



Článok prináša vybrané výsledky z výskumu informačného správania redaktorov TASR. Teoretické podložie výskumu tvoria modely informačného správania K. Bystřomovej a K. Järvelina, T. D. Wilsona, N. Phara a trojice G. Leckieho, K. Pettigrewa a C. Sylvaina. Výskum je rozdelený do piatich okruhov. Prvý okruh sumarizuje základné demografické údaje o respondentoch a ich pracovné skúsenosti. Druhý a tretí okruh sú zamerané na vybrané aspekty informačného procesu – výber témy a využívanie informačných zdrojov. Posledné dva výskumné okruhy sú zamerané na motiváciu a charakter pracovnej úlohy. Výsledkom výskumu je vlastný model informačného správania žurnalistov.

Informačné správanie rôznych profesií, sociálnych skupín či iných kategórií používateľov informácií predstavuje v rámci odboru knižničnej a informačnej vedy jednu z dominantných výskumných paradigiem. Kým pôvodne sa podľa Steinerovej (2005) skúmal daný fenomén izolovane, predovšetkým v oblasti vedy, vzdelávania a kultúry, v súčasnosti sú trendom holistické výskumy človeka v rôznych životných situáciách a v pracovných procesoch v organizáciách. Výskumy informačného správania v informačnej praxi preto čoraz viac zdôrazňujú súvislosti a kontexty, v ktorých človek využíva informácie (Steinerová, 2005).

Teoretické východiská

Kontext pracovného prostredia či pracovnej úlohy do teoretického rámca modelu informačného správania integrovali viacerí autori, napríklad K. Bystřomová s K. Järvelinom, T. D. Wilson či autorská trojica G. Leckie, K. Pettigrew a C. Sylvain. Bystřomová (1999) do svojho modelu pracovného procesu zaradila kategórie identifikácie a analýzy informačnej potreby, plánovania a implementácie vyhľadávania informácií, využívania informácií a napokon hodnotenia získaných informácií. Model pracovnej štruktúry autorov K. Bystřomovej a K. Järvelina (Järvelin a Wilson, 2003) zas kladie dôraz popri tradičných kategóriách informačného procesu (informačná potreba, výber informačných zdrojov, hodnotenie informácií) aj na pracovníkove

ambície, vzdelanie, skúsenosti a ďalšie nešpecifikované situačné faktory, ktoré vplývajú na činnosť zamestnanca. Model informačného správania profesionálov z rôznych odvetví autorov G. Leckieho, K. Pettigrewa a C. Sylvaina zas upozorňuje na silný vplyv pracovnej roly a z nej vyplývajúcej aktuálnej pracovnej úlohy na informačnú potrebu zamestnancov (Kerins, Madden a Fulton, 2004); Byströmová s P. Hansenom (2005) vo svojom článku zasa poukazujú na spojitosť pracovnej úlohy a výberu informačných zdrojov.

Komplexný Wilsonov model informačného správania pri vyhľadávaní informácií (Wilson, 1999) je rámcovaný prostredím, v rámci ktorého autor zvlášť vyčleňuje pracovné prostredie, socio-kultúrne prostredie, politicko-ekonomické prostredie a napokon psychické prostredie. Autor v modeli prepája jednotlivé typy prostredia s kategóriami pracovnej a sociálnej roly s psychologickými, afektívnymi a kognitívnymi potrebami jednotlivca; významnú úlohu na informačné správanie majú podľa Wilsona tiež bariéry personálne, interpersonálne a napokon bariéry prostredia (Wilson, 1999). Význam vplyvu prostredia zdôrazňuje aj J. Steinerová, ktorá charakterizuje informačné správanie ako „viacúrovňovú integrovanú ľudskú aktivitu vyplývajúcu z adaptácie človeka na informačné prostredie“ (Steinerová, Grešková a Ilavská, 2010), predstavujúcu zložitý komplex neurofyziologických, senzomotorických, kognitívnych, afektívnych, sociálnych a kultúrnych premenných (Steinerová, 2005).

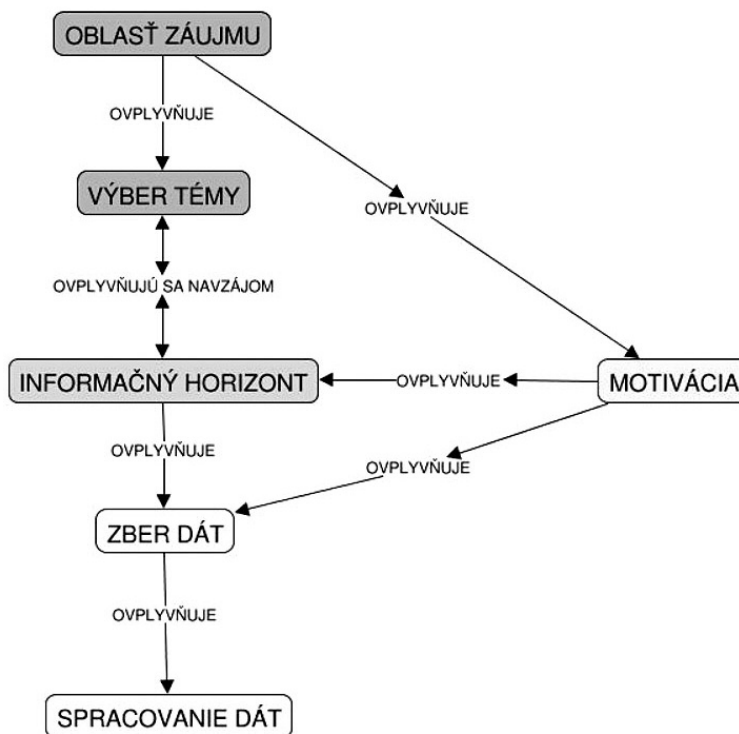
Výskumný fenomén informačného správania na teoretickej úrovni podrobne zosumarizovali napríklad Case a Given (2016), ktorí v rámci prehľadu výskumov venujú pozornosť popri iných pracovných odvetviach a sociálnych rolách tiež žurnalistom ako samostatnej výskumnej vzorke. Podľa R. S. Taylora má knižničná a informačná veda so žurnalistikou významný prienik, sú ním predovšetkým procesy vyhľadávania, spracovávaná a distribúcie informácií, v stredobode ktorých je hodnotenie a overovanie kvality informácií vďaka schopnostiam kritického myslenia (Diakopoulos, 2012).

Z množstva zosumarizovaných výskumov informačného správania žurnalistov v zmienenej publikácii (Case a Given, 2016) považujeme za zvlášť dôležitý a našej téme relevantný výskum H. Fabritiusovej, ktorá kvalitatívnymi metódami rozhovorov a pozorovaním skúmala využívanie informačných zdrojov a metódy využívané v pracovnom procese žurnalistov.

Autori iných výskumov sa zameriavali na rôzne aspekty informačného správania žurnalistov, napríklad Lisa Chinn (2001) v USA skúmala podrobnejšie informačné potreby novinárov, Singh a Sharma (2013) sa zamerali na prácu novinárov s jednotlivými typmi informačných zdrojov v Indii a Mothes (2014) skúmala v Nemecku problematiku objektívnosti v práci novinárov a vplyv subjektívnych faktorov na ňu.

Metodológia

Cieľom nášho výskumu a ústredným výskumným problémom bolo zmapovať vybrané aspekty informačného správania novinárov pracujúcich v Tlačovej agentúre Slovenskej republiky (ďalej TASR). Na základe analýz relevantných modelov informačného správania a doterajších zrealizovaných výskumov sme sa vo výskume zamerali v rámci kategórií informačného procesu na oblasti informačnej potreby a výberu informačných zdrojov. Ďalšími výskumnými oblasťami boli externé vplyvy prostredia na prácu novinárov a napokon samotné špecifiká profesie agentúrnej žurnalistiky z pohľadu samotných novinárov. Vzťahy medzi jednotlivými výskumnými okruhmi sú znázornené na obrázku 1.



Obrázok 1 Vzťahy medzi jednotlivými výskumnými oblasťami.

Dáta sme zbierali v priebehu rokov 2017 a 2018 kvalitatívnymi metódami – pološtruktúrovanými rozhovormi a pozorovaním novinárov pri ich práci priamo v teréne alebo na pracovisku. Výskumu sa zúčastnilo trinásť respondentov zo štyroch redakcií – domácej (6 respondentov), zahraničnej (2 respondenti), športovej (2 respondenti) a ekonomickej (2 respondenti) – sedem mužov a šesť žien, všetci pracovali v bratislavskej centrále TASR. Priemerný vek respondentov bol 36 rokov, jeden z respondentov vek neuviedol. V prvom výskumnom okruhu, ktorý nie je na Obrázku 1 zaznamenaný, sme od respondentov zisťovali okrem základných demografických údajov aj oblasť nadobudnutého vysokoškolského vzdelania a predchádzajúce pracovné skúsenosti, ktoré podľa modelu Byströmovej a Järvelina (Järvelin a Wilson, 2003) významne ovplyvňujú informačné správanie, rovnako aj aktuálnu oblasť profesionálneho záujmu v rámci redakcie (tabuľka 1). Z dôvodu zachovania anonymity respondentov ich presný vek neuvádzame.

	POHLAVIE	VEK	VZDELANIE	REDAKCIA	SKÚSENOSTI	OBLASŤ ZÁUJMU
R1	Muž	<35	Žurnalistika	Domáca	Regionálne noviny	Školstvo, obrana
R2	Muž	<35	Žurnalistika	Domáca	Regionálne noviny, vysokoškolský časopis	Hlavné mesto SR
R3	Žena	<35	Žurnalistika	Domáca	Regionálne noviny, Webový portál, Denník	zdravotníctvo
R4	Žena	<35	Žurnalistika	Domáca	10 ročná prax v TASR	parlament
R5	Muž	- - -	-nezistené	Domáca	Pedagóg masmediálnej komunikácie	kultúra
R6	Žena	<35	-nezistené	Domáca	Iné tlačové agentúry	Hlavné mesto SR
R7	Žena	<35	Žurnalistika	Ekonomická	Regionálne noviny, Denník	Sociálna oblasť, makroekonomika
R8	Muž	>35	Právo	Ekonomická	43 ročná prax v TASR	Ekonomika – nekonkretizované
R9	Muž	>35	Žurnalistika	Ekonomická	Slovenský rozhlas, Denníky,	Reality, nehnuteľnosti a logistiky, Úrad vlády SR
R10	Žena	>35	Cudzie jazyky	Športová	Prax v TASR po ukončení VŠ	Šport – nekonkretizované
R11	Muž	<35	Žurnalistika	Športová	Prax v TASR už počas VŠ	Futbal a iné športy – nekonkretizované
R12	Muž	>35	Politické vedy	Zahraničná	Iné tlačové agentúry, Slovenský rozhlas	Zahraničná politika, postsovietský priestor
R13	Žena	<35	Politické vedy	Zahraničná	Regionálna televízia, Denníky	Zahraničná politika

Tabuľka 1 Prehľad respondentov

Informačná potreba a výber témy

Kritériá výberu témy úzko súvisia s identifikáciou informačnej potreby dotyčných zamestnancov v rámci plnenia svojich pracovných úloh. Identifikácia informačnej potreby v pracovnom kontexte vyplýva primárne z pracovného zaradenia redaktora. Po identifikácii informačnej potreby predstavuje výber témy druhý dôležitý krok v rámci informačného procesu. Respondentov sme sa pýtali, odkiaľ čerpajú námety na témy, čo robí tému prioritnou a ktoré faktory u nich zaväzujú pri výbere témy; prehľad výsledkov uvádzame v tabuľke 2.

KATEGÓRIE VÝBERU TÉM	KONKRÉTNE PODKATEGÓRIE	SPOLU
Na základe oficiálnych a verejných stretnutí	Dianie v parlamente (R4) Tlačové konferencie (R7, R8)	3
Podnety od oficiálnych alebo dôveryhodných zdrojov	podnet od hovorcov (R3) podnet od poslancov (R2, R4) podnet od mestských zastupiteľstiev (R6) podnet od trénera/funkcionára (R10, R11) tlačové správy (R3, R9)	8
Podľa vlastného uváženia	(R1, R2, R3, R7, R9, R12, R13)	7
Na základe dohovoru medzi kolegami	delia si to s kolegami (R5, R8)	2
Vyhľadávanie v internete	inšpiráciu hľadá na internete (R7) inšpiráciu hľadá na Facebooku (R6)	2

Tabuľka 2 Výber konkrétnej témy

Z tabuľky vyplýva, že redaktori najčastejšie dostávajú námety na témy od oficiálnych zdrojov (hovorcovia, politici, orgány samosprávy, športoví funkcionári...) podľa svojho tematického zaradenia, no zároveň, pokiaľ sa nič dôležité nedeje, musia témy aj sami aktívne vyhľadávať. „Sú dni, kedy si témy musím vymýšľať a hľadať a inokedy sú náročné dni na tlačovky. Každý deň je iný, nedá sa to presne definovať, lebo nikdy neviem, čo ma v ten deň čaká,“ zhodnotil otázku výberu témy respondent R7. Podobnú skúsenosť má aj respondent R1: „Ak nie je žiadna kauza, vyberám si tému sám podľa uváženia, ktorá ma zaujme.“ Zaujímavé boli aj vyjadrenia respondenta R5 z oblasti kultúry o nutnosti selekcie dôležitých správ od marketingových: „Témy si rozdeľujem s kolegyňou, kto kam pôjde. Od rána do večera mi tajomníci a hovorcovia z kultúrnych inštitúcií sami posielajú správy o tom, kde čo bude. Samozrejme však musíme vedieť oddeľovať reklamu a inzerciu od dôležitých informácií z kultúry. Denný program nezverejňujeme, to si treba pamätať.“

Popri oficiálnych vyhláseniach relevantných zdrojov, tlačových konferenciách, z výskumu vyplynulo, že redaktori námety na témy preberajú aj od iných tlačových agentúr. Samozrejmosťou sú aj rôzne internetové portály a sociálne siete, ktoré rovnako niektorí redaktori využívajú, ako zdroj inšpirácie pre výber témy na spracovanie.

Všetci respondenti sa však zhodli, že napriek svojej úzkej špecializácii sa vedú v mimoriadnych prípadoch kedykoľvek zastúpiť. V najpočetnejšej, domácej redakcii majú redaktori témy podrobne rozdelené, z výskumu však vyplynulo, že počas víkendových služieb musí mať redaktor omnoho širší záber; delbu práce v menších redakciách (športová, ekonomická) bližšie charakterizoval respondent R8: „Je nás tu málo v ekonomickej redakcii a robíme všetci všetko v rámci ekonomiky, financií a iných tém.“

Výber informačných zdrojov

Tretí okruh otázok sa viazal na výber informačných zdrojov, ktoré sú po výbere témy kľúčovým faktorom dôveryhodnosti každej agentúrnej správy. Respondentov sme sa pýtali na ich hlavné (primárne) zdroje informácií (tabuľka 3), ďalej, ktoré zdroje využívajú ako doplnkové (tabuľka 4) a zvlášť sme sa venovali otázke ľudských zdrojov, na ktoré sa najčastejšie obracajú pri získavaní informácií (tabuľka 5).

Z Tabuľky 3 vyplýva, že takmer všetci respondenti čerpajú primárne informácie z internetu, či už sú to oficiálne vyhlásenia úradov, ďalších orgánov štátnej správy alebo samosprávy, alebo správy publikované zahraničnými spravodajskými agentúrami. Ďalším významným zdrojom informácií sú tlačové konferencie a oficiálne vyhlásenia priamo na mieste konania udalosti, na ktorých sa redaktori fyzicky zúčastnia. Pomerne významnú skupinu primárnych zdrojov informácií tvoria aj odborné internetové portály venujúce sa riešenej problematike; zaujímavosťou je aj využitie informácií publikovaných oficiálnymi inštitúciami prostredníctvom on-line sociálnych sietí.

Niektoré zdroje zaradené do skupiny primárnych – hlavných zdrojov informácií (tabuľka 3) – iní respondenti používajú ako doplnkové zdroje (tabuľka 4); sú to predovšetkým odborné internetové stránky a tlačové správy. K ďalším doplnkovým zdrojom informácií patria neformálne stretnutia formou briefingov, pracovných raňajok či osobných stretnutí. Do skupiny pomocných

KATEGÓRIE PRIMÁRNYCH ZDROJOV INFORMÁCIÍ	PRÍKLADY KONKRÉTNÝCH ZDROJOV	SPOLU
Oficiálne vyhlásenia alebo správy zverejnené prostredníctvom internetu	Úrad verejného obstarávania (R3) Tlačové správy z Úradu vlády SR (R9) stránka Úradu verejného obstarávania (R1) vyhlásenia ministerských hovorcov (R1, R8) online prenosy z tlačovej konferencie (R12, R13) stránka hl. mesta Bratislava (R2) stránky SNM, SNG, SF (R5) zahraničné agentúry (R10, R11, R12,R13)	13
Oficiálne vyhlásenia a správy priamo na mieste konania	schôdze národnej rady (R4) tlačové konferencie (R1, R4, R7, R8, R9, R12, R13)	8
odborné web stránky a portály určené danej problematike/téme	Realitná únia SR (R9) poradenské spoločnosti (R9) legislatívny portál SloVlex (R7) Universal – Supraphon (R5) stránka ŠÚKL, min. zdravotníctva, oficiálna stránka sesterskej/lekárskej komory (R3)	5
Sociálne siete	Facebook mestských častí hl. mesta SR (R6)	1

Tabuľka 3 Hlavné (primárne) zdroje informácií

KATEGÓRIE ĎALŠÍCH (POMOCNÝCH) ZDROJOV	KONKRÉTNE ZDROJE	SPOLU
odborné web stránky a portály určené danej problematike/téme	štatistiky (R7) Vestník verejného obstarávania (R1) Centrálny register zmlúv (R1) register ponúkaného majetku (R1) Enviroportal (R2) stránky zdravotných poisťovní (R3) voľne dostupné zdroje (R7)	7
Tlačové správy (on-line, naživo)	tlačové konferencie (R12, R3, R13) tlačové agentúry (R6)	4
Neformálne stretnutia	briefingy na ambasádach (R12, R13) pracovné raňajky (R7, R3) osobné stretnutia (R7)	5
komunikácia s oficiálnymi zdrojmi	hovorcovia (R6, R9, R11, R12) komunikácia s tajomníkmi, poslancami (R4, R5, R7, R11) komunikácia s analytikmi (R9, R12, R13, R11)	12
IKT	email (R4, R9) aplikácia v mobile (R13)	3
Iné	vlastné vedomosti (R7) listy do redakcie (R3)	2

Tabuľka 4 Kategórie ďalších (pomocných, doplnkových) zdrojov informácií

zdrojov sme na základe rozhovorov zaradili aj mobilné aplikácie, e-maily a listy do redakcie a vlastné vedomosti redaktorov. Zaujímavosťou je, že mnohí respondenti označili komunikáciu s oficiálnymi (ľudskými) zdrojmi – hovorcami, úradníkmi, analytikmi, poslancami a pod. za doplnkový zdroj informácií, keďže primárne sa informácie dozvedajú z internetu.

V tabuľke 5 sumarizujeme ľudské informačné zdroje, ktoré respondenti využívajú či už ako primárne (hlavné) alebo doplnkové (pomocné) zdroje informácií.

KONKRÉTNE ĽUDSKÉ ZDROJE	POČET
hovorcovia (R1, R2, R3, R6, R7, R8, R9, R10)	8
tajomníci (R5, R7, R8, R9)	4
poslanci (R2, R4, R6)	3
novinári, iné agentúry (R4, R6, R10, R11)	4
analytici (R12, R13)	2
vlastné osobné kontakty (R12, R13)	2
tréneri, športoví funkcionári (R10, R11)	2
speváci, spisovatelia a herci (R5)	1
kolegovia (R4)	1
pracovníci tlačového oddelenia (R1)	1

Tabuľka 5 Kategórie ľudských zdrojov

Respondent R6 zhrnul do svojej odpovede takmer všetko, čo preňho ľudské zdroje zahŕňajú: „Snažím sa hľadať si stále nové kontakty, respektíve ďalších novinárov a tlačových hovorcov. Udržiavam s nimi dobré vzťahy. Stretávam sa so starostami, poslancami na stretnutiach, ktoré sa nazývajú 'neformálne raňajky' a tam sa vyjadria v priebehu jednej hodiny poslanci ku všetkým témam." Na margo popularity ľudských zdrojov sa respondent R6 však vyjadril, že „treba vedieť, na čo sa pýtať, aby boli informácie získané." V kategórii neformálnych stretnutí sú zaujímavým bodom už spomenuté pracovné raňajky, ktoré respondent R3 špecifikoval nasledovne: „Neformálne raňajky bývajú stretnutia novinárov a napríklad, riaditeľov nemocníc či zdravotných poisťovní. Obe skupiny zúčastnených medzi sebou komunikujú neformálne, otvorene a prirodzene. Pýtame sa ich otázky na rôzne témy a oni nám odpovedajú veľa krát bez prípravy, lebo sa pýtame často aj my bez prípravy a intuitívne. Ja mám tieto stretnutia veľmi rada, lebo je to spojenie príjemného s užitočným." Respondent R4, mapujúci dianie v parlamente, zas považuje rozhovory s poslancami za inšpiratívne pre výber nových tém: „Je dobré baviť sa s poslancami, lebo vždy môžu mať dobrý nápad na tému. Vyčkávame a oslovujeme poslancov v priestoroch parlamentu. Vždy niekto s niečím príde a keď nie, tak vyhľadávame na internete témy, ktoré odzneli v parlamente alebo by mohli zaujímať ľudí."

Vplyv prostredia na informačné správanie

Úlohu pracovného prostredia v kontexte informačného správania zdôrazňujú viacerí autori, najmä Wilson (1999) či Pharo (2004). Byströmová a Järvelin (Järvelin a Wilson, 2003) a Leckie, Pettigrew a Sylvain (Kerins, Madden a Fulton, 2004) zas poukazujú na význam charakteristík a špecifik práce, resp. pracovnej úlohy. Pharo (2004) popri špecifikách pracovnej úlohy zdôrazňuje aj význam motivácie v informačnom správaní. Z tohto dôvodu nás zaujímali aj aspekty práce agentúrnych žurnalistov, ktoré nepatria priamo do kategórií v rámci informačného procesu. Respondentov sme sa pýtali na motiváciu a špecifiká ich práce.

Motivácia

V predposlednom okruhu otázok nás zaujímalo, ktoré faktory motivujú redaktorov pri ich práci, ich odpovede sme sumarizovali do tabuľky 6.

Na základe kategórií prislúchajúceho počtu odpovedí uvedených v tabuľke 6 môžeme tvrdiť, že novinárov z TASR najviac motivuje komunikatívnosť ich povolania, a to, že ich práca je živá a sú neustále medzi ľuďmi, musia veľa cestovať a striedajú aktivity. Ďalšou kategóriou motivácie je radosť z práce, ktorú vykonávajú, ako to podotkol aj respondent R7: „Mňa moja práca v prvom rade baví, nie je to o finančnom ohodnotení. Veľa zaväzja aj vzťahy s nadriadeným, kolektív, a to, ako sa vie nadriadený chovať k svojim zamestnancom." Dôležitosť súdržného kolektívu podotkol vo výpovedi aj respondent R3: „Motivácia v mojej práci? Práca predtým ma nebavila kvôli viacerým dôvodom. Tak napríklad problémom bolo možno to, že mi z veľkej časti nesedel kolektív niekde, a keď som prišla do TASR, som si síce uvedomila, že je to náročná práca na čas a v podstate na psychiku, ale sú tu ľudia, na ktorých sa môžem spoľahnúť. Takže preto podstupujem túto v podstate obeť. Táto práca je tak náročná z časového hľadiska a nemením ju preto, že viem, že sa môžem spoľahnúť na kolegov. Nie je tu žiadna rivalita a my si proste vieme navzájom pomáhať. Takže toto je dôvod, prečo som priamo v TASR."

KATEGÓRIE MOTIVAČNÝCH FAKTOROV	KONKRÉTNE FAKTORY	SPOLU
Práca je komunikatívna, živá medzi ľuďmi	práca je komunikatívnejšia a živšia (R9) viac chodí von (R7, R9) nie je to sedavá práca (R9) prelínanie viacerých aktivít (R10) práca medzi ľuďmi (R7, R9) cestovanie (R8)	8
záľuba v práci	radosť zo šírenia informácií (R1, R13) robí, čo ho baví (R12, R13)	4
vzťahy na pracovisku	dobré vzťahy s nadriadeným (R7) súdržný kolektív (R3, R4, R7)	4
práca s dôveryhodnými a overenými informáciami	nie je to bulvár (R11) vyváženosť správ bez subjektívnych interpretácií (R11) atraktívnosť témy, ktorej sa venuje (R10, R9) tvorba hodnotovej žurnalistiky (R11)	5
získavanie kontaktov a skúseností	získavanie kontaktov (R2) získavanie skúseností (R2, R8)	3
Iné	napísaním správy práca končí (R8) geografická blízkosť pracoviska (R8) neuveďené (R5, R6)	4

Tabuľka 6 Kategórie motivácie

Zdroje, s ktorými žurnalisti pracujú, sú ich základnými piliermi tvorby správy. Práve starostlivý výber informačných zdrojov a následná správa z nich vytvorená predstavujú pre respondenta R11 silnú motiváciu práce: „Tvoríme hodnotovú žurnalistiku a nie sme bulvárne prostitútky, ktoré si nezvyšujú čítanosť klikaním na titulky. Správy sú vyvážené, kde si nájde svoje hoci-čikto a dá mu to niečo do života, bez žiadnych omáčok.“ Rovnako fakt, že výsledok práce našich respondentov tvoria overené informácie zdôraznil aj respondent R10: „Motivuje ma to, že sa tu prelínajú viaceré aktivity. Bulvár ma neláka a pracujem v TASR od konca vysokej školy a v športe sa stále niečo deje, takže stále je o čom písať.“ Pre respondenta R2 je zas motiváciou profesionálny rast: „Pre mňa je motivácia hlavne získať stále viac skúseností v oblasti žurnalistiky. My spoznávame niečo iné každý deň a vždy sa naučíme, poučíme a pre mňa je motivácia to, že čím dlhšie som tu, tým mám viac kontaktov a skúseností a dúfam, že jedného dňa tieto skúsenosti zúročím a budú odrážať moju kredibilitu.“

Zvlášť obohacujúci bol pre nás rozhovor s respondentom R8, ktorý počas vyše štyridsaťročnej práce v TASR vystriedal množstvo redakcií a pracovných pozícií a redakcií: „Moja motivácia bolo cestovanie, lebo niekedy v roku 1975 lákali na cestovanie v rámci novinárčiny a ja som sa už videl ako behám po celom svete, lebo som bol zdatný na jazyky. Po revolúcii sa už cestovať trochu začalo. V teréne máme momentálne svojich. Ďalšia motivácia je to, že napíšem tlačovú správu a mám čistú hlavu a už ma to nezaujíma. Pričom v denníku je stres, čo zajtra, ale nás vždy všade zavolajú prvých, takže my vieme, že vždy je o čom písať, ale negatívum je aj to, že každý počíta s nami, že budeme prví. V konečnom dôsledku bola motivácia aj blízkosť pracoviska a človek si tu môže preskakať úplne všetko.“

Po pri externých faktoroch, ktoré respondentom pomáhajú vo výkone ich práce, niektorí uviedli aj príklady, ktoré negatívne vplyvajú na ich pracovnú motiváciu, okrem už zmienenej zlého pracovného kolektívu, jeden z respondentov upozornil aj na možnosť politického tlaku: „Ďalšou vecou, čo dokáže zavážiť pri motivácii je aj politický tlak, pretože to veľmi človeka dokáže demotivovať, ak sa snaží byť objektívny a nestranný, a potom príde príkaz zhora a je treba správu napísať inak. Ja osobne tlak necítim, ale sú kolegovia, ktorí cítia stres.“

Špecifiká agentúrnej žurnalistiky

Posledný okruh otázok mal za úlohu zmapovať charakteristiky práce, ktorú agentúrni redaktori vykonávajú. Pracovná úloha – v našom prípade tvorba agentúrnych správ – podľa viacerých zmienovaných autorov z oblasti teórie informačného správania – priamo vplýva aj na jednotlivé kategórie informačného procesu, najmä informačnú potrebu a výber zdrojov. Výsledky uvádzame v tabuľke 7.

KATEGÓRIE	KONKRÉTNE CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY	SPOLU
Výsledok práce závisí od kontaktu s ľuďmi v teréne	dôležitý je výsledok, nie prítomnosť v kancelárii (R8) viac v teréne a viac kontakte s ľuďmi (R7) pracujú s nápadmi, návrhmi a názormi politikov (R3) ľahší výber tém, prispôsobovanie tém aktuálnemu dňaniu (R9) deadline sa núka sám (R5)	5
Dôkladné spracovanie overených informácií	vystihnúť najdôležitejšieho (R2) stret rýchlostí, presnosti a pochopenia podstaty (R2, R6, R11, R12, R13) vyváženosť správ bez subjektívnych interpretácií (R6, R11)	8
Hlavný zdroj informácií v SR (TASR)	prináša veľké množstvo informácií (R2) primárny zdroj informácií pre iné médiá (R12)	2
Neustále vzdelávanie sa a zvládanie stresu u žurnalistov	človek tu musí mať všeobecný rozhľad o všetkom (R12) musí vedieť rýchlo premýšľať + (R12) musí vedieť sa vynásť (R13) spájanie viacerých činností (R10)	4
Nedostatočné ohodnotenie časovo náročnej práce	zamestnaný 24 hodín denne (R5, R8) agentúra je nedocenená (R2) považuje sa za vedúceho jednočlenného kolektívu (R5) agentúrna práca je výzva (R13)	5
Iné	odlišný rozsah agentúrnej správy oproti článku v denníku (R7) stereotypná práca (R4)	2

Tabuľka 7 Charakteristické znaky práce v agentúrnej žurnalistike

Najčastejšie spomínaným charakteristickým znakom je podľa respondentov dôkladne spracovanie overených informácií. To znamená, že kolobeh vyhľadávania informácií z overených zdrojov završujú jeho dôkladným spracovaním do finálnej podoby agentúrnej správy (najčastejšie formou obrátenej pyramídy). Ďalšími kategóriami podľa početnosti odpovedí sú kategória neustáleho nasadenia žurnalistov, ktoré nie je docenené a patrične ohodnotené, a kategória, kedy výsledok práce závisí od kontaktu s ľuďmi v teréne. Niekoľkí respondenti považujú za charakteristický znak permanentnú potrebu vzdelávania či zvládanie stresu. Dvaja respondenti sa vyjadrili tiež priamo k charakteristike práce v TASR.

Stret rýchlostí, presnosti a pochopenia podstaty bližšie popísal respondent R2 nasledovne: „Agentúrna žurnalistika je špecifická tým, že sa v nej stretáva rýchlosť, presnosť, pochopenie podstaty a vystihnúť všetkého, čo je najdôležitejšie. Nemáme čas rozmýšľať ako iní redaktori z iných médií. Agentúra neposkytuje rozsah na vyjadrenie sa. Sme obmedzení rozsahovo, a to je dobré aj zlé. Dobré, lebo sme nútení zachytiť podstatu, ale niekedy chýba viac slov. Agentúra by mala byť pre každého novinára základ a dobrá škola. Odporúčam začínať v agentúre, aby sa človek naučil písať, zachytiť podstatu, nazbierať kontakty, aby videl ako funguje štát, samospráva atď. a treba si nájsť kontakty. A toto sa dnes dosť nedodriava, čo je vidieť pri množstve žurnalistoch aj v TV aj v rozhlase, že im chýba agentúrny základ. Agentúra je nedocenená a pritom prináša veľké množstvo informácií a je málo počut, že to je agentúrna práca.“

Neustále vzdelávanie sa a rýchlosť svojou odpoveďou zas podčiarkol aj respondent R11, ktorý tvrdí, že „práca v agentúre je o rýchlosti. Sme primárny zdroj informácií. Človek musí byť rýchly, vedieť rýchlo prekladať, mať všeobecný rozhľad od geografie po všetko, aby tá informácia, aj keď je to len jedna veta, bola stopercentná.“

Okrem rýchlosti a vzdelávania sa vo verejnom dňaní, ale aj vo svojej oblasti, respondent R13 prezradil, že si prešiel rôznymi situáciami a nečakanými problémami počas svojej práce, preto uviedol, že medzi vlastnosti redaktora jednoznačne patrí aj byť stále pripravený: „Ten pocit, že Vy ste na tlačovke v zahraničí jediný novinár a Vy máte zhmotniť všetko a podať na Slovensko s najlepším vedomím a svedomím je vždy veľká výzva. Vždy sa vám tam ale stane niečo, kedy sa musíte vedieť vynásť.“

So svojou nevšednou skúsenosťou práce agentúrneho novinára sa podelil aj respondent R12, ktorý sa orientuje na tzv. post-sovietsky región: „Upodozrievali ma v konfliktných oblastiach, že som špión. Chodieval som sám na týždňovky počas bom-

bardovania Líbye. Dostal som sa do lietadla, pod ktorým sa bombardovalo. V Sýrii som bol ešte pred vojnou. Chcel som ísť na Krym, ale nakoniec som sa dostal na druhú stranu barikády a ako prvý som mal informácie o tom, že bude vojna."

To, že musia byť redaktori pripravení na stretnutia a rozhovory nie je pre nás už teraz novinkou, no čo sa odohráva aj po tom, ako bežní ľudia odchádzajú z práce viac prezradil respondent R5: „v agentúre sa deadline núka sám, považujem sa za vedúceho jednočlenného kolektívu a už viac ako 30 rokov chodím sám. Svoju pracovnú dobu vnímam tak, že som 24 hodín zamestnaný."

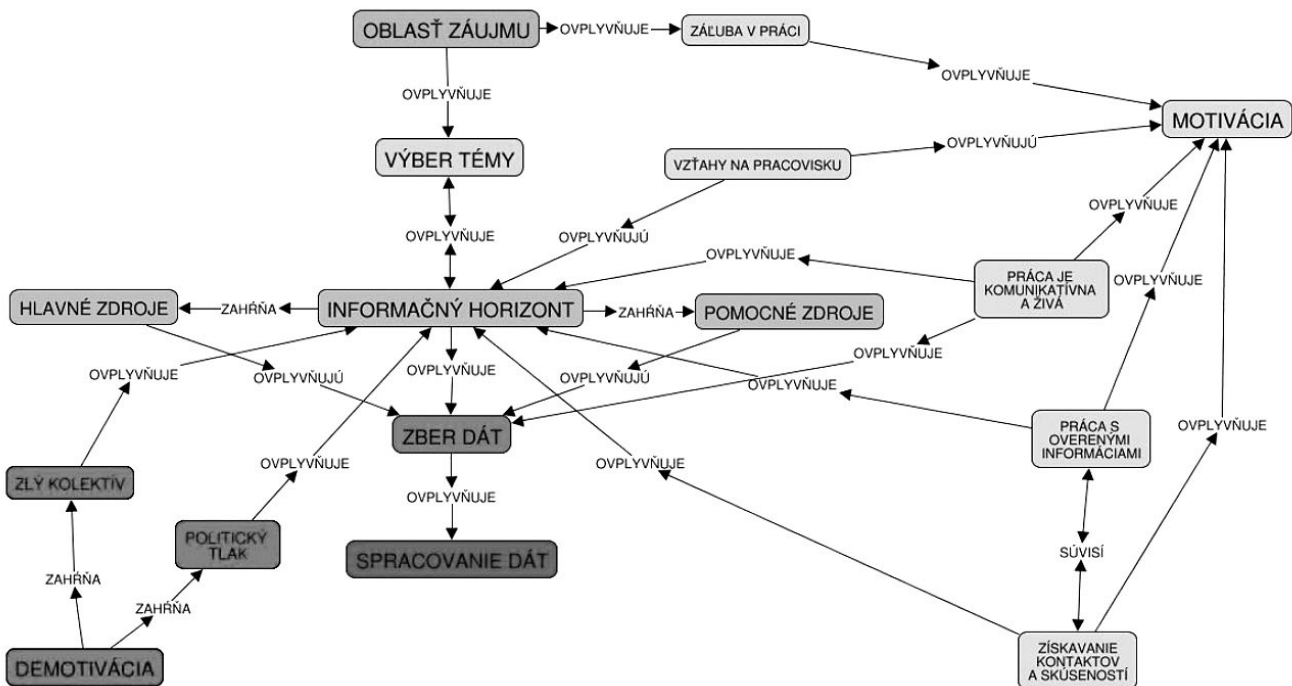
Respondent R4, ktorý sa venuje parlamentu, bol jediný respondent, ktorý sa vyjadril k tomu, že práca novinára býva aj stereotyp: „Naša práca je ťažká v tom, že pracujeme s nápadmi, názormi a návrhmi politikov, a keď oni dokola opakujú to isté, nie sú inovatívni, tak potom to tu je veľmi stereotypné."

Respondenti počas rozhovorov uvádzali aj porovnanie svojich predchádzajúcich skúseností s agentúrnou prácou. Najčastejšie sa objavovali názory, že v agentúrnej práci sú viazaní časom a rozsahom agentúrnej správy.

Respondent R6 sa počas rozhovoru rozrozprával o plusoch a mínusoch pri práci v denníku a v agentúre a uviedol nás tým do obrazu, ako to vyzerá v denníku v porovnaní s agentúrou: „Podľa mňa je iný štýl práce pre denník a iný pre agentúru. Viac mi vyhovuje agentúrna práca. Niekedy mi chýba písať analyticky rozsiahle články v denníku a bolo pre mňa ťažké si zvyknúť na rozsah v agentúre. Mne vyhovuje agentúrna práca viac preto, že som viac v teréne, som v kontakte s ľuďmi. Pričom v denníku to vyzeralo tak, že som si našla tému, celý deň som sa jej venovala a na konci dňa som poslala do systému výsledok. Treba ale dodať, že v HN som mala úplne voľnú ruku." Respondent R9 zas porovnával prácu pre bulvárny denník a agentúrnú prácu. Vyjadril sa, že obe profesie majú svoje charakteristické znaky a pre bulvárne denníky nimi sú: „Bulvár nemôže robiť každý, je to psychicky náročné. Práca je niekedy veľmi sedavá alebo naopak ako práca detektíva a tu, v TASR, mi témy chodia samé." Obe odpovede zhrnul do jednej respondent R11: „človek musí veľmi rýchlo rozmyšľať, lebo tu človek nemá čas na článok celý deň ako v denníku."

Záver

Tlačová agentúra plní v rámci masovej komunikácie úlohu prostredníka medzi rôznorodými zdrojmi informácií a inými masovými médiami (tlač, rozhlas, televízia, internetové portály), ktoré tieto správy distribuujú verejnosti. Náš kvalitatívny výskum s trinástimi redaktori TASR ukázal, že informácie jednak aktívne vyhľadávajú na základe pridelených tém, no často hrá dôležitú úlohu aj ich osobný záujem alebo vlastné uváženie. Témy na spracovanie jednak aktívne vyhľadávajú, ale námety dostávajú aj od inštitúcií a organizácií v rámci oblasti ich tematickej pôsobnosti. Niektorí respondenti sa radi inšpirujú pri výbere témy informáciami na rôznych internetových stránkach či on-line sociálnych sieťach. V rámci tvorby správy prichádzajú redaktori do styku s najrôznejšími typmi a kategóriami informačných zdrojov, najčastejšie elektronickými a ľudskými. Respondenti primárne čerpajú informácie z elektronického prostredia, či už sú to oficiálne vyhlásenia jednotlivých inštitúcií na svojich stránkach, prenosy z tlačových konferencií či správy z partnerských zahraničných agentúr. Redaktori sa však aj aktívne zúčastňujú na tlačových konferenciách, komunikujú s hovorcami rôznych inštitúcií, navštevujú rokovania poslancov. Dôležitými pre nich sú aj neformálne stretnutia s hovorcami či politikmi, napríklad formou pracovných raňajok, ktoré ponúkajú aj námety na nové témy. Informácie ďalej čerpajú aj z odborných webových portálov či priamo od odborníkov, výnimkou opäť nie sú ani on-line sociálne siete.



Obrázok 2 Model informačného správania žurnalistov

Viacerí respondenti výskumu sa zhodli, že práca redaktora v rámci tlačovej agentúry je náročná, napriek tomu všetci vedeli pomenovať faktory, vďaka ktorým ich práca baví, naplňa a niekedy sú ochotní v nej ísť aj nad rámec svojich pracovných povinností. Na základe výpovedí možno charakterizovať agentúrnu žurnalistiku ako veľmi rýchlu, zodpovednú prácu, ktorej pracovnou náplňou je produkcia krátkych správ z množstva získaných informácií a distribúciu spracovaných informácií ďalším médiám masovej komunikácie. Redaktori síce čelia časovému stresu, pociťujú spoločenskú nedocenenosť svojej práce či možné politické tlaky, mnohí sú napriek tomu ochotní venovať svoj voľný čas aktuálnej téme, na ktorej pracujú. Redaktorov k práci motivuje samotný charakter práce (práca s ľuďmi, komunikatívnosť, cestovanie), ale aj dobrý a súdržný kolektív, radosť z činnosti, ktorú vykonávajú, získavanie nových kontaktov, stretnutia s novými ľuďmi. Zároveň mnohí pociťujú hrdosť na svoju prácu, ktorá vyplýva z ich povolania agentúrnych žurnalistov, ktorej náplňou je tvorba objektívneho spravodajstva a práca s overenými informáciami, no tiež z renomé a spoločenského postavenia svojho zamestnávateľa.

Výsledkom výskumu je náš vlastný model znázornený na obrázku 2, ktorý formou konceptuálnej mapy zachytáva rôzne aspekty informačného správania agentúrnych žurnalistov.

Zoznam použitej literatúry

- BYSTRÖM, K. a P. HANSEN, 2005. Conceptual framework for tasks in information studies. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* [online]. 2005, 56(10), 1050-1061. Dostupné na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/asi.20197>
- BYSTRÖM, K., 1999. Task Complexity, Information Types and Information Sources: Examination of Relationships [online]. Tampere. Dostupné na: <https://www.hb.se/PageFiles/64018/kby-diss.pdf>
- CASE, Donald O. a Lisa M. GIVEN, 2012. *Looking for information: A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior*. 4. vyd. Bingley: Emerald. ISBN 978-1-78560-968-8.
- DIAKOPOULOS, N., 2012. Journalism as Information Science. In: *Nick Diakopoulos: Musings on Media* [online]. [cit. 2018-17-04]. Dostupné na: <http://www.nickdiakopoulos.com/2012/01/02/journalism-as-information-science/>
- CHINN, Lisa, 2001. The Information Seeking Behavior and Needs of Journalists in Context [online]. Dostupné na: <https://ils.unc.edu/MSpapers/2659.pdf>
- JÄRVELIN, K. a T. D. WILSON, 2003. On conceptual models for information seeking and retrieval research. *Information research* [online]. 2003, 9(1) [cit. 2018-07-01]. Dostupné na: <http://www.informationr.net/ir/9-1/paper163.html>
- KERINS, G., MADDEN, R. a C. FULTON, 2004. Information seeking and students studying for professional careers: the cases of engineering and law students in Ireland. *Information Research* [online]. 2004, 10(1), paper 208 [cit. 2018-07-10]. Dostupné na: <http://www.informationr.net/ir/10-1/paper208.html>
- MOTHES, Cornelia, 2014. *Objektivität als professionelles Abgrenzungskriterium im Journalismus*. Baden – Baden: Nomos. ISBN 978-3-8487-0546-7
- PHARO, N. 2004. The Search Situation and Transition Model. *Information research* [online]. 2004, 10 (1) [cit. 2018-02-01]. Dostupné na: <http://www.informationr.net/ir/101/paper203.html>
- SINGH, Gurdev a Minika SHARMA, 2013. Information seeking behavior of newspaper journalists. In: *International Journal of Library and Information Science* [online]. Delhi, 2013, roč. 5, č.7, s. 225-234 [cit. 2018-07-01]. ISSN 2394-9384. Dostupné na: http://www.academicjournals.org/article/article1379699589_Singh%20and%20Sharma.pdf
- STEINEROVÁ, Jela, 2005. Informačné správanie človeka – používateľa informácií v súvislostiach. *Ikaros* [online]. [cit. 2018-07-10]. Dostupné na: <https://ikaros.cz/informacne-spravanie-cloveka-%E2%80%93-pouzivatelia-informacii-v-suvyslostiach>
- STEINEROVÁ, Jela, GREŠKOVÁ, Mirka a Jasna ILAVSKÁ. *Informačné stratégie v elektronickom prostredí*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2010. ISBN: 978-80-223- 2848-7.
- WILSON, T. D., 1999. Models in information behaviour research. *Journal of Documentation* [online]. 1999, 55(3), 249-270 [cit. 2018-07-01]. Dostupné na: http://www2.hawaii.edu/~donna/lis610/TDWilson_Only_1999.pdf

Mgr. Charlotte Schottertová

Mgr. Jakub Fázik

(Katedra knižničnej a informačnej vedy FiF UK v Bratislave) ■