

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 revolucionizoval 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-

gickou, politickou a mocenskou formou boja medzi nastupujúcou buržoáziou a aristokraciou. V tridsaťročnej vojne (17. stor.) nemohla však vzniknúť novinárska publicistika v dnešnom význame tohto pojmu.

"Predchodcovia dnešných novín vychádzali pod vrchnostenským dohľadom a boli pochopiteľne najnevhodnejším miestom pre slobodomyselnú publicistiku. Pre ňu boli pohodlnejšie a istejšie letáky s fingovaným miestom tlače. Ešte z polovice 18. storočia máme príklady, že stanoviskové články neboli obľúbené nielen u vrchnosti, ale ani u publika."¹⁴⁾

To, čo sa do Veľkej francúzskej revolúcie objavuje vo väčšine krajín v tlači ako prvotné prejavy publicistiky, súvisí so vznikom časopisov v 18. stor., v ktorých traktáty osvietených filozofov, literátov alebo písané kázne moralistov, ktoré mali často viac či menej skrytú protináboženskú tendenciu, - povyšovali ľudský rozum a reálny život nad slepú vieru v nadprirodzené sily, alebo v súlade s vtedajšími smermi vo filozofii presadzovali aktuálne názory na mravy spoločenského i súkromného života. Vedľa týchto traktátov sa začínajú objavovať aj recenzie kníh, divadelných predstavení s výrazným subjektívnym stanoviskom. Takto nie v novinách, ale skôr v "učených" alebo "mravoučných" či kultúrnych časopisoch sa začína formovať publicistika ako novinársky prejav, novinárstvo vstupuje do epochy komentovania, vyslovovania subjektívnych stanovísk.

Politická publicistika v dnešnom chápaní vzniká ako súčasť a sprievodný jav politických zápasov v buržoázných revolúciách. "Formovanie moderného novinárstva má svoje korene v Anglicku. Tu v pohnutých revolučných časoch 17. storočia rýchle bujajúca tlač ako prvá nastúpila na pôdu diskusie ... popri úlohe sprostredkovateľa správ prevzala aj úlohu vážne nastoľovať politické záležitosti."¹⁵⁾ Na kontinente sa však vlastná politická publicistika formuje až pod vplyvom Veľkej francúzskej revolúcie, v strednej a východnej Európe s výrazným oneskorením zavineným nižším stupňom spoločenského vývinu a v tom rámci aj novinárstva.

Špecifický bol vývin publicistiky u národov, u ktorých sa nevyvinulo meštianstvo, ako to bolo v Rusku, alebo žili dlhé obdobie v porobe (napr. balkánske národy v tureckej porobe) alebo u národov, kde menej výrazný alebo oneskorený rozvoj buržoázných výrobných pomerov bol sprevádzaný silnými prežitkami feudalizmu a navyše ešte existoval aj národnostný útlak (čo je aj náš prípad). U

ruských šľachtických vydavateľov i šľachtických čitateľov (neboli profesionálni redaktori a chýbala vrstva mestských čitateľov) chýbal motív k revolučnej politickej publicistike dennej aktuálnosti a tiež možnosť takéto stanoviská publikovať. Pokiaľ sa objavovali národnodemokratické alebo národnooslobodenecké (u utlačovaných národov) tendencie, boli v tlači najčastejšie zviazané s literatúrou, ktorá umožňovala publikovať inotaje. Revolučnodemokratické stanoviská sa mohli naplno prejavovať len v kratších obdobiach revolučných výbuchov alebo v ilegálnej tlači vydávanej v zahraničí (G e r c e n).

K a r a m z i n o v VESTNIK JEVROPY (1802-1830) ako prvý ešte len nesmelo začína novú epochu "tzv. objemného časopisu, v ktorom sa spájala literatúra s publicistikou ... živo reagujúceho na aktuálne problémy. ... Po prvý raz tak ruská žurnalistika s výnimkou satirických časopisov zo 60. rokov a niektorých radikálnych časopisov z konca 18. storočia, prekročila rámec púheho literárneho a literárno-kritického časopisu" (v ktorom boli publikované len literárne diela).¹⁶⁾

Česká publicistika bola zviazaná nielen s literatúrou a jazykom, ale aj s históriou, s vlastenecko-historickou propagandou domáhajúcou sa plného obnovenia práv Českého kráľovstva. Na Slovensku sa mimoriadny dôraz kládol na jazykové problémy, lebo to bolo súčasne obdobie formovania slovenského spisovného jazyka.

Poľ storočia po Francúzskej revolúcii sa objavuje už publicistika novín a časopisov, ktoré obhajujú záujmy vznikajúcej robotníckej triedy z marxistických, ale s pribúdajúcim časom aj iných pozícií. Táto propaganda pripravovala pôdu pre výbuchy proletárskych revolúcií v nastávajúcom (20.) storočí, ktoré slobodnú publicistiku opäť podviazali.

V 19. storočí dochádza k ďalšiemu deleniu novín: vznikajú noviny pre masu čiže zábavné noviny, ktoré dosahujú najvyššie náklady. Popri najzákladnejšom spravodajstve poskytujú čitateľom v prevládajúcej miere oddych, zábavu, vzrušenie, často prezentované lacným až vulgárnym spôsobom. Na opačnom póle ostali mienkotvorné noviny, noviny pre elitu, kvalitné, veľmi informované, vplyvné, vážené, ale s relatívne nízkymi nákladmi (napr. londýnske THE TIMES s nákladom 250 tisíc exemplárov oproti 5 až 7 miliónom výtlačkov londýnskej masovej tlače). Medzi týmito dvoma pólmi sa pohybuje väčšina novín bežného spravodajského typu.

Vývin formy. Počas vývinu novinárstva aj publicistické novinárske prejavy menili formu, rozširovali vlastnú žánrovú paletu.

Politická publicistika mala spočiatku a na dlho formu ú v o d n í k a . Noviny sa ním začínali (odtiaľ názov) a bol veľmi obsiahly, lebo redaktor v ňom zahŕňal všetko aktuálne dianie, ktoré komentoval. V RHEINISCHE ZEITUNG v prvom polroku 1792 tvoril úvodník 28,4 % plochy novín, v RHEINISCHER MERKUR v roku 1815 (v napoleonskom období) až 47,2 % plochy.¹⁷⁾

Neskôr v porevolučnom období začal opäť rásť podiel a význam spravodajstva, úvodník bol kratší a obsahoval spravidla stanovisko už len k jedinému problému dňa (týždňa), pričom celková plocha novín sa zväčšila. A tak napr. v r. 1910 v 13 berlínskych a 17 provinčných novinách vnútropolitický úvodník zaberá už len 1,84 % a zahraničnopolitický úvodník 0,77 % celkovej plochy.¹⁸⁾

V ruskej tlači, keď noviny v 60. rokoch 19. stor. začínajú vydávať už nielen aristokratické, ale aj kapitalistické kruhy, namiesto doterajších prehľadov zahraničnej tlače objavuje sa ako významná zmena - úvodník. Po atentáte narodoľovcov na cára A l e x a n d r a I I. (1881), keď bola na dve desaťročia znova potlačená sloboda tlače, literárne recenzie sa opäť stávajú významnou súčasťou publicistiky.¹⁹⁾

Rozptýl pozornosti verejnosti na početné čiastkové otázky denného života v pokojných obdobiach vývinu občianskej spoločnosti vyvolal potrebu nových foriem publicistiky, predovšetkým komentára a poznámky. Vyjadrujú sa k celej pléjáde problémov všetkých odvetví ľudských aktivít, ale aj morálnych, medziľudských vzťahov a pod.

R o z h l a s o v ú publicistiku spočiatku suplovali prednášky (zväčša osvetové) čítané do mikrofónu. Nadväzovali na prednáškovú činnosť, ktorá bola pred vznikom rozhlasu oveľa frekventovanejšia a tiež navštevovanejšia než neskôr, a to nielen tradične v cirkvi (kážne), v politike, ale tiež v osвете (kultúrnej, populárno-vedeckej, zdravotníckej, poznávania cudzích krajín atď.). Spôsob prednesu mal znaky rečníckeho prejavu (rétoriky) a tento štýl bol spočiatku mechanicky prenášaný aj do rozhlasu.

V predmníchovskej ČSR trvalo približne 10 rokov, kým rozhlasová publicistika vyvinula vlastné formy. V r. 1928 (VIII. všesokolský zlet) sa rodí rozhlasová reportáž. Rozhlasový pracovník,

ktorý dosiaľ vystupoval len ako hlásateľ, tlmočí v improvizovanom prejave svoj subjektívny priamy dojem z udalosti, na ktorej sa zúčastňuje ako zástupca poslucháčov, aby bol ich zrakom. Začiatkom tridsiatych rokov sa stáva r e p o r t á ž svetovou módou; heslo "byť pri tom" nie je zďaleka len požiadavkou súčasnosti. Rýchly technický rozvoj a medzinárodné dohody už pred druhou svetovou vojnou viedli k tomu, že rozhlas začínal sprostredkovať spojenie so svetom. Predmetom spojenia nebola len hudobná produkcia, ale aj aktuálne udalosti, ktoré reportoval svojim poslucháčom rozhlasový reportér.²⁰⁾ Búrlivé udalosti vedúce k druhej svetovej vojne a k "studenej" vojne urýchlili vývin rozhlasového novinárstva aj v oblasti publicistiky, kde sa tiež objavuje komentár, poznámka, príhovor, interview a mnoho ďalších.

Prvý priamy t e l e v í z n y prenos (hokejového zápasu) prišiel v podmienkach Čs. televízie pomerne skoro (r. 1955). Dlhšie trvalo, než televízny publicista, ktorého snímali, ako číta či hovorí spamäti komentár, mohol so svojím výkladom spojiť nakrútené autentické snímky viažuce sa k téme a tak popri spravodajstve aj v publicistike začať využívať televíznu špecifickosť, spočívajúcu v symbióze aktuálneho slova s aktuálnym obrazom.

Pre rozhlas a televíziu platí spoločne, že neznášajú príliš dlhé monológy, ktoré otupujú pozornosť poslucháča a diváka. Preto závažnou formou publicistiky sa stali b e s e d y viacerých účastníkov na danú tému alebo aspoň dvojhlasné interview.

Podrobný výklad jedného autora sa definitívne presťahoval (vrátil) do tlače, predovšetkým do politických týždenníkov a odborných (hospodárskych, kultúrnych, vedecko-technických, športových) časopisov, ktoré sa stali tribúnou všestranných rozborov. Preto sa politické týždenníky popri významných denníkoch dostali v hierarchii tlače na popredné miesto čo do spoločenského významu (nie čo do nákladov).

Moderátor. Toto označenie, ako mnoho iných novinárskych termínov v posledných desaťročiach, vzniklo v USA v 50-tych rokoch. Pôvodne bolo vymyslené pre "sprievodcu" ranaším rozhlasovým programom (a la naše "Dobré ráno"), keď k poslucháčom ešte nie celkom prebudeným, sa mal prihovárať "mierne" (moderate).

Dnešný moderátor sprevádza poslucháča alebo diváka celou spravodajskou či publicistickou reláciou. Uvádza jednotlivé príspevky, vysvetľuje ich, glosuje, dáva do súvislostí, formuluje

otázky vlastným korešpondentom alebo hosťom, udržuje stanovený spád relácie a usiluje sa byť osobný, ako v osobnom spojení s recipientom, jeho zástupca v štúdiu. Je to náročná publicistická funkcia, lebo jej nositeľ musí byť aj "fotogenický" a príjemný, aj pohotový a znály, aby postrehol súvislosti aj tam, kde ich recipient prípadne nepostrehne.

Vznik tejto funkcie potvrdzuje celkový trend vývinu novinárstva, ktorý sa vyznačuje vťahovaním predtým oddelených profesií priamo do redakčnej práce. Redakcia už dnes nepotrebuje nezávislého hlásateľa, metéra, literáta, grafika, ilustrátora a pod., všetky takéto pôvodne samostatné činnosti, súvisiace s novinárstvom, sú dnes priamo zastúpené v redakcii, prevzali ich novinári špecializovaní na tieto činnosti. Súčasne táto nová funkcia zvyrazňuje ten trend vývinu, ktorý sa prejavuje neustálym zlepšovaním novinárskeho servisu recipientovi. Moderátor sprevádza recipienta celou reláciou, aby ju kvalitnejšie "naservíroval", aby sa novinárske informácie neposkytovali izolovane, kuso, ale v súvislostiach, ktoré na súčasnom stupni špecializácie ľudskej práce nemôžu byť známe väčšine recipientov.

V tlači funkciu moderátora - sprievodcu po novinách a časopisoch plní *p e r e x*, úvod k spravodajskému, publicistickému či zábavnému prejavu, rozličné obsahové avíza, záhlavia strán, názvy rubriek, údaje o autoroch a pod.

V úvode k publicistickému prejavu redaktor (redakcia) predstavuje autora a jeho prejav, prípadne ho uvádza do širších časových či vecných súvislostí. Nevyhnutné je to najmä pri príspevkoch významnejších externých autorov, interview, besied, ale tiež prejavov zaoberajúcich sa dlhodobejšími témami alebo témami, ku ktorým odznieva viac rozdielných názorov, pri diskusiách uverejňovaných vo viacerých číslach a pod. Ak sa napr. v tlači objaví rozhovor, v ktorom by autor alebo redakcia nevysvetlila, prečo sa rozpráva práve s týmto interviewovaným a práve o tejto téme, je to svedectvo nedostatočnej úrovne redakčnej práce.

6.2.3 Zábava (odpočinková časť celku)

Pri prvých dvoch častiach novinárskeho celku nebolo treba vysvetľovať, čo sa má ich názvami rozumieť - v obidvoch prípadoch

doch sú názvy častí zhodné s názvami žánrových rodov novinárskych prejavov, ktoré sa v týchto častiach umiestňujú. Ináč je to s časťou zábavy, hoci zábavné články je pojem rovnako starý ako samo novinárstvo. Ponechávam tento tradičný názov, hoci nevystihuje jednoznačne náplň tretej časti novinárskeho celku a novinovodci sú s ním trvale nespokojní. Všeobecne prijímaný iný termín zatiaľ nie je. Tento starodávny, hoci neuspokojivý, názov prešiel aj do nových médií, kde sú redakcie rozhlasovej či televíznej zábavy či zábavných programov.

Zábavné aktuálne texty sa vyskytovali už v letákoch prednovinového obdobia. V jednolistových prvotných novinách s ich kusými oznamami nebolo pre zábavu miesto. Len čo sa noviny začali deliť na viac častí, objavila sa medzi nimi zábavná časť, a to hneď s významným podielom, lebo až do buržoáznych revolúcií neboli dozreté spoločenské podmienky pre rozmach spravodajskej a publicistickej časti. V ďalšom vývine sa menil obsah pojmu novinárska zábava i náplň tretej časti. Trvalý trend malo ubúdanie nenovinárskych príspevkov v zábavnej časti, kedysi celkom prevládajúcich, a naopak pribúdanie novinárskych prejavov v tejto časti.

Zábavná časť sa vyvinula ako konglomerát novinárskych prejavov (na báze aktuálnych informácií) s nenovinárskymi prejavmi (na báze rôznych druhov spoločenských informácií bez aktuálneho náboja). Novinárske prejavy majú alebo spravodajský charakter, alebo sú to publicistické žánre beletristického charakteru a z nich predovšetkým tie, ktoré by sme mohli zaradiť do skupiny príbehových prejavov, ako sú dejové reportáže o zaujímavých ľuďoch, ľudských osudoch, hrdinstvách i slabostiach, ale patrí sem aj reportovanie o mimoriadnych záujmoch ľudí, vzrušujúce súdnicke, kriminalistické príbehy a najnovšie sa veľmi rozšíril dráždivý "svet nahoty". Nenovinárske prejavy sú veľmi rozmanité od praktických rád cez texty úsmevné, humorné a satirické, výklady s poučným, osvetovým či náučným obsahom až po výňatky z literatúry. Významný podiel majú v tlači popri textoch ilustrácie a v rozhlase a televízii hudobné vložky.

Zmyslom tejto zábavy je novinársky celok odľahčiť, vyhovieť ľuďom, ktorí po práci chcú oddychovať, po texte len kŕkať očami alebo rozhlas počúvať len na "pol ucha". Sú to teda texty pre odych, ale aj pre osobnú záujmovú činnosť, pre ľahké, nie veľmi

- Hospodárska redakcia v ústredí dá dispozíciu na nakrútenie interview v hlavnom meste o osude papierne a pre tento účel uvoľňuje kapacitu produkčného tímu a strihača na celý príspevok. (Ak sa interview podarí urobiť až na poslednú chvíľu, zostrihá sa v mobilnej jednotke, prehrá sa do štúdia a iný redaktor urobí strih celého príspevku.)
- Čez sekretariát hospodárskej redakcie objedná redaktor komputrovú grafiku a dohodne termín.
- Vedúci oddelenia oznámi na prvej (dopoludňajšej) porade, že je v práci príspevok „Papier“ s takým a takým obsahom a bude trvať x minút.
- Redaktor hospodárskeho odd. sa oboznámi s históriou prípadu papierne N v archíve a nakrúti svoj interview.
- Sekretariát hospodárskej redakcie dodá oddeleniu grafiky a vedúcemu služby Televíznych novín 1 video – a fotomateriál pre titulky a vklúčovaný obraz (zadnú projekciu, blue-box).
- Na druhej redakčnej porade sa potvrdí, že príspevok bude, definitívne sa sformulujú titulky a postúpia sa oddeleniu grafiky.
- Dve časti príspevku (z krajinského štúdia + interview) sa v ústredí zostrihajú, technicky a redakčne skontrolujú. Redaktorovi, zodpovednému za reláciu, sa odovzdajú údaje potrebné pre zaradenie a odvysielanie príspevku: titulok, údaje o typickom obraze, posledné slová, dĺžka v sekundách, mená, ktoré sa majú prelínať s obrazom, časové údaje.
- Oddelenie grafiky nahlásí sekretariátu šéfa služby poradie číslíc v titulkovacom zariadení (napísanie mien, ktoré sa prelínajú s obrazom).
- Redaktor príspevku informuje moderátora a dohodorí s ním text, ktorým moderátor príspevok uvedie. Tento text sa objaví na pomocnom číslom zariadení (auto-cue).
- Réžia zostaví príspevok z titulkového filmu, titulkovej grafiky, textu pre vklúčovaný obraz, textu moderátora, textu príspevku a jeho obrazových elementov.
- Kazeta s príspevkom pripraveným na vysielanie je k dispozícii prezentačnému tímu. Režisérovi sa oznámi vedenie, na ktorom bude tento príspevok nahraný.
- Na vysielaní sa zúčastňuje režisér s asistentom, zodpovedný redaktor (šéf služby), jeho sekretárka (pre titulkovacie zariadenie), sekretárka moderátora (pre auto-cue), moderátor, prípadne odborný redaktor (pre štúdiové analýzy) alebo štúdiový hosť (interview), majster obrazu, ako aj majster zvuku s pomocníkmi, vedenie relácie s ďalším technickým personálom.
- Po vysielaní sa príspevok odovzdá do archívu, vyhodnotí sa, zaplatia sa účty, honoráre, tantiémy (napr. za hudbu). Na druhý deň na redakčnej porade sa relácia zhodnotí. Oddelenie pre prácu s recipientom zaregistruje stanoviská divákov k relácii.

Opísaný priebeh vzniku jedného príspevku sa v danej redakcii opakuje denne asi stokrát, pričom zväčša netrvá ani celý deň.^{23/}

Tento príklad z praxe rakúskej televízie (ORF) dáva istú predstavu o náročnosti organizácie práce v televízii, ktorá vyplýva z toho, že sa tam používa viacej technických aparátov, ktorých chod si vynucuje množstvo vzájomných väzieb medzi špecialistami a technikou a najmä medzi týmito špecialistami navzájom.

9.3 OPERATÍVNE RIADENIE

Riadenie procesu redigovania v novinárskej redakcii stanovením štruktúr a ich organizačným previazaním má relatívne trvalú platnosť, aby režim prešiel pracovníkom „do krvi“ a tým zabezpečuje základný chod prác, bežné úlohy, ktoré sa neustále opakujú. Lenže redakčná práca je dráma, ktorej scenár píše prudký a rozporný vývin spoločnosti, a preto v nej často dochádza k vybočeniam rozličného druhu. Ak sa vyskytne neočakávaná významná udalosť, môže si to vyžiadať iné členenie plochy (vysielacieho času) novinárskeho celku daného čísla, ináč zoskupiť pracovníkov pre túto akciu, získať nové ilustrácie, zabezpečiť inú výjazdovú skupinu reportérov s príslušnou technikou, mobilizovať externých spolupracovníkov a pod. To isté môže nastať aj z iniciatívy redakcie, ktorá sa rozhodne spustiť mimoriadnu kampaň.

Úlohou operatívneho riadenia je v rámci bežného chodu redakčných prác zabezpečiť vyjdenie daného čísla novinárskeho produktu upresnením obsahu a jeho foriem; v prípade potreby urobiť organizačné zásahy do normálneho chodu redakčných prác, keď si to vyžaduje výskyt mimoriadneho obsahu a jeho foriem, náhle zmeny v objeme, rozsahu prác alebo v štruktúre daného čísla novinárskeho celku.

Bez „dotiahnutia“ organizácie do potrebných detailov nie je operatívne riadenie možné. Disponent môže vydať redakcii aktuálnu smernicu formulovanú celkom všeobecne: venujte pozornosť tomu, zdôraznite najmä to, zvýšte intenzitu informácií tohto druhu.... Operatívne riadenie musí však takúto všeobecnú smernicu konkretizovať až do roviny organizačných opatrení pre tých, ktorých sa týka. Dôležitá je direktíva koordinačnému útvaru redakcie (vedúcemu vydania) o význame akcie či príspevku, z čoho vyplýva umiestnenie, dĺžka, titulkovanie, ilustrovanie a naopak prípadné vypustenie informácií o iných udalostiach.

Prvoradým nástrojom operatívneho riadenia redakcie je redakčná porada k číslu novinárskeho celku. Tam sa ukáže, či číslo bude zostavené podľa pôvodných predpokladov, podľa plánu a na základe informácií, ktorých prístup do redakcie sa očakával, alebo či číslo bude zostavené s menšími či väčšími zmenami a z toho vyplývajúcimi dôsledkami pre prácu v redakcii a pre jej organizačné zabezpečenie. Pri mimoriadnych a náhlých úlohách sa ukáže schopnosť redakcie vyrovnávať sa rýchlo s novými podnetmi.

V tejto kapitole sú uvedené niektoré vybrané činnosti, ktoré súvisia s operatívnym riadením redakcie.

9.3.1 Informačná sústava riadenia

Informačná sústava riadenia redakcie je súčasťou funkcie riadenia pracovného procesu. V redakcii rovnako ako v iných organizačných systémoch kolujú informácie, ktorými sa uvoľňujú do pohybu jednotlivé zložky organizačnej sústavy a vôbec celá jej činnosť. V redakcii však navyše kolujú informácie, ktoré sú „surovinou“ pre tvorbu výsledného produktu tohto pracoviska. Zabezpečíť dobrú informovanosť je preto pre redakciu náročnejšia úloha než pre iné pracoviská.

Vstupom do procesu redigovania sú predovšetkým aktuálne informácie, ktoré – transformované na novinárske formy – tvoria aj výstup z tohto procesu. Redakcia ich potrebuje a používa pre svoju tvorbu.

Druhú rovinu tvoria vstupy rôznych druhov spoločenských informácií ako podklad pre rozhodovací proces v rámci riadenia redakcie. Sú to opäť aktuálne informácie, lebo informovanosť o aktuálnom dianí je základom informovanosti novinára vôbec. Navyše sú to informácie politické, administratívne, právne, hospodárske (štatistické) a iné, neraz osobné, interné, dôverné, zákulisné, ktoré majú **orientačný** charakter pre správanie sa redakcie v priebehu množstva politických, odvetvových a skupinových záujmov. Keď je reč o osobných informáciách získavaných jednotlivými pracovníkmi redakcie, predstavujú ony z hľadiska redakcie informovanosť „zdola“. Dôležité je nielen koľko a akých informácií redakcia medzi svojich redaktorov rozdeľí, ale tiež čo oni do redakcie donesú.

Orientačný charakter majú aj informácie o postojoch čitateľov, poslucháčov, divákov a o pohybe verejnej mienky vôbec, o odbýte, vývine nákladov, hospodárskej pozícii vlastného podniku, o prognózach vývinu. Orientačné informácie nemajú samostatný výstup, sú v pozadí rozhodovania na rozličných úrovniach a v istých momentoch sú obsiahnuté v direktívach vedenia redakcie.

Tretou rovinou kolobehu informácií v redakcii sú práve tieto **direktívy** (rozhodnutia) pre prácu redakcie ako konečný dôsledok informovanosti redakcie a jej schopnosti vybrať z množiny možností želanú alternatívu.

Z povahy novinárskej práce ako informačnej činnosti vyplýva, že pre redakciu je životne dôležité zabezpečiť vysoký stupeň informovanosti, informovanosti pokiaľ možno v predstihu a tiež informovanosti **výlučnej**, z ktorej vznikajú novinárske prejavy, v redakčnej kuchyni nazývané „sólokapor“, t. j. také, ktoré nik iný neuverejnil.

Kolobeh informácií musí v potrebnej chvíli dospieť do riadiacej sféry, kde šéfredaktor (či v jeho mene) vydáva rozhodnutie k danému číslu novinárskeho celku. Známosť o ňom treba v redakcii zabezpečiť povinným informovaním príslušných zložiek, ktorých sa týka, lebo tým sa tieto zložky uvoľňujú do pohybu v želanom smere. Pre redakciu je typické, že vzájomná výmena informácií má zväčša ústnu formu na redakčných poradách, ktorých v redakciách novín (vrátane rozhlasových a televíznych) býva aj viac do dňa.

9.3.2 Plánovanie

Objem informácií vstupujúcich do redakcie v danom čase (deň, týždeň) je nerovnaký čo do objemu i významu, avšak objem vystupujúcich informácií, t. j. rozsah čísla novinárskeho celku je zväčša rovnaký, vopred určený, daný periodicitou. Preto každé číslo novinárskeho celku nemožno robiť bez istej zábezpeky vo forme hotových príspevkov alebo aspoň vo forme ich prípravy v predstihu. Aj v redakcii je potrebné prácu plánovať, predvídať. Rozhlas a televízia vôbec nemôže byť bez plánovania jednak preto, že svoj program dávajú verejnosti v predstihu a jednak preto, že niektoré kvalitatívne či technicky náročnejšie programy vyžadujú dlhodobú prípravu. Plánovanie nadväzuje na prísun informácií, jeho podmienkou je informovanosť redakcie.

Ciele plánovania. Z hľadiska potrieb riadenia procesu redigovania má plánovanie zabezpečiť

- dostatok kvalitných, fundovaných, premyslených príspevkov, aby v prípade potreby sa nemuselo číslo vyplňovať „vatou“,
- žiadané témy v korelácii so zámerom redakcie, najmä tie, ktorých príprava si vyžaduje dlhší čas z hľadiska rešeršovania podkladov alebo preto, že ide o kampane, seriály, výročia a pod.,
- vyváženosť štruktúry novinárskeho celku, aby pre nedostatok náplne nevypadávali jej nosné prvky, na ktorých redakcii záleží,
- kontrolu jednotlivých redakčných oddelení, ako si osvojili redakčnú líniu, ako vedú zladit' svoje špecifiká s potrebami celku,
- zladenosť textovej tvorby s využívaním realizačnej techniky, ide teda aj o rozloženie využívania techniky v čase.

Z hľadiska obsahu pôsobenia na recipienta je cieľom plánovania – sústrediť pozornosť na otázky, ktorých iniciátorom v nastolovaní a pertraktovaní je redakcia, ktorým sa chce venovať nezávisle od prívalu tém vnucovaných redakcií aktualitami dňa,

- sústrediť pozornosť v čase, ktorý redakcia považuje za vhodný a na tak dlho, ako sa to vidí byť potrebné,
- témy osvetliť v takej šírke a hĺbke a v takých proporciách, ktoré sú pre zámer redakcie nutné.

Takáto plánovitosť súvisí aj s účinnosťou prejavov. K podmienkam účinnosti patrí sústavnosť a vytrvalosť pôsobenia popri originalite témy a jej spracovania, teda náležitosti, ktoré sa plánovaním umocňujú.

Plánovanie v audiovizuálnych médiách má niektoré špecifické črty:

- tematický plán je spojený nielen s novinárskymi, ale aj s technickými formami (televízny film, kinofilm, telerecording, priamy prenos a pod.), a je teda aj plánom nárokov na štúdióvu a výjazdovú techniku,
- samostatne existuje plán vysielania, ktorý je plánom celého rozhlasového či televízneho programu, nielen novinárskeho; zostavuje ho programové

oddelenie. Vysielací plán dňa (alebo na 3 dni, 72 hodín) je presným plánom celého vysielania, direktívou pre režiséra dňa. Nie je teda len plánom novinárskej činnosti, ale zahrnuje ju v sebe.

Druhý plán. Redakčný plán práce je programom hlavných smerov činnosti redakcie na isté obdobie, konkrétne určenie úloh v podobe tém, autorov, termínov a foriem. Z hľadiska časového sa vžil dvoj – až štvorstupňové plánovanie. Menšie redakcie a časopisy s dlhšou periodicitou sa zaoberajú s menšou hierarchiou plánov, väčšie a komplikovanejšie organizačné systémy potrebujú aj perspektívne plány. Každá redakcia však zostavuje plán čísla.

V praxi sa stretávame s týmito celoredakčnými plánmi:

– **Dlhodobý plán (výhľadový)** – kvartálny I na dlhšie obdobie, najväčšmi koncepčný, obsahuje len vybrané významnejšie akcie, ktoré sú predvídať alebo ktoré si redakcia iniciatívne vybrala.

– **Strednodobý plán** – mesačný až kvartálny, je už konkrétny plán s témami, autormi a termínmi, poskytuje dosť času na prípravu náročnejších príspevkov. Je akýmsi „objednacím listom“ redakcie pre autorov (aj externých) budúcich príspevkov.

– **Krátkodobý plán** – týždenný až mesačný, je plánom na niekoľko najbližších čísiel, ktorý už odráža štruktúru novinárskeho celku, to značí, že príspevky aj zaraduje, rozmiestňuje. Preberá plánované príspevky zo strednodobého plánu, obsah najbližších čísiel dopĺňa a najmä aktualizuje, takže obsahuje už prvky operatívneho riadenia.

– **Plán čísla** – obsahuje zoznam príspevkov daného čísla zostavený na základe krátkodobého plánu, očakávaných aktualít a ráta aj s rezervou pre posledné aktuality pred uzávierkou. Máva už formu náčrtu zrkadiel novinových strán alebo poradia nahrávok či šotov, a teda príspevky tu nachádzajú už svoje konečné umiestnenie. V pláne čísla sa už tlak aktuálnych udalostí prejavuje ako rozhodujúci, preto je záležitosťou operatívneho vedenia.

Poznáme aj špecifické druhy plánov, napr. plán osobitného (slávnostného) čísla, plán kampaní, plán práce s verejnosťou a pod. Okrem plánovania obsahu novinárskeho celku existujú v redakcii aj iné druhy plánovania, ktoré súvisia najmä s hospodárskou a investičnou činnosťou vydavateľstva/producentstva.

Všetky druhy plánov sa zostavujú na základe návrhov z redakčných oddelení, schvaľujú sa na redakčných poradách a schválené sa rozmnožujú, čím sa zabezpečuje ich známosť a direktívnosť. Nositeľom plánovacej činnosti je koordinačný útvar. Plánovanie je trvalý proces, plány sa stále upravujú, dopĺňajú, aktualizujú, konkretizujú, až napokon vyúsťia do plánu čísla, kde sú niekedy nútené podriaďiť sa diktátu posledných aktualít. Rozhodovanie o tom náleží operatívne mu riadeniu.

9.3.3 Novinárske informačné operácie

Na druhom póle oproti plánovaniu zabezpečujúcemu dlhodobejšiu právu príspevkov stoja promptné informačné operácie. Majú sa postarať o rýchly (v denníku za niekoľko málo hodín) prísun príspevkov vyžadujúcich spoluprácu viacerých tímov.

V rozličných odvetviach ľudskej činnosti používaný výraz „operácie“ sa vždy viaže na pracovne a organizačne rozvetvenú činnosť, ktorá si vyžaduje súčinnosť viacerých organizačných útvarov a je ústredne riadená. Tak je to aj v redakcii. Redakčná práca napreduje po linke delby práce v relatívne samostatných oddeleniach. Pri rozličných príležitostiach (hlbší súhrn, širší prehľad, ad hoc kampaň a pod.) je však potrebná súčinnosť viacerých oddelení, ktorú musí riadiť alebo koordinovať útvar nadriadený týmto oddeleniam (šéfredaktor, zástupca šéfredaktora pre spravodajstvo, výrobný sekretariát, vedúci služby, pre danú akciu osobitne poverený zmocnenec a pod.).

Najčastejšie sa to vyskytuje, keď niektoré oddelenie si vyžiada spoluprácu domácich filiálnych redakcií, dopisovateľov, zahraničných korešpondentov či spolupracovníkov, ostatných redakčných oddelení, niekedy aj mimoredakčných oddelení, napr. odfytu alebo styku s verejnosťou vo vydavateľskom podniku alebo spoluprácu technickej realizácie presahujúcej možnosti redakcie.

Takéto operácie majú často spravodajský charakter: existuje základná správa, ktorú potrebuje redakcia informačne rozšíriť územne (o dianie v regióne, ktoré s tým súvisí, napr. regionálnych vlád alebo parlamentov, jednotlivých činiteľov), odvetovo (napr. o odraz udalosti v hospodárskej oblasti), záujmové (politické strany, združenia, spolky, odbory, cirkvi a pod.) o názory občanov na rôznych miestach, o rozličné protichodné stanoviská, o ohlasy v zahraničí a pod. Vtedy podľa potreby, ale veľmi operatívne, sa do akcie zapájajú ďalšie útvary redakcie. Najmä v televízii, kde sa vždy žiada obstaranie obrazového materiálu, ide o spomenutý prípad súčinnosti aj s realizačnou technikou.

9.3.4 Spôsob riadenia

Každá redakcia má svoj spôsob riadenia, odrážajúci predpoklady organizácie práce (uvedené v kap. 9.2.3), ktoré sú v rozličných redakciách rozdielne. Začína sa to už u šéfredaktorov, ktorí majú rozdielne individuálne manažérske štýly.^{24/}

Spôsob riadenia novinárskej redakcie má však aj spoločné črty:

– Formy kolektívneho (inštitucionálneho, redakčného) rozhodovania sú zväčša neformálne, nepísané (výnimku tvorí napr. plánovanie), ale sú inštitucionálne zabezpečené. Predovšetkým ide o sústavu pravidelných alebo príležitostne zvolávaných porád, ktoré sú zvlášť spôsobilé na pružné operatívne riadenie. V redakcii novín (vrátane rozhlasových a televíznych) je takýto

operatívnych porád na rozličnej úrovni aj niekoľko za deň.

Ak každé riadenie spočíva v informačnom pôsobení na organizačnú sústavu, v redakcii je to rýdzo informačná práca, lebo informačne pôsobí na pracovníkov ako nositeľov organizačnej sústavy vo vzťahu k predmetu ich činnosti, t. j. informačne pôsobí na informácie. Ide o pôsobenie riadiacich, direktívnych informácií na objekt, ktorým je prúd informácií prichádzajúcich do redakcie a na proces ich transformácie na novinársky celok.

Riadiace informácie vznikajú v sústave porád (konferencií, klauzúr) na úrovni oddelení, vedenia redakcie, výrobných a technických oddelení, celej redakcie, jednotlivých programov a pod., ktoré slúžia

- hodnoteniu a kritike predchádzajúcich čísel novinárskeho produktu,
- vzájomnému informovaniu (výmene aktuálnych a iných spoločenských informácií),
- diskusii k problémom a tvorbe spoločnej redakčnej mienky,
- spoločnému nachádzaniu východísk, záverov pre redakčný proces transformácie aktuálnych informácií na novinárske formy,
- koordinácii medzi oddeleniami, pracovníkmi a ich pracovnými pomôckami,
- stanoveniu obsahu čísla novinárskeho produktu, v danej chvíli definitívnej direktíve pre redakciu.

Riadiace informácie, ktoré vznikajú v tomto procese, sa uplatňujú voči prúdu aktuálnych a iných spoločenských informácií, vstupujúceho do redakcie ako „surovina“. Až jej „pretavením“ na novinárske formy má vzniknúť konečný výtvor redakcie a riadiace informácie sa týkajú práve tejto transformácie. Táto zvláštnosť spôsobu riadenia redakcie má svoju osobitnú formu: spočíva vo viacstupňovom čítaní rukopisov, odpočúvaní nahrávok, predvádzaní šotov a relácií. Počas tejto činnosti sa príspevky znovu a znovu posudzujú, prípadne dopĺňajú a upravujú.

Ak za podstatu novinárskej komunikácie pokladáme vzťah všetkých článkov systému novinárskej komunikácie k procesu transformácie aktuálnych informácií na novinárske formy, potom informačné pôsobenie redakčných direktív na výber aktuálnych informácií a ich transformáciu je pracovné (v priebehu procesu redigovania) časovým i vecným prieťahom vzťahov, ktoré sa v systéme novinárskej komunikácie v danom momente istým spôsobom realizujú.

10. KONTROLA PROCESU REDIGOVANIA

Hodnotenie publikovaného novinárskeho produktu sa uskutočňuje vo viacerých rovinách, napr. v najširšej verejnosti, v systéme všetkých článkov novinárskej komunikácie alebo užšie len v sústave komunikátorov a pod. Kontrola procesu redigovania predstavuje len kontrolu redakčnej práce na pôde danej redakcie.

Význam kontroly. Ciele pracovného procesu, ako aj spôsob ich realizácie, sa stanovujú za predpokladaných podmienok. Kontrola potom ukáže výsledky pracovného procesu v skutočných podmienkach, v ktorých tento proces prebiehal. Porovná predpokladaný výsledok s dosiahnutým a rozdiely vyhodnotí. Tým sa kontrola stáva nevyhnutným predpokladom na stanovenie reálnejších, ale aj efektívnejších cieľov v nasledujúcom pracovnom procese.

Definitívne hodnotenie výsledku pracovného procesu prináša až kontrola v jeho závere. To však neznačí, že by kontrola nesprevádzala celý priebeh pracovného procesu. Poznáme kontrolu preventívnu, priebežnú a následnú. Fáze vedenia zodpovedá kontrola preventívna, fáza riadenia priebežná a fáza kontroly následná.

Predmet kontroly. Vedenie redakcie koncepciu nielen sformuluje, ale aj kontroluje, či je v danej vývinovej etape správne postavená, či smer vývinu redakcie je správny. Ide teda o trvalú konfrontáciu koncepcie so spoločenským, t. j. politickým, hospodárskym, technickým, ale aj profesionálno-novinárskym vývinom a pokrokom. Vedenie redakcie sa tiež trvale zamýšľa nad štruktúrou novinárskeho celku a s tým súvisiacou štruktúrou redakcie v ich globálnom rámci.

Redakcia priebežne kontroluje aj realizáciu koncepcie: jednak prácu členov redakcie, jednak výsledok tejto práce v jej konkrétnej finálnej podobe. Ďalej kontroluje organizáciu a metodiku redakčnej práce, jej účelnosť a účinnosť.

Následná kontrola, najmä v jej písomnej podobe, sa robí v dlhších časových úsekoch. Vyžadujú si ju najmä nadriadené orgány, predkladá sa správnym radám a iným riadiacim orgánom vydavateľa (producenta).

Výsledkom rozličných druhov kontrol a kontrolných porád býva často prijatie okamžitých nápravných opatrení. Zmeny v koncepcii si však vyžadujú dôkladnejšie premyslenie následkov v rôznych smeroch.

Podklady pre hodnotenie. Podkladom pre hodnotenie redakcie je najprv vlastný novinársky produkt a informácie o priebehu (problémoch) pracovného procesu. Vlastný novinársky produkt sa vždy porovnáva s konkurenciou, s rovnakými alebo aspoň obdobnými typmi novinárskych produktov doma i v zahraničí.

Z hľadiska celého systému novinárskej komunikácie rozhodujúcim podkladom pre hodnotenie je vývin nákladu, počúvanosti, sledovanosti novinárskeho produktu, ako aj vývin výnosov z reklamy a inzercie. Tieto údaje, ktoré šéfredaktor dostáva pravidelne z vydavateľstva (producentstva), spoluurozodujú o hospodárskom bytí či nebytí novinárskeho produktu a tým aj redakcie.

Kým vývin tiráže sa bezprostredne týka existencie redakcie, kvality a úspešnosti redakčnej práce vo verejnosti globálne, ďalšie podklady odrážajú pôsobenie a pozíciu novinárskeho produktu v určitých vrstvách verejnosti. Z jednej strany sú to informácie o pozícii v spoločenských kruhoch

tzv. elity, ktoré zaujímajú predovšetkým vydavateľa (producenta), z druhej strany informácie o pozícií v jednotlivých štruktúrach recipientov. Pozíciu recipientskej verejnosti možno zistiť objektívne z výsledkov rozličných prieskumov, sociologických, ale aj marketingových a pod.

Miesto kontroly. Ako špecifické miesto kontroly redakčnej práce slúži sústava porad. Porady sú na rozličných úrovniach, od porady v oddelení až po celoredakčné porady. V tomto priestore sa uskutočňujú porady rozličných grémíí ako je porada vedenia redakcie, porada vedúcich oddelení, porada vydávajúcich (službukonajúcich) redaktorov, plánovacia porada denná, týždenná, mesačná a pod., podľa periodicity novinárskeho produktu. Na týchto poradách kritické hodnotenie prednášajú redaktori. K tomu sa pridružujú vonkajšie grémia, ako je redakčná rada, redakčný kruh a pod., ako aj rôzni prizvaní jednotlivci.

Z toho je zrejmé, že hodnotenie, kritika, samokontrola, je v redakcii permanentnou činnosťou. Závisí od šéfredaktora a od vedenia redakcie, aby táto činnosť bola dostatočne náročná a kvalifikovaná, aby ju podnecovala k zvyšovaniu kvality práce v ďalších pracovných procesoch, ktoré po tomto hodnotení nasledujú.

PRÁCA

**VŽDY
KTO?
KAŽDÝ!**

PRAMENE A POZNÁMKY

1/ Ľudovít Romančík a kol.: Základy ekonomickej kybernetiky, Bratislava ALFA 1972

2/ Je to východisko z terajšej nejednotnosti v používaní pojmov v teórii riadenia, kde sa najmä základný pojem „riadenie“ používa vo viacerých významoch a rovinách, takže pri jeho použití ako súhrnného názvu by bolo potrebné upresňovať zloženými výrazmi – riadenie v širšom alebo užšom význame a pod. Rovnako pojem „organizácia“ sa používa raz ako pojem nadradený pojmu „riadenie“, inokedy ako podradený. V tejto práci sa organizácia chápe ako súčasť procesu riadenia.

3/ Endre Tóth – Jaroslav Jasanský: Cílové programový prístup k řízení a organizaci, Praha 1988

4/ Rüdiger Schulz: Entscheidungsstrukturen der Redaktionsarbeit, Diss., Mainz 1974

5/ Zdeněk Odehnal: Rozhodování a realizace rozhodnutí. Ústav pro ekonomiku a řízení vědeckotechnického rozvoje, Praha 1976

6/ Manfred Rühl: Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Bielefeld 1969

7/ symbiotický – žijící v symbióze

8/ Michael Kunczik: Journalismus als Beruf, Köln-Wien 1988

9/ John Hohenberg: The Professional Journalist, New York 1969

10/ Żofia Lewartowska: Organizacja pracy w redakcjach zagranicznych, in: ZESZYTY PRASOZNAWCZE 1/43, Kraków 1970

11/ „Das Publikum zwingt den Kommunikator dazu, eine Rolle zu übernehmen, die auf es zugeschnitten ist und beeinflusst auf diese Weise den Kommunikator selbst. Die Transaktionstheorie des Kommunikationsprozesses geht davon aus, dass das Publikum nicht nur eingehenden Stimuli Widerstand leisten kann, sondern dass es sogar einen wesentlichen Teil der Initiative im Kommunikationsprozess übernimmt. Das Publikum reagiert nicht passiv auf Informationen, sondern ist in eine Entscheidungssituation gestellt, es wählt nach seinen Bedürfnissen für seine Zwecke bestimmte Informationen aus und vernachlässigt andere. Es tritt zu Kommunikatoren in eine Kommunikationsbeziehung, wenn beide Teile daraus einen Nutzen zu erzielen hoffen.“

Frieder Naschold: Kommunikationstheorien, in: Wolfgang R. Langenbacher: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Wien 1988, s. 63

12/ Michael Kunczik, c. d.

13/ „V polovině šedesátých let se v Evropě pokládalo za zvláštnost, jestliže rozhlasová či televizní společnost měla svoje oddělení průzkumu; nyní je naopak vzácností situace opačná, a to dokonce i v rozvojových zemích. Jelikož roste počet výzkumných základů, které fungují již několik let, vzniká stále širší a spolehlivější základna údajů pro časovou analýzu procesů v hromadných sdělovacích prostředcích. Rozvoj elektroniky zpětně ovlivňuje