

ABECEDA REDIGOVANIA – KLÚČ K NOVINÁRSKEJ PRÁCI

VOJTEK, J.: Úvod do organizácie redakčnej práce a redigovania. Bratislava, Vydavateľstvo UK 2000. 132 s.

Autorova dlhodobá profesionálna orientácia a záujem o teoretické (i praktické) otázky späté s procesom redigovania a organizáciou redakčnej práce v periodickej tlači boli predpokladom kvalitného spracovania problematiky. Pri tvorbe učebného textu vychádzal nielen zo slovenskej praxe, ale zúročil v ňom aj zahraničnú, najmä anglickú a americkú prax, ktorú spoznal v redakcii *Daily Mirror*, *St. Louis Post-Dispatch* či *The Washington Post*. Treba oceniť, že toto rozšírené a prehĺbené vydanie uvedeného titulu reflektuje aj zmeny v oblasti redigovania, ktorým čelí moderná žurnalistika predovšetkým v poslednom desaťročí, pričom Juraj Vojtek nezabudol ani na terminologickú čistotu textu. Hneď na začiatku upozorňuje na často mätúci mechanický preklad anglického *editing*, čo v slovenčine neznamená *redigovanie*, ale *apretovanie* (ktoré tvorí súčasť procesu redigovania).

Štruktúra publikácie sa od svojej predchodkyne (Úvod do organizácie redakčnej práce a redigovania. Bratislava, Vydavateľstvo UK 1995, 172 s.) veľmi nemení. Vyplýva to azda z jej logickosti. Návum sú prílohy – organizačná štruktúra akciovej spoločnosti, schémy amerických novinových podnikov, organizačný poriadok denníka *Národná obroda* z roku 1991, štatút denníka *Smena* z roku 1993, Návrh SSN na vzorový redakčný štatút či vzor redakčného štatútu, ktorý prijali holandské denníky. Aktualizovaná je aj literatúra.

V prvej časti sa autor venuje vymedzeniu základných pojmov. Definuje *masovú komunikáciu*, pričom sa opiera o práce rozličných teoretikov (Weiner, Dominick, Berger, Maletzke a i.), a ako *klasický masovokomunikačný model* predkladá schému amerického politológa Laswella. Charakterizuje komunikačné kanály, prostredníctvom ktorých sa komunikácia uskutočňuje – *prostriedky masovej komunikácie (PMK)*, aby napokon dospel k vymedzeniu *novinárskej komunikácie*. Kapitulu uzatvára charakteristikou *novinárstva* (žurnalistiky) a krátkym pohľadom na jeho vznik a vývin.

Organizačnú štruktúru redakcií periodickej tlače (najmä novín) analyzuje Juraj Vojtek v kapitole *Redakcia – nositeľ redigovania*. Pozornosť upriamuje na riadiace a výkonné zložky tohto systému. Konzistentne spracované podkapitoly obohacujú čiastkové príklady zo zahraničnej praxe a dopĺňa komparácia súčasného stavu s minulosťou. Tu len poznámka na okraj: je známe, že pod vplyvom vy-

spelých technológií a trhovej ekonomiky sa mení nielen charakter novinárskej práce, ale aj náplň činností jednotlivých zložiek redakčného systému. Reflexia týchto vplyvov typických pre prelom tisícročí (možno aj na príkladoch zo zahraničia) mohla byť práve v tejto kapitole azda výraznejšia.

Pozitívom Vojtekovej práce je vhodný metodický prístup k štruktúre učebného textu. Prejavil sa aj v tretej kapitole. Predtým, ako čitateľovi predstaví *organizáciu redakčnej práce vo všeobecnosti*, objasní mu zámer (ozrejmiť pojem) a postup, ktorým hodlá svoj cieľ dosiahnuť. A tak sa najprv venuje vysvetleniu čiastkových pojmov, ku ktorým patrí *práca*, *redakčná práca* a *organizácia*, či už formálna alebo neformálna, pričom kladie dôraz na odlišenie „organizácie“ (sústava vzťahov) od „organizovania“ (proces tvorby organizácie). Venuje sa aj vývojovým tendenciám v organizácii redakčnej práce slovenských periodík (hovorí stále len o tlači), ktoré vyvolali zmeny po roku 1989, čo sa prejavilo predovšetkým v nových vlastníckych vzťahoch. Ako základné organizačné formy „novodobých“ slovenských novinových a časopisových podnikov uvádza akciové spoločnosti a spoločnosti s ručením obmedzeným. Zároveň upozorňuje na negatíva, ktoré s novými formami vlastníctva súvisia a ktoré socialistické masmédiá buď nepoznali, alebo im boli až dôverne známe – presadzovanie komerčných cieľov vlastníkov (priamy vplyv), súkromných investorov, rôznych súkromných i verejných mecenášov, inzertov, štátnych orgánov, politikov (nepriame vplyvy), ich zasahovanie do chodu či práce redakcie, ovplyvňovanie redakčnej politiky, nárast obchodných aktivít novín a časopisov súvisiaci s nátlakom zo strany trhu a reklamy a podobne. Okrem iného poukazuje aj na zmenu štruktúry a názvov redakčných oddelení, čo dokumentuje na príkladoch konkrétnych denníkov. Kapitulu uzatvára podrobný anglo-americký model organizácie redakčnej práce.

Obsahom štvrtej a piatej kapitoly je riadenie a plánovanie redakcie. Aj keď sa pri objasňovaní pojmu *riadenie* autor opiera o závery filozofa, kybernetika, praxológa či politológa, jeho ponímanie riadenia akoby vychádzalo z tézy, že mediálne organizácie by mali v prvom rade vychádzať v ústrety potrebám a záujmom verejnosti a až sekundárne záujmom svojich klientov a štátu (vrátane vlastníkov).

Juraj Vojtek sa v podkapitolách zaoberá špecifikami riadenia v redakčných systémoch, poukazuje na význam spolupráce nadriadených a podriadených v procese riadenia, ako aj na ne-

vyhnutnosť informovať a byť informovaným. Postupne sa venuje metodikám redakčného plánovania, stanovuje kritériá kvalitného redakčného plánu a predstavuje druhy redakčných plánov.

V záverečnej kapitole rozoberá cielavedomý, tvorivý redakčný proces *redigovania*. Vidí ho v užšom (redigovanie výťažku) i širšom (redigovanie titulu) ponímaní, z pedagogických dôvodov sa však sústreďuje len na to prvé. Odporúča diferencovať medzi viac-menej individuálnou tvorbou novinárskeho prejavu/výpovede a kolektívnou prácou redakcie nad novinárskym celkom. Napriek pochopeniu zámeru autora – sústrediť sa len na redigovanie novinárskeho celku – nemožno neupozorniť na absenciu (azda zámernú?) pomerne náročnej fázy, počas ktorej novinár (aj redakcia) pracuje s informačnými zdrojmi a informáciami, ale aj fázu tvorby novinárskeho prejavu, čo z procesu (kolektívneho) redigovania nemožno vylúčiť.

Druhá časť kapitoly sa venuje *novinárskemu celku*, jeho vnútornej *štruktúre*, ale aj jeho vzhľadu i prezentácii.

Recenzované skriptum je samostatným pokračovateľom predošlých vydaní. Dopĺňa a aktualizuje už známe poznatky, predstavuje nové pohľady na pertraktovanú problematiku a po kritickom (autorskom) posúdení koriguje nedôslednosti či napráva nedostatky, ktoré obsahovalo prepracované vydanie z roku 1995. Možno nevyčerpáva tému v jej komplexnosti, ale to pravdepodobne ani nebolo zámerom autora. Ambíciou publikácie je predstaviť tému v koncíznej, ale zároveň logicky štruktúrovanej, prehľadnej podobe, čo je v podstate účelom vysokoškolského učebného textu, a to sa Jurajovi Vojtekovi podarilo.

PhDr. Svetlana Hlavčáková, CSc.,
Katedra žurnalistiky, FiF UK, Bratislava

KTO BOL KTO V HOSPODÁRSTVE SR PO ŠTVRTÝKRÁT Užitočný slovník ekonomických osobností

TUŠER, A. a kol.: Kto bol kto v hospodárstve SR 1999. Bratislava, Trend Holding 2000. 268 s.

Keď v roku 1997 vydala spoločnosť Trendy, s. r. o., v Bratislave prvú publikáciu Kto bol kto v hospodárstve SR 1996, ešte málokto vedel, že vzniká úspešná a prospešná tradícia. Publikácia sa stala užitočnou pomôckou inštitúcií na Slovensku i zaujímavým prehľadovým čítaním pre domáceho čitateľa.

V roku 2000 sa takto dostala na trh jej štvrtá inovovaná podoba. Avizovaná aktualizácia sa však netýkala v tomto ročníku publikácie pri osobnostiach len doplnenia ich nových aktivít, ale predovšetkým narástol počet osobností. Ak pri prvom vydaní slovník registroval päťsto osobností, v tomto roku ich bol takmer dvojnásobok. Kľúč na výber zostavovateľov pod vedením prof. A. Tušera boli osobnosti, ktoré zastávali v uplynulom roku najvyššie posty v štatutárnych a dozorných orgánoch najvýznamnejších obchodných a finančných spoločností. Tu bolo podstatným kritériom hodnotenie, resp. umiestnenie na rebríčkoch ekonomickej úspešnosti, ktoré spoločnosť Trend Holding, spol. s r. o., pravidelne zostavuje a zverejňuje v týždenníku *Trend*. Integrovanou súčasťou publikácie sú aj najvyšší predstavitelia SR, poslanci NR SR, predstavitelia orgánov štátnej správy, ústredných orgánov a inštitúcií, podnikateľských zväzov, profesionálnych organizácií a združení z oblasti hospodárstva, najvýznamnejšie osobnosti akade-

mickej sféry, vedy a výskumu a množstvo ďalších predstaviteľov so vzťahom k hospodárstvu a podnikaniu v našej republike. Grafickou inováciou publikácie sú fotografie osobností, ktoré knihu bezpochyby oživilí, nehovoriac už o ich nezastupiteľnej kontaktnej funkcii.

Publikácia je zostavená abecedne, pričom profil osobnosti začínajúci kľúčovým postom menovaného obsahuje základné autobiografické dáta s dôrazom na ekonomické posty, ktoré zastával či zastáva. Súčasťou je aj publikačná činnosť osobnosti a ocenenia, ktoré získala. Prehľadnosť publikácie znásobuje slovník skratiek používaných v publikácii, ktorý zostavil prof. Tušer, odborník i na túto problematiku (autor troch vydaní príručky Svet skratiek a značiek, SOFA 1995 a 1996). Podobne je to aj pri registri, ktorý okrem osobností obsahuje aj vyše 600 hospodárskych, podnikateľských, spoločenských a ďalších subjektov.

Prehľadný slovník kľúčových osobností slovenskej ekonomiky je prospešný predovšetkým pre hospodárske inštitúcie, ale aj pre manažérov, podnikateľov, novinárov, diplomatov, t. j. pre každého, kto zverejnené informácie potrebuje pri svojej každodennej práci. Privíta ho aj každý záujemca o uvedenú problematiku.

Doc. PhDr. Pavel Horňák, CSc.,
Katedra marketingovej komunikácie FiF UK,
Bratislava