

SPRAVODAJSKÝ TEXT NÁŠ KAŽDODENNÝ – II (Jazyková rovina spravodajstva The Associated Press)

SVETLANA HLAVČÁKOVÁ

Stručnosť, zrozumiteľnosť, konkrétnosť

Dobry autor sa vyhýba vágnym formuláciám, neznámym (cudzím, odborným) slovám, preferuje stručnosť, krátkosť. Použije len tolko slov, koľko skutočne potrebuje, aby zmysel toho, čo chce povedať, bol jasný. Niektoré poučky agentúry AP na túto tému hovoria:

Prednosť má

- krátke slovo pred dlhým,
- známe slovo (obyčajne domáceho pôvodu) pred neznámym,
- slovo s konkrétnym obsahom pred abstraktným.

Tieto pokyny však neplatia absolútne. Niekedy sú cudzie alebo odborné výrazy presnejšie (*imidž*, *improvizovať*) a dlhé slovo znie vo vete lepšie ako krátke. Napriek tomu treba v záujme zrozumiteľnosti uprednostňovať slová domáceho pôvodu a cudzie, ako aj odborné termíny nahradiť vhodnými domácimi náprotivkami (ak jestvujú), alebo ich, podobne ako menej známe výrazy, v texte vysvetliť. Terminologická nejasnosť znižuje účinnosť žurnalistickej výpovede, ktorá sa stáva pre mnohých nepochopiteľnou a tým neprístupnou. Navyše, cudzie a odborné výrazy môžu televíznym a rozhlasovým hlásateľom a moderátorom spôsobiť ťažkosti s ich výslovnosťou.

Do spravodajstva nepatria ani archaizmy, slangové a nespisovné slová, vulgarizmy, pravda, ak nie sú súčasťou priamej reči.

Dĺžka vety

V záujme úspornosti musia byť v spravodajstve fakty a údaje nahustené do obmedzeného priestoru (v mnohých agentúrach platia záväzné pokyny, koľko priemerne dlhých viet má obsahovať jeden odsek). Novinári sa preto usilujú do jednej vety vtesnať čo najviac informácií. Vedie to k súvetiam, ktoré sú potom príliš komplikované a nezrozumiteľné. Skúsený autor nepreťažuje text zložitými súvetiami. Recept je jednoduchý – dlhé vety treba skracovať, súvetia deliť do jednoduchších viet. Urobí bodku namiesto čiarky všade, kde sa to dá. Priemerne dlhá veta v angličtine by mala obsahovať 16 až 17 slov. To neznamená, že budeme písať len rovnako dlhé vety. Niekedy je účelné dĺžku obmieňať, aby sa striedal rytmus, dominovať by však mali vety krátke, prípadne mierne rozvité. Štýl je jednoduchý, oznamovací, vetná stavba prehľadná. Do jednej vety patrí jedna myšlienka. Čitateľ by si mal na konci vety pamätať, čím sa začínala. Do úvodného odseku (čela) patria dve až tri priemerne dlhé vety, odsek by nemal presiahnuť rozsah piatich viet.

Background (Pozadie)

I nesprávne umiestnený background rozptyľuje pozornosť. Okrem informácií s najvyšším statusom naliehavosti, ktoré sa odberateľovi vysielajú „natvrdo“ ako ozná-

menie o holom fakte, patrí background do každého spravodajského prejavu. Background dopĺňa hlavný obsah správy, vysvetľuje recipientovi okolnosti, ktoré potrebuje na pochopenie udalosti, poukazuje na to, čo udalosti predchádzalo, uvádza ju do súvislostí, naznačuje väzby, zasadzuje ju do kontextu spoločenského diania a ostatných spravodajských textov v servise agentúry. Rozsah backgroundu nie je striktno stanovený a závisí od charakteru informácie, ako aj od celkovej kultúrnej a vzdelanostnej úrovne populácie (jej rozhladenosti). Čím je verzia správy širšia a komplexnejšia, tým menej backgroundového kontextu si vyžaduje. Backgroundom môže byť slovo, niekoľko slov alebo i veta, ktoré majú podobu vsuvky umiestnenej medzi čiarkami, pomlčkami alebo v zátvorke. Môže ním byť odsek v texte alebo samostatný text (profil nastupujúceho politika, nekrológ, ktorý agentúra vydá po správe o úmrtí a pod.). Nemal by tvoriť izolovaný blok na konci správy. V účelne rozvrstvenom prejave je background jeho organickou súčasťou.

Background by mal text logicky dopĺňať, nie rušiť. Details na nepravom mieste totiž môžu len pomýliť. Štruktúra správy podľa modelu obrátenej pyramídy na to veľmi zvädza. Dobre zorganizovaný spravodajský text neskáče z myšlienky na myšlienku, ale venuje sa im postupne, logicky a podľa možnosti ucelene a vyčerpávajúco. Príklad:

Dr. George Nichopoulos, dlhoročný osobný lekár Kráľa Rock'n Rollu, ktorý sa preslávil nezabudnuteľným hlasom, povedal, že jeho smrť spôsobila upchatá artéria, ktorá zabránila prúdeniu krvi do srdca. Presleyho, ktorého nahrávka Heartbreak Hotel vyniesla na vrchol zábavného priemyslu už pred 21 rokmi, našli mŕtveho v Gracelande, v jednej zo štvrtí Memphisu, v utorok popoludní. Po privolaní sa doktor ešte pokúšal Presleyho, ktorý účinkoval v 31 filmoch (vrátane Love me Tender), oživiť, pretože existovala slabá nádej, že ešte žije.

Text je ukázkou nelogickej štruktúry. Fakty o smrti Elvisa Presleyho sa prelínajú s jeho profesionálnou kariérou, čo pôsobí veľmi nesúrodno. Oveľa vhodnejšie by bolo najprv uviesť okolnosti, za akých spevák umrel, a potom vysvetliť, o koho vlastne ide.

Správu, ktorá udalosť nezačlení do celkového kontextu spoločenského diania (nevysvetlí, čo jej predchádzalo, s čím súvisí a aké môžu byť jej dôsledky) a ktorá nevedie do súvislostí nové a verejnosti nedostatočne známe fakty, možno klasifikovať ako bezcennú (v zahraničnej novinovede sa v tejto súvislosti vyskytuje termín bezcenná žurnalistika). Recipient nemá taký prístup k informáciám ako novinár. Napriek tomu by mal hneď po prečítaní/vypočutí pochopiť, aký význam má pre neho nová informácia. Túto službu za neho však robí novinár.

Čelo (Úvod)

Každá agentúrna správa sa začína čelom. Ako úvodný odsek správy nadväzuje na úlohu titulku – spoločne orientujú recipienta, informujú, o čom bude nasledujúci text, akcentujú najpodstatnejší fakt. Ich cieľom je upútať pozornosť a získať čitateľa. Ak sa im to nepodarí, správa je mŕtva. „Úlohou čela je podráždiť apetít, nie servírovať obed o troch chodoch.“¹⁰ V prípade, že súhrne zodpovie štyri, päť, niekedy aj všet-

¹⁰CAPPON, R. J.: c. d., s. 29.

kých šesť spravodajských otázok, predstavuje samostatný celok, stručnú verziu celej správy, ktorá môže byť použitá v médiách samostatne. Správa vybudovaná logickým spôsobom (štruktúra obrátenej pyramídy) sa začína vždy najdôležitejšími faktami a končí sa najmenej dôležitými. Možno ju preto podľa potreby krátiť od konca bez toho, aby bola narušená jej informačná výpoveď.

Tradičné ponímanie čela správy ako začiatku spravodajského textu a súčasne ako súhrnnej formulácie podstatnej časti jej obsahu sa odlišuje od metód kompozície literárnych druhov, kde sa dej rozvíja chronologicky alebo dynamicky. Je to aj logicky (významovo) zahrnutý úvod do kompozičného celku, ktorý stráži hranicu medzi esejistickými, komentátorskými či inými kompozičnými postupmi. Jednoduchosť a priamočiarosť sú cestou k jadrú veci, k podstate oznámenia.

Dobré čelo by malo udalosť, problematiku zasvätené uviesť, časovo i priestorovo ju vymedziť, identifikovať nositeľa deja a ponúknuť detail (zaujímavú myšlienku, nevšedný zorný uhol, aktualizčný prvok), ktorý správu odliši od ostatných. Autor čela sa preto musí v prvom rade rozhodnúť pre najdôležitejšiu alebo najzaujímavejšiu informáciu a posúdiť, čo v udalosti posúva vývin dopredu. Z toho by mal vychádzať. K typickým spravodajským témam patria vojny, kriminálne činy, nešťastia a katastrofy, nepokoje, oficiálne stretnutia, rokovania, mítingy. Aby práve naša správa zaujala, musí už vo svojom úvode upútať pozornosť niečím, čo ju vymaní z bežnej spravodajskej rutiny. Môže to byť jedinečný výrok, prekvapivý zvrät udalosti, upozornenie na pravdepodobné, ale nečakané dôsledky, hroziaci konflikt či iba výnimočnosť samotnej udalosti. Strelba mafiánov počas svadobného obradu je sama osebe zaujímavá. Fakt, že v úlohe ženicha vystupuje známy politický líder, robí túto správu osobitou. Podobne je to pri hromadnej vražde 12 ľudí. Ak však ide o obyvateľov ostrova, ktorého celkové osídlenie tvorí 28 ostrovanov, vrah v podstate vyhubil polovicu populácie. Pri dlhotrvajúcej udalosti by malo čelo každej pokračujúcej správy na prvom mieste uviesť aktualizčný moment, tzn. doteraz neznámy fakt.

Čelo ako úvodné, kompaktné, dokumentárne „zarámovanie“ jadra informácie je alfou a omegou celej správy. V moderných redakčných systémoch význam čela ešte vzrástol. Odberatelia „listujú“ v spravodajstve na obrazovkách osobných počítačov a orientujú sa v ňom na základe prvých desiatich riadkov textu (anglo-americké tlačové agentúry odporúčajú maximálny rozsah čela 35 slov alebo dve až tri priemerne dlhé vety, najviac však päť viet). Autor by preto nemal ťažisko informácie utopiť v záplave nepodstatných detailov, v abstraktnom a všeobecnom jazyku, vo vágnosti. Ani chronologický opis udalosti (bez predošlej rámcovky) alebo zdôrazňovanie toho, akým spôsobom bolo dôležité rozhodnutie oznámené, a nie čo bolo obsahom oznámenia, nie je na mieste. Na to, aby bolo čelo pôsobivé a poskytlo konkrétny obraz toho, čo sa naozaj stalo, netreba veľa slov. Duchaplný výrok, nenásilný humor alebo ironický kontrast v tom môžu pomôcť. Čelo, ktoré má esprit, spravodajstvo obohacuje.

Iné pravidlá Associated Press súvisia s ďalšími typmi čiel. Jedno z nich radí vnieť do čela čo najviac akcie. Kľúčom k úspechu je vhodný výber slovies. Tu treba upozorniť na nebezpečenstvo, ktorému sa spravodajca vystaví, keď v čele správy uvedie príčinu, zodpovie spravodajskú otázku, prečo sa udalosť stala. Ďalšie odseky potom – napríklad formou citácie – môžu zopakovať to, čo už bolo povedané v úvode. Na príčiny treba poukazovať, ale ak sa to dá, tak v druhom alebo treťom odseku, nie v čele správy.

Výrok účastníka udalosti v čele správy vyvoláva dojem autenticity a dokáže podčiarknuť najpodstatnejší moment. Rovnako však môže odpútať pozornosť od hlav-

nej myšlienky. Preto treba dôkladne zvážiť, či použitie citácie nie je samoúčelné. Problémom môže byť formulácia čela správy na už oznámenú tému. Informovať o jednej udalosti viacerými správami (seriálom správ) je rutinnou praxou tlačových agentúr vrátane AP. Ak je potrebné o vývine udalosti informovať i ďalší deň, v čele by sa mal objaviť nový zorný uhol alebo aktualizčný moment, nečakaný zvrat vo vývine udalosti či nové okolnosti.

Na záver posledná poznámka – úvod správy by nemal byť poplatný administratívnej, právnickej a inej terminológii. Najmä jazyk právnikov je prostému človeku často nezrozumiteľný. Novinár by sa mal vyznať v téme, o ktorej píše, a pretlmočiť ju čitateľovi vlastným jazykom. Interpretovať to, čo sa vlastne stalo (a aký to má význam), a neobmedziť sa len na konštatáciu toho, čo bolo sformulované v oficiálnom dokumente.

Novinársky žargón

Máloktorá redakcia občas neskĺzne do tzv. novinárskeho žargónu a nevyhnú sa mu ani prestížni autori agentúr. Korene tohto stavu treba hľadať v túžbe novinárov po výnimočnosti, ktorá niekedy vyvrcholí až senzačnosťou a bulvárom. Žurnalisti sa odjakživa považovali za bohémov a tomu podriaďovali nielen svoj život, ale i tvorbu. Američan Wilson Follett už pred 30 rokmi napísal: „Novinársky žargón je vo všeobecnosti tón vymysleného vzrušenia.“¹¹ Cieľom je presvedčiť čitateľa o vzrušujúcom zážitku, ktorý bol v skutočnosti obyčajnou udalosťou. Keď sú fakty príliš slabé na to, aby zrýchlili tep čitateľa, novinár považuje za svoju povinnosť okoreniť ich vzrušujúcimi frázami. Niečo trochu preženie, niečo nedopovie, jedna či dve polopravdy navyše neprekážajú, len keď je to nápadné a plné napätia. Príkladov je v praxi dostatok: *Planúce jazyky olizovali útočisko bezbranných, ktoré sa pod ich dotykmi zrútilo ako domček z karát.* Šlo pritom o požiar detského domova, ktorý sa nepodarilo včas uhasiť. U takých novinárov neprší, to *potoky vody sa lejú z oblakov*, prejav politika je *posolstvom* a kritika je *vyslaným signálom*. Za *eskaláciou rastúceho napätia v utrúpanej krajine* sa možno skrývajú len pokojné protestné demonštrácie ľudí, nespokojných s určitým stavom. Pôsobivý text nepotrebuje fanfáry ani vzletné metafory. **Slová nielen povedia, ale aj ukážu.** Netreba sa pritom biť do prs. Písať dobre znamená najst vhodný výraz na každú príležitosť a nie prispôsobovať udalosť prehnaným slovám.

Tón správy a vnútorný náboj slov, úloha detailov

Dobré písanie predpokladá tak schopnosť autora citlivo vybrať správne (pravé), výstižné vyjadrovacie prostriedky, ako aj spôsobilosť poukladať ich do jednoduchých, zrozumiteľných viet. Formuláciou čela správy, logickým usporiadaním jej ďalších odsekov a jazykovou očistou sa však proces novinárskej tvorby nekončí. Podľa agentúry AP by si mal každý autor svoj prejav po napísaní nahlas prečítať. Na to potrebuje nielen pozorné oko, ale aj dobrý sluch (text totiž musí pekne znieť). Pôsobí vecne alebo pompézne? Formálne alebo sviežo? Prirodzene alebo vyumel-

¹¹Tamže: s. 53.

kovane? Ide o celkový tón správy, rytmus, o použitie slov (jednoduchých, krátkych, známych). A potom o ich „vnútorný“ náboj. Superlatívy, sentimentálny prejav a kvetnatosť odpútavajú pozornosť, spochybňujú vecnosť obsahu. Slová ako *unikátny, nádherný, fantastický, neuveriteľný* a ďalšie nepatria do jazyka spravodajcu. Associated Press odporúča stáť pri výbere slov pevne na zemi. Nie je podstatné, ako novinár **vidí** udalosť, ale ako ju **vie ukázať**. Adjektíva a iné pomenovania s tým nemajú nič do činenia. Načo tvrdiť, že šlo o *dramatickú* či *tragickú* udalosť. Treba recipienta prostredníctvom pravých slov a správnych detailov presvedčiť, že takou bola. *Pieskové pláže* alebo *mestá plné kontrastov* možno nájsť kdekoľvek. Udalosť, miesto, človeka charakterizuje to, čo je na nej/ňom špecifické, zvláštne, jedinečné a neopakovateľné.

S mnohými slovami sú späté určité predstavy, asociácie. *Dom, domov, vila, rezidencia, obydlie, sídlo, ubytovňa* sú pojmy, ktoré sa vzťahujú na miesto, kde bývame. Skúsený autor však pozná rozdiely medzi nimi a vie ich použiť správne a neomylné. Nechce predsa vlastnou neznalosťou jazyka recipienta zbytočne *nazlosť, rozhnevať*, ale ani *popudit* či *rozčúliť*, a už vôbec nie *pobúriť*.

Okrem jazykovej obratnosti a dobrých pozorovacích schopností novinára pri tvorbe spravodajského prejavu zohráva významnú rolu aj prístup autora k stvárňovanej téme. Dôležité je zachovať korektný tón v správach, ktoré sa dotýkajú ľudskej alebo zvieracej bolesti, smrti a utrpenia. Tieto témy netreba nikdy zľahčovať alebo interpretovať humorne. Úplne nevhodný je prístup autora, ktorý začne správu o bratovražde slovami: *Myslíte si, že máte problémy? Neverte tomu. Prečítajte si príbeh, ktorý sa stal rodičom v meste X.* Ak mal niekto dopravnú nehodu, v dôsledku ktorej ostal paralyzovaný, nemožno o ňom hovoriť, že *mal jednoducho smolu*.

Niekedy nie je vhodné byť osobným. Ak však zahraničný spravodajca osloví slovenskú čitateľku slovami: *Predstavte si, že ste rozvedená učiteľka, ktorá musí tvrdo pracovať, pretože platí vysoké nájomné za priestranný byt v dobrej štvrti, poplatky za tri deti v súkromných školách a nemalú poistku za auto značky Volvo*, môže sa čitateľka (tiež učiteľka) opýtať – kto, vari ja?!

Spravodajca by nemal do udalosti vstupovať a správa by v žiadnom prípade nemala implikovať jeho názor. Zisk podniku alebo výnos pšenice môže byť pre neskúseného autora *pozoruhodný*, ekonóm vie, že ide o priemerný zisk a poľnohospodár nepochybuje o nízkej úrode. Do správ z tohto dôvodu nepatria slová ako *neuveriteľne, nevlúdne, úprimne, veľmi* a podobne. Solídna informácia hovorí sama za seba. Čím menej komentujeme a charakterizujeme, tým lepšie.

Spravodajstvo preferuje neformálny tón. Byť neformálnym však neznamená byť familiárnym. Premiéra nevoláme po mene a kapitán uneseného lietadla sa zvyčajne bojí, *nemá srdce v nohaviciach*.

Tón správy závisí od typu udalosti (oficiálna návšteva, summit, zasadanie, míting, voľby, prírodná katastrofa, letecké nešťastie, divadelná premiéra, úmrtie významnej osobnosti a pod.), od témy (politika, ekonomika, kultúra a i.), od skúseností autora a preferencií vydavateľa. Dá sa povedať, že každý denník má svojský štýl a tón. Ale spoločnou črtou spravodajstva deväťdesiatych rokov je jednoduchosť a vecnosť, nie vyumelkovanosť a kvetnatosť. To je tón, ktorý sa dnešnému recipientovi prihovára, oslovuje ho, ktorý vysvetľuje, ale nepoučuje, ktorý je síce neformálny, nie však familiárny, a ktorý nepreháňa a nevtiera sa.

Zhrnutie

Úlohou spravodajstva je sprostredkovať maximum informácií na minimálnom priestore. Vyhovuje to požiadavke **rýchlosti**, pretože krátky text rýchlejšie „cestuje“ (od autora k recipientovi) – možno ho rýchlejšie spracovať (napísať, overiť, opraviť) a napokon i prečítať. Správa, ktorá má menší rozsah, tzn. menej slov na menšom počte riadkov, je tiež lacnejšia. Predstavme si, že každé slovo stojí 10 dolárov. Myslime ekonomicky. Tieto ambície vedú autorov k stručným, hutným, vecným a jadrným formuláciám. Obsažnosť a informačná nasýtenosť textu však môže niekedy spôsobiť jeho neprehľadnosť, a teda nezrozumiteľnosť. Preto pri tvorbe spravodajského prejavu treba myslieť nielen na jeho jazykové a štylistické stvárnenie, ale aj na jeho logickú štruktúru, kde jedna myšlienka vyplýva z druhej.

Majster pera Ernest Hemingway o dnešnom jazyku napísal: „Pre súčasných autorov je prvoradá a zo všetkého najdôležitejšie zachovať čistotu jazyka, očistiť ho až na kosť.“¹²

Princíp **objektívnosti** spravodajstva sa opiera o **nezaujatosť zdroja** informácií (preto by to mali byť aspoň dva od seba nezávislé zdroje) a **nestrannosť spracovania**. Dôležitá je citlivá a vyvážená formulácia, ktorá sa vyhýba akýmkoľvek nálepкам a opiera sa o neutrálnu terminológiu. Povolená je len všeobecne ľudská klasifikácia. Prehra jedného je totiž výhrou druhého. Je ozbrojenec *teroristom* alebo *bojovníkom za ľudské práva, slobodu a demokraciu*? Kedy sa z národovca, vlastenca stáva *šovinista* či *nacionalista*? Je odstupujúci premiér *odstupujúcim diktátorom* alebo *mučeníkom*? Odpoveď závisí často od toho, na ktorej strane barikády stojíme. Svetové agentúry musia mať nadhľad a nedovolia si nazvať niekoho teroristom, pokiaľ nejde, napríklad, o únoscu školského autobusu plného detí. Šanca stratiť prestíž je priveľká.

Nestrannosť spracovania sa ďalej premieta do zdanlivej anonymity správy. Individuálne autorstvo v nej ustupuje do úzadia. I preto medzi základné pravidlá svetových agentúr patria:

- nikdy nepísať v prvej osobe jednotného čísla (vyvoláva dojem subjektívneho pohľadu), prednosť má tretia osoba, keď autor do správy nevstupuje, len ju tlmočí,
- udalosť priamo nehodnotiť, nekomentovať ani inak neprejavovať osobný záujem,
- komentár alebo otvorene formulovaný názor môžu byť súčasťou spravodajského textu len ako citácie s uvedením zdroja (nie anonymne), čím získavajú „punc faktu“,
- v sporných otázkach neprezentovať názory jednej strany, referovať o stanovisku oboch strán (formálne „fair play“), ak to nie je možné, vysvetliť, prečo vyjadrenie druhej strany chýba, – podkladové materiály (prejavy, rezolúcie a pod.) spracúvať tak, aby neimplikovali názor novinára,
- je lepšie vyhlásenia a výroky presne citovať (dôsledne uvádzať zdroje), nie parafrázovať a v žiadnom prípade ich nevytrhávať tendenčne z kontextu; pozor na iróniu a sarkazmus.

Objektívny, tzn. nezaujatý a nestranný spravodajca sa usiluje o vyvážené informovanie. Necháva recipientovi priestor, aby si na základe poskytnutých údajov a faktov

¹²RIVERS, W.L. – LEWENSTEIN, M.: Working with News in Print. New York, Harper & Row, Publishers 1984, s. 19.

slobodne utvoril vlastný názor. Rešpektuje uvedomelý prístup prijímateľa informácie a napĺňa hlavný cieľ spravodajstva – fakty oznamovať v súvislostiach (kontexte) a udalosti nekomentovať. V spravodajských princípoch a zásadách sa všetky svetové agentúry zhodujú: informovať rýchlo, stručne a obsažne, pritom presne a pravdivo, nestranne a bez zaujatosti, pokiaľ možno vyvážené.

Spravodajskému štýlu je teda vlastné zrozumiteľné, neutrálne, presné, výstižné, obsažné a neobrazné, neexpresívne vyjadrovanie, logicko-pojmové stvárňovanie. Prevládajú v ňom podstatné mená a slovesá, najmä vlastné mená, názvy, čísla, miery a iné údaje, pomenovania a termíny.

Spravodajský a vôbec informatívny štýl vylučuje všetky významovo vágne alebo konotačno-aktívne (teda asociácie vzbudzujúce) stylistické prostriedky, akými sú komplikované, viacstupňové literárne ornamenti, slovné hry vrátane klišé a podobne. Fabulácia, ktorá sa nepridržiava reality a čerpá z ríše fantázie, nemá v spravodajskom texte čo robiť. Spravodajský text je vecný a nezaoberá sa hypotetickou skutočnosťou.

Od spravodajcov sa vyžaduje nadhľad, profesionalita a etika. Preto na záver myšlienka American Society of Newspaper Editors: „Budte čestní, nezaujati, presní, draví, oddaní, profesionálni a píšete jasne a vecne.“¹³

Adresa autorky: PhDr. Svetlana Hlavčáková, CSc., Katedra žurnalistiky FiF UK, Štúrova 9, 811 02 Bratislava
T: 07/5296 4192, F: 07/5292 6530, e-mail: kzur@fphil.uniba.sk

¹³MALLETE, M. F.: Příručka pro novináře střední a východní Evropy. Praha, Lidové noviny 1991, s. 76.