

KULTÚRA V SLOVENSKÝCH DENNÍKOCH

LUBOR HALLON

K l ú č o v é s l o v á: kultúrna publicistika – kultúrna rubrika – kultúrna politika – kategorizačný kľúč – mienkotvorné denníky – tematika – inštitúcie – žánre – oblasti kultúry a umenia – frekvencia príspevkov – plocha príspevkov

V uplynulom roku sa na požiadanie Ministerstva kultúry SR v Novinárskom študijnom ústave riešila výskumná úloha *Analýza obsahu a foriem stvárnenia kultúrnej publicistiky v dennej tlači*. Pri príprave projektu a samotnej analýze sme sa usilovali nadviazať na tradície rozpracúvania metodiky obsahovej analýzy v Novinárskom študijnom ústave. Z kapacitných dôvodov sme sa sústredili najmä na analýzu obsahovej štruktúry kultúrnej publicistiky v mienkotvorných denníkoch. To znamená, že nás predovšetkým zaujímalo, aký priestor venovali jednotlivé redakcie denníkov informáciám z oblasti kultúry a umenia, ale, prirodzene, zaujímal nás i žánre, v ktorom sa informácia prezentovala. Pri zostavovaní kategorizačného kľúča boli tieto dve kategórie určujúce, ale zvolili sme i ďalšie pomocné kategórie, bližšie charakterizujúce príspevok – *tematický okruh, inštitúciu a provenienciu*.

Na analýzu bol náhodne vybraný mesiac september 1996, v ktorom vyšlo 25 čísel z každého titulu denníkov. Pri šiestich zvolených mienkotvorných denníkoch (*Národná obroda, Nový čas, Práca, Pravda, Slovenská Republika, Sme*) to znamenalo, že bolo treba prečítať, resp. preštudovať 150 čísel novín. Do súboru hodnotenia sme vyberali všetky príspevky zaradené do kultúrnych rubrik menovaných denníkov. Tieto rubriky však nemajú v dennej tlači svoje stabilné miesto, ba často aj chýbajú. Preto sme sa usilovali posudzovať všetky materiály s problematikou kultúry, ktoré sa v jednotlivých číslach vyskytli. Prirodzene, že tento výber je do istej miery subjektívny, ale nazdávame sa, že by mal v súhrne vytvárať obraz o šírke a rôznorodosti skúmanej témy. Do súboru sme zaradili všetky články, ktoré sa prevažne venovali problematike kultúry. Žiaľ, nemohli sme tušiť, že v mesiaci septembri sa kultúra zásluhou spolitizovania situácie v Slovenskom národnom divadle i ďalších profesionálnych divadlách dostane na prvé stránky denníkov. V tejto súvislosti sa oveľa väčšia pozornosť médií venovala aj ministrom kultúry. V našej analýze sme však registrovali len tie príspevky, v ktorých mal Ivan Hudec dominantné postavenie so zreteľom na problémy v kultúre, a neposudzovali sa tie, ktoré sa jeho osobe či všeobecným otázkam kultúry venovali len okrajovo. Pri stanovení tohto kritéria sme zhodou okolností zaregistrovali presne 1 500 príspevkov.

Ako sme už naznačili, našim zámerom bolo postihnúť nielen počet príspevkov v konkrétnych denníkoch, ale aj ich rozsah, resp. priestor, ktorý im poskytli jednotlivé redakcie. Tu sme na rozdiel od zaužívanej metodiky výpočtu plochy v cm² zvolili metodiku počtu strán, venovaných tej-ktorej oblasti kultúrnej publicistiky, čiže prepočítali sme plochu zistenú v cm² na desatiny, resp. stotiny novinovej strany, čím sme sa pokúsili o isté zrovnoprávnenie denníkov vzhľadom na rozličnú veľkosť formátu, aj keď zasa noviny s menším formátom úmerne zmenšeniu zvyšujú počet strán. Pritom sme za stranu považovali veľkosť plochy tlačeného textu a osobitne sme vyjadrovali plochu textu a plochu fotografií ilustrujúcich niektoré príspevky.

Tabuľka 1

Podiel kultúrnej publicistiky v analyzovaných denníkoch

Denníky	Plocha všetkých čísel (v cm ²)	Počet strán všetkých čísel	Plocha kultúrnej publicistiky		Podiel kultúrnej publicistiky na celej ploche (v %)
			(v cm ²)	(v %)	
1. Národná obroda	410 400	380	49 896	17,5	12,2
2. Nový čas	479 520	880	36 077	12,9	7,5
3. Práca	570 720	480	49 189	17,6	8,6
4. Pravda	537 472	544	37 208	13,4	6,9
5. Slovenská Republika	426 816	432	50 052	17,9	11,7
6. Sme	383 040	360	57 586	20,7	14,8
Spolu	2 807 968	3 084	280 008	100,0	Priemer: 9,97

Tabuľka 2

Frekvencia a počet strán analyzovaných príspevkov v jednotlivých denníkoch

Denníky	Analyzované príspevky kultúrnej publicistiky			
	Frekvencia	(v %)	Počet strán	(v %)
1. Národná obroda	260	17,4	46,2	15,6
2. Nový čas	198	13,2	66,8	22,6
3. Práca	225	15,0	41,4	14,0
4. Pravda	176	11,7	37,7	12,7
5. Slovenská Republika	219	14,6	50,6	17,1
6. Sme	422	28,1	53,3	18,0
Spolu	1 500	100,0	296,0	100,0

Tabuľky 1 a 2 ponúkajú niekoľko zaujímavých porovnaní denníkov z hľadiska zastúpenia kultúrnej publicistiky. Podľa počtu príspevkov výrazne dominuje *Sme*. Hoci *Nový čas* nedosahuje ani polovicu počtu článkov ako *Sme*, v počte novinových strán vedie.

To, prirodzene, súvisí s veľkosťou strany *Nového času*, ktorá plochou tlačeneho textu je zasa v porovnaní so *Sme* polovičná. Z tohto hľadiska je dôležitý výpočet plochy v cm², ktorú redakcie venovali kultúre. V percentuálnom vyjadrení sa tu opäť najviac prezentuje *Sme*, ktoré z celkovej plochy kultúrnej publicistiky všetkých analyzovaných denníkov zaberá viac ako 20 percent. Veľmi malé percentuálne rozdiely sú medzi *Slovenskou Republikou*, *Národnou obrodou* a *Prácou*. Podľa tejto analýzy má v kultúrnej publicistike najmenšie zastúpenie *Nový čas*. Treba však pripomenúť, že denník *Pravda* nemá v porovnaní s týmto denníkom podiel väčší ani o pol percenta. Ak si všimneme i ďalšie údaje, ktoré sa týkajú *Pravdy*, zistíme, že tento renomovaný denník s najdlhšou novinárskou tradíciou preukazuje vo vzťahu ku kultúrnej publicistike najnižšie parametre. Zaznamenali sme pri ňom najmenší podiel príspevkov i najmenší počet strán venovaných kultúre, ale aj najmenší podiel kultúrnej publicistiky na celkovej ploche všetkých jej septembrových čísel. Keď porovnáme *Pravdu* napríklad so *Slovenskou Republikou*, ktorá má

rovnaký formát, zistíme, že hoci jej rozsah bol v septembri o viac ako sto strán menší, podiel kultúry na ostatnom texte vykazoval podľa našej analýzy plochu o takmer štyri percentá väčšiu. Toto zistenie signalizuje, že redakcia najstaršieho slovenského denníka venuje problematike kultúry v porovnaní s ostatnými periodikami dennej tlače najmenšiu pozornosť.

V ďalšej interpretácii výsledkov analýzy budeme postupovať podľa stanovených kategórií kódovacieho kľúča, pričom jadrom štúdie by mala byť charakteristika zastúpenia jednotlivých oblastí kultúry a umenia, a na záver sa pokúsime zhodnotiť postoje redakcií vybraných denníkov k profilovaniu rubrik kultúry či kultúrnej publicistiky vôbec, tak ako sa javili v mesiaci septembri 1996.

Tematický okruh v denníkoch

Pri posudzovaní príspevku z hľadiska tematického zamerania nás zaujímalo, či v materiáli dominuje problematika *kultúrnej politiky, histórie kultúry, estetiky, filozofie alebo teórie umenia*, či je príspevok o *kultúrnych podujatiach alebo propaguje kultúrne aktivity, diela, osobnosti, produkty*, či informuje o *medzinárodných kultúrnych vzťahoch, festivaloch* alebo o *legislatívnych otázkach kultúry* a podobne.

Často nebolo jednoznačne možné priradiť príspevku navrhované kategorizačné určenie a museli sme sa rozhodnúť pre dominantnú tému.

Z hľadiska frekvencie výskytu možno konštatovať, že takmer polovica príspevkov (47,7 percenta) bola orientovaná na propagáciu kultúrnych aktivít, diel, osobností z oblasti kultúry, resp. iných kultúrnych produktov. Iniciatíva divadelníkov a osobitne fóra *Zachráňme kultúru!* sa prejavila vo zvýšenom počte materiálov s problematikou kultúrnej politiky (17,9 percenta). O niečo menej bolo informatívnych článkov upozorňujúcich na rozličné akcie a kultúrne podujatia (13, 5 percenta) a početne významnejšie boli aj príspevky s problematikou zahraničných kultúrnych vzťahov a medzinárodných kultúrnych festivalov (9,1 percenta), čo ovplyvnili najmä Bratislavské hudobné slávnosti a Bratislavská lýra. Ostatné vytypované okruhy tém vykazovali menší počet ako 5 percent.

Takmer rovnaké bolo percentuálne zastúpenie materiálov vytypovaných okruhov tematiky podľa priestoru, resp. počtu strán venovaných súhrnne tej-ktorej téme vo všetkých denníkoch. Tak napríklad kultúrna politika zaberá až 19,2 percenta z celkového počtu strán a tematika propagácie kultúrnych aktivít 43,8 percenta, čo je o niečo menší percentuálny podiel ako pri frekvencii týchto príspevkov. Treba však upozorniť, že údaje predstavujú percentá z počtu strán tlačeného textu bez dokumentujúcich fotografií.

Zaujímavé je všimnúť si bližšie rozsah tematiky v jednotlivých novinách. Napríklad v porovnaní s celým súborom sú výraznejšie odchýlky v *Novom čase*, kde sa najviac strán (63, 1 percenta) venuje propagácii kultúrnych aktivít či osobností a pomerne málo priestoru histórii kultúry a kultúrnemu dedičstvu (1,9 percenta). Tejto tematike sa zasa v porovnaní s ostatnými najviac venuje *Slovenská Republika* so 17,1 percenta z celkového počtu strán. Tento denník sa dominantne orientuje aj na informácie o medzinárodných kultúrnych vzťahoch a festivaloch, a to až 18,9 percenta z celkového priestoru vymedzeného kultúrnej publicistike, pričom tento rozsah predstavuje 33,8 percenta, teda viac ako tretinu z celkového počtu strán všetkých denníkov venovaných tejto téme. V opozičnom denníku *Sme* zasa výrazne prevláda kultúrna politika, ktorá zaplňa 29,6 percenta počtu strán o kultúre, čo sa zároveň zhoduje

s údajom vyjadrujúcim podiel na celkovom počte strán textu informujúceho o tejto téme vo všetkých denníkoch spolu.

Inštitúcia

Keďže sme už zo spomínaných dôvodov neskúmali subjekt a objekt výpovede, v príspevku sme určili tú inštitúciu, ktorá v ňom mala dominantné postavenie.

Podľa tohto kritéria sa rozlišovalo, či materiál v prevažnej miere informoval o *politických orgánoch štátnej správy, o umeleckých zväzoch, spolkoch, festivalových výboroch, o ochranných zväzoch a odboroch, o producentských umeleckých firmách a osobnostiach, o umeleckých súboroch a skupinách, o galériách a múzeách, o národných kultúrnych pamiatkach, o národných centrách, o verejnoprávnom rozhlase a televízii, o súkromných rozhlasových a televíznych staniciach, o regionálnych kultúrnych centrách* a pod.

Z hľadiska frekvencie sa vyskytlo najviac (18,6 percenta) materiálov, v ktorých prevládali informácie o tvorbe kultúrneho produktu, či už v nej bol zainteresovaný producent, firma alebo konkrétna osobnosť. Bohato boli zastúpené aj články s problematikou kultúrnych zväzov, no najmä so zastúpením kultúrnych inštitúcií na medzinárodnej úrovni (14,3 percenta), a opäť sa politické vplyvy v kultúre prejavili na častejšom uvádzaní štátnych predstaviteľov kultúrnej politiky (10,3 percenta), menovite ministra Hudeca. Významnejšie zastúpenie sme zaznamenali pri materiáloch uvádzajúcich problematiku umeleckých súborov (najmä činoherných), ale i hudobných skupín (9,1 percenta). Najväčší súbor predstavovali materiály, v ktorých sa spomínali na rovnocennej úrovni viaceré kultúrne inštitúcie a kam sme zaradili aj programy kín, divadiel a pod. (21,8 percenta).

Opäť možno konštatovať, že medzi percentuálnym zastúpením frekvencie príspevkov a plochou ich textu, vyjadrenou percentom podľa počtu strán, nie sú veľké rozdiely. Ak porovnáme podiely jednotlivých denníkov na celkovom počte strán sledovaných inštitúcií, najväčšie zastúpenie má *Nový čas* s podielom 25,9 percenta zo všetkých strán analyzovaných denníkov, na ktorých sa píše o producentských organizáciách či firmách produkujúcich kultúru, ale aj o konkrétnych umeleckých individualitách. Najmenej strán im venuje *Pravda* (11,2 percenta).

Články zahŕňajúce informácie o politických inštitúciách, ktoré sa zaoberajú kultúrou a umením, naplňajú najviac strán v *Slovenskej Republike* (29,7 percenta), najmenej znovu v *Pravde* (6,3 percenta), pričom v opozičnom *Sme* je to 16,2 percenta z celkového počtu strán uvádzajúcich tieto inštitúcie. Inštitúciám predstavujúcim zástupcov elektronických médií sa celkovo venovalo len málo priestoru. Tak napríklad o Slovenskej televízii sa písalo na 2,2 percenta zo všetkých strán analyzovaných denníkov, o Slovenskom rozhlase na necelom jednom percente strán, o súkromných televíznych staniciach spolu na 2,3 percenta a o súkromných rozhlasových staniciach sa informovalo na 2,1 percenta zo všetkých strán denníkov.

Žánre

V súčasnej publicistike a najmä v kultúrnej publicistike sa niekedy veľmi ťažko určuje žáner konkrétneho príspevku. V kategorizačnom kľúči sme sa pokúsili vytvoriť škálu

žánrov v kategorizačnom kľúči, ktorá môže poskytnúť obraz o frekvencii či rozsahu týchto žánrov, hoci nemožno hovoriť o jednoznačnom žánrovom pôdoryse. Rozlišovali sme kategórie: *krátka správa*, *rozšírená správa* (do ktorej sme zahrnuli aj vyhlásenie, prípadne správu so znakmi komentára), *reportáž*, *recenzia* (resp. hodnotenie), *rozhovor* (beseda), *portrét* (profil, prípadne nekrológ), *úvaha*, *anketa* (výsledky sociologických výskumov), *kombinovaný materiál*, *reklama* (spolu s programami kín a divadiel i rebríčkami hitparád), ale aj *ilustračná fotografia* (s minimálnym titulkom). Keďže v podmienkach napätej situácie v kultúre práve v septembri 1996 boli publikované mnohé výrazne polemické materiály, kritické reakcie na vyhlásenia a pod., zaradili sme v rámci žánrov aj kategóriu *polemika*, bez ohľadu na to, či išlo o provládnu alebo opozičnú polemiku.

So zreteľom na takto postavený kategorizačný kľúč výrazne dominuje rozšírená správa s frekvenciou 28,8 percenta, ktorá však vzhľadom na rozsah predstavuje len 19 percent z celkového počtu strán. Aj v prípade sledovania žánru sa prejavil značný počet príspevkov s programom, resp. reklamou a hitparádami (12,7 percenta na ploche 13,5 percenta strán), čo vyplýva najmä pri programoch z ich každodenného uverejňovania. Podobné zastúpenie sme zaregistrovali aj pri materiáloch s charakterom reportáže s 12,1-percentným zastúpením, ale s rozsahom 20,1 percenta z celkového počtu strán kultúrnej publicistiky v analyzovaných denníkoch. V mnohých prípadoch však nejde o zaužívanú formu reportáže, akú sme poznali v periodikách v predchádzajúcom období. Polemické príspevky sa z uvedených dôvodov prezentovali takmer 10-percentným podielom rovnako podľa počtu príspevkov i počtu strán. Väčší rozdiel medzi počtom článkov a počtom strán, ktoré naplnili svojím textom, sme zistili pri rozhovoroch a besedách s frekvenciou 6,4 percenta a podielom 13 percent zo všetkých strán skúmaných denníkov.

Prezentácia jednotlivých najviac zastúpených žánrov sa z hľadiska počtu strán prejavuje v konkrétnych novinách rozlične. Kým rozšírené správy vykazujú v *Národnej obrode*, *Novom čase* i *Sme* približne rovnaký 20-percentný podiel, *Práca*, *Pravda* a *Slovenská Republika* okolo 10 percent podielu na celkovom počte novinových strán, pri recenziách sú vzájomné rozdiely väčšie. Najviac strán textu jej poskytuje *Národná obroda* (31,3 percenta) a najmenej *Nový čas* (3,8 percenta). Značné rozdiely sú aj v prípade portrétu a profilu. Najmenší podiel má *Pravda* (3,9 percenta), ale *Nový čas* až 28-percentné zastúpenie, čo spolu s fotografiami predstavuje 16 novinových strán. Treba však opäť pripomenúť, že strana *Nového času* je plochou tlačeneho textu aj s fotografiami vyjadrenou v cm² takmer o polovicu menšia ako plochy najväčšieho formátu *Práce* alebo o niečo menších formátov *Národnej obrody* a *Sme*.

Oblasť kultúry a umenia

Prezentácia jednotlivých oblastí kultúry a umenia na stránkach najčítanejších slovenských denníkov na jednej strane odráža situáciu v kultúrnom živote skúmaného časového intervalu, no na druhej strane naznačuje aj preferencie určitého spektra umeleckých žánrov presadzovaného vedením redakcií.

Pri analýze vybraných príspevkov sme sa usilovali zaznamenať žánrové nuansy konkrétnych druhov umenia, ktoré v kategorizačnom kľúči predstavovali až 44 položiek. Pretože však v mnohých prípadoch vykazovali malú početnosť, zlúčili sme ich do pätnástich kmeňových oblastí (pozri tab. 3).

Tabuľka 3

Zastúpenie jednotlivých oblastí kultúry a umenia v analyzovaných denníkoch

Oblasti kultúry a umenia	Denníky spolu			
	Počet príspevkov (v %)	Počet strán textu (v %)	Počet strán foto(v %)	Celkový počet strán
1. Literatúra	6,9	5,2	2,6	13,8
2. Hudba	16,3	14,5	15,5	43,5
3. Dramatické umenia	25,9	22,8	21,1	66,4
4. Výtvarné umenie	12,5	10,7	19,2	37,2
5. Polyfunkčné umenie	0,5	0,7	1,4	2,8
6. Ľudová kultúra (tradície)	2,5	3,8	5,7	17,4
7. Programy kín, divadiel a hitparády	10,2	9,9	3,4	25,2
8. Problematika kultúry všeobecne	13,9	17,9	10,7	48,3
9. Iné oblasti	0,7	1,0	1,6	3,3
10. Dizajn (životný štýl)	1,6	2,2	4,5	8,4
11. Turistický ruch	1,7	3,8	8,1	13,9
12. Problematika novín a časopisov	1,1	1,0	0,2	2,4
13. Viaceré druhy kultúry a umenia	2,5	3,0	4,2	9,7
14. Problematika TV staníc	2,4	2,2	1,5	5,5
15. Problematika rozhlasových staníc	1,3	1,3	0,3	3,2
Spolu	100,0	100,0	100,0	296,0

Pre zaujímavosť môžeme uviesť, že napríklad v rámci literatúry najväčšiu frekvenciu zaznamenali príspevky venované literatúre ako umeleckému druhu (2,8 percenta) a próze 2,1 percenta, pričom poézii len necelé jedno percento.

Pri hudbe sme zasa zakódovali najviac článkov o pop music a rocku (12,4 percenta), klasická hudba predstavovala 2,6 percenta a ostatné hudobné žánre nepresiahli 0,5 percenta. Zaujímavá situácia nastala pri dramatických umeniach, kde prirodzene najviac informácií bolo o komerčne príťažlivom profesionálnom filme (10,6 percenta), ale práve pod vplyvom situácie v divadlách sa písalo o činohernom divadle až v 8 percentách príspevkoch. V rámci výtvarného umenia dominovali všeobecne orientované články (4,7 percenta), potom to boli príspevky o maliarstve, grafike či karikatúre (2,8 percenta), ale pomerne veľkú pozornosť venovali redakcie módnjej tvorbe, modelkám a súťažiam miss (2,1 percenta) zaradeným do tejto oblasti.

V ďalšej časti interpretácie výsledkov analýzy budeme teda vychádzať z pätnástich základných oblastí, pričom sa sústreďíme na porovnanie frekvencie príspevkov s ich plochou vyjadrenou v percentách počtu novinových strán, prípadne i s plochou fotografií.

Ak si všimneme celkovú plochu poskytnutú jednotlivým oblastiam, je zreteľné, že medzi percentuálnym vyjadrením počtu príspevkov a počtu strán nie sú odchýlky väčšie ako 3 percentá s výnimkou *kultúry všeobecne* (väčšinou s témou kultúrnej politiky), percentuálne počtom strán preyšujúcou frekvenciu o 4 percentá. Z toho možno usudzovať, že v porovnaní s ostatnými oblasťami, pri ktorých bola z hľadiska vzájomného pomeru frekvencia prevažne väčšia ako percento počtu strán, išlo v tomto prípade zrejme o rozsiahlejšie príspevky.

Z tabuľky 3 je zrejmé, že viac ako štvrtina z celkového počtu príspevkov a takmer štvrtina počtu strán z kultúrnej publicistiky bola už zo známych dôvodov venovaná dramatickým umeniam. Populárna hudba zvýšila podiel hudby v analyzovaných príspevkoch a podobne i výtvarné umenie prevýšilo frekvenciou i počtom strán hranicu 10 percent. Túto hranicu prekročila i oblasť programov kín, divadiel či hitparád a spomínaná všeobecná kultúrna problematika.

Veľmi zaujímavý je však aj pohľad na zastúpenie zisťovaných oblastí v jednotlivých denníkoch (tab. 4).

V porovnaní s ostatnými titulmi dennej tlače má v *Národnej obrode* početom príspevkov výraznejší podiel výtvarné umenie (18,8 percenta), hoci početom strán len o 1,5 percenta prevyšuje celkové priemerné zastúpenie. Pritom sú tieto príspevky ilustrované fotografiami, ktoré zaplňajú takmer tretinu plochy (necelé tri strany) všetkých fotografií s kultúrnou problematikou uverejnených v tomto denníku. Ostatné oblasti sa svojou frekvenciou ani početom strán veľmi neodlišujú od priemerných hodnôt uvedených v tabuľke 3.

Výraznejšie sa niektorými hodnotami prezentovanej kultúrnej publicistiky odlišuje od ostatných analyzovaných denníkov *Nový čas*. Prejavuje sa to predovšetkým zásluhou propagácie pop music a rocku v hudobnej oblasti (27,8 percenta uverejnených príspevkov s plochou 24,8 percenta), čo predstavuje vyše 12 novinových strán, ku ktorým treba priradiť takmer 4 strany ilustrujúcich fotografií. Na druhej strane podstatne menej ako v iných novinách je zastúpená kultúrna politika (7,6 percenta počtu článkov s 6,8 percenta počtu strán).

Na analyzovanej ploche kultúrnej publicistiky denníka *Sme* majú dominantné postavenie dramatické umenia reprezentujúce vyše tretiny frekvencie uverejnených článkov

Tabuľka 4

Percentuálne vyjadrenie počtu príspevkov a strán najviac zastúpených oblastí kultúry a umenia v analyzovaných denníkoch

Oblasti kultúry a umenia	Denníky: Počet príspevkov a strán textu kultúrnej publicistiky (v %)											
	Národná obroda		Nový čas		Práca		Pravda		Slovenská Republika		Sme	
	frekv.	str.	frekv.	str.	frekv.	str.	frekv.	str.	frekv.	str.	frekv.	str.
1. Literatúra	9,2	3,9	3,5	4,5	8,0	6,1	6,8	6,6	5,5	3,1	7,1	7,7
2. Hudba	12,7	12,3	27,8	24,8	9,8	11,3	12,5	6,8	13,2	12,6	19,7	13,5
3. Dramatické umenia	25,4	23,3	22,7	26,7	26,7	19,5	22,2	19,9	16,0	12,7	34,0	31,8
4. Výtvarné umenie	18,8	12,2	9,6	13,9	12,4	9,0	14,2	12,1	11,4	8,6	9,7	8,2
5. Ludová kultúra (tradície)	0,4	0,8	0,5	0,5	2,2	0,9	3,4	4,5	9,1	15,6	0,9	0,4
6. Programy kín, divadiel a hitparády	8,9	9,9	15,6	9,7	10,7	8,2	13,4	14,4	11,9	4,3	5,9	14,0
7. Problematika kultúry všeobecne	11,9	19,7	7,6	6,8	12,0	18,2	10,8	15,3	19,2	29,8	17,8	18,6

s takmer tretinovým zastúpením plochy (31,8 percenta), čo predstavuje vyše 14 strán tohto denníka, ku ktorým treba prirátat takmer 2,5 strany publikovaných fotografií.

V denníku *Práca* bola v porovnaní s inými novinami podstatne nižšia frekvencia článkov o pop music, čo sa prejavilo v nižšej frekvencii hudby (9,8 percenta) a aj menším zastúpením počtu strán (11,3 percenta). Pretože do analýzy kultúrnej publicistiky sme zaradili aj príspevky z oblasti domáceho a zahraničného cestovného ruchu, zaznamenali sme, a to predovšetkým v sobotňajších vydaniach *Práce*, zvýšený počet (5,3 percenta) takýchto článkov a najmä väčšiu plochu (15,9 percenta) na piatich novinových stranách s ďalšími tromi stranami ilustrujúcich fotografií, čo je v porovnaní s ostatnými denníkmi výrazná odchýlka.

V *Pravde* sme zaznamenali najmenší počet príspevkov o kultúre (11,7 percenta), ktoré zaberajú spolu so sprievodnými fotografiami najmenšiu plochu zo všetkých analyzovaných denníkov (necelých 38 strán), ale v porovnaní s ostatnými novinami aj najmenšie zastúpenie informácií o jednotlivých oblastiach umeleckej kultúry. Podstatne menšia, najmä z dôvodu malého záujmu o pop music, je plocha článkov o hudbe (6,8 percenta strán). Väčšie zastúpenie majú príspevky, v ktorých sa píše o viacerých oblastiach umenia s frekvenciou 7,8 percenta a plochou 11,6 percenta z celkového počtu strán určených redakciou *Pravdy* kultúre.

Slovenská Republika vymedzila z plochy venovanej kultúre výrazne viac ako ostatné denníky ľudovým tradíciám (15,6 percenta) – spolu s fotografiami na takmer 9 novinových stranách – a úplne najviac zo všetkých novín všeobecným problémom kultúry s charakterom kultúrnej politiky (29,8 percenta) na takmer 14 stranách. Pritom sa v rámci vymedzeného priestoru venovala menej dramatickým umeniam s frekvenciou 16 percent z počtu svojich kultúrnych príspevkov a 12,7 percenta z celkového počtu strán poskytnutých kultúre.

V predchádzajúcej časti sme sledovali zastúpenie oblastí kultúry a umenia z pohľadu analyzovaných denníkov. Pozoruhodná je však charakteristika šírky ich prezentácie z pohľadu samotných oblastí, teda z hľadiska ich percentuálneho zastúpenia v jednotlivých novinách so zreteľom na plochu počtu strán (tab. 5). V tabulke sú uvedené len oblasti s najväčším podielom percentuálneho zastúpenia.

Na základe takéhoto kritéria porovnávanie môžeme konštatovať, že napríklad literatúra z hľadiska jej celkového zastúpenia vo všetkých denníkoch venuje najväčší počet strán denník *Sme* (28,5 percenta) a najmenej *Slovenská Republika* (10,8 percenta).

Hudba zasa naplňa najväčší priestor z uvedených dôvodov v *Novom čase* (36,3 percenta) a najmenej strán v *Pravde* (5,4 percenta). Je zaujímavé, že dramatické umenia sú vzhľadom na počet strán s nepatrným rozdielom najviac zastúpené v *Sme* (26,8 percenta) a v *Novom čase* (24,7 percenta). Rozdiel tu predstavuje iba jednu novinovú stranu, hoci si treba uvedomiť, že *Sme* má takmer dvojnásobnú veľkosť strany ako *Nový čas* a ten si ešte priestor s informáciami o dramatických umeniach zväčšuje senzačnými správami zo zákulisia sveta filmových hviezd. Aj rozsahom najmenšiu plochu, s takmer rovnakým počtom strán o dramatických umeniach a zároveň aj pri rovnakom novinovom formáte majú *Slovenská Republika* (10,2 percenta) a *Pravda* (10,1 percenta).

Opäť kuriózne je čo do počtu strán najväčšie zastúpenie výtvarného umenia v *Novom čase* (27,5 percenta z celkového počtu strán publikovaných v analyzovaných denníkoch o výtvarnom umení), čo však zasa ovplyvňujú materiály o modelkách a súťažiach miss zaradené do tejto oblasti. Najmenší počet strán o tomto druhu umenia sme zaznamenali v *Práci*.

Tabuľka 5

Zastúpenie najviac frekventovaných oblastí kultúry a umenia v jednotlivých denníkoch

Oblasti kultúry a umenia	Denníky: Počet strán textu kultúrnej publicistiky (v %)					
	Národná obroda	Nový čas	Práca	Pravda	Slovenská Republika	Sme
1. Literatúra	12,1	18,0	15,8	14,7	10,8	28,5
2. Hudba	13,9	36,3	10,6	5,4	15,9	17,9
3. Dramatické umenia	16,6	24,7	11,6	10,1	10,2	26,8
4. Výtvarné umenie	18,7	27,5	11,4	13,2	14,6	14,7
5. Ľudová kultúra (tradície)	3,4	3,0	3,2	13,8	74,8	1,8
6. Programy kín, divadiel a hitparády	16,2	20,7	11,3	16,8	7,9	27,1
7. Problematika kultúry všeobecne	17,9	8,0	13,9	9,9	30,4	19,9

V tabuľke 5 sa zreteľne prejavuje i dominantné postavenie *Slovenskej republiky* v prezentácii ľudovej kultúry (74,8 percenta zo všetkých strán publikovaných v analyzovaných denníkoch o tejto oblasti) a aj pri informovaní o všeobecných problémoch kultúry (30,4 percenta strán).

Pre úplnosť treba spomenúť aj kategóriu **proveniencie**, v rámci ktorej sme zisťovali, či analyzované príspevky informujú o podujatiach, udalostiach, artefaktoch a tvorcoch slovenskej kultúry uvádzanej na území našej republiky, alebo o zahraničnej kultúre.

Kategória proveniencie by si vyžadovala, aby sa jej v budúcnosti v rámci komplexnejšej obsahovej analýzy venovala väčšia pozornosť, a to predovšetkým vzhľadom na import západnej i východnej kultúry so zámerom detailnejšie posúdiť mieru vplyvu najmä amerického a západoeurópskeho umenia na naše kultúrne prostredie.

Prístupy redakcií ku kultúrnej publicistike v analyzovaných denníkoch

V tejto časti sa pokúsime charakterizovať kultúrnu publicistiku v jednotlivých denníkoch predovšetkým z hľadiska záujmu redakcie o publikovanie informácií z oblasti kultúry, čo sa prejavuje najmä v úsilí zachovávať pravidelnú **kultúrnu rubriku**.

Národná obroda

Národná obroda uverejňovala v mesiaci septembri nepravidelne stranu osobitne určenú kultúre. Niekedy sa o ňu priestorovo delila so športom a často sa aktuálna kultúrna publicistika objavovala pod rubrikou **Zo Slovenska, Téma dňa**, ale aj na strane **Názory a analýzy**.

Celkový profil kultúrnej publicistiky *Národnej obrode* vylepšuje piatková príloha **Štýl**. Ponúka pestrý kaleidoskop informácií so spoločným menovateľom životného, ale v konečnom dôsledku kultúrneho štýlu. Zaznamenali sme tu predovšetkým zaujímavosti z kultúrno-spoločenských udalostí (napr. prezentácia *Markízy*), ale aj rozhovory s umelcami, informácie o hudobných festivaloch, pozoruhodnosti domáceho i zahraničného cestovného ruchu, umeleckých remesiel i výtvarného umenia

a sveta módy či modeliek. Frekvencia príspevkov sa zvýšila najmä krátkymi správami z výtvarného života, informáciami o vernisážach výstav z jednotlivých regiónov Slovenska i zo zahraničia. Určitý priestor zaplňali aj príspevky **Teleglosára**.

Nový čas

Napriek populistickej orientácii denníka treba konštatovať, že redakcia jednoznačne presadzuje nevyhnutnosť kultúrnej rubriky, ktorá sa objavuje v každom čísle, väčšinou na dvoch stranách, čo je veľkosťou úmerné dvojnásobným formátom ostatných denníkov. Príspevky z oblasti kultúry sa však často vyskytujú aj v rámci rozsiahlejšej, niekedy i viacstranovej rubriky **Spektrum**, prípadne **Junior-fórum**. Ako sme už uviedli, dominujú informácie z oblasti pop music, zo sveta filmových hviezd, módy, modeliek a miss.

I keď sú materiály na menšej ploche a prevládajú ilustrujúce fotografie, redakcia poskytuje nielen najsenzačnejšie informácie z oblasti komerčnej kultúry, ale nastoľuje aj aktuálne, páľčivé problémy a rozhovory s protagonistami kultúrneho diania. Podstatné je, že vedenie redakcie demonštratívne uvádza rubriku s titulom **Kultúra**.

Práca

Už dávnejšie mohli čitatelia *Práce* postrehnúť, že kedysi pravidelná kultúrna rubrika sa z denníka po novej grafickej úprave takmer vytratila. V mesiaci septembri 1996 sa pod názvom **Kultúra** sústredili príspevky s informáciami o kultúre len v jednej tretine čísel a z toho v dvoch prípadoch v rámci celostranovej rubriky **Recenzia – príloha o kultúre a umení**. Pritom boli informácie z kultúrneho života rozptýlené v rozličných rubrikách, najčastejšie na strane **Z domova**, **Kronika/región**, **Komentáre**, ale aj **Publicistika**, **Spravodajstvo** či **Zahraničná publicistika** i **Kaleidoskop**.

Zvýšenú frekvenciu materiálov vykazuje *Práca* zásluhou väčšieho počtu článkov o problémoch v činohre SND, ale aj piatkovej prílohy **Televízny týždeň** a prílohy **Tipy z TV obrazovky a filmového plátna**, z ktorých boli analyzované recenzie o filmových tituloch pripravovaných do vysielania televíznych spoločností, resp. o nových filmoch v kinách. Celkový priestor venovaný kultúre v denníku *Práca* sa rozšíril aj zásluhou celostranových **Rozhovorov na sobotu** s Karlom Gottom, Milanom Resutíkom, Miloslavom Lutherom a Andy Hrycom. Treba ešte pripomenúť, že značný počet strán v *Práci* zaplnili popularizačné, resp. cestopisné reportáže z oblasti domáceho a zahraničného cestovného ruchu, zaradené do kultúrnej publicistiky.

Pravda

Podobne ako v denníku *Práca* aj v *Pravde* sa zavedením novej grafickej úpravy znížil počet príspevkov kultúrnej publicistiky. V porovnaní s *Prácou* sa však počet rubriík označených hlavičkou **Kultúra** vyskytuje až v dvoch tretinách z celkového počtu septembrových vydaní. Keďže vychádza samostatný týždenník *Nedeľná Pravda*, redakcia sa usiluje suplovať absenciu víkendového vydania denníka rozšíreným sobotňajším vydaním s rubrikou **Sobota plus**, v ktorej sú publikované aj materiály o kultúre.

Rubrika **Kultúra** predstavuje spravidla jednu novinovú stranu (v jednom prípade išlo o dvojstranu), ktorá však, ako sme už spomenuli, v jednej tretine čísel chýbala. Ďalšie informácie najmä z oblasti domáceho kultúrneho života sa uverejňovali v rubrike **Domov**, väčšie materiály v rámci **Publicistiky**, ale niektoré postoje ku kultúrno-politickým problémom sa objavili aj v stĺpci **Glosy** v rámci rubriky **Názory**.

Slovenská republika

V *Slovenskej Republike* mala kultúra vždy svoje miesto, hoci pravidelnú kultúrnu rubriku vytlačali z jednotlivých čísel aktuálne materiály z politického a hospodárskeho života, prípadne publicistika iného charakteru. Táto tendencia sa prejavila aj v analyzovanej vzorke zo septembra 1996. Podobne ako v *Pravde* i v *Slovenskej Republike* sa označenie rubriky **Z kultúry** objavilo v dvoch tretinách čísel. Materiály z oblasti kultúry mali väčší priestor v piatkovom **Víkende** s dvojstranovou rubrikou **Kultúra**, ale rozličné príspevky kultúrneho charakteru sa vyskytovali aj v iných rubrikách v rámci materiálov o histórii, kultúrnom dedičstve, národných tradíciách, no napokon aj v **Zábavníku víkendu**, kde frekventovali predovšetkým informácie zo života filmových hviezd. V jednom prípade bola v sobotňajšom vydaní publikovaná viacstranová príloha pod názvom **Kultúra**, s príspevkami z medzinárodného pracovného seminára *Integračný šok*.

V bežných vydaniach sa informácie o kultúrnom dianí uverejňovali aj v rubrikách **Z domova**, **Publicistika**, **Spravodajstvo**, **Zo zahraničia**, ale i v prílohe **Slovensko, do toho!**

Sme

Ako sme už naznačili, pri porovnávaní počtu strán venovaných kultúre v jednotlivých analyzovaných denníkoch prekvapuje skutočnosť, že *Nový čas* venoval príspevkom o kultúre takmer 49 strán, kým intelektuálne orientované *Sme* 44 a pol novinovej strany. Prirodzene, že je rozdiel medzi týmito denníkmi jednak z hľadiska dvojnásobného formátu *Sme*, ale aj vzhľadom na obsah kultúrnej publicistiky. Zaujímavé je už spomínané zistenie, že v *Sme* sme zaregistrovali viac ako dvojnásobok príspevkov než v *Novom čase*, čo spôsobil značný počet rozšírených správ uverejnených na malej ploche.

Redakcia denníka starostlivo dbá, aby v každom čísle bola kultúrna rubrika uverejnená na jednej strane. Iba v jednom čísle z dvadsiatich piatich chýbala. Informácie o kultúre sa však často vyskytovali aj na strane s rubrikou **Spravodajstvo**, prípadne **Kaleidoskop** a viackrát na strane **Stanoviská, diskusia, polemika**. Do súhrnu kultúrnej publicistiky sme pri tomto denníku zaradili aj informácie o kultúrnych podujatiach na celostranovej prílohe **Oddelenie kultúry pozýva**. Významnú plochu publicistiky s viacrozmerným kultúrnym obsahom predstavovali príspevky uverejňované v štvrtkovej prílohe **Fórum**, kde sa objavovali najmä články z oblasti kultúrnej politiky, analýzy s filozofickým uhlom pohľadu, rozsiahlejšie analytické recenzie, literárna kritika, história literatúry a podobne.

Na záver však treba konštatovať, že *Sme* ako vyprofilovaný opozičný denník dosahuje v kultúrnej publicistike v porovnaní s ostatnými denníkmi najvyššiu žurnalistickú úroveň.

Výsledky analýzy obsahovej štruktúry kultúrnej publicistiky, uverejňovanej v slovenských mienkotvorných denníkoch v septembri 1996, predstavujú materiál získaný netradičným analytickým prístupom.

Z tohto hľadiska treba chápať i výskumný zámer overovania kategorizačného kľúča, ako aj interpretáciu údajov o frekvencii analyzovaných príspevkov, o priestore venovanom jednotlivým témam, inštitúciám, žánrom, oblastiam či druhom umenia a kultúry, ale aj samotný spôsob a kritériá výberu i analýzy zaznamenaných publikovaných materiálov.

Uvedomujeme si rozličné nedostatky tejto analýzy so zreteľom na verifikáciu zvolenej metodiky i komparáciu výsledkov podľa vytypovaných denníkov. Podstatné však je, že takáto náročná analýza sa na pôde Novinárskeho študijného ústavu realizovala a ukázala cestu, ako ďalej prehľbovať a zdokonaľovať metodiku obsahových analýz, ktorá si predovšetkým vyžaduje celý výskumný tím, a to jednak z dôvodu viacerých pohľadov na skúmanú problematiku, z dôvodu delby spracovateľských postupov, ako aj z hľadiska operatívosti a zabezpečenia aktuálnosti riešenia úlohy i publikovania výsledkov takejto analýzy.

Napriek istej miere subjektivity nášho prístupu a interpretácie údajov sme sa na základe získaných faktov a poznatkov usilovali predložiť plastický prierez kultúrnou publicistikou mienkotvorných denníkov. Prirodzene, že sme komentovali rekonštrukciu obrazu kultúry v skúmaných novinách len za jeden konkrétny mesiac, ale i tak mnohé konštatované skutočnosti, ako napríklad národná a tradicionalistická orientácia *Slovenskej Republiky*, úbytok kultúry v *Pravde* a *Práci*, komerčný záujem o kultúru v *Novom čase*, propagácia kultúrneho štýlu v *Národnej obrode* či opozičný náboj v príspevkoch a celkový intelektuálny, no žurnalisticky vysoko profesionálne prezentovaný rámec kultúrnej publicistiky v *Sme* potvrdzujú redakčnú stratégiu a naznačujú kultúrno-politickú orientáciu analyzovaných denníkov.

Veríme, že najbližšie pripravovaný projekt obsahovej analýzy kultúrnej publicistiky slovenských mienkotvorných periodík realizovaný v Novinárskom študijnom ústave Národného centra mediálnej komunikácie poskytne odborníkom decíznej sféry, vedeniam redakcií, publicistom, výskumníkom i všetkým ostatným záujemcom o prezentáciu kultúry na stránkach dennej tlače metodicky prepracovanejší a komplexnejší pohľad s najvyššou mierou objektivity interpretovaných výsledkov.

Adresa autora: PhDr. Lubor Hallon, CSc., Národné centrum mediálnej komunikácie – Novinársky študijný ústav, Pionierska 4, 812 46 Bratislava

Culture in the Slovak Dailies

Lubor Hallon

Key words: writing about culture – cultural column – cultural policy – classification key – dailies of opinion – subject matter – institutions – genres – culture and arts fields – frequency of appearance and size of articles

This study is an output from the research project "Analysis of the content and forms of cultural columns in the daily press". As for the methodology, the project maintains a tradition of content analysis in the Institute of Journalism. It focuses foremost on the analysis of content structure of the Slovak dailies of opinion. The author was interested in how large space in individual dailies was devoted to information on culture and arts as well as which genres were used to present this information. These two categories alongside with the additive categories of theme, institution and provenance were used by classification.

*At random, the month September 1996 was selected for the content analysis. From this time period, 25 issues of the dailies *Národná obroda*, *Nový čas*, *Práca*, *Pravda*, *Slovenská Republika* and *Sme* were analysed. That means 150 copies with about 1500 articles about the Slovak culture.*

Even if some degree of subjectivity in approach and data interpretation was present in the analysis, the author – on the basis of collected facts and knowledge – tried to present a plastic profile of the cultural columns of the Slovak dailies.