

MIMORIADNE UDALOSTI A ICH VPLYV NA ŠTRUKTÚRU NOVÍN prípád denníka SME

EXTRAORDINARY EVENTS AND THEIR IMPACT ON NEWSPAPER STRUCTURE – CASE OF THE DAILY SME

Ján VIŠŇOVSKÝ

ABSTRACT:

Changing social reality provides authors of the periodical press, especially the dailies, with unpredictable situations which they have to cope with. In the paper the author deals with the structural-compositional issues of the daily periodical press using the example of the Slovak quality daily SME. By means of an empirical research of the structure of SME in 2008 and 2009, he takes notice of the impact of unpredictable events having influence on the whole society on the layout of one issue. He takes into account the fact that informing about important events requires devoting adequate space to the sheet of the newspaper, whereby it comes to the breaking of a long-term model of the periodical. It is characterized by a relatively constant setting of the content and stable amount of the pages of the title in individual issues, which results into certain structure of a newspaper unit. Therefore, the reader is able to orientate fast in the newspaper. The outcome of the empirical part is represented by discussing aspects of contemporary situation on the market with the dailies and its reasons; delimiting newspaper unit as well as its components, in the context of accessible notions of Slovak and foreign newspaper science. Special attention is paid to the structure of a newspaper unit from methodological viewpoint and immediate interference into it, which is shown by the breaking of the stable structure of a newspaper.

KEY WORDS:

newspaper issue, structure of newspaper unit, thematic block, newspaper page, column, extraordinary

Súčasná situácia na trhu dennej periodickej tlače a jej špecifiká

Sektor periodickej tlače a masmédií ako takých podlieha neustálym zmenám a veľmi citlivo reaguje na premeny externého, predovšetkým politického, ekonomického a sociokultúrneho prostredia, ako aj interné



PhDr. Ján Višňovský, PhD.
Katedra masmediálnej komunikácie
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
Slovenská republika
jan.visnovsky@ucm.sk

PhDr. Ján Višňovský, PhD. je absolventom FMK UCM v Trnave v študijnom programe masmediálna komunikácia, kde získal titul Philosophiae Doctor (PhD). Absolvoval študijný pobyt na Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Universität Wien (2010). V súčasnosti pôsobí ako odborný asistent na Katedre masmediálnej komunikácie FMK UCM v Trnave. Vo výskume sa orientuje na históriu slovenského a svetového novinárstva a štrukturálno-kompozičné otázky periodickej tlače. Je členom Kabinetu medzinárodných vzťahov a akademickej spolupráce a členom redakčnej rady vedeckého časopisu Communication Today. Vydal monografiu Život a dielo Dominika Tatarku (2009) a spoluautorsky sa podieľal na publikácii Dejiny svetových novinárstiev (anglického a amerického), ktorá je výsledkom inštitucionálneho projektu FAGA 3/2010 Dejiny svetových novinárstiev. J. Višňovský je držiteľom oprávnenia na výkon činnosti mediátora na území Slovenskej republiky.

vplyvy determinované konkurenčným prostredím na trhu s tlačou a podnikateľskými aktivitami vydavateľov novín a časopisov. Novinárstvo na Slovensku prešlo počas uplynulých dvadsiatich rokov markantnými premenami, a to z hľadiska systému tlače ako celku, jeho právnymi a inštitucionálnymi aspektmi, ako aj zmenami novinárskej profesie, organizáciu redakčnej práce a personálne otázky nevynímajúc. S. Brečka charakterizoval sedem trendov v systéme slovenských masmédií badateľných po roku 1989: privatizácia, emancipácia, politizácia, komercializácia, koncentrácia, internacionalizácia a bulvarizácia.¹

Trh s dennou periodickou tlačou, a to tak na Slovensku, ako aj v zahraničí, sa momentálne musí vyrovnávať s mnohými problémami, predovšetkým ekonomického charakteru, keďže vydávanie novín vždy bolo a bude otázkou finančných prostriedkov.

Súčasná situácia je symptomatická:

- úbytkom čitateľov periodickej tlače,
- znižovaním objemu nákladov novín a časopisov (aj keď vo vyspelých krajinách novinárstva môžeme dnes pozorovať mierny nárast nákladov printov),
- poklesom príjmov z inzercie, keďže firmy v dôsledku hospodárskej krízy pristúpili k obmedzeniu výdavkov na marketingové a reklamné aktivity,
- konkurenciou iných médií, predovšetkým televízie a internetu, ako aj konkurenciou na trhu periodickej tlače a vyostrojúcim sa bojom o čitateľa,
- nárastom informačnej ponuky (internetové spravodajstvo),
- meniacimi sa informačnými potrebami čitateľov tlače, ako aj očakávaniami spájajúcimi sa s čítaním periodík, predovšetkým pokiaľ ide o ich obsah, jeho stvárnenie a prezentáciu informácií,
- tlakom verejnosti a politických elít na dodržiavanie princípov etiky novín a novinárov.

Podľa výsledkov výskumu C. Mastovej a K. Spachmanna z Katedry komunikačných vied a novinárstva Univerzity Hohenheim z roku 2002, do ktorého sa zapojilo 135 šéfredaktorov nemeckých periodík, 94,1 % opýtaných uviedlo ako dôvody krízy dennej periodickej tlače prejavujúce sa v znižovaní nákladov hospodársku situáciu, 61,1 % odliv inzercie, 42,8 % flexibilné čitateľské návyky a 17,9 % nárast informačnej ponuky. V nedostatočných inováciách videlo problém 16,7 % šéfredaktorov a 10,8 % v strate čitateľov.²

L. Fila, zástupca šéfredaktora denníka SME, charakterizoval súčasnú situáciu na domacom trhu periodickej tlače nasledujúco: „Myslím si, že dlhodobo je udržateľný počet denníkov, ktorý na Slovensku vychádza, čo je zrejme už dlhšie obdobie, ale viac-menej sa čaká, kto ďalší z „partie vypadne“. Pokiaľ ide o obchodné hľadisko, náklad klesá rovnomerne všetkým, resp. trhu ako celku. Tento trend však pozorujeme na celom svete a len ťažko ho ovplyvníme. Čo sa týka kvality tlače, myslím si, že s ohľadom na veľkosť trhu je situácia uspokojivá.“³

Problémy dennej periodickej tlače charakterizuje spojenie dvoch vývojových trendov:

1. krátkodobé pôsobiacie oslabenie hospodárstva,
2. dlhodobé štrukturálne zmeny médií.

Novinárstvo v dennej periodickej tlači – predovšetkým čo sa obsahu týka – odráža potreby a záujmy čitateľov. Novinárska aktualita a to, čo sa dostane na stránky novín, sa intenzívne posudzuje z pohľadu významu informácie či diania ako takého pre čitateľa a čím ďalej menej atribútmi spravodajských hodnôt, ako sú významnosť, aktuálnosť či dosah na spoločnosť. Napriek skutočnosti, že podmienky, za akých periodická tlač a žurnalistika ako taká vznikali a v akých sa vyvíjali, sa počas jej existencie radikálne zmenili, poslaním žurnalistiky a jej produktov je aj naďalej informovať čitateľov o aktuálnom spoločenskom dianí prostredníctvom novinárskych prejavov, ktorých sú nositeľmi. Kým elektronické médiá, rozhlas, televízia predovšetkým internet, predstihli tlačené v rýchlosti prinášania informácií a aktualít, noviny by mali využiť svoje prednosti, a tak si udržiavať existujúci, ako aj získavať

nových čitateľov. Podľa S. Brečku ide predovšetkým o atribúty prehľadnosti, spojenia slova a obrazu, dynamiky ponúkaných tém aj rozširovanie ich obsahovej ponuky a zvyšovanie profesionálnej úrovne periodík, vďaka čomu môžu úspešne konkurovať atraktívnejším médiám.⁴ V neposlednom rade by printy mali využiť aj nedostatky svojich silných konkurentov, predovšetkým onlinových vydaní novín, na ktorých stránky sa často dostanú aj menej významné či nevýznamné udalosti,⁵ resp. absentuje hlbšia publicistická reflexia dôležitých a závažných udalostí celospoločenského diania.

Dôraz sa kladie na informačno-orientačnú funkciu novín, prehľadnú a na prvý pohľad zrozumiteľnú prezentáciu obsahu, ktorá sa popri zvyšovaní frekvencie využívania informačnej grafiky spája s akcentovaním obrazu pred textom. Dnešné noviny sa svojim čitateľom prihovávajú pútavým jazykom a informácie stvárajú do formy, ktorá je atraktívna a zároveň účinne podporí ich vnímanie, čím plní užitočnú službu pre percipientov. Taktiež pristupujú k zmenám formátu titulov a redizajnu, ktorý často prebieha spolu so zmenou obsahovej štruktúry novín.⁶

Univerzálne denníky by mali nielen zaznamenávať a podávať informácie o významnom domacom a zahraničnom dianí vo všetkých oblastiach spoločenského života, ale intenzívnejšie objasňovať dôsledky ich vývoja pre čitateľa. Tým sa mení žurnalistický profil novín a ich pozícia sa posúva od „povinnosti kronikára“ („zrkadla skutočnosti“) k interpretovi a navigátorovi v neobmedzenej informačnej ponuke.⁷

Novinársky celok a jeho vymedzenie

Pod novinárskym celkom rozumieme konkrétne číslo (výťažok) novín alebo časopisu ako obsahovo a formálne uzatvorený komunikát zložený z novinárskych i nenovinárskych častí. J. Charvát poznamenáva, že „svojím obsahom (meniacimi sa aktualitami) je vždy iný, ale svojou formou, pomerne stálym rozrubričením je relatívne stály a rozoznateľný od iných. Je to konečný výtvor redakcie pomocou technických prostriedkov, ktorými redakcia disponuje, to značí, že už tu, na pôde redakcie, smeruje ku konečnej mediálnej forme“.⁸ Podľa J. Vojteka „novinársky celok predstavuje jedinečný, neopakovateľný výtvor. A práve neopakovateľnosť je jedným z prejavov tvorivého rázu novinárskej činnosti, ktorý sa neprejavuje len na úrovni novinárskeho prejavu, jednotlivosti ..., ale aj v zoradení, utriedení, usúvzťažnení a v prezentácii istej množiny vybraných jednotlivostí“.⁹

Noviny sú štandardizovaným produktom, pokiaľ ide o obsah a rozsah. Napriek tomu, že spoločenská realita, ktorú prinášajú, sa každý deň mení, informácie a témy sa v novinách organizujú do tematických blokov, rubriek, resp. na určité strany. Z hľadiska rozsahu je dĺžka novinárskych (a aj nenovinárskych) prejavov prispôbená ploche, ktorú im v novinách vyčlenili.

Novinársky celok je výsledkom organizovanej redakčnej práce. Z povahy novinárskeho celku teda vyplýva, že nevzniká náhodne (neočakávane) a nezámerne.

Z metodologického hľadiska sú komponentmi novinárskeho celku tie zložky, z ktorých sa celok skladá, a to predovšetkým novinárske a nenovinárske prejavy, ale aj iné súčasti, ako sú fotografie, kresby, ilustrácie, tabuľky, grafy, schémy a pod., organizované a usporiadané do tematických blokov, na novinových stranách alebo v rubrikách. Tieto prvky možno považovať vo vzťahu k novinárskym prejavom za doplnkové, čo však neznamená, že by vo vzťahu k nim i k celku ako takému neplnili svoje funkcie. Práve naopak, ich funkčným umiestnením je novinársky celok pre čitateľa vizuálne pritažlivejší a esteticky pútavejší.

4 BREČKA, S.: Komunikácia (prezentácia) informácií. In: HRADISKÁ, E. – BREČKA, S. – VYBÍRAL, Z.: Psychológia médií. Bratislava: EUROKÓDEX, 2009, s. 229-230.

5 TUŠER, A.: Mám ešte zaujímavé plány. Rozhovor so Samuelom Brečkom. In: Otázky žurnalistiky, 2011, č. 1 -2, s. 148.

6 Denník SME vychádzal od začiatku svojej existencie vo formáte 31,5 x 42 cm, ktorý sa označuje ako stredo európsky. Obsah periodika sa usporadúval do dvoch zošitov. Pod „zošitom“ rozumieme časť periodika spojenú chrptom, ktorá tvorí z hľadiska štruktúry titulu relatívne samostatný celok, vyčlenený predovšetkým formálne. Zošit možno vyňať a čítať ho samostatne. Od 22. apríla 2009 sa výška periodika znížila o 16 mm z technických dôvodov, keď sa SME začalo tlačiť z užších kotúčov novinového papiera ako dovtedy, čo nemožno považovať za zmenu formátu. V dôsledku zmeny štruktúry titulu, spojenia dvoch zošitov novín do jedného a tlače plnofarebných novín, sa od 30. novembra 2010 zmenšila jeho šírka o 15 mm.

7 MAST, C. – SPACHMANN, K.: Krise der Zeitungen: Wohin steuert der Journalismus? In: Kommunikation & Management. Stuttgart: Universität Hohenheim, 2003, s. 13.

8 CHARVÁT, J.: Úvod do teórie žurnalistiky. Bratislava: Združenie Mass-Media-Science, 2009, s. 50.

9 VOJTEK, J.: Od redigovania cez organizáciu redakčnej práce po tvorbu vnútornej a vonkajšej formy periodika. In: JENČA, I. a kol.: Metodiky novinárskej tvorby. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009, s. 10.

1 BREČKA, S.: Hlavné črty vývoja médií na Slovensku za posledných 20 rokov. In: BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAK, R.: Média a novinári na Slovensku 2010. Bratislava: EUROKÓDEX, 2010, s. 8.

2 MAST, C. – SPACHMANN, K.: Krise der Zeitungen: Wohin steuert der Journalismus? In: Kommunikation & Management. Stuttgart: Universität Hohenheim, 2003, s. 8.

3 FILA, L.: Každou zmenou niektorých čitateľov rozhneváte. Rozhovor so zástupcom šéfredaktora denníka SME Lukášom Filom. Zhovárál sa Ján Višňovský. 31. január 2011.

Rozmiestnením novinárskych i nenovinárskych prejavov, ako aj ostatných materiálov vzniká nezamietnuteľná svojská podoba titulu, ktorá ho odlišuje od ostatných periodík. „Periodiká... dôsledne dbajú o to, aby mali ustálenú podobu, aby v novinovom stánku upúťali vlastným jedinečným dizajnom a aby bolo na prvý pohľad zrejmé, o ktoré periodikum ide. Podľa toho, aké titulky používa určité periodikum, možno spoznať jeho tvár.“¹⁰ K elementom, ktoré formujú „tvár“ novín, patrí okrem rozmiestnenia jeho častí celkový grafický dizajn periodika, typografia, použitie farieb a pod. Vo vzťahu k čitateľovi plní „tvár“ titulu nielen signalizačnú úlohu, ale zachovávanie konštantného členenia celku a uplatňovanie istých formotvorných elementov umožňuje recipientovi ľahké a rýchle orientovanie sa v obsahu periodika.

J. Charvát špecifikuje rámcové časti novinárskeho celku nasledovne:

1. spravodajstvo (oznamovacia časť celku),
2. stanoviská (publicistická časť celku),
3. zábava (odpočinková časť celku),
4. prílohy (nenovinárske prejavy, príspevky, prvky, doplnky),
5. inzercia a reklama (informačno-komerčná časť celku).¹¹

Uvedené členenie zohľadňuje predovšetkým tematické a žánrové kritériá vnútorného členenia novinárskeho celku a predstavuje jedno z možných skúmaní celkov s ohľadom na typológiu novinárskych produktov.

Usporiadanie obsahu novín – štruktúra periodika

Pod štruktúrou vo všeobecnosti rozumieme „usporiadanie prvkov, zložiek istého celku a ich vzájomných vzťahov, stavba; súbor týchto vzťahov“.¹² Väzby vznikajúce medzi komponentmi celku udržiavajú jednotlivé časti celku vo vzájomnej funkčnej súčinnosti a hierarchii. Ich zakladajúcim a zároveň i organizujúcim činiteľom je štruktúra. Jednou z imanentných špecifik štruktúry je jej organizovanosť, ktorú tvoria vnútorné väzby medzi zložkami. Ak hovoríme o novinárskom celku, kvalita časti sa zvyčajne posudzuje na základe kritéria spoločenskej závažnosti, redakčného zámeru či schopnosti pôsobiť na čitateľa. To znamená, že komponenty celku z pohľadu štruktúry nie sú rovnocenné, ale hierarchicky usporiadané (spoločensky dôležitá udalosť zvyčajne zaujme miesto na titulnej strane). Vymedzenie pojmu „štruktúra“ v kontexte novinárstva sa dotýka novinárskeho celku, ako aj hierarchicky nižšej jednotky, ktorá je jeho súčasťou.¹³ Štruktúra novinárskeho celku následne vyjadruje vzájomné väzby a súvislosti medzi prvkami, z ktorých sa celok skladá, či už z pohľadu kratšieho (štruktúra čísla) alebo dlhšieho časového horizontu (štruktúra ročníka).

Usporiadanie novinárskeho celku odráža predovšetkým typológiu a rozsah periodika, pričom spravidla býva v jednotlivých vydaniach konštantná. Štruktúru titulov charakterizuje ich relatívna stabilita, ktorú možno považovať za predpoklad úspešného pôsobenia periodika. Okrem orientačnej funkcie pre čitateľa predstavuje významný organizačný element redakčnej práce, a to predovšetkým v kontexte prinášania tematických celkov a ďalších oblastí, ktoré periodikum v jednotlivých vydaniach týždňa pokrýva. H. Pravdová v súvislosti s typológiou printových médií upozorňuje, že je vo svojej štruktúre a vymedzení konštantná, nie stabilná, pretože reaguje na podnety prichádzajúce od čitateľskej obce či konkurencie.¹⁴

Usporiadanie novinárskeho celku, t. j. jeho skladba, sa vytvára na základe dlhodobého modelu, pod ktorým rozumieme spôsob utriedenia celku z tematického a žánrového hľadiska, jeho rozčlenenie na podsystémy (tematické bloky či strany), rozloženie novinárskych a nenovinárskych výpovedí v tematických blokoch a na stranách, rozmiestnenie rubriek a základné princípy grafickej úpravy.¹⁵

10 TUŠER, A.: Titulok – vizuálne avízo. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2009, s. 23.

11 CHARVÁT, J.: Úvod do teórie žurnalistiky. Bratislava : Združenie Mass-Media-Science, 2009, s. 109.

12 KAČALA, J. – PISARČIKOVÁ, M. (eds.): Krátky slovník slovenského jazyka. Bratislava : Veda, 1997, s. 719.

13 Pozri: VIŠŇOVSKÝ, J.: K problematike štruktúry a kompozície novinárskeho celku. In: PELLEŠOVÁ, P. (et al.): Sborník příspěvků [elektronický zdroj]. II. mezinárodní vědecké konference doktorandů a mladých vědeckých pracovníků. Karviná : Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karvině, 2009, s. 1105 – 1115.

14 PRAVDOVÁ, H.: Manažment, marketing a redigovanie v redakčnej praxi. Periodická tlač. [CD-ROM]. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2010, s. 29.

15 VOJTEK, J.: K systémovej charakterizácii novinárskeho celku. In: MAGÁL, S. – MISTRÍK, M. (eds.): Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2006, s. 197.

K členeniu titulu môžeme pristupovať na základe rozličných kritérií. Z hľadiska práce s faktami môžeme hovoriť o spravodajských a publicistických (názorových) stranách, resp. o oznamovacej (spravodajskej) stanoviskovej (publicistickej) časti, oddychovej či zábavnej časti novinárskeho celku a pod. Aj tu možno namietať, pretože v slovenských denníkoch – na rozdiel od amerických, anglických či nemeckých – len zriedka nachádzame „čisté“ spravodajské a publicistické strany. Odhliadnuc od špecifického postavenia titulnej strany, kde denník SME uverejňuje pravidelný stĺpček, súčasťou spravodajských blokov sú taktiež stále rubriky prinášajúce analýzy a reflexie aktuálnej problematiky. Ako uvádza J. Vojtek, „v súčasnosti aj u nás skôr možno hovoriť o protiklade spravodajsko-publicistický a publicisticko-spravodajský, lebo na niektorých stranách prevláda či dominuje spravodajstvo (čo však na nich nevyklučuje prítomnosť publicistiky), na iných publicistika, pre zmenu v prítomnosti spravodajstva“.¹⁶ V štruktúre SME bola do konca novembra 2010 publicistike vyhradená predposledná (v záhlaví označená ako Publicistika) a názorom a postojom posledná strana druhého zošita novín (Názory). V súčasnej štruktúre sú názorové strany zaradené za zahraničným spravodajstvom.

Z pohľadu pôvodu materiálov publikovaných v novinách môžeme hovoriť o redakčnej, resp. textovej časti a o inzertnej časti titulu. Aj tu však možno namietať, pretože redakcia usporadúva obsah novín, aj keď sa autorsky nepodieľa na inzercii. Špecifikom redakčnej časti je, že ju vytvorili redaktori, ktorí sú za to následne odmenení, kým inzertnú časť titulu financujú inzertenti.¹⁷

Redakčná prax pozná členenie na tzv. vonkajšie a vnútorné strany, súvisiace s technologickým aspektom výroby novín: na vonkajších stranách sa uverejňovalo spravodajstvo, na vnútorných texty dlhšej aktuálnosti, išlo teda zväčša o publicistiku.

Štruktúru novinárskeho celku tvoria tie zložky, z ktorých sa titul skladá. Z metodologického hľadiska vyčleníme v štruktúre titulu nasledujúce časti:

- titulná strana,
- tematický blok, resp. sekcia alebo rezort,
- pravidelné tematické strany a prílohy, resp. tie časti novín, ktoré redakcia vydáva za „prílohy“,
- novinová strana (kde nejstuje tematický blok),
- rubrika.

Za komponenty rozširujúce štruktúru považujeme:

- nepravidelné, mimoriadne špecializované prílohy,
- vkladané časopisy (inserty).

V prípade prílohy, ktorou redakcia reaguje na predvídateľné i nepredvídateľné udalosti, nemožno hovoriť o stabilnej časti výtlačku, pretože rozširuje štruktúru bežného čísla. Frekventovaným nástrojom marketingovej stratégie redakcií v snahe zatraktívniť periodikum a motivovať k jeho kúpe je široká ponuka doplnkových materiálov: CD nosičov, DVD nosičov a kníh rôzneho tematického zamerania, máp či materiálov informačného (bedekery), vzdelávacieho (jazykové kurzy) alebo zábavného (samolepky, pexeso) charakteru. Tie sú distribuované buď priamo s novinami, alebo si ich čitateľ môže zakúpiť za poplatok na predajnom mieste. Z metodologického hľadiska ich rovnako nemožno považovať za štruktúru tvoriacu súčasť novín, pretože sa v nich nevyskytujú pravidelne – odhliadnuc od skutočnosti, že ich výskyt je časovo ohraničený. Od titulu sa odlišujú nielen obsahom, ale aj vonkajšou formou a spôsobom distribúcie, na ktorý využívajú práve noviny. Ich funkciou je zvýšiť predajnosť titulu, udržať už existujúcich a získať nových čitateľov.

Dnešná žurnalistická prax ukazuje, že tradičné členenie čísla na strany nie je dostatočné, keďže rozsah novín a časopisov sa zväčšuje. Metodologicky preto môžeme titul rozčleniť z hľadiska tematických oblastí, ktoré svojím obsahom pokrýva. „Najvýznamnejšie tematické oblasti, do ktorých rozdeľujeme spoločenskú problematiku,... zaberajú v takýchto periodikách niekoľko strán, pričom sú aj fyzicky spojené „chrptom“.“¹⁸ Historicky sa tematické oblasti ustálili v redakčnej praxi na konci 19. storočia vo vyspelom anglicky, nemecky a francúzsky písanom novinárstve.

16 VOJTEK, J.: Od redigovania cez organizáciu redakčnej práce po tvorbu vnútornej a vonkajšej formy periodika. In: JENČA, I.

a kol.: Metodiky novinárskej tvorby. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2009, s. 33.

17 BERGER, F. S.: Lexikon des Journalismus. In: BERGER, Franz S.: Abenteuer Journalismus. Wien : Dachs Verlag, 2002, s. 91.

18 VOJTEK, J.: „Prílohy“ ako hriechik nielen našej praxe. In: Otázky žurnalistiky, 2004, č. 3 – 4, s. 266.

V univerzálnych denníkoch, akým je aj SME, býva spravidla spoločenská problematika rozdelená do nasledujúcich oblastí: domáce spravodajstvo, zahraničné spravodajstvo, ekonomika, kultúra, šport. Svoje tradičné miesto v novinách majú tiež názorové strany. V nich pochopiteľne môžeme vyčleniť akési tematické podoblasti, napríklad v domácom spravodajstve to môžu byť správy z politiky, z jednotlivých regiónov a podobne. V celoštátnych periodikách sa okrem uvedených oblastí venuje zvláštna pozornosť regionálnemu spravodajstvu, ktoré sa v novinách vyskytuje v mutáciách, a to s ohľadom na regióny, ktoré pokrýva.¹⁹ Tituly vychádzajúce celosvetovo často obsahujú „lokálne strany“ venované problematike z určitého regiónu, resp. kontinentu.

Neuniverzálne denníky sledujú určitý výsek spoločenskej problematiky a jednotlivé tematické oblasti sa špecializujú na konkrétne témy, napríklad v športových denníkoch to môže byť futbal, hokej, basketbal, plávanie a oblasti venované iným športom, na ktoré sa redakcia zameriava.

Nemecky písané novinarstvo označuje tematickú oblasť pojmom „rezort“ (nem. Ressort) a charakterizuje ju ako špecifickú redakčnú oblasť zodpovednú za jednotlivé sekcie novín, ako sú politika, hospodárstvo, regióny, šport a kultúra.²⁰ Za tradičné bloky, rezorty v novinách, považuje predovšetkým politiku, hospodárstvo, kultúru, šport a regióny.²¹ Tie sa v prípade veľkých periodík môžu ešte ďalej diferencovať, a to napríklad tak, že témy zahrnuté do zahraničnopolitického rezortu sa spracovávajú redaktormi podľa kontinentov, krajín či regiónov, kde sa odohrali.

Novinárska prax potvrdzuje, že jednotlivé tematické bloky si okrem tematickej blízkosti prejavov, ktoré združujú, formujú vlastný spôsob ich prezentácie. Ten môže spočívať napríklad vo farebnej signalizácii jednotlivých tematických blokov a v používaní špecifických grafických prvkov, čím sa odlišia od ostatných častí čísla. Ani tu však redakcie nezabúdajú na jednotnú grafickú stratégiu periodika a jej význam pre čitateľov.

J. Vojtek poznamenáva, že anglická a americká žurnalistika pojem „tematický blok“ nepozná, pričom tento komponent novinarskeho celku nazýva „section“, odkiaľ sa často prekladá ako kalk „sekcia“. ²² Krátky slovník slovenského jazyka definuje sekciu ako „väčšie oddelenie, zložku úradu, inštitúcie ap.“²³ Slovník cudzích slov zasa ako „úsek, oddelenie, odbor“ a ďalej ako „zložku nejakého výrobného celku, zložitého zariadenia“.²⁴ Slovenčina teda slovo „sekcia“ v žurnalistickom kontexte nepozná, pričom ho neuvádzajú ani špecializované slovníky.²⁵

Vnútoraná štruktúra periodík priamo ovplyvňuje redakčnú prácu, resp. organizáciu redakcie, keďže témy patriace do rozličných rezortov sa spracovávajú v jednotlivých oddeleniach. Kým tradičné rezorty vytvárajú akési mantinely v delení tém tomu-ktorému oddeleniu, redakčná prax ukazuje aj iné tendencie: spájanie jednotlivých rezortov, napríklad spojenie rezortu politiky a hospodárstva do jednej veľkej spravodajskej redakcie. Doterajšie historicky konštituované hranice rezortov sa postupne uvoľňujú, čo zodpovedá potrebe uspokojovania potrieb čitateľov, ako aj zefektívnenia redakčnej práce. Historicky podmienené organizačné štruktúry a modely redakcie sa modifikujú na základe požiadaviek percipienta, konkurenčný boj medzi médiami nevynímajú.

V slovenských denníkoch, ktoré spravidla nie sú také rozsahovo obsiahle ako tie zahraničné, jednotlivé tematické bloky, alebo ak chceme – rezorty, nebývajú spojené chrbtom.

Kritériom zaradenia novinárskej informácie do príslušného tematického bloku je jej obsahová rovina reflektujúca mnohorakosť spoločenských procesov a deľbu práce v ľudskej spoločnosti. V novinárskej komunikácii sa ustálilo členenie novinárskych informácií na informácie vnútropolitické, zahraničnopolitické (tiež vojenské), hospodárske, vedecko-technické, kultúrne, športové (resp. o trávení voľného času vôbec).²⁶ J. Charvát v tejto sú-

vislosti hovorí o konkrétnej stránke obsahovej roviny novinárskej informácie ovplyvňujúcej štruktúru novinárskeho celku a rovnako aj organizačnú štruktúru redakcie s oddeleniami podobne členenými, ako sa delia novinárske informácie či rubriky.

Z hľadiska odvetví novinárskej práce, organizácie redakčnej práce denníka SME a členenia novinárskych informácií v novinárskej komunikácii je obsahová štruktúra titulu rozčlenená do nasledujúcich tematických oblastí, blokov, označených na záhlaví jednotlivých strán:

- Spravodajstvo a Regióny (vnútorná politika),
- Ekonomika,
- Zahraničie (zahraničná politika),
- Šport,
- Kultúra.

Zásahy do štruktúry (stavby) titulu

Stabilita štruktúry každého novinárskeho celku je relatívna a z dlhodobého hľadiska podlieha zmenám. Tie by mali byť postupné, pretože čitateľ na neuväznené a náhle zmeny reaguje citlivo, dokonca až tak, že titul prestane čítať. Napriek skutočnosti, že SME číta predovšetkým mladá a stredná generácia,²⁷ vzťah čitateľa k periodickej tlači ako takej sa vyznačuje istými zvláštnosťami. Jednou z nich je relatívne tradicionalistický a konzervatívny postoj k zmenám obsahu alebo formy titulov, ktoré číta. Tvár novín a nezameniteľná podoba sa vytvára prostredníctvom jednotlivých vydaní zachovávajúcich si pomerne ustálenú štruktúru. Vďaka nej sa čitateľ dokáže pomerne rýchlo na stranách orientovať, čo mu uľahčuje aj vnímanie obsahu. J. Vojtek v súvislosti so zmenou formátu denníka Pravda v roku 2008 upozornil: „Aj keď noviny bývajú často na čele bojovníkov za spoločenský pokrok, samotné by však mali byť veľmi opatrné, lebo čitateľ vo vzťahu k nim je konzervatívny, nemá rád zmeny, najmä nie náhle, na ktoré nie je pripravený.“²⁸

Prax ukazuje, že dlhodobá štruktúra denníka SME sa mení v dôsledku plánovaných zmien obsahovej štruktúry alebo dizajnu periodika iniciovaných redakciou či vydavateľstvom, respektíve obsahové aj formálne zmeny prebiehajú kontinuálne, ako aj vplyvom predvídateľných udalostí celospoločenského dosahu a mimoriadnych nepredvídateľných udalostí zasahujúcich celú spoločnosť.

Štruktúra periodika v dlhodobom horizonte podlieha zmenám, ktoré však zväčša uniknú pozornosti čitateľa. Zaujímať nás preto budú bezprostredné zásahy do stavby čísla vychádzajúce z interného prostredia, t. j. zo zámeru redakcie, resp. vydavateľa, alebo z externého prostredia, ktoré vnímame ako odraz meniacej sa spoločenskej reality vyžadujúcej adekvátnu reakciu redakcie, prejavujúcu sa v narušení konštantnej štruktúry novín.

V periodikách, predovšetkým v denníkoch, pozorujeme zásahy do štruktúry titulu spravidla trojakého charakteru:

1. *Plánované zmeny skladby v dôsledku zmeny vonkajšej a vnútornej formy novín, ktoré sú spravidla dlhodobého charakteru a vyvolané redakciou, resp. vydavateľstvom v snahe modifikovať titul, prispôsobiť sa aktuálnym potrebám čitateľov a v konečnom dôsledku ho zatriktívniť a zvýšiť predajnosť.* Dotýkajú sa obsahu (nové tematické bloky, rubriky aj ich modifikácia) i jeho prezentácie (grafický dizajn titulu). Tieto zásahy by mali byť postupné, avšak v redakčnej praxi sa stretávame aj s radikálnymi zásahmi do dlhohodobej štruktúry periodika uskutočnenými okamžite (napr. zmena formátu denníka Pravda v roku 2008), resp. v krátkom časovom intervale (zvyšovanie počtu strán titulu, vkladanie nových tematických blokov, rubrik a pod.).

19 BERGER, F. S.: Lexikon des Journalismus. In: BERGER, Franz S.: Abenteuer Journalismus. Wien: Dachs Verlag, 2002, s. 78.

20 DÖHN, L. – KLÖCKNER, K.: Medienlexikon. Kommunikation in Gesellschaft und Staat. Baden-Baden: Signal-Verlag, 1979, s. 193.

21 MAST, C. (Hrsg.): ABC des Journalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2004, s. 405.

22 VOJTEK, J.: K systémovej charakterizácii novinárskeho celku. In: MAGÁL, S. – MISTRÍK, M. (eds.): Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2006, s. 196.

23 KAČALA, J. – PISARČIKOVÁ, M. (eds.): Krátky slovník slovenského jazyka. [online]. Dostupné na: <http://slovník.juls.savba.sk/?w=sekcias&s=exact&c=d56e&d=kssj4&d=psp&d=sss&d=peciar&d=hssjV&d=ma&d=obce&d=priezviska&ie=utf-8&oe=utf-8> [cit. 2008-06-05].

24 Slovník cudzích slov. [online]. Dostupné na: <http://slovník.juls.savba.sk/?w=sekcias&s=exact&c=d56e&d=kssj4&d=psp&d=sss&d=peciar> [cit. 2008-06-05].

25 HOCHÉLOVÁ, V.: Slovník novinárskej teórie a praxe. Nitra: FF UKF v Nitre, 2001, 235 s. OSVALDOVÁ, B. – HALADA, J. (eds.): Praktická encyklopédia žurnalistiky. Praha: Libri, 2002, 240 s.

26 CHARVÁT, J.: Úvod do teórie žurnalistiky. Bratislava: Združenie Mass-Media-Science, 2009, s. 57.

27 V súvislosti s redizajnom tlačeneho denníka a spravodajského portálu na začiatku roka 2007, vydavateľstvo podrobne monitorovalo obe skupiny čitateľov periodika, ktorých charakterizovalo ako jedinečných, mladých, vzdelaných, majetnejších a kozmopolitných ľudí. Podľa výsledkov prieskumu MML – TGI za druhý a tretí kvartál roka 2010 až 57 % pravidelných čitateľov dosiahlo stredoškolské vzdelanie s maturitou alebo vysokoškolské vzdelanie a 38 % čitateľov má menej ako 39 rokov. Pokiaľ ide o finančné zabezpečenie recipientov SME, až 66 % patrí do socioekonomických skupín A, B a C, t. j. skupín s vyššími príjmami. Podľa výsledkov prieskumu posledné vydanie SME čítalo viac ako 311-tisíc ľudí, čo predstavovalo 7,2 % populácie. Väčšina čitateľov žije v mestách, pričom každý piaty z nich je obyvateľom Bratislavy alebo Košíc.

28 VOJTEK, J.: (Ne) poučenie z formátov. In: MAGÁL, S. – MISTRÍK, M. – SOLÍK, M. (eds.): Masmediálna komunikácia a realita II. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009, s. 66.

2. *Plánované zásahy do štruktúry čísla vyvolané vplyvom významných udalostí spoločensko-politického, ekonomického, hospodárskeho, športového života, ktoré sú očakávané* (napr. vstup Slovenskej republiky do Európskej menovej únie; prezidentské, parlamentné voľby a voľby do orgánov miestnej samosprávy, významné športové podujatia).
3. *Nepredvídateľné zásahy do štruktúry čísla v dôsledku neplánovaných a mimoriadnych udalostí.* „Ide tu o zásahy vyvolané výpovedami o výnimočných udalostiach, ktoré sa dotýkajú celej spoločnosti, prípadne jej významného výseku.“²⁹

Pokiaľ ide o plánované zásahy do štruktúry čísel, tie iniciujú buď redakcie, resp. vydavateľstvá, alebo ich dokážu predvídať – môžu sa teda na ne pripraviť. Spravidla sa dotýkajú celej štruktúry čísla alebo jej časti, napr. niektorého zošita novín.

K jednej z najexponovanejších zmien štruktúry titulu za posledný rok pristúpila redakcia SME v máji 2010, keď od 122. (sobotného) vydania rozšírila pravidelný sobotný magazín Víkend a v jednotlivých dňoch týždňa posilnila čitateľský servis, v rámci ktorého ponúka každý deň od pondelka do piatka dvojstranu praktických informácií. Tematické strany Zdravie, Auto-moto a Veda, ktoré sa objavovali v druhom zošite novín počas týždňa, sa presunuli do sobotného vydania. Okrem nich vo Víkende pribudla sekcia venovaná náboženstvu (Viera), strana určená detskému čitateľovi s pôvodnou ilustrovanou rozprávkou a hrami. Stĺpček Masahikovými očami sa presunul zo soboty do programového magazínu TV Oko.

Pravidelné „prílohy“ Osobné financie, Kariéra, Dôchodcovia a Škola a rodina uverejňované v druhom zošite novín počas pracovného týždňa nahradila rubrika Servis, kde redakcia uverejňuje užitočné informácie a rady pre čitateľov. Uvedené zmeny avizovala redakcia čitateľovi 29. mája 2010 na titulnej strane novín.³⁰

Ďalšiu markantnú zmenu štruktúry titulu uskutočnila redakcia na konci novembra 2010, keď zlúčila dva zošity do jedného a spojila ich spinkami. Zásah sa dotkol predovšetkým usporiadania niektorých strán v čísle. Za spravodajský blok domácich, ekonomických a zahraničných udalostí redakcia presunula názorové strany Publicistika a Názory. Po nich nasleduje kultúra a čitateľský servis. Záverečné strany sú vyhradené športovej sekcii, ktorú môžu čitatelia čítať aj od poslednej strany.

Pravidelné súčasťou novín, redakciu označené ako prílohy, SME Ženy a sobotný Víkend, zostali nezmenené. Čitateľov informoval o zmenách M. Kostolný v stĺpčeku s titulkom Krajšie noviny. Cieľom inovácií bolo priniesť komfortnejší formát a zabezpečiť pohodlnejšie čítanie a zároveň zachovať typickú „tvár“ titulu: „Urobili sme všetko pre to, aby boli noviny krajšie, prehľadnejšie a aby to stále bolo SME.“³¹

Krátkodobé zmeny štruktúry, prejavujúce sa v jednom či niekoľkých, spravidla za sebou nasledujúcich, vydaniach sú vyvolané meniacou sa spoločenskou realitou. Ide o zásahy do stavby čísla alebo viacerých za sebou idúcich čísel vplyvom očakávaných udalostí, ktoré si vzhľadom na ich význam a dosah zasluhujú väčší priestor v novinách. Redakcie sa však na tieto zmeny môžu vopred pripraviť. Napríklad SME v pondelkovom vydaní zo 14. júna 2010 venovalo 11 strán prvého zošita téme parlamentných volieb a zároveň prinieslo prílohu Voľby 2010 na ôsmich stranách.³²

Iná situácia nastáva v prípade neočakávaných, mimoriadnych udalostí celospoločenského významu, vyžadujúcich si poskytnutie exponovanej a rozsahovo väčšej plochy v titule. K takýmto udalostiam patria živelné pohromy a katastrofy, nešťastia úmrtie významnej osobnosti, významné športové udalosti a iné skutočnosti, ako sú politické aféry, kauzy, teroristické útoky, nepokoje a pod. Vtedy redakcia pristupuje k radikálnejším zásahom do stavby čísla, keď novinárske (a prax ukazuje, že aj nenovinárske) prejavy o menej dôležitých skutočnostiach uvoľňujú priestor výpovediam o závažných udalostiach. Redakcie ich zväčša presúvajú na strany, ktoré bežne patria iným tematickým oblastiam, čím prichádza zákonite k tomu, že niektoré pravidelné štruktúru tvoriace časti z vydania vypadnú. Deje sa tak preto, lebo redakcie, ak vôbec, len zriedka pristupujú k zvyšovaniu strán v takej miere, ktorá by postačila na informovanie o mimoriadnych udalostiach a zároveň by prinášala všetky pravidelné súčasť vydania. Vedú ich k tomu ekonomické dôvody.

29 VOJTEK, J.: Od redigovania cez organizáciu redakčnej práce po tvorbu vnútornej a vonkajšej formy periodika. In: JENČA, I. a kol.: Metodiky novinárskej tvorby. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009, s. 36.

30 KOSTOLNÝ, M.: Vážení čitatelia, ... In: SME, 29. 5. 2010, roč. 18, č. 122, s. 1.

31 KOSTOLNÝ, M.: Krajšie noviny. In: SME, 30. 11. 2010, roč. 18, č. 276, s. 1.

32 Voľby 2010. In: SME, 14. 6. 2010, č. 135, roč. 18.

Metodika výskumu

Pestrosť spoločenskej reality, ktorú noviny a predovšetkým denníky odrážajú, vyžaduje rýchlu reakciu na udalosti celospoločenského dosahu. Informovanie o nich si právom nárokuje poskytnutie väčšieho priestoru v novinách, čím zákonite dochádza k narušeniu kontinuálne sa vytvárajúcej štruktúry titulu. Predpokladáme, že očakávané i nepredvídateľné udalosti markantne zasahujú do modelu periodika, keďže sa dožadujú mimoriadnej pozornosti i plochy v novinách, ktorý limituje počet strán. V ich dôsledku prichádza k narušeniu konštantného členenia periodika, pretože redakcia presúva tematické bloky či rubriky na iné plochy (strany) celku, než na akých ich pravidelne uverejňuje, aby uvoľnila miesto iným textom.

Cieľom výskumu je identifikovať mieru vplyvu informovania o mimoriadnych udalostiach celospoločenského diania na dlhodobý model periodika. Ten sa vyznačuje relatívne stabilným usporiadaním častí, ktoré ho tvoria.

Hypotéza: Miera vplyvu plánovaných a nepredvídateľných udalostí celospoločenského dosahu na štruktúru denníka SME je významná.

Kvantitatívna obsahová analýza predstavovala základnú metódu skúmania štruktúry denníka SME, ktorú doplnila metóda komparácie. Ako doplnkovú metódu kvantitatívneho výskumu sme použili štruktúrovaný rozhovor s otvorenými otázkami. Respondentom bol zástupca šéfredaktora Lukáš Fila. Použitie informácií získaných prostredníctvom štruktúrovaného rozhovoru bolo relevantné na miestach týkajúcich sa interpretácie výsledkov, lebo sme predpokladali veľkú mieru vplyvu textov o významných daniach na štruktúru výtlačku, ktorého definitívna podoba podlieha súhlasu vedenia redakcie.

Výberový súbor tvoria jednotlivé čísla denníka SME určené na základe náhodného výberu kombinovaného so zámerným výberom, spolu 47 čísel SME z toho: 23 čísel v roku 2008 (1. september je štátny sviatok a noviny nevychádzajú) a 24 čísel v roku 2009.

Vplyv udalostí celospoločenského dosahu na štruktúru periodika sme zisťovali prostredníctvom komparácie priemerného rozsahu vykazovaných kategórií vo výberovom súbore s výtlačkami, v ktorom noviny informovali o významných udalostiach.

Kategórie sledované vo vydaniach novín sme špecifikovali tak, aby pokryli celú obsahovú štruktúru periodika. Tie sa zhodovali s komponentmi novinárskeho celku, za ktoré považujeme tematický blok (sekcia), stranu a rubriku. Kategóriu „tematický blok“ sme členili podľa odvetví novinárskej práce na podkategórie Spravodajstvo a Regióny (vnútorná politika), do ktorého sme z metodologického hľadiska zaradili aj strany venované daniu v hlavnom meste označené záhlavím Bratislava, ďalej podkategórie Ekonomika, Zahraničie, Šport a Kultúra. Na tých miestach novinárskeho celku, kde nejstoval tematický blok, tvorili kategórie záhlavia jednotlivých strán, a to: názorové strany (Názory a Publicistika), oddychové strany (Zaujímavosti) a pravidelné súčasť titulu, ktoré redakcia vydáva za „prílohy“ (Šport v pondelok, Kariéra a Auto-moto v utorok, Dôchodcovia v stredu, Veda a Kultúra vo štvrtok, Zdravie a Škola a rodina v piatok). Pravidelné súčasť sobotného vydania Magazín Víkend a Fórum sme vykazovali samostatne. Zo zisťovania sme vyradili programový magazín TV Oko a ženský magazín SME Ženy, keďže išlo o vkladané časopisy. K čitateľskému servisu sme pričlenili Tabuľkový servis uverejňovaný v utorňajšom vydaní SME. Osobitné kategórie tvorili titulná strana periodika a inzercia.

Vymedzená stratégia umožňovala overenie hypotézy o dosahu nepredvídateľných a spoločensky dôležitých udalostí na dlhodobý model periodika, pričom sme predpokladali, že ich vplyv sa prejaví poskytnutím väčšieho priestoru v novinách, v dôsledku čoho prichádza k narušeniu dlhohodobej štruktúry novín.

Konštatovali sme, že k zásahom do štruktúry novín prichádza buď v dôsledku zmeny ich obsahovej skladby či dizajnu, alebo vplyvom informovania o mimoriadnych plánovaných, resp. nepredvídateľných udalostiach celospoločenského dosahu. Na základe empirického výberu sme k takýmto udalostiam zaradili tie, ktoré sa odohrali v roku 2009:

- vstup Slovenskej republiky do Európskej menovej únie, prijatie eura (1. január 2009),
- I. kolo volieb prezidenta Slovenskej republiky (23. marec 2009),
- II. kolo volieb prezidenta Slovenskej republiky (4. apríl 2009),
- smrť Michaela Jacksona (25. jún 2009),
- nešťastie na hudobnom festivale Pohoda (18. júl 2009),

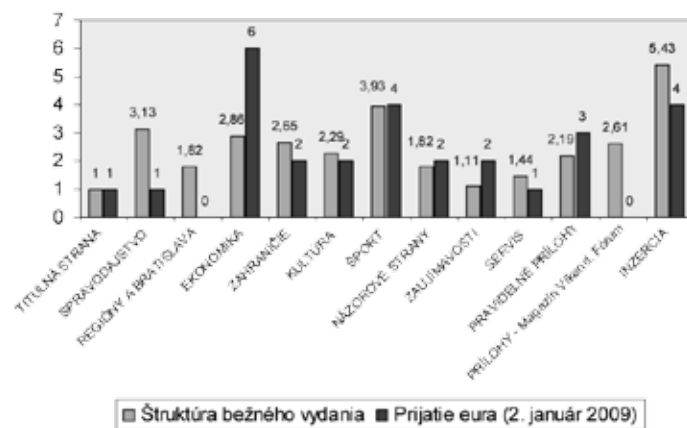
- banícke nešťastie v Handlovej (11. august 2009),
- postup slovenskej reprezentácie na majstrovstvá sveta vo futbale (15. október 2009),
- voľby do orgánov samosprávnych krajov (14. november 2009).

Vplyv mimoriadnych udalostí na skladbu denníka SME

Naplnenie dlhodobého modelu periodika v procese tvorby čísla zabezpečuje, že čitateľ nájde v novinách to, čo očakáva. A hoci dlhodobá štruktúra podlieha zmenám, nebvávajú natoľko markantné a spravidla sa realizujú v dlhšom časovom horizonte, takže môžu uniknúť pozornosti čitateľa. V redakčnej praxi dennej periodickej tlače sa však stretávame aj s náhlymi zásahmi do stavby čísla podmienenými mimoriadnymi udalosťami. Informovanie o nich si, vzhľadom na ich významnosť, vyžaduje poskytnutie väčšieho priestoru na ploche novín. Redakcia texty o závažných udalostiach dotýkajúcich sa celej spoločnosti zároveň umiestňuje v štruktúre titulu tak, aby neunikli pozornosti recipienta, teda na najexponovanejšie miesta novín, čím zdôrazňuje ich význam.

Vychádzali sme z predpokladu, že miera vplyvu plánovaných i nepredvídateľných udalostí celospoločenského dosahu na štruktúru denníka SME je významná. Hypotézu sme overovali prostredníctvom porovnávania štruktúry „bežných vydaní“ v rokoch 2008 a 2009 so štruktúrou výtlačku informujúceho o udalostiach významne sa dotýkajúcich celej spoločnosti.

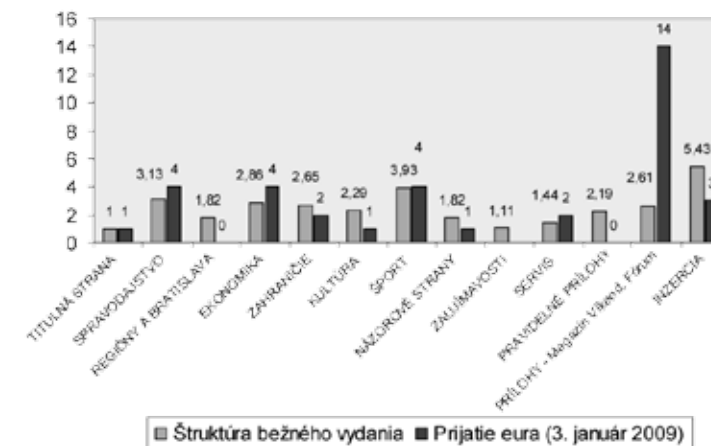
V súvislosti so zavedením meny euro v Slovenskej republike sme skúmali štruktúru vydania denníka SME z piatka 2. januára 2009 (č. 1, roč. 17) a zo soboty 3. januára 2009 (č. 2, roč. 17). 1. januára 2009 bol štátny sviatok a denníky nevyšli. Redakcia sa v prvom čísle roka 2009 venovala téme zavedenia novej meny v tematickom bloku Ekonomika, pričom problematike vyčlenila šesť strán, v dôsledku čoho ekonomickej sekcii patrilo 21,43 % plochy periodika. Na rozdiel od bežných vydaní sa podiel ekonomickeho spravodajstva zvýšil v tomto výtlačku o 12,57 %. Keďže sa nepristúpilo k rozšíreniu periodika (28 strán), nárast ekonomickeho spravodajstva sa prejavil v znížení počtu strán, ktoré v bežných vydaniach patrili inej tematickej oblasti. Rozsah Spravodajstva v tomto výtlačku klesol o 6,13 % a patrila mu jedna strana. Zo štruktúry čísla vypadli Regióny. Ostatné súčasti titulu si zachovali priestor porovnateľný s bežnými vydaniami v rokoch 2008 a 2009. Strany označené záhlavím Euro redakcia umiestnila na plochu, ktorá v bežných vydaniach patrila vnútropolitickému a ekonomickeému spravodajstvu (graf č. 1).



Graf č. 1 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku venovaného zavedeniu meny euro (piatok)

Zdroj: spracovanie autora

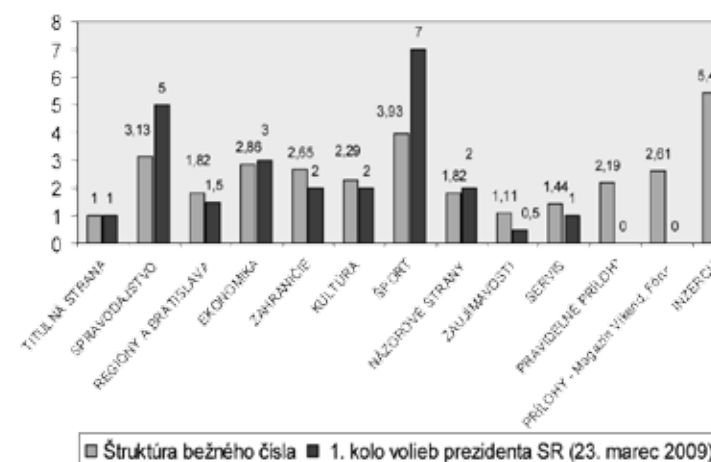
Pokiaľ ide o štruktúru denníka SME zo soboty 3. januára 2010 (graf č. 2), možno konštatovať, že na rozdiel od bežných výtlačkov sme pozorovali mierny nárast ekonomickeho spravodajstva (o 2,25 %) a v porovnaní so štruktúrou sobotných vydaní v rokoch 2008 a 2009 o 4,16 %. Skladba tohto vydania sa však v dôsledku prinášania textov o novej mene zmenila, keďže redakcia umiestnila strany označené záhlavím Euro medzi bloky Kultúra a Šport. Číslo vyšlo v rozsahu 36 strán.



Graf č. 2 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku venovaného zavedeniu meny euro (sobota)

Zdroj: spracovanie autora

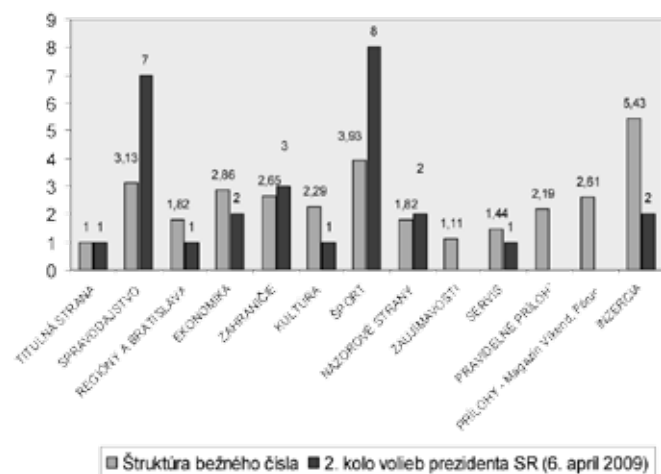
V sobotu 21. marca 2009 sa na Slovensku konalo prvé kolo volieb prezidenta Slovenskej republiky. Výsledky uverejnilo SME v pondelok 23. marca 2009 (č. 68, roč. 17). Strany venované tejto problematike redakcia označila záhlavím Voľby a ústrednou prvostupňovou hlavičkou Voľba prezidenta republiky po prvom kole, ktorá obsahovala siluetu Grasalkovičovho paláca. Rozsahovo im vyčlenila päť novinových strán, čím sa podiel vnútropolitického spravodajstva zvýšil v porovnaní s bežným vydaním o 8,16 %. Vo výtlačku pozorujeme mierny pokles priestoru venovaného ekonomickeému a zahraničnopolitickému daniu, ako aj športovej oblasti. Texty informujúce o voľbách redakcia umiestnila na prvé strany titulu. Z čísla vypadla strana Médiá. Vydanie malo 28 strán (graf č. 3).



Graf č. 3 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o výsledkoch 1. kola volieb prezidenta SR

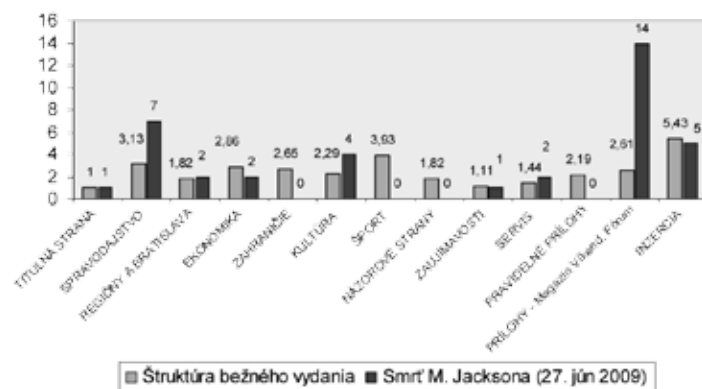
Zdroj: spracovanie autora

Druhé kolo volieb prezidenta Slovenskej republiky sa uskutočnilo v sobotu 4. apríla 2009. SME uverejnilo výsledky v pondelok 6. apríla 2009 (č. 80, roč. 17). Problematike redakcia venovala sedem strán, ktoré označila záhlavím Volby a hlavičkou Volby prezidenta republiky 4. apríla – 2. kolo. V porovnaní s bežným vydaním sa tak rozsah vnútropolitického spravodajstva zvýšil o 15,7 %. Markantnejší bol nárast spravodajstva v porovnaní s pondelňajšími vydaniaми, a to až o 17,5 %. Obdobne sa zmenšil podiel ekonomického (o 5,12 %) a regionálneho spravodajstva. Keďže noviny vyšli 6. apríla 2009 na 28 stranách, redakcia bola nútená niektoré pravidelné súčasti zo štruktúry vypustiť. Urobila tak v prípade tematickej strany Média a oddychovej strany Zaujímavosti. Textami informujúcimi o priebehu a výsledkoch volieb redakcia pokryla najexponovanejšie strany. Na tretej strane uverejnila polstranovú reklamu firmy Orange (graf č. 4).



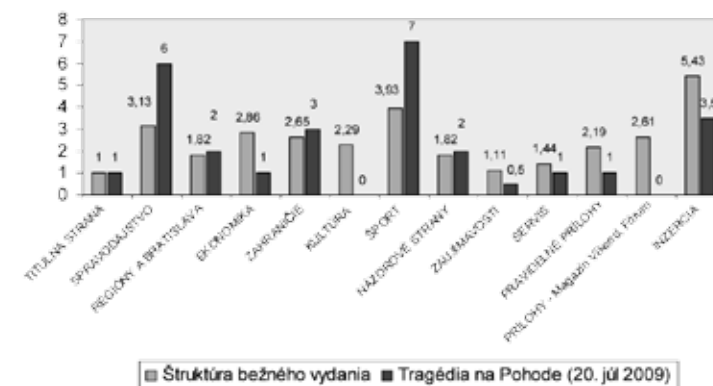
Graf č. 4 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o výsledkoch 2. kola volieb prezidenta SR
Zdroj: spracovanie autora

V sobotu 27. júna 2009 (č. 147, roč. 17) informoval denník SME o smrti M. Jacksona, významnej osobnosti svetovej hudobnej scény, ktorý zomrel vo štvrtok 25. júna 2009. Redakcia vyčlenila textom o tejto udalosti prvé štyri strany vydania. Rozsah spravodajského bloku v porovnaní s bežným číslom vzrástol o 8,72 % a patrilo mu 18,42 % plochy výtlačku. Kultúrna sekcia z čísla vypadla, avšak strany prinášajúce informácie o smrti speváka možno z tematického hľadiska začleniť do kultúrnej oblasti. Zo štruktúry čísla vypadol aj blok venovaný zahraničnému spravodajstvu (graf č. 5). Číslo si zachovalo štandardný rozsah sobotného vydania – 36 strán.



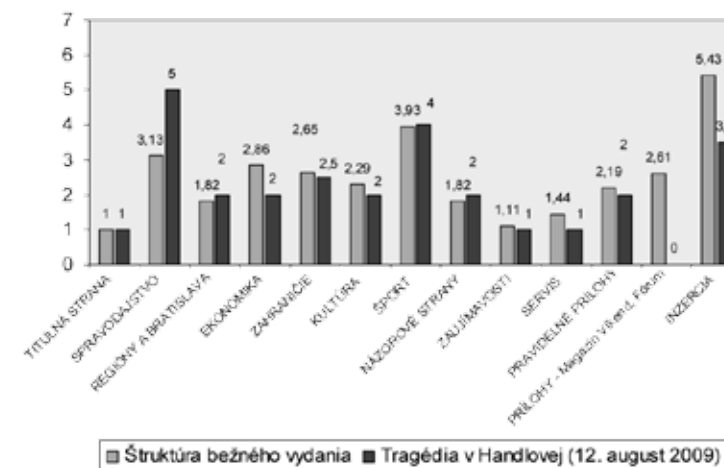
Graf č. 5 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o smrti M. Jacksona
Zdroj: spracovanie autora

Noviny informovali v pondelok 20. júla 2009 (č. 166, roč. 17) o tragédii na hudobnom festivale Pohoda. Redakcia jej vyčlenila štyri strany prvého zošita a označila ich záhlavím Tragédia na Pohode. Vnútropolitickému spravodajstvu patrilo vo výtlačku šesť strán, čím sa jeho podiel v porovnaní s bežným vydaním zvýšil o 11,73 %. Naopak, Ekonomike patrila len jedna strana, v dôsledku čoho rozsah ekonomickej problematiky klesol o 5,29 %. Redakcia z výtlačku vypustila tematický blok Kultúra. Tým sa zmenila štruktúra prvého zošita. Druhý zošit patril pravidelnej „prílohe“ Šport. Číslo malo 28 strán (graf č. 6).



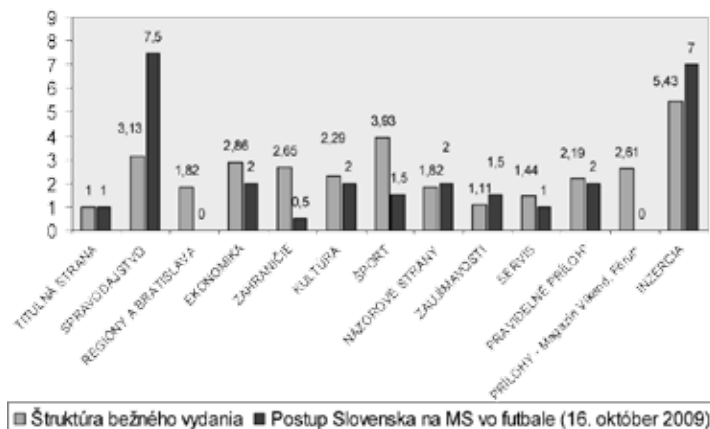
Graf č. 6 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o tragédii na hudobnom festivale Pohoda
Zdroj: spracovanie autora

V stredu 12. augusta 2009 (č. 186, roč. 17) sa noviny ťažiskovo venovali tragédii v Handlovej, kde pri výbuchu v bani zahynulo dvadsať baníkov. Redakcia vyčlenila tejto udalosti päť novinových strán označených záhlavím Spravodajstvo a ústrednou hlavičkou Banské nešťastie v Handlovej. V dôsledku informovania o tejto udalosti sa rozsah vnútropolitického spravodajstva zvýšil o 8,16 %, na 17,86 %. Ekonomike patrila jedna strana. Keďže redakcia nepristúpila k zvýšeniu počtu strán, zo štruktúry vypadla „príloha“ Počítače. Rozsah „prílohy“ Dôchodcovia sa znížil o jednu stranu (graf č. 7).



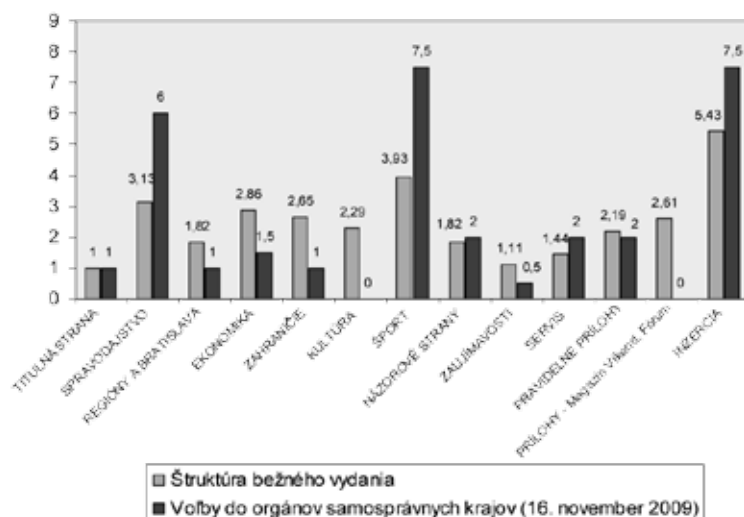
Graf č. 7 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o baníckom nešťastí v Handlovej
Zdroj: spracovanie autora

O postupe slovenskej reprezentácie na majstrovstvá sveta vo futbale podrobne informoval denník SME v piatok 16. októbra 2009 (č. 239, roč. 17), keď tejto udalosti vyčlenil sedem strán prvého zošita. Strany označili záhlavím Téma a hlavičkou Postup slovenskej futbalovej reprezentácie na MS 2010. Podiel spravodajstva v tomto vydaní vzrástol o 17,09 %, a to na 26,79 % plochy výtlačku. Výraznejšie klesol rozsah zahraničnopolitického spravodajstva, a to o 6,42 % v porovnaní s bežným vydaním a o 7,54 % v porovnaní s priemernou plochou venovanou spravodajstvu v piatkových vydaniach. Kultúra pokrývala 5,36 % plochy novín, čo predstavovalo pokles o 6,81 %. S novinami redakcia distribuovala aj plagát slovenskej futbalovej reprezentácie. Noviny vyšli na 28 stranách (graf č. 8).



Graf č. 8 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o postupe slovenskej futbalovej reprezentácie na MS 2010
Zdroj: spracovanie autora

V sobotu 14. novembra 2009 sa na Slovensku konali voľby do orgánov samosprávnych krajov, ktorých výsledky prinieslo SME v pondelok 16. novembra 2009 (č. 265, roč. 17). Problematika pokrývala šesť strán Spravodajstva. Podiel vnútornej politiky vo vydaní vzrástol o 9,05 %. Mierny pokles sme pozorovali v prípade tematického bloku Ekonomika, ktorému redakcia vyčlenila o 4,17 % priestoru menej ako v bežnom výtlačku. Kultúrna sekcia z čísla vypadla. Druhý zošit SME patril športovej problematike. Rozsah čísla bol 32 strán (graf č. 9).



Graf č. 9 – Porovnanie štruktúry bežného vydania a výtlačku informujúceho o výsledkoch volieb do orgánov samosprávnych krajov
Zdroj: spracovanie autora

Záver z skúmania problematiky možno zhrnúť nasledujúco:

Pokiaľ ide o pozíciu textov o mimoriadnych celospoločenských udalostiach v štruktúre denníka SME, možno konštatovať, že redakcia ich umiestňovala na najexponovanejšie miesta novín, t. j. na prvé strany periodika. Keďže vydania nevykazovali vyšší rozsah v porovnaní s bežnými výtlačkami, redakcia presúvala tematické bloky a ostatné súčasť titulu na iné plochy, než aké im patrili v bežných vydaniach, resp. pristúpila k zmenšeniu plochy, ktorá im štandardne patrila, alebo ich vypustila zo štruktúry čísla. Spravidla išlo o výpovede o menej dôležitých udalostiach regionálneho charakteru, kultúrneho diania či súčasť tvoriace oddychovú časť novín. Takýto postup však v sebe niesol viaceré nedostatky, keďže čitateľ nenašiel v novinách všetko to, čo v nich býva – či už každodenne alebo v jednotlivých vydaniach týždňa. Hypotéza: Miera vplyvu plánovaných a nepredvídateľných udalostí celospoločenského dosahu na štruktúru denníka SME je významná, sa teda potvrdila.

Komparácia štruktúry bežných výtlačkov s vydaniaми informujúcimi o významných udalostiach ukázala aj ďalšie zistenia. Za významné udalosti zasluhujúce si zvýšenú pozornosť sa považovali udalosti dotýkajúce sa života celej spoločnosti a spravidla politického, ekonomického a hospodárskeho charakteru, ako aj mimoriadne udalosti zo športového a kultúrneho odvetvia. Napokon, denník SME je z hľadiska obsahového zamerania univerzálnym periodikom. Rozhodujúcim kritériom umiestnenia textov o dôležitých daniach na najexponovanejších plochách novín, titulnú stranu nevyvímajúc, bola v prvom rade ich spoločenská dôležitosť, až potom tematické zameranie. Túto skutočnosť potvrdila aj prax denníka SME, keď textom pojednávajúcim o živote a diele M. Jacksona, uverejneným pri príležitosti jeho úmrtia, redakcia vyčlenila prvé strany titulu, ktoré tradične patrili vnútropolitickému spravodajstvu. Obdobne bolo tomu aj v prípade informovania o postupe slovenskej futbalovej reprezentácie na majstrovstvá sveta, keď vnútorná politika uvoľnila priestor športu. Okrem toho, že textom o mimoriadnych udalostiach patrilo exponované miesto „vnútri“ novín, samozrejmosťou bolo, že redakcia na ne upozorňovala už na titulnej strane. Zároveň tak pôsobili ako pútač celého čísla.

Výskum potvrdil, že redakcia SME v prípade informovania o závažných celospoločenských udalostiach nepristúpila k zväčšovaniu rozsahu čísla, čo by sme mohli považovať za ideálne riešenie. Pod túto skutočnosť sa podpísali predovšetkým ekonomické dôvody, lebo nárast počtu strán by zvyšoval náklady na tlač. Napriek tomu, podľa L. Filu nedochádzalo k ochudobňovaniu obsahu novín: „Dôležité je stanoviť si priority. Myslím si, že v takýchto situáciách sa menia aj čitateľské priority.“³³

Možno konštatovať, že mimoriadne udalosti ovplyvňujú aj prácu členov redakcie, nakoľko si vyžadujú zapojenie väčšieho počtu redaktorov. Ťažko tu však robiť zovšeobecnenia, keďže situácia je odlišná od prípadu k prípadu. Ako uviedol L. Fila: „Napríklad prvá správa o moskovskej tragédii sa objavila okolo 14.00 hodiny. Len ťažko sa mohla meniť štruktúra vydania tak, aby sme priniesli kompletné informácie z Moskvy, pretože redaktori by museli prestať pracovať na pridelených témach a venovať sa novej téme. V prípade volieb bola situácia iná. Výsledkom volieb do orgánov samosprávnych krajov sme vyčlenili sedem strán spravodajstva v hlavnom zošite a k tomu uverejnili šesťstranovú prílohu s podrobnými informáciami, podobne ako pri parlamentných voľbách. Ak sa však dá niečo naplávať, snažíme sa dávať čitateľom podrobné informácie v prílohách.“³⁴

LITERATÚRA:

- BERGER, F. S.: Lexikon des Journalismus. In: BERGER, F. S.: Abenteuer Journalismus. Wien : Dachs Verlag, 2002. 190 s. ISBN 3-85191-276-4.
BREČKA, S.: Komunikácia (prezentácia) informácií. In: HRADISKÁ, E. – BREČKA, S. – VYBÍRAL, Z.: Psychológia médií. Bratislava : EUROKÓDEX, 2009, s. 225-244. ISBN 978-80-89447-12-1.
BREČKA, S.: Hlavné črty vývoja médií na Slovensku za posledných 20 rokov. In: BREČKA, S. – ONDRÁŠIK, B. – KEKLAČ, M.:

33 FILA, L., ref. 3.
34 FILA, L., ref. 3.

R.: Médiá a novinári na Slovensku 2010. Bratislava: EUROKÓDEX, 2010, s. 8-16. ISBN 978-80-89447-32-9.

DÓHN, L. – KLÓCKNER, K.: Medienlexikon. Kommunikation in Gesellschaft und Staat. Baden-Baden: Signal Verlag, 1979. 253 s. ISBN 3-7179-0164-3.

FILA, L.: Každou zmenou niektorých čitateľov rozhneváte. Rozhovor so zástupcom šéfredaktora denníka SME Lukášom Filom. 31. január 2011.

HOCHÉLOVÁ, V.: Slovník novinárskej teórie a praxe. Nitra: FF UKF v Nitre, 2001. 235 s. ISBN 80-8050-380-X.

CHARVÁT, J.: Úvod do teórie žurnalistiky. Bratislava: Združenie Mass-Media-Science, 2009. 176 s. ISBN 978-80-970258-4-7.

KAČALA, J. – PISARČÍKOVÁ, M. (eds.): Krátky slovník slovenského jazyka. Bratislava: Veda, 1997. 944 s. ISBN 80-244-0404-0.

KAČALA, J. – PISARČÍKOVÁ, M. (eds.): Krátky slovník slovenského jazyka. [online]. [cit. 2008-06-05]. Dostupné na: <<http://slovník.juls.savba.sk/?w=sekcia&s=exact&c=d56e&d=kssj4&d=psp&d=scs&d=sss&d=peciar&d=hssjV&d=ma&d=obce&d=priezviska&ie=utf-8&oe=utf-8>>

KOSTOLNÝ, M.: Vážení čitateľa, ... In: SME, 29. 5. 2010, roč. 18, č. 122, s. 1. ISSN 1335-440X.

KOSTOLNÝ, M.: Krajšie noviny. In: SME, 30. 11. 2010, roč. 18, č. 276, s. 1. ISSN 1335-440X.

MAST, C. (Hrsg.): ABC des Journalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2004. 749 s. ISBN 3-89669-419-7.

MAST, C. – SPACHMANN, K.: Krise der Zeitungen: Wohin steuert der Journalismus? In: Kommunikation & Management. Stuttgart: Universität Hohenheim, 2003. 62 s. ISSN 1612-3492.

OSVALDOVÁ, B. – HALADA, J. (eds.): Praktická encyklopédia žurnalistiky. Praha: Libri, 2002. 240 s. ISBN 80-7277-108-6.

PRAVDOVÁ, H.: Systém a organizácia práce v tlačovom médiu. Trnava: FMK UCM, 2004. 115 s. ISBN 80-89034-74-8.

PRAVDOVÁ, H.: Manažment, marketing a redigovanie v redakčnej praxi. [CD-ROM]. Periodická tlač. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2010. 175 s. ISBN 978-80-8105-177-7.

SOLÍK, M.: Sebareflexia ako základný komunikačný pilier s realitou (kontext je klamstvo). In: MAGÁL, S. – MISTRÍK, M. – SOLÍK, M.: Masmediálna komunikácia a realita I. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009, s. 19-31. ISBN 978-80-8105-124-1.

SOLÍK, M.: Hodnoty v hyperreálnej mediálnej krajine. In: MAGÁL, S. – PETRANOVÁ, D. – SOLÍK, M. (eds.) Nové diskurzy mediálnych štúdií. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2011, s. 141-149. ISBN 978-80-8105-253-8.

TUŠER, A.: Titulok – vizuálne avízo. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009. 117 s. ISBN 978-80-8105-137-1.

TUŠER, A.: Mám ešte zaujímavé plány. Rozhovor so Samuelom Brečkom. In: Otázky žurnalistiky, 2011, č. 1-2, s. 144-150. ISSN 0322-7049.

VIŠŇOVSKÝ, J.: K problematike štruktúry a kompozície novinárskeho celku. In: PELLEŠOVÁ, P. (et al.): Sborník příspěvků [elektronický zdroj]. II. mezinárodní vědecké konference doktorandů a mladých vědeckých pracovníků. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2009, s. 1105-1115. ISBN 978-80-7248-553-6.

VOJTEK, J.: „Přílohy“ ako hriechik nielen našej praxe. In: Otázky žurnalistiky, 2004, č. 3-4, s. 266-267. ISSN 0322-7049.

VOJTEK, J.: K systémovej charakterizácii novinárskeho celku. In: MAGÁL, S. – MISTRÍK, M. (eds.). Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2006, s. 196-199. ISBN 80-89220-48-7.

VOJTEK, J.: Od redigovania cez organizáciu redakčnej práce po tvorbu vnútornej a vonkajšej formy periodika. In: JENČA, I. a kol.: Metodiky novinárskej tvorby. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009, s. 9-41. ISBN 978-80-8105-117-6.

VOJTEK, J.: (Ne) poučenie z formátov. In: MAGÁL, S. – MISTRÍK, M. – SOLÍK, M. (eds.): Masmediálna komunikácia a realita II. Trnava: FMK UCM v Trnave, 2009, s. 63-68. ISBN 978-80-8105-125-8.

MEDIAN SK, MML – TGI. Úvod II. kvartál 2010 + III. kvartál 2010. [online]. [cit. 2010-12-15]. Dostupné na: <<http://www.median.sk/pdf/2010/ZS103SR.pdf>>

SME. 2. 1. 2009, č. 1, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 3. 1. 2009, č. 2, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 23. 3. 2009, č. 68, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 6. 4. 2009, č. 80, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 27. 6. 2009, č. 147, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 20. 7. 2009, č. 166, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 12. 8. 2009, č. 186, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 16. 10. 2009, č. 239, roč. 17. ISSN 1335-440X.

SME. 16. 11. 2009, č. 265, roč. 17. ISSN 1335-440X.

Voľby 2010. In: SME, 14. 6. 2010, č. 135, roč. 18. ISSN 1335-440X.

