

MEDIÁLNE SYSTÉMY V EURÓPE – NEMECKO

Nemecko po zjednotení predstavuje najväčší mediálny trh v Európe. Ak k tomu pripočítame nemecky hovoriace obyvateľstvo v Rakúsku a Švajčiarsku, nemecké médiá môžu počítať s potenciálnym trhom asi 100 miliónov obyvateľov. Táto kapacita spolu s ekonomickým potenciálom krajiny vytvára z Nemecka jednu z mediálne najrozvinutejších krajín na svete a zároveň umožňuje vznik obrovských mediálnych spoločností, ktoré operujú nielen na domacom, ale aj na mnohých zahraničných trhoch.

Tlač

Štruktúra nemeckej tlače sa vyznačuje niekoľkými charakteristikami, najmä:

- vysokým počtom novinových titulov,
- početnou a silnou regionálnou tlačou,
- malým počtom celoštátnych novín,
- veľkým počtom časopisov,
- slabým postavením straníckej tlače,
- veľkou závislosťou od reklamných príjmov,
- vysokým stupňom ekonomickej koncentrácie.

Na prvý pohľad a v porovnaní s inými krajinami sa zdá, že ponuka tlačených médií v Nemecku je pestrá. Avšak zdanie klame. V roku 1998 vychádzalo v Nemecku iba 135 „nezavislých vydavateľských jednotiek“ (vydavateľ, ktorý vyrába všetky časti svojich novín), 361 „publicistických jednotiek“ a 1 578 redakčných vydaní (vrátane lokálnych mutácií). Lokálne vydania sú nesamostatné lokálne periodiká (tzv. hlavičkové noviny), ktoré pripravujú iba lokálnu časť novín a ostatné preberajú od hlavného vydavateľa. Materské a dcérske noviny právne a hospodársky patria jednému majiteľovi, ich redakčná časť dokonca i niekoľkým majiteľom.

Náklady novín potvrdzujú silnú pozíciu regionálnej a lokálnej tlače. V roku 1998 vychádzalo v Nemecku 367 denníkov v celkovom jednorazovom náklade 25 miliónov exemplárov. Z toho 17,3 milióna pripadalo na 349 regionálnych a lokálnych denníkov, 1,6 milióna na 10 nadregionálnych denníkov a 6,1 milióna na 8 denníkov v pouličnom predaji. Do skupiny desiatich najväčších nemeckých denníkov patria iba tri celoštátne. V Nemecku na 1000 obyvateľov pripadá 306 exemplárov denníkov. (Pozri tabuľku 1.)

V Nemecku vychádza iba 10 nadregionálnych alebo celoštátnych denníkov (*BILD-Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*, *Frankfurter Rundschau*, *Tageszeitung a Handelsblatt*). Všetky o sebe tvrdia, že sú nezávislé a nestraničné, avšak väčšina z nich sa prikláňa k liberálnemu a konzervatívnemu politickému spektru. Zvláštnu pozornosť si zasluhuje *BILD-Zeitung* s mimoriadne vysokým nákladom (4,5 milióna výtlačkov) a početnými regionálnymi vydaniami, ktorý sa vyznačuje tabloidným formátom, pochybnou novinárskou úrovňou, bulvárnou žurnalistikou a silne pravicovou orientáciou.

V súčasnosti (1999) vychádza v Nemecku celkom 787 univerzálnych časopisov v náklade vyše 125 miliónov exemplárov a 978 špecializovaných časopisov v náklade 16,5 milióna.

Tabuľka 1

Desať najväčších nemeckých denníkov (1997)

Titul	Vydavateľ	Náklad (v tis.)	Čitatelia (v tis.)
BILD	Axel Springer Verlag	4 528	10 958
WAZ *	WAZ Gruppe	1 157	3 056
Zeitungsgruppe Thüringen**	WAZ Gruppe	521	1 260
Freie Presse	Chemnitzer Verlag u. Druck	454	1 058
Süddeutsche Zeitung	Süddeutscher Verlag	405	1 183
Rheinischer Post	Rheinisch-Bergischer Druckerei u. Verlags	398	856
Frankfurter Allgemeine	FAZ	396	990
Sachsische Zeitung	Gruner und Jahr	391	965
Mitteldeutsche Zeitung	M. DuMont Schauberg	378	964
Express	M. DuMont Schauberg	333	716

* Zahŕňa štyri tituly: WAZ, NRZ, WP a WR

** Zahŕňa tri tituly: Thüringer Allgemeine, Thüringer Tagespost a Ostthüringer Zeitung
Zdroj: World Press Trends 1998 Edition, Zenith Media, London 1999

Novým typom novín, ktoré sa v Nemecku rozšírili po roku 1945, je týždenník, tlačený na rotačkovom papieri. Jeho ťažiskom nie je aktuálne spravodajstvo, ale analýzy a komentáre. Každý týždeň v Nemecku predajú 2 milióny takýchto novín. Spomedzi 25 týždenníkov k najúspešnejším a vplyvným v tejto kategórii tlače patrí *Die Zeit* (náklad asi 500 tisíc), nezávislý liberálny týždenník. Protestantská cirkev vydáva *Deutsche Allgemeine Sonntagsblatt* (90 tisíc) a katolícka cirkev *Rheinischer Merkur*.

Ďalšou a u nás neznámou kategóriou tlače sú spravodajské magazíny. *Der Spiegel* (1 milión) vznikol podľa vzoru amerického magazínu *Time* a dlhý čas nemal na nemeckom trhu konkurenciu. Známym svojím investigatívnym novinárstvom a početnými škandálmi *Der Spiegel* predstavuje jedno z najvplyvnejších politických periodík v Nemecku. Pred pár rokmi založený magazín *Focus* (500 tisíc) ako priamy konkurent *Spiegla* sa usiluje získať čitateľov pestrejšou farebnou úpravou a konzervatívnejším obsahom.

Na živom trhu univerzálnych časopisov stále vedie úspešný a najznámejší časopis *Der Stern* z vydavateľstva Gruner und Jahr (ovládaného Bertelsmannom), povestný svojou liberálnou orientáciou a investigatívnym novinárstvom.

Na nemeckom trhu denníkov dominujú štyri vydavateľské skupiny. Najväčší trhový podiel (23 %) pripadá skupine Axela Springera (*BILD-Zeitung*, *Die Welt*, *Hamburger Abendblatt*, *Berliner Morgenpost* atď.). Druhým najväčším vydavateľským domom je Westdeutsche Allgemeine Zeitung s početnými regionálnymi denníkmi, tretím Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung a štvrtým DuMont Schauberg. Relatívne novým hráčom na trhu dennej tlače je Gruner und Jahr, ktorý sa v minu-

losti sústreďoval najmä na vydávanie časopisov. (Pozri tabuľku 2.)

Desať najväčších vydavateľov denníkov kontroluje asi 56 % trhu. Štyria najväčší vydavatelia univerzálnych časopisov kontrolujú 65 % relevantného trhu.

Audiovizuálne médiá

Podľa nemeckej ústavy rozhlasové a televízne vysielanie plne patrí do kompetencie spolkových krajín ako súčasť ich „kultúrnej suverenity“. Výnimku tvoria iba vysielacie organizácie, ktoré zabezpečujú vysielanie pre zahraničie – Deutschlandfunk a Deutsche Welle. Organizačnú a právnu štruktúru všetkých ostatných vysielacích korporácií definujú krajinské zákony. V prípade zaangažovanosti viacerých krajín sa právna úprava rieši zmluvou medzi viacerými alebo všetkými krajinami (napr. ZDF). Vzhľadom na toto zákonné usporiadanie je aj verejnoprávne vysielanie záležitosťou spolkových krajín.

Po nástupe nových elektronických technológií (káble a satelity) spolkové krajiny v osemdesiatych rokoch pripravili návrhy zákonov, ktoré upravovali podmienky činnosti súkromných elektronických médií. Zákonmi boli zároveň zriadené dozorné orgány (Landesmedienanstalten) pre dohľad nad vysielaním. Štátnou mediálnou zmluvou medzi všetkými spolkovými krajinami (Medienstaatsvertrag) bol vytvorený celoštátny regulačný rámec. Počnúc rokom 1990 sa táto federálna štruktúra začala uplatňovať aj vo východných krajinách bývalej NDR, kde zanikla stará centralizovaná štruktúra vysielania. Definitívna štruktúra vysielania bola definovaná v štátnej zmluve z roku 1991, naposledy novelizovanej v roku 1997.

Tabuľka 2

Desať najväčších vydavateľov v Nemecku (1997)

Vydavateľ	Podiel na trhu (%)	Náklad (milióny)
Axel Springer Verlag	23,7	6,3
Zeitungsgruppe WAZ	5,9	1,7
Verlagsgruppe Stuttgarter Zeitung	5,0	1,3
Verlagsgruppe DuMont Schauberg	4,0	1,1
Gruner und Jahr	3,4	1,1
Verlagsgruppe Süddeutsche Zeitung	3,2	0,9
Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung	3,0	0,8
Verlagsgruppe Ippen	2,7	0,8
Verlagsgruppe Holtzbrinck	2,5	0,9
Verlagsgruppe Madsack	2,3	0,8

Zdroj: World Press Trends 1998 Edition, Zenith Media, London 1999

Deutsche Telekom (DT) je čisto federálna inštitúcia zriadená spolkovým zákonom. S dohľadom ministerstva pôšt pôsobí v súčasnosti ako súkromná spoločnosť. DT zaujíma pomerne silnú pozíciu v oblasti klasického vysielania (vrátane vlastníctva väčšiny vysielateľov), ale aj vo sfére káblovej a satelitnej televízie. DT prevádzkuje takmer všetky káblové rozvody v Nemecku a je považovaný za jedného z najväčších vlastníkov káblových sietí na svete. Zároveň má významný vlastnícky podiel v satelitnom systéme ASTRA.

Verejnoprávne vysielanie zabezpečujú nezávislé a neziskové organizácie, financované prevažne z koncesionárskych poplatkov. Typická verejnoprávna inštitúcia zabezpečuje rozhlasové a televízne vysielanie pre určitý región, ktorým je vo väčšine prípadov spolková krajina. Tak je to v prípade WDR (Westdeutsche Rundfunk) v Severnom Porýnsku-Vestfálsku alebo v prípade BR (Beierische Rundfunk) v Bavorsku. Ale NDR (Norddeutsche Rundfunk) je spoločnou vysielacou inštitúciou pre tri spolkové krajiny – Šlezvicko-Holštajnsko, Hamburg a Dolné Sasko. Všetky regionálne vysielacie organizácie, ktoré v roku 1950 založili ARD (Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands), prispievajú – primerane svojej veľkosti – do prvého programu nemeckej verejnoprávnej televízie. Zároveň samostatne vysielajú tzv. tretie programy, ktoré ponúkajú regionálne spravodajstvo a viac na kultúru a vzdelávanie orientované relácie.

Druhá nemecká televízia ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) so sídlom v Mohuči vznikla na základe štátnej zmluvy v roku 1961. Na rozdiel od federálne organizovanej ARD ZDF ponúka jeden centrálny celoštátny program bez regionálnych vstupov, aj keď má svoje redakcie v rozličných častiach krajiny.

Jednotlivé krajinské vysielacie inštitúcie ponúkajú 3 až 5 rozhlasových programov, z ktorých obyčajne jeden je venovaný spravodajstvu a populárnej hudbe so sprievodnou reklamou a ostatné sa viac špecializujú na vážnejšiu hudbu, vzdelávacie a dokumentárne relácie.

Všetky vysielacie inštitúcie spravujú nezávislé rady pre vysielanie (Rundfunksrats), ktorých členovia reprezentujú všetky dôležité skupiny spoločnosti. Buď sú volení krajinskými parlamentmi, alebo ich do rád delegujú spomínané spoločenské skupiny – politické strany, podnikateľské a odborové organizácie, cirkvi, športové, ženské, kultúrne a iné organizácie. Aj keď teoreticky málokto z členov rady priamo nominuje niektorá z veľkých politických strán, činnosť rád silne ovplyvňujú politické záujmy.

Verejnoprávni vysielatelia ARD a ZDF sa podieľajú aj na tvorbe programu a vysielaní satelit-

nej stanice 3 Sat (spoločne s rakúskou ORF a švajčiarskou SRG), ktorá prináša väčšinou kvalitný kultúrny program – výber z už odvysielaných programov zúčastnených televíznych organizácií. ARD a ZDF sa podieľajú aj na spoločnom nemecko-francúzskom projekte kultúrneho televízneho programu ARTE so sídlom v Baden-Badene. V Nemecku je tento program dostupný iba prostredníctvom káblových rozvodov a satelitného vysielania.

Od polovice osemdesiatych rokov má nemecká verejnoprávna televízia vážnu konkurenciu v komerčnej televízii. O začiatok novej éry, éry duálneho systému televízneho vysielania, sa postarali dve stanice. Prvá (RTL) začala vysielat z Luxemburgu, druhá (Sat 1) odštartovala úvodný káblový projekt v Ludwigshafene. Po úspešných pokusoch týchto dvoch pribudli čoskoro ďalšie komerčné stanice. V súčasnosti komerčné televízne vysielanie v Nemecku kontrolujú dve skupiny majiteľov, ktorí sa sami nazývajú „vysielacími rodinami“. Jednu vedie Leo Kirch a patrí k nej Sat 1, Pro 7, DSF a Kabelkanal. Do druhej, ovládanej Bertelsmannom a luxemburskou CLT, patrí RTL, RTL 2, Super RTL a VOX. Spoločnosť platenej televízie Premiere spoločne vlastní Bertelsmann, Kirch a francúzsky Canal Plus. Po roku 1995 pribudli ďalšie stanice – spravodajský kanál ntv (jedným z vlastníkov je CNN) a dve hudobné stanice viva a viva 2. Vo veľkých mestách ako Berlín a Hamburg fungujú regionálne komerčné stanice.

Spomedzi veľkých európskych krajín má Nemecko najvyššie percento domácností s prípojkou káblovej televízie (44 %), čo predstavuje vyše 33 miliónov domácností. Je to najviac zo všetkých európskych krajín. Ďalších 30 % domácností môže prijímať televízne programy pomocou satelitných zariadení. V júli 1996 začal Kirch ako prvý ponúkať Nemcom platenú (kódovanú) digitálnu televíziu DF 1. Počet jej predplatiteľov je zatiaľ veľmi obmedzený.

Štátna mediálna politika

Hlavnú rolu v nemeckej mediálnej politike zohrávajú politické strany, najmä krajinské organizácie dvoch veľkých strán, konzervatívnej CDU a sociálnodemokratickej SPD, ktoré kontrolujú prevažnú časť verejnoprávneho sektora. V priebehu osemdesiatych rokov tieto strany iniciovali nové zákony o vysielaní pre súkromný sektor a zaujali dôležité pozície v novoustanovených dozorných orgánoch. Spolková vláda neovplyvňuje štátnu mediálnu politiku priamo, jej hlavným nástrojom je Deutsche Telekom. Väčšina veľkých mediálnych konglomerátov (Kirch, Springer, Bauer, Burda)

podporuje CDU, najväčšia nemecká mediálna spoločnosť Bertelsmann úzko spolupracuje s SPD.

Hlavnou témou štátnej mediálnej politiky bola dlhé roky otázka komercializácie médií. CDU tradične presadzovala záujmy súkromných médií, SPD hájila verejnoprávny sektor. Po rokoch silnej polarizácie je súčasná mediálna politika výsledkom konsenzu všetkých spolkových krajín. Štátna zmluva z roku 1991, aktualizovaná v roku 1997, uzákonila duálny systém vysielania. Okrem iného zahŕňa aj reguláciu mediálnej koncentrácie, keď stanovuje, že jeden prevádzkovateľ televízneho vysielania nesmie kontrolovať viac ako 30 % sledovanosti všetkých televíznych staníc. Napriek tomu je vysoká koncentrácia médií, hlavne zásluhou dvoch „vysielacích rodín“, najväčším problémom mediálnej politiky. Najmä po tom, čo Bertelsmann (Ufa) a CLT (RTL) zlúčili všetky svoje vysielacie aktivity a Kirch nemieni za nimi zaostať.

Systém regulácie

Nemecká tlačová rada (Deutscher Presserat) zložená zo zástupcov novinárskych a vydavateľských organizácií bola ustanovená už v roku 1956. Na radu sa so sťažnosťou môžu obrátiť všetci nemeckí občania, ktorí sa cítia dotknutí písaním nemeckej tlače. Ak rada svojím rozhodnutím podporí ich sťažnosť, dotyčné noviny sú povinné publikovať rozhodnutie rady. Účinnosť takejto samoregulácie je obmedzená, predovšetkým vo vzťahu k bulvárnej tlači.

Podobnou organizáciou je Nemecká rada reklamy (Deutscher Werberat), v ktorej sú zastúpení predstavitelia reklamného priemyslu, médií a reklamných agentúr. Svoje rozhodnutia publikuje rada v bulletine. Rada, v ktorej nie sú zastúpení konzumenti reklamy, sa nevyznačuje výrazne kritickým postojom k reklame a jej prehraškom.

Sťažnosťami na vysielanie verejnoprávnej televízie možno adresovať rade pre vysielanie Rundfunkrat. V súkromnom sektore vznikla v roku 1993 na podnet Asociácie súkromných vysielateľov a telekomunikácií Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (Dobrovoľná sebakontrola televízie). Svojou štruktúrou a funkciami je táto organizácia jedinečnou v Európe a zohráva dôležitú rolu v nemeckom systéme ochrany mladistvých televíznych divákov.

Výbor FSF je zložený z mediálnych odborníkov, ktorí majú skúsenosti s vysielaním mládežníckych programov. Je zložený z desiatich neutrálnych členov a piatich zástupcov štyroch súkromných televíznych staníc. Výbor vypracoval pravidlá, kritériá a procedúru kontroly televíznych programov, najmä filmov. Má k dispozícii 70 posudzovateľov,

ktorí v trojčlenných skupinách hodnotia filmy určené na vysielanie v určitom čase. Posudzovatelia rozhodnú, či úmysel určitej televíznej stanice vysielat posudzovaný film: a) možno akceptovať, b) odporučiť jeho vysielanie v neskoršom vysielacom čase, c) odporučiť vystrihnúť určité jeho časti alebo d) vôbec film nevysielat.

Mediálne organizácie

Novinári majú v Nemecku dve hlavné organizácie – Združenie nemeckých novinárov (Deutscher Journalisten Verband – DJV), ktoré sa síce vydáva za odborársku organizáciu, ale v skutočnosti je profesijnou organizáciou. Druhou je Zväz nemeckých novinárov (Deutsche Journalisten Union – dju), ktorý je súčasťou IG Medien (Odborový zväz pracovníkov médií), člena Nemeckej federácie odborových zväzov (Deutscher Gewerkschaftsbund – DGB).

Na strane zamestnávateľov sú vydavatelia dennej tlače organizovaní v Spolkovom združení nemeckých vydavateľov novín (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger – BDZV) a časopiseckú tlač zastupuje Združenie nemeckých vydavateľov časopisov (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger – VDZ). Komerčné rozhlasové a televízne stanice spolupracujú v rámci Združenia súkromných vysielateľov a telekomunikácií (Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation – VPRT).

Perspektívny vývoj

Zásluhou zavedenia duálneho systému vysielania a zjednotením Nemecka sa nemecký mediálny systém výrazne zmenil. V súčasnosti sa väčšina médií nachádza v štádiu konsolidácie a rýchlosť ďalšej transformácie sa spomalila. Nové médiá, najmä digitálna televízia, sa zatiaľ nestretli s takým ohlasom, ako sa predpokladalo. Vzhľadom na dostupnosť množstva voľných televíznych kanálov je záujem o platenú televíziu malý. Hlavní aktéri na trhu (Kirch, Premiere a Deutsche Telekom) však hľadajú cesty, ako zabezpečiť budúcnosť digitálnej platenej televízie. Od roku 1995 je v Nemecku v prevádzke aj digitálne rozhlasové vysielanie. Zatiaľ však s malým účinkom.

Väčšinu nemeckých médií ovláda niekoľko veľkých konglomerátov. Bertelsmann je nielen najväčšou nemeckou mediálnou spoločnosťou, ale aj jednou z najväčších na svete. Po zlúčení svojich vysielacích aktivít s CLT sa tieto dve spoločnosti stali najväčším aktérom na európskom televíznom trhu. Nemenej silná je však aj Kirchova skupina, ktorá má značný vplyv v Springerovi, v najväčšom vydavateľskom dome v Európe, kontroluje množstvo televíznych kanálov

v Nemecku a značnú časť európskeho filmového obchodu. Dve „rodiny“ – Bertelsmann/CLT a Kirch/Springer vlastní väčšinu nemeckej komerčnej televízie. Sú tu však aj ďalšie veľké mediálne spoločnosti ako Bauer, Burda a Holtzbring, ktoré sa zatiaľ sústreďujú najmä na oblasť tlačených médií. Pritom všetky veľké nemecké mediálne spoločnosti sú aktívne na medzinárodných trhoch. Naopak, na veľkom nemeckom trhu pôsobia všetky veľké nadnárodné spoločnosti ako Murdoch, Disney, Time-Warner, Canal Plus a pod.

V rámci štátnej mediálnej politiky síce odzneli návrhy na obmedzenie činnosti veľkých mediálnych spoločností, avšak snahy sociálnych demokratov a zelených sa nedokázali presadiť. Tieto mediálne spoločnosti sa usilujú vyhnúť tvrdej reštrikcii úzkou spoluprácou s hlavnými politickými stranami. Preto aj regulačné opatrenia v novej „štátnej zmluve“ majú iba symbolický význam. A tak prevádzkovatelia súkromnej televízie sa sťažujú na nekalú konkurenciu verejno-

právnych médií, ktoré okrem koncesionárskych poplatkov využívajú aj príjmy z reklamy. Podľa nich sa verejnoprávne vysielanie má sústreďovať na kultúrne a vzdelávacie programy a zábavu prenechať súkromným médiám.

Podľa zahraničných prameňov pripravil
PhDr. Samuel Brečka,
Mediálne informačné centrum, Bratislava.

PRAMENE

MEYEN, H.: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Volker Spies, Berlin 1996.
SCHULER-HARMS, M.: Das Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland. In: Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 98/99, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden/Hamburg 1998, s. 133–151.
World Press Trends 1998 Edition, Zenith Media, London 1999.

ZO ZAHRANIČNEJ TLAČE

DIFFUSION EBU

Ročník 1999

Prvé číslo **Winter 1998/1999** sa primárne zameralo na európsku programovú tvorbu v období digitalizácie. Úvodný článok K. E d g e r l e y a (s. 5–8) na tému *Európske programy v digitálnom veku* informuje o medzinárodnej konferencii EBU v dňoch 27.–28. 10. 1998 v Bruseli. Ústrednou témou boli *Európske programy v období digitalizácie*. Na konferencii sa zúčastnilo 300 účastníkov vrátane ústredných predstaviteľov EBU, MEP a 35 zástupcov národnej a medzinárodnej tlače. Prednášky a diskusie sa týkali charakteristiky digitálneho veku, stratégie verejnoprávných vysielateľov, zmien v činnosti vysielateľov, vplyvov globalizácie, kultúrnych rozmanitostí, medzinárodného práva a opatrení, ako i programovej politiky z hľadiska vysielania. Konferenciu ukončil viceprezident EBU Xavier Gouyou Beauchamps, ktorý v 9 bodoch predniesol hlavné závery a odporúčania pre verejnoprávných vysielateľov.

A. S c h a r f sa v príspevku *Obsah je král* (s. 10–11) v skratke vrátil ku konferencii EBU spred dvoch rokov, najmä k dôsledkom digitálnej technológie pre občanov a zákazníkov. Informačná spoločnosť musí byť spoločnosťou pre všetkých, nielen pre bohatých jedincov. Preto sa verejnopráv-

ni vysielatelia majú pri tvorbe programov zameriavať na široké publikum. Programy by mali byť kvalitné čo do obsahu, kultúrnych rozmanitostí, vzdelávania, formovania verejnej mienky a zachovávanie plurality názorov.

J. B. M ü n c h v článku *Budúcnosť programovej produkcie* (s. 12–16) hodnotí európsku a americkú programovú výrobu, pričom prichádza k záveru, že európska produkcia si v súčasných podmienkach vyžaduje energetickejšiu podporu.

A. W e i s s príspevkom *Nástup digitalizácie: nemecký vzor* (s. 17–20) hodnotí stav vysielania v Nemecku z aspektu verejnoprávných vysielateľov, ktorých činnosť sa musí posilniť najmä v ich zodpovednosti a neutralite.

F. A m o r-L o p é z postojom *Programová politika* (s. 21–23) ozrejmjuje digitalizáciu z pohľadu zmien, ktoré sa premietajú do súčasných médií. Digitalizácia otvára možnosti pre súkromných prevádzkovateľov a tým vytvára aj nové komunikačné povinnosti. V digitálnom období by sa programová politika mala rozvíjať v troch klasických oblastiach vysielania: informačnej, kultúrnej a zábavnej, pričom verejnoprávny a súkromný sektor by sa mali dopĺňať.

H. F a l s e v štúdií *Rozširovanie priestoru* (s. 24–26) približuje poznatky z digitalizácie televízie na príklade France Télévision. Konštatuje, že tento proces sa týka predovšetkým skvalitňovania programov a zväčšovania audiovizuálneho trhu. Autor hodnotí aj využívanie internetu, nových služieb a interaktívnej televízie. Predstavuje web televízneho typu a neobchádza ani tému digitalizácie terestriálneho vysielania z hľadiska verejnoprávnej televízie a nových médií. Zaujímavé sú informácie o potrebách finančnej autonómnosti tematických kanálov a o politike partnerstva.

A. O g a n e s s i a n v článku *Nové zmeny v medzinárodnom vysielaní* (s. 27–29) na príklade diskusie o pravidlách, ktoré sa týkajú verejnoprávneho vysielania v Rusku, konštatuje, že digitálny vek vo všeobecnosti prináša vysielateľom veľké výhody v podobe kvality zvuku a interaktivity. Paradoxom je, že napriek neexistencii všeobecných pravidiel pre digitálne vysielanie v praxi sa uplatňujú určité nepísané pravidlá.

Tohtoročná ročenka **EBU – Yearbook 1999** bola venovaná predovšetkým verejnoprávnemu vysielaniu v období digitalizácie. V úvodnom článku *Verejnoprávne vysielanie v období digitalizácie* (s. 2–3) A. S c h a r f hodnotí vývoj rozhlasového a televízneho vysielania z hľadiska vplyvu nových technológií a záverov rezolúcie prijatej Výborom ministrov Európskej únie dňa 25. januára 1999 a zameranej na verejnoprávne vysielanie.

X. G. B e a u c h a m p s sa zaoberá *Budúcnosťou poslania EBU* (s. 4–5). EBU chápe ako významný orgán verejnoprávných televíznych organizácií v Európe a formuluje odporúčania dôležité pre fungovanie EBU a tým aj pre televízne spoločnosti:

1. Podporovať verejný prístup k udalostiam veľkého spoločenského významu.
2. Zhromažďovať a šíriť informácie v duchu profesionálnych kódexov o informovaní.
3. Umožniť verejnoprávnym televíziám, aby mali prístup tak k starým, ako i k novým technológiám.
4. Dať možnosť európskym programom prezentovať sa na európskom trhu.

B. B e r g a n t v článku *Lekcie Kosovo* (s. 6–7) píše o úlohe verejnoprávnej televízie pri zobrazovaní konkrétneho násillia páchaného na ľuďoch. Rozoberá problematiku používania rôznych televíznych techník pri zobrazovaní násillia a zároveň si kladie otázku, kde je hranica medzi skutočnosťou a fikciou. Predovšetkým je potrebné chrániť kredibilitu a etické normy, napr. v spojení s virtuálnou realitou. Zasadzuje sa za vyvážený postoj médií pri zobrazovaní násillia na televíznych obrazovkách.

J. B. M ü n c h píše o *Položení základov budúceho vývoja* (s. 10–11) verejnoprávneho vysie-

lania, ktoré za posledné roky prešlo politickým, ekonomickým a technickým vývojom smerujúcim k digitalizácii. Autor spätne hodnotí význam brusselskej konferencie EBU i záverečnú správu na tému *Digitálny vek – európska audiovizuálna politika*, v ktorej sa zdôrazňuje markantnosť úlohy verejnoprávneho vysielania pri tvorbe programového obsahu a pri zaoštarovaní potrebných investícií do európskeho televízneho priemyslu. Informuje aj o nových projektoch zameriavajúcich sa na potreby používateľov. Hlavne by malo ísť o:

- vytvorenie rozhlasovej skupiny EUROSONIC, ktorá sa venuje hudbe pre mládež;
- vytvorenie špeciálneho spôsobu výmeny spravodajstva za podpory členov 24-hodinových televíznych spravodajských kanálov;
- preskúmanie, ako najlepšie prenášať archívny materiál do budúceho storočia. Odporúča orientáciu na formu digitálnej úschovy a rozvoj televíznej archívnej služby v budúcom storočí;
- vypracovanie štúdie, ktorá by obsahovala štruktúry spájajúce akvizíciu alebo spolufinancovanie hlavných programov.

C. S t o f f e l – D. D e b e l l e m a n i è r e v príspevku *O sieti Eurovizie v digitálnej podobe* (s. 16–17) približujú sieť Eurovizie, ktorá je od roku 1954 budovaná ako prostriedok na šírenie denného spravodajstva a výmenu programu. Spôčiatku bola veľmi úspešná, avšak v súčasnosti je sieť jednou z množstva providerov medzinárodného televízneho prenosu služieb v Európe a jej kapacita a flexibilita enormne vzrástla od decembra 1997, keď bola spustená inštalácia skúšobnej stanice. Digitalizácia zmenila spôsob práce zákazníka so sieťou Eurovizie, zlepšila sa flexibilita a kvalita vysielacích služieb, ako i tarifné platby.

N. F r a n k sa v článku *Verejnoprávne vysielanie a Európska únia* (s. 26–27) zaoberá Orejovou správou z októbra 1998, v ktorej sa hovorí o úlohe verejnoprávneho vysielania v duálnom systéme. Uznáva, že vysielatelia sú nosnou silou európskej audiovizuálnej produkcie. Podporuje princípy, ktorými sa pre audiovizuálny sektor prijímajú relevantné opatrenia a politika na národnej i európskej úrovni. V druhej časti článku autor rozoberá návrh európskej direktívy o audiovizuálnom práve v informačnej spoločnosti.

Záverečná štúdia ročenky EBU je venovaná 117 členom EBU zo 79 krajín. Prehľadná tabuľka uvádza údaje o obrate, počte zamestnancov, televíznych a rozhlasových kanáloch. Doplnkom je hodnotiacia štúdia s grafmi a organizačnými diagramami.

Letné číslo Summer je prvé číslo pod vedením nového šéfredaktora Patricka Jaquina. Venuje sa predovšetkým financovaniu verejnoprávneho vysielania.

J. B. M ü n c h v článku *Financovanie volieb a verejný záujem* (s. 4–5) sa zaoberá financovaním verejnoprávneho vysielania v Európe a porovnáva ho s rozdielnymi zdrojmi financovania vo svete. Problematiku osvetľuje nielen z hľadiska štruktúry a usporiadania verejnoprávneho vysielania, ale i komunikačných potrieb jednotlivých štátov a vysielateľov. Približuje aj špecifické bezpečnostné opatrenia, ktoré by mali mať vplyv na nezávislosť, pluralizmus a verejnú zodpovednosť vysielateľov.

J. L. B l a n c h a r t sa pýta, či *Je verejnoprávne vysielanie kompatibilné s ekonomikou voľného trhu?* (s. 6–9) a vyjadruje sa o problémoch verejnoprávneho vysielania z aspektu tlaku komerčných vysielateľov. Poukazuje na ťažkosti, ale i na mechanizmus dosiahnutia ekonomického optima vo verejnoprávnom vysielaní, vzťahujúci sa na vyváženosť medzi programovými nákladmi a príjmami z reklamy.

M. F a n s t e n sa v príspevku *Podmienky diskusie* (s. 10–13) zameriava na financovanie sektora verejnoprávnej televízie na národnej a európskej úrovni a na miesto reklamy vo verejnoprávnych televíznych kanáloch. Porovnáva financovanie troch nemeckých (ARD 1, ZDF, ARD 3), dvoch anglických (BBC 1, BBC 2) a troch francúzskych kanálov (France 2, France 3, la 5e/Arte) a rozoberá ich problémy na základe graficko-štatistických podkladov. Autor prichádza k záveru, že situácia sa dá riešiť kvalitným zákonom o audiovizuálnej komunikácii, ktorý by sa mal dôsledne uplatňovať v praxi.

A. F r e n z e l – P. B o u d g o u s t: *Nemecko: Spolková rôznorodosť organizácií, programové ústupky a finančné modely* (s. 14–17). Autori približujú verejnoprávne vysielanie v Nemecku s rôznymi formami organizácií, programových služieb a financovania, čo je unikátne v Európe. V roku 1997 14 nemeckých verejnoprávnych vysielacích organizácií vyrobilo nezávisle alebo na báze spolupráce 53 rozhlasových a 13 televíznych programov. Štúdiu dopĺňajú prehľadné tabuľky o najväčších nemeckých vysielateľoch, informácie o systéme koncesionárskych poplatkov a umiestňovaní reklamy vo vysielaní.

P. L. M a l e s a n i predstavuje *RAI a verejnoprávne vysielanie v Taliansku* (s. 20–23) po nástupe nového topmanažmentu, ktorý si vo februári 1998 stanovil cieľ: Úplná reštrukturalizácia organizácie s prechodom na podmienky trhu. Do popredia vystúpili predovšetkým otázky globalizácie trhu, nových technológií a procesu konvergenencie vo vysielacom sektore, čo vedie k potrebe znovu posilňovať hodnoty verejnoprávneho vysielania RAI.

V. M. B i l l a u d e a u v článku *Španielsko, Grécko a Portugalsko: Nedostatočné financova-*

nie technologických zmien (s. 24–25) hodnotí nástup digitalizácie vo vyššie spomenutých krajinách, ktorá je však spojená s ťažkou finančnou situáciou. Predovšetkým ide o objem potrebných investícií, ktorý je nedostatočný a závisí od štátneho rozpočtu. Ten však nie je schopný pripraviť verejnoprávne vysielanie na novú epochu. Autor konštatuje, že v juhoeurópskych verejnoprávnych televíznych sieťach je konflikt medzi dvoma spôsobmi myslenia prívržencov:

1. úplne voľnej súťaže,
2. silnej verejnoprávnej rozhlasovej a televíznej siete.

G. L o v i t t informuje o *Financovaní Českej televízie* (s. 24–25) z postu riaditeľa sekcie strategického rozvoja Českej televízie. Približuje teoretický televízny systém v Českej republike, založený na princípe duálnosti. Autor konštatuje, že audiovizuálny trh je malý, jazykovo odlišný, z čoho vyplývajú špecifické problémy pri budovaní a financovaní duálneho systému vysielania, a to sa vzťahuje i na reklamu a licenčné poplatky. Pomôcť by mal nový zákon o vysielaní v Českej republike.

S. F o r b i n z Eureky Audiovisual píše o *Vysielateľoch v strednej a východnej Európe: Ako sa uplatňujú európske vysielacie kvóty?* (s. 26–31). Hodnotí súčasnú strednú a východnú Európu z hľadiska pripravenosti harmonizovať vlastné mediálne legislatívy s medzinárodne platnou európskou smernicou „Televízia bez hraníc.“ O naplnenie týchto cieľov by sa mala pričiniť EUREKA – audiovizuálny program pre audiovizuálny priemysel.

X. G. B e a u c h a m p s v príspevku *Audiovizuálna Európa* (s. 32–33) posudzuje kľady a nedostatky audiovizuálneho trhu, balansujúceho medzi súkromným a verejným sektorom, s čím úzko súvisia i ekonomické otázky. Podrobne sa venuje americkej audiovizuálnej produkcii, ktorá neblaho ovplyvňuje európsku audiovizu. Vyzýva k etike v oblasti audiovizie.

M. G r e e n v článku *Cesty do digitálnej budúcnosti rozhlasu* (s. 46–49) uvádza, že BBC má v súčasnosti 5 sietí a spája 40 miestnych a regionálnych staníc, súťažiacich s viac ako 180 komerčnými stanicami na národnej a lokálnej úrovni. Autor konštatuje, že sa nespĺnili predpovede týkajúce sa poklesu rozhlasového publika pri predpokladanom náraste televízneho publika. Súčasne prehľady WORLD DAB uvádzajú, že v Európe je vyše 9 000 rozhlasových staníc v 15 členských štátoch, ktoré počúva každý deň viac ako 210 mil. Európanov, pričom sú krajiny, kde je sledovanosť televízie nižšia ako počúvanosť rozhlasu alebo sú veľmi vyvážené. Autor sa venuje i procesu digitalizácie rozhlasového vysielania, ktorý by mal posil-

niť rozhlas. DAB chápe ako nové médium, prinášajúce nové možnosti a poskytujúce nové redakčné vizie, ktoré si vyžadujú nový spôsob práce. Do budúcnosti sa uvažuje o prepájaní vysielateľov, telekomunikačných spoločností a multiplexných prevádzkovateľov, ktorí pracovali doteraz ako oddelené celky.

D. K l e m a n v článku *Od detskej televízie k deťom a médiám* (s. 50–52) informuje o americkom centre pre deti a médiá, ktoré na mediálnej scéne pôsobí už 15 rokov.

Jesenné číslo Autumn prináša úvodný článok P. J a q u i n a (s. 2–3) pod názvom *Vlajkové lode verejnoprávneho rozhlasu*. Autor hodnotí 15. ročník stretnutia Rencontre de Torremolinos, ktoré sa koná každé dva roky (od r. 1973) pod záštitou EBU. Za to obdobie bolo prediskutovaných množstvo tém: výskum publika, rozhlas ako médium vyjadrovania a tvorby, rozhlas a kultúra, hudba a rozhlas, rozhlas a reklama, rozhlas a jeho publikum, zábava v rozhlase a pod. Tohtoročné stretnutie bolo zamerané na hlavné problémy verejnoprávneho vysielania v Európe.

M. J e n k e sa venuje téme *Európsky rozhlas za posledných 25 rokov* (s. 4–6) z pozície jeho vývoja od roku 1974 do roku 1999. Za toto obdobie vzniklo množstvo rôznych vysielacích systémov – od nekomerčných po komerčné a predstavuje aj svoje vizie rozhlasu v 21. storočí.

Strany 7–9 sú venované profilom staníc: *Radio 5 Todo Noticias* (španielska spravodajská sta-

nica), *SW 3* (multimediálna továreň, ktorá je najúspešnejšou nemeckou rozhlasovou stanicou), *RSI, Rete 1* (talianske rozhlasové stanice), *BNR* (bulharský národný rozhlas), *Rádio žurnál* (české verejnoprávne vysielanie).

M. H o r w i t z v článku *O americkej perspektíve* (s. 20–23) hodnotí situáciu vo vývoji verejnoprávneho vysielania, ktoré sa v USA začalo už v roku 1971. Píše o formách, ktoré by mali pritiahnúť publikum k rozhlasu, o cieľoch a poslani úspešnej rozhlasovej stanice.

N. F r a n k rozoberá problematiku *Autorského práva a informačnej spoločnosti* (s. 34–35), pričom sa venuje kvalite programov v digitálnom období. Posudzuje zámery navrhovanej smernice Rady Európy o autorskom práve v informačnej spoločnosti. Nabáda k väčšej tvorivosti, investovaniu a inovačným aktivitám v novom multimediálnom prostredí a konkrétne sa zameriava na poskytovanie efektívnej ochrany pred pirátstvom v nových on-line sieťach, ako je internet.

K. W o j c i e c h o w s k i v príspevku *Význam Direktívy pre vysielateľov v strednej a východnej Európe* (s. 38–41) píše o skúsenostiach s harmonizáciou poľskej mediálnej legislatívy s európskou direktívou v oblasti autorského práva a audiovizie.

Podľa zahraničných materiálov spracovala
PhDr. Denisa Vlková,
Mediálne informačné centrum, Bratislava.

EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION

Ročník 1999

Úvodný článok **prvého čísla** pripravili R. W a l l i s – B. C h. F u l l e r – M. K r e t s c h m e r – G. M. K u m i s na tému *Spochybňovanie kolektívnej správy práv duševného vlastníctva v hudbe* (s. 5–36). Článok informuje o súčasných trendoch autorského práva v hudbe na základe poznatkov, ktoré vyplynuli z prieskumu. Ten sa robil formou 30 interview s najvyššími predstaviteľmi 5 najväčších multinárodných hudobných firiem a ústredných inštitúcií zameraných na autorské právo v Nemecku, Japonsku, Švédsku a vo Veľkej Británii. Oslovení boli i zástupcovia Európskej komisie, Svetovej organizácie pre duševné vlastníctvo, ako i národných a medzinárodných obchodných orgánov.

J. M a g u i r e – E. P o u l t o n – C. P o s s a m a i v príspevku *Vojna slov* s podtitulkom *Identická politika v anglo-nemeckej tlači pri*

informovaní o EURO '96 (s. 61–90) sa sústreďujú na častokrát diskutovanú otázku, akú úlohu zohráva športové spravodajstvo pri budovaní a reprezentovaní jednoty národa a jednotnej politiky. Špeciálne sa autori zameriavajú na povahu a formu mediálneho spravodajstva v nemeckej a v anglickej tlači počas európskeho futbalového šampionátu v roku 1996 – EURO '96. Ako metódu použili kvantitatívnu obsahovú analýzu dvoch najväčších spravodajských rivalov z oblasti športu v Nemecku a v Anglicku.

S. E d g e s i kladie otázku *Prečo zabili Barneyho?* s podtitulkom *Médiá v Severnom Írsku a základy lojálneho terorizmu* (s. 91–116) a zároveň rozoberá význam fotožurnalistiky a novinárskej fotografie pri závažných reportážach zobrazujúcich násilie, a predovšetkým rok 1994, v Írsku známy ako rok násilností.

Z rubriky recenzie vyberáme tituly: CRISELL, A.: Úvod do histórie britského vysielania; SLATER, D.: Konzumná kultúra a modernosť; STREET, J.: Politika a populárna kultúra; McGUIGAN: Kultúra a verejná správa.

Druhé číslo uvádza príspevok M. Michalis a pod názvom *Európska vysielacia únia a Telecom* (s. 147–172). Autor sa v ňom venuje histórii Európskej vysielacej únie a úlohe, ktorú zohráva pri formovaní európskej vysielacej a telekomunikačnej politiky. Konštatuje, že Európska únia vždy mala a bude mať vplyv na vývoj v kultúre, pričom v súčasnosti by sa mala zamerať na telekomunikácie, a to predovšetkým vo vzťahu k vysielaniu. Ide najmä o oblasť regulácie príbuzných technológií. V článku sú definované základné zámery Európskej únie v telekomunikačnej politike a v dodatku sú uvedené citácie a odkazy na významné odporúčania a smernice Rady Európy, ktoré sa vzťahujú na telekomunikácie a vysielanie.

H. Smele v príspevku *Uplatňovanie západných mediálnych modelov na ruský mediálny systém* (s. 173–190) konštatuje, že za posledné desaťročia by sme mediálny svet mohli charakterizovať ako súboj dvoch mediálnych systémov „západný verzus komunistický“. Autor podrobne charakterizuje oba systémy, približuje západné a komunistické mediálne koncepcie, dotýka sa reštrukturalizácie vysielania po páde komunizmu a rozoberá uplatňovanie myšlienky verejnoprávneho vysielania. Čitateľ má možnosť oboznámiť sa s definíciou ruskej kultúry a jej postavením v kultúrach Západu a Východu. Autor konštatuje, že pád komunizmu privodil aj pád komunistických modelov, pretože jednotlivé spoločnosti sa transformovali na obraz západných spoločností a z toho dôvodu aj médiá začali uplatňovať princípy Západu. Zmenou poslania médií sa začalo meniť aj ich publikum, ktoré ovplyvňovali už nielen ekonomické, ale aj politické a kultúrne faktory. Na príklade Ruska možno sledovať, že v ruskej kultúre sa prelínajú západoeurópske a východoázijské vplyvy. V súčasnosti je v ruských médiách cítiť snahu po europinizácii.

K. Schoenbach – E. Rauf – J. M. MacLeod – A. Scheufel informujú v štúdiu *Sociodemografické determinanty čítanosti novín v USA a v Nemecku* (s. 225–240) o výsledkoch projektu, na ktorý udelila grant German Marshall Fund z USA. Cieľom projektu bolo zistiť, kto číta noviny v USA a v Nemecku. Porovnávací analýza údajov v publiku naznačila, že v USA sú noviny čoraz častejšie nástrojom sociálnych rozdielov, zatiaľ čo v Nemecku majú funkciu sociálnej integrácie. Výsledky uvedené v tabulkách naznačili, že noviny sú čítanejšie v Nemecku.

J. G. Blumler v príspevku *Politické komunikačné systémy v každodennom vývoji* (s. 241–249) konštatuje, že v poslednom období sa politická komunikácia mení, pretože sa mení sociálna štruktúra a spôsob života, a to má dosah i na stratégiu presvedčovania, vzťahy politikov a novinárov a v neposlednom rade i na mediálnu technológiu, organizovanie médií a ich financovanie. Elektronické médiá dominujú nad klasickými, hlavne čo sa týka politickej komunikácie. Medzi médiami a publikom vzniká nová forma politickej komunikácie.

Z recenzií sú podnetné: BOURDIEU, P.: O televízii a žurnalistike; WILLIAMS, K.: História masovej komunikácie vo Veľkej Británii; BRIGGS, A. – COBLEY, P.: Média – úvod.

V **trefom čísle** L. Tsaliki – A. Rivolis v príspevku *Internet ako nástroj tvorby verejnej mienky* (s. 255–276) konštatujú, že v súčasnosti sa v Grécku realizuje ústredná štátna iniciatíva zameraná na nové informačné a komunikačné technológie, ktoré, ako je známe, významne vplyvajú na tvorbu verejnej mienky.

Štúdia F. Esser a *O bulvarizácii spravodajstva* s podtitulkom *Porovnávací analýza anglo-americkéj a nemeckej žurnalistiky* (s. 291–324) konštatuje, že termín bulvarizácia často používajú novinári, ako aj kritici médií a výskumní pracovníci na charakteristiku súčasného pochybného trendu v médiách. Autor porovnáva tlač Veľkej Británie, Nemecka a Spojených štátov amerických a prichádza k záveru, že ekonomické a právne podmienky sú priamo úmerne zodpovedné za stupeň bulvarizácie v danej krajine.

R. Negrine príspevkom *Parlamenty a médiá* s podtitulkom *Meniace sa vzťahy?* (s. 325–352) kladie otázku, ako médiá mapovali parlamentné a politické zmeny, ktoré sa udiali za posledných 10 rokov. Článok informuje, ako boli v médiách zobrazovaní politici a parlament vo Veľkej Británii a v Nemecku v rokoch 1986–1996 na základe analýzy celého radu novín a elektronických médií za posledné dva roky, ako aj na základe rozhovorov s odborníkmi a politikmi.

E. Neveu sa zaoberá *Politikou vo francúzskej televízii* s podtitulkom *Smerom k obnove politickej žurnalistiky a štruktúry rozhovorov* (s. 379–410). Autor analyzuje politické programy odvysielané francúzskymi médiami počas prezidentských volieb v roku 1995. Poukazuje na zmeny francúzskeho mediálneho prostredia po roku 1980, keď sa zrodil duálny systém a vznikli nové komerčné televízne kanály. Analýzou programov francúzskych televíznych kanálov autor ponúka určité úvahy o štruktúre repertoáru politického vysielania v televízii a medzinárodných trendov, ktoré sa týkajú vedenia politických rozhovorov v médiách.

Z recenzií odporúčame: WINSTON, B.: Mediálna technológia a spoločnosť, história: Od telegrafu k internetu; BARKER, Ch.: Globálna televízia; CARLSSON, U. – FEILITZEN, C. von: Deti a mediálne násilie.

Vo štvrtom čísle K. S a n d e r s – T. B a l e – J. M. C a n e l v článku *Spôsobenie morálneho bahna s podtitulkom Predsedovia vlád a spravodajský manažment v konzervatívnej Veľkej Británii a v Španielsku* (s. 461–486) skúmajú rôzne spôsoby mediálneho zobrazovania dvoch vedúcich predstaviteľov vlád Johna Majora z Veľkej Británie a Felipa Gonzalesa zo Španielska. Výskumom sa zistilo, že vzťahy predsedov vlád s médiami sú menej profesionálne v Španielsku než vo Veľkej Británii. V článku sa poukazuje na problémy, ktoré vznikajú vo vzájomnej komunikácii medzi predstaviteľmi médií a zástupcami vlád. Autori prieskumu starostlivo zozbierali publikované materiály týkajúce sa oboch predstaviteľov v médiách z periodík *El Mundo*, *El Paris*, *ABC* a *DIARIO 16*, *The Guardian*, *The Independent*, *The Sun* a *The Sunday Times*, pretože tieto svojimi zverejnenými materiálmi vyvolali najväčšie politické škandály v roku 1990. Nakoniec bol použitý i štruktúrovaný dotazník pre tých ľudí, čo boli nejakým spôsobom spojení s aférou v oboch krajinách. Opýtaných bolo 15 ľudí, personál 8 vládnych strán a 7 novinárov, rozhovory sa uskutočnili v mesiacoch marec–jún 1998.

P. P a u l í k – P. S h i e l d s v príspevku *Smerom k vysvetľovaniu reštrukturalizácie v televíznom*

vysielaní Českej republiky (s. 487–525) charakterizujú proces vývoja v Českej televízii po páde komunizmu a monopolnej televízie. Poukazujú na vývoj duálneho systému vysielania, kde na jednej strane stojí verejnoprávna televízia a na druhej súkromné stanice, z ktorých najúspešnejšia je TV Nova. Cieľom štúdie je načrtnúť a vysvetliť proces transformácie českého vysielania a definovať kľúčové ekonomické, politické a kultúrne sily, ktoré vyvolali reštrukturalizáciu. Predovšetkým to bolo rozdelenie Česko-Slovenska, súboj medzi politickými a ekonomickými elitnými skupinami, ideologické boje a zahraničný vplyv.

M. E i d e e – G. K n i g h t príspevkom *Verejné/súkromné vysielanie s podtitulkom Funkcia žurnalistiky a problémy každodenného života* (s. 525–548) prispeli do diskusie o úlohách žurnalistiky v spravodajstve, ktoré svojmu publiku poskytuje informácie, rady a pomáha pri riešení problémov každodenného života. Autori konštatujú, že poslanie žurnalistiky sa orientuje hlavne na dva okruhy každodenných problémov – sťažnosti a možné nebezpečenstvá.

Z recenzií odporúčame: NORRIS, P.: Politika a tlač: Spravodajské médiá a ich účinky; McNAIR, B.: Sociológia žurnalistiky.

Podľa zahraničných materiálov spracovala
PhDr. Denisa Vlková,
Mediálne informačné centrum, Bratislava.