

Úvod

Médiá a mediálna komunikácia sa v súčasnej dobe stala neoddeliteľnou súčasťou života každého človeka. Dynamický rozvoj nových technológií a ich masové rozšírenie, spoločne s vyššou technickou vyspelosťou ich užívateľov, umožňuje tvorcom a šíriteľom mediálnych obsahov aktívne využívať aj nové distribučné kanály. Prijímateľ mediálneho obsahu je tak dnes permanentne zavalovaný množstvom informácií prichádzajúcich ako z prostredia klasických, tak aj nových médií.

Je úplne zrejmé, že médiá majú orazväšší vplyv na formovanie spoločnosti. **Problémom dnešnej doby už nie je nedostatok informácií, ale práve naopak ich nadbytok.** Informačný pretlak zasahuje a ovplyvňuje všetky skupiny obyvateľstva, najviac však mladú generáciu.

Dnešní mladí, ktorí sa narodili do digitálnej doby a sveta nových technológií, vnímajú mediálnu oblasť, ktorá k nim prichádza cez technické výtvarky ako sú počítače, mobilné telefóny a tablety, ako štandardnú súčasť svojho bežného života. To, že ich životy sú pod neustálym vplyvom množstva rôznorodých a rôzne kvalitných mediálnych obsahov, je pre nich samozrejmou a svedkami mediálnymi vzormi sa radi identifikujú. Len málo z nich si však uvedomuje, že sú **ľahkým cieľom sofistikovaných mediálnych a marketingových kampaní.**

Práve dnes, v dobe keď mediálny priemysel produkuje obrovské množstvo informácií, sa vynára **potreba premeny myslenia mladých ľudí z pasívnych konzumentov médií na kriticky mysliace, hodnotiace a selektívne prijímajúce publikum.** Spôsobom, ako je možné dosiahnuť tento cieľ je zavádzanie mediálnej výchovy do školského kurikula.

Slovenská republika, ako člen Európskej únie, je povinná, v zmysle platných smerníc Európskej komisie, zaradiť mediálnu výchovu do školského kurikula jednotlivých typov škôl, ako neoddeliteľnú súčasť formálneho vzdelávania. Smernica Európskeho parlamentu a Rady . 2007/65/ES z 11. decembra 2007 sa stala základom koncepcie mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania. Koncepcia bola prijatá vládou Slovenskej republiky v decembri 2009. **Na jej základe bola mediálna výchova zaradená do Štátneho vzdelávacieho programu** pre základné a stredné školy a tie sú povinné zaradiť ju do svojich školských vzdelávacích programov ako samostatný vyučovacích predmet, alebo ako priezovú tému do všetkých vyučovacích predmetov.

Na Obchodnej akadémii v Dolnom Kubíne bola mediálna výchova zaradená do Školského vzdelávacieho programu ako voliteľný predmet „**audiovizia a mediálna komunikácia**“ pre žiakov 3. a 4. ročníka, s časovou dotáciou dve hodiny týždenne v každom ročníku. Učebnica, ktorá sa vám dostáva do rúk, je základným študijným materiálom daného predmetu.

Mediálna komunikácia

So slovom komunikácia sa stretávame každodenne. Medzi ľudský kontakt stojí na vzájomnej komunikácii. Komunikácia je základný prostriedok výmeny informácií medzi ľuďmi. Komunikáciu môžeme rozdeliť na **verbálnu** a **neverbálnu**.

Verbálna/slovná komunikácia je dorozumievanie sa za pomoci prirodzeného jazyka, ktorý je najdôležitejším prostriedkom odovzdávania informácií v interpersonálnom styku. Jazyk môže mať hovorenú, písomnú alebo grafickú podobu. Okrem verbálnej komunikácie si ľudia v rozhovore vymieňajú informácie na **neverbálnej úrovni – rečou tela**.

Pri komunikácii dochádza k prenosu informácií od komunikátora ku komunikantovi (recipientovi).

Ak sa tento proces uskutočňuje prostriedkami masovej komunikácie (médiami), hovoríme o **mediálnej (masovej) komunikácii**. Pre masovú komunikáciu je charakteristické:

1. Prítomnosť masového publika
2. Prostriedky prenosu správ (rôzne média)
3. Verejná dostupnosť správ
4. Periodicita
5. Neexistencia priameho kontaktu medzi komunikátorom a príjemcom
6. Náhodná a neplnohodnotná spätná väzba

Špecifickou formou mediálnej komunikácie je **žurnalistická komunikácia**. Je to tvorivá, inováčná, verejne a periodicky šíriaca aktuálne informácie a publicistiku prostriedkami masovej komunikácie (médiami). Nositeľom žurnalistiky je **žurnalista (novinár)**, ktorý vďaka istým osobnostným predpokladom dokáže tvoriť žurnalistické prejavy.

Pre všetky druhy žurnalistiky sú charakteristické dva tvorivé procesy: **žurnalistický prejav** a **žurnalistický celok**.

Žurnalistický prejav je tvorivý proces, v ktorom redaktor alebo novinár píše o istej udalosti prostredníctvom dvoch alebo viacerých žánrových druhov.

Žurnalistickým celkom rozumieme celé číslo novín, časopisov, dokumentárny film, spravodajská alebo publicistická relácia v televízii, rozhlase a pod.

„Konkrétny mediálny prejav má určitú funkciu: oznámi, analyzuje, zabaviť. Podľa toho, ktoré prvky alebo znaky v ňom prevládajú, ktoré dominujú, sa určuje aj žánr, teda forma, ako adresáta o najkvalitnejšie informovať, ako ho o najpresvedlivejšie poučiť alebo o najúčinnejšie zabaviť“ (Tušner, 2010).

V žurnalistike sa naj častejšie uplatňujú dva žánre:

- **spravodajstvo (informácie),**
- **publicistika (názory, stanoviská).**

Spravodajstvo prináša iba informácie, fakty, na rozdiel od publicistiky nesmie vyjadrovať žurnalistov názor. Z tohto dôvodu je nutné, aby bolo spravodajstvo v médiách od publicistiky jasne oddelené.

Podľa prostriedkov masovej komunikácie (komunikačného kanála), ktorými sa žurnalistické prejavy šíria, rozlišujeme:

- **písanú (tlačnú) žurnalistiku**
- **televíznu žurnalistiku**
- **rozhlasovú žurnalistiku**
- **obrazovú žurnalistiku**
- **on-line žurnalistiku.**

Spravodajstvo

Spravodajstvo je základom žurnalistiky. Považuje sa za najdôležitejší a najzávažnejší obsah médií. Kvalitné spravodajstvo sa vyznačuje týmito atribútmi:

- **aktuálnosť** – aktuálna aj spoločenská,
- **pravdivosť** – ak si novinár nie je istý, fakt alebo informáciu si musí overiť minimálne z dvoch zdrojov,
- **objektívnosť** – vecné, nestranné a vyvážené informácie,
- **stručnosť** – úsporný jazyk,
- **zrozumiteľnosť** – jednoduchý oznamovací štýl,
- **pohotovosť** – prístupnosť s informáciou prvý,
- **profesionálnosť** – kvalitné spracovanie, výber žánra a najvhodnejšieho postupu.

Základom spravodajstva je správa. Správy informujú o udalostiach, ktoré sa už stali, majú sa stať, alebo sa naopak, oproti očakávaniu nestali. Každá správa by mala odpovedať na tieto základné spravodajské otázky:

Kto?

Pýtame sa na konkrétneho aktéra zaznamenávanej udalosti.

Čo?

Približujeme popis udalosti, teda podstatný fakt javu. Súčasťou žurnalistická prax ju považuje za základnú otázku.

Kedy?

Touto otázkou určujeme časové súvislosti udalosti.

Kde?

Otázkou udalosť lokalizuje.

Ako?

Položením tejto otázky si vyžadujeme názor na udalosť.

Prečo?

Otázka si vyžaduje interpretáciu alebo vysvetlenie udalosti.

Odpovede na posledné dve otázky treba koncipovať uvažlivo, aby sa do nich nepremietal názor žurnalistu, ten sa v spravodajských žánroch nemá objavovať.

Pri tvorbe správ je možné použiť niekoľko kompozičných postupov (výstavba správy). K tradičným spôsobom patria:

1. Chronologický postup – zachytáva udalosť tak, ako sa odohrávala od začiatku až do konca (resp. kontrachronologický postup – rekapituluje udalosť od najstaršieho faktu po prvý).

2. Logický postup – riadi sa princípom obrátenej pyramídy. Ide o historicky najfrekvencovanejšiu formu, ktorá vychádza z agentúrneho spravodajstva. Podľa tohto postupu sa do prvej vety vkladajú najdôležitejšie fakty. Ďalšie fakty sú radené podľa dôležitosti, záver správy obsahuje zvyšok doplnkových faktov, ktoré sa dajú v prípade potreby vypustiť.

3. Dynamický (emfatický) postup – na prvé miesto dáva najvýznamnejšie fakty, ktoré majú bezprostredne upútať záujem čitateľa.

Spravodajstvo môžeme členiť do troch základných kategórií podľa toho, akým spôsobom podáva publiku informácie:

1. Seriózna správa – považuje sa za základ žurnalistiky. Meradlom kvality serióznej správy je dodržiavanie noriem novinárskej etiky (zodpovednosť, sloboda, nezávislosť, pravdivosť a presnosť, nezáujatosť, svedomosť).

2. Bulvárna správa – bulvárne spravodajstvo vzniklo v polovici 20. storočia v Anglicku. Informácie získavajú z pochybných a často overiteľných zdrojov. S obľubou si všímajú senzácie, škandály, aféry a klebety. Ak nie je k dispozícii žiadna šokujúca správa, môže si ju vymyslieť. Vyznačuje sa palcovými titulkami, krátkym textom a farebnými fotografiami. Bulvár porušuje takmer všetky zásady tvorby seriózných správ.

3. Fíčrová správa – je najsledovanejšou a najčítanejšou zložkou dnešného novinárstva. Tvorí prechod medzi serióznou správou a bulvárom. Nazýva sa tiež ľudová alebo zábavná správa. Fíčrové správy sa začínajú príhodou, zmienkou o prvom dojme, o kolorite miesta, citátom a podľa podobajú sa tak príbehu.



Publicistika

Publicistika je druhou základnou zložkou žurnalistických celkov po spravodajstve. Kým spravodajstvo má o veciach informovať presne, objektívne a odosobnene, publicistika pristupuje k informáciám úplne inak. Publicistické prejavy možno nazvať aj mienkotvornými i postojovými. Publicista k udalostiam zaujíma oslavné, kritické, pochvalné alebo ironické postoje.

Podľa špecifických postupov publicistickej tvorby rozlišujeme:

1. Analytickú publicistiku (racionálneho typu) – charakteristickú logicko-pojmovým stvárňovaním. Postupmi tvorby sú analýza, syntéza, indukcia, dedukcia, abstrakcia, konkretizácia, poznávanie, porovnávanie, vysvetľovanie, dokazovanie a pod. Jej žánrami sú **komentár, poznámka, úvodník, recenzia, interview, úvaha, rozbor, investigatívna publicistika.**

2. Beletristickú publicistiku (emocionálneho typu) – charakteristickú obrazno-emocionálnym stvárňovaním. Postupmi tvorby sú umelecké vyjadrovanie, logická fantázia, expresívnosť, beletristika, širšie zovšeobecňovanie. Jej žánrami sú **reportáž, fejtón, glosa, stĺpček, esej, besednica, črta, portrét.**

Žánre analytickej publicistiky

Komentár – je typický žáner analytickej publicistiky. Pri tvorbe komentára vychádza autor z toho, že čitateľ už má základné informácie zo spravodajstva. Redaktor sa nadržuje vždy iba faktom, ale snaží sa predpovedať vývoj, kombinuje, vyslovuje hypotézy. Autor komentáru je vždy podpísaný. V renomovaných novinách sú práve komentáre mienkotvorné – ovplyvňujú verejnú mienku.

Poznámka – je najkratším žánrom analytickej publicistiky. Má podobnú funkciu ako komentár, ale autor sa v nej venuje len čiastočnému problému. Niekedy sa nazýva ako „malý komentár“.

Úvodník – je subjektívne ladená úvaha na aktuálnu tému (kultúrny, hospodársky, politický, alebo iný aktuálny problém). Cieľom úvodníka je vzbudiť čitateľa záujem o problém. Ak autor úvodníka vyjadruje svoje stanovisko alebo názory, je podpísaný; ak úvodník vyjadruje stanovisko celej redakcie, nemusí mať podpísaného autora.

Recenzia - informuje o hotovom vedeckom, umeleckom diele, koncerte, výstave obrazov, inscenácii atď. a zároveň ho hodnotí. Autor sa pokúša o objektívne hodnotenie, poukazuje na kvality i nedostatky diela. Napriek tomu sa na dielo díva zo svojho zorného uhla. Recenzia oslovuje čitateľa aj tvorcov diel a preto môže mať charakter kritiky alebo posudku.

Investigatívna publicistika – označuje sa aj ako „pátracia“ publicistika. Novinár „pátra“ po pozadí a súvislostiach prípadov verejného záujmu. Jej cieľom je zverejňovať zamlávanú a odpierajúcu, prechodnú spoločnosť však dôležité informácie.

Žánre beletristickej publicistiky

Reportáž - živo opisuje skutočnú udalosť na základe autorovho o ňom svedectva; napr. opisuje atmosféru, hostí, prírodu... Je dokumentárna, adresná, autentická. Reportáž môže byť statická - opisuje prostredie, alebo dynamická - opisuje dej.

Fejtón - je vtipné rozprávanie o aktuálnych problémoch alebo vtipná kritika, vzbudzuje humor, iróniu až sarkazmus. Je to jediný novinársky žáner, v ktorom možno použiť umelecký výmysel na dokreslenie vlastností pranej osoby alebo na zveličovanie skutočností. Fejtón pracuje s fikciou, ale základné fakty musia byť voľne pravdivé.

Glosa - je stručný štipavý komentár k správe alebo udalosti; vyjadruje subjektívny postoj autora. Nevyhnutným atribútom glosy je vtipné zakončenie, pointa.

Stĺpček - myšlienkovým nenáročným spôsobom vyjadruje osobný postoj autora k udalosti, veci. Možno ho nazvať malou úvahou i malým fejtónom. Je typický aľkosťou a živosťou.

Esej - je duchaplný úvahový prejav s prelínaním sa dvoch prístupov: vecným a estetickým. Predmetom eseje sú náročné témy z oblasti vedy, umenia, filozofie, politiky a pod.

Besednica - je priateľský príhovor novinára k rozmanitým témam spoločnosti. Nie je taká kritická, je spontánna, má uvoľnenú atmosféru, chce upútať na niektoré spoločenské procesy.

Črta - je náročný publicistický žáner s prvkami reportáže, ale vo väčšej miere je stvárnená umeleckým štýlom. Predmetom črty bývajú ľudské osudy v rôznych situáciách. Časté sú portrétny články, ktoré zobrazujú významného človeka s jeho pozitívnymi i negatívnymi vlastnosťami.

Kto je kto v žurnalistike

Novinár (žurnalista) je osoba, ktorá sa profesionálne venuje žurnalistike (novinárskemu povolaniu). Novinár nepracuje iba v novinách, môže pracovať v rôznych médiách (tlač, rozhlas, televízia, tlačová agentúra). Môže tiež byť hovorcom rôznych inštitúcií, pracovať v tlačových oddeleniach rôznych spoločností, alebo byť na tzv. „vlastnej nohe“. Ak novinár pracuje v redakcii (novín, časopisov, rozhlasu, televízie...) nazýva sa **redaktor**.

Novinár zbiera, triedi, overuje informácie a poskytuje ich verejnosti prostredníctvom masových médií. Zvyčajne majú novinári na starosti určitú oblasť (šport, školstvo, kultúra...), na ktorú sa špecializujú. Podľa toho, akým žánrom sa **novinár pracujúci v redakcii (redaktor)** zaoberá, označuje sa ako redaktor – komentátor, redaktor – spravodajca, redaktor – analytik a iní.

Redaktor – spravodajca sa zaoberá spravodajstvom. Neosobne (bez prezentovania vlastného názoru) podáva informácie o udalostiach. Zvyčajne sa neprezentuje svojím menom, ale značkou spravodajskej agentúry.

Redaktor – komentátor sa zaoberá publicistikou. Prezentuje vlastné názory na udalosti, o ktorých už médiá spravodajsky informovali. Publicistické príspevky uvádza pod svojím menom.

Redaktor, ktorý stojí na čele redakcie v novinách, rozhlase a televízii sa nazýva **šéfredaktor**. Je zodpovedný za obsah a formu tlačových a vysielaných informácií.

Reportér – je novinár pracujúci v tlač, rozhlase alebo televízii. Vo svojej práci sa orientuje na **autentické, priame (očité) svedectvo a prácu v teréne**. K jeho vlastnostiam má patriť pohotovosť, schopnosť rýchlej formulácie, zmysel pre detail a súvislosti, osobitý spôsob videnia. Niekedy môže byť práca reportérov veľmi nebezpečná (napr. vojnoví reportéri). Ak zároveň pri svojej práci používa fotografiu – nielen ju sníma, ale aj vyberá vhodné fotografie, určuje ich veľkosť a vytvára k nim popisy, hovoríme o **fotoreportérovi**.

Fotoreportér musí ako novinár vedieť posúdiť spravodajskú hodnotu udalosti, ako fotograf musí fotograficky vidieť, vedieť vybrať a zachytiť správny okamžik, používať kompozičné pravidlá a vhodnú fotografickú techniku.

Za konečnú úpravu celého čísla novín alebo časopisu, konečnú podobu relácie v rozhlase alebo televízii je zodpovedný editor. Editor ako osoba nie je verejnosti známa, jeho meno sa uvádza len v tiráži alebo spoločnom titulku na záver relácie.

Moderátor sa uplatňuje najmä v živom vysielaní. **Moderátor je sprievodcom relácií, uvádza žurnalistické príspevky v elektronických médiách, je prostredníkom medzi divákom a účastníkmi relácie.** V jeho profesii sa spája niečo ko tradičných rozhlasových a televíznych profesií – redaktorská, hlásateľská, reportérska, komentátorská, ale iasto ne aj režisérská a dramaturgická. Moderátor interpretuje vopred pripravené texty, ale ve ká as jeho práce je založená aj na schopnosti improvizácie. Moderátor musí mať široký všeobecný prehľad, ale aj hlbšie vedomosti v odbore, ktorému sa venuje (napr. moderátor hudobných programov).

Niektoré novinárske profesie sa vykonávajú mimo redakcie, ale ich prácu zverejňujú médiá. Sú to novinári na „vlastnej nohe“, „dopisovatelia“, ktorí spolupracujú s redakciami. Môžu pôsobiť na Slovensku alebo v zahraničí, kde redakcie nemajú svojich vlastných redaktorov. Svoje správy zasielajú do redakcie na požiadanie, alebo ponúknu redakcii zaujímavú udalosť.

Médiá môžu zverejňovať aj prácu hovorcov. **Hovorca** je zamestnancom určitej organizácie, ktorú prezentuje na verejnosti a v médiách, poskytuje informácie spravodajským agentúram. Pripravuje rozhovory s novinármi, organizuje a vedie tlačové besedy a pripravuje pre novinárov informácie o firme pre ďalšie spracovanie v médiách.

Hovorca musí byť lojálny k svojej firme, musí ochraňovať je dobré meno a musí často komentovať aj nepríjemné záležitosti.

Novinár by sa mal vyznačovať viacerými pozitívnymi vlastnosťami:

- **poctivosť** – v práci sa opiera iba o overené fakty a informácie, overuje si ich z viacerých zdrojov,
- **zvedavosť** – zaujíma sa o všetko nové,
- **odhodlanie** – má záujem priniesť publiku nové a zaujímavé informácie, dôsledne ide za svojimi cieľmi,
- **aktivita** – sám iniciatívne vyhľadáva udalosti a informácie,
- **záujem o ľudí** – snaží sa pomôcť vyriešiť problémy ľudí tým, že v svojich príspevkoch na ne poukazuje, vie povzbudiť ľudí k odpovedi,
- **komunikatívnosť** – vie sa pýtať, kladie otázky, ale vie aj dobre počúvať,
- **tvorivosť** – získané informácie sa snaží spracovať tak, aby zaujali a obohatili publikum,
- **neustále sa vzdelávať** – musí mať dobrý všeobecný prehľad, prehľad o téme, ktorou sa zaoberá, ovláda cudzí jazyk,
- **ovládať IK technológie** – vie pracovať s PC, technikou potrebnou na nahrávanie a spracovanie informácií,
- **trpezlivosť** – vie si cieľavedome vyhľadávať informácie, venuje sa spracovávanej téme dlhodobejšie,
- **pracovať v tíme** – vychádza s inými ľuďmi, váži si svojich spolupracovníkov, prispôbi sa charakteru média.

Etika novinárskej profesie

Práca novinára je ve mi dôležitá a zodpovedná, lebo svojimi novinárskymi výpove ami ovplyv uje správanie udí. Preto je dôležité, aby **novinárske výpovede boli objektívne, pravdivé a aby nezasahovali do súkromia udí.**

Podobne ako aj v iných povolaniach, aj v novinárskom povolání existujú ur ité **normy správania sa** novinárov, tzv. **novinársky etický kódex**. Etické kódexy si môžu vytvára jednotlivé redakcie, alebo sa riadia **Etickým kódexom vydaným Slovenským syndikátom novinárov**. Jeho ustanovenia nemajú pre novinárov záväzný charakter, ide však o profesionálnu es novinárov a dobré meno redakcií, aby ich dodržiavali.

Etický kódex novinára

Preambula

Slovenský syndikát novinárov vzdávajúc úctu tvorcom prvého Etického kódexu z roku 1990, rešpektujúc zmeny v domácom aj zahrani nom mediálnom prostredí, nadväzujúc na etické kódexy svetové, európske, aj domáce, vnímajúc ohrozenie mravných štandardov novinárskej tvorby, rešpektujúc význam Etického kódexu pre novinársku prácu aj slovenské mediálne prostredie, prijíma tieto záväzné etické štandardy.

I. Zámer

1. Zámerom Etického kódexu je:

- a) stanoví záväzné pravidlá správania pre lenov Slovenského syndikátu novinárov (alej len „SSN“) a iných profesijných organizácií, vydavate stiev, vysielate ov, tla ových agentúr, poskytovate ov informa nej služby, internetových portálov, redakcií, i jednotlivcov, ktorí sa rozhodnú k nemu pristúpi ,
- b) slúži ako návod pre ostatných profesionálnych aj amatérskych redaktorov, komentátorov, editorov, kameramanov, fotografov, grafikov, bloggerov, i iných autorov, ktorí sa podie ajú na vytváraní mediálnych obsahov v televízii, rozhlase, tla i, alebo na internete,
- c) informova verejnos o zásadách novinárskej práce.

2. Organizácie a redakcie, ktoré k Etickému kódexu pristúpia, môžu prija , alebo si ponecha v platnosti vlastné etické kódexy.

II. Základné hodnoty

1. Pre prácu novinára sú prvoradé hodnoty osobnej slobody, spravodlivosti a slušnosti. Vo svojej práci sa snaží o presadenie týchto hodnôt v spolo nosti.
2. Hlavnými zásadami, ktorými sa novinár riadi vo svojej práci, sú **nestrannos , vyváženos , objektivita, poctivos , estnos , pravdivos , zodpovednos a dôsledné overovanie faktov.**

III. Novinár a verejnosť

1. *Novinár je povinný dôsledne si overiť každú informáciu, ktorú zverejní. Informácie si spravidla overí aspoň z dvoch od seba navzájom nezávislých zdrojov.*
2. *Novinár je povinný vždy uvádzať zdroj svojich informácií, ak nie sú tieto informácie všeobecne známe, alebo sa nepovažujú za všeobecne známe v odvetví, ktorému sa novinár venuje. Zdroj neuvádza v prípade použitia utajeného alebo dôverného zdroja. Takýto zdroj môže použiť v súlade s ustanoveniami tohto kódexu o využití mimoriadnych zdrojov, ktoré sú uvedené nižšie.*
3. *Novinár nezverejňuje žiadne informácie, o ktorých vie, že sú nepravdivé.*
4. *Za pravdivosť a správnosť textových, zvukových, zvukovoobrazových a obrazových agentúrnych informácií zodpovedajú agentúry a novinári nemajú povinnosť ich overovať. V prípade pochybnosti o správnosti údajov z agentúrneho servisu je novinár povinný informáciu overiť u ďalšieho nezávislého zdroja.*
5. *Novinár nikdy nemanipuluje s textovými, obrazovými, zvukovoobrazovými a zvukovými záznamami ani fotografiami. Prípustné sú len tie technické úpravy, ktorých cieľom je zlepšiť ich kvalitu, a zrozumiteľnosť. Koláže, montáže, rekonštrukcie a ilustračné záznamy musia byť jasne označené.*
6. *Titulky, lánky alebo programy nesmú byť zavádzajúce, ani nepravdivé. To isté platí pre upútavky a reklamy, ktorými sa lánky a programy propagujú.*
7. *Komentáre a názory musia byť jasne označené a odlišené od spravodajstva a faktov. Ani v komentári novinár neuvádza názory, ktoré protirečia faktom.*
8. *Inzercia a platené oznamy musia byť jasne označené. Novinár nesmie svojím menom podpísať alebo pod svojím menom zverejniť platenú inzerciu alebo oznam, ktoré by mohli vyvolať dojem, že ide o nezávislé autorské dielo novinára.*
9. *Novinár nesmie vydávať svoje staršie dielo za nové.*
10. *Novinár pri výkone svojej práce alebo v súvislosti s ňou neprijíma dary alebo iné výhody, ktoré by mohli ohroziť jeho nestrannosť a objektivitu, alebo ktoré sa dajú chápať ako pokus o ovplyvnenie jeho práce. Výnimkou z tohto pravidla sú bežne poskytované drobné reklamné predmety a obstarávanie na tlačových konferenciách a iných podujatiach určených verejnosti a zástupcom médií.*
11. *Ak náklady na cestu novinára, iné výhody alebo ich aspoň hradil niekto iný než novinár alebo jeho redakcia, primeranou formou na to upozorní tlačením a, poslucháča, alebo diváka. Prijatie týchto výhod môže novinár iba v tom prípade, že by inak nemal možnosť informovať o významnej udalosti.*
12. *Novinár má právo na osobnú integritu. Ak sa ocitne v konflikte záujmov, najmä ak pracuje na úlohe, ktorá sa týka jeho rodiny, blízkych, obchodných alebo podnikateľských záujmov, informuje o tom redakciu. Ak redakcia rozhodne, že napriek konfliktu záujmov má novinár na úlohe pokračovať, primeranou formou o tom informuje verejnosť.*
13. *Ak sa redakcia ocitne v konflikte záujmov, napríklad ak informuje o aktivitách svojho majiteľa, primeranou formou o tom informuje verejnosť. Novinár nesmie využiť vo svoj prospech informácie, ktoré získal pri výkone práce, pokiaľ neboli zverejnené.*

14. *Novinár nevyužíva výsady vyplývajúce z jeho povolania pre svoj súkromný prospech, nepreukazuje sa novinárskym preukazom alebo uvedením príslušnosti k médiu v situáciách, ktoré nesúvisia s priamym výkonom jeho povolania.*

15. *Novinár sa politicky neangažuje, ak by jeho politická inos mohla viesť ku konfliktu záujmov a spochybniť jeho nestrannosť alebo objektivitu.*

16. *Ak novinár zistí, že zverejnil nesprávnu informáciu, je povinný spraviť všetko pre jej bezodkladnú opravu aj bez vyzvania ktorejkoľvek z dotknutých strán alebo redakcie.*

IV. Novinár a objekt jeho záujmu

1. *Novinár bez súhlasu dotknutej osoby nesmie písať, hovoriť o skutočnosti a zobrazovať skutočnosť tak, aby zasahoval do súkromného života dotknutej osoby; môže tak urobiť iba v prípade, že verejný záujem si vyžaduje poznať jej súkromie; nesmie znižovať jej dobré meno, a dôstojnosť, pokiaľ osoba sama nevyvoláva podozrenie, že postupuje protizákonne alebo vzbudzuje pohoršenie.*

2. *Novinár rešpektuje prezumpciu neviny. Celé mená ľudí podozrivých z trestnej inosti zverejňuje len v prípade, že zverejnenie ich mena predstavuje dôležitý verejný záujem.*

3. *Novinár nepodnecuje nenávisť, ani diskrimináciu založenú na rase, svetonázore, náboženskom vyznaní, etnickom pôvode, veku, sociálnom postavení, pohlaví i sexuálnej orientácii. O príslušnosti ľudí k menšine informuje iba v prípade, že táto informácia je v kontexte daného príspevku relevantná.*

V. Novinár a zdroj informácií

1. *Novinár získava textové, zvukové, zvukovo-obrazové a obrazové záznamy a podklady pre články a iné diela tak, aby bolo zrejmé, že je novinár a neskrýva svoje celé meno a príslušnosť ku konkrétnemu médiu. Na nahrávanie telefonického rozhovoru vopred upozorní.*

2. *Novinár dodržiava príslušné ustanovenia ochrany dôverného zdroja, kým ho tejto povinnosti nezbaví informátor.*

3. *Na verejných vystúpeniach a zhromaždeniach je novinár oprávnený robiť textové, zvukové, zvukovo-obrazové aj obrazové záznamy bez výslovného súhlasu vystupujúcich osôb, ak nedochádza k porušeniu autorských práv alebo práv súvisiacich. Novinár môže rovnako postupovať aj pri vyhotovovaní záznamov a zbieraní informácií na verejných priestranstvách.*

4. *Novinár pristupuje so zvýšenou citlivosťou a zodpovednosťou k osobám, ktoré nemajú skúsenosti s komunikáciou s novinármi, neuvedomujú si dôsledky svojho konania, alebo sa ocitli v obzvlášť zložitej životnej situácii, najmä k obetiam i svedkom zločinov a tragédií.*

5. *Maloletých a deti využíva ako zdroj informácie len vo výnimočných prípadoch a s osobitným ohľadom.*

6. *Novinár má povinnosť chrániť súkromie a záujmy osôb uvedených v predchádzajúcom odseku a nezneužíva ich dôveru. Túto povinnosť môže porušiť iba v prípade, že sa nedá inak naplniť dôležitý verejný záujem.*

7. *Novinár nie je povinný prísť na požiadavku dodatočnej korekcie, nezverejnenia i neodvysielania informácie získanej v súlade s týmto kódexom zo strany respondenta, ktorý predtým so zverejnením súhlasil. V odôvodnených prípadoch môže ešte pred začiatkom rozhovoru akceptovať*

dohodu o jeho následnej autorizácii. Ak respondent požaduje autorizáciu, novinár je povinný ho informovať, že v rámci nej je možné len spresnenie priamych citácií respondenta, nie zmena významu odpovedí alebo vyíarknutie odpovedí, ktoré v pôvodnom rozhovore odzneli.

8. Autorizácia záznamu i textu sa obmedzí výlučne na vyjadrenia, ktoré poskytol samotný respondent. Novinár nepristúpi na dohodu, ktorá by respondentovi umožnila súhlasiť s použitím jeho vyjadrenia až v kontexte celého programu alebo článku.

9. Za okolností, ktoré sú uvedené nižšie, môže novinár vo svojej práci použiť aj mimoriadne prostriedky. Nimi sa rozumejú:

a) použitie utajených spôsobov zhromažďovania informácií, vrátane skrytej kamery i mikrofónu,

b) použitie utajených a dôverných zdrojov,

c) zverejnenie neoverených informácií,

d) zverejnenie informácií zo súkromia osôb, ktoré nie sú verejne iné a ich súkromie je inak chránené.

10. Mimoriadne prostriedky novinárskej práce je možné použiť iba v prípade, že ich použitie smeruje k naplneniu dôležitého verejného záujmu a že tento záujem nebolo možné uskutočniť iným spôsobom.

11. Využitie mimoriadnych prostriedkov novinárskej práce musí byť schválené na najvyššej úrovni redakčného riadenia.

12. Pod dôležitým verejným záujmom sa rozumie taký záujem, ktorý prináša významný prospech všetkým alebo mnohým občanom. Dôležitým verejným záujmom je najmä:

a) zabránenie zneužívaniu verejnej moci,

b) riadne fungovanie politického systému a spoločenských inštitúcií,

c) ochrana života, zdravia, bezpečnosti a majetku občanov,

d) ochrana morálky a základných spoločenských hodnôt.

13. Použitie mimoriadnych prostriedkov musí byť pri zverejnení textu alebo odvysielaní programu, pri ktorých príprave bolo použité, vysvetlené šitateľom, poslucháčom a divákom.

VI. Novinár a redakcia

1. Novinár v riadiacej pozícii aktívne podporuje dodržiavanie tohto kódexu.

2. Redakcie a novinári v riadiacich pozíciách chránia slobodu prejavu novinára a v prípade potreby mu v rámci svojich možností zabezpečujú primeranú právnu ochranu.

3. Novinára nemožno nútiť k takej činnosti a k podieľaniu sa na tvorbe takých stanovísk, ktoré by zásadne odporovali jeho svedomiu; pre uplatnenie tohto práva nesmie byť novinárovi spôsobená ujma na iných právach.

4. Príspevok určený na uverejnenie, ktorého obsah bol redakčne upravený tak, že sa zmenil jeho pôvodný zmysel, možno uverejniť len so súhlasom autora.

5. Takýto súhlas sa vyžaduje aj vtedy, ak sa príspevok má uverejniť pod značkou, pseudonymom alebo anonymne. Autorom je v tomto prípade aj osoba, s ktorou robí novinár rozhovor, pokiaľ sú jej odpovede uvedené ako priama reč.

6. Novinár je povinný poskytnúť súčinnosť v súdnych sporoch a správnych konaniach vedených proti jeho kolegom, zamestnávateľom i redakciám, ak takéto konania súvisia s jeho prácou.

7. Redakcie a novinári v riadiacich pozíciách rešpektujú názorovú rôznorodosť a rovnosť príležitostí bez ohľadu na pohlavie, vek, rasu, národnosť, etnický pôvod, sociálne postavenie, sexuálnu orientáciu, vierovyznanie, politickú, spoločenskú a kultúrnu príslušnosť novinárov.

VII. Novinár a kolegovia

1. Novinár **nesmie** vydávať cudzí text, fotografiu i iné dielo alebo záznam za vlastné.
2. Ak chce novinár uverejniť rovnaký alebo podobný príspevok vo viacerých médiách, musí na to médiá upozorniť.
3. Novinár má povinnosť odhaliť a zverejňovať neetické a protiprávne konanie svojich kolegov.

VIII. Cenzúra

1. Cenzúrou sa rozumie obmedzenie, potlačenie, alebo nezverejnenie informácie, obrazu, i záznamu, ak k nemu došlo z politických, obchodných i osobných dôvodov.
2. Cenzúra je nezlučiteľná s etickými pravidlami novinárskej práce a zakazuje sa.
3. Vedenie každej redakcie má právo rozhodovať o témach, ktorým sa lenovia a prispievatelia redakcie budú venovať, **určujú spôsob ich spracovania** a rozhodnúť o nezverejnení diela. **Redigovanie ani editovanie** textov, obrázkov, programov a iných zvukových a obrazových diel sa **nepovažuje za cenzúru**.
4. Redigovaním sa rozumie úprava textu, zvukového, zvukovo-obrazového alebo obrazového záznamu z hľadiska významovej štruktúry, dramaturgickej výstavby, vecnej a faktickej presnosti, gramatickej správnosti a zrozumiteľnosti.
5. Editovaním sa rozumie riadenie celého procesu získavania a spracovania informácií určených pre vydanie alebo vysielanie, rozhodovanie o ich uverejnení alebo zaradení do vysielania, dĺžke, žánri, poradí, v akom sú uverejnené alebo odvysielané a kontexte, v ktorom sú zverejnené.

IX. Pristúpenie ku kódexu

1. K tomuto Etickému kódexu môže pristúpiť akákoľvek profesijná organizácia, vydavateľstvo, vysielateľ, tlačová agentúra, poskytovateľ informácií, internetový portál, redakcia i jednotlivec, ak zašle SSN oznámenie o svojom pristúpení. Rovnakým spôsobom môže svoje pristúpenie zrušiť.
2. Zoznam organizácií a osôb, ktoré k Etickému kódexu pristúpili, zverejňuje SSN na svojej webovej stránke, kde je zverejnené aj aktuálne znenie Etického kódexu.

X. Prechodné a záverečné ustanovenia

1. Tento Etický kódex schválil 9. snem SSN 5. novembra 2010 a účinnosť nadobúda 1. januára 2011.
2. Tento Etický kódex nahrádza Etický kódex Slovenského syndikátu novinárov z 19. 10. 1990.
3. Tento etický kódex bol schválený pod názvom Etický kódex SSN dňa 26. januára 2011 po tom, čo sa k nemu pripojili ďalšie novinárske a profesijné organizácie i redakcie, schválilo Predstavenstvo zmenu jeho názvu na Etický kódex novinára. (<http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>).

Etické zásady novinárskej práce sú u nás garantované aj v zákone č. **81/1966 Zb. o periodickej tlači a o ostatných hromadných informačných prostriedkoch**, tzv. **tlačovom zákone**.

Vrcholným orgánom **Asociácie na ochranu novinárskej etiky** je **Tlačová rada Slovenskej republiky**. Audiovizuálne médiá majú stanovenú **povinnosť dodržiavať etické kritériá** v zákone č. **308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmii**. Na dodržiavanie ustanovení zákona dohliada **Rada pre vysielanie a retransmisiu**.

Zdroje informácií

Základnou prácou novinára je **získanie, triedenie a spracovanie informácií**. Novinár získava informácie z formálnych aj neformálnych zdrojov

1. Formálne zdroje:

- **tlačová konferencia** – oficiálne stretnutie na ktoré pozýva médiá inštitúcia (napr. ministerstvo), s cieľom informovať ich o svojich názoroch, stanoviskách, výsledkoch inosti;
- **brífing** – tlačová konferencia v menšom rozsahu;
- **tlačová správa** – oficiálne písomné vyhlásenie alebo informácia, ktorú pripravujú špecializované oddelenia organizácií a elektronicky ju zasielajú médiám;
- **oficiálne publikované zdroje z inštitúcií** – výrobné správy, stanoviská, propagačné materiály organizácií a firiem;
- **kontakty s inštitúciami** – tlačové oddelenia organizácií, public relations oddelenia firiem;
- **spravodajské agentúry**.

2. Neformálne zdroje

- **stretnutia s ľuďmi, ktorí o veci vedia alebo počuli** – novinár musí nájsť niekoho, kto pozná problematiku a je ochotný o nej informovať;
- **„byť na mieste činu“** – je to najistejší spôsob, ako o udalosti informovať. Novinári majú svojich „spolupracovníkov“, ktorí ich informujú, ak sa niekde nie o príhodu, aby tam novinár mohol okamžite prísť;
- **náhodné osoby** – anketa, miniprieskum;
- **dôverné informácie z dôverných utajovaných zdrojov** – môžu to byť osoby, ktoré chcú dostať na svetlo niektoré závažné informácie;
- **iné médiá** – veľa informácií preberajú médiá z iných médií, je rozhodujúce, ktoré médium prinesie dôležitú informáciu ako prvé (Tušar, 2010).

Novinár môže svoj zdroj informácií aj utajovať, umožňuje mu to zákon. Mal by však odhadnúť, do akej miery sú informácie pravdivé a overiť si ich. Podávať pravdivé informácie je najdôležitejšou súasťou práce žurnalistu.



Kľúčovú funkciu pre získavanie informácií vo všetkých médiách plnia spravodajské agentúry. Sú to komerčné podniky, ktoré zhromažďujú informácie o aktuálnych udalostiach v textovej, obrazovej a zvukovej podobe a potom ich predávajú svojim odberateľom (médiám).

Prvá spravodajská agentúra **Havas** vznikla už v roku **1835 vo Francúzsku**, neskôr k nim pribudli agentúry **Wolff (1849) v Nemecku**, **Reuters (1851) v Anglicku**, **Associated Press (1849) v USA**. Na území bývalého Československa vznikla prvá **Československá tlačová kancelária/ČTK** súčasne so vznikom Československa v roku **1918**. V súčasnom období pôsobia na Slovensku dve spravodajské agentúry **TASR** a **SITA**.

Tlačová agentúra Slovenskej republiky/TASR je zriadená zákonom č. **385/2008 Z. z. o Tlačovej agentúre Slovenskej republiky**. Je to verejnoprávna, národná, nezávislá, informačná inštitúcia, ktorá poskytuje službu verejnosti v oblasti spravodajstva.

Hlavnou činnosťou TASR je získavanie a šírenie spravodajstva:

- **získané spravodajstvo z domova a zo zahraničia**, ktoré pokrýva všetky oblasti života - politiku, ekonomiku, kultúru, spoločenský život, šport a ďalšie, **odáva na základe zmlúv** slovom, obrazom i zvukom **elektronickým médiám, periodickej tlači, ako aj nemediálnym subjektom** v Slovenskej republike a zahraničí;
- **agentúrne spravodajstvo uchováva, triedi do databáz** a v rámci dokumentačných služieb ho tiež sprístupňuje médiám a ostatným záujemcom;
- **spravodajstvo využíva na vydávanie periodických bulletinov** v slovenskom a anglickom jazyku, ako aj špecializovaných rešeršii, ktoré poskytuje fyzickým a právnickým osobám;
- súčasťou spravodajstva TASR je aj platená **OTS - originálna textová služba**, ktorá slúži na publikovanie platených informácií, najmä komerčného charakteru (<http://www.tasr.sk/16.axd>).

Slovenská tlačová agentúra, a.s./SITA je **najväčší súkromný poskytovateľ komplexných informačných služieb na Slovensku**. Vznikla ako tlačová agentúra v roku 1997 s cieľom poskytovať aktuálne, vyvážené a politicky nestranné informácie z ekonomického a politického sektora.

Spravodajský tím SITA je zložený z vyše sto stálych redaktorov, editorov, analytikov a ďalších desiatok externých spolupracovníkov. Denne produkuje vyše 400 agentúrnych správ, desiatky sektorových prehľadov v rôznych jazykoch a monitoringov médií. Informácie dodávajú nielen prostredníctvom iných médií, ale aj priamo, bez časového zdržania a filtrovania, u ktorých o veciach rozhodujú, či už v politickej sfére alebo v podnikateľskej oblasti.

Klasické agentúrne služby (on-line spravodajstvo v oblasti domácej a zahraničnej politiky, spoločnosti, hospodárstva a športu) SITA od roku 2001 rozšírila o špecializované služby pre firmy a inštitúcie. Patria medzi ne prehľad zasielané e-mailom, sektorové monitoringy, mediálne analýzy, politické analýzy, monitoringy médií a ďalšie informačné produkty. (<http://www.sita.sk/sk/sita/pro/content.php>).