

MEDIÁLNE SYSTÉMY V EURÓPE – BELGICKO

Belgicko je konštitučná monarchia, ktorá sa nachádza na rozhraní latinskej a germánskej Európy. Poloha krajiny (na juhu a západe Francúzsko, na severe Holandsko a na východe Nemecko s Luxemburskom) a zloženie jeho obyvateľstva výrazne ovplyvňuje jej mediálne prostredie. Belgicko má tri úradné jazyky: holandsky (flámsky) hovorí 57 %, francúzsky (valónsky) 42 % a nemecky 0,6 % populácie. Po dlhoročných sporoch medzi obyvateľmi Flámska a Valónska bolo Belgicko v roku 1966 rozdelené na štyri jazykové oblasti – flámsku, valónsku, nemeckú a dvojjazyčný Brusel. Toto jazykové rozdelenie musí rešpektovať nielen tlač, ale aj elektronické médiá. To znamená, že mediálny systém Belgicka sa skladá z viacerých subsystémov.

Tlač

Koncentrácia vlastníctva tlače v 60. rokoch vyústila do podstatného zníženia počtu nezávislých denníkov. Zo súčasných 29 belgických denníkov je iba 10 skutočne samostatných, ostatné sú vlastne mutáciami hlavných novín, od ktorých sa líšia iba nepatrne.

Flámsky trh kontrolujú tri skupiny: V. U. M. (*De Standard, Het Nieuwsblad, De Gentenaar; Het Volk*), De Persgroep (*Het Laaste Nieuws, De Nieuwe Gazet, De Morgan*) a De RUG, aliancia N. V. De Vlijt (*Gazet van Antwerpen*) a N. V. Concentra (*Het Belang van Limburg*).

Aj vo Valónsku, čiže vo francúzsky hovoriacej časti Belgicka, ovládajú trh tlače tri veľké vydavateľské skupiny: N. V. Rossel (*Le Soir, La Meuse, La Lanterne, La Nouvelle Gazette, La Province*), S. I. P. M. (*La Libre Belgique, La Dernière Heure*) a Vers l'Avenir (*Vers l'Avenir, Le Jour/Le Courrier, Le Courrier de l'Escaut, l'Avenir de Luxembourg, Le Rappel*). V rokoch 1986–1987 zanikli tri menšie nezávislé denníky: Bruselské katolícke noviny *La Cité* prestali vychádzať, *Le Rappel* (vychádza v Charle-roi spolu s novinami *L'Echo du Centre*) a neutrálne *Le Jour* odkúpila skupina Vers l'Avenir.

V nemecky hovoriacej časti Belgicka vychádza *Grenz Echo*, katolícke noviny založené v roku 1927. Vydáva ho nezávislé vydavateľstvo a vychádza v pomerne nízkom náklade 11 tisíc exemplárov. Polovicu akcií vydavateľstva vlastní Rossel.

Koncom marca 1998 *Le Matin* nahradil noviny *La Allonie* a *Le Journal de Charleoi/Le People*.

Celkove v roku 1998 vychádzalo v Belgicku 29 denníkov v náklade 1 602 tisíc exemplárov, čo predstavuje 158 výtlačkov denníkov na 1 000 obyvateľov (Slovensko 171).

Belgická tlač má relatívne málo predplatiteľov (36 %), takže vydavatelia sa musia neustále borit s problémom pomerne veľkého množstva nepredaných novín. V posledných piatich rokoch náklady tlače sústavne klesajú. Najmä mladí ľudia čítajú noviny menej. Noviny tomuto trendu čelia väčšou bulvárnosťou obsahu.

Audiovizuálne médiá

Verejnoprávne médiá rešpektujú administratívne a jazykové rozdelenie Belgického kráľovstva, preto existujú autonómne verejnoprávne rozhlasové a televízne inštitúcie pre Flámsko (VRT – Vlaamse Radio en Televisie Omroep) a Valónsko (RTBF – Radio Télévision Belge Francophone).

Verejnoprávne rozhlasové vysielanie pre Flámsko malo pôvodne tri okruhy. K nim v roku 1992 pribudlo Radio Donna s komerčným charakterom, pretože sa musí živiť z reklamných príjmov. Verejnoprávna televízia pre Flámsko vysiela dva programy – TV 1 a TV 2, ktoré iba ťažko vzdorujú konkurencii súkromných televíznych staníc. Prvý ťažký šok utrpela VRT v roku 1989, keď v Belgicku začala vysielať prvá súkromná televízna stanica VTM a VRT stratila polovicu svojich divákov. Tlak na verejnoprávnu televíziu sa zosilnil v posledných rokoch, keď na belgickom trhu pribudli ďalšie komerčné stanice – VTM Ka 2 a VT 4. Dnes na dva programy verejnoprávnej televízie pripadá 25 % a na VTM, VTM Ka 2 a VT 4 47,2 % televízneho trhu. Táto skutočnosť si vynútila zmenu koncepcie a výraznejšiu profiláciu dvoch programov verejnoprávnej televízie – TV 1 sa má zamerať na informácie a zábavu a TV 2 s novým názvom Canvas sa má stať populárnou kultúrnou stanicou.

Vo valónskej časti Belgicka ponúka RTBF päť rozhlasových a dve televízne stanice – RTBF 1 a Télé 21. Po nástupe valónskej komerčnej stanice RTL-TVí v roku 1987, ale aj vplyvom konkurencie ostatných francúzskych komerčných staníc sa frankofónne televízne vysielanie v Belgicku dostalo do problémov. V roku 1993 Télé 21 dokonca zanikla. V roku 1996 bolo prijaté rozhodnutie, že Télé 21 bude spolu s Eurosportom vysielať program pod názvom Eurosport 21. Keď na belgickom televíznom trhu pribudli ďalšie komerčné stanice (Club RTL) a čoraz viac sa začali presadzovať francúzske stanice, podiel valónskej verejnoprávnej televízie na trhu poklesol na 15 %.

V nemecky hovoriacej časti Belgicka pôsobí verejnoprávna BRP (Belgische Rundfunk und

Tabuľka 1

Desať najväčších belgických denníkov 1998

Titul	Vydavateľ	Náklad v tisícoch	Čitatelia v tisícoch
De Standard/Het Nieuwsblad/De Gentenaar	V. U. M.	309	1 036
Het Laaste Nieuws/De Nieuwe Gazet	Hoste	268	791
Meuse/Lanterne-Nouvelle Gazette/Province	Sud Presse	155	550
Le Soir	Rossel	140	545
Gazet van Antwerpen	De Vlijt	123	412
Het Volk	V. U. M.	117	364
Groupe Vers l'Avenir	Vers de l'Avenir	110	411
Het Belang van Limburg	Concentra	102	354
La Dernière Heure/Les Sports	C. N. C.	69	231
La Libre Belgique/Gazette de Liège	S. I. P. M.	55	218

Zdroj: World Press Trends, 1999 Edition, Zenithmedia, London 1999

Fernsehen), ktorá zákonom z roku 1977 získala autonómiu.

Situáciu na belgickom televíznom trhu dokresľuje skutočnosť, že Belgicko je krajina s najväčšou hustotou káblových sietí na svete: na káblovú televíziu je napojených až 94 % domácností. Káblové spoločnosti spočiatku prenášali iba programy domácej televízie, dnes ponúkajú širokú škálu zahraničných terestriálnych a satelitných programov.

Káblová televízia sa nepriamo pričínala aj o to, že verejnoprávna televízia stratila monopolné postavenie na belgickom trhu. O stratu divákov verejnoprávnej televízie RTBF pre Valónsko sa postarali najmä RTL a francúzske stanice Canal Plus, TF 1, FR 2 a FR 3, postavenie flámskej verejnoprávnej televízie narušili holandské, ale do istej miery aj francúzske, nemecké a britské stanice.

Monopol verejnoprávneho rozhlasového a televízneho vysielania najprv nabúrili pirátske rozhlasové stanice. V septembri 1981 boli tieto stanice legalizované vo Valónsku a v máji 1982 aj vo Flámsku. Spočiatku bola reklama v rozhlase ilegálna, avšak pod politickým a komerčným tlakom zákaz rozhlasovej reklamy padol v decembri 1985. Koniec televízneho monopolu priniesol zákon z roku 1987.

Prvú licenciu na komerčné televízne vysielanie získala luxemburská spoločnosť CLT s tým, že v novej RTL-TVi mala 66-percentný podiel RTL a 34 % pripadlo frankofónnej vydavateľskej skupine Audio-presse. Pre konkurenciu francúzskych staníc, najmä TF 1, sa však RTL-TVi nedokázala spočiatku výraznejšie presadiť na belgickom trhu. Vo februári 1995 RTL spustila nový komerčný kanál Club-RTL, ponúkajúci kompletný program s prinajmenej jedným hraným filmom denne.

Vo Flámsku komerčnú televíziu legalizoval zákon o káblovej televízii zo 17. januára 1987. Na rozdiel od RTL-TVi bola flámska komerčná stani-

ca VTM úspešná hneď od začiatku. Populárny program s množstvom zábavy a hraných filmov zabezpečil jej vysokú sledovanosť a finančný úspech. V roku 1994 získala nečakanú konkurenciu, keď americko-švédská skupina SBS ohlásila štart novej flámskej komerčnej stanice VT 4. Ako odpoveď zriadila VTM svoj druhý kanál – Ka 2. Výsledkom je, že Flámsko má tri komerčné programy. V roku 1996 VTM a VT 4 oznámili, že zaznamenali výrazný pokles reklamných príjmov a že budú kooperovať pri riešení finančných problémov.

Už v roku 1985 dostala spoločnosť Filmnet, ktorá patrí švédskej skupine Esselte a operuje v Holandsku a škandinávskych krajinách, povolenie na prevádzkovanie platenej televízie vo Flámsku. Za desať rokov činnosti však získala iba 120 000 predplatiteľov, preto ju majitelia predali švajčiarskej skupine Richmond a jej juhoafrickému partnerovi Rupertovi. Nakoniec Filmnet fúzoval s francúzskou spoločnosťou Canal Plus. Vo Valónsku prevádzkuje platenú televíziu Canal Plus Belgique a má vyše 120 tisíc predplatiteľov.

Štátna mediálna politika

Belgicko sa nemôže pochváliť cielavedomou mediálnou politikou. Množstvo mediálnych zákonov iba potvrdzovalo už existujúci stav. Mediálnu politiku Belgicka možno označiť ako politiku „laissez-faire“. Viaceré mediálne zákony sú vágne a možno ich interpretovať rôzne. Navyše mediálna politika posledných rokov je silne orientovaná na liberalizmus a podporu súkromných iniciatív – komerčného rozhlasu, platenej televízie a nových komerčných televíznych sietí. Proti rastúcej koncentrácii médií sa neprijímajú žiadne opatrenia. Naopak, účasť vydavateľov na prevádzkovaní nových súkromných televíznych staníc je žiadaná.

Tabuľka 2

Podiely jednotlivých televíznych staníc na belgickom trhu (v %)

Stanica	Valónsko	Stanica	Flámsko
RTL-TVi	19,8	TV 1	21,9
Club RTL	4,5	TV 2, Canvas	9,7
RTBF 1/LA 1	16,8	VTM	27,5
Tele 21, Sport 21, Arte 21	2,2	Ka 2	5,7
TV 5 Europe	1,7	VT 4	8,4
TF 1	16,7	Regionálne stanice	2,4
France 2	9,8	NED 1 (Holandsko)	1,9
France 3	6,3	NED 2 (Holandsko)	1,7
Arte	1,4	NED 3	1,2
Eurosport	2,8	RTBF 1 + 2	0,8
Canal Plus Belgique	2,2	BBC 1	0,8
Euronews	0,6	BBC 2	0,8
Ostatné	15,2	Ostatné	17,2
Spolu	100,0	Spolu	100,0

Zdroj: Statistical Yearbook 1999 – Film, Television, Video and New Media in Europe, European Audiovisual Observatory 1999

Opatrenia na podporu tlače (napr. priame štátne dotácie) sú neúčinné, pretože poskytované finančné prostriedky sú nedostatočné a výberové kritériá príliš subjektívne. Vo Flámsku sa vláda rozhodla dotácie tlače v roku 1999 zrušiť, pretože všetky denníky sa stali súčasťou veľkých tlačových skupín. Naďalej sa však uplatňujú, podobne ako v iných európskych krajinách, nepriame dotácie. Daň z pridanej hodnoty je stále na úrovni 0 percent.

Situácia verejnoprávnych médií je v dôsledku nedostatku finančných prostriedkov, politických vplyvov, byrokratických praktík, straty divákov a vlastnej identity ťaživá. Na seriózne riešenie problémov verejnoprávneho vysielacieho systému chýba politická vôľa, preto na belgickom mediálnom trhu dominujú komerčné médiá.

Systém regulácie

Asociácia belgických novinárov zriadila etickú radu, ktorá rieši sťažnosti na médiá a prijíma odporúčania pre novinárov.

Mediálne organizácie

V Belgicku existujú dve dôležité mediálne organizácie – Asociácia profesionálnych belgických novinárov (Association Générale des Journalistes Professionnels de Belgique – AGJPB alebo Algemene Vereniging van Beroeps-journalisten in België – AVBB) so sídlom v Bruseli a Belgická asociácia vydavateľov (Association Belge des Editeurs de Journaux – ABEJ alebo

Belgische Vereniging van de Dagbladuitgevers – BVD).

Perspektívny vývoj

Škandál okolo M. Dutrouxa vyvolal diskusiu o etickej role tlače. Belgický minister spravodlivosti zorganizoval stretnutie sudcov, právnikov, politikov, novinárov a právnych expertov, na ktorom sa diskutovalo o ochrane novinárskych informačných zdrojov, činnosti tlačových tribunálov a o potrebe právnej úpravy činnosti novinárov. Avšak názory boli také rozdielne, že nakoniec všetci dospeli k záveru, že regulovať etické otázky zákonom je to najhoršie riešenie a že novinársky etický kódex je najvhodnejším nástrojom na riešenie etických problémov.

Podľa zahraničných prameňov pripravil PhDr. Samuel Brečka, NCMK, Bratislava.

PRAMENE

Els de Bens: Das Rundfunksystem Belgiens. In: Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden/Hamburg 1998, s. 287–294.

Resources: European Media Landscape – Belgium – Factual Overview.

In: <http://www.jc.nl/jr/emland/belgiumfac.html>
Statistical Yearbook 1999 – Film, Television, Video and New Media in Europe, European Audiovisual Observatory 1999.

World Press Trends, 1999 Edition, Zenithmedia, London 1999.

ZO ZAHRANIČNEJ TLAČE

JOURNAL OF COMMUNICATION Ročník 1998

Prvé číslo je venované problematike mediálnej vzdelanosti. Autori konštatujú, že médiá sú nasýtené kultúrou a zaplavujú ľudí informáciami, ktorých tempo sa zrýchľuje. Ďalej sa zamýšľajú nad tým, čo ľudia potrebujú na to, aby boli mediálne vzdelaní. Na celom svete možno badať ostrejší nárast tendencie medzi pedagógmi, ktorých poslaním je učiť ľudí porozumieť médiám a ich odkazom. Volanie po mediálnej gramotnosti nie je nové. Čo je nové, je zvýšenie počtu relatívne „lacných“ médií, ktoré umožňujú študentom vykonávať vlastné práce, rýchly medzinárodný prenos programov. V posledných rokoch možno pozorovať explóziu vzdelávacích praktík a učebných plánov, ktoré verejnosť využíva.

Autori sa pokúsili sformulovať východiská pre budúcnosť, ktoré vidia v mediálnej vzdelanosti. Tá však bude závisieť od schopnosti pedagógov zaujímajúcich sa o mediálnu vzdelanosť a od vhodnej kombinácie teórie a praxe. **D. B u c k i n g h a m:** *Mediálna výchova vo Veľkej Británii: Pohyb poza protekcionizmus* (s. 33–43). V porovnaní s USA má mediálna výchova vo Veľkej Británii dlhšiu históriu a pevnejšie základy v školských osnovách. V článku je stručne charakterizovaná história mediálnej výchovy, jej formovanie v závislosti od spoločenskej a sociálnej klímy daného obdobia. V poslednom desaťročí sa mediálna výchova vo Veľkej Británii „pohla“ ďalej od protekcionistického prístupu. Táto situácia je paralelná s rozvojom v krajinách ako Austrália a Kanada. Poňatie mediálnej výchovy ako formy očakávania alebo demystifikácie, ktorá bola rozšírená v 70. a 80. rokoch, sa zmenilo. Snahou je vzbudiť väčší záujem o to, aby sa študenti naučili chápať a poznať médiá. Taktiež sa zmenil postoj mládeže ako pasívnych obetí mediálnych efektov. Výskumy poskytli širokú paletu pohľadov na spôsoby, ktorými si deti utvárajú názor na médiá a aj na to, ako tieto médiá využívajú pri formovaní osobnej a spoločenskej identity.

Nasledujúce desaťročie predstavuje zmeny, ktoré by sa mali uskutočniť v mediálnej výchove. Nástup nových digitálnych technológií so sebou prináša komplex nových možností, ale aj problémov. **R. K u b e y** v príspevku *Prekážky rozvoja mediálneho vzdelávania v USA* (s. 58–69) skúma ekonomické, politické, historické a kultúrne pozadie a na ich základe sa snaží vysvetliť, prečo USA zaostáva za ostatnými anglicky hovoriacimi krajinami vo formálnych postupoch mediálneho vzdelávania. Je to paradox, pretože USA produkuje obrovské množ-

stvo mediálnych produktov a oveľa viac ich exportuje ako importuje. Okrem iného je však hlavným dôvodom vysoká heterogénnosť populácie a odpor voči centrálnej vzdelávacej a vysielacej politike, ktorú uskutočňuje Federálna vláda.

Štúdia **H. Z e t t l** a *Mediálna estetika vyplývajúca z kontextu a chápaná ako základ mediálnej vzdelanosti* (s. 81–95) je pokusom o charakterizovanie teoretického východiska, prostredníctvom ktorého možno porozumieť, čo je mediálna vzdelanosť a aká je jej funkcia. Hlavným argumentom je, že mediálna estetika vyplýva z obsahu, ktorý je nevyhnutnou bázou mediálnej vzdelanosti. Na základe toho potrebujeme vedieť, ako sa základné estetické „bloky“ používajú pri vytváraní a formovaní našich poznávacích, emocionálnych a duševných mediálnych poznatkov. Model mediálnej vzdelanosti poukazuje na hierarchické vzťahy štyroch úrovní:

- a) základné estetické myšlienkové zložky a ich estetické oblasti,
- b) ako sú usporiadané na špeciálne účely,
- c) ako ich vnímame a ako na nás pôsobia,
- d) ako sú vhodné v rozličných intelektuálnych a kultúrnych rámcoch pre mediálne analýzy.

K mediálnemu vzdelávaniu sa vyjadruje aj **J. M e y r o w i t z** v článku *Mnohopočetné mediálne vzdelanosti* (s. 96–108). Konštatuje, že existujú najmenej tri rozdielne typy mediálnej vzdelanosti. Prvým typom je predstava, že médiá sú kanály šíriace odkazy a posolstvá, ktoré podnecujú potrebu mediálneho obsahu vzdelanosti. Druhým poňatím mediálnej vzdelanosti je myšlienka, že médiá sú jazykmi, ktoré viditeľne upozorňujú na nutnosť potreby vzdelania v súčasnej variabilnej mediálnej produkcii. Tretia koncepcia je najmenej obvyklá vzhľadom na súčasnosť. Ponúka určitú možnosť vlastného sebaobjavenia preniknutím do mediálnej vzdelanosti tým, ktorí sa o to zaujímajú.

Druhé číslo prináša štúdiu **J. W. P o t t e r a** a **R. W a r n e r a** *Humor ako kamufláž televízneho násilia* (s. 40–57). Autori sa zaoberajú vzťahom humor – násilie. Humor je vo všeobecnosti považovaný za akýsi neutralizátor agresívnych pocitov. Avšak hlavne v poslednom období možno pozorovať tendenciu spájať humor a násilie. V komediálnych programoch je veľa násilia, ktoré je prezentované viac verbálne ako fyzicky. Zistenia naznačujú, že pomer násilia v tomto žánri je veľmi vysoký a že humor trivializuje prezentované násilie.

D. V a r a n v článku *Metamorfóza kultúrnej erózie a medzikultúrny dosah mediálnych systémov*

mov (s. 58–85) skúma špecifické procesy a účinky spojené s vplyvom mediálnych systémov v jednotlivých krajinách a kultúrach.

S. S i n g h – T. G. D o m o n k o s a a Y. R h o *Posilnenie chápania webovských informácií pre užívateľov so špeciálnymi lingvistickými potrebami* (s. 86–108). V článku autori posudzujú špeciálne lingvistické metódy jazykovej rozháranosti užívateľov, ktorí sú potenciálnymi používateľmi hypertextového systému www. Vedecké poznatky riešenia jazykových problémov v hypertextových systémoch neustále rastú. Naše znalosti v takých oblastiach ako psychológia, patologický jazyk, lingvistika môžu prispieť k vlastnému bádaniu o webovských riešeniach pre užívateľov so špeciálnymi lingvistickými metódami, avšak v súčasnosti je akákoľvek integrácia odborných znalostí z týchto oblastí limitovaná. Viaceré dôležité východiská, ako napríklad informačné preťaženie a nevhodnosť prostriedkov internetu, vyžadujú spojenie rozdielnych technológií na vyriešenie týchto problémov.

Z **tretieho čísla** vyberáme článok E. M. P e r s e h o *Dôsledky poznávacieho a citového pôsobenia pre kanálovú zmenu* (s. 49–68). Autor skúma kanálovú voľbu z hľadiska voliteľnosti divákov a skúma poznávacie vzťahy. Pozornosť zameriava na duševnú zainteresovanosť pri sledovaní televíznych programov a vnímanie citových reakcií (pozitívnych alebo negatívnych) na kanálovú voľbu. Ak diváci nie sú duševne zaangażovaní na sledovanom programe alebo ak pociťujú negatívne citové reakcie, zvyšuje sa voľba iných kanálov. Výskumy preukázali viaceré spojitosti medzi typmi diváckych reakcií:

a) zaujímavosť programu priamo ovplyvňuje divácku činnosť,

b) nové technológie sú spojené s vyššou úrovňou diváckej aktivity.

Poznávaciu a citovú zainteresovanosť na obsahu programu však vo veľkej miere ovplyvňuje rôzna úroveň každého jednotlivca, ako aj rôzny obsah programu.

S. D a v i s a M. L. M a r e s skúmajú *Účinky „talk show“ na dospievajúcu mládež* (s. 69–86) vzhľadom na realitu spoločenského presvedčenia tejto mládeže. Výskum sa uskutočnil medzi stredoškolskimi a odpovedal na tri stanovené hypotézy:

a) diváci preceňujú opakovanie deviovaných reakcií,

b) diváci sa stávajú necitlivými k utrpeniu iných,

c) diváci trivializujú dôležitosť spoločenských problémov.

Výsledky výskumu podporili prvú hypotézu, druhá nebola reálna a naopak tretia hypotéza bola pozitívne „ohodnotená“ medzi niektorými vekovými skupinami, pri ktorých sa skúmala dôležitosť vnímania spoločenských problémov.

Medziosobnej komunikácii sa venujú A. W e s t m e y e r – R. L. D i c i o c c i o a R. B. R u b i n vo svojej štúdii *Vhodnosť a účinnosť komunikačných kanálov v príslušnej interpersonálnej komunikácii* (s. 27–48). Autori skúmali vhodnosť a účinnosť šiestich komunikačných kanálov (osobný kontakt, telefón, zvukový mail, e-mail, list, fax), používaných vo vzťahu k interpersonálnym komunikačným motívom (odpočinok, záľuby, zábava...). V zrealizovanom výskume mali respondenti vybrať pre nich najúčinnšie metódy komunikácie podľa jednotlivých motívov. Výsledky ukázali, že ak je možnosť výberu, tak uprednostnia zvukový styk ako vhodnejšiu formu pred písomnou podobou styku a považujú ho za najprimeranejšiu náhradu priameho kontaktu. Výber metódy však závisí aj od účinnosti spoločenského systému, zaužívaných zvyklostí a od daného problému.

Zo **štvrtého čísla** vyberáme článok E. L e n e r t a *Perspektíva komunikačnej teórie v telekomunikačnej politike* (s. 3–23). Autor sa zaoberá vzťahom a vplyvom vzniku telekomunikačných sietí na spoločenskú situáciu v technických, ekonomických a právnych systémoch. James Carrey v roku 1989 ako prvý poukázal na základný rozdiel medzi dvoma komunikačnými modelmi potrebnými na porozumenie sociálno-kultúrnych následkov súčasnej telekomunikačnej politiky. A práve tieto dva kontrastné modely autor použil na objasnenie historického napätia medzi politickými cieľmi liberalizácie a demokratizácie v tejto sfére.

B. E. P i n k l e t o n sa v svojom článku *Vplyv komparatívnej politickej reklamy v tlači na rozhodovanie a účasť v politike* (s. 24–36) zaoberá vplyvom tlače na vedenie politickej kampane a reklamy na rozhodovanie voličov a vytváranie obrazu o politikoch. Tento vplyv bol skúmaný na základe experimentu uskutočneného na univerzite v USA. Výskum sa zameril na úlohu negatívnych informácií pri formovaní individuálnych dojmov a vnemov. Naznačil, že v porovnaní s pozitívnymi informáciami negatívne informácie väčšmi ovplyvňujú hodnotenie individuálnych vlastností (politikov).

A. A. M o e m e k a: *Komunalizmus ako základná dimenzia kultúry* (s. 118–141). Autor nespochybňuje autenticitu individualizmu a kolektivismu ako dimenzie kultúry, ale porovnáva a hodnotí ich úlohu a postavenie, ako aj ich možnú koexistenciu v jednotlivých druhoch spoločnosti, pretože ich prvky je možné nájsť tak v kultúrach vyspelých krajín, ako aj v Afrike, v kultúre amerických Indiánov, austrálskych Aboriginov, kanadských Indiánov, Eskimákov, ale aj v krajinách Karibiku.

Podľa zahraničných prameňov spracoval
Ing. Kristián Boldizsár, NCMK, Bratislava.

VMU – ŽURNALISTIKA

Ročník 1998

Časopis mal v tomto roku stále rubriky: *Štúdie a state, Zahraničná žurnalistika, Materiály, dokumenty, publikácie a Kritika a biografia.*

Číslo 1

E. P. P r o c h o r o v: *Humanistické orientačné body v žurnalistike* (s. 3–22). Seriózne posúdenie pojmu humanizmus sa začalo v roku 1859 (G. Fajcht). Na začiatku sa blížilo k pojmu humánny, čiže dobrý, vnímavý, snažiaci sa človeku pomôcť. Článok je skôr historickým ako žurnalistickým exkurzom.

Š. S. M u l a d ž a n o v: *Kapitál a tlač* (s. 23–26). Autor sa cez niektoré aspekty ovplyvňujúce vzťah peniaze a médiá dopracoval k záveru, že pojmy sloboda tlače a nezávislé noviny budú v dohľadnom čase vyvolávať otvorený smiech. Podľa neho platí zásada: „Koho chlieb ješ, toho pieseň spievaj.“ A platí to pre všetky subjekty, ktoré sa nejakým spôsobom podieľajú na financovaní médií. Rovnako je presvedčený, že sa to týka všetkých médií, či už ide o tlač, televíziu alebo rozhlas.

E. D. D o r ž i j e v o v á: *Dizajn – nová etapa v rozvoji formy periodík* (s. 27–35). Grafický dizajn ako sféra vytvárania vizuálnej komunikácie zahŕňa v sebe množstvo druhov tvorivej činnosti človeka. Optimálna syntéza úžitkového a estetického, vytváranie formy zodpovedajúcej obsahu periodika, cieľené hľadanie vlastného grafického rukopisu novín alebo časopisov – to sú úlohy, ktorými sa zaoberá grafický dizajn v žurnalistike. Dobrý dizajnér by mal byť neoddeliteľnou súčasťou vydavateľskej politiky v každom periodiku.

S. G. K o l e s n i k: *Hlavné tendencie rozvoja televízneho vysielania v USA (v rokoch 1995–1996)* (s. 36–58). Na začiatku 90. rokov začali nové technické objavy radikálne meniť formu televízneho vysielania, jeho šírenie a príjem signálu, ako aj informačno-kultúrne potreby spoločnosti. Objav optického kábla a s tým spojené nové telekomunikačné možnosti znamenali prevrat v systéme prostriedkov masovej komunikácie v USA. Prudký rozvoj káblových rozvodov mal za následok horizontálnu koncentráciu moci.

V roku 1996 špecialisti udávali, že sieťový priemysel v USA zahŕňal 67 % z 96 miliónov domácností vybavených televíznym prijímačom. V roku 1997 sa začalo s testovaním digitálneho káblového vysielania, čo si vyžiadalo veľké finančné investície. Tento obrovský trh však časom priniesol aj niektoré problémy. Prezidentské voľby v roku 1996 jasne označili problém, pri ktorom si spoločnosť musela položiť otázku, „aký kapitál kontroluje politický proces

v krajine a aká je úloha televízneho vysielania v efektívnom fungovaní demokratického systému“.

L. A. Ž u k o v o v á: *„Evenement du jeudi“ – vydanie nového typu na trhu francúzskych „spravodajských týždenníkov“* (s. 59–72). Tieto periodiká predstavujú zvláštnu skupinu na trhu periodickej tlače. Francúzskemu termínu la presse magazine zodpovedá anglický termín news magazines. Autorka posudzovala najprv celú skupinu týchto periodík. Z nej potom vyčlenila titul *Evenement du jeudi* ako vhodný príklad. Redakčnému kolektívu sa totiž podarilo klasickú formu spravodajských týždenníkov modifikovať a rozvinúť podľa súčasných potrieb moderného informačného trhu a jeho čitateľov.

G. F. V o r o n e n k o v o v á: *Etapy zrodu periodickej tlače v Nemecku a jej členenie (do konca 18. storočia)* (s. 73–90). Autorka prechádza storočiami od roku 1300 n. l. a zastavuje sa pri starých tlačiach, ktoré možno považovať za predchodcu dnešnej periodickej tlače.

Číslo 2

J. N. Z a s u r s k i j: *Právo na informácie: Rozvoj prístupu k informáciám* (s. 3–7). V Ruskej federácii tento problém sťažujú okrem iného aj nepriaznivé ekonomické podmienky. Obyvateľstvo, zápasiace s vlastnými finančnými ťažkosťami, si napríklad nemôže dovoliť zakúpiť nové televízne prijímače napriek tomu, že staré už dosluhujú, čiže stráca sa tu jeden z informačných kanálov. Aj na zakúpenie periodickej tlače ostáva čitateľom čím ďalej tým menej peňazí. Finančné problémy sa týkajú nielen občanov, ale aj štátnych orgánov. Napríklad: celoplošná rozhlasová stanica Radio 1 by mala ukončiť svoje vysielanie z ekonomických dôvodov. Je však nesmierne dôležité zachovať celoštátny informačný priestor, ktorý je objektívny, pluralitný a dôveryhodný. Ak sa podarí udržať rozhlasové vysielanie, bude to jeden z vážnych predpokladov na zachovanie informačného priestoru, zabezpečenie práva občanov na informácie a slobodný prístup k nim.

R. P. O v s e p j a n: *Žurnalistika národných regiónov Ruskej federácie* (s. 8–15). Demokratické zmeny druhej polovice 80. a začiatku 90. rokov umožnili rozvoj národných štátov a tým aj vznik vlastných systémov masovej komunikácie. Ruská federácia má mnohonárodný charakter, ktorému zodpovedá aj žurnalistika. Zmeny v spoločnosti umožnili vznik a rozvoj mnohých regionálnych národnostných periodík, televíznych a rozhlasových spoločností.

A. M. G r e b e n i n o v o v á: *Časopisy pre rodinné čítanie* (s. 16–23). Téma rodiny je témou

večnou, preto počet časopisov s touto problematikou bude len narastať. Dôležité však je, aby vznikajúce domáce periodiká tvorili účinnú protiváhu atraktívnym zahraničným prekladovým titulom, tvrdí autorka.

E. L. V a r t a n o v o v á: *Európska únia v hľadani informačnej spoločnosti* (s. 55–71). Autorka sa podrobne venuje súčasným globálnym vývojovým tendenciám v progresívnych komunikačných a informačných technológiách. Tento proces ovplyvňuje všetky oblasti života spoločnosti. Neohraničuje ho žiadna kategória, priestor ani čas. Autorka sa v prvej časti zaoberá dvoma tematickými okruhmi: 1. Nové komunikačné a informačné technológie: pohľad do budúcnosti a 2. Európa v informačnom svete – tu sa venuje dokumentu Európa a globálne informačné spoločenstvo, známemu ako Bangemannova správa (Korfu 1994). (Článok pokračuje v nasledujúcom čísle.)

Číslo 3

V. L. C v i k: *Osobitosti reformovania systému televízneho vysielania v podmienkach informačného trhu* (s. 3–13). Po roku 1991 boli zmeny v Ruskej federácii ovplyvnené rozpadom ZSSR a zavádzaním trhového mechanizmu v hospodárstve krajiny, čo podmieňovalo, samozrejme, aj vývoj v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania. V období tesne po rozpade ZSSR mediálnu sféru charakterizovali najmä demonopolizácia a decentralizácia. Padol monopolný systém štátneho rozhlasového a televízneho vysielania. Postupne sa vytváral priestor na vznik nových národných mediálnych systémov v jednotlivých novovzniknutých suverénnych republikách na území bývalého Sovietskeho zväzu. Urobil sa veľký skok v celej masmediálnej oblasti. Autor sa venuje v článku aj klasifikácii televízneho vysielania v Ruskej federácii.

Podľa spôsobu šírenia signálu delí vysielanie na: a) terestriálne, b) satelitné (napr. Kozmos TV), c) káblové (KTV-1). Podľa náplne činnosti na spoločnosti: a) vysielacie, b) producentské, c) distribučné. Podľa veľkosti záberu na: a) celoruské (RTR), b) medzirepublikové (ORT), c) regionálne (juh Ruska), d) miestne.

Ďalej uvádza aj členenie podľa iných kritérií, napríklad podľa vlastníckych vzťahov, financovania či podľa špecializovaných programov.

A. N. A l e k s e j e v: *Časopisecký svet postsovietskeho Ruska: Prístup k vytváraniu typológie periodík* (s. 14–30). Autor podrobne rozoberá typologickú štruktúru súčasnej periodickej tlače v Ruskej federácii z rôznych aspektov. Kvantitatívno-kvalitatívna analýza je rozsiahla a spracúva tituly, ktoré existovali alebo vznikali v rokoch 1991 až 1997. Zovšeobecňuje jednotlivé charakteristické znaky skupín novín a časopisov a zatrieduje ich podľa spoločných

znakov. Nedrží sa pritom zaužívaných medzinárodných typológií, ale pracuje s existujúcim stavom v Ruskej federácii vo vyčlenenom časovom úseku. Vývoj v tejto oblasti nepovažuje za ukončený, ale chápe ho ako stále sa vyvíjajúci proces.

E. L. V a r t a n o v o v á: *Európska únia v hľadani informačnej spoločnosti* (s. 46–61). V pokračovaní z predchádzajúceho čísla sa autorka venuje dvom hlavným okruhom: Riešeniu nacionálnych otázok ako základu pre jednotnú politiku a Prvým spoločným východiskám zo snažení predstaviteľov EÚ. Veľké rozdiely medzi informačnými a komunikačnými systémami a ekonomickými zdrojmi jednotlivých štátov Európy však naznačujú, že na dosiahnutie spoločného cieľa – teda vybudovanie jednotnej informačnej spoločnosti – bude treba ešte dlho a náročne pracovať pri hľadaní styčných bodov. Nedá sa odhadnúť, do akej miery by nová informačná a komunikačná infraštruktúra zmenila vzťah publika k tradičným prostriedkom masovej komunikácie a ako bude pôsobiť rozvoj nových informačných služieb na tradičné funkcie „starých“ médií.

Číslo 4

S. I. B e g l o v, R. J. K o t e n o k, L. V. Š a r o n č i k o v o v á: *Prostriedky masovej informácie Veľkej Británie, NSR a Francúzska v roku 1997* (s. 34–75).

Tlač Anglicka

Celoštátne tabloidné denníky zaznamenali pokles nákladu. Jednou z vážnych tém, ktorým sa periodiká v Anglicku v tom roku venovali, boli parlamentné voľby. Najzávažnejšou mediálnou témou roka však bola dopravná nehoda, pri ktorej v Paríži zahynula Lady Diana. Spôsob, akým o tom informovala časť novinárskej obce, rozprúdila v tlači debatu o novinárskej etike a vyústila až do Návrhu zákona o právach človeka. R. Murdoch to charakterizoval ako pokus o zasahovanie do práv novinárov. Časť sa pridala na jeho stranu a snažila sa presadiť posudzovanie celej záležitosti ako problému, ktorý sa dá riešiť „samoreguláciou“ prostredníctvom Komisie pre žalovanie tlače. Nakoniec sa musel k celej veci vyjadriť sám premiér Tony Blair a ubezpečiť novinársku obec, že bude osobne dohliadať na prijatie takého znenia novely, aby nedošlo ku okliešteniu práv slobody tlače.

Televízne vysielanie v NSR na konci 90. rokov

Káblová televízia v oboch častiach Nemecka (západnej i východnej) je viac-menej rovnako rozšírená. Duálny systém funguje, konštatuje autor. Čo sa týka digitálneho vysielania, majitelia súkromných televíznych spoločností sa domnievajú, že v najbližších desiatich rokoch nebude zavedené. Je to spôsobené aj cenami TV prijímačov pre tento príjem. Predpokladá sa, že počas prechodného obdobia, t. j.

počas prechodu na digitálne vysielanie, sa bude paralelne vysielat signál v oboch systémoch.

Tlač Francúzska

V roku 1997 nedošlo k žiadnym prevratným zmenám. Štatistiky potvrdili, že väčšine celoštátnych novín sa podarilo udržať si náklad.

E. L. V a r t a n o v o v á : *Prostriedky masovej komunikácie severnej Európy 1997: K novému informačnému ideálu* (s. 76–85). V dôsledku dynamického ekonomického rozvoja a z toho vyplývajúceho silného sociálneho zabezpečenia spoločnosti a osobitého postavenia prostriedkov masovej informácie je sever Európy akýmsi laboratóriom prechodu k novej ére. Má svoje špecifiká, preto ho autorka nazýva tzv. severským modelom. Periodickú tlač v týchto krajinách v ostatných rokoch charakterizuje koncentrácia. (Pokračovanie v budúcom čísle.)

L. M. Z e m Ľ a n o v o v á : *O paradoxoch komunikačných zmien* (s. 86–97). Ešte pred 10–15 rokmi boli prognózy rozvoja informačnej spoločnosti, založené na počítačovej technike, prijímané s istou nedôverou a s podozrením, že spoločnosť prepadne technickému a technologickému fetišizmu. Možnosti internetu však priniesli toľko pozitív, že sa tento názor korigoval. Rozvoj pritom priniesol aj negatíva a v konečnom dôsledku viedol k ambivalentnému postoj u vedcov zaoberajúcich sa informačným vývojom.

Číslo 5

G. V. P e r e p e č i n o v o v á : *Empatia – dôležitá profesionálna schopnosť televízneho redaktora* (s. 12–25). Empatia z pohľadu psychologického i žurnalistického, historického i súčasného. Obsahom článku sú výsledky malého experimentu študentov žurnalistiky a metodika aktívneho počúvania druhej osoby, ako aj príprava na budúce novinárske povolanie.

E. L. V a r t a n o v o v á : *PMI severnej Európy 1997: K novému informačnému ideálu* (s. 81–94). (Dokončenie z čísla 4/1998.) Mediálna politika v týchto krajinách sa snaží nájsť súlad medzi zachovaním domácich tradícií a novými tendenciami v prostriedkoch masovej informácie i požiadavkami Európskej únie. Pozitívny je postoj k novým médiám. Napríklad Fínsko drží v posledných dvoch rokoch prvenstvo vo svete v počte prípojok na internet – viac ako 70 tisíc (na približne 5 miliónov obyvateľov). Každý tretí Fin má mobilný telefón, v krajine je 700 počítačových sietí a realizuje sa niekoľko projektov v oblasti digitálneho vysielania. Autorka konštatuje, že štáty severnej Európy sú pripravené na nové informačné obdobie lepšie ako ktorékoľvek iné vo svete a do nového tisícročia vstúpia s obnovenými systémami prostriedkov masovej informácie.

L. M. Z e m Ľ a n o v o v á : *Médiá a politika v prechodnom období* (s. 95–108). V roku 1997 bola v Bruseli publikovaná kolektívna monografia pod názvom *Médiá a politika v prechodnom období: Kultúrna identita v epoche globalizácie ako výsledok teoretickej konferencie na tému Médiá a politika*, ktorá sa uskutočnila pod záštitou Katolíckej univerzity a Medzinárodnej asociácie výskumných pracovníkov médií a komunikácie. Bola venovaná posúdeniu nových spoločensko-informačných tendencií v Európe, Amerike, Ázii a Afrike v podmienkach radikálnych zmien na geopolitickej mape sveta a pri zvyšovaní tempa globalizácie komunikačných technológií.

Číslo 6

A. A. G r a b e Ľ n i k o v : *O ruskej štátnej ideológii a informačnej politike* (s. 3–15). Autor posudzuje informačnú politiku bývalého Sovietskeho zväzu a dnešného transformujúceho sa Ruska. Súčasný stav v ruských prostriedkoch masovej komunikácie charakterizoval Zväz žurnalistov Ruska v septembri 1997 nasledovne: „Televízia, rozhlas a tlač vyjadrujú názory jednotlivých politických a finančných (alebo dokonca mafiánskych) kruhov (vlastníkov), pričom každý z nich vydáva vlastné záujmy za záujmy národné.“ Vojna skupín, manipulovanie s verejnou mienkou a skrytá reklama vytláčajú z médií objektívne informovanie. Za tohto stavu, konštatuje autor, má Rusko ešte veľmi ďaleko k vybudovaniu občianskej spoločnosti.

R. M. J a m p o Ľ s k a j a , A. S. S e r k o v o v á : *Desaťročie pôsobenia nemeckého vydavateľského koncernu Burda v Rusku* (s. 40–52). Zo strany zahraničných vydavateľstiev je v ostatných rokoch zjavná tendencia ovládnuť trh ženských časopisov v Ruskej federácii. Sú to jazykové mutácie medzinárodných titulov, ktoré využívajú záujem čitateľiek o medzinárodné trendy v móde, rodine, spoločnosti a o všetko, čo ich interesuje. Ako sa tieto periodiká udomácnili na ruskom trhu, rozoberajú autorky na príklade vydavateľstva Burda. Tento koncern bol vôbec prvým zahraničným vydavateľstvom periodickej tlače, pôsobiacim vtedy ešte v perestrojkovom Sovietskom zväze. V roku 1997 uplynulo desať rokov odvtedy, čo sa v Moskve objavil prvý ženský prekladový časopis *Burda móda*. Dnes vydáva Burda v Rusku tridsať titulov prekladových časopisov špecializovaných pre jednotlivé oblasti (*Móda pre deti, Okná, Bižutéria, Dobré rady, Oddýchni si!* či *Dobrá chuť*), ktoré obohatili trh periodík pre ženy.

Podľa zahraničných prameňov spracovala PaedDr. Lívia Petránka, NCMK, Bratislava.