

ZO ZAHRANIČIA

MEDIÁLNE SYSTÉMY V EURÓPE – ŠVAJČIARSKO

Rozlohou 41 285 km² a 7 miliónmi obyvateľov patrí Švajčiarsko k malým európskym krajinám. Švajčiarska spoločnosť je mnohojazyčná (64 % obyvateľov hovorí po nemecky, 19 % po francúzsky, 8 % po taliansky a 1 % rétorománsky), čo má značný vplyv aj na štruktúru a organizáciu médií.

Švajčiarsky politický systém je veľmi diferencovaný, a teda aj zložitý. Funguje ako priama demokracia na troch úrovniach – konfederácia, regionálne provincie (26 kantónov) a lokálne komunity (viac ako 3 000). Tento systém je výsledkom švajčiarskej spoločensko-kultúrnej a spoločensko-politickej diverzifikácie, ktorá je neraz príčinou napätí medzi rôznymi záujmovými skupinami na týchto troch úrovniach. Napriek jazykovým, kultúrnym a náboženským rozdielom si Švajčiarsko dokázalo vypracovať stratégie na riešenie politických problémov a nezhôd, nikdy však nedospelo ku konsenzu v takých otázkach ako atómová energia, odzbrojenie, prístupenie k Európskej únii a pod. V dôsledku uplatňovania priamej demokracie je proces politického rozhodovania často pomalý, zložitý a neefektívny.

Tlač

Švajčiarska ústava spomína tlač iba jednou vetou: „Sloboda tlače je zaručená“ (čl. 55). Okrem toho článok 55a, ktorý sa týka rozhlasu a televízie, hovorí o potrebe ochrany tlače. Na druhej strane tlač nie je povinná plniť funkciu služby verejnosti.

Švajčiarsko patrí ku krajinám s rozvinutou tlačou. Aj keď *Neue Zürcher Zeitung* sú noviny medzinárodného významu, samotní Švajčiari ho za-

radujú medzi regionálne denníky. To zároveň znamená, že vo Švajčiarsku prakticky nevychádza ani jeden celoštátny denník. V roku 1997 tu vychádzalo 104 regionálnych denníkov s jednorazovým nákladom 2 725 000 exemplárov a 131 novín s nižšou periodicitou v náklade 707 000 exemplárov. Pritom na tlač pripadá takmer 70 % príjmov z mediálnej reklamy. (Pozri tabuľky 1. a 2.)

Tabuľka 1

Podiel švajčiarskych médií na trhu reklamy

| Rok | 1997 | 1998 |
|------------------|-------|-------|
| Denníky | 46,3 | 48,2 |
| Časopisy | 17,4 | 17,6 |
| Televízia | 15,8 | 14,2 |
| Odborné časopisy | 5,9 | 5,7 |
| Rozhlas | 2,9 | 2,4 |
| Kino | 1,0 | 1,0 |
| Teletext | 0,6 | 0,5 |
| Spolu | 100,0 | 100,0 |

Zdroj: Media Focus, Hergiswil 1999

Všetky denníky s nákladom nad 100 000 exemplárov sú vo vlastníctve multimediálnych spoločností. Najväčšia vydavateľská spoločnosť Ringier vlastní bulvárny *Blick* (315 500) a *Sonntagsblick* (nedeľné vydanie – 330 000). Zároveň vydáva obrázkové týždenníky *Schweizer Illustrierte* (238 000) a *L'Illustré* (90 000). Druhým významným vydavateľom je TA-Media AG, vlastní-

Tabuľka 2

Desať najväčších švajčiarskych denníkov (1997)

| Titul | Vydavateľ | 1997 | 1997 |
|-------------------------|--|----------------|-----------------|
| | | Predaný náklad | Počet čitateľov |
| Blick | Ringier AG | 315,548 | 796,000 |
| Tages-Anzeiger | TA-Media AG | 283,139 | 731,000 |
| Neue Zürcher Zeitung | AG für die Neue Zürcher Zeitung | 162,330 | 435,000 |
| Berner Zeitung BZ | BTM-Medien AG | 134,153 | 318,000 |
| Neue Luzerner Zeitung | Neue Luzerner Medien AG | 131,761 | 286,000 |
| Aargauer Zeitung | Aargauer Zeitung AG | 118,572 | 265,000 |
| Basler Zeitung | National Zeitung und Basler Nachrichten AG | 115,297 | 240,000 |
| Südostschweiz | Gasser Media AG | 103,804 | 192,000 |
| 24 heures | Edipresse Publications | 89,486 | 287,000 |
| Neue Mittelland-Zeitung | Vogt-Schild AG | 82,716 | 178,000 |

Zdroj: WEMF-Auflagenbulletin 1998 / MACH-Basic 1997

Tabuľka 3
Desať najväčších švajčiarskych časopisov (1997)

| Titul | Vydavateľ | 1997 Predaný náklad | 1997 Počet čitateľov |
|------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| Beobachter | Jean Frey AG | 331,156 | 926,000 |
| Schweizer Illustrierte | Ringier AG | 238,212 | 968,000 |
| Tele | Ringier AG | 228,840 | 698,000 |
| Das Beste | Verlag Das Beste | 203,289 | 549,000 |
| Glückspost | Ringier AG | 185,214 | 483,000 |
| Schweizer Familie | TA-Media AG | 178,347 | 722,000 |
| TR7 | Tevag Basel AG, Zürich | 160,197 | 327,000 |
| Modeblatt | Verlag Meyer AG | 121,959 | 394,000 |
| Facts | TA-Media AG | 103,424 | 514,000 |
| Annabelle | TA-Media AG | 93,888 | 303,000 |

Zdroj: WEMF-Auflagenbulletin 1998 / MACH-Basic 1997

popredného kvalitného denníka *Tages-Anzeiger* s nákladom vyše 280 000 výtlačkov a nedeľného *Sonntags Zeitung* s nákladom vyše 217 000. Zároveň má 49-percentný podiel vo vydavateľstve Berner Tagblatt-Mediengruppe (BTM), ktoré vydáva najväčší denník v Berne – *Berner Zeitung* (134 000). Obe vydavateľstvá sídlia v Zürichu.

K ďalším dvom význačným vydavateľským domom v nemecky hovoriacej časti Švajčiarska patrí skupina BaZ (vydáva denník *Basler Zeitung*, týždenník *Weltwoche*, športový týždenník *Sport* a dvojtýždenník *der schweizerische Beobachter*) a AG für die Neue Zürcher Zeitung (vydáva *Neue Zürcher Zeitung* a *St. Galler Tagblatt*). Najvýznamnejším vydavateľom vo francúzsky hovoriacej časti Švajčiarska je Groupe Edipresse, ktorý zásluhou štyroch veľkých denníkov (*24 heures*, *La Tribune de Genève* a *Le Matin semaine* a *Le temps*) kontroluje dve tretiny nákladu francúzskej dennej tlače vo Švajčiarsku.

K najvýznamnejším denníkom v talianskom jazyku patria *Corriere del Ticino* (38 000), *La Regione Ticino* (32 000) a *Giornale del Popolo*.

Päť najväčších denníkov s nákladom nad 100 000 exemplárov číta takmer toľko ľudí ako 235 malých novín s nákladom do 25 000 exemplárov. Stále viac a viac malých a stredných novín zaniká. Reklama a inzercia zabezpečuje 60 až 80 % príjmu novín a závislosť tlače od reklamného priemyslu neustále rastie.

Vo Švajčiarsku možno pozorovať všetky formy koncentrácie tlače – koncentráciu vydavateľov (pokles počtu vydavateľstiev), koncentráciu periodík (pokles počtu samostatných titulov) i koncentráciu nákladu periodickej tlače. Trend ku koncentrácii vedie k užšej spolupráci vydavateľov v oblasti logistiky a tlačiarenskej výroby.

Audiovizuálne médiá

Organizácia rozhlasu a televízie vychádza z článku 55a švajčiarskej ústavy, prijatej referendom v decembri 1984. Podľa tejto ústavy legislatíva elektronických médií spadá do kompetencie konfederácie. Ústava zaručuje nezávislosť vysielania a ustanovuje nezávislý orgán pre sťažnosti (UBI). Podľa ústavy je úlohou rozhlasu a televízie plniť informačnú, vzdelávaciu a zábavnú funkciu.

Spolkový zákon o rozhlase a televízii hovorí o týchto povinnostiach podrobnejšie. Podľa neho elektronické médiá majú:

- rozmanitými a vecnými informáciami prispievať k formovaniu nestranných názorov poslucháčov a divákov, k ich vzdelávaniu a zábave,
- uľahčovať prístup k informáciám o spoločnosti,
- zohľadňovať rôznorodosť Švajčiarska a jeho populácie, posilňovať národnú jednotu a medzinárodné porozumenie,
- podporovať kultúrny rozvoj a účasť občanov na kultúrnom živote,
- uľahčovať kontakt so Švajčiarmi v iných krajinách a propagovať Švajčiarsko v zahraničí,
- venovať zvláštnu pozornosť švajčiarskej audiovizuálnej produkcii a európskym audiovizuálnym dielam.

Zvláštne postavenie v systéme švajčiarskych elektronických médií má Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG). Zo zákona má právo financovať rozhlasové a čiastočne aj televízne vysielanie z koncesionárskych poplatkov. Na druhej strane má povinnosť zabezpečovať kvalitným programom všetky geografické a jazykové regióny Švajčiarska. Programy SRG majú podporovať vzájomné porozumenie a kultúrnu výmenu

medzi rôznymi časťami krajiny, jazykovými komunitami a kultúrami.

Zákon o rozhlase a televízii výslovne nehovorí o organizácii SRG. V súčasnosti je registrovaná ako súkromná nezisková organizácia s verejným poslaním, čiže ako verejnoprávna inštitúcia. SRG má pomerne zložitú organizačnú štruktúru, ktorú tvorí osem organizačných jednotiek. Pre rozhlasové vysielanie je to Schweizer Radio der deutschen und rätoromanischen Schweiz (SR DSR), Radio suisse romande (RSR) a mediálne zmiešaná Radiotelevisione swizzera di lingua italiana (RTSI). Samostatnými televíznymi jednotkami sú Schweizer Fernsehen der deutschen und rätoromanischen Schweiz (SF DRS) a spomínaná rozhlasovo-televízna RTSI. Okrem hlavných vysielajú tieto stanice aj doplnkové programy, od roku 1997 označované ako SF 2, TSR 2 a TISI 2.

Štruktúra SRG reflektuje skutočnosť, že Švajčiarsko je viacjazyčné a multikultúrna krajina a že výrobné kapacity sú rozmiestené vo všetkých jazykových regiónoch. Šesť rozhlasových štúdií (Zürich, Bern, Bazilej, Ženeva, Lausanne a Lugano) a štyri regionálne štúdiá (Aarau, Chur, Lucerne a St. Gall) vyrábajú tri rozhlasové programy a vysielajú dokopy vyše 92 000 hodín rozhlasového programu. Tri televízne štúdiá v Ženeve, Lugane a Zürichu vyrábajú šesť samostatných programov, dva pre každý jazykový región, ako aj jeden špeciálny program v rétorománskom jazyku. Ich celková produkcia dosahuje takmer 45 000 hodín vysielacieho času. Swiss Radio International (SRI) vysiela denne v štyroch jazykoch – anglicky, španielsky, portugalsky a arabsky a jeho produkcia dosahuje takmer 50 000 hodín ročne.

Na rozhlasovom trhu verejnoprávnej SRG konkuruje 45 súkromných regionálnych a lokálnych staníc. Väčšinu rozhlasových staníc kontrolujú vydavatelia tlače, ktorí sa usilujú aj o vlastníctvo a kontrolu televíznych súkromných staníc, čím dochádza k značnej regionálnej koncentrácii médií.

Na televíznom trhu je situácia odlišná v tom, že verejnoprávnej televízii konkurujú najmä zahraničné, predovšetkým nemecké televízne stanice. Väčšina súkromných televíznych staníc vysiela na regionálnej alebo lokálnej úrovni. Licenciu na vysielanie má 26 súkromných prevádzkovateľov, pričom ďalších 53 má licenciu na vysielanie teletextových služieb. Aj na prevádzke súkromných televíznych staníc sa podieľajú vydavatelia tlače, najmä dvaja najväčší – Ringier AG a TA-Media AG.

Štátna mediálna politika

Do regulácie švajčiarskej mediálnej scény zahŕňajú prínajmenej štyri záujmové skupiny:

1. Medzinárodné organizácie: Pre švajčiarsku mediálnu politiku má zvláštny význam najmä Rada Európy, pretože Švajčiarsko zatiaľ nie je členom Európskej únie. Švajčiarsko pristúpilo k Európskemu dohovoru o cezhraničnej televízii, aj keď táto svojím liberálnym prístupom k voľnému toku informácií neberie do úvahy štrukturálne slabiny malých a multikultúrnych krajín.

2. Národné organizácie: Dôležitá úloha prislúcha spolkovéj vláde, ministerstvu dopravy, komunikácií a energetiky, Spolkovému úradu pre komunikácie (BAKOM) a, posledne, nezávislému orgánu pre sťažnosti (UBI), ktoré formulujú a presadzujú normy a regulačné opatrenia v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania.

3. Politické strany: Politické strany reagujú na vývoj mediálneho sektora podľa svojich tradičných platforiem. Liberálna a konzervatívna strana uprednostňujú privatizáciu celého mediálneho systému, sociálnodemokratická strana by rada videla médiá bez akéhokolvek komerčného tlaku, preto presadzuje silné verejnoprávne elektronické médiá.

4. Mediálne organizácie: Mediálne organizácie s nemalým vplyvom na politiku a politikov dokážu ovplyvňovať a neraz i obštruovať vládne stratégie a regulačné opatrenia, ktoré považujú za protichodné svojim záujmom. Najmä súkromné mediálne spoločnosti sú ochotné plniť zvláštne spoločenské, kultúrne alebo politické úlohy iba za predpokladu, že tieto neodporujú potrebám trhu. Ich vplyv na mediálnu politiku limitujú rôzne záujmy jednotlivých médií.

Štátna podpora médií je zameraná najmä na vyrovnávanie rozdielov medzi väčšími a menšími jazykovými komunitami. Aby francúzska a talianska jazyková komunita mohli mať rovnaký počet programov ako nemecké Švajčiarsko, dostávajú väčšie množstvo finančných prostriedkov. Napríklad nemecká populácia sa na koncesionárskych poplatkoch podieľa 72 percentami, ale na výrobu nemeckých programov ide iba 40 % všetkých príjmov z koncesionárskych poplatkov. Bez takejto podpory národnej solidarity by bolo nemožné zabezpečiť všetky jazykové regióny Švajčiarska plnohodnotným rozhlasovým a televíznym programom.

Regulácia švajčiarskeho systému vysielania sa uskutočňuje v dvoch líniách: Otvorenie sa súkromnému vysielaniu a zároveň zabezpečenie štruktúr produktívneho systému verejnoprávneho vysielania, najmä z politických dôvodov. Ďalej je to jasná snaha zvýrazniť podiel Švajčiarska na medzinárodnom vysielaní a zároveň posilniť domáce regionálne a lokálne vysielanie.

Systém regulácie

Spolkový úrad pre komunikáciu (Bundesamt für Kommunikation – BAKOM) a ministerstvo do-pravy, komunikácií a energetiky (EVED) majú na starosti dohľad nad vysielaním švajčiarskeho roz-hlasu a televízie. Od roku 1984 k nim pribudla nezávislá inštitúcia pre sťažnosti na rozhlas a tele-víziu (Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen – UBI), ktorá rieši sťažnosti občanov na rozhlasový a televízny program.

Jedenásťčlenný výbor podľa stanovených kri-térií posudzuje jednotlivé programy z hľadiska pro-fesionálnych noriem a spoločenských hodnôt. V praxi procedúra prebieha tak, že do dvadsiatich dní od odvysielania určitého programu si ktokoľ-vek (obyčajne jednotlivec) môže sťažovať na určitý program ombudsmanovi. Úrad ombudsmana sa v prvotnej fáze usiluje o zmierlivé vyriešenie sporu. Ak sťažovateľ nie je s riešením spokojný, sťaž-nosť sa dostáva pred UBI. V takom prípade ju však už musí podpísať prinajmenej dvadsať ľudí. UBI potom rozhodne, či program porušil ustanovenia zákona o rozhlase a televízii, podmienky licencie (koncesie) alebo Európsky dohovor o cezhranič-nej televízii. Spočiatku mala UBI zabezpečovať najmä dodržiavanie určitých novinárskych noriem. Keďže však čoraz viac sťažností podávajú ľudia prostredníctvom právnikov, nadobúda konanie charakter „správneho konania“.

Úrad ombudsmana a UBI majú ťažkú úlohu pri hľadaní rovnováhy medzi slobodou prejavu a zodpovednosťou elektronických médií voči občanom. V každom prípade inštitucionalizácia orgánov na kontrolu programov je zaujímavým, i keď problematickým spôsobom zabezpečovania kvality programov a záujmov divákov.

Mediálne organizácie

Najdôležitejšou organizáciou zamestnávateľov je Švajčiarska asociácia vydavateľov novín a časopisov (Schweizer Presse). Hlavnými profesijnými združeniami sú Švajčiarska asociácia novinárov (SVJ), Únia švajčiarskych novinárov (SJU) a Švajčiarsky syndikát pracovníkov médií (SSM).

Perspektívny vývoj

Švajčiarsky televízny trh je v procese deregulácie. Aj keď má Švajčiarsko najvyššie výdavky na reklamu na hlavu obyvateľa, na televíziu pripadá iba 14 % celkových výdavkov na reklamu. Napriek tomu, že trh v nemecky hovoriacej časti Švajčiarska je z medzinárodného hľadiska mimoriadne malý, svojou potenciou rastu láka domácich i zahraničných investorov.

V lete minulého roka švédsko spoločnosť Scan-dinavian Broadcastin Systems (SBS) oznámila, že sa chce uchádzať o licenciu na televízne vysielanie v nemecky hovoriacej časti Švajčiarska. Ne-mecké spoločnosti Pro Sieben a RTL, ktoré pre švajčiarskych divákov vysielajú bloky švajčiarskej reklamy, mienia v budúcnosti vysielat aj špeciál-ne programy pre švajčiarskych divákov. SBS sa chce uchádzať o licenciu spolu s druhým najväč-ším švajčiarskym vydavateľom TA-Media AG, s ktorým vytvorila spoločný podnik. Už tohto roku má začať vysielanie súkromná stanica TV 3, za-meraná svojím zábavným programom najmä na mladších švajčiarskych divákov. Od augusta mi-nulého roka vysielala nemecká stanica SAT 1 švaj-čiarsky programový blok, venovaný najmä švaj-čiarskemu futbalu.

V októbri 1998 začal bývalý lokálny televízny kanál Tele 24 vysielat celoštátne. O licenciu na celoštátne vysielanie sa uchádza aj Prime TV, alian-cia niekoľkých lokálnych a regionálnych staníc. Pravda, všetky nové televízne stanice narážajú na konkurenciu nemeckých staníc (ich príjem umož-ňuje skutočnosť, že vyše 80 % domácností má prí-pojku káblovej televízie) a verejnoprávnej SRG, ktorá má 41-percentný podiel na švajčiarskom trhu a 81 % reklamných príjmov v televíznom sektore. Druhou najúspešnejšou stanicou vo Švajčiarsku je nemecká RTL s trhovým podielom 7 %.

Vyhliadky súkromných uchádzačov o licen-cie nie sú zlé, pretože švajčiarsky parlament (Bun-desrat) prejavil ochotu uvoľniť trh pre súkromnú televíziu, ale zároveň posilniť verejnoprávnu SRG ofenzívnejšou stratégiou.

Podľa zahraničných prameňov pripravil Samu-el Brečka, NCMK, Bratislava.

PRAMENE:

BAKOM: Grundsätze für die Konzessionierungspraxis des Bundesrates bei Radio und Fernsehen. In: <http://www.admin.ch/bakom/news/CFconcesionsRTV-d.htm>
<http://www.admin.ch/bakom/>
 Homepage der SRG: <http://www.srg.ch>
<http://www.schweizerpresse.ch/>
<http://girardin.org/switzerland/news/index.htm>
<http://ejc.nl/jr/emland/emland.html>
 MEIER, W. – RATHGEB, J.: Das Rundfunksystem der Schweiz. In: Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden/Hamburg 1998.
 World Association of Newspapers: World Press Trends, 1998 Edition, Zenithmedia, London 1999, s. 211–214.

ZO ZAHRANIČNEJ TLAČE

AUTONÓMNA ŽURNALISTIKA

Neopatrné priblíženie sa k (ne)tému dnešnej publicistiky a vedy o komunikácii

Profesor Wolfgang R. Langenbrecher je riaditeľom Inštitútu pre publicistiku a vedu o komunikácii vo Viedni. Svojím príspevkom *Autonómna žurnalistika*, ktorý čitateľom *Otázok žurnalistiky* ponúkame, a ďalšími prácami sa zasažuje o to, aby autonómne žurnalistické dielo zaujalo v rebríčku hodnôt miesto, ktoré mu právom patrí.

-dsá-

Žurnalista... patrí k určitému druhu kasty páriov, ktorú v spoločnosti vždy sociálne hodnotia podľa jej najnižšie stojacich reprezentantov. Najpozoruhodnejšie predstavy o žurnalistoch a ich práci sú všeobecne známe. To, že skutočne dobrý žurnalistický výkon si vyžaduje prinajmenšom tolko „ducha“ ako akýkoľvek výkon učenca..., na to nikto nemyslí.

(Max Weber: *Politik als Beruf* (1919). Ausgabe mit einem Nachwort von Ralf Dahrendorf. Stuttgart 1992, s. 33/34)

I

Názov znie ako dementi panujúceho učenia. Nemá však len tak znieť, je – celkom frontálne – tak myslený. Toto panujúce učenie nenapodobiteľne zhrnul Manfred Ruhl: „Redakčné rozhodovanie v zmysle štruktúrovanej a programovanej voľby medzi alternatívnymi udalosťami, témami a komplexami oznámení vystriedalo písanie a iné „vrodené“ prvky žurnalistiky.¹ Siegfried Weischenberg napísal dvojzväzkovú učebnicu žurnalistiky, v ktorej zastáva tento názor.²

Teda v nej sa konzekventne menej hovorí o vlastnej žurnalistike ako o imperatívoch, ktoré určujú jej prácu.

Budem tu zastávať opačný postoj a výslovne trvať na vrodenej, to znamená, samotvorivých prvkoch žurnalistiky. A to aj napriek poznaniu, že väčšina mojich kolegyň najneskôr na tomto mieste – len slabo zdržiavajúc posmech – a s jednoznačne denunciatným zámerom hlasne zvolá: Dovífat, Dovífat – základné pojmy publicistiky. Publicistická osobnosť!³

Skutočne sa oplatí prečítať si príslušnú kapitolu. Potom bude veľmi rýchlo jasné, že Dovífat pod publicistikou rozumel vo väčšej miere niečo úplne iné ako to, čo sa najneskôr od konca 19. storočia prirodzene sformovalo ako žurnalistika. No napriek tomu nás jeho historické úvahy siahajúce až k Aristotelovi a, prirodzene, zahrnujúce Josepha von Görresa a pripomínajúce úvodníká-

rov ako Theodora Wolffa, môžu ochrániť pred tým, aby sme s jestvujúcimi definíciami a pojmami panujúceho učenia eskamotérsky vylúčili najvzrušujúcejšie produkty a na následky najbohatšie výkony žurnalistiky. Dovífatova pojmovosť je určite zastaraná, ale ešte vždy prezrádza citlivosť na kvalitu, akú možno očakávať od vedy, ktorá sa zaoberá produktmi kultúry. Obávam sa, že mnohí výskumní pracovníci z oblasti žurnalistiky – *mainstreams* – sa rovnajú literárnemu teoretikovi, ktorý ešte nikdy nečítal lyrickú báseň. Alebo teoretikovi, ktorý sa nezaujíma o otázku či zle, dobre alebo lepšie.

Aké následky už desaťročia pretrvávajúceho intelektuálneho pustnutia to malo pre náš odbor, môžeme vyčítať z toho, že sa už nikto nepokúsi o „umenie“ biografie. A to i navzdory tomu, že v súčasnosti história a iné disciplíny – napríklad týkajúce sa výskumu jakobínov – napísali veľkú a pôsobivú kapitolu raných dejín modernej žurnalistiky, za čo možno ďakovať predovšetkým biografickej metóde. Jeden z vedúcich výskumníkov jakobinizmu nemecko-izraelský historik Walter Grab o tom napísal: „Biografická metóda je najvhodnejšia, ak chceme na základe historického procesu objasniť ideály a ilúzie, nádeje a sklamanie revolučných demokratov, ktorí sa pridržovali svojho presvedčenia napriek všetkému prenasledovaniu. Aby sme sa vyhlí personalistickému vnímaniu dejín, musíme náš pohľad vždy zamieriť na

¹ RUHL, M.: Organisatorischer Journalismus. In: Kaase, Max a Schulz, Winfried (vyd.): *Massenkommunikation* (mimoriadne číslo 30 KZfSSp) Opladen 1989, s. 254.

² WEISCHENBERG, S.: *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Massenkommunikation*. Opladen 1992.

³ DOVIFAT, E.: *Handbuch der Publizistik*. Berlin 1968. zv. I. Tenže: *Die publizistische Persönlichkeit*. Vyd. D. von Dadelsen. Berlin 1990.

dialektické vzájomné pôsobenie medzi všeobecným a zvláštnym, medzi subjektívnou vôľou a spoločenskými konfliktmi doby.⁴

Pri takýchto metodických poznatkoch niet, ani pokiaľ ide o žurnalistiku, žiadnej cesty späť. Ale nejstuje ani dôvod, prečo by sme mali principiálne odhliadať od osôb a systémovo-teoretickým zákazom myslenia izolovať poznatky, ktoré už raz patria k fenoménu „žurnalistika ako povolanie“.

II

Analogicky s inými disciplínami, ktoré sa musia borit s podobnými problémami, teda s literárnou vedou, hudobnou vedou, umenovedou alebo divadelnou vedou, by bolo treba najskôr analyzovať otázku, či aj v žurnalistike možno nájsť produkty, ktorým právom môžeme priznať charakter diela. Znenazdania mi prichádza na um, že ak niečo v žurnalistike má charakter diela (v prípade audiovizuálnych produktov), býva to automaticky vyhlásené za literatúru alebo umenie a tým takpovediac oddefinované z nášho odboru. Ako typický príklad môže poslúžiť Joseph Roth, ktorého vydavateľstvo naposledy vydalo šesťzväzkové vydanie jeho diela, pričom prvé tri zväzky obsahujú *Žurnalistické dielo*. S celkovým rozsahom nemej ako tritisíc strán! Romány a rozprávania nemajú ten istý počet strán. Čo teda je Joseph Roth? Básnik, spisovateľ? I on si dost vytrpel od imperatívov, dôkazom toho sú jeho listy, a napriek tomu vytvoril dielo, ktoré sice neprežilo dodnes so všetkými jeho reportážami, fejtónmi alebo glosami, ale predsa s mnohými z nich pretrvalo. Čo nás vlastne vedie k tomu, že takéto dielo dnes zaraďujeme do rubriky literatúra, hoci vtedy riadok za riadkom vznikalo ako žurnalistika?

Joseph Roth mal na túto otázku jednoznačnú odpoveď. Dňa 19. decembra 1925 sa zaoberal v časopise *Frankfurter Zeitung* s dvoma knihami, jednou od Alfreda Polgara (Písané na okraj) a jednou od Egona Ervína Kischu (Štvanica v čase) a túto kritiku nazval *Preniknutie žurnalistov do budúcich generácií*. V nej sa v úvode hovorí: „Keď nemeckí žurnalisti píšú knihy, takmer sa od nich očakáva, že sa ospravedlnia. Ako k tomu prišli? Chcú sa jednodňovky dostať do kategórie vyššieho hmyzu? Chcú tí, ktorí patria dňu, vstúpiť do večnosti? Profesori a kritici lemujú cestu, ktorá vedie k budúcim generáciám. Básnici, ktorí boli zviazaní takpovediac od narodenia, chcú často postaviť presnú hranicu medzi žurnalistikou a lite-

ratúru a v ríši večnosti zaviesť numerus clausus pre `spisovateľov dňa`. Cudzie slová sa veľmi zriedkavo šťastlivo a platne ponemčili. Zvyčajne dostali presný, ale skreslený (nenemecký) význam, ako napr. slovo: spisovateľ dňa. Žurnalista však môže a musí byť spisovateľom storočia. Pravá aktuálnosť sa v žiadnom prípade neohraničuje 24 hodinami. Je dobová a nie denná.“⁵

III

Chcel by som tézu o charaktere žurnalistiky ako diela otestovať ešte na inom príklade. Dňa 18. decembra 1992 dostal Erich Kuby cenu za publicistiku krajinského hlavného mesta Mnichova. To mi dalo podnet na to, aby som sa pozrel na jeho život a dielo.

Aj on sa dozvedel o všetkých mysliteľných imperatívoch žurnalistickej práce, najskôr v konfrontácii s americkou vojenskou vládou, neskôr ako redaktor *Süddeutsche Zeitung*, potom *Die Welt*, napokon spravodajského magazínu *Der Spiegel* a naposledy počas 16 rokov v *Sterne* Henriho Nannena. Po tieto dni vyšla od neho vehementná polemika o následkoch znovuzjednotenia pod titulom *Nemecké perspektívy. Nemilé poznámky na okraj*.⁶ Takmer polstoročie písal Erich Kuby prevažne ako žurnalista. Viac ako 30 kníh vyšlo od konca vojny a jedna z nich je určitým druhom intelektuálneho biografického diela, ktoré so žurnalistickými prostriedkami dokáže presne to, čo by inak – veda o žurnalistike: tak povediac analogicky k vede o literatúre – musela rekonštruovať.⁷ Erich Kuby sa – ako väčšina veľkých žurnalistov – často zaoberal aj prirodzenosťou tohto remesla s vrozeným prvkom vlastného konania. Opakovane sa tu stretávame s myšlienkou oddelenia pozorovateľa od pôvodcu činu, žurnalistu – alebo intelektuála – od politika. A jeden z prvých záznamov viažucích sa na rok 1947, keď sa Erich Kuby stal šéfredaktorom časopisu *Der Ruf*, sa dotýka toho, čo túto žurnalistiku prirodzene vytvára: jej autonómia.

Až na jednotlivé formulácie takéto predstavy nachádzame aj u mnohých ďalších žurnalistov. „Keď už nie je politickým pôvodcom činu, ale iba pozorovateľom, niet pravdepodobne žiadnej lepšej metódy, ako nesadnúť na lep tým, čo vykonávajú moc, ako im z onej blízkosti, ktorú si vyžaduje písanie, pozerat na prsty. Pokiaľ ide o mňa, dva motívy ma nútili pridržiavať sa tohto presvedčenia: zmýšľanie odolávajúce akémukolvek väbe-

⁴ GRAB, W.: Ein Volk muß seine Freiheit selbst erobern. Zur Geschichte der deutschen Jakobiner. Frankfurt/Main 1984, s. 10.

⁵ ROTH, J.: Das journalistische Werk 1924–1928. Köln 1990, s. 519.

⁶ KUBY, E.: Deutsche Perspektiven. Unfreundliche Randbemerkungen. Hamburg 1993.

⁷ KUBY, E.: Mein ärgerliches Vaterland. München 1989.

niu a chuť písať ako médium, až prostredníctvom ktorého moje myslenie dostane obsah a formu.⁸ Z tejto autonómie, ktorú dva roky po skončení vojny nebolo ľahké zastávať voči okupačným dôstojníkom, vznikli potom kritické kontroverzie s okupačnou mocou, ostré a priame.

Zaujímavé je aj to, ako si Erich Kuby túto autonómiu zorganizoval vo vnútri redakcie. „S ukončením mojej činnosti v časopise *Ruf* došlo v tom zmysle k zmene mojej profesionálnej činnosti. Odtiaľ som patrila k redakcii, totiž k redakcii *Süddeutsche Zeitung*, ale nevedel som ju. V tejto funkcii, ktorú som neskôr 15 rokov vykonával v *Sterne* (medzitým krátko v časopisoch *Die Welt* a v *Der Spiegel*) s ťažiskom na písaní a bez akéhokoľvek rezortného ohraničenia, mi chýbala ctižiadost, aby som zaujal v hierarchickej štruktúre mojej pracovnej oblasti miesto, s ktorým sa spájala kompetencia udelovania pokynov. To by bolo okrem iného prinieslo so sebou, to stanovenie rezortu, ktoré som si neprial, a bolo by ma to navyše nútilo dodržiavať úradné hodiny (...) Kompetencia udelovania pokynov sa nahradila sama od seba vplyvom na celok a moja funkcia vo vnútri redakcii *Süddeutsche Zeitung* a *Stern* sa dá najlepšie definovať tak, keď poviem, že som bol názorovým faktorom.“⁹

Keď ešte ďalej sledujeme dielo Ericha Kubyho, zreteľným sa stane celý reťazec tradície, tvoriaci vrodenný funkčný prvok autonómnej žurnalistiky. Harry Pross dal tejto tradícii v jednej zbierke biografických esejí názov *Kasandrini synovia*. Kasandra je symbolom zbytočného napomínania: „Neuveriteľné vedomie je to, čo nikto nechce vedieť (...) Kasandrino vedomie sa nedá spájať so žiadnou mocou, ani vtedy nie, ak by ju bolo mohlo zachrániť (...) Kasandrino vedomie u spisovateľov, učencov a intelektuálov vôbec je podmienené senzuálne. Ten, čo je celkom spokojný, nepíše žiadne knihy. Nepátra, nechce prísť na koreň ľudom, veciam. Neobchoduje s Apolom.“¹⁰

Erich Kuby vytvoril bohaté a mnohostranné žurnalistické dielo, ale jedným bol vždy v tejto dlhej historickej epoche povojnového času: vzorným Kasandriným žiakom. Pritom jeho učiteľom bola vojna, ktorá ho odsúdila na to, že ničomu neveril, v čo verila väčšina, v nič nedúfal z toho,

v čo ona dúfala, neobával sa ničoho, skôr viacej očakával, čoho sa obávala, čo určoval jej životný postoj – životný postoj, ktorý má svoje úskoky v súkromnom medziľudskom zaobchádzaní, ale je celkom prospešný pri vykonávaní žurnalistického remesla.¹¹

Prežil v tejto vojne 2 919 dní a nocí a takto prišiel k definícii žurnalistickej autonómie nasýtenej skúsenosťami.

Penzijný vek pre Kasandru neprichádza do úvahy a táto metafora determinuje aj najmladšie dielo Ericha Kubyho *Nepriateľské poznámky na okraj* k nemeckej súčasnosti. Kasandra podľa neho patrí, namiesto orla, ako portrét – symbolická figúra – v nadživotnej veľkosti na čelnú stenu plénárnej zasadačky spolkového snemu: „Preto, lebo sa vládnuca trieda správa slepo a hlucho voči pesimistickým prognózam.“¹²

IV

Otázkou autonómie žurnalistiky sa zaoberal Martin Stock, odborník z oblasti rozhlasového a ústavného práva. Jeho kniha *Sloboda médií ako základné funkčné právo*¹³ obsahuje systematické úvahy o otázke funkčne primeranej osobitosti žurnalistického povolania. Pritom vo vysoko diferencovaných teoretických analýzach ukazuje, ako sú prostredníctvom tvorivých žurnalistických výkonov spolu spojené spoločensko-pôvodné publikum a mediálne publikum. Pritom identifikuje slabiny teórie vedy o komunikácii a tvorbu pojmov a zapojením analýz sa pokúša prispieť k autonómii vedy a vzdelania. V diskusii rozhlasových praktikov päťdesiatych rokov, ktoré zostali bez ohlasu, nachádza príspevky k teórii autonómie žurnalistiky. Opierajúc sa o tieto dokumenty, pokúša sa rekonštruovať žurnalistiku ako samostatnú kultúrnu oblasť a potom – analogicky s vedou – priradiť jej špecifickú odbornú myšlienku autonómie: „Vedecská sloboda môže práve tak platiť ako základné právo a vzor všetkých kultúrnych slobôd.“

Podobné impulzy dáva kniha filozofa Helmuta F. Spinnera *Vedecský etos ako osobitná etika vedomia*.¹⁴ Aj táto rozprava sa snaží prekonať bežné triviality teórie žurnalistiky tým, že žurnalistiku dosadí do hodností samostatného tvorivého kultúrneho výkonu a analyzuje ju ako vedu, ako „so-

⁸ Tamže, s. 17.

⁹ Tamže, s. 47.

¹⁰ PROSS, H.: *Sohne der Kassandra. Versuch über deutsche Intellektuelle*. Stuttgart 1971.

¹¹ KUBY, E.: *Mein Krieg. Aufzeichnungen 1939–1944*. München 1989.

¹² KUBY, E.: *Deutsche Perspektiven*. Cit. dielo, s. 106.

¹³ STOCK, M.: *Medienfreiheit als Funktionsgrundrecht. Die journalistische Freiheit des Rundfunks als Voraussetzung allgemeiner Kommunikationsfreiheit*. München 1985.

¹⁴ SPINNER, H. F.: *Das „wissenschaftliche Ethos“ als Sonderethik des Wissens. Über das Zusammenwirken von Wissenschaft und Journalismus im gesellschaftlichen Problemlösungsprozeß*. Tübingen 1985.

ciálny poznávací čin prvoradého významu pre spoločnosť“. Spinner hovorí o „vynachádzavostnej teórii žurnalistiky“. Iný pojem, v ktorom opisuje žurnalistiku ako „samostatnú formu racionálnosti“, je heslo príležitostná rozvaha. Platí preň „priznaný pracovný základ“ pre žurnalistiku, tak ako príležitostná rozvaha patrí k vede. Argumentuje na príklade žurnalistu zaoberajúceho sa vedou, ale možno to preniesť aj na mnohé ďalšie funkcie. Žurnalista zaoberajúci sa vedou môže byť pomocným orgánom vedy, závislým v oblasti poznania a činným v službe vedy. Potom však nevykonáva samostatnú poznávaciu prácu. Táto sa mu podarí až vtedy, keď dokáže kompetentnosť na niečo, čo veda vo všeobecnosti nemôže alebo nechce: „Vnáša do procesu riešenia problému lokálne problémové situácie, osobné názory alebo názory ním preskúmaných pozícií iných, určité záujmové pozície, nepreskúmané poznatky atď.“¹⁵

Keď tieto knihy v roku 1985 vyšli, s napätím sa očakávalo, či ich prijímajú ako implicitnú kritiku intelektuálnej úrovne žurnalistickej teórie vedy o komunikácii, jej bezkrvnosti vzdialenej praxi a empirii a jej značných teoretických a výskumných deficitov. A ďalej, či tieto teoretické vydarené diela so zreteľom na ešte neprehľadnú intelektuálnu absenciu napätia v normálnej výskumnej oblasti by mohli pôsobiť ako provokácia, ktorá by dala žurnalistickej teórii nové impulzy primerané dobe.

Od ich vydania prešlo už osem rokov – osem rokov neakceptovania a ďalšieho pokračovania v zaužívaných spôsoboch myslenia.

V

Vzdialene od empirie dokumentujeme vtedy, keď neberieme do úvahy diela a biografie. Tu by sme mohli citovať príklady z mnohých epoch, z mnohých kultúr a z najrozličnejších médií. Odborom nám je tu zodpovednosť za tvorbu tradícií a kánonov, keď nie každá generácia žurnalistov má znovu vynájsť žurnalistické koleso a potom sa pravdepodobne neprejaví celkom inovatívne a kreatívne ako generácie predtým. Kolkí z nás a kolkí politickí žurnalisti spájajú niečo s menom Ed Murrow (1908–1965). Keď Dieter Ertel, do roku 1989 riaditeľ televízie Südwestfunk, chcel pri príležitosti 25. úmrtia tohto slávneho amerického televízneho žurnalistu urobiť jeho filmový portrét, v ARD našiel málo pochopenia. Azda preto, lebo tento americký reportér CBS a slávny moderátor vysielania *See it now* bol práve prototypom žur-

nalistu, ktorý si získal autonómiu a zachoval si ju nazdory všetkým imperatívom. História sa stala jeho vysielanie z 9. marca 1954, keď si vymieňal názory so senátorom McCarthyom. O tomto frontálnom útoku na McCarthyho Dieter Ertel píše: „Daf náhubok žurnalistickému národnému hrdinovi, to si CBS nemohlo dovoliť. K tomu patrilo aj to, že Murrowova autorita zocelená v mnohých televíznych dokumentárnych vysielaniach povojnového obdobia, spojená s jeho `schopnosťou zabávať` chránila podnik od finančných nepríjemností. Sponzor série *See it now, Aluminium Company of America* už pred rokmi dal Murrowovi voľnú ruku pri výbere tém.“¹⁶

VI

Špecifiku knihy ako média pre autonómnu žurnalistiku by bolo treba široko spracovať, no chceli by sme ju demonštrovať aspoň na tomto príklade: Ralph Giordano vytvoril v rokoch 1964 až 1988 vyše 100 vysielaní pre televíziu. A napriek tomu: „Bolo mi tam vonku veľmi rýchlo jasné, že z obrovského bohatstva zážitkov a stretnutí

na celom svete len časť, výrez mohla zachytiť moja televízna práca. Upútanie na príslušnú tému, na jej červenú niť a na častú polovačku za vysielacím časom, ale aj tlak, aby som v zhode s povahou dokumentárneho filmu nebol veľmi osobný, kládli určité hranice oznamovania cez obrazovku. Tak sa hromadila vo mne stále viac so zdesením alebo šťastlivo získaná skutočnosť, ktorá nenašla žiadne publicistické spracovanie. Počas rokov vo mne zosilnela istota, že popri bezprostrednom televíznespracúvanom produkte sa sem dostalo niečo samostatné, čo muselo prevziať slovo.“

Tento deficitný zážitok, čo sa týka televízie, sa u Ralpha Giordana dostavuje, hoci on ako televízny autor i televízny dokumentarista koná veľmi autonómne: „V bezbrehom spektre druhov patrí k tomu neznesiteľnému druhu, ktorý chce všetko urobiť sám a prácu iným deleguje len vtedy, keď sa tomu nedá vyhnúť. Tento súčasník si sám vyberá miesta a objekty nakrúcania, lieta alebo cestuje všade ako súčasť tímu, tvrdí o sebe, že v jeho hlave sa `zbiehajú všetky nitky`... Hoci by to mohlo tak vyzeráť, nerobí to vôbec so zámerom, aby popudil proti sebe celé svoje okolie. Viac-menej nevidí žiadnu alternatívu, ako inak dobyť spracúvaný produkt.“

Knihy, ktorá takto vznikla, nie je o televízii, ale je to kniha, „ktorá vyšla vďaka televízii, vďaka

¹⁵SPINNER, H. F.: Das „wissenschaftliche Ethos“ als qualifizierte Wissensethik für theoretische Problemlöser im Sondermilieu eingerichteter „freier Forschung und Lehre“. Vortragsmanuskript April 1984 (Sympóziu Moralika a zodpovednosť vo vedeckom odovzdávaní poznatkov. 4.–5. mája 1984 vo Fuscheli).

¹⁶ERTEL, D.: Frontaler Angriff auf die Macht der Verleumdung. Zum 25. Todestag: Erinnerung an den amerikanischen Fernsehjournalisten Ed Murrow. In: Süddeutsche Zeitung, č. 96, 26. 4. 1990, s. 30.

mojej (Ralphovej Giordanovej – pozn. prekl.) práci v nej.“¹⁷

Pre úplnosť treba ešte citovať, že Giordano v roku 1990 v *Doslove v predslove* sa cíti byť oprávnený dramaticky varovať pred ničením verejnej televízie, ktorá desaťročia tvorila štruktúry podporujúce kreativitu.

VII

Na záver ešte raz Dovifat, ktorý v zhode so svojou patetickou slabosťou pre veľké osobnosti predsa mal svoje argumentatívne ťažkosti: „Pozícia žurnalistickej osobnosti v súčasnosti sa nemení tým, že tisícky pracujú anonymne v publicistických podnikoch a inštitúciách. Organizácia je dnes prvým predpokladom, ako sa dostať k masám. (...) Z publicistu sa stáva splnomocnenec, 'funkcionár' v dobrom zmysle. Sem patrí predovšetkým nedostatočne ocenená *udatná rutinná práca* v širokom poli moderných masových prostriedkov: redaktori a reportéri, kameramani a spravodajcovia, komentátori a autori interview, obrazoví žurnalisti

a kresliči so svojím usilovným a nenahraditeľným každodenným výkonom.“¹⁸

V historicko-teoretickom kontexte, ktorý som si zvolil, by bolo treba argumentovať presne opačne. Organizovaná žurnalistika – keď vôbec chceme takto nazvať tento druh redakčnej a inej činnosti – je služobným výkonom, autonómna žurnalistika je kultúrnym výkonom. Obidve majú spoločný – keď to sformulujeme do extrémov – iba dopravný prostriedok.

Metodicky podobne treba zareagovať na námietku, že tu sa nehovorí o žurnalistike, ale o intelektualizme. Je to správna poznámka, ale predsa nejde o závažnú výhradu. Intelektualizmus je výkonom principiálne neprofesionálnych rolí všetkých ľudí. Ich profesionalizácia je však nevyhnutná, keď majú príslušné požiadavky trvalú konjunktúru na výkon. To je prípad všetkých demokratických priemyselných spoločností od konca 19. storočia. Preto platí: „autonómna žurnalistika“ je profesionalizácia intelektuálnych výkonov.

Z nemeckého originálu Langenbacher, Wolfgang R.: *Autonomer Journalismus. Unvorsichtige Annäherungen an ein (Un) thema heutiger Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. AKM. Studien Band 39. München 1993. s. 127–135* preložila doc. PhDr. Danuša Serafinová, CSc., Katedra žurnalistiky FiF FUK Bratislava.

DIFFUSION EBU

Ročník 1998

Prvé číslo – Winter 1997/1998 je rozdelené do 5 častí: Vzdelanie, Vysielanie a spoločnosť, Programy, Horizonty a Fotografické strany. F. F. I. e. i. s. h. e. r. v článku *Vzdelávacie vysielanie pre všetkých* (s. 2–4) rozoberá problematiku nových technológií a ich vplyv na vzdelávacie programy vo vysielaní. Konštatuje, že digitálna revolúcia otvára enormné možnosti pre jedincov, internet chrlí množstvo informácií, umožňuje prístup k programovým archívom, knižniciam a rôznym ďalším inštitúciám.

Na tento príspevok nadväzuje J. M. M. a. h. o. n. článkom *Vzdelávacie vysielanie -- naživo a interaktívne* (s. 5–8). Autor prehodnocuje situáciu v Írsku a podčiarkuje 3 základné smery vývoja vzdelávacieho procesu. Poukazuje na význam vzdelávania, ktorý chápe ako celoživotný proces prinášajúci stále nové požiadavky na nové formy vzdelávania. Technologický vývoj v súčasnosti umožňuje vytvoriť novú a dynamickú vzdeláva-

ciu štruktúru. Vzdelávacie vysielanie v Európe spĺňa všetky potrebné atribúty, ako sú dynamickosť, expertízna a snaha po objavovaní nového.

M. S. e. l. v príspevku *Využitie online výučby vo vzdelávaní* (s. 9–12) píše o nových vzdelávacích technikách.

Prvú kapitolu završuje Z. D. r. d. o. v. á článkom *Niekoľko úvah o vzdelávacom vysielaní* (s. 13–16). Informuje o narastajúcom význame vzdelávania a výučby v Českej televízii, ktorá si buduje kontakty s mnohými ďalšími európskymi verejnoprávnymi vysielateľmi. Digitálnu televíziu a interaktívne médiá chápe ako nové nástroje vzdelávania.

A. S. c. h. a. r. f. v článku *Stav médií v Nemecku* (s. 17–19) hodnotí vysielacie médiá v Nemecku, predovšetkým z hľadiska verejnoprávnosti televízie a zavádzania nových trendov do médií.

Príspevok S. R. o. b. e. r. t. s. a *Televízia z hľadiska vyváženia* (s. 20–25) je venovaný problema-

¹⁷ GIORDANO, R.: *An den Brandherden der Welt. Ein Fernsehmann berichtet. Hamburg 1990* (rozšírené nové vydanie knihy *Die Spur – Reportagen aus einer gefährdeten Welt*).

¹⁸ DOVIFAT, E.: *Handbuch der Publizistik. Cit. dielo, pozri pozn. 3.*

tike televízie a zameriava sa na postavenie žien v médiách.

O *trendoch v oblasti detskej televízie* informuje (s. 27–31) D. B i l t e r e y s t, ktorý rozoberá programy ponúkané európskou verejnoprávnou televíziou pre deti. Konštatuje, že v Európe je 25 organizácií, ktoré pripravujú detské programy na 39 kanáloch v 17 rôznych krajinách. Píše o najsledovanejšom čase vysielania, o tom, že najčastejšie sú sledované domáce programy. Poukazuje na veľké zmeny v televízii a v postojoch detského diváka.

A. T o d o r o v i c sa venuje *Dokumentárnej koprodukcii HDTV* (s. 31–34), ako to vyplynulo z európsko-japonského seminára, ktorý bol zameraný na prostredie vysielania, na rastúce požiadavky nových programov, na multiplicitu kanálov z hľadiska súboru opatrení, koprodukcie a potrieb pre vývoj programovej produkcie. Konštatuje, že seminár umožnil výmenu informácií od programových tvorcov z rozdielnych oblastí sveta až po možnosť vytvárať užšie partnerstvo pri podpisovaní skutočných koprodukčných dohôd.

G. C h e n e v i é r e píše *O programovaní v digitálnom veku* (s. 35–39). Digitálnu televíziu považuje za radikálnu zmenu v televíznom priestore. Celú problematiku rozoberá z hľadiska globalizácie, menšinového programovania, lokálnych dimenzií, úlohy kvality všeobecného záujmu kanálov.

J. J ä ä s a r i – E. R u o h o m a a v článku *Ako sa používajú nové médiá* (s. 42–45) píše o používaní nových médií, o ich konzumentoch, o vplyve webu a internetu vo Fínsku.

Druhé číslo – Spring – sa člení na päť kapitoliek: Hudba v rozhlase, Vysielanie, Prezentácia, Programy a Fotografické strany. V prvej časti bolo uverejnených 8 článkov. S. F r e d e r i k s e n, hudobný riaditeľ Dánskeho rozhlasu, sa zaoberá *Hudobnou spoluprácou EBU* (s. 4–6) najmä v čase, keď dochádza k úzkej prepojenosti vážnej hudby s technickým pokrokom.

Riaditeľ Eurorádia a hudobných programov EBU P. Y. T r i b o l e t v článku *Nekonečný waltz* (s. 9–14) píše o troch významných krokoch EBU v hudobnej rozhlasovej aktivite. Ide o výmenu programov, projekty a spoluprácu. Čitateľ sa dozvie i zaujímavosti spojené s Eurorádio-satelitnou sieťou s 31 stanicami, z ktorých 13 je schopných pripojiť sa. Článok je doplnený o podrobnú schému Eurorádia.

Autor článku *Mládežnícka hudba vo verejnoprávnom rozhlase* (s. 17–24) P. A n d r i e s e n je riaditeľom Flámskeho rozhlasu a televízie a na základe svojich skúseností poskytuje názor na módný fenomén tzv. mládežníckej hudby.

K problematike rozhlasu a hudby sa vyjadrili i hudobný riaditeľ Radio France G. C a n t a g r e l: *Najlepšie a najhoršie zo všetkých vecí* (s. 24–

28) a zo švédskeho rozhlasu S. L a n d s t r ö n: *Prečo je živé predstavenie oveľa lepšie než CDs?* (s. 29–32). Ch. S c h e i b v príspevku *Konečne vzdušné vibrácie – nová hudba v rozhlase* (s. 33–35) hodnotí zmeny štandardného repertoáru, ktorý sa hráva v rozhlase za posledné obdobie.

O. K i r d e y e v a: *Rádio Orpheus: písanie nadčasového manuálu* (s. 38–42) a R. C u t l i f f e: *Živo na Mete* (s. 43–44) píše o projekte sobotných večerov v období december–apríl, keď EBU vytvorilo magickú atmosféru pre milióny poslucháčov od Reykjavíku cez Moskvu až po Helsinki a Jeruzalem tým, že vysielali predstavenia Metropolitnej opery z New Yorku.

Príspevok R. W e r n e r a *Verejnoprávne vysielanie* s podtitulom *Nesprávne ponímanie konca* (s. 47–53) odznel na stretnutí Pobaltských mediálnych expertov vo Viľňuse 31. 1. 1998. Zameral sa na poslanie verejnoprávneho vysielania, jeho podstatu a prepojenosť s licenčnými poplatkami. Súčasťou príspevku bola aj informácia o vysielaní World Radio, ktoré sa prezentovalo na konferencii medzinárodných vysielateľov 3.–6. 11. 1997 v Moskve a rozoberali sa na nej podmienky pre vysielateľov po páde železnej opony. Cieľom bolo zmapovať zmeny a perspektívy vysielania z hľadiska financií, nových technológií a požiadaviek publika.

H. K i m e l v článku *Globalizácia americkej kultúry* (s. 56–59) sa snaží nájsť rozumnú hranicu medzi „vyššou“ a „nižšou“ americkou kultúrou.

H. C e d r i c v príspevku *Grafická identita pre dve kanálové stanice* (s. 61–64) hodnotí situáciu pri otvorení nového centra pre vysielanie, ktoré využívajú najnovšie technológie.

M. E b e r t píše o *Detskom kanáli v Nemecku* (s. 65–68). Ide o nový špeciálny kanál, ktorý vysielala od 1. januára 1997 a sleduje ho 22,5 mil. domácností, čo je 68 % všetkých nemeckých televíznych domácností.

Prvý blok príspevkov **letného čísla – Summer** – bol venovaný virtuálnej realite a vnášaniu virtuálnej kreativity do programov. *O sprístupňovaní virtuálnych štúdií čitateľom* píše vo svojej štúdií D. A l l e n a (s. 2–5). Sprostredkúva skúsenosti BBC. A. S c h l i m b a c h informuje *O virtuálnom štúdiu v západonemeckom rozhlase ARD/WDR* (s. 6–10), ktoré je pionierom v používaní technológie virtuálnej reality v štúdiu. Zaujímavý je aj príspevok D. D r e w a, ktorý píše *o využití virtuálnej reality v praktickej programovej tvorbe* (s. 6–10). Konštatuje, že virtuálne štúdiá ponúkajú vysielateľom nové možnosti na výrobu všetkých typov televíznych programov. Čitateľov v skratke oboznamuje so základmi virtuálnej reality.

O živom vysielaní a virtuálnej realite píše A. B a r k a i (s. 16–18), ktorý je členom izraelského

orgánu pre vysielanie. Podmienky pre tieto novin-ky sa vytvorili po voľbách v r. 1996.

Druhý blok štúdií na tému *Vysielanie a spo-ločnosť* odštartoval S. W h i t t l e článkom *Nová nevkusnosť* (s. 19–21), kde píše o prejavoch vul-garizmov a nevkusu vo vysielaní, čo má vplyv aj na publikum.

Van B. D i j c k volá *Po kvalitnom zobrazo-vaní jednotlivých pohlaví na televíznej obrazovke* (s. 22–24). Približuje projekt 5 severských európ-ských vysielacích organizácií, ktorý finančne pod-poruje Európska komisia v 4 oblastiach spoloč-enských aktivít. Predovšetkým ide o program zameraný na rovnaké možnosti žien a mužov, de-finuje zobrazovanie násilia a jeho aspekty.

O vzdelávaní prostredníctvom televízie (s. 25–27) píše P. H u b e r t. Apeluje na vyváženosť vzta-hu verejnosť a vzdelávanie, hodnotí vplyv a vý-hody digitalizácie vo vzdelávacom procese.

Programový blok ukončuje štúdia J. H e n d r i k s e n a *O verejnoprávnom vysielaní v Holand-sku* (s. 31–33). Stručne informuje o jeho histórii a zaoberá sa profilom 3 kolektívnych verejnopráv-ných kanálov z hľadiska ich histórie, súčasnosti a perspektív vyplývajúcich z prijatia nového me-diálneho zákona v roku 1998.

Ďalší blok je venovaný jazzovým a klasickým hudobným programom v rozhlasovom vysielaní.

V bloku výskumu P. M e n n e e r píše o *Vý-skume televízneho publika dnes* (s. 49–52). Zame-riava sa na aktivity medzinárodnej spoločnosti ARM (výskumne metódy publika), ktorá pripravuje všeobecné pravidlá na výskum televízneho publika. Približuje princípy práce, možnosti zbe-ru údajov, výsledky a možné ciele ovplyvňujúce televíziu, trh a akademickú spoločnosť.

H. P. K a s s a r i sa venuje *Harmonizácii vý-skumu médií v malej krajine* (s. 53–56). Porovná-va harmonizáciu odporúčaní EBU s ohľadom na výskum publika a súčasnú prax z peoplemetro-vých meraní v malých európskych krajinách, ako je Fínsko.

EBU – ročenka 1998 vyšla na 46 stranách, kde v skratke slovom a číslami informuje o eu-rópskom verejnoprávnom vysielaní a o činnosti EBU v predchádzajúcom roku, ako aj o aktivitách a právomociach, ktoré môžu pomôcť záujmom čle-nov i organizáciám.

W. R u m p h o r s t na to nadväzuje štúdiou *Prepracovanie podmienok pre aktívnych členov EBU* (s. 8–10).

J. B r i q u e m o u t píše *O novom priestore* vytvorenom na schôdzi v Bruseli (s. 11–15). Hod-notí športové spravodajstvo, zmeny, ktoré nastali, a príspevok doplnia prehľadnými grafmi o uskutoč-nených operáciách a prenosoch športových progra-mov. G. S t u c h i sa zaoberá *Novými možnosťami*

a zmenami (s. 16–19), ktoré ponúka multimediálny vek, čo si vyžaduje nové pracovné nástroje. Infor-muje o novom projekte, ktorým by mal byť multi-mediálny katalóg celosvetovej televíznej produkcie a mal by slúžiť na výmenu informácií.

Hudobná banka EBU sa buduje od roku 1996 a obsahuje najlepšie hudobné diela a programy, ktoré sa prezentovali divákovi a poslucháčovi.

F. K o z a m e r n i k v článku *DAB – na konci tunela* (s. 36–38) píše o projekte DAB koordino-vanom zo Ženevy, ktorý je zameraný na digitali-záciu rozhlasového vysielania.

D. W o o d informuje o *Program EPG* (s. 39–40), ktorý je určený na digitalizáciu televízneho vysielania.

Posledné stránky ročenky sú spracované ako prehľadné tabuľky televíznych technických projek-tov EBU. Prezentujú sa tu: Historický kalendár EBU, Služby EBU a Register členov.

Jesenné číslo – Autumm – je zamerané na šport, festivaly, nové technológie, rozhlas a živo-tné prostredie. R. T h o m p s o n – F. T e e l l e e r v článku *Majstrovstvá sveta vo futbale 1998* (s. 6–13) píše o najväčšej športovej udalosti tohto storočia z pohľadu francúzskej rozhlasovej spoloč-nosti GRF, ktorá spoločne s TVRS 98 boli hostu-júcimi vysielateľmi pre svetový futbalový šampio-nát v roku 1998. Autori podrobne informujú o inováciách použitých vo vysielaní, ako i o spo-lupráci s telekomunikáciami.

W. K l e e m a n v príspevku *Prix Jeunesse 1999* (s. 14–19) informuje o medzinárodnom det-skom festivale PRIX Jeunesse 1998, ktorý sa kaž-doročne (od r. 1964) koná v Mníchove. Pri tejto príležitosti sa uskutočnila konferencia na tému *Trh dobrých nápadov*, kde sa stretlo 300 programo-vých tvorcov a špecialistov z celého sveta.

N. W i l l a r d v štúdiu *Animácia – od Anne-cy po Záhreb* (s. 20–27) hodnotí festival animova-ných filmov, ktorý sa uskutočnil v Záhrebe. Štú-diou zameranou *Na mladého diváka* (s. 28–32) ho vhodne doplnia D. W o o d.

R. L a m b informuje o 15-ročnom projekte tý-kajúcom sa životného prostredia v televíznej produk-cii (s. 43–45). Nadväzujúci článok J. M u r r a y a pri-bližuje *30-ročnú históriu programov o životnom prostredí* (s. 48–53), ktoré odštartovalo CBS.

Záverečné príspevky mapujú skúsenosti orga-nizácií zameriavajúcich sa na programy o prírode.

Koncom roka vyšlo **špeciálne číslo Diffusion EBU** venované TRAFFIC AND TRAVEL INFOR-MATION (TTI), jednému z významných členov EBU, ktorý sa zaoberá predovšetkým životným prostredím.

Podľa zahraničných materiálov spracovala PhDr. Denisa Vlčková, NCMK, Bratislava.

EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION

Ročník 1998

Prvé číslo sa začína štúdiou S. C o t t l e a *Ulrich Beck* s podtitulom *Ohrozenie spoločnosti a médiá – katastrofická predpoveď* (s. 5–32), v ktorej autor kriticky objasňuje Beckove myšlienky týkajúce sa úlohy masmédií v tzv. ohrozenej spoločnosti, vyzdvihuje význam a využitie masovokomunikačných výskumov pre spoločnosť z hľadiska sociálnych zmien, ktoré v nej prebiehajú.

M. C o r m a c k v štúdií *Menšinové jazyky v médiách západnej Európy* (s. 33–52) prispieva do diskusie o používaní menšinových jazykov v médiách, ktoré majú významnú úlohu pri budovaní národnej identity prostredníctvom médií, rozoberá štruktúru, fungovanie a význam menšinových médií a sociálnym vplyvom médií na spoločnosť.

J. A l l e a – S. L i v i n g s t o n e – R. R e i a e r v štúdií *Pravdivé klamstvá* s podtitulom *Zmeny v zobrazovaní trestných činov v britskej povojnovej kinematografii* (s. 53–76) z akademického hľadiska rozoberajú vzťah medzi zástupcami médií a sociálnym vplyvom médií na spoločnosť a predstavujú aktuálne trendy v zobrazovaní trestných činov v médiách. V štúdií sú prezentované výsledky čiastkového výskumu, ktorý na základe kvantitatívnej a kvalitatívnej analýzy rozoberá populárne filmy za obdobie rokov 1945 až 1991 a trestné činy spolu s ich objasnením vo filmovej tvorbe.

H. D a v i s – I. H a m m o a d – L. A i z a m o v á v príspevku *Zmeny identít a praxe v postsovietskej žurnalistike* (s. 77–98) s podtitulom *Pripad Tatarstan* uvádzajú vývoj nových postupov v ruskej žurnalistike na základe nových foriem regulácie, vlastníctva a ekonomiky, ako aj novej koncepcie stanovujúcej úlohu novinára vo vzťahu k štátnym autoritám a publiku. Konštatujú, že napriek centralizácii vysielania a komunikácie sa v Ruskej federácii posilňuje aj význam regionálnych médií. V štúdií sú prezentované výsledky výskumov médií, ako i štatistické údaje z Tatarstanu, republiky s etnicky a nábožensky zmiešaným obyvateľstvom, kde novinári zohrávajú významnú úlohu pri sprostredkovaní informácií.

Časť *Recenzie* (s. 99–124) uvádza hodnotiace texty na knihy autorov z oblasti médií, z ktorých vyberáme: *Štúdium publik: Šok zo skutočnosti* (o terorizme médií v 70. rokoch, keď dôraz médií sa orientoval na texty a ekonomické štruktúry a vo veľkom sa ignorovalo publikum), *Deti a televízia* (o vzťahu detí k televíznu vysielaniu a možných následkoch vysielania na ich psychiku).

Druhé číslo prináša rozsiahlu štúdiu dvojice autorov T. L i e b e s – T. L i v i n g s t o n e (s.

147–180) o tzv. *Európskych mydlových operách*. Text je výsledkom analýzy najpopulárnejších „mydlových opier“ v piatich európskych krajinách, ktorá poukázala na to, že tento žáner už nie je len americkým dovozom. Práve vybrané britské, škanadinávske a európske „mydlové opery“ potvrdili, že daný žáner sa rozvíja a v súčasnosti sa člení na mydlové opery z prostredia bežnej spoločnosti, dynastií a starovekej histórie. Každá z týchto skupín má svoje špecifické publikum.

K. R o e – D. M u i j s rozoberajú v príspevku *Vzťah detí k počítačovým hrám* (s. 181–200). Vychádzajú z výskumu medzi 10–11-ročnými deťmi v Holandsku, ktorého závery ukazujú, že počítačové hry majú skôr negatívny vplyv na sociálnu prispôsobivosť detí.

R. W. K i l b o r n v štúdií *Usmerňovanie reality vo Veľkej Británii* (s. 201–218) hodnotí televízne vysielanie z hľadiska jeho demokratizácie a plánovania. Konštatuje, že v európskom vysielaní ubúda počet dokumentárnych filmov na úkor ľahšieho zábavného žánru, ktorý prináša rýchle zisky. Autor sa zameriava na britské reálie v oblasti dokumentárneho filmu, pričom vychádza zo záverov septembrovej konferencie v Chicagu roku 1997 na tému *Viditeľné dokumentárne dôkazy*.

P. M a r l i e r e v článku *Pravidlá pre oblasť žurnalistiky* (s. 219–234) reaguje na príspevok Pierra Bourdieua. Autor sa venuje sociológii médií a predovšetkým sa orientuje na televíziu a na skryté formy násillia. Zdôrazňuje význam žurnalistiky, ktorá sa však nezaobíde bez akademickej a politickej podpory spoločnosti.

Tretie číslo sa začína príspevkom P. M u r s c h e t z a *Štátna podpora dennej tlače v Európe: kritické zhodnotenie* (s. 291–314), v ktorom autor porovnáva systém dotácií dennej tlače v Rakúsku, Francúzsku, Nórsku a Švédsku. V týchto krajinách, podľa jeho názoru, finančný systém podpory dennej tlače sa snaží o dosiahnutie vyrovnanej, nestranej podpory v prostredí ekonomickej súťaživosti pri zachovaní plurality názorov a rozdielnosti pohľadov. Autor zároveň kriticky pristupuje k výsledkom jednotlivých krajín pri zabezpečovaní ochrany kvôli ekonomickej súťaživosti a rozmanitosti tlače. V protiklade k anglosaskému minimalistickému prístupu k regulácii tlače, odmietajúcejmu poskytovanie peňažnej injekcie do novín tam, kde je to potrebné, Rakúsko, Francúzsko, Nórsko a Švédsko prezentujú krajiny, ktoré sa prikláňajú k politike udeľovania dotácií na tlač pri zachovaní demokratického a politického princípu v prístupe občanov k pravdivým

informáciám o politickom dianí. Na základe skúseností z jednotlivých krajín autor prichádza k názoru, že vládna politika, politika dotácií, rozdiely v tlači, ekonomika tlače, jej regulácia a iné sprievodné okolnosti sú tým prvkom, ktorý môže veľmi jednoducho narušiť krehkú vyváženosť fungovania nezávislého trhu tlače ako verejnej služby obyvateľom.

K. B r a n t v článku *Kto sa obáva zábavy* (s. 315–336) prináša zistenia viacerých európskych a amerických odborníkov, že ľahší zábavný žáner v médiách sa uprednostňuje na úkor politického spravodajstva. Do televízneho spravodajstva sa vnáša nový prvok – tzv. infozábava. Spravodajstvo stráca svoju kvalitu, napr. často vyvoláva u ľudí paniku pri prezentovaní katastrofických udalostí.

Do sfér informačnej dialnice nás vovedie D. W i n s e c k štúdiou *Prenasledovanie sv. Grálu* s podtitulom *Informačná dialnica a mediálne rekonvergenie vo Veľkej Británii a v Kanade* (s. 337–374).

F. E s s e r v príspevku *Redakčné štruktúry a pracovné princípy v britských a nemeckých redakciách* (s. 375–406) prináša čitateľom zaujímavý pohľad na novinársku prácu v krajinách, ktoré preferujú rozdielne modely redakčnej práce. Britskí a americkí novinári skôr obľubujú centralizované redakcie s vysokou úrovňou práce, nemecké novinárstvo smeruje k decentralizácii. Autor poukazuje na výhody a nevýhody redakčnej práce modelovanej na rôznych organizačných princípoch.

Z recenzií vyberáme *Pohľad do 80. rokov: Televízia a Reaganizmus* (s. 407–408), *Druhá strana užitočnosti a významu médií* (s. 412–414), *Pergamen, tlač a hypermédiá: Komunikácia vo svetovom transformačnom poriadku* (s. 417–419), *Analýza publika* (s. 419–421).

Štvrté číslo vyšlo ako špeciálne vydanie s podtitulom *Mladí ľudia a zmeny v európskom mediálnom prostredí*. S. L i v i n g s t o n v úvodnej štúdii *Medializované (sprostredkované) detstvo* (s. 435–457) informuje o výsledkoch komparatívneho prístupu k zmenám v európskom mediálnom prostredí na základe výskumu medzi mládežou. Autor pripravil špeciálny projekt o vplyve médií a nových informačných technológií na mladých ľudí vo veku 6–17 rokov, ktorí žijú v 12 európskych krajinách (Belgicko, Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Nemecko, Izrael, Taliansko, Holandsko, Španielsko, Švédsko, Švajčiarsko a Veľká Británia). Projekt realizoval tím odborníkov z rôznych vedných oblastí, ktorý mal jednotnú koncepciu a metodológiu výskumu. Závery ich práce ukázali, ako mladí ľudia využívajú médiá, ako sa menia ich sociálne vzťahy na základe práce s médiami.

M. B o u i l l – C. M. K o o l s t r a – S. L i v i n g s t o n e – N. M a r s i e l l e v príspevku *Vlastníctvo mladých a uplatňovanie starých a nových foriem v britských a holandských médiách* (s. 457–478) prezentujú výsledky výskumu, ktorý sa uskutočnil na vzorke 1 309 britských a 1 355 holandských detí a mládeže vo veku 6–17 rokov a zohľadňovali tieto aspekty: 1. Aké elektronické médiá máte doma, konkrétne vo vašej detskej izbe; 2. Koľko času strávite pri sledovaní médií; 3. Ako ste spokojný s využitím jednotlivých typov médií. Do médií sa zahŕňali tzv. staré médiá (tlač, televízia a video) a nové médiá (elektronické hry, počítače).

Závery boli v oboch krajinách veľmi podobné, rozdiely sa ukázali len v prístupe k počítačom. 64 % britských detí malo vo svojich izbách knihy.

U. J. S m a r a g a d i – L. D. H a e n e n s – F. K r o t z – U. H a s e b r i n k: *Ako sa aplikujú staré a nové médiá v Belgicku, Nemecku a Švédsku* (s. 479–502). Autori skúmali, ako deti a adolescenti integrujú do svojho mediálneho prostredia tzv. nové médiá a či tieto nové médiá vytlačujú ich staršie formy. Ukázalo sa, že v živote detí a mládeže zohráva dominantnú úlohu televízia, v oblasti počítačov a elektronických hier boli výsledky rozdielne a veľká skupina mládeže využíva v každodennom živote obe formy médií rovnocenne.

Autori D. P a s q u i e r – C. B u z z i – L. D. H a e n e n s – U. S j ö b e r g v štúdii *Rodinné životné štýly a aplikácia mediálnych vzorov* (s. 503–520) analyzujú meniace sa trendy vo využívaní médií v domácom prostredí. Ukazuje sa, že narastajú rozdiely vo využívaní tzv. nových a starých foriem médií, ktoré závisia od veku i pohľavia v tej-ktorej rodine.

Kolektív autorov v príspevku *Uplatňovanie médií a vzťah detí a mládeže k nim* (s. 521–538) poukazuje na významný vplyv médií na každodenný život detí. Médiá sú zdrojom námetov na hry, na vytváranie spoločenských hodnôt či na vzdelávanie.

Aj autori D. L e m i s h – K. D r o t n e r – T. L i e b e s – E. M a i g r e t – G. S t a l d s a v štúdii *Globálna kultúra v praxi* (s. 539–556) orientujú na deti a mládež. Výskum sa uskutočnil v Holandsku, Francúzsku a v Izraeli a skúma vzťah detí k televízii, beletrii a k novým formám médií.

Z recenzovaných kníh vyberáme: *Deti v elektronickom veku* (s. 557–565), *Médiá mladých a technologická budúcnosť* (s. 566–572), *Globálne médiá: Noví misionári kolektívneho kapitalizmu* (s. 572–574), *Feminizmus televíznej kritiky* (s. 575–576).

Podľa zahraničných prameňov spracovala PhDr. Denisa Vlčková, NCMK, Bratislava.

MEDIA PERSPEKTIVEN Ročník 1998

I. M o h r o v á v článku *Ochrana mládeže v televízii* (č. 1, s. 30–38) opisuje praktickú stránku ochrany mládeže v ARD v zmysle predpisov štátnej zmluvy o rozhlase, príčiny vzniku zákonných výhod ARD, ako aj využívanie ochrany mládeže v súkromnej televízii.

K. J a k u b o w i c z v článku *Vývoj na poľskom televíznom trhu (od štátneho monopolu k súťaženiu)* (č. 1, s. 39–45) sa zaoberá rozvojom ekonomiky káblovej a satelitnej televízie a narastajúcich reklamných výdavkov v Poľsku, ako i vznikom konkurenčného mediálneho trhu, v ktorom vidia určité šance aj zahraniční investori. Zatiaľ na tomto trhu vedľa seba existujú verejnoprávne vysielania organizované formou štátnych akciových spoločností, ako aj súkromné rozhlasové a televízne programy. Verejnoprávna televízia vysiela dva národné programy, jeden satelitný kanál pre zahraničných Poliakov, hudobno-odborný kanál, regionálne okienkové programy a 12 miestnych programov, ktoré financuje z reklamných poplatkov. Čo sa týka komerčnej televízie, regionálna vysielacia sieť POLONIA sa síce nachádza v nepriamom vlastníctve mediálneho magnáta Silvia Berlusconiho, ale najúspešnejší domáci komerčný televízny vysielateľ POLSAT je v poľských rukách. Okrem toho vznikli mnohé kooperácie medzi americkými, francúzskymi, nemeckými a poľskými partnermi. Napríklad rodinný zábavný vysielateľ RTL 7, spol. s r. o., spoločný podnik medzi CLT/ UFA a MCA UNIVERSAL, sa pokladá za nádejný satelitný program. Podiel divákov verejnoprávnej televízie je pri klesajúcej tendencii 64-percentný, ale s POLSAT-om by už mohol súkromný program postúpiť v priazni divákov na druhé miesto. 45)

Štúdia M. P o l l a *Vývoj maďarského televízneho priemyslu. Smerom k duálnemu televíznomu systému* (č. 2, s. 87–92) sa venuje vývoju maďarského televízneho priemyslu. Po politickej zmene v r. 1989 v Maďarsku nedošlo v štátnej televízii k podstatným zmenám. Televízny systém bol v rokoch po páde komunistického režimu dokonca politickou „hračkou“ strán v takzvanej mediálnej vojne. Radikálna zmena, ako privatizácia štátnych vysielacích frekvencií, bola zastavená až do schválenia mediálneho zákona parlamentom v januári 1996. V pravý čas sa začala transformácia maďarského televízneho trhu. MTV 1, MTV 2 a DUNA TV zostali verejnoprávne inštitúcie. Okrem toho zadaním terestriálnych frekvencií do dvoch súkromných televíznych vysielateľov bol vybudovaný duálny mediálny systém. Súčasne

začala pracovať Národná komisia pre rozhlasové a televízne vysielanie ako najvyšší mediálny kontrolný orgán. Od novembra 1997 vysielať obidva súkromné televízne vysielateľ TV 2 a RTL KLUB (terestriálne) a odvtedy spolurozhodujú o audiovizuálnom mediálnom sektore. Stúpajúci podiel súkromných vysielateľov na trhu oslovuje programovými ponukami najmä mladšie vekové skupiny publika (18–29-ročných) tak, že už po prvom vysielacom týždni sa najväčšie reklamné agentúry pokúšali o spoluprácu so súkromnými televíznymi prevádzkovateľmi. Nedá sa ešte predvídať, aké ďalšie účinky bude mať privatizácia na televízny trh v Maďarsku. Ale rozvojom duálneho televízneho systému a prípadnými ústavnými zmenami sa maďarské vysielanie priblíži západoeurópskemu mediálnemu poriadku.

A. E l i s o v á sa v svojom príspevku *Obchodná TV v Nemecku* (č. 3, s. 124–131) venuje televízii ako prostriedku podnikovej komunikácie. Je to nový druh ponukovej formy digitálnej televízie. Autorka skúma aj technické predpoklady a cenové relácie tejto ponuky. Nakoniec približuje projekty a hlavné služby obchodnej TV v Nemecku.

D. H e r k s t r ö t e r v štúdiu *Nové elektronické reklamné formy: Je ohrozená hodnovernosť programu?* (č. 3, s. 106–112) rieši právne problémy virtuálnej reklamy a obrazovej montáže v Nemecku.

S. F e i e r a b e n d o v á a W. K l i n g l e r v štúdiu *Na čo sa deti pozerajú* (č. 4, s. 167–178) analyzujú výsledky sledovanosti televízie v skupine 3–13-ročných detí v r. 1997. Výsledky už tretieho zhodnotenia údajov GFK zisťujú napriek rozmanitejšej programovej ponuke v porovnaní s predošlým rokom klesajúci denný dosah televízie vo všetkých vekových skupinách. Dĺžka sledovanosti v skupine detí vo veku od 3 do 13 rokov sa znížila o 6 minút, spolu na 95 minút denne a nachádza sa opäť na stabilnej úrovni rokov 1992 až 1995. Deti vo východnom Nemecku sledujú televíziu denne o 21 minút dlhšie ako ich vrstovníci na západe krajiny. Dievčatá v r. 1997 sledovali televíziu menej ako chlapci, rozdiel dennej dĺžky sledovanosti bol 12 minút. Všeobecne je známe, že sledovanosť televízie s vekom stúpa, t. j. 10–13-roční v r. 1997 sledovali denne televíziu od 113 minút. Priemerný čas sledovanosti televízie deťmi bol 160 minút denne. Deti najviac sledujú televíziu cez všedný deň v čase od 18. do 21. hodiny. Najúspešnejšími televíznymi stanicami 3–13-ročných boli v r. 1997 PRO 7 a RTL. Detský

kanál bol víťazom s 5,6-percentným trhovým podielom.

M. G e r h a r d s o v á a W. K l i n g l e r zhodnotili v štúdiu *Využívanie televízie a videa mládežou* (č. 4, s. 179–189) výskum 12–19-ročných mladistvých. Dnešná 12–19-ročná mládež, ktorá vyrastala s elektronickými médiami, sleduje zriedkavejšie a časovo kratšie televíziu ako celé obyvateľstvo v Nemecku. Od r. 1992 kontinuálne stúpla dĺžka sledovanosti televízie a v r. 1997 to bolo asi 111 minút denne. Berie sa do úvahy predovšetkým tá mládež, ktorá skutočne denne sleduje televíziu. Samozrejme, treba si uvedomiť, že mladšie skupiny divákov nie sú homogénne. Sledujú sa jednotlivé sociodemografické znaky mládeže, medzi ktorými sa vyskytujú veľké rozdiely. Mládež vo východnom Nemecku sleduje televíziu o 25 minút denne viac ako na západe krajiny. Dievčatá sledujú televíziu menej ako chlapci. Rozdiel v dĺžke sledovanosti bol v r. 1997 priemerne 11 minút denne. Mladšie vekové skupiny sledujú televíziu častejšie ako staršie, ale tie ju zase sledujú dlhší čas. Na konci týždňa sleduje mládež televíziu častejšie ako cez pracovný deň, ale najintenzívnejšie sa využíva cez všedný deň medzi 14.–17., a najmä medzi 18.–21. hodinou. Ďalšími rozhodujúcimi faktormi sledovanosti programov sú prázdniny, počasie, ako aj mimoškolské aktivity a záujmy vo voľnom čase. Najobľúbenejšou stanicou je PRO 7, na druhom mieste je RTL. Mládež najradšej pozerá zábavné šou, filmy, športové podujatia, pričom pri žánroch treba prihliadať aj na špecifické preferencie týkajúce sa pohlavia.

Televízia hrá významnú úlohu vo voľnom čase starších ľudí. Popri denníkoch slúži nielen ako hlavný informačný zdroj, ale aj ako prameň sociálnej orientácie. Televízia pôsobí ako najdôveryhodnejšie masové médium. Podľa A. G r a j c z y k a, W. K l i n g l e r a a O. Z ö l l n e r a (č. 4, s. 190–205) v r. 1997 asi 80 % starších občanov sledovalo denne televízne programy (priemerne 236 minút denne). Najmä na konci týždňa a predovšetkým v nedeľu sa starší intenzívnejšie venovali televíznej ponuke. Najprednostňovanejšími programami sú športové a zábavné vysielania a kriminálky. Treba si všimnúť, že aj v prípade starších divákov nejde o homogénnu skupinu. Ženy trávia dlhší čas pred obrazovkou ako muži. Vo východnom Nemecku skupina divákov vyše 50-ročných sleduje televíziu o polhodinu denne dlhšie ako v západnom Nemecku. Asi 28 % starších divákov sleduje televíziu denne asi 3 hodiny. Najúspešnejšími programami starších ľudí sú verejnoprávne programy. Komerčné programy sledujú diváci, ktorí sa venujú televízii viac ako 4 hodiny denne.

Ch. B r e u n i g v článku *Otvorené televízne a rozhlasové kanály* v Nemecku (č. 5, s. 236–249)

hodnotí štruktúru, program a publikum mestských médií a predpovedá veľkú budúcnosť otvorených kanálov.

P. M e r z o v á v štúdiu *Mestské vysielanie medzi právom a skutočnosťou* (č. 5, s. 250–258) kritizuje organizačné a programové štruktúry nekomerčného miestneho vysielania v Hessensku.

Štúdia U. P ä t z o l d a a H. R ö p e r a *Opatrenia na zabezpečenie názorovej rozmanitosti v rozhlase* (č. 6, s. 278–286) porovnáva dve smernice vo Veľkej Británii a v Nemecku. Autori dospeli k názoru, že pravidlá koncentrácie pre rozhlasový trh sú dnes vo Veľkej Británii prísnejšie ako v Nemecku.

J. S t e e m e r s o v á v článku *Terestriálny televízny sektor vo Veľkej Británii* (č. 6, s. 287–297) hodnotí zákonné rámcové podmienky, ponuku a trhovú pozíciu BBC, ITV, Channelu 4 a Channelu 5. Britský systém rozhlasového vysielania bol už dlhší čas charakterizovaný dvojpoľom medzi BBC a súkromným ITV (Channel 3) a doplnkové terestriálne televízne kanály (Channel 4 a 5), ako aj nový káblový a satelitný program v polovici 80. rokov zvýraznili svoj súťaživý charakter. Zákonom o vysielaní v r. 1990 začala konzervatívna vláda Margaret Thatcherovej zmeny v mediálnej politike s cieľom presadiť na televíznom trhu princípy voľnej trhovej ekonomiky. Dôsledkom toho vzrástla komercializácia (napr. ITV), znížila sa regulácia a zmenšili sa prístupové možnosti záujemcov o rozhlasové médiá. Novelizáciou zákona o vysielaní (1996) sa okrem toho vytvorili rámcové podmienky na digitálnu televíziu, ako aj liberalizované účastnícke predpisy. Terestriálny príjem dnes ešte stále hrá vo Veľkej Británii významnú úlohu a má asi 80-percentnú sledovanosť.

Príspevok U. M. K r ü g e r a *Modernizácia stabilných programových štruktúr* (č. 7, s. 314–330) porovnáva programovú analýzu 5 nemeckých programov ARD, ZDF, RTL, SAT 1 a PRO 7 v r. 1997.

D. H a j o k a B. S c h o r b v štúdiu *Informačné vysielania európskej televíznej ponuky v najsledovanejšom čase* (č. 7, s. 331–336) analyzujú televíznu informačnú ponuku v r. 1997 v 12 európskych štátoch (Nemecko, Fínsko, Francúzsko, Veľká Británia, Taliansko, Holandsko, Nórsko, Rakúsko, Portugalsko, Švédsko, Španielsko a Česká republika).

J. Z i m m e r v príspevku *Televízny príjem: v budúcnosti bude satelit pred káblom?* (č. 7, s. 352–366) informuje o vývoji a perspektívach terestriálneho, káblového a satelitného príjmu v Nemecku.

Takmer všetky štúdie časopisu *Media Perspektiven* č. 8 sú venované téme *Volby a médiá v Nemecku 1998*. Posledná ARD-ZDF-online štúdia

1998 autorov B. van Eimereovej, H. Gerharda, E. Oehmichenaa Ch. Schrötera (č. 8, s. 423–435) sa zaoberá využitím internetu a online ponúk elektronických médií v Nemecku.

Štúdia autorov H. Theunertovej a B. Schorba *Mediálna ochrana mládeže v digitálnej televízii* (č. 9, s. 446–453) vyhodnocuje výsledky rodinnej ankety okruhu predplatiteľov DF 1 a Premiere.

U. Hassebrink v príspevku *Mediálna ochrana mládeže v medzinárodnom porovnaní* (č. 9, s. 454–462) porovnáva zákony na ochranu mládeže vo Francúzsku, Veľkej Británii, USA, Kanade, Austrálii a v Novom Zélande.

Štúdia G. Hallebergera *Fiktívna televízna produkcia v Nemecku* (č. 9, s. 463–471) hodnotí výsledky výskumného projektu *Eurofikcia 1997* v piatich európskych krajinách (Nemecko, Francúzsko, Veľká Británia, Taliansko a Španielsko).

Štúdia kolektívu autorov *Využitie médií budúcnosti* (č. 10, s. 490–497) hodnotí výsledky expertíznej ankety k vývoju médií až do roku 2005–2015.

J. Zimmer v príspevku *Reklamné médium www* (č. 10, s. 498–507) informuje o vývoji a perspektíve online reklamy v Nemecku.

K. Ewald, Ch. Gscheidle a Ch. Schröter v štúdiu *Profesionalizácia a špecializácia v online médiu* (č. 10, s. 508–516) spracovali internetovú ponuku prevádzky verejnoprávneho vysielania v Nemecku v r. 1998.

Empirická štúdia H. J. Buchera a Ch. Barth a *Receptia online komunikácie* (č. 10, s. 517–

523) informuje o využití internetu v rozhlasových spoločnostiach a v novinách.

Analýza H. Volpersa, D. Schaiera a Ch. Salwiczeka *Verejnoprávne kultúrne rádiá* (č. 11, s. 534–544) porovnáva programovú ponuku Radia Kultur, Radia 3 a Deutschland Radio Berlin.

T. Kliment v štúdiu *Názory poslucháčov na rozhlas* (č. 11, s. 545–558) prezentuje výsledky výskumu v Severnom Porýní a Vestfálsku.

V 90. rokoch sa o priazeň mládeže uchádzal najväčší počet médií v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi. Rozhlasu nekonkurujú len televízia a nosiče zvuku, ale hlavne novšie médiá PC a internet. Podľa M. Gerhardsovej, W. Klingera a P. Mildeovej *Rádio – médium mládeže* (č. 11, s. 570–577) počas dňa je rozhlas u mladých dominantným médiom až do poobedia. V neskorých večerných hodinách ho vystrieda televízia. Rozhlas je spojený s mnohorakými činnosťami, so vstávaním a jedením, s cestou do školy, pri školských úlohách a vo voľnom čase. Obsahovo očakávajú mladí od rozhlasu predovšetkým hudbu, humor a informácie každého druhu. Rozhlas v porovnaní s inými médiami disponuje vysokým informačným dosahom.

U. M. Krüger v štúdiu *Hlavné témy televíznych diskusií 90. rokov* (č. 12, s. 608–624) porovnáva televízne diskusie ARD, ZDF, RTL, SAT 1 a PRO 7 (1991–1998). Ich hlavnými témami boli sex, erotika, kriminalita, katastrofy, politika, medzifudské vzťahy a porušovanie hodnôt.

Podľa zahraničných prameňov spracovala Mgr. Terézia Kamenická, NCMK, Bratislava V.