

ROLA TLAČOVÉHO HOVORCU

Pokračovanie diskusie

TLAČOVÝ TAJOMNÍK, TLAČOVÝ HOVORCA ALEBO NIEKTO TRETÍ?

Vniesť do diskusného fóra teoretickú otázku rozlíšenia pojmov tlačový tajomník a tlačový hovorca je presným poukazom na to, aké rezervy má táto dôležitá funkcia v slovenskej praxi. Je to skutočne terminologický problém, ale nielen preto, „aby sme našli najvhodnejšie pomenovanie človeka, ktorý je sprostredkovateľom posolstva – či už jednotlivca politika, inštitúcie alebo politickej strany“ (Fitmová, M.: Funkčná spolupráca medializujúceho tímu tlačového a informačného odboru Úradu vlády SR. In: *Otázky žurnalistiky*, 2000, č. 3, s. 248), ale aj preto, aby sa ukázalo, že aj keby sa nám podarilo presne pomenovať významy oboch termínov s konkrétnymi nuansami medzi nimi, v praxi bude model ich činnosti odlišný v závislosti od konkrétnych podmienok existencie a práce jednotlivých firiem a inštitúcií v súkromnom alebo štátnom sektore. A keďže sa oba významy oboch termínov v našej praxi veľmi nerozlišujú, na úvod treba poznamenať, že rola tlačového tajomníka mala v prednovembrovom období u nás úplne iné opodstatnenie, a teda aj úlohy, než aké sa v dnešnej – povedzme modernej demokratickej – spoločnosti od nej očakávajú, a úloha tlačového hovorca je v našom spoločenskom a pracovnom živote takmer úplne nová. Aj preto tlačoví tajomníci či hovorcovia častokrát vykonávajú činnosť, ktorá sa navzájom nielen prelína, ale dokonca im neprináleží alebo ju možno zastrešiť pod úplne iný pojem. Práve teoretická diskusia na túto tému môže poslúžiť ako veľký prínos pre prax, v ktorej sa potom na jednotlivých úrovniach ľahšie môžu formulovať konkrétne ciele, ako dospieť k čo najefektívnejšiemu pomenovaniu a následne určeniu pracovnej náplne tlačového hovorca či tlačového tajomníka. Obaja totiž ako priami sprostredkovatelia informácií od firmy alebo inštitúcie smerom k respondentovi prostredníctvom médií, dávajú do pohybu masovokomunikačný reťazec komunikátor – komunikant, a teda môžu ovplyvňovať verejnú mienku.

Tlačový tajomník a tlačový hovorca

Stav v slovenskej mediálnej sfére nevyplýva z neznalosti vplyvu tlačového tajomníka či tlačového hovorca na verejnosť, súvisí len s doposiaľ nedostatočnou a živelnou skúsenosťou v tejto oblasti. Činnosť, ktorá spadá pod funkciu tlačového tajomníka či tlačového hovorca v praxi, je potrebné

hodnotiť z dvoch východiskových hľadísk. Vyplýva z reálnych potrieb mediálneho trhu a závisí od reálnych podmienok inštitúcie či firmy, ktorú tlačový tajomník či hovorca zastupuje. Tieto dve „obmedzenia“ vytvárajú jediný priestor, v ktorom sa môže, no zároveň musí tlačový hovorca či tajomník pohybovať. Práve to je dôvod, prečo nie je jednoduché presne špecifikovať jeho rolu. Zámerne používame medzi pojmami tlačový tajomník a tlačový hovorca podmienkovú spojku *či* namiesto *a*. Reálna prax dokazuje, že u nás tlačový tajomník a tlačový hovorca znamená takmer to isté, ich činnosť je temer totožná, hoci prax si žiada rozlíšenie.

Všetky charakteristiky, ktoré hovoria, že tlačový hovorca je človek, ktorý reprezentuje inštitúciu či firmu navonok, sú pravdivé a niet proti nim výhrad. Tlačový hovorca je po riaditeľovi firmy či inštitúcie doslova jej tvárou, práve na neho sa zástupcovia médií obracajú s požiadavkami a od neho očakávajú presné odpovede a konkrétne stanoviská. Preto si táto funkcia vyžaduje maximálnu informovanosť, stopercentnú profesionalitu a vysokú zodpovednosť. Iba vtedy spĺňa kritériá kvality. Samozrejme, hovorca musí poznať nielen ciele a stratégiu toho, koho zastupuje, vrátane prezentácie voči verejnosti a médiám, ale dokonale musí ovládať aj potreby a požiadavky verejnosti a médií, aby vedel tieto ciele realizovať a túto stratégiu naplňovať. Len vtedy je pre firmu či inštitúciu skutočným prínosom.

Tlačový tajomník, aj ako zástupca firmy či inštitúcie, je na rozdiel od hovorca v trocha inej pozícii. Rovnako musí poznať stratégiu toho, koho zastupuje, a požiadavky verejnosti a médií. V tom sa nároky na znalosti a východiská činnosti tlačového hovorca a tlačového tajomníka nelíšia. Rozdiel vidíme v tom, že náplň práce tlačového tajomníka je skôr podmienená požiadavkami mediálneho trhu, kým tlačový hovorca pri výkone činnosti vychádza viac z požiadaviek svojho reprezentanta, ktorého názory, idey voči respondentom reprezentuje. Preto do náplne práce tlačového tajomníka okrem iného patrí aj orientácia na výskumy verejnej mienky, na monitorovanie spätnej väzby a pod. Na základe náplne jeho práce sa potom môžu vypracovávať stratégie činnosti, medializácie a prezentácie jednotlivých firiem a inštitúcií, ktoré sa stávajú základným východiskom a náplňou práce tlačového hovorca. Lakonicky povedané – práca tlačového tajomníka je prostried-

kom na vykonávanie práce tlačového hovorcu, ktorý už priamo realizuje ciele inštitúcie či firmy, ktorú zastupuje. Je už len otázne, či túto činnosť vykonáva jeden alebo dvaja pracovníci. V praxi je však zložitú úlohu špecifikovať prácu tlačového tajomníka a tlačového hovorcu, v našich podmienkach sa udomácnila prax oddelení (oddelenie pre styk s verejnosťou, tlačový a informačný odbor atď.), ktorých činnosť koordinuje zväčša jeden pracovník so zámenným pomenovaním tlačový tajomník alebo tlačový hovorca, bez presného konkretizovania činnosti.

Pracovník pre styk s verejnosťou a médiami

Slovenský filmový ústav (ďalej SFÚ) je štátna príspevková organizácia, ktorá v poslednom desaťročí prešla hektickými zmenami v riadiacich postoch. V závislosti od rozdielneho prístupu jednotlivých riaditeľov k spôsobu realizácie jej hlavnej činnosti sa vždy transformovala aj forma jej napĺňania. Častokrát ani nie v súlade so skutočnými úlohami a poslaním SFÚ ako národnej, podpornej, vedeckovýskumnej a archívnej inštitúcie v oblasti kinematografie, ktorá sústreďuje, uchováva, ochraňuje a sprístupňuje filmové a iné audiovizuálne diela. So zmenami realizácie tejto činnosti sa neraz menilo aj postavenie a náplň práce jednotlivých pracovníkov. V súčasnosti v SFÚ neexistuje funkcia tlačového hovorcu, ale funkcia pracovníka pre styk s verejnosťou a médiami, ktorého náplň práce je v súlade s náplňou práce tlačového tajomníka. Tento pracuje úplne samostatne v edičnom oddelení, ktoré sa sústreďuje predovšetkým na vydávanie knižných publikácií a periodickej (Film.sk) a neperiodickej tlače.

Keďže v SFÚ nie je samostatné oddelenie pre styk s verejnosťou (aj vzhľadom na obmedzený počet pracovníkov), náplň práce tlačového tajomníka, teda pracovníka pre styk s verejnosťou a médiami, tu nie celkom zodpovedá reálnym potrebám mediálneho trhu tak, aby spĺňala všetky jeho požiadavky. (Je to pravdepodobne prípad aj iných, predovšetkým štátnych inštitúcií, kde sa ešte cel-

kom netransformovala organizačná štruktúra alebo kde sa ešte celkom nedocenil význam funkcie tlačového tajomníka.) Z týchto dôvodov potom zákonite plynie opodstatnená kritika mediálnej verejnosti, že „nie vždy je uspokojivá spolupráca hovorcov (alebo tajomníkov – pozn. aut.) so zástupcami jednotlivých médií, hovorcovia často nevedia, nedokážu (či nemôžu?) poskytnúť požadované informácie (...)“ (Bednár, J.: Tlačový hovorca či tlačový tajomník? In: *Otázky žurnalistiky*, 2000, č. 1, s. 44). V SFÚ tento pracovník predovšetkým zabezpečuje prezentáciu a medializáciu inštitúcie a jej činnosti. Jeho náplň pozostáva z dvoch základných okruhov: 1. koordinuje a sprostredkúva všetky informácie a mediálne výstupy inštitúcie podľa požiadaviek médií, podieľa sa na propagácii všetkých aktivít, podujatí a festivalov organizovaných SFÚ a zastupuje inštitúciu na tlačových konferenciách, 2. zabezpečuje vydávanie mesačníka o filmovom dianí na Slovensku Film.sk, ktorým prezentuje predovšetkým aktivity SFÚ, ale informuje aj o tom, čo sa všeobecne v slovenskom audiovizuálnom a kinematografickom svete deje.

Nie neobvykle z povedaného vyplýva, že každá prax len vyvracia teóriu, pretože závisí od konkrétnych podmienok, v ktorých sa táto teória uskutočňuje. Realizácia role tlačového tajomníka a tlačového hovorcu, výkon činnosti týchto funkcií je v našich pomeroch ešte len na začiatku a nie je zmyslom konštatovanie, že prax popiera teóriu. Naopak, každá prax je stupienkom k tomu, aby sa na základe sprostredkovaných skúseností našli optimálne spôsoby na vypracovanie modelu, ktorý bude možné aplikovať na rolu tlačového tajomníka a tlačového hovorcu s maximálnym výkonom ich funkcií. Práve tieto osoby sú totiž v reťazi sprostredkovania informácií smerom k recipientovi tými najdôležitejšími článkami, ktoré rozhodujú o tom, čo a ako sa bude komunikovať.

Simona Nôtová-Tušerová,
pracovníčka pre styk s verejnosťou
a médiami SFÚ Bratislava,
šéfredaktorka časopisu Film.sk

FÓRUM

ŠKOLSKÉ ČASOPISY? – ÁNO

Otázky žurnalistiky v č. 1/2000 publikovali článok Mgr. Gabriely Magalovej Súčasné trendy časopisov pre deti a mládež. Zaujímavá sonda do tejto typologickej skupiny periodickej tla-

če poukázala na niekoľko významných súvislostí, ktoré mali (a určite ešte majú) vplyv na existenciu detských a mládežníckych periodík. Rád by som zareagoval na tú časť autorkiných úvah,

kde sa veľmi stručne venuje školským časopisom. Okrem iného píše, že v roku 1995 je v adresári periodík evidovaných 8 školských a študentských časopisov, v adresári v roku 1997 iba 3.

Typologická podskupina školských časopisov je určitým spôsobom atypická. Nie sú to (až na ojedinelé prípady) štandardné novinárske produkty, vyznačujúce sa hlavnými atribútmi žurnalistiky. Ich technická a obsahová úroveň sa nemôže vždy rovnať kvalitne spracúvaným profesionálnym registrovaným periodikám s pravidelnou periodicitou. Často sa tvoria „na kolene“ a ich autori sú poväčšine (ak nie výlučne) žiaci, resp. študenti pod dohľadom ochotného pedagóga.

Napriek tomu nemusíme mať až taký pesimistický pohľad na spomínanú skupinu periodík. Autorka sama v jednej poznámke cituje informáciu z regionálneho mesačníka *Leopoldov*, 1999, č. 2, že na okresnej súťažnej prehliadke školských časopisov sa zúčastnili tvorcovia 11-ich časopisov z deviatich tried. Aj my máme informácie, že existuje viacero takýchto podujatí nielen okresného, ale i krajského a celoslovenského charakteru, na ktorých sa zúčastňujú zástupcovia desiatok školských časopisov (Štátna krajská knižnica L. Štúra vo Zvolene – celoslovenská súťaž s pravidelnou účasťou cca 40–50 periodík, Matica slovenská – celoslovenská súťaž školských časopisov základných a stredných škôl s účasťou vyše 100 periodík a i.).

Možno súhlasí s autorkou, že absenciou týchto časopisov sa stráca u detí a mládeže možnosť prezentovať svoje pisateľské aktivity, vytráca sa motivácia i tvorivosť. Na druhej strane som však potešený, že napriek nevyhovujúcim podmienkam (v prvom rade finančným) vychádzajú na Slovensku desiatky kvalitných školských časopisov. V tejto súvislosti chcem poukázať na jedinečnú celoslovenskú súťaž stredoškolských (teraz už i vysokoškolských) časopisov Štúrovo pero, ktorá si čoskoro pripíše prvú desiatku svojej existencie. (Blížšie Tušer, A. a kol.: Vydávame školský časopis. Zvolen, Riaditeľstvo celoslovenskej súťaže Štúrovo pero a Matica slovenská 1997. 77 s.) Doteraz sa zúčastňujú na vyhodnotení súťaže vo Zvolene zástupcovia desiatok školských časopisov, pričom súťaž má štyri kategórie: kolektívy – školské a vysokoškolské časopisy, jednotlivci – autori zo stredoškolských a vysokoškolských časopisov. Oceniť treba skutočnosť, že organizátormi, resp. spoluorganizátormi sú i renomované inštitúcie Slovenský syndikát novinárov, Matica slovenská, TV Markíza, Ministerstvo školstva SR, Ministerstvo kultúry SR, Literárny fond SR, Krajská štátna knižnica L. Štúra vo Zvolene, Podpolianske osvetové stredisko a mesto Zvolen.

Cieľom súťaže, ktorá má medzi školami dobrý zvuk, je podpora stredoškolákov a vysokoškolákov a ich pedagogického vedenia (ak ho majú) vo vydávaní periodík, resp. tam, kde s ním prestali, podporiť ich obnovenie. Na dvojdnovom vyhodnotení účastníci majú možnosť besedovať v tvorivých diskusiách s odborníkmi o svojich časopisoch, zúčastňujú sa na tlačových besedách, vymieňajú si navzájom skúsenosti s tvorbou a vydávaním školských časopisov, čo je vari najvýznamnejším prínosom súťaže. Za obdobie existencie týchto podujatí vyrástli z nesmelých osemdesiatstranových cyklostylových zborníkov básní a kresieb skutočne kvalitné 30–60-stranové školské časopisy, ktoré sa v ojedinelých prípadoch podobajú na registrované ústredné periodiká. Niektoré dokonca prerástli prostredie školy, sú úradne zaregistrované a venujú sa aj problematike okolia či mesta, v ktorom vychádzajú.

A o čom vlastne má písať školský časopis? Tu sú výňatky z textov troch šéfredaktorov (bližšie Tušer, A.: c. d., s. 42–50.):

„Treba byť na pulze doby – predstaviť nových profesorov, priniesť briskné reportáže zo školských akcií, načúvať za dverami zborovne. Hľadať cestu pod pokrievku, zvedavo a drzo hľadieť ponad plochy a cítiť sa doma až v kuchyni, tvárou v tvár štúdáckovi a profákovi – klasickej dvojici, ktorá v aréne gymnázia stojí raz útočne proti sebe, inokedy bok po boku v bratskom zväzku. Časopis má vystihnúť život študenta-gympláka v celej zložitej dokonalosti (či dokonalej zložitosti) a šírke jeho farebného spektra.“ (Mário Nicolini)

„Hlavnou úlohou časopisu je pobaviť, upozorniť na rôzne spoločenské a kultúrne akcie, oznámiť dosiahnuté úspechy, ale aj poukázať na mnohé problémy a nedostatky vyskytujúce sa v škole. Miesto si musí nájsť aj študentská poézia, poviedky, rozprávky, paródie a bájky.“ (Martin K. Velický)

„Časopis má poskytovať študentom aktuálne informácie o dianí a škole, dať možnosť uplatniť sa nadaným žiakom, objavovať talenty, predstavovať študentov i učiteľov, umožňovať im vyjadriť svoje názory i kritiku na veci týkajúce sa školy.“ (Jana Mazúrová)

Na záver: Školský časopis nie sú len vedľa seba naukladané texty, prípadne kresby a fotografie. Nemá sa venovať len básničkám, poviedkam či slohovým prácam študentov (hoci aj im by mal nájsť primeraný priestor). Jeho hlavnou úlohou je, aby svojich adresátov spolužiakov, učiteľov, resp. ďalších čitateľov, uspokojil informačne, tematicky, záujmovo, názorovo, literárne i zábavne.

Andrej Tušer,
Katedra žurnalistiky FiF UK,
Bratislava