celostranové i viacstranové reklamy.

### 6.3 ZOSTAVOVANIE NOVINÁRSKEHO CELKU

Kým získavanie informácií a tvorba novinárskych prejavov môže prebiehať na najrozličnejších miestach, to značí, že na to nie je nevyhnutne potrebná redakcia (veď informácie i články možno kúpiť), vo chvíli, keď je rukopis určený na publikovanie, pracuje s ním výlučne redakcia na svojej pôde. Ide o etapu, v ktorej sa práca koncentruje miestne i časovo.

Z hľadiska miestnej koncentrácie predstavuje tretia fáza redigovania akúsi "komunikačnú bránku".<sup>44)</sup> "Brankárom" (americký

výraz) je redakcia ako kolektívny komunikátor na ceste, ktorou musí prejsť rukopis (príspevok). Redakcia ďalší priebeh procesu redigovania plne preberá do svojich rúk, aby doterajším výsledkom tohto procesu dala definitívny obsahový zámer i podobu, formu. Je to v najvlastnejšom zmysle práca redakčná; deje sa v intenciách a na zodpovednosť redakcie a tiež "rukami" redakcie. Osobne je zodpovedný šéfredaktor, ktorého menom je novinársky celok publikovaný a ktorého rozhodnutie je preto konečné.

Z hľadiska časového ide o koncentráciu, vyúsťujúcu do určitého rytmu, ktorý je priesečníkom alebo nárazníkom medzi nepravidelne "vybuchujúcimi" udalosťami a pravidelnou periodicitou novinárskeho celku. Objem udalostí a ich význam je rozdielny, nepravidelný, ale objem novinárskeho celku je prakticky rovnaký, takže rozsah informácií o aktuálnych udalostiach treba tak určovať, aby sa do daného objemu vmestili.

**Obsah.** Tretia fáza redigovania je v podstate trojstupňová:

- jednotlivý príspevok (ako prípadná súčasť budúceho novinárskeho celku) sa posudzuje, hodnotí a podľa toho, či zodpovedá zámerom redakcie, sa prijíma alebo zamietá zaradiť do daného novinárskeho celku, čiže prvým stupňom je výber;
- príspevok vybraný na zaradenie sa upravuje (apretuje), a to z hľadiska vecnej správnosti, celkového vyznenia v súlade so zámerom redakcie (tendencie), ako aj náležitostí formy novinárskej i technickej, t.j. z hľadiska potrieb média, ktorým sa bude obsah prenášať k recipientovi;
- z vybraných a upravených príspevkov sa zostavuje novinársky celok, t.j. príspevky sa triedia a zaraďujú do konkrétnej štruktúry novinárskeho celku.

Kritériá pre **výber** príspevkov sú:

- obsahové zameranie (téma, tendencia, argumentácia, šírka alebo hĺbka záberu) vo vzťahu k pozícii redakcie;
- aktuálnosť, naliehavosť, preferenčnosť;
- hodnota alebo zaujímavosť informácií obsiahnutých v príspevku, lebo informácia môže byť v istých prípadoch zaujímavá, hoci nezodpovedá redakčnému zámeru, je odťažitá a pod.;
- spôsob spracovania autorom vrátane toho, aké poskytuje možnosti pre technické stvámenie alebo ako je realizovaný (ak sa posudzuje už vyrobený príspevok, nahrávka, šot).

Týmto výberom vlastne vrcholí proces selekcie, ktorý prebieha všetkými fázami pracovného procesu i jeho organizačnými

stupňami. Začína sa na úrovni pracovníka redakčného oddelenia, pokračuje na úrovni vedúceho redakčného oddelenia a končí sa v apretačnom útvere (v našich podmienkach vo výrobnom sekretariáte redakcie). V zložitejších prípadoch má konečné slovo šéfredaktor a jeho pomocné orgány (zástupcovia šéfredaktora, redakčná rada, redakčná porada).

Pri **úprave** príspevkov apretátor nemá na mysli len zámer redakcie, ale aj recipienta, pre ktorého je redakčná práca určená. Kým pri interpersonálnej komunikácii partneri sú daní a témy si hľadajú, pri novinárskej komunikácii témy aktuálnych udalostí sú v mnohých prípadoch dané, redakcia musí predpokladať, že vo väčšine novín danej krajiny, ba dokonca celého sveta (vrátane novín rozhlasových a televíznych), hlavné svetové udalosti dňa budú rovnako obsiahnuté. Úlohou redakcie je vtedy skôr získavať "partnerov", recipientov, pre tieto spoločné témy tým, že sa jej invecii podarí iným, dokonca lepším spôsobom ich pertraktovať.

**Apertátor príspevok**

- preverí z hľadiska zámeru redakcie i želateľného účinku na recipienta, preskúma obsahovú stránku, ak treba usporiada a usporobí argumenty, dá ich do istého sledu a súvislostí, zmení, zoslabí, zvýrazní, opraví, vyhróti alebo zakryje tendenciu;<sup>49</sup>
- niekedy ho predlí (doplní o ďalšie údaje, myšlienky, argumenty, stanovisko) alebo skráti (vypustí časti, ktorým redakcia neprikladá váhu alebo pre ktoré jednoducho niet priestoru); pri tom sa otvára širšie pole pre kombinácie, ako sú
- **p r e h ľ a d**, čo je kombinácia informácií o časovo paralelne prebiehajúcich udalostiach a skutočnostiach; tým sa sprehľadňuje situácia skladajúca sa z rozličných komponentov a súvislostí;
- **t e m a t i c k é d o p l n e n i e** ďalších príspevkov, ktoré kompletizujú tému odhalením pozadia, paralel, dôležitých detailov a pod.;
- **s k l a d a č k a k o n t r a s t o v** sprostredkuje protichodnú argumentáciu; vedľa seba (alebo proti sebe) sa stavajú protikladné javy spoločenských procesov alebo aj formálne podobné skutočnosti objektívne protirečivých spoločenských javov;
- **d e l e n i e** informácií o formálne podobných, ale v podstate rozdielnych javoch, ak nemá dôjsť k neželanému účinku takýchto informácií len preto, že sú uverejnené spolu; tu teda ne-

jde o kombináciu, ale o zabránenie účinkom vyplývajúcim z kombinačných efektov, falošných kauzálnych vzťahov a pod.<sup>46</sup> Takéto skladačky a kombinácie sa robia už v redakčných oddeleniach, ale vždy je tu možnosť zásahu výrobného sekretariátu, najmä, ak ide o príspevky prichádzajúce z viacerých redakčných oddelení,

- preverí po stránke vecnej (pravdivosť faktov a iných údajov, najmä týkajúcich sa osôb, organizácií, správnosť citátov, názvov, čísiel, skratiek a pod.);
- upraví jazykovo (gramatika, štylistika, skladba) a z hľadiska náležitostí žánrov;
- otitulkuje alebo upraví titulky; titulkom apretátor vytvára novinárskemu prejavu stručné a výstižné zhlavie, stručný obsah; titulok však existuje a pôsobí aj samostatne, ak prebehnú čitatelia titulky bez prečítania príslušných textov; apretátor musí vidieť titulok nielen vo vzťahu k textu, ale aj ku všetkým ostatným titulkom, vo vzťahu k technickej realizácii, aj k recipientovi;<sup>47</sup>
- všetky tieto apretačné zásahy sú podriadené metóde redakcie; metodika danej redakcie je známa všetkým redaktorom, ale výrobný sekretariát je povinný uviesť do náležitého súladu rukopis s týmito zásadami v konečnej inštancii; použitá metóda novinárskej práce je vecou autora, poľažne jeho nadriadených; dodržiavanie metodiky má na starosti zostavovateľ novinárskeho celku takrečeno "bez diskusie";
- pracuje s netextovou časťou: v tlači ide o získanie fotografií alebo iných ilustrácií, o posúdenie ponúknutých, o výber z ponuky alebo obstaranie vyhovujúcejších. V rozhlase a televízii je sled pozmenený: práca s nahrávkami, šotmi, dokrutkami nie je na konci zostavovateľskej práce vedúceho vydania alebo režiséra, ale na začiatku či v prvej polovici.

Pri **zostavovaní** konkrétneho čísla novinárskeho celku sa do istej miery opakuje výber a úprava (či ich kontrola) príspevkov, ale s posunutým kritériom. Doposiaľ išlo o "absolútne" hodnoty príspevkov. Teraz sa na ne dívame ako na časti celkovej zostavy, t.j. aké sú ich relatívne hodnoty vo vzťahu k ostatným príspevkom. Posudzujeme ich tiež z hľadiska konkrétnych možností, ktoré poskytuje alebo dovoľuje zostavovaný celok vzhľadom na jeho koncepciu, ale aj jeho priestorový či časový objem.

Po tomto hodnotení sa zostavuje konkrétna štruktúra novinárskeho celku podľa novinových strán alebo minútáže, stanovuje sa poradie a umiestnenie príspevkov, zaraďujú sa do rubriek, podrubriek a pod. Prítom už konkrétne vidno "priepustnosť" spracúvaného celku. Podľa situácie sa zabezpečujú ďalšie príspevky alebo naopak niektoré sa vypúšťajú či skracujú. Až definitívne umiestnenie príspevku ukáže potrebu meniť titulky, pridať spojovacie texty, doplniť či vypustiť ilustrácie, vystrihnúť niektoré časti zo zvukového či obrazového záznamu a pod. Tým sa dospeje k vyvrcholeniu tejto etapy práce: k presnému zostaveniu čísla z hľadiska obsahu, štruktúry a objemu, teda presne rozvrhnuté priestorovo či časovo. Len tak môže byť podkladom pre jeho technickú úpravu.

Ako vidno, v tretej fáze redigovania sa neopracúva materiál len "na povrchu". V prípade potreby môže dôjsť aj k hlbokým zásahom apretátora do rukopisu (aj do ilustrácií), takže zostava rukopisov schválených na uverejnenie sa môže podstatne odlišovať od originálnych rukopisov.

Novinársky celok je výtvor, ktorý pôsobí na recipienta tak svojím obsahom ako svojou zostavou. Každý novinársky prejav sa k recipientovi dostáva vždy len ako súčasť celkovej zostavy, nie izolovane. Nielen jednotlivý príspevok obsahuje istý zámer, aj zostava novinárskeho celku má byť formovaná tak, aby vyjadrovala globálny redakčný zámer.

X X X

Zostavovateľom novinárskeho celku bol vždy redaktor (u nás nazývaný podľa francúzskeho zvyku šéfredaktor, aj keď bol v redakcii sám). V rozvíjajúcej sa delbe práce preniesol túto funkciu na koordinátora, ktorý sa u nás nazýva sekretárom redakcie, vedúcim vydania, vedúcim služby, kedysi aj dežurným. Väčšie redakcie si vytvárajú osobitný koordinačný útvar, sekretariát redakcie, ktorý je niekedy členený na viaceré pododdelenia.

**Montáž a prezentácia v rozhlase a televízii.** Pri zostavovaní novinárskeho programu v audiovizuálnych médiách je pevná štruktúra rovnako dôležitá ako v tlači. Pravidelné opakovanie v rovnakom čase pod tým istým názvom je pre poslucháča i diváka dôležitou orientáciou. Najmä názvy relácií sú jeho dôležitým vodidlom. Prieskumy počúvanosti svedčia o tom, že recipienti sú verní "svojej" rozhlasovej (či televíznej) stanici, programu, reláciám, že ich názvy poznajú a vyhľadávajú ich.



Novinársky celok sa v týchto dvoch zariadeniach nezostavuje len z rukopisov, resp. v spravodajských reláciách len v malej miere z rukopisov, ktoré hlásateľ číta či moderátor hovorí, ale väčšmi zo zvukových či obrazovo-zvukových prejavov, takže tu ide o prácu technicky náročnejšiu, ktorá si vyžaduje osobitných špecialistov.

V rozhlase a televízii ide často o množstvo príspevkov rôznej technickej formy a náročnosti (čítané, hovorené na živo, nahraté, nasnímané v predstihu, priame vstupy, priame prenosy, zvuky, predely, v televízii tiež titulky, rubriky, ilustrácie na pozadí). Najprv treba stanoviť poradie týchto príspevkov, preveriť ich odpočúvaním alebo prezretím, zostrihať a potom spracovať pre potreby vysielania časový harmonogram (na sekundy) ich nasadzovania.

Spravodajské relácie z obsahovej stránky majú na starosti (rovnako ako v tlači) jednotlivé odborné oddelenia hlavnej redakcie na čele so šéfredaktorom, kým prezentáciu (zostavovanie novinárskeho celku) vedúci vydania, smenár, čo je funkcia koordinátora, lebo spravodajské relácie sú mnohočlánkové. Pri publicistických reláciách, pokiaľ sú monotematické, má scenár na starosti redaktor príslušného odborného oddelenia, čo je skôr funkcia dramaturga.

Nasadenie náročnejšej techniky, jej obsluha rôznymi špecialistami a z toho vyplývajúca komplikovanejšia organizácia práce si vyžaduje ďalšieho osobitného koordinátora - režiséra, ktorý preberá zodpovednosť za realizáciu i prezentáciu. Riadi ju ako tvorivý proces od prípravy relácie až po jej odvysielanie. Zúčastňuje sa na schvaľovaní scenára, takže je spoluvorcom smernice, ktorú redakcia dáva technickému štábu na realizáciu a realizuje reláciu podľa schváleného scenára, pracovného plánu a rozpočtu. Pri nakrúcaní väčších publicistických či zábavných relácií je to práca podobná filmovej réžii, no smerom ku krátkym spravodajským šotom sa zjednodušuje a ak jediným realizátorom šotu je reportér, režisér sa potom v plnej miere uplatňuje až ako režisér vysielaného programu.

#### 6.4 TECHNICKÁ REALIZÁCIA (PRODUKCIA)

Novinárstvo je neodlučiteľné od komunikačnej techniky. Novinársky produkt existuje len ako masovokomunikačný produkt, kým ostatné obsahy prenášané masovokomunikačnými prostried-

kami majú aj svoje vlastné alebo iné technické formy prezentácie než len masovokomunikačné. Novinárske obsahy sú v súčasnosti prenášané štyrmi rozdielnymi druhmi masovokomunikačných prostriedkov, ktoré si vyžadujú rozdielne pracovné postupy a redakcie sa im musia prispôbiť.

Aby sa novinársky celok mohol stať masovým komunikátom, musí byť vytlačený, odvysielaný, premietnutý v kiné a prijatý recipientom. Tieto činnosti, ktoré prebiehajú v systéme novinárskej komunikácie, nie sú však činnosťami redakčnými, nepatria do procesu redigovania. Do procesu redigovania však patria styčné plochy, kde sa obsah "zasnubuje" s technikou, činnosť, ktorá vyžaduje znalosti tvorby novinárskych obsahov aj ich technických foriem. Túto činnosť prax nevyžaduje od technikov s tým, že by sa priučili novinárstvu, ale od novinárov s tým, že požaduje, aby rozumeli aj technike, s ktorou prichádzajú do styku.

Technická realizácia spočíva v prispôbovaní produktu duševnej práce redakcie podmienkam súčasnej komunikačnej techniky a technológií, časovým a organizačným možnostiam, ktoré dovoľujú preniesť novinársky celok k recipientovi s takým dopadom pôsobenia na neho, aké chce redakcia docieľiť.

Pôvodne technickú stránku obstarávala tlačiareň sama. Neskôr začala redakcia obstarávať smernice (vo forme zrkadiel strán) pre technickú realizáciu a v súčasnosti už novinár zalamuje stranu sám na obrazovke počítača. Tento celkový trend stále užšieho spojenia novinárskej práce s komunikačnou technikou je ešte zreteľnejší v rozhlase a televízii. V rozhlase ide o spojenie s nahrávacími aparatúrami. Televízna redakcia má spravidla vlastné snímacie zariadenia, takže nezádáva snímanie inej organizačnej jednotke, ale sa na nakrúcaní priamo zúčastňuje.

Pod technickou realizáciou teda rozumieme vykonávanie technických činností na pôde redakcie technickými prostriedkami, ktoré vlastní alebo ktorými disponuje, ako prípravu na tlač, vysielanie, premietanie. V tlači je to príprava polygrafickej výroby, v ostatných médiách produkcia relácií na vysielanie alebo produkcia filmov na premietanie.

Pracovníci, ktorí sa zúčastňujú na tejto štvrtej fáze procesu redigovania, najmä grafici a režiséri, pracujú niekedy so zámerom prekročiť rámec remeselných postupov, uplatniť tvorivé postupy blízke umeleckým. Ich cieľom je maximálne umocniť obsahový účinok zostaveného celku aj výbojmi na poli foriem. V tejto súvislosti