

ŠIROKÁ PONUKA – SKUTOČNÁ ALTERNATÍVA VÝBERU? (Pokus o komparáciu)

Je súčasná ponuka na slovenskom televíznom mediálnom trhu dostatočná, spĺňa opodstatnené požiadavky pomerne náročného publika z hľadiska rozsahu a hlavne obsahu? Tieto otázky sa vynárajú automaticky pri zbežnom pohľade na recenzie, úvahy, polemiky, ktoré sa vedú denne na stránkach odbornej, ako aj mienkotvornej tlače a nezriedka i na televíznej obrazovke.

Otázka je však formulovaná jednoznačne, hľadanie odpovedí je omnoho zložitejšie, ako je napokon samotná slovenská masmediálna realita. Berieme do úvahy fakt, že transformácia masmediálnej sféry, osobitne televízie, má viacrozmerne dimenzie. Treba vychádzať zo skutočnosti, že aj mechanizmy demokracie sa len postupne kryštalizujú a stabilizujú, iba začínajú plniť svoje spoločenské funkcie, pretože aj politický systém a jeho jednotlivé subsystémy hľadajú svoje optimálne podoby. Niektoré funkcie plnia uspokojivo, iné sa ešte nestihli stať jeho povinnou výbavou, napr. ešte sa nestal účinným nástrojom sociálnej kontroly.

I keď sa základy transformácie položili krátko po politicko-spoločenských zmenách, hneď na začiatku 90. rokov, nové možnosti sa črtali jasnejšie až po vzniku samostatnej republiky. V televíznom vysielaní bol tento proces zložitejší a výraznejší ako v iných oblastiach. Je pravda, že nástup duálneho systému bol dynamickejší v rozvoji rozhlasového vysielania, avšak prirodzené očakávania spoločnosti boli na strane televízie.

Slovenská televízia ako organická súčasť Československej televízie mala pomerne jasné, predsa však úzko vymedzené kompetencie. Programový kanál F-1 sa na začiatku 90. rokov v relatívne krátkom čase vykryštalizoval, ale slovenský vklad do jeho programovej skladby nezodpovedal ambíciám a potrebám novej emancipačnej skutočnosti. Zhruba tretinový podiel na jeho vysielacej ploche nedával dostatočný priestor na prezentáciu politických postojov a kultúrnych hodnôt.

Od začiatku roka 1993 bolo prvoradou úlohou vybudovať dva plnohodnotné programové kanály. Znamenalo to rozšíriť objem vysielania na programe STV 1 o dve tretiny, čo pri obmedzených finančných zdrojoch a výrobných kapacitách, ako aj nedostatočne rozvinutom reklamnom trhu nebolo jednoduché. Vytvorenie priestoru na podnikateľské aktivity umožnilo využívať aj relácie nezávislých producentských spoločností, ktorých masový nástup je zrejmý, ich relácie však

nie vždy korešpondovali s potrebami dramaturgie STV.

Ozajstným zlomom bolo konštituovanie duálneho systému v rozhlasovom a televíznom vysielaní, najmä polozenie jeho legislatívnych základov v roku 1991. Táto skutočnosť spolu s masovým rozvojom kabelizácie prenosu televízneho signálu otvára novú etapu vývoja – vyššiu zodpovednosť mediálnych inštitúcií, ale hlavne nové možnosti pre publikum. Na tom nič nemení ani fakt, že prvé komerčné spoločnosti mali len regionálny dosah (TV Sever, DCTV). Omnoho významnejšie je, že pre značnú časť verejnosti priniesli novú alternatívnu televíznu ponuku. Táto sa znásobila udelením licencie a začiatkom vysielania spoločnosti VTV v roku 1995, ktorá navyše vzhľadom na satelitné šírenie signálu otvorila nové možnosti prezentácie Slovenska v celoeurópskom kontexte. Dynamický vpád Markízy do nášho mediálneho prostredia, napriek len dvojtretinovému dosahu jej signálu, výrazne zmenil podmienky na slovenskom mediálnom trhu.

Okamžite sa to prejavilo na preskupení diváckeho záujmu. Dokumentujú to aj výsledky kontinuálneho mapovania renomovanej výskumnej agentúry AISA (na začiatku v súčinnosti s GfK a neskôr s Medianom). Na jar 1994 tvorila STV 1 56 %-ný podiel na trhu, na jeseň 1997 to bolo už iba 20 %, zatiaľ čo Markíza dosiahla dominantný podiel na trhu (53 %).

Tieto skutočnosti postavili aj pred výskumnú sféru nové úlohy, najmä nevyhnutnosť reflexie existujúceho stavu (pravda na podklade ich štruktúrovaného vývoja). Primárnym výskumným cieľom tejto čiastkovej úlohy bolo postihnúť základné vývinové trendy rozvoja televízneho vysielania na Slovensku, a to na základe sekundárnej analýzy dostupných zdrojov. Išlo o rámcovú analýzu skladby slovenských programových kanálov, ktoré mali najvyššiu zabezpečenosť územia televíznym signálom, už od začiatku 90. rokov, ale najmä postihnutie kvalitatívnych zmien v dôsledku etablovania duálneho systému vysielania. Pokúsili sme sa o komparáciu základných parametrov vysielania, ako aj o identifikáciu programových zdrojov z domáceho i zahraničného televízneho trhu.

Zvolený metodologický prístup predpokladal úzku spoluprácu s príslušnými mediálnymi subjektmi, ale aj s výskumnými agentúrami či profesijnými združeniami, čo nebola jednoduchá zalesť.

Legislatívne predpoklady vzniku duálneho systému

Česká a Slovenská Federatívna Republika v mimoriadne krátkom čase vytvorila legislatívny rámec na inštitucionalizáciu duálneho systému vysielania. Zákonom č. 468/1991 Zb. utvorila podmienky na udelenie licencií novovznikajúcim komerčným spoločnostiam. Tento zákon stanovil princípy transformácie dovtedy štátnych mediálnych inštitúcií, definíciu základných pojmov v oblasti televízneho vysielania, kompetencie na úrovni federácie a národných republík, ako aj režim vysielania reklamy a sponzoringu, teda pravidlá delby reklamného „koláča“, ktorý je pre komerčné spoločnosti základným predpokladom a pre verejnoprávne médiá nevyhnutným doplnkom ich financovania.

Paralelne bol prijatý zákon č. 254/1991 Zb., ktorý jednoznačne vymedzil funkcie Slovenskej televízie ako nezávislej národnej kultúrnej inštitúcie. Treba vyzdvihnúť, že to bol vôbec prvý zákon o verejnoprávnej televízii v postkomunistických krajinách, pretože v Českej republike to bolo až o pol roka neskôr. Z ducha zákona vyplýva, že v ďalších etapách bolo nutné pripraviť aj nové legislatívne normy – Štatút Rady STV (1993), Štatút Slovenskej televízie (1995) a Štatút programových pracovníkov (1996). Pritom mediálna legislatíva v našich podmienkach je ešte stále v procese kryštalizácie a je do značnej miery brzdená ich ďalším rozvojom.

V tomto smere boli inšpiráciou závery 4. európskej ministerskej konferencie o masmediálnej politike v Prahe 7.–8. decembra 1994, kde sa pri-

jal závažný dokument – Akčný plán – vymedzujúci stratégie na podporu médií v demokratickej spoločnosti. Hlavným zámerom tohto dokumentu je podporiť plnenie špecifických činností a postupov pri presadzovaní demokratickej reformy v médiách, šírenie slobody médií v kontexte Európskeho spoločenstva, uvedomenie si zásahov do slobody médií, nezávislosti a bezpečnosti žurnalistov, a v neposlednom rade podporiť rovnosť možností v audiovizuálnom sektore. Konferencia načrtla základný rámec pôsobenia verejnoprávnych inštitúcií, predovšetkým poskytovať fórum na verejnú diskusiu, v ktorej je možné vyjadriť široké spektrum pohľadov, teda názorovú pluralitu.

Vývoj televíznej programovej ponuky

V zhode s prebiehajúcimi civilizačnými trendmi najmä na európskom kontinente sa kryštalizovala aj naša mediálna scéna. V zásade možno celkový vývoj STV rozdeliť do troch etáp, ktoré sa vyznačovali istými špecifikami:

1. 1990–1992 – Rozvoj na úrovni federácie s parciálnym podielom na celoštátnom okruhu.
2. 1993–1994 – Nevyhnutné zabezpečenie fungovania 2 plnohodnotných programových kanálov.
3. 1995–1997 – Reálny nástup duálneho systému vysielania.

Na týchto základných etapách možno demonštrovať aj charakter vysielania STV. Na najvyššej úrovni to najvýstižnejšie badať na štruktúre vysielacej plochy z hľadiska zastúpenia jednotlivých programových typov (pozri tab. 1a, 1b).

Tabuľka 1a
Podiel programových typov STV v rokoch 1991–1993 (v %)

Programový typ	1990		1991		1992		1993	
	F-1	STV 2	F-1	STV 2	F-1	STV 2	STV 1	STV 2
informatívny	5,9	5,6	4,6	1,8	0,6	0,3	0,8	0,3
spravodajstvo	15,3	11,1	11,2	9,9	9,7	13,1	16,5	21,1
publicistika	19,5	25,7	23,8	21,6	33,0	31,1	31,0	29,9
vzdelávanie	7,0	5,8	5,4	7,7	3,9	6,2	3,7	6,6
šport	5,7	16,1	7,8	10,9	8,3	6,4	3,8	9,3
dramatika	32,8	22,0	34,7	33,1	27,1	33,9	33,0	17,9
zábava	9,7	6,1	12,2	7,0	12,7	5,2	10,1	10,9
hudba	2,9	3,6	2,5	2,7	2,6	2,0	1,8	2,6
komercia	1,1	0,6	1,9	0,8	2,1	1,8	3,1	1,3

Tabuľka 1b
Podiel programových typov STV v rokoch 1994–1997 (v %)

Programový typ	1994		1995		1996		1997	
	STV 1	STV 2	STV 1	STV 2	STV 1	STV 2	STV 1	STV 2
spravodajstvo	39,3	39,2	8,8	11,7	7,5	10,9	9,8	8,1
publicistika	–	–	32,6	34,2	36,3	33,0	36,4	37,1
šport	5,2	21,5	4,2	20,0	7,9	21,4	2,5	19,1
vzdelávanie	2,3	5,7	–	–	–	–	–	–
dramatika	27,5	17,3	36,3	22,8	31,9	23,9	32,4	19,8
zábava	11,0	4,1	5,8	2,8	5,9	2,8	8,6	4,7
hudba	6,8	8,4	5,8	5,9	4,7	5,3	6,4	8,1
komercia	7,8	3,9	6,4	2,7	5,8	2,8	3,6	3,0

Treba poznamenať, že aj klasifikačný systém, ktorý sa využíva v STV, prešiel v tomto období nevyhnutným vývojom smerujúcim k aproximácii s identickým systémom EBU (European Broadcasting Union – Európska vysielacia únia), preto možno z neho vytvoriť jednoznačné časové rady len pri niektorých typoch (niektoré sa časom združili, iné rozčlenili, napr. spravodajstvo, publicistika a vzdelávanie).

Z uvedených údajov je zrejmé, že vývoj v programovej ponuke STV nebol ani lineárny a už vôbec nie stabilizovaný. Bolo to podmienené mnohými faktormi. Väčšinou však nevyplývali zo zámerov makrodramaturgie, ale z finančných a kapacitných možností. Disproporcie boli aj dôsledkom častých organizačných zmien v programových úsekoch.

Nároky na vlastnú výrobu programu (napr. v roku 1993 o 1/3 vyššie oproti predchádzajúcemu roku) sa mohli uspokojivo splniť len nachádzaním a efektívnym využívaním ďalších programových zdrojov a uplatňovaním združených prostriedkov, prevažne formou koprodukcie. Tento druh výroby mierne vzrástol z pôvodných 1,7 % v roku 1993 na 6,6 % z objemu vlastnej výroby STV v roku 1997. Výroba na objednávku pod dramaturgickou supervíziou STV zaznamenala v tomto období opačný trend.

Nezanedbateľnou súčasťou vysielania STV sú programové cykly, príp. samostatné relácie získané formou nákupu od nezávislých producentov spoločností na Slovensku. Ide o relácie bez akýchkoľvek nárokov na dokončovacie práce. Aj podiel tohto druhu audiovizuálnej tvorby vzrástol z 525 hodín v roku 1993 na 765 hodín v roku 1997, čo znamená 6,9 % z celkovej vysielacej plochy.

Významnou a charakteristickou črtou vysielania v celom tomto období bol rast významu televíznej publicistiky, a to vo všetkých jej žánro-

vých podobách – od aktuálnej publicistiky cez celý komplex domácich a zahraničných dokumentárnych cyklov až po integrované publicistické bloky.

Podiel dramatických programov domácej a zahraničnej proveniencie (ktoré sú v popredí diváckeho záujmu) na vysielacej ploche mierne kolísal, na programe STV 1 (a predtým na F-1) osciloval okolo tretiny celkového objemu vysielania. Spolu s publicistikou však tvorí ťažisko programovej tvorby a spravidla aj programové dominanty v jednotlivých dňoch.

Výraznú pečať programovej skladbe STV 2 vtláča celý komplex športových prenosov, a to vo zvýšenej miere od polovice 90. rokov. Skladba tohto programu je už tradične voľnejšia, preto popri dlhodobom plánovaní projektov z vrcholných podujatí európskeho či svetového významu možno zaradovať tento programový typ aj operatívne, podľa aktuálnej športovej ponuky. A to napriek tomu, že v podmienkach duálneho systému je nákup vysielacích práv lukratívnych podujatí podstatne zložitejší. Príkladom sú prenosy z MS v hokeji, automobilových pretekov Formuly 1 či prenosy z Ligy majstrov vo futbale, ktorých vysielacie práva v súčasnosti vlastní spoločnosť Markíza.

Reálny nástup duálneho systému

V roku 1995 začali vysielat dve komerčné televízne spoločnosti. Prvá z nich DCTV (Danubius Cable TV) po pomerne krátkej existencii prerušila vysielanie, zatiaľ čo spoločnosť VTV (Vaša televízia) vstúpila na nerozvinutý mediálny trh s vyššími ambíciami, a to najmä vzhľadom na satelitné šírenie signálu. Už na začiatku ju mohlo reálne sledovať 22 % populácie na Slovensku. Skutočná

sledovanosť však bola podstatne nižšia a podiel na trhu bol bezvýznamný.

DCTV sa profilovala ako televízia rodinného typu, ktorej hlavným programovým zámerom bolo priniesť oddych a zábavu pre celú rodinu; v jej programovej skladbe dominovali filmy pre deti i dospelých. Program bol členený pomerne prehľadne, na prvý pohľad boli zreteľne čitateľné jeho časové osi. Rozsah vysielačej plochy bol sprvoti minimálny (cca 4 hod. denne):

- 19.00 Prehľad programov
- 19.05 Animovaný film, resp. seriál pre deti
- 19.45 Cestopisný, resp. prírodopisný film
- 20.05 Seriál pre dospelých
- 20.35 Film pre dospelých
- 22.10 Aktuálna, resp. zájmová publicistika
- 22.40 Teleshopping
- 22.45 Prehľad programov

Víkendové dni mali čiastočne odlišnú skladbu:

- 19.05 Dokumentárny film
- 20.05 Film (prevažne slovenskej a českej proveniencie)
- 21.40 Výlučný film (erotický)

Táto spoločnosť však mala vypracovaný veľkorysejší projekt, ktorý z nej mal vytvoriť konkurencieschopnú televíznu stanicu s podstatne širšou ponukou, nestihla ho však overiť v praxi:

- 17.00 Vysielanie pre deti
- 18.00 Vysielanie pre mládež
- 20.00 Rodinný seriál
- 22.00 Film pre dospelých

Pochopiteľne, v iných časových pásmach bol vyčlenený priestor aj pre iné programové typy – zábavné programy, regionálnu publicistiku, zájmovú publicistiku a vo víkendových dňoch aj pásma pre deti, veľké zábavné programy či erotický film. V programovej skladbe tejto spoločnosti sa rátať s rovnomernou exploataciou filmovej tvorby Európy a USA. Spoločnosť v súčasnosti pripravuje novú koncepciu vysielenia.

VTV sa prezentovala od začiatku univerzálnejšou skladbou programu, ktorá sa svojím profilom podobala programu verejnoprávnej televízie – obsahovala takmer všetky typy programov. Výrazná však bola orientácia na mladé publikum. Dokumentuje to aj vývoj podielu programových typov na celkovom vysielení (pozri tab. 2).

Tabuľka 2
Podiel programových typov VTV

Programový typ	1995	1996	1997
spravodajstvo	8,9	7,7	9,2
publicistika (vrátane športu)	34,7	30,2	29,2
programy pre deti a mládež	13,6	15,0	14,5
dramatické programy	37,2	33,6	26,2
zábavné programy	6,2	6,2	7,3
doplnkové vysielenie (vrátane reklamy)	0,9	7,4	9,8

Uvedená typológia sa taktiež mierne odlišuje od konvencií verejnoprávnej STV, napriek tomu sú zrejme priority tejto televíznej spoločnosti. Pôvodná vysielačšia štruktúra prešla viacerými modifikáciami, ktorých cieľom bolo spestriť vysielenie a posilniť vlastnú pozíciu na trhu. K zásadnej zmene došlo od septembra t. r., čo možno chápať aj ako dôsledok zmien v majetkových pomeroch spoločnosti.

Slovenská televízna spoločnosť *Markíza* po predchádzajúcej účinnej reklamnej kampani vstúpila na mediálny trh koncom augusta 1996 a krátko na to už koncom roka svojou sledovanosťou a podielom na trhu predstihla STV 1. O to sa výrazne prispela jasná programová stratégia, pevná

vysielačšia štruktúra, silné kapitálové krytie zo strany CME a aj efekt novosti, ktorý v našich podmienkach zohral veľmi významnú úlohu.

Tento programový kanál, na rozdiel od ostatných, sa prezentoval súvislým neprerušným vysielením počas celého dňa. Od začiatku staval na budovaní diváckych návykov cieľových vrstiev publika. V jeho programovej skladbe je výrazný podiel seriálovej tvorby, najmä z produkcie USA, ktoré stavajú na overených a jednoduchých dramaturgických princípoch. Organickou súčasťou vysielenia sa stala televízna publicistika orientujúca sa na občianske témy, a to práve účinnou formou, ktorá absentuje v STV. Manažment spoločnosti priebežne analyzuje dôsledky uplatňovaných skladobných

princípov a včas ich koriguje práve v záujme diváckej efektívnosti. Jej dominantné postavenie doposiaľ neohrozili ani spory okolo vlastníckych práv spoločnosti Markíza, s. r. o.

Namiesto záveru

Tento exkurz si nekládol za cieľ komplexne zhodnotiť štruktúru súčasnej televíznej ponuky na Slovensku. Tá by musela brať do úvahy komplexné možnosti, ktoré ponúkajú káblové spoločnosti pôsobiace na Slovensku.

Na základe širokokoncipovaného komparatívneho výskumu, ktorý sme realizovali v uplynulom roku, treba pripomenúť jedno zo základných zistení: viac ako polovica respondentov tvrdí, že si pomerne často vie vybrať z ponuky slovenských spoločností, pričom značná časť (23,9 %) uvádza, že väčšinou si nevedia vybrať z programovej ponuky. Absolútnu nespokojnosť v tomto smere vyslovuje len minimálna časť publika.

Napriek istej dynamike v programovej skladbe viacerých spoločností sa značná časť diváckej obce racionálne orientuje aj v prípade kumulácie

preferovaných programových typov na dvoch alebo viacerých vysielacích kanáloch. Pritom 46 percent uviedlo, že sa rozhodne pre sledovanie jednej z relácií a spoľahne sa, že druhú zhladne v repríze. Značná časť priznala, že v takom prípade sa rozhodne pre niektorý zo zahraničných kanálov. Takmer tretina však rešpektuje želanie ostatných členov rodiny. V tejto súvislosti treba mať na zreteli, že ešte stále značná časť domácností disponuje len jedným prijímačom a sledovanie televízneho programu nie je výlučne individuálnou záležitosťou. V skutočnosti pätina diváckej verejnosti sa rozhoduje pomerne ťažko, a preto počas sledovania často prepínajú programy.

Treba priznať, že napriek zjavnnej dynamike systém mediálnych inštitúcií zatiaľ nie je celkom vyprofilovaný. Platí to pre komerčné spoločnosti, ale aj pre verejnoprávnu STV, kde bude potrebné doriešiť najmä model financovania. Odpoveď na otázku položenú v úvode teda v súčasnej etape vývoja nemôže byť jednoznačná, treba formulovať čiastkové hypotézy a postupne ich verifikovať.

PhDr. Igor Boháč

VÝVOJ DISTRIBÚCIE FILMOV NA SLOVENSKU PO ROKU 1990

Filmová tvorba prekonala od prvého nakrúteného dokumentu nezvyčajný vývoj, a to nielen v rozvíjaní technológie, spôsobu nakrúcania, filmového jazyka či umeleckého posolstva, ale aj v spôsobe distribúcie, v rozličných formách na ceste k divákovi.

Pri prezentácii filmov na televíznej obrazovke má divák vďaka satelitnému príjmu a káblovým rozvodom možnosť sledovať filmy 24 hodín denne a pritom, ak je majiteľom videorekordéra, si môže túto ponuku ďalej spetrovať. Pri podrobnejšej analýze programov dostupných televíznych staníc však zistíme, že v prevažnej miere sa vysielajú akčné filmy, crazy-komédie, prípadne kriminálne a dobrodružné filmy, science fiction a nekonečné rady akčných alebo iných slaboduchých rodinných seriálov. Ešte nepriaznivejšia situácia je vo videopožičovniach. Podľa údajov Národného centra pre audiovizuálne umenie sa na celkovej ponuke podieľa až 80 % titulov akčných filmov. Taká je momentálna situácia možností výberu filmovej produkcie v našich domácnostiach, i keď podľa výsledkov výskumov NŠÚ – NCMK, o ktorých sme už informovali na stránkach *Otázok žurnalistiky*, najviac chýbajú našim občanom vo vysielaní slovenských televíznych spoločností romanticko-dobrodružné filmy, komédie, ale znač-

nej skupine i umelecky náročnejšie filmy. Posúdenie skutočnej hodnotovej orientácie obyvateľstva SR by si však vyžadovalo komplexnejší a zároveň diferencovanejší celoslovenský sociologický výskum.

I napriek vysokej sledovanosti filmovej produkcie v domácnostiach ešte stále pretrvávajú záujem našich občanov o návštevu filmových predstavení v kinách. Určite tento záujem podmieňuje jednak aktuálnosť titulov z hollywoodskych filmových ateliérov, ale aj ich technická vizuálna i zvuková dokonalosť a bezprostredná pôsobivosť.

My sa však budeme venovať predovšetkým komentovaniu štatistických údajov o filmovej distribúcii v našich kinách po roku 1989. Z nich možno zistiť zaujímavé informácie o zmenách v počte filmových titulov, o počtoch kín, divákov, o výške tržieb či priemernej cene vstupeniiek.

Národné kinematografie v slovenských kinách

Vzhľadom na zníženie dotácií rozvoja slovenskej kultúry mohol po roku 1989 zachrániť filmovú distribúciu jedine komerčný princíp. Namiesto jedinej štátnej inštitúcie Slovenská po-

žičovňa filmov prevzalo do svojich rúk rozhodovanie o výbere a nákupe titulov premietaných v slovenských kinách niekoľko súkromných distribučných spoločností (napr. TATRA FILM, SATURN, GEMINIFILM, INTERSONIC). A tento výber bolo treba nevyhnutne podriaďiť

zákonom trhu. Ak chceli distribučné firmy a spolu s nimi i jednotlivé kiná prosperovať, museli uvádzať iba atraktívne filmy, a to predovšetkým americké, ktoré sa stali svetovými hitmi a za ktoré bol slovenský divák ochotný aj náležite zaplatiť.

Prehľadná tabuľka premiér podľa rokov a kín

Počet premiér	239	253	173	151	164	150	125	132	142
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Anglicko	3	3	2	7	11	6	12	10	6
Argentína	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Austrália	-	-	1	1	2	3	-	2	1
Brazília	2	1	-	-	-	-	-	-	1
Bulharsko	4	3	2	-	-	-	-	-	-
SR	42	41	21	4	2	2	4	4	2
ČR	36	17	9	9	12	12	18	6	12
Čína	6	6	2	-	-	-	-	-	-
Dánsko	-	1	-	-	1	-	-	-	-
Fínsko	-	-	-	-	2	-	-	-	2
Francúzsko	10	17	13	12	6	6	6	6	5
Grécko	1	1	-	-	-	-	-	-	-
Holandsko	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Hongkong	3	-	-	1	1	1	-	-	1
India	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Írsko	-	-	-	2	-	1	-	-	-
Island	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Japonsko	4	4	-	-	-	-	-	-	-
Juhoslávia	7	4	5	-	-	-	1	-	1
Južná Afrika	-	-	2	-	-	-	-	-	-
Kanada	2	-	3	1	-	2	1	3	1
KĽDR	1	1	-	-	-	-	-	-	-
Kolumbia	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Kuba	1	3	-	-	-	-	-	-	-
Maďarsko	8	5	5	-	-	-	-	-	-
NDR	5	6	-	-	-	-	-	-	-
NSR	6	6	-	-	-	-	-	-	-
Nemecko	-	-	9	2	4	3	2	1	-
Nórsko	1	1	-	-	-	-	-	-	-
Nový Zéland	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Poľsko	10	13	8	-	1	-	-	-	-
Rakúsko	-	1	-	1	-	-	-	-	-
Rumunsko	5	3	-	-	-	-	-	-	-
Španielsko	6	4	6	1	-	-	-	-	-
Švajčiarsko	1	2	1	-	-	-	-	-	-
Švédsko	1	2	-	3	-	-	-	-	-
Taliansko	5	14	5	3	8	5	2	5	2
Tchaj-wan	-	1	-	-	1	-	-	-	-
Turecko	-	-	-	-	-	-	-	-	-
USA	27	69	73	108	112	109	77	94	106
Venezuela	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vietnam	5	-	-	-	-	-	-	-	-
Rusko	35	25	4	-	-	-	1	-	1

Ako naznačuje tabuľka 1, zlomová situácia nastáva už v roku 1990, keď oproti predošlému roku vzrástol počet premiér filmov USA v našich kinách takmer trojnásobne. Premietanie slovenských premiér v tomto roku ešte zásluhou projektov rozpracovaných v predchádzajúcom období nezaznamenalo viditeľný pokles. Ten je citeľný o rok neskôr a najmä v roku 1992 po úplnom zmrzení činnosti Slovenskej filmovej tvorby. Od tohto času vznik nových filmových diel podmieňujú jedine sponzorské príspevky, koprodukcie, prípadne dotácie fondu Pro Slovakia. V tejto súvislosti treba spomenúť výrazne sa profilujúcu režijnú tvorbu Martina Šulíka, ocenenú na niekoľkých svetových medzinárod-

ných filmových festivaloch. Z uvedených dôvodov máme možnosť za posledných šesť rokov vidieť v kinách dva až štyri nové pôvodné tituly, ktoré, žiaľ, okrem spomínaných Šulíkových filmov nepredstavujú väčší prínos pre slovenské filmové umenie. Naproti tomu v Čechách predovšetkým zásluhou solventných sponzorov sa verejnosti predstaví každoročne vyše 10 filmových premiér.

Z tabuľky 1 je evidentné, že distribučné spoločnosti a celá sieť kín, ktoré prežili kolaps po roku 1990, prosperujú, hoci niektoré i viac-menej živo, predovšetkým vďaka americkým filmom, ktorých počet premiér prekračuje v niektorých rokoch aj 100 titulov.

Tabuľka 2
Percentuálne vyjadrenie počtu filmových premiér

Krajina	1989	1990	1993	1997
SR	17,6	16,2	1,2	1,4
ČR	15,6	6,7	7,3	8,5
USA	11,3	27,3	68,3	74,7
Rusko (ZSSR)	14,6	10,0	-	0,7
Francúzsko	4,2	6,7	3,7	3,5
Taliansko	4,2	5,5	4,9	1,5

Ak napríklad vyčíslíme premiéry najpočetnejšie zastúpených kinematografií v percentách (tab. 2), zistíme, že kým v roku 1989 predstavovali premiéry slovenských filmov 17,6 % z celkového počtu nových filmov uvádzaných v kinách, české a podobne i sovietske premiéry okolo 15 % a počet nových amerických titulov iba 11,3 %, v nasledujúcom roku bola situácia podstatne iná, pretože počet nových amerických filmov premietaných v slovenských kinách predstavoval viac ako jednu štvrtinu a v uplynulom roku až tri štvrtiny z celkového počtu premiér. Tabuľka 2 teda uvádza percentuálne najvýznamnejšie zastúpenie národných kinematografií v tzv. prelomových rokoch transformácie našej spoločnosti, a to v roku nežnej revolúcie, v nasledujúcom roku, v prvom roku slovenskej štátnosti a v uplynulom roku. Je takmer paradoxné, že v roku 1993, keď sa Slovenská republika usilovala čo najviac zviditeľniť samostatnou štátnosťou, naše kiná uviedli až 112 nových titulov, teda doposiaľ najviac filmových premiér z produkcie USA, čo predstavovalo vyše 68 % z celkového počtu premiér.

Spojené nádoby distribučnej filmovej ponuky a tržieb

Tabuľka 3 poskytuje ďalšie nie veľmi povzbudivé údaje. Všetky položky v nej uvedené, t. j. počet filmových premiér, divákov, kín, priemerné vstupné za jeden lístok i tržby v miliónoch slovenských korún spolu súvisia, resp. sú vzájomne podmienené.

Zníženie dotácií na nákup filmov logicky ovplyvnilo prudký pokles premiér v roku 1991. Nástupom distribučných spoločností na trh sa situácia v roku 1992 stabilizovala a viac-menej kolíše predovšetkým podľa možnosti nákupu amerických filmov.

V istom zmysle slova sa ustálil počet divákov po značnom poklese v roku 1991. Po vzniku samostatnej Slovenskej republiky však už každoročne nezadržateľne klesá počet návštevníkov kín, ktorý v porovnaní s rokom 1990 zaznamenal vlani viac ako trojnásobný pokles, a to z takmer 14 miliónov divákov na 4 milióny. Čoraz menší záujem publika o návštevu kín vyvolal reakciu znižova-

Tabuľka 3
Filmová distribúcia v rokoch 1990–1997

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Počet premiér	253	173	151	164	150	125	132	142
Počet divákov (v miliónoch)	13,9	8,4	11,9	9,0	6,4	5,7	4,9	4,0
Počet kín	703	671	526	456	430	326	334	296
Priemerné vstupné (1 lístok) v Sk	7,21	9,21	12,4	18,6	21,12	26,96	31,77	39,41
Tržby v korunách (v miliónoch Sk	99,6	77,4	151,3	168,0	140,4	150,1	154,5	159,3

nia počtu kín, ktorých prevádzku nedokázali udržať ani komerčne príťažlivé americké filmy. A tak ich počet klesol zo 703 v roku 1989 viac ako dvojnásobne až na necelých 300 v uplynulom roku. Lenže aj tie kiná, ktorým sa zatiaľ darí udržať rentabilitu a zisk, sú ustavične pod tlakom zabezpečovania tržieb. V roku 1992 možno hovoriť o určitej konjunktúre filmovej distribúcie, keď pri uvedení 151 filmových premiér (z toho 108 amerických filmov) a priemernej cene 12,4 Sk za jeden lístok sa podarilo dosiahnuť tržby až 151,3 milióna Sk (tab. 3). Tie sa ešte zvýšili v prvom roku slovenskej štátnosti pri zvýšení distribučnej ponuky (161 premiér, z toho až 112 amerických), ale v ďalších rokoch sa tržby v podstate nemenili, pretože ani vlni nepresiahli 160 miliónov Sk. To pri narastajúcej inflácii je povážlivý stav, varujúci pred kolapsom distribučných spoločností. Treba si uvedomiť, že čo i len mierne zvyšovanie tržieb sa dosahuje výrazným zvyšovaním ceny za jeden lístok, ktorá sa v roku 1997 priblížila k priemernej výške 40 Sk. Pritom je všeobecne známe, že ceny za lístky filmových hitov, akými boli napr. *Evita* alebo *Titanic*, sa pohybovali okolo 70 Sk. Z tabuľky 3 je zrejmé, že pri porovnávaní údajov uvedených položiek medzi rokmi 1990 až 1997 práve priemerná cena lístka zaznamenala najväčší rozdiel, teda, že sa zvýšila viac ako päťnásobne. Takéto zvýšenie je viac-menej porovnateľné so zvýšením cien základných potravín. Lenže základné potraviny sú nevyhnutnou životnou potrebou, čo nemožno povedať o návšteve filmového predstavenia, ktoré síce patrí do sféry saturácie spoločensko-kultúrnych potrieb človeka, ale z hľadiska zabezpečenia ekonomického chodu domácnosti ho možno vylúčiť a uspokojovanie vlastných kultúrno-relaxačných potrieb obmedziť na ponuku vy-

sielania televíznych alebo satelitných staníc či na ponuku videopožičovní. To je ďalší z argumentov, ktorý ohrozuje návštevnosť slovenských kín.

Všetky komentované údaje významne vypovedajú o vývoji filmovej distribúcie v našich kinách v období po roku 1989.

Pri sumarizovaní uvedených skutočností treba konštatovať, že budúcnosť šírenia filmového umenia v Slovenskej republike je v súčasnosti značne neistá. Na jednej strane nie sú prostriedky na vlastnú národnú filmovú tvorbu a z komerčných dôvodov sa zo zahraničia, takmer výlučne z USA, nakupujú divácky najúspešnejšie a finančne najzaujímavejšie filmy. I napriek tomu sa výrazne prejavuje tendencia znižovania počtu kín a divákov. V úsilí zachrániť tržby sa pri menšom počte divákov zákonite musí zvyšovať vstupné. Práve tento fakt ohrozuje celú filmovú distribúciu. Čoraz menej občanov si bude môcť dovoliť zaplatiť vysoké vstupné, preto sa môže stať, že filmové predstavenia budú prístupné len solventnejšej skupine ľudí. Z kín sa vytratilo skutočné filmové umenie, ktoré by sa v momentálnej ekonomickej situácii neuživilo, a jeho existencia je odkázaná na staršie osvedčené tituly premietané vo filmových kluboch.

Film ako najobľúbenejší a najpôsobivejší druh umenia podstatným spôsobom ovplyvňuje estetický vkus, kultúrne potreby, hierarchiu hodnôt človeka i kvalitu medziľudských vzťahov. Preto v úsilí posilňovať kultúrnosť národa sa nová vláda a osobitne ministerstvo kultúry bude musieť zaoberať aj veľmi vážnou otázkou pôvodnej filmovej tvorby a nevyhnutnými opatreniami v mechanizme fungovania filmovej distribučnej siete i so zreteľom na obsah jej ponuky.

PhDr. Lubor Hallon, CSc.

VOLEBNÝ PRIESKUM 1998 – VYUŽITÁ ŠANCA

V histórii Národného centra mediálnej komunikácie (predtým Novinársky študijný ústav) bola organizácia volebného prieskumu pri voľbách do NR SR v dňoch 25. a 26. septembra 1998 prvou úlohou podobného typu. Prípravu a realizáciu výskumu navyše komplikoval minimálny časový priestor i prekrývanie sa s inými úlohami Inštitútu pre výskum verejnej mienky NCMK, ktorý bol gestorom riešenia tohto ojedinelého projektu. Jeho zvládnutie bolo reálne len za predpokladu využitia celej personálnej a technickej kapacity NCMK.

Volebný prieskum sa realizoval na vzorke s rozsahom vyše 8 500 respondentov, za spolupráce 306 anketárov IVVM NCMK, na 306 zberných miestach (pred volebnými miestnosťami), podľa starostlivo pripraveného projektu, v ktorom boli do detailov rozpracované všetky metodické a organizačné úlohy týkajúce sa zberu údajov v teréne (použila sa anketa rozdávaná anketármi), zabezpečenia spoľahlivosti a reprezentatívnosti empirických údajov, prenosu údajov do IVVM a ich spracovania. K dispozícii bolo – na ilustráciu ná-

ročnosti projektu – 22 telefónnych liniek, 8 počítačov na záznam údajov a 3 počítače na paralelné spracovanie výsledkov. Súčasťou prípravy projektu bola dôkladná príprava personálu zabezpečujúceho prenos a záznam údajov, príprava anketárskej siete i jej nevyhnutné doplnenie v niektorých lokalitách. Prípravné práce vyvrcholili deň pred voľbami overením komplexnej metodiky i technického zabezpečenia akcie.

Pozornosť, akú sme venovali príprave prieskumu, bola motivovaná očakávaniami späťými s týmto typom výskumu. Všeobecne je známe, že úspešné výsledky prieskumu (kritériá: určenie víťazného politického subjektu i určenie budúcich parlamentných strán, určenie poradia subjektov, priblíženie sa výsledkov prieskumu k výsledkom volieb) sú tým najpresvedčivejším ukazovateľom kvality a dôveryhodnosti pracoviska, osobitne jeho anketárskej siete.

Výsledky volebného prieskumu uvádzame v nasledujúcej tabuľke spoločne s výsledkami volieb do NR SR:

Politický subjekt	NCMK	Volby	Odhýlka
1 Hnutie za demokratické Slovensko	25,7	27,0	1,3
2 Maďarské ľudové hnutie za zmierenie a prosperitu	0,3	0,19	0,11
3 Národná alternatíva Slovenska	0,1	0,09	0,01
4 Strana maďarskej koalície	6,3	9,12	2,82
5 Naše Slovensko	0,9	0,48	0,42
6 Běčko – Revolučná robotnícka strana	0,2	0,13	0,07
7 Strana občianskeho porozumenia	9,3	8,01	1,29
8 Slovenská demokratická koalícia	24,8	26,33	1,53
9 Slovenská národná strana	10,0	9,07	0,93
10 Nezávislá iniciatíva Slovenskej republiky	0,3	0,18	0,12
11 Slovenská ľudová strana	0,5	0,27	0,23
12 Hnutie tretej cesty	0,2	0,07	0,13
13 Strana demokratickej ľavice	16,3	14,66	1,64
14 Komunistická strana Slovenska	3,0	2,79	0,21
15 Jednotná strana pracujúcich Slovenska	0,1	0,1	0,00
16 Združenie robotníkov Slovenska	1,9	1,3	0,6
17 Strana národnej jednoty	0,1	0,13	0,03

Výsledky volieb v tabuľke sú uvádzané s presnosťou na dve desatinné miesta (oficiálne zverejnené výsledky volieb), definitívne výsledky prieskumu s presnosťou na jedno desatinné miesto (výstup z počítača realizovaný už o 14,30 hod. v druhý deň volieb, teda pol hodiny po uzavretí volebných miestností a štvrt hodiny po prijatí posledných telefonických hovorov s údajmi ankiet).

Prieskum NCMK úspešne naplnil väčšinu z požadovaných kritérií na kvalitu výsledkov:

správne určenie víťazného subjektu, určenie subjektov spĺňajúcich podmienku na vstup do parlamentu i minimálnosť odchýlky výsledkov prieskumu od výsledkov volieb. V prípade parlamentných strán je priemerná odchýlka 1,58 percenta, v prípade všetkých strán je priemerná odchýlka 0,67 percenta. Na porovnanie informácia z *Lidových novin* (23. júna 1998), v ktorej je komentovaná činnosť agentúr výskumu verejnej mienky pri parlamentných voľbách v Českej republike pri posled-

ných voľbách: „Zatiaľ čo volebné odhady rakúskej agentúry IFES vysielané na Českej televízii po celé sobotňajšie odpoľudnie sa líšili v priemere o 1,7 percenta, odhady spoločnosti Sofres-Factum sa od skutočnosti vzdalovali o plné 3 percentá.“

Najväčšia odchýlka nášho prieskumu od výsledkov volieb bola zaznamenaná v prípade Strany maďarskej koalície (2,8 percenta), čo bolo zrejme spôsobené nižšou mierou ochoty občanov maďarskej národnosti zapojiť sa do ankety.

Výsledky volebného prieskumu budú ešte predmetom ďalších analýz. V stručnej informácii sme chceli poukázať len na základné fakty vypovedajúce o tom, že NCMK šancu po prvýkrát realizovať volebný prieskum využilo a zaradilo sa tak medzi pracoviská schopné uskutočniť metodicky a organizačne najnáročnejšie typy výskumných úloh.

PhDr. Ludovít Šrámek, CSc.

Z NAJNOVŠÍCH VÝSLEDKOV SOCIOLOGICKÉHO VÝSKUMU

Inštitút pre výskum verejnej mienky NCMK, 30. 10. – 8. 11. 1998 (veľkosť vzorky 781 respondentov z 12 okresov južného Slovenska, kvóťový výber, základná populácia – osoby 18-ročné a staršie, metóda zberu údajov: štandardizovaný rozhovor sieťou anketárov Inštitútu pre výskum verejnej mienky).

Účasť SMK vo vláde SR (v %)

Aký je Váš názor na účasť Strany maďarskej koalície vo vláde SR?

	Slováci	Maďari	Celý súbor
som za účasť SMK vo vláde SR	29,8	91,0	58,0
nie som za účasť SMK vo vláde SR	42,5	0,8	23,3
neviem posúdiť	27,6	8,1	18,8

Vzájomné vzťahy Slovákov a Maďarov (v %)

Aké sú podľa Vašej mienky vzájomné vzťahy Slovákov a Maďarov vo Vašom okolí, vo Vašej obci?

	Slováci		Maďari		Celý súbor 1998
	1995	1998	1995	1998	
veľmi dobré	21,2	28,9	31,4	40,4	34,1
skôr dobré ako zlé	58,7	52,3	61,6	51,7	52,0
skôr zlé ako dobré	7,3	5,0	4,9	4,0	4,5
veľmi zlé	0,8	1,2	0,5	0,3	0,8
neviem posúdiť	11,8	12,6	1,7	3,7	8,6