

MONITORING TELEVÍZNEHO SPRAVODAJSTVA A JEHO METODICKÉ PROBLÉMY

Na základe skúsenosti z viacerých monitorin- gov spravodajstva v rokoch 1994–1998 autori člán- ku analyzujú vzťah medzi cieľmi monitoringu, pou- žitými metódami, procedúrami a technikami, ako aj získanými poznatkami z hľadiska ich kvality, no- vosti a vypovedacej schopnosti pre užívateľov.

Monitorujúci tím v rokoch 1994 a 1998 spo- lupracuje dodnes, preto sa prihovára všetkým zá- ujemcom, ktorí by sa chceli zapojiť aj v budúcich monitoringoch okolo volieb a chceli by obohatiť jeho metódu o ďalšie kvalitatívne znaky v sprá- vodatstve, aby sa tímu prihlásili.

Monitoring známy aj neznámy

Monitorovaním označujeme špecifickú čin- nosť, ktorá priebežne alebo z času na čas sleduje údaje určitých vopred definovaných parametrov. Zmyslom monitorovania je kontrola, či zistené ale- bo namerané údaje zodpovedajú predpokladaným parametrom. Monitoring spravodajstva je analýza komunikovaných obsahov, aby sa zistilo, ako sa napĺňa úloha verejnoprávných médií. Metodickým nástrojom takéto zisťovania je obsahová analýza, pôvodne určená na analyzovanie textov.

Spravodajský príspevok je komplexným audio- vizuálnym komunikátom, má svoju verbálnu výz- namovo-sémantickú stránku, ale aj nonverbálne výrazové prostriedky. Televízna reč pracuje so zá- berom, strihom, montážou, elektronickou grafikou umožňujúcou v rozsiahlej miere narábať s grafic- kými symbolmi, a napokon aj s textami, a to jed- nak v podobe mikroviet, ktoré sú súčasťou elektro- nickej grafiky fragmentu pozadia alebo ucelenejších textov v kombinácii s obrazom na celej obrazovke a komentárom pod obraz. To všetko doslova „pre- letí“ za niekoľko sekúnd. Temporytmus kontinuál- neho informačného prúdu v rámci spravodajskej relácie určuje komunikátor. Tým sa významne líši situácia čitateľa novín od diváka televízie. Tento rozdiel musí brať do úvahy aj obsahová analýza komunikátu. Nejde iba o analýzu textu, ale o ana- lýzu uceleného produktu. Analýzou produktu sa zaoberá sociálna psychológia.¹ O monitoringu mô- žeme hovoriť aj ako o metóde pozorovania komu- nikácie, čo je z metodického hľadiska bližšie pozo- rovaniu komunikácie učiteľ – žiak, prednášajúci – poslucháč a podobne. Tento spôsob analýzy komu-

nikácie je veľmi dobre rozpracovaný v pedagogic- kom výskume v podobe ucelených pozorovacích systémov.² Napokon televízny komunikát má aj svo- ju výrazovú stránku, svoju semiotiku, čo nám umož- ňuje metodicky sa inšpirovať z analýz filmu či di- vadelného predstavenia.

Naznačená potreba interdisciplinárneho meto- dického prístupu k monitoringu televízneho sprá- vodatstva vyplýva aj z toho, že práve jej obrazová stránka prechádza najbúrlivejším vývojom. Sprá- vodatjský príspevok je čoraz menej čítanou sprá- vou, čím ďalej tým viac sa stáva „mikroinscena- ciou“. Spôsob obsahového stvárnenia spravodajského príspevku sme v roku 1994 opi- sali jednoducho: bez obrazu, fotografia, obrazová sekvencia. Spravodajský príspevok v roku 1998 mal oveľa členitejšiu vnútornú štruktúru:

- verbálne uvedenie udalosti moderátorom – význam, kontext, história,
- rozvedenie témy, popis udalosti či problému spravodajským redaktorom a kamerou v reáli,
- výpovede respondentov,
- ucelená aktuálna obrazová montáž približu- júca udalosť, problém, tému,
- archívne zábery, dokresľujúce históriu uda- losti alebo len voľne ilustrujúce,
- spravodajská analýza a syntéza udalosti pre diváka,
- stanovisko alebo komentár redaktora-sprá- vodatjcu,
- vklúčovaný grafický motív,
- titulok vypovedajúci v komprimovanej po- dobe o udalosti – akási kľúčová miniveta,
- aktualizácia príspevku moderátorom („Prá- ve sme dostali správu...“),
- aktuálny komentár experta k najhorúcejšej správe priamo zo štúdia (môže dokonca aj sedieť medzi moderátormi).

Zadanie, ciele a možnosti monitorovania

Zadanie úlohy monitorovať spravodajstvo môže byť všeobecnejšie alebo konkrétnejšie. Te- maticky širšie alebo užšie. Môže sa týkať týždňa, ale aj niekoľkých mesiacov. Úloha monitorovať spravodajstvo STV, SRO a denníkov v kompará- cii so spravodajským servisom TASR od júna do konca septembra 1994 bola nad možnosťou odbor-

¹ JANOUŠEK, J. a kol.: Metody sociální psychologie. Praha, SPN 1986.

² GAVORA, P.: Výskumné metódy v pedagogike. Bratislava, Univerzita Komenského 1997.

ného pracoviska STV Výskum a analýza programu musela byť účelne obmedzená iba na STV, SRO a TASR a iba na príspevky s politickou relevanciou. Rada STV zadávala úlohu užšie: aký priestor dostáva koalícia a opozícia v priebehu náhodne zvoleného mesiaca v spravodajstve STV.

Zadanie treba dekomponovať na konkrétne ciele, ktoré má monitoring sledovať.

Ciele môžu byť formulované explicitne, napríklad takto:³

- a) aký priestor dostávajú subjekty v spravodajských reláciách,
- b) ako sú prezentované subjekty a osobnosti,
- c) akým témam sa venujú spravodajské relácie,
- d) spôsob prezentácie tém (pluralitne – nepluralitne, časť spektra – celé spektrum názorov...),
- e) spôsob televízneho stvárnenia spravodajských príspevkov,
- f) spravodajská stratégia média (informuje vyvážené – nevyvážené, umožňuje dialóg – neumožňuje, je neutrálne – favorizuje subjekt...).

Veľmi dobre sa formulujú ciele prostredníctvom kladenia výskumných otázok, napríklad takto:⁴

- a) Ako vyzerá agenda tém, udalostí a aktérov (subjektov) v spravodajstve televíznych staníc?
- b) Existuje rozdiel v informačnej kvalite medzi spravodajstvom súkromných a verejnoprávných televízií?
- c) Ako televízia prezentovala dvoch hlavných rivalov volebnej kampane?

Čím viac cieľov monitoring sleduje, tým viac znakov musí byť definovaných na opis spravodajského príspevku a relácie. Monitoring spravodajských relácií STV a SRO počas volieb v roku 1994 zahrnoval iba 8 základných znakov, monitoring spravodajských relácií STV, TV Markíza a VTV počas volebnej kampane v roku 1998 pre NCMK už 26 základných znakov.

Dôležitá je vnútorná previazanosť cieľov a znakov. Napríklad analýza spôsobu televízneho stvárnenia príspevku, resp. definovanie jeho vnútornej štruktúry – nemôže byť samoúčelné, je viacfunkčné. Umožňuje identifikáciu preferovať politické subjekty v konkrétnom segmente štruktúry spravodajského príspevku. Politici napríklad môžu v médiu dostať priestor na ich konkrétny názor priamo na obrazovke alebo ich výpovede pre divákov môžu byť aj parafrázované, môžu mať ucelenejšiu výpoveď, alebo sa dostanú do televízneho éteru ako z kontextu vytrhnutý fragment. Favoriti môžu mať publicitu v prevažne rozšírených príspevkoch, nefavorizovaní v čítaných správach a opačne.

Aj pri projektoch monitoringov platí známy magický trojuholník ČAS – NÁKLADY – KVALITA.⁵ Veľmi záleží na tom, koľko času je k dispozícii na prípravu projektu, na realizáciu monitorovania, na termíny a rozsah výstupov. Finančné prostriedky limitujú voľbu plného alebo výberového súboru, rozsah monitorovaných znakov, počet členov tímu, mieru podrobnosti analýzy, spôsob merania intenzity znakov a kvalitu získaných informácií.

Znaky a kvantifikácia

Kľúčovým metodickým problémom každého výskumu je čo najúplnejšie a najvernejšie zachytiť pomocou premyslene koncipovanej sústavy znakov bohato štruktúrovaný a komplexný jav – televízne spravodajstvo. A práve v predvolebných a volebných obdobiach pri posudzovaní toho-ktorého média má nesmierny význam spôsob sprostredkovania udalosti verejnosti. Ako televízna inštitúcia vo svojich spravodajských reláciách reaguje na udalosti, dianie v spoločnosti a akým spôsobom ich sprostredkúva.

Pri monitorovaní hlavných spravodajských relácií v predvolebnom a volebnom období v roku 1998 na troch slovenských televíznych staniach sa vo výskume nezabudlo na základné žurnalistické princípy. Vychádzalo sa z klasického Laswellovho popisu komunikačného aktu ako prenosu či oznamovania informácie: KTO hovorí, ČO, KOMU, akým kanálom a s akým efektom. Z tejto klasickej schémy monitoringy vypúšťajú KOMU a s AKÝM EFEKTOM, pretože tieto údaje zisťujú iné metodické nástroje. (Nap. DKV – denný kontinuálny výskum a výskum verejnej mienky. Konkrétne DKV identifikuje adresátov spravodajských relácií [komu] aj ich sledovanosť [efekt]. Prakticky nás zaujíma časť komunikačného retazca. Miesto s AKÝM EFEKTOM, zaujímame sa o to, AKÝM SPÔSOBOM sa komunikuje).

Druhým základným východiskom definovania znakov sú ciele monitoringu. Z prieniku opisu komunikačného aktu a cieľov potom vychádza základná štruktúra toho, čo budeme skúmať, napríklad v tejto podobe:

televízna stanica, relácia, dátum a čas vysiela-
nia relácie, subjekt, ktorý má publicitu, stránica
a iná príslušnosť subjektu, trvanie publicity, téma
publicity, politická/volebná relevancia publicity,
spôsob televízneho stvárnenia, spôsob prezentácie
subjektu médiom, spôsob prezentácie témy.

³ SCHULZ, W. – HAGEN, L. – SCHERER, H. – REIFOVÁ, I.: Analýza obsahů mediálních sdělení. Praha. Karolinum, Nakladatelství Univerzity Karlovy 1998.

⁴ Tamže.

⁵ BROWN, M.: Ako úspešne pripraviť a viesť projekty. Bratislava, Open Windows 1996.

Prínos číselníkov

Počas viacerých monitoríngov sme si vytvorili databázu subjektov a tém, čo umožnilo s nimi a ich ďalšími štandardizovanými charakteristikami veľmi pružne pracovať. Ilustrujeme to na príklade subjektov. Databáza subjektov obsahuje tieto údaje: číselný kód, úplný názov subjektu (politická strana, vláda, NR SR, ministerstvá, NBS a pod.), pozícia v spoločenskom systéme, pozícia v politickom systéme, pozícia v terciálnej sfére. V rámci pozície v politickom systéme sme rozlíšili štátne orgány, politické strany, mimovládne organizácie. V rámci politických strán môžeme rozlíšiť parlamentné a mimoparlamentné. V rámci parlamentných koalície a opozičné. Týchto triedení môže byť aj viac. Z databázy subjektov sme si urobili číselník. Pri kódovaní subjektu potom stačilo z neho zapísať iba kód subjektu. Všetky ostatné údaje o subjekte boli cez tento kľúč prístupné na štatistické spracovanie.

Výhoda techniky číselníkov spočíva v tom, že:

- číselníky si môžeme pripraviť vopred a počas monitorovania ich dopĺňovať,
- ďalšie charakteristiky znaku vybaveného číselníkom môžeme rozširovať počas monitoringu, ale aj počas interpretácie – v takom prípade sa musia všetky údaje znova štatisticky spracovať a interpretovať,
- vylučujú sa chyby monitorujúceho pri zapisovaní množstva ďalších údajov, ktoré súvisia so základným znakom, napr. so subjektom alebo témou,
- môžeme mať viacero číselníkov tém: maxi, midi, mini, a to tak, že z maxi číselníka postupne združujeme príbuzné témy do užších výberov a súčasne cez základný kód máme k dispozícii všetky odvodené číselníky tém t. j. midi a mini,
- počas interpretácie údajov môžeme voliť viacero kombinácií tabuliek.

Definovanie znakov

Znak operatívne definujeme tak, že vyberieme jeho podstatné vlastnosti z hľadiska javu samého a z hľadiska cieľov monitoringu, ale aj z hľadiska dosažiteľnosti.⁶ Napríklad pri spôsobe televízneho stvárnenia témy môžeme rozlíšiť krátku správu a rozšírenú správu.

Operatívna definícia krátkej správy môže znieť:

Krátka správa je so stopážou zvyčajne do jednej minúty, má jeden subjekt a jednu tému, jej súčasťou môže byť krátka obrazová sekvencia.

Rozlíšili sme tieto kategórie krátkej správy:

čítaná, flešová, kombinovaná (čítaná plus obrazová sekvencia s komentárom pod obraz), upútavka.

Napríklad na potvrdenie hypotézy, že „čím menej aktuálnych informácií obsahuje príspevok, tým častejšie narába obrazom z archívu“, bolo by veľmi

zaujímavé v rozšírenej správe identifikovať zvlášť obrazové sekvencie aktuálne vypovedajúce o udalosti a archívne obrazové sekvencie. Označovanie archívnych záberov je však sporadické, spravidla sa používajú aj obrazové sekvencie vzťahujúce sa na subjekt alebo tému z nedávnej minulosti. Ak by sme aj definovali, koľko dní je nedávna minulosť a koľko dní má obraz z archívu, nedokázali by sme presne identifikovať, koľko dní má konkrétny ilustračný obraz. Zbytočne by sme teda koncipovali znak, pre ktorý konkrétne údaje sú nedosažiteľné.

Definovaním premenných vyberáme z komunikátu iba niektoré dôležité stránky. Umelo rozdeľujeme celosť komunikácie na izolované prvky. V súčasnosti je však výrazným trendom úsilie po celosť. Aj vo výskume sa hľadajú vzťahy medzi jednotlivými analyzovanými premennými. To predpokladá ich konštrukciu s predvídaním ich možných intercií pri interpretácii. Príkladom môže byť problém informačnej kvality, ktorú indikujeme premennými, ako sú objektivnosť, neutralita, vyváženosť, pluralita názorov, možnosť uplatniť právo odpovede na vyslovenú kritiku a podobne.

Volba záznamovej jednotky

Záznamová jednotka, niekedy nazývaná aj kódovacia, je prvok analyzovaného obsahu. V texte to môže byť slovo, veta, odsek alebo iná gramatická jednotka. V televíznej spravodajskej relácii je to záber, obrazová sekvencia, segment príspevku, príspevok. Volba záznamovej jednotky závisí od toho, čo chceme skúmať a ako sú definované znaky. Pre monitorovanie spravodajskej relácie je typické používanie viacerých záznamových jednotiek s rôznym stupňom všeobecnosti. Na identifikovanie všetkých subjektov, ktoré mali publicitu musíme príspevky segmentovať – atomizovať podľa subjektov. Posúdiť pluralitu prezentovanej témy sa však dá iba v rámci uceleného príspevku. Napokon, ak chceme sledovať väzby medzi jednotlivými príspevkami z hľadiska témy alebo subjektu, alebo ak sa vyhodnocuje poradie príspevkov, záznamovou jednotkou bude celá spravodajská relácia.

Hodnovernosť informácií

Hodnovernosť získaných údajov môže byť podmienená náhodnými chybami pri kódovaní, prepise údajov do databázy, ale aj systematickými chybami danými odlišným spôsobom hodnotenia určitých premenných monitorujúcimi.

Tieto chyby pri klasifikácii môžu vzniknúť nejednotnosťou klasifikácie alebo z takej konštrukcie premennej, ktorá vyžaduje väčšiu mieru vyvodzovania.

⁶ LAMSER, V.: Základy sociologického výskumu. Praha, Nakladateľství Svoboda 1966.

Náhodné chyby

Náhodné chyby pri kódovaní a prepise môžeme odstrániť:

- a) logickými kontrolami, ktoré spočívajú:
 - v kontrole prípustných hodnôt systémom,
 - v logickej kontrole vyselektovaním neprípustných kombinácií,
- b) úplnou kontrolou kódovania. Kontrola neprípustných hodnôt systémom je všeobecne známa, nebudeme ju podrobnejšie opisovať. Ide o kontrolu, či zapisovaná hodnota je v číselníku (kódovacom kľúči). Ak nie je, vypíše sa správa, že zapisovaná hodnota je chybná. Podobná možnosť je aj v Data Entry moduloch štatistických programov. Takto možno vylúčiť zápis hodnôt, ktorý kódovací kľúč neobsahuje.

Takáto kontrola nevytlúči však chyby, keď formálne kód je prípustný v rámci kódovacieho kľúča, ale vecne je nesprávny. Napríklad udalosť sa týka regiónu Slovenska a zakódovaná je ako ako príspevok zahraničnej proveniencie. V takomto vyselektujeme vety, ktoré splňajú podmienky neprípustných kombinácií. Na možné logické kontroly treba pamätať už v projekte výskumu a pri konštruovaní premenných.

Napokon zostáva úplná záverečná kontrola kódovania pred začiatkom štatistického spracovania výsledkov. Táto je možná iba vtedy, ak ku každej záznamovej jednotke – segmentu príspevku alebo príspevku existuje v databáze noticka – kľúčová veta. Ak existuje a v databáze, máme možnosť túto vetu zobrazit na obrazovke, a keď okrem číselných kódov máme k dispozícii na obrazovke aj ich textové popisy, kódované hodnoty porovnávame s notickou.

Nejednotnosť klasifikácie

Monitoring s viacerými monitorovanými znakmi nemôže robiť jednotlivec sám. Obyčajne monitorujú viacerí, podľa dĺžky monitorovaného obdobia, počtu monitorovaných médií a množstva vyhodnocovaných znakov. Ujednocovanie klasifikácie môžeme dosiahnuť zácvikom neskúseného monitorujúceho skúseným monitorujúcim alebo spoločným monitorovaním všetkých monitorujúcich. Zácvik musí garantovať aspoň na 75 percent jednotnosť kódovania. Jednotnosť klasifikácie monitorujúcich možno docieľiť aj spoločným monitorovaním tak dlho, kým kontrola nesignalizuje požadovanú úroveň jednotnosti individuálne monitorujúcich.

Problém vyvodzovania

Niektoré premenné sa dajú spoľahlivo klasifikovať. Napríklad subjekty, ktoré majú publicitu, rozhodnutie, či príspevok bol avizovaný v úvodnom prehľade správ, vyžaduje iba pozornosť, ale nie dešifrovanie súvislostí, ani odhad či úvahu. Iné znaky, ako napríklad „spôsob prezentácie subjektu“ alebo „má príspevok politickú relevanciu?“ vyžadujú od monitorujúceho určitú schopnosť dešifrovať súvislosti a dobrý odhad. Správne klasifikovať, či subjekt bol médiom pozitívne, neutrálne, negatívne alebo ambivalentne prezentovaný, to nie je jednoduché. Tu je miera vyvodzovania a subjektívneho posudzovania monitorujúceho vyššia.

V prípravnej etape monitoringu sme vypracovali pre takúto klasifikáciu komplexný vyhodnocovací systém s 25 kritériami neutrálnej prezentácie s rovnakým počtom odvodených kritérií aj pre pozitívne a negatívne prezentovanie subjektu. Z prevažujúceho počtu neutrálnych, pozitívnych alebo negatívnych prvkov sa dalo presne určiť spôsob prezentovania subjektu. Takýto komplikovaný a rozsiahly vyhodnocovací systém vyhovuje precíznej analýze jedného príspevku. Kompromisným riešením je znížiť mieru vyvodzovania. Možno to docieľiť nasledujúcimi opatreniami:

- supervíziou klasifikovaného,
- vytvorením oporných bodov – pomocných kritérií.

Pomocné kritériá môžeme vytvoriť:

a) definovaním kritických miest v štruktúre príspevku, kde možno prezentáciu subjektu spozitívniť alebo znegatívniť,

b) identifikovaním niekoľkých (5 až 7) základných kritérií na neutrálnu prezentáciu subjektu.

Metodická stránka monitorovania spravodajstva zostáva viac-menej v úzadí. Marginálne sa objavuje v záverečných správach. Je to na škodu vecí, lebo chýba komunikácia a výmena skúseností. Možno predpokladať, že so vzrastajúcou mediálnou konkurenciou, v súlade s megatrendmi vývoja, keď sa informácie v budúcom storočí stanú rozhodujúcim fenoménom vývoja spoločnosti, keď obyčajné televízne organizácie sa podľa vízie Petra M. Sengeho stanú učiacimi sa organizáciami, aj monitoring bude rozšírenejší.

Ernest Páleník,
Mária Preisachová, Slovenská televízia,
Bratislava

⁷ HIRNER, A.: Primárne dáta v sociológii. Bratislava, Nakladateľstvo Pravda 1978.

⁸ ŽIBRITOVÁ, G.: Sociálna komunikácia. Bratislava, SPN 1984.

⁹ ZALA, B.: Skrytý svet významov. Bratislava, Iris 1996.

¹⁰ VOIGT, V.: Úvod do semiotiky. Bratislava, Tatran 1981.

¹¹ SENGE, P. M.: Piata disciplína manažmentu. Bratislava, Open Windows 1995.

REGIONÁLNE A LOKÁLNE ELEKTRONICKÉ MÉDIÁ NA SLOVENSKU ZÁPADOSLOVENSKÝ REGIÓN

Vo vyspelých krajinách tvoria regionálne a lokálne médiá dôležitú súčasť národných mediálnych systémov. U nás tento subsystém pred rokom 1989 v oblasti elektronických médií prakticky neexistoval. Táto skutočnosť samozrejme poznamenala aj súčasný stav. Legislatívne a ekonomické podmienky existencie regionálnych a lokálnych médií, ako aj perspektívy ich rozvoja z hľadiska nového územnosprávneho usporiadania Slovenska sa stretávajú s mnohými problémami. Presvedčili nás o tom aj výsledky výskumu, ktorý v roku 1997 uskutočnil pracovníci NCMK s cieľom analyzovať súčasný stav regionálnych a lokálnych médií v komparácii s verejnoprávnymi inštitúciami. Obe tieto kategórie totiž tvoria mediálne prostredie regiónov. Výsledky výskumu potvrdili, že rozšírenosť a sledovanosť jednotlivých médií závisí od: a) rozdielnych ekonomických, sociálnych a kultúrnych podmienok života obyvateľstva regiónov; b) rozdielneho ekonomického potenciálu jednotlivých regiónov, rozvoja výroby, obchodu a služieb; c) rozdielnej demografickej štruktúry obyvateľstva regiónov, najmä úrovne vzdelania, štruktúry zamestnania, veľkosti bydliska, ale aj od národnostného zloženia a politickej orientácie.

Regióny Slovenska sú z hľadiska rozšírenosti jednotlivých médií, možnosti ich pôsobenia i vzťahu publika k týmto médiám značne diferencované. Napríklad západné kraje Slovenska sa vyznačujú nadpriemernou sledovanosťou domácich i zahraničných terestriálnych a satelitných televíznych staníc, ale aj nadregionálnych súkromných rozhlasových staníc a ústredných denníkov. Sú to však zároveň kraje so slabou pôsobnosťou regionálnej a lokálnej dennej tlače.¹

Rozhlas

Podnikanie vo sfére rozhlasového vysielania naráža na množstvo problémov, keďže v tejto oblasti nejestvuje štátna komunikačná politika.

Vo väčšine európskych štátov (aj v susednej Českej republike) sú licencie na rozhlasové vysielanie členené na celoplošné, regionálne a lokálne. U nás neexistuje celoplošná súkromná rozhlasová stanica. Namiesto toho boli mnohým regionálnym rádiám udelené ďalšie frekvencie mimo hraníc pôvodných regiónov. Tieto súkromné stanice sa usilujú rozšíriť svoje vysielanie na čo najväčšie úze-

mie Slovenska. Následkom toho sa neustále prehľbuje rozdielnosť podmienok konkurencie nielen súkromných rozhlasových staníc navzájom, ale aj voči najsilnejšiemu konkurentovi, ktorým je tretí okruh Slovenského rozhlasu pod názvom Rock FM Rádio.

Ako sme už spomínali, dispozície jednotlivých regiónov sú rôzne. Ekonomický potenciál tohto kraja či regiónu determinuje aj jeho reklamný trh. Nemožno preto stanoviť konštantu udávajúcu počet súkromných rádii, ktoré môžu existovať v jednom regióne. Udeľovanie licencií by malo byť podložené analýzou a prognózou vývoja objemu reklamy. Nie je však kraj ako kraj, a pravdepodobnosť prežitia viacerých rádii v jednom regióne je preto v rôznych častiach Slovenska rozdielna. V licenčnom konaní pre rozhlasové vysielanie by sa malo prihliadať i na potenciál a možnosti daného regiónu, v ktorom má pôsobiť nový kandidát (rozhlasová stanica) na udelenie licencie.

Na slovenskom rozhlasovom trhu dnes okrem verejnoprávneho Slovenského rozhlasu pôsobia tieto kategórie rozhlasových staníc: a) nadregionálne súkromné rozhlasové stanice, ktoré svojím signálom zabezpečujú územie viacerých regiónov; b) regionálne rozhlasové stanice, ktoré pôsobia prevažne v hraniciach regiónu; c) lokálne rozhlasové stanice, ktorých vysielanie sa sústreďuje na určité mesto a jeho okolie.²

Sila regionálneho rádia spočíva v schopnosti uspokojovať potreby domáceho poslucháča tým, že mu prináša informácie z prostredia, v ktorom žije.

Počúvanosť súkromných rozhlasových staníc v jednotlivých regiónoch je podmienená zabezpečením územia vlastným signálom. Údaje o počúvateľnosti jednotlivých regionálnych rádii sú však ťažko porovnateľné a hovoriť o ich sledovanosti ako výsledku vzájomnej konkurencie možno iba v regiónoch, kde majú rovnaké technické možnosti vysielania.

Výhodou súkromných rozhlasových staníc v získavaní čo najväčšieho množstva poslucháčov je to, že ich vysielanie môže byť zamerané len komerčne a z obchodného hľadiska nemusí oslovať nezaujímavé poslucháčske menšiny, pretože tieto rozhlasové stanice existujú a fungujú iba vďaka príjmom z reklamy a sponzorstva. Lenže pri

¹ BREČKA, S.: Médiá v regiónoch a regionálne médiá. *Otázky žurnalistiky* 1997, č. 4, s. 316.

² BREČKA, S.: cit. článok, s. 319.

existencii programu Slovenského rozhlasu pod názvom Rock FM Rádio sa táto ich výhoda stráca. Rock FM Rádio je komerčne zameraný program a na rozdiel od súkromných staníc jeho signál pôsobí na celom území Slovenska.

V záujme zachovania konkurencieschopnosti jednotlivých súkromných rádii voči tejto celoplošnej stanici sa pristúpilo k sieťovaniu rádii, prostredníctvom ktorého môžu súkromné regionálne a lokálne stanice využívať popri lokálnej i celoštátnej reklamu. Podstata vytvorenia siete spočíva v tom, že na základe územného princípu sa vybuduje sieť regionálnych a lokálnych rozhlasových staníc, pre ktoré potom jej prevádzkovateľ zabezpečuje predaj ich reklamného priestoru. Táto spolupráca má niekoľko výhod:

1. Pre regionálne rádiá je to hlavne možnosť získať reklamu od národných klientov.

2. Pre zadávateľov reklamy znamená vysielať reklamu prostredníctvom regionálnych rádii určitý spôsob celoplošnej komunikácie s možnosťou intenzívnejšie pôsobiť vo vybraných regiónoch Slovenska, a to za výhodných cenových podmienok.

Rozsah vykrytia toho-ktorého územia signálom rozhlasovej stanice je určený aj výškou vysielačnej kóty a terénom. Napríklad vzhľadom na svoj relatívne plochý terén je západné Slovensko typické veľkým počtom súkromných rozhlasových staníc s vysokým výkonom vysielať, kým pre oblasť stredného Slovenska a Považia je charakteristický stredne vysoký výkon vysielať. Každé súkromné rádio má pomerne presne definovaný región, v ktorom možno prijímať jeho signál. Vzhľadom na členitý terén Slovenska a jeho špecifiká sa tak vytvorili určité územné štruktúry rozhlasového vysielať, ktoré vytvárajú priestor nielen pre poslucháčov, ale aj pre zadávateľov reklamy. Regionálny a lokálny rozhlas je teda definovaný podľa územia, ktoré zabezpečuje signálom. Veľkosť tohto územia je rôzna. V niektorých prípadoch rešpektuje hranice spoločensko-kultúrnej komunity, v iných prípadoch je toto územie definované iba podľa technických, administratívnych alebo komerčných kritérií.³

Na Slovensku v súčasnosti pôsobí 22 rozhlasových staníc. (Tri, ktoré už majú pridelenú licenciu i frekvenciu, sme do našej štatistiky zatiaľ nezahrnuli, pretože v čase výskumu pôsobili len krátko.) Z toho 12 rozhlasových staníc sídli v krajských a okresných mestách západoslovenského regiónu. A práve západoslovenský región so svojimi štyrmi kraji bol predmetom pokračovania

výskumnej úlohy z roka 1997 (*Zmeny infraštruktúry regionálnych a lokálnych médií v podmienkach nového územnosprávneho usporiadania Slovenska*. V rámci tejto úlohy sme zmapovali Žilinský a Banskobystrický kraj).

Bratislavský kraj

Bratislavský kraj so svojimi ôsmimi okresmi predstavuje najvyspelejšiu oblasť Slovenska, ktorá ekonomickými, kultúrnymi a spoločenskými kontaktmi komunikuje s moravským, rakúskym a maďarským prostredím. Okrem krajského mesta Bratislavy a jeho piatich okresov nemožno hovoriť o typických okresných mestách. Ako väčšie sídla možno uviesť Malacky, Pezinok a Senec. Tu sú sústredené i podnikateľské aktivity.

Hlavné mesto Bratislava má výhodnú polohu, relatívne dobrú dopravnú prepojenosť, ekonomickú a výskumnú základňu, kvalifikovanú pracovnú silu, ako aj silnú podnikateľskú elitu. Je to historické, administratívne a kultúrne centrum Slovenska, v ktorom pôsobia 4 rozhlasové stanice. Z nich 3 patria medzi najpopulárnejšie. A nielen v tomto kraji.⁴

Prvou súkromnou rozhlasovou stanicou je *FUN Radio*, ktoré od roku 1990 začalo vysielať z Bratislavy a signálom zabezpečovalo územie západoslovenského regiónu, časť Maďarska a Rakúska. Dnes vysiela i v stredoslovenskom a východoslovenskom regióne. Okrem frekvencie 94,3 MHz, ktorú poznajú poslucháči na západnom Slovensku a v Bratislave, vysiela na frekvencii 104,0 MHz pre Banskú Bystricu a stredné Slovensko, na frekvencii 102,9 MHz pre Košice a okolie, na frekvencii 87,7 MHz pre oblasť východného Slovenska a frekvencia 99,2 MHz je určená na vysielať pre severnú oblasť Slovenska. Svojím signálom zabezpečuje 70 % územia a je dostupný takmer na celom území, ktoré je charakterizované ako ekonomicky perspektívna oblasť. V regiónoch, kde má rovnaké technické podmienky príjmu ako ostatné stanice, patrí k najsledovanejším.

Programová štruktúra je rovnaká na celom území, ktoré „zasahuje“ svojím signálom. Denne môžu Fun Radio počúvať viac ako 3 milióny ľudí. Ekonomicky najzaujímavejšou skupinou sú poslucháči vo veku 20–29 rokov, čo predstavuje až 35 % všetkých poslucháčov. Stanica vysiela 24 hodín denne a hudobným profilom sa zaraďuje do kategórie EHR (European Hit Radio). Vysiela predovšetkým rockovú hudbu a humornou formou sa kriticky vyjadruje k rôznym spoločenským problémom.

³ BENKOVIČOVÁ, D.: Regionálne a lokálne médiá. *Otázky žurnalistiky* 1997, č. 3.

⁴ KRIVÝ, V. – FEGLOVÁ, V. – BALKO, D.: Slovensko a jeho regióny (Sociokultúrne súvislosti volebného správania). Bratislava 1996, s. 173–180.

Dňa 31. januára 1993 začalo vysielat *Rádio TWIST*. Na rozdiel od Fun Radia nie je typickou hudobnou stanicou. Rádio sa stalo serióznym informačným zdrojom. Konkuruje verejnoprávnemu Slovenskému rozhlasu predovšetkým spravodajskou reláciou *Žurnál Rádia Twist*, ktorý sa vyznačuje snahou o objektivnosť a kritiku spoločenských i politických pomerov a má najväčší vplyv na rast počúvanosti. Úspešnosť rádia spočíva vo vysokej profesionálnej a technickej úrovni vysielania, ako aj v stálej programovej štruktúre, ekonomickej stabilite a transparentnej obchodno-finančnej politike.

Najväčším potenciálom Rádia Twist sú jeho poslucháči. Ich počet neustále rastie. Pritom poslucháčska obec je vzdelaná, nezávislá a v neposlednom rade i solventná. V produktívnom veku od 20 do 59 rokov je 83 % poslucháčov. Stredoškolské a vysokoškolské vzdelanie má až 65 % poslucháčov.

Rádio Twist disponuje okrem frekvencie 101,8 MHz aj vysielacími frekvenciami pre stredné Slovensko – 105,1 MHz a 106,6 MHz. Pre oblasť severného Slovenska a Žilinu je známa frekvencia 91,1 MHz. Frekvencia 88,1 MHz je určená pre Košice a východné Slovensko. Okrem svojho programu ponúka na týchto frekvenciách aj päťhodinové regionálne vysielanie.

Dňa 1. apríla 1997 začalo vysielat Rádio KO-LIBA, a to na dvoch frekvenciách – 104,8 MHz v dosahu vysielateľa Bratislava-Kamzík a 106,0 MHz v dosahu vysielateľa Banská Bystrica-Suchá Hora. Už od 1. mája 1997 malo rádio k dispozícii ďalšie dve frekvencie. V oblasti Nového Mesta nad Váhom 98,5 MHz a 100,9 MHz v regióne Poprad-Tatry. V súčasnosti sa usilujú o získanie ďalších frekvencií na východnom Slovensku, ale aj v okolí Štúrova, kde by vykryli oblasti juhozápadného Slovenska.

Rádio vysielá 24 hodín denne. Vo sfére záslahu sú predovšetkým veľké priemyselné centrá so špecifickým kultúrnym spektrom a psychologicko-profesijným rozvrstvením poslucháckeho zázemia. Program je koncipovaný pre primárnu cieľovú skupinu poslucháčov vo veku 25 až 45 rokov v strednej a vyššej sociálnej kategórii.

Počúvanosť tohto rádia je i napriek jeho krátkej existencii vysoká. V roku vzniku (1997) podľa jesenného prieskumu malo rádio najvyššiu dennú počúvanosť v Banskobystrickom (18,5 %) a Bratislavskom (13,9 %) kraji. Za ním nasledujú Trnavský (11,3 %), Trenčiansky (10,9 %) a Prešovský (7,3 %) kraj. Raketový nástup podmienila

reklamná kampaň, na ktorú i dnes vynakladajú 10 % prostriedkov.

Rádio RAGTIME začalo vysielat v roku 1993 z Bratislavy. Dnes vysielá na frekvencii 106,6 MHz. Jej pridelenie znamenalo lepší signál, ako aj rozšírenie územia, na ktorom je možné signál tejto stanice zachytiť.

Dynamický program je zameraný na súčasnú rockovú hudbu a na informácie z kultúrneho a spoločenského života. Je to rádio pre mladých ľudí, a to nielen vekom, ale aj duchom. Primárnu cieľovú skupinu tvoria poslucháči vo veku 15 až 30 rokov. Posledné prieskumy ukázali, že rádio obľubuje najmä stredoškolská mládež. Môžeme ho zaradiť medzi lokálne rádiá.

V Bratislavskom kraji donedávna vysielala aj rozhlasová stanica R. M. C. Rádio. Z dôvodu dlhodobého a závažného porušovania licenčných podmienok Rada SR pre rozhlasové a televízne vysielanie odňala tejto stanici v roku 1997 licenciu a frekvencia 104,4 MHz bola pridelená Slovenskému rozhlasu.

Je zaujímavé, že oproti roku 1997 bol v marci 1998 zaznamenaný všeobecný pokles dennej počúvanosti všetkých uvedených nadregionálnych rádií. Napríklad denná počúvanosť Fun Radia (vo všetkých krajoch Slovenska) bola koncom roka 1997 18,4 %, zatiaľ čo v marci 1998 len 9,7 %, pri Rádiu Twist poklesla z 9,7% v roku 1997 na 7,9 % a pri Rádiu Koliba poklesla z 10,2 % v roku 1997 na 6,4 % v marci 1998.⁵ (Bližšie údaje a tabuľky budú uvedené v záverečnej správe z riešenia výskumnej úlohy.)

Trnavský kraj

Pre Trnavský kraj platí všeobecná charakteristika Bratislavského kraja. Charakteristickou črtou obyvateľstva je silné národné cítěnie, v niektorých okresoch a mestách stotožňované s katolicizmom. Stretávame sa tu aj s uvedomelou pýchou na lokálnu tradíciu. Výrazne kritický je vzťah k maďarskému obyvateľstvu a netolerantnosť k Rómom.⁶

Zo siedmich okresov, ktoré tvoria Trnavský kraj, patria k najzaujímavejším štyri, a to: Trnavský okres s hlavným mestom Trnava, okresy Senica, Galanta a Dunajská Streda.

Trnavský patrí medzi okresy, kde sa systematicky rozvíja podnikanie, ktoré si už vytvorilo solídne perspektívy. Mesto Trnava je historické sídlo slovenského katolicizmu, centrum cirkevnej hierarchie a vzdelanosti.

Obyvatelia okresu Senica deklarujú úzke kultúrne a hospodárske vzťahy s Moravou. V posled-

⁵ BREČKA, S.: Materiál na rokovanie Rady vlády SR pre médiá. Bratislava 1998

⁶ Tamtiež, s. 186–188.

ných rokoch tu badať pomerne veľkú stavebnú činnosť, orientovanú na západné vzory.

Okres Galanta patrí do širšej oblasti Žitného ostrova. 56 % obyvateľstva je slovenskej a 43 % maďarskej národnosti. V južnej časti okresu je prevažne maďarských autochtónnych obyvateľov nad slovenskými, čo sa odráža v spôsobe života. V poslednom období tu možno pozorovať intenzívne oživovanie maďarských lokálnych tradícií, čo vyvoláva etnické napätie.

V okrese Dunajská Streda je až 87 % obyvateľov maďarskej a iba 11 % slovenskej národnosti. Ide o nížinnú, výrazne poľnohospodársku oblasť.

V Trnavskom kraji pôsobí *Rádio FORTE*, ktoré šíri svoj program na frekvencii 99,4 MHz pre oblasť Štúrova, na frekvencii 88,0 MHz pre Nové Mesto nad Váhom a na frekvencii 90,8 MHz pre mesto Trnava a jeho okolie. Pridelenie frekvencie 91,9 MHz pre Námestovo znamená, že signál tejto rozhlasovej stanice prekračuje oblasť vlastného kraja a presahuje až do Žilinského kraja.

Rádio Forte začalo vysielať 1. decembra 1993 a jeho program je zameraný na informácie globálneho i regionálneho charakteru, množstvo súťažných relácií, ale i kontaktné besedy s lekármi, psychológmi a pedagógmi. V nich približujú mladým poslucháčom nebezpečenstvo užívania drog a pod. Hovorené slovo sa strieda s prezentáciou zahraničnej i domácej populárnej hudby. Vzhľadom na požadovanú kvalitu vysielenia a cieľovú skupinu poslucháčov priradila Rada SR pre rozhlasové a televízne vysielenie túto rozhlasovú stanicu medzi také rádiá, akými sú *Fun Radio*, *Rádio Twist*, *Rádio Koliba* či *Rádio Rebeca*.

V marci 1998 začalo vysielať na frekvencii 88,6 MHz nové komerčné rádio v Skalici pod názvom *Rádio ADUT*, a to pre okresy Holíč a Skalica. Po inštalácii druhého vysielača by chceli zabezpečiť signálom celú Záhorie.

Programová štruktúra rádia je postavená pre poslucháčov všetkých vekových skupín. 60 % vysielačieho času tvorí hudobné vysielenie a 40 % relácie zábavného a náučného zamerania. Každú celú hodinu sa objavuje krátke trojminútové spravodajstvo. Postupne vytvárajú vo svojom vysielení i priestor pre podnikateľov, samosprávu i štátnu správu. Nezabudli ani na najmenších poslucháčov v relácii *Adka* a *Dutko*.

Takto postavená programová štruktúra ničím neodlišuje toto rádio od iných regionálnych rozhlasových staníc. No predsa tu možno nájsť istú odlišnosť. Predstavitelia stanice nezabudli, že Záhorie je odchované na folklóre, a preto zaradili do programu aj hudbu pre priaznivcov tohto žánru.

Trenčiansky kraj

Trenčiansky kraj zaberá oblasť bývalej trenčianskej župy, ktorá aj v minulosti bola výrazne slovenská (v súčasnosti má slovenskú národnosť 96 % obyvateľstva). Je tu dôležitý železničný uzol. Kraj tvorí 9 okresov. Medzi najväčšie patria okresy Trenčín, Myjava a Prievidza. Okrem mestských prostredí sú podnikateľské aktivity slabé, už aj preto, lebo Trenčiansky okres je poznačený ťažkou situáciou v strojárstve, stavebníctve i v poľnohospodárstve.

Krajské a okresné mesto Trenčín je historické, kultúrne a administratívne centrum. Mestotvorné zložky sa skladajú z viacerých skupín. Medzi najhlavnejšie patrí 1. inteligencia, 2. živnostníci a podnikatelia a 3. armáda. Posledná skupina – armáda zohráva nemalú úlohu v spoločenskom (najmä športovom) živote mesta.⁷

V Trenčianskom kraji pôsobia tri súkromné rozhlasové stanice, a to FM *Rádio D. C. A.* a *Rádio Dúha* v Dubnici nad Váhom a *Rádio Beta* v Prievidzi.

Rádio BETA začalo vysielať 2. januára 1995 z Bojníc na frekvencii 101,9 MHz. Od októbra toho istého roka sa táto frekvencia zmenila na 102,0 MHz.

Je to komerčná rozhlasová stanica s programom zameraným na špecifiká regiónu. Program je zložený z moderovaných relácií striedaných s hudobnými blokmi. Vysielenie je určené pre všetky vekové kategórie a trvá 24 hodín denne. Nosnými reláciami sú štvorhodinové bloky: *Dobré ráno*, *Poludník*, *Beta Life* a *Nočný mix*. Signál *Rádia Beta* má dosah na Prievidzu, Bojnice, Nováky, Partizánske, Topoľčany a Nitrianske Pravno, teda oblasť, ktorú (najmä z historického hľadiska) nazývame Horná Nitra. Vo vzťahu k dosahu signálu ho možno zaradiť do skupiny typických regionálnych rádií.

FM Rádio D. C. A. začalo vysielať v roku 1992 a vyprofilovalo sa ako rodinné rádio s programom určeným pre každého člena rodiny. Okrem pravidelných hudobno-informačných a zábavných relácií vysiela aj špecializované relácie pre rôzne cieľové skupiny. Hudobná štruktúra je určená strednej generácii, avšak nechýba ani súčasná hudobná scéna, novinky i oldies. Cieľovou skupinou sú osoby v ekonomicky produktívnom veku 30 až 59 rokov, ktorí tvoria až 61 % poslucháčov. *Rádio D. C. A.* patrí medzi najpočítanejšie v Trenčianskom kraji. Signálom však zasahuje i do Trnavského, Nitrianskeho a Žilinského kraja.

Za najväčších konkurentov považujú rádiá, ktoré vysielať aj v ich regióne alebo do neho zasahujú. Ďalej sú to nadregionálne rádiá s nadre-

⁷ Tamtiež, s. 205–208.

gionálnym dosahom, aj keď túto konkurenciu v zmysle svojej účasti v sieti RádioNet charakterizujú ako nepriamu.

Rádio D. C. A. sa s príchodom bezprostrednej konkurencie – Rádía Dúha – presťahovalo z Dubnice nad Váhom do Trenčína. Dôvodom bola i snaha získať pružnejší prístup k regionálnym informáciám a zabezpečiť lepší kontakt s poslucháčmi i klientmi.

Rádio DÚHA pôsobí v Trenčianskom kraji od 11. augusta 1997. Vysiela prostredníctvom vlastného vysielača na frekvencii 89,1 MHz a signálom zabezpečuje približne rovnakú časť územia ako Rádio D. C. A. Väčšina vysielačieho času je venovaná tzv. pohodovej hudbe pre všetky vekové kategórie. Ich ambíciou je v budúcnosti hrať viac hudby z domácej produkcie. Podľa slov riaditeľa rozhlasovej stanice urobí všetko potrebné, aby reklamné príjmy neboli jediným zdrojom ich príjmov.

Nitriansky kraj

V Nitrianskom kraji pôsobia tri súkromné rozhlasové stanice, a to: N-Rádio, Rádio Nitra a Local FM Rádio.

N-Rádio začalo vysielať v decembri 1993. Je to hudobno-informačná stanica, ktorú môžeme zaradiť do skupiny regionálnych staníc, pretože vysiela v hraniciach svojho regiónu a iba nepatrne presahuje do okolitých regiónov. Na frekvencii 95,2 MHz prináša poslucháčom hudbu stredného prúdu 70.-80. rokov, nezabúda však ani na hudobné novinky pre mladých. V 24-hodinovom vysielaaní okrem hudby prináša zábavné, informačné, ale i vzdelávacie relácie. Spravodajské relácie uvádzajú miestne, domáce aj zahraničné informácie. Poslucháčsku obec tvoria všetky vrstvy obyvateľstva vo veku 25 až 50 rokov.

Rádio NITRA je informačno-hudobná rozhlasová stanica, ktorá vysiela 24 hodín denne. Vysielať začala 30. decembra 1993 na frekvencii 88,8 MHz pre mesto Nitra a jeho širšie okolie. V súčasnosti rádio zaraďujeme do kategórie nadregionálnych rozhlasových staníc. Získaním frekvencie 97,6 MHz a 100,3 MHz rozšírili územie pôsobnosti aj na Banskobystrický, Trnavský a Bratislavský kraj. (V čase výskumu predstavitelia rádia uvažovali o zmene názvu na FM Hviezda.)

Program tvoria štyri hlavné bloky: 1. *Dobré ráno*, 2. *Slovensko*,

3. *Rádiopulz*, 4. *Kaleidoskop*. V týchto blokoch uvádza pravidelné rubriky, ako napr. historický kalendár, predpoveď počasia, pozvánky na kultúrne podujatia, dopravný servis a pod. Hudobným profilom sa Rádio Nitra zaraďuje do kategó-

rie EHR, objavuje sa v ňom produkcia rôznych žánrov. Okrem súčasnej populárnej a rockovej hudby je to aj country a oldies.

V južných okresoch Nitrianskeho kraja pôsobí *LOCAL FM Rádio*. Vysiela od februára 1994 na frekvencii 102,8 MHz a jeho signál môžu zachytiť poslucháči v Komárne, Nových Zámkoch, Dunajskej Strede, Galante, Nitre a Trnave.

Programová štruktúra rádia je prispôbená všetkým vekovým kategóriám, čím oslovuje v prevažnej miere poslucháčov slovenskej národnosti v južných okresoch Slovenska, ako aj Slovákov žijúcich v hraničných oblastiach Maďarskej republiky. Svojim poslucháčom sa prihovára reláciami zábavného i vzdelávacieho charakteru, obohatenými rôznymi súťažami. Spravodajské relácie sa sústreďujú najmä na miestne a regionálne informácie, no nevynechávajú ani informácie celoštátne a zo zahraničia. Jednotlivé bloky sú vyplňané hudbou, v ktorej si prídre na svoje každá veková kategória.

Televízia

Základnými faktormi, ktoré určujú postavenie každej televízie na trhu, je rozsah zabezpečenia územia jej signálom, úroveň jej programovej štruktúry a prítomnosť iných televízií.

Na rozdiel od rozhlasu je televízny trh podstatne viac vystavený vonkajším vplyvom. Medzi ne patria najmä zahraničné kapitálové investície do káblových sietí, predovšetkým však dovoz a príjem zahraničných televíznych programov vrátane satelitných. To postihuje najmä malý televízny trh s drahou domácou produkciou a s presahom terestriálneho vysielaania zo susedných krajín (najmä ak ide o vysielaanie v príbuznom jazyku), ale aj s rozvinutou káblovou a satelitnou televíziou. Veľký vplyv má aj skutočnosť, že televízia si na rozdiel od rozhlasu vyžaduje podstatne vyšší kapitál, čo sa premieta i do existencie a fungovania regionálnych a lokálnych televízií.

U nás okrem verejnoprávnej Slovenskej televízie existujú súkromné televízie, ktoré vysielaajú terestriálne (TV Markíza, TV Naša), prostredníctvom satelitu (VTV) alebo káblových rozvodov.⁸

V súčasnosti pôsobí na Slovensku okolo 60 lokálnych a regionálnych staníc. Tieto televízie ako informačný zdroj plnia tiež doplnkovú funkciu vo vzťahu k verejnoprávnej televízii a súkromným televíznym staniciam s nadregionálnym dosahom (TV Markíza a VTV). Miestne televízne vysielaanie prispieva značnou mierou k rozvoju miestnej kultúry a spoločenského života.

Úroveň vysielaania jednotlivých regionálnych a lokálnych televíznych staníc je rozdielna. Pohy-

⁸ BREČKA, S.: Slovenský mediálny trh a potreba jeho ochrany – II. *Otázky žurnalistiky*, 1996, č. 4, s. 297–298.

buje sa od priemernej kvality spracovania príspevkov a technickej realizácie až po vysokú profesionálnu úroveň vysielania. Tie štúdiá, ktorým to umožňuje technické vybavenie a personálne obsadenie, sa popri zabezpečovaní vlastného vysielania zvyčajne venujú aj ďalším činnostiam – vyrábajú príspevky pre verejnoprávnu televíziu a iných záujemcov alebo sa venujú poradenskej činnosti. Niektoré malé štúdiá zväčša existujú v zlých finančných podmienkach, často závisia od subvencií miestnej správy, náboženských skupín a iných organizácií. Celkovú úroveň a kvalitu vysielania však v mnohých prípadoch limitujú finančné prostriedky.

S cieľom predať svoj reklamný čas vytvorili niektoré väčšie štúdiá sieť lokálnych a televíznych staníc.

Na Slovensku pôsobia dve organizácie, ktoré združujú lokálne a regionálne televízne stanice. Prvou je Asociácia mestských a lokálnych televízií so sídlom v Košiciach. Združuje 24 televíznych staníc, ktoré predstavujú profesionálne i amatérske subjekty a ich pracovníkov, zaoberajúcich sa špecifickou problematikou lokálnych televízií. Podnet na založenie tejto asociácie vyšiel z TV Naša, ktorá mimochodom organizuje aj medzinárodné festivaly mestských a lokálnych televízií. V tomto roku sa konal už 4. ročník, na ktorom prezentovalo súťažné programy (dokumenty a reportáže) vyše 140 účastníkov z 19 krajín sveta.

Vo februári 1998 vzniklo ďalšie záujmové združenie LOToS – Spolok lokálnych televíznych staníc Slovenska. Jeho zakladateľmi sú piati prevádzkovatelia televíznych staníc – TV Prievidza, TV Turiec, Petržalská televízia, Videoštúdio RIS (je prevádzkovateľom TV Sen a TVM Myjava) a TV Žilina.

V západoslovenskom regióne prevádzkuje televízne vysielanie 36 vysielateľov. Väčšina z nich vysiela program prostredníctvom káblových rozvodov.

Bratislavský kraj

V Bratislavskom kraji prostredníctvom káblových rozvodov vysiela 8 televíznych štúdií. Medzi najznámejšie patrí Miestne vysielanie Petržalka-PTV, TV Nové Mesto Bratislava a TV RIK Bratislava.

Petržalská televízia – PTV začala vysielať 7. apríla 1997. Zakladateľom obchodnej spoločnosti, ktorá prevádzkuje vysielanie tejto televízie, je Miestny úrad mestskej časti Bratislava-Petržalka. Vysiela prostredníctvom káblových rozvodov spoločnosti STK, s. r. o., Bratislava. Program môže sledovať do 38 477 domácností a je zameraný najmä na spravodajstvo. Hlavnú časť tvorí teletext v dĺžke 9 855 minút týždenne. Premiérové vysielajú v pondelok až piatok, reprízy sú zaradené na

sobotu a nedeľu. Spolupracujú s jednotlivými rádiami pôsobiacimi na území hlavného mesta i mimo neho, ako aj s tlačnými médiami.

Textové informácie sú aktualizované denne, čím sa dá považovať za porovnateľné médium, ako je denník, pretože ide o 30-minútový informačný blok. Pre lepšiu orientáciu diváka sa delí na rubriky, z ktorých každá má svoj presný čas. Uprostred rubriky s najvyššou sledovanosťou (podľa ohlasov divákov) sa nachádza reklama.

Medzi najsledovanejšie televízne stanice lokálneho charakteru v hlavnom meste patrí nesporne *TV RIK (Ružinovský informačný kanál)*. Vysielanie je určené pre obyvateľov mestskej časti Bratislava II-Ružinov. Práve z tejto skutočnosti vychádzali predstavitelia štúdiá pri tvorbe jeho názvu. Vysielanie je rozdelené na videotextové informácie a živé vysielanie.

Videotextovú časť pod názvom *Týždenník RIK* tvoria tieto vysielacie bloky:

1. *Miestna samospráva* prináša dôležité informácie o činnosti miestnej samosprávy, ako aj z oblasti daňového poradenstva a pod.

2. *Aktuality* sú rozdelené na niekoľko častí, napríklad: a) Odpovedáme (odpovede na stažnosti obyvateľov Ružinova), b) Ružinovské naj... (rôzne kuriozity z diania v tejto mestskej časti a pod.).

3. *Zdravie* informuje o rôznych formách zdravej výživy (vrátane diabetikov a i.), poskytuje prehľad o výskyte a množstve vitamínov v jednotlivých druhoch ovocia, zeleniny a iných potravín.

4. *Šport-servis* uvádza informácie o športových podujatiach nielen v Ružinove, ale aj v iných mestských častiach Bratislavy.

5. *Breviár záhradkárov* informuje o najpriaznivejších termínoch na siatie a výsadbu zeleniny i ovocia a o účinných postrekoch proti škodcom a ich správnom použití.

6. *Kam v Ružinove* prináša informácie o kultúrnych podujatiach a filmových predstaveniach.

7. *Gurmánske okienko* uvádza nové recepty a spôsob prípravy nových druhov jedál nielen pre gazdinky.

8. *Fotopostrehy* prezentujú filmárske a fotografické umenie amatérov aj profesionálov, ktorí zachytili na svojich fotografiách kladné i záporné stránky života v tejto mestskej časti.

9. *Blahoželáme* sa prihovára starším spoluobčanom, ktorým vyjadrujú poďakovanie ich najbližší.

10. *Počasie* oboznamuje s aktuálnou poveternostnou situáciou a uvádza prehľad o nočných a denných teplotách na najbližšie tri dni.

Všetky tieto rubriky s najrôznejšími informáciami sa vysielať v týždenných intervaloch. Po týždni sa informácie aktualizujú a dopĺňajú vtipnými a výstižnými kresbami.

Ako sme už spomínali, okrem teletextových informácií môžu diváci sledovať aj TVR Magazín. Ide o živé vysielanie, v ktorom prevláda publicistika: reportáže, rozhovory so zaujímavými osobnosťami, rozmanité praktické informácie vrátane vzdelávania a športu. Magazín má premiéru v sobotu a nedeľu. Reprízuje sa každý deň v týždni vo večerných hodinách.

TV Nové Mesto je televízne štúdio pre obyvateľstvo mestskej časti Bratislava-Nové Mesto. Držiteľom licencie je spoločnosť Omega Plus, s. r. o. Vysielat začali v septembri 1996. I toto štúdio vysielajú prostredníctvom káblových rozvodov spoločnosti S. T. K., s. r. o., Bratislava. Počet prípojok sa pohybuje okolo 15 221. Počet divákov sa odhaduje na 50 000. Program v trvaní 108 hodín týždenne tvorí INFOBLOK, je rozdelený na časť textovo-obrazovú a kontaktnú.

V textovo-obrazovej časti prevažujú informácie s dominantnou orientáciou na mestskú časť. Obrazová informácia je podfarbená hudobnou reprodukciou a je rozdelená na blok „A“ – komunálno-obchodné informácie, a „B“ – kultúrno-športové informácie.

Kontaktnú časť Infobloku tvorí moderované publicistické pásmo aktuálnych informácií a zábavy.

Trnavský kraj

V Trnavskom kraji vysielajú 6 televíznych staníc: HTV – Hlohovské TV vysielanie, Studio Plus-SPTV Veľký Meder, SATRO TV, TV SEN Senica, TVM-Myjava a MTT-Mestská TV Trnava.

Mestská televízia Trnava začala vysielat 11. apríla 1997 v káblových rozvodoch spoločnosti Trnavatel. Okrem textových informácií v programovej ponuke nachádzame i obrazové správy a zaujímavé diskusné relácie. Program MTT teda pozostáva z videotextu, v ktorom sú zahrnuté informácie z mesta, kultúry, športu, policajný zápisník, občianska inzercia a ďalšie zaujímavosti. Je tam zároveň priestor na rubriku *Reklama*; ponuka pracovných miest je v rubrike *Trh práce*.

Okrem videotextu sa raz do týždňa pripravuje polhodinová spravodajská relácia *Trnavský magazín* o dianí v meste. Trnavský magazín má premiéru v pondelok o 18,00 hod. a o 18,30 nasleduje jeho repríza. Ďalšie reprízy sú na programe v utorok o 9,00 hod., v stredu a piatok o 18,00 hod. a 18,30 hod. Celkovo sa teda za týždeň vysielajú 7-krát, z toho 6-krát v čase pred hlavným vysielacím časom „veľkých“ televízií a raz pre tých, ktorí ho nemajú možnosť sledovať podvečer.

Popri videotexte a trnavskom magazíne MTT vysielajú v priamom prenose aj kontaktné diskusné relácie *Štúdio* na rôzne témy. Ich premiéra je v utorok o 18,00 hod. a repríza v tom istom čase vo štvrtok.

TV SEN začala vysielat 5. mája 1995 a držiteľom licencie je spoločnosť Videoštúdio RIS, spol. s r. o. Z celkového počtu 22 500 abonentov káblového rozvodu sleduje program televízie Sen 16 500 pravidelných divákov všetkých vekových kategórií.

Štúdio vysielá 180 hodín, z toho 177,25 hod. videotext a 2,75 hod. moderované vysielanie. Program možno charakterizovať ako spravodajsko-publicistický.

Televízia SEN vysielá na vysokej technickej a profesionálnej úrovni, vďaka čomu Rada SR pre rozhlasové a televízne vysielanie rozhodla rozšíriť licenciu pod číslom T/33 aj o vysielanie pre mesto Myjava, a to pod názvom TVM.

Televízia SEN, resp. Videoštúdio RIS, je aj jedným zo spoluzakladateľov združenia lokálnych televíznych staníc pod názvom LOToS. (Zakladajúci členovia prijali v máji 1998 na svojom zasadnutí 15 lokálnych staníc, z toho 11 ako svojich riadnych členov a 4 „podmienečne“, keďže títo ešte nie sú držiteľmi licencií na televízne vysielanie.)

Hlohovské televízne vysielanie – HTV vysielajú pre mesto Hlohovec. Držiteľom licencie je Mestské kultúrne centrum a prevádzkovateľom káblového rozvodu, v ktorom štúdio šíri svoj program, je Kabel Plus Bratislava. Program možno charakterizovať ako informačno-spravodajský. Videotextové informácie vysielajú 17 hodín denne a 4 hodiny sú venované diskusným reláciám na rôzne témy a reláciám o dianí v meste. Počet pravidelných divákov (všetkých vekových kategórií) sa pohybuje v rozpätí od 7 do 9 tisíc.

HTV spolupracuje s mestským časopisom *Život Hlohovca*, s ktorým každoročne poriadajú anketu o sledovanosti, ktorá je podľa posledných prieskumov 60–80-percentná.

Studio PLUS TV – SPTV Veľký Meder – držiteľom licencie je fyzická osoba František Kováts, ktorý je zároveň prevádzkovateľom káblových rozvodov. Štúdio vysielá od roku 1995 90 minút týždenne, a to vždy v utorok o 18,00 hod. v premiére. Repríza programu sa vysielá vždy v ten istý týždeň v nedeľu o 13,00 hod. Programová schéma a časové rozloženie je nasledovné:

18,00–18,03 Zvučka, úvod (moderátor, hlásateľ) *dvojazyčne*

18,03–18,55 Od utorok do utorok – informačno-spravodajský magazín

18,55–19,00 Reklama–Teleshopping

19,00–19,25 Hobby (Záhradkár, šport)

19,25–19,30 Záver, zvučka

Počet abonentov je 1 450. Počet stálych divákov nie je známy.

Vysielanie štúdia SPTV sme uviedli z dôvodu, aby sme poukázali na význam lokálnych televíznych štúdií, ktoré plnia svoju informačnú funkciu aj pre oblasti so zmiešaným obyvateľstvom.

Trenčiansky kraj

V Trenčianskom kraji pôsobí množstvo televíznych štúdií. Vo väčšine prípadov ide o obecné vysielanie v jednotlivých obciach a menších mestech. Najviac štúdií je sústredených v okrese Prievidza.

Od roku 1992 pôsobí *TV Prievidza*, ktorá je prvou lokálnou televíznou stanicou. Vysiela prostredníctvom vlastného terestriálneho vysielača. Táto televízna stanica je súkromným subjektom a jej signál má dosah na mestá Prievidza a Bojnice spolu s príslahlými obcami, čo predstavuje 98 000 obyvateľov.

Ďalšou známou televíznou stanicou je *AVT Prievidza*, ktorá šíri program prostredníctvom káblových rozvodov od roku 1996. Prevádzkovateľom TKR je spoločnosť UBYFO, spol. s r. o. Prievidza. Ide o komerčné digitálne vysielanie 24 hodín denne, denne aktualizované v slučkách v dĺžke 35–60 minút. Programová skladba je podobná iným televíznym štúdiám. Vo vysielaní sú diskusné príspevky na rôzne témy, súťaže a oznamy. Nechýba ani reklama, televízne trhy práce a inzercia. V súlade so súčasným svetovým trendom ponúka divákovi, ale i klientovi okrem titulkovej podoby aj pohyblivé digitálne video s možnosťou použitia animácií, čítaného textu, hudby a pod. Okrem výroby reklám, príspevkov, rozhovorov a ich vysielania v Prievidzi, Bojniciach, v Novákoch (tu vysiela program prostredníctvom káblových rozvodov mesta Nováky a diváci ho poznajú pod názvom *Videonoviny Nováky*) a v Partizánskom ponúka spoločnosť AVT, v. o. s., Prievidza aj výrobu videofilmov. Počet domácností, ktoré môžu sledovať program tejto televízie, je cca 15 000. Spoločnosť je držiteľom licencie na prvé komerčné vysielanie v káblovom rozvoze v Slovenskej republike.

Držiteľom licencie *Bánovského televízneho vysielania (BTV)* je Mestské kultúrne stredisko v Bánovciach nad Bebravou. Program je šírený v káblových rozvodoch spoločnosti Kabel Plus, a. s., Bratislava a zabezpečuje ho 10 pracovníkov, z toho sú 3 externí. Vysiela 168 hodín týždenne videotextové informácie a moderované relácie zo života mesta. Program je orientovaný na všetky vekové kategórie. Výrazná je spolupráca s miestnou tlačou, a to pri výmene informácií.

Z celkového počtu 19 000 majiteľov káblových prípojk je počet pravidelných divákov viac ako 80 %.

K menším televíznym štúdiám patrí *Videomagazín Handlová*, ktorý pripravuje informačno-spravodajský magazín mestskej samosprávy v káblových rozvodoch mesta Handlová.

Mestské televízne štúdio Stará Turá vysiela prostredníctvom káblových rozvodov spoločnosti

Kabel Plus, a. s., Bratislava cca 150 hodín týždenne. Ide o nonstop teletextové informácie, ktoré sú graficky spracované a podfarbené hudbou. Medzi nasledovnejšie rubriky patria *Oznamy MsÚ, Eko blok, Nenechajte si ujsť* (pozvánky na kultúrne a športové podujatia väčšieho významu v meste a v okolí), ale aj rubriky venované reklame, inzercii a horoskopom.

Počet abonentov, ktorí majú možnosť sledovať miestne televízne vysielanie, je cca 2 200.

INFO kanál SBD – KTV Partizánske vysiela 168 hodín týždenne v káblových rozvodoch Stavebného bytového družstva v Partizánskom, ktoré je zároveň i držiteľom licencie na vlastné televízne vysielanie. Aj tu ide o obrazové spravodajstvo a textové informácie. Počet prípojk TKR je 4 400 a počet pravidelných divákov cca 3 000. Televízne štúdio intenzívne spolupracuje s miestnou tlačou.

Ďalšie televízne štúdiá pôsobiace v kraji vysielajú v káblových rozvodoch a počet abonentov sa pohybuje v rozpätí od 300 do 800, z čoho pravidelných divákov je asi 50 %. Väčšinou sú to krátke polhodinové relácie zo života obce.

Nitriansky kraj

Z televíznych štúdií, ktoré pôsobia v tomto kraji, môžeme menovať napr. *Infokanál obce Semerovo, Iža, Gbelce, Žitava, Tvrdošovce, Komjatice* a pod. Už z ich názvov (Infokanál obce) vyplýva, že ide o vysielanie v jednotlivých obciach s veľmi nízkym počtom obyvateľov.

Okrem týchto malých televíznych štúdií však v kraji pôsobí aj väčšie televízne štúdio, ktoré vysiela na vysokej technickej a profesionálnej úrovni – *Mestská televízia Komárno*. Držiteľom licencie je spoločnosť COM-MÉDIA, spol. s r. o., Komárno, ktorá v rámci s. r. o. združuje spolu s mestskou televíziou aj redakciu *Komárňanské listy – Komáromi Lapok*.

Televízne vysielanie začali 28. novembra 1997 prostredníctvom káblových rozvodov spoločnosti Prometheus, spol. s r. o. Vysielajú 24 hodín denne a ich program môže sledovať zatiaľ cca 3 000 majiteľov káblových prípojk. Počet pravidelných divákov (všetkých vekových kategórií) predstavuje cca 60–70 %.

Programová skladba vychádza z praktických skúseností TV Prievidza. Táto programová skladba bola tiež overená pri realizácii televízneho vysielania v Martine. Štruktúra a charakteristika jednotlivých programov je teda v podstate zhodná s obsahom súčasného vysielania TV Turiec a z väčšej časti aj s obsahom vysielania TV Prievidza.

Ťažiskovou reláciou je *Komárňanský magazín*, v ktorom dominujú spravodajsko-publicistické in-

formácie uplynulého týždňa v regióne. Súčasťou tejto relácie sú stále rubriky:

1. *Kultúra* – pozvánky na kultúrne podujatia, profily regionálnych umelcov a postrehy z výstav a iných podujatí.

2. *Polícia* – aktuálne informácie o závažných kriminálnych činoch a preventívne pôsobenie proti kriminalite.

3. *Šport* – postrehy, pozvánky, reportáže a spravodajstvo zo športových podujatí.

Keďže ide o typ záznamovej relácie, v premiére sa vysiela v slovenskom jazyku a v repríze v jazyku maďarskom.

Ďalšia je kontaktná relácia *Štúdio*, v ktorej sa diskutuje s pozvanými hosťami na aktuálne regionálne témy. Do diskusií môžu vstupovať priamymi otázkami aj diváci. Dĺžka relácie je cca 120 minút, vysiela sa v slovenskom jazyku s tým, že ak divák požiada o odpoveď v maďarskom jazyku, táto odpoveď zaznie najprv v slovenčine a potom v maďarskom preklade.

40-minútový blok informácií o daniach v regióne, oznamy úradov a inštitúcií, kultúrne a spoločenské pozvánky, spravodajstvo zo športu a obchodné ponuky prináša *Videotext*. Obsahová náplň sa aktualizuje denne v čase technickej prestávky. *Videotext* je v premiére v slovenskom a v preklade v maďarskom jazyku (striedané za sebou).

Premiéra programu je v utorok a v piatok, reprízy sa vysielajú každý pracovný deň v týždni od pondelka do piatku v stálych vysielačích časoch. V sobotu a nedeľu „beží“ *Videotext*.

Spravodajstvo tvorí 22 % vysielačieho času, publicistika 12 %, besedy a zábava 46 %, reklama 10 % a teleshopping 10 % vysielačieho času.

Väčšina televíznych štúdií na Slovensku, a teda aj v západoslovenskom regióne šíri program prostredníctvom káblových rozvodov. Tie poskytujú viac možností, pretože okrem šírenia programov miestnych televíznych staníc šíria aj signál satelitných a terestriálnych staníc (zásluhou káblových rozvodov sa zvyšuje potenciálna sledovanosť TV Markíza) a prispievajú tiež k sledovanosti českých, maďarských a poľských televíznych staníc. Práve tieto výhody pomáhajú zabezpečovať informačné potreby v oblastiach a regiónoch so zmiešaným obyvateľstvom (menšinové skupiny občanov).

V súčasnosti na území Slovenskej republiky je evidovaných 550 105 prípojok káblovej televízie. Z tohto počtu je 320 690 v sledovaných štyroch krajoch, čo predstavuje 58,29 %.

Okrem ponuky na satelitné programy a množstva informácií a služieb je teda veľkým prínosom

káblového rozvodu to, že umožňuje šíriť i miestne televízne a rozhlasové programy. To je dôležité najmä pre rozvoj miest, obcí a regiónov. Mestá a regióny sa stále viac osamostatňujú, ich politický, ekonomický, kultúrny a spoločenský život sa intenzifikuje a tým sa rozvíjajú aj informačné potreby občanov.⁹

Takmer všetky štúdiá začínali s vysielať textových správ, neraz s použitím počítačovej grafiky. Neskôr štúdiá začali vysielať vlastný program, ktorý mal spočiatku zvyčajne dvojtýždennú periodicitu. V súčasnosti sa tento čas skracuje na týždennú. Postupne pribúdajú aj priame prenosy významných udalostí v meste a v regióne.

Pre pôsobenie miestnej televízie sú dôležité vzťahy medzi televíznou stanicou a miestnou samosprávou. Efektívne fungujúca samospráva nie je mysliteľná bez plynulého toku informácií medzi samosprávou a občanmi. Miestne televízne vysielať pôsobí ako významný prostriedok umožňujúci občanom podieľať sa na rozhodovaní o miestnych záležitostiach.

Záujem občanov o vysielať je veľký, zvlášť vtedy, ak videonahrávky vyrobili samotní občania.¹⁰

Záver

V súčasnosti v západoslovenskom regióne pôsobí 12 rozhlasových staníc s rôznou organizačnou, technickou, finančnou i programovou štruktúrou a rozsahom publika.

Oproti roku 1997 sa počet rozhlasových staníc zvýšil, ale na druhej strane poklesla ich počúvanosť. Zo súkromných rozhlasových staníc je Fun Radio síce naďalej najpočúvanejším rádiom, ale jeho náskok pred rádiami Twist a Koliba sa neustále znižuje. Z regionálnych rozhlasových staníc sa dennou počúvanosťou najvýraznejšie presadzuje rádio FM Rádio DCA v Trenčianskom kraji, Rádio Nitra v Nitrianskom a Rádio Forte v Trnavskom kraji. Všetky bratislavské nadregionálne súkromné rozhlasové stanice sú najpočúvanejšie v Bratislavskom kraji. Informácie o postavení regionálnych rozhlasových staníc na trhu naznačujú, že vo svojich regiónoch majú silnú pozíciu. Z prieskumov vyplýva, že vo väčšine krajov je regionálna stanica aspoň na tretej priečke počúvanosti a že tieto „čisto“ regionálne stanice pomerne úspešne (v hraniciach vlastných regiónov) vzdorujú náporu celoštátnych (S 1, Rock FM Rádio) a nadregionálnych konkurentov.

Jednoznačné geografické vymedzenie hraníc pôsobenia sa vypláca a je dôležité pre úspešný

⁹ IVANTYŠYN, R.: Televízne káblové siete na Slovensku *Otázky žurnalistiky*, 1996, č. 1, s. 65–69.

¹⁰ IVANTYŠYN, R.: Káblová televízia na Slovensku. *Otázky žurnalistiky*, 1993, č. 1, s. 35–39.

rozvoj regionálnych rozhlasových staníc aj celého rozhlasového trhu. Hľadanie ďalších zdrojov reklamných príjmov rozšírením vysielať na ďalšie regióny bez ich spravodajského zabezpečenia a väzieb na regionálnych zadávateľov reklamy nie je cesta, ktorou by sa mali uberať súkromné rozhlasové stanice. Je jasné, že voči stanici Rock•FM sú súkromné rozhlasové stanice v nerovnoprávnom postavení. Sotva však možno dosiahnuť rovnoprávny stav postupným rozširovaním licencií a pribieraním frekvencií. To dokazuje, že kým sa nebudú popri lokálnych a regionálnych licenciách prideľovať aj licencie na celoštátne súkromné rozhlasové vysielať, rovnosť podmienok na slovenskom rozhlasovom trhu nebude. Dovtedy nebude možné hovoriť o skutočnom duálnom systéme rozhlasového vysielať. Koncepcia udeľovania licencií na rozhlasové vysielať by mala obsahovať aj ich rozlišovanie na celoplošné, regionálne a lokálne.

Sledovanie televízie zahŕňa množstvo aspektov a je podmienené početnými faktormi. Dnes už sledovanosť televízie nezávisí iba od vybavenosti domácností televíznymi prijímačmi a od zabezpe-

čenia územia televíznym signálom. Ide tu napríklad aj o možnosť vybavenosti domácností spoločnou alebo individuálnou satelitnou anténou (teda možnosť prijímať satelitné domáce a zahraničné satelitné stanice), od vybavenosti domácností prípojkou káblovej televízie (možnosť sledovať preberané vysielať domácných a zahraničných terestriálnych a satelitných staníc, ako aj vysielať miestnej televízie) a v neposlednom rade aj možnosť prijímať terestriálne vysielať domácných a zahraničných televíznych staníc. Ďalej vybavenosť domácností počítačmi, prípojkami na internet a pod. Dôležitú skutočnosť tu zohrávajú aj odlišné jazykové schopnosti obyvateľstva určitých regiónov prijímať zahraničné televízne vysielať. (Iná je situácia na juhu Slovenska vo vzťahu k maďarskému, iná na západe Slovenska k českému a iná na severe alebo východe Slovenska vo vzťahu k poľskému alebo ukrajinskému televíznemu vysielať.)¹¹

PhDr. Dana Benkovičová
NCMK, Bratislava

¹¹ BREČKA, S.: Médiá v regiónoch a regionálne médiá. *Otázky žurnalistiky*, 1997, č. 4, s. 321.