

PRÍNOSNÁ PUBLIKÁCIA NA KATEDRE ŽURNALISTIKY FF UK

ŠEFČÁK, L. – VOJTEK, J.: Dejiny svetového novinárstva III. Dejiny amerického novinárstva. Bratislava, Univerzita Komenského 1997. 177 strán.

Dejiny amerického novinárstva sú tretími v sérii Dejín svetového novinárstva vydaných na Katedre žurnalistiky FF UK pre predmet Dejiny svetovej žurnalistiky. Prvými boli Dejiny anglickej žurnalistiky od L. Šefčáka a J. Vojteka (I. vydanie v roku 1992, dotlač v roku 1994), druhými Dejiny francúzskeho novinárstva od D. Serafinovej (I. vydanie v roku 1994). V tlači je štvrtá časť cyklu Dejín svetového novinárstva, resp. žurnalistiky – Dejiny nemeckého novinárstva od D. Serafinovej.

V skriptách Dejiny amerického novinárstva sa autori snažili na pomerne úzkom priestore priblížiť vývoj žurnalistiky na severoamerickom kontinente. Sústredili sa pritom na vývoj tlače v USA. L. Šefčák spracoval vývoj americkej tlače do roku 1918. J. Vojtek od roku 1918 do súčasnosti.

L. Šefčák začal svoju časť kapitolkou *Vývoj tlače v Severnej Amerike*. V nej ako jedinej spomenul aj začiatky tlače v Južnej a Strednej Amerike, kam síce dorazila skôr ako do budúcich USA, ale pre diktátorský spôsob vlády sa nemohla tak slubne rozvíjať ako v kolóniách, ktoré len čo sa odpútali od materskej krajiny, nastolili základné ľudské slobody a medzi nimi aj slobodu tlače. Po prvých novinách v kolóniách Nového Anglicka (*Boston*, 1690), ktoré anglický guvernér zakázal už po prvom čísle, a *Boston-News-Letter*, ktoré začal o 14 rokov neskôr vydávať John Cambell, L. Šefčák telegraficky v chronologickom poradí uviedol noviny na území dnešných USA podľa jednotlivých miest, kde začali vychádzať. Druhú kapitolku venoval Zengerovmu procesu, ktorý bol vlastne začiatkom boja o slobodu tlače v Novom Anglicku. Oslobodenie Johanna Petra Zengera obvineného z kritiky vlády sa – ako zdôrazňuje L. Šefčák – považovalo za prvé významné víťazstvo slobody tlače v anglických kolóniách. V tretej kapitole sa čitateľ dozvie, aké postavenie mali novinári v severoamerických kolóniách v boji za nezávislosť. Útlak tlače zavedením kolkovej dane (22. 3. 1765), čajová daň a protest *Boston Gazette* proti nej iniciovaním tzv. čajovej party (1773), t. j. nahádzaním nákladu čaju z viacerých britských lodí do mora, bitka pri Lexingtone (1775), ktorou sa vlastne vojna za nezávislosť začala. Z 37 novín vychádzajúcich v tom čase bolo asi 23 nositeľmi revolučnej propagandy, pripomína autor. Ako vojnový korešpondent sa vyznamenal I. Thomas. Vojna za nezávislosť sa skončila uznaním existencie Spojených štátov ame-

rických a podpísaním mierovej zmluvy v Paríži v roku 1783. Analogicky je štvrtá kapitola venovaná Ústave Spojených štátov (v platnosti od 21. júna 1788) a Charte občianskych práv, ktorá nadobudla platnosť 15. 12. 1791 po niekoľkoročnom boji federalistov (neskorších republikánov) na čele s Alexandrom Hamiltonom a antifederalistov (neskorších demokratov) zoskupených okolo Thomasa Jeffersona. V tejto kapitole sa spomína i slávny anglický spisovateľ a publicista Thomas Paine, zástanca rovnosti ľudí a obranca ideí Veľkej francúzskej revolúcie. Dozvieme sa, aké boli tituly federalistov (*Gazette of the United Staates*, 1789) a antifederalistov (*National Gazette*, 1791) a ako formovali stranícku tlač v USA, ktorá – ako zdôrazňuje L. Šefčák – bola vždy v súkromných rukách. Slovom Benjamína Franklina upozorňuje autor na to, že sloboda tlače neznamená, že uverejníme všetko, ale že sa treba riadiť určitou etikou. V kapitole *Od Ústavy a Charty k prvej vládnej interpretácii slobody tlače* sa dozvedáme o dvoch zákonoch, ktoré pobúrili severoamerickú verejnosť. Prvý Zákon proti cudzincom (jún 1798) umožňoval o. i. stíhať novinárov, ktorým neuplynula naturalizačná lehota, a druhý Zákon proti poburovaniu (júl 1798) umožňoval trestné stíhanie za kritické komentovanie činností najvyšších štátnych orgánov. Oba zrušil Thomas Jefferson, zvolený za prezidenta v roku 1801. Záruky slobody tlače si mali právo upraviť jednotlivé krajiny federácie. L. Šefčák uvádza príklady z ústav štátov Washington, Illinois a New York. Zmieňuje sa i o niektorých možnostiach ohraničiť slobodu tlače, ktoré nemožno považovať za protiústavné, i o tom, aké postavenie vo vzťahu k slobode tlače má v USA Najvyšší súd, čoho korene vidí v prevzatí anglického libelového práva. V kapitole *Vznik a rozvoj šesťákovkej tlače* autor zhrnul politické, ekonomické, technické a spoločenské predpoklady vzniku a vývoja lacnej tlače (*Penny Press*). Podrobnejšie približuje úspešné šesťákové periodikum *New York Sun* (založené roku 1833) a jeho vydavateľa Benjamína H. Daya, autora výroku, že novinársky zaujímavá nie je správa o pohryzení psa človekom, ale naopak. Ďalej sa L. Šefčák venuje počiatkom konkurenčného boja, ktorý začal vychádzaním *New York Herald*u Jamesa Gordona Benetta, v ktorého osobe sa snúbil dobrý novinár a úspešný obchodník. Pretože nie celá verejnosť holdovala senzáciám, upozorňuje autor, roku 1841 začali vychádzať prvé veľké seriózne noviny *New York Tribune* (vydavateľ Horace Greeley) a v roku 1851 *New York Daily Times* (zakladateľ Henri G. Raymond), ktorý vychádza dodnes ako *New York*

Times. L. Šefčák sa v tejto časti zmieňuje i o prudkom rozvoji magazínovej tlače v USA v druhej polovici 19. storočia, ktorá ako typ vznikla už roku 1741, keď začali vychádzať Franklinov *General Magazin* a Bradfordov *American Magazin*. V závere tejto časti autor píše o neutešenej etickej situácii časti americkej tlače v uvedenom období a kritike tohto stavu. (Autorom kritických statí bol i Charles Dickens). L. Šefčák neobišiel ani vznik a vývoj tlačových agentúr v USA, za ktorých predchodcu možno považovať známy *Kendall Express*, ktorý prinášal informácie o mexickej vojne rýchlosťou, ktorá predstihla i armádne depeše. Prvá americká tlačová agentúra vznikla v máji 1848 v New Yorku pod názvom New York Association Press, profesia vojnového korešpondenta sa rozvinula vo vojne Sever proti Juhu (1861–1965). L. Šefčák podčiarkuje, že v tejto vojne sa v USA zrodil nový objektívny štýl, ktorý sa stal jedným z princípov amerického novinárstva (mimo bulvárnej tlače). K určitej stagnácii v americkej tlači došlo odchodom troch veľkých žurnalistov H. J. Raymonda, J. G. Benneta a H. Greelyho, píše sa v kapitolke *Vznik masovej tlače*, kde sa rovnako dozvieme o prvom pokuse o kódex novinárskej etiky v desatore Charlesa A. Danu, ďalej štatistické údaje o raste počtu titulov v USA i o nových technických vynálezoch (rotačka, rýchlolis, telegraf, telefón, písací stroj, linotyp a i.), ktoré umožnili nebyvalý nárast nákladu. Redakčná práca sa začala organizovať. V tomto období došlo k prechodu väčšiny americkej straneckej tlače na nezávislé pozície, pretože to znamenalo širší odbyt a väčšie zisky.

Významným predstaviteľom americkej žurnalistiky koncom 19. storočia sa stal Joseph Pulitzer. V roku 1883 kúpil denník *New York World*, v ktorom dokázal spojiť senzáciečtivosť spravodajstva so serióznym editorským ponímaním. Prudký rozvoj novinárstva viedol v USA k vzniku žurnalistického vysokého školstva. Poslednou kapitolkou, ktorú spracoval L. Šefčák, je kapitola *Americká tlač do 1. svetovej vojny*, kde sa zaoberá predovšetkým prepuknutím senzáciečtivej žltej žurnalistiky, ktorá dostala meno podľa comic-su *Žltý fagan* od R. F. Outcaulta. Za jej zakladateľa sa považuje W. R. Hearst, vydavateľ *New York Morning Journalu*. Táto žurnalistika sa neštítala skutočne ničoho vráťane obraňovania vraždy. Hoci časť obyvateľstva ju bojkotovala, tretina novín v USA v tom čase patrila do jej kategórie. L. Šefčák uzatvára kapitolku pohľadom na prvé snahy o koncentráciu tlače tvorbou novinových retazí (bratia Scrippsovcí, 1895). Prudkým zásahom do vývoja tlače v USA, i keď nie takým ako v európskych krajinách, bola 1. svetová vojna. Vstup USA do vojny (1917) priniesol znovuzavedenie cenzúry a zákonov proti špionáži, proti obchodu s nepriateľom a proti poburovaniu (1917–1918).

Zákon proti špionáži a proti poburovaniu zostali v platnosti aj po skončení vojny.

Druhú časť skript z Dejín amerického novinárstva spracoval J. Vojtek. Pretože aj v žurnalistike mnoho z toho, čo platí dodnes, má svoje korene v období z konca 19. storočia, vracia sa autor v niekoľkých kapitolkách do tohto obdobia a podrobne dokresľuje základnú informáciu, ktorú o tom-ktorom fenoméne podal L. Šefčák. Kapitola, ktorou začína, nesie meno *Americký fenomén: Žltá žurnalistika*. J. Vojtek ju hodnotí ako úpadkový typ novinárstva, pretože obchádza etické princípy profesie a výber faktov podriaďuje komerčným zámerom. Široký priestor venuje jej priekopníkovi Wiliamovi Randolphovi Hearstovi a metódam jeho práce. Nemálo sa dozvedáme aj o Josephovi Pulitzerovi, ktorý mal pred nástupom W. R. Hearsta v New Yorku na tlačovom trhu senzáciečtivej tlače dominantné postavenie. V tlačou vybičovanej španielsko-americkéj vojne o Kubu (1896–1898) prekročili Hearstov *New York Journal* i Pulitzerov *New York World* hranicu 1 milión výtlačkov. Výdavky na noviny (korešpondenti, lode, kábelogramy) však prudko vzrástli. J. Vojtek zdôrazňuje, že španielsko-americkou vojnou vyvrcholila jedna z najvykričanejších etáp americkej žltej žurnalistiky. Jej vlna začala potom postupne ustupovať a začali sa presadzovať etické princípy žurnalistickej tvorby. Ako protipól žltej žurnalistiky približuje J. Vojtek seriózný newyorský denník *New York Times*, ktorý sa podarilo ozdraviť Adolphovi S. Ochsovi. Bol to predovšetkým podnikateľ. Najmä zavedením finančného spravodajstva a iných finančných rubrik zmenil tento predtým stratový denník na ziskový. Zisky umožnili znížiť cenu a nižšia cena sprístupnila denník širšiemu okruhu čitateľov. V tomto kontexte J. Vojtek spomína aj legendu amerického novinárstva C. V. Van Andu a jeho spravodajstvo o skaze Titanicu. *Times* si potom vybudoval ešte hustejšiu sieť korešpondentov a získal mnohé exkluzívne reportáže.

V roku 1918 mu udelili Pulitzerovu cenu za publikovanie hodnotných dokumentov počas prvej svetovej vojny. Druhý protipól žltej žurnalistiky vidí J. Vojtek v žurnalistike muckrakerov, t. j. hnojárov. Hnutie muckrakerov malo dve fázy. Prvú, trvajúcu od roku 1902 do roku 1906, a druhú od roku 1906 do roku 1912. Muckrakeri pestovali skôr publicistiku. Písali proti korupcii, proti práci detí, o zlom postavení černochoch, o prospechárstve a pod. Významnými periodikami muckrakerov boli *McClure's Magazine*, ktorý neskôr opustili, a *American Magazine* (od 1905 *American Illustrated Magazine*). Významnými predstaviteľmi hnutia boli I. N. Tarbellová, L. Steffen, R. S. Baker, F. P. Dunne a iní. V roku 1905 *McClure's Magazine* vystriedal *Collier's Magazine*. J. Vojtek upozorňuje na to, že sa preslávil

najmä kritickými textami o farmaceutickom priemysle. Hnutie muckrakerov ovplyvnilo prijatie Zákona o bezúhonných potravinách a liekoch (1906), motivovalo odmietanie uverejňovania neetickej inzercie niektorými periodikami, čo viedlo k vypracovaniu etických zásad inzercie a v roku 1912 k prijatiu federálneho Zákona o novinovej inzercii. V úvode ďalšej kapitoly, ktorou je *Žurnalistika ako súčasť veľkého obchodu*, J. Vojtek v úvode pripomína tri vývojové etapy americkej žurnalistiky: 1. Žurnalistika ako nástroj propagandy strán. 2. Žurnalistika osobností najmä newyorských gigantov. 3. Žurnalistika ako prostriedok zisku obchodníkov s periodikami. Následne sa zaoberá tretou etapou, ktorú neprežili mnohé periodiká, pretože sa nevedeli prispôbiť novým pomeroch v podnikaní. Boli medzi nimi aj dva veľké denníky *New York World* a *New York Sun*. Podrobne osvetľuje zakladanie novinových refazcov, ktorým J. Vojtek venuje samostatnú kapitolku. Otcom tejto idey bol Frank A. Munsey, ktorý podľa slov z nekrológu na jeho osobu, citovaných J. Vojtekom (s. 105), „zmenil kedysi vznešené žurnalistické povolanie na cenný papier“. Myšlienku potom v praxi realizovali Hearstovci a už spomenutí Scrippsovcí (neskôr refaz Scripps-Howard). V kapitolke *Žurnalistika ako súčasť veľkého obchodu* J. Vojtek spomína otca novinových refazí F. A. Munseya. Zaoberá sa ďalej rozvojom tabloidov a tzv. džezovej žurnalistiky v dvadsiatych rokoch nášho storočia. Tabloidy stavali na vizuálnom pôsobení. Džezová žurnalistika bola výrazom mladej generácie unavenej vojnou. Stavala na sexe, zločinoch a katastrofách. Predchodcom tabloidov v USA bol *New York Daily Graphic* (1873–1889). Pri zrode moderného amerického tabloidu stáli R. R. McCormick a J. M. Patterson, ktorý sa inšpiroval londýnskym *Daily Mirrorom* A. Harmsworthyho. Nový typ sa ujal a *New York Daily News* čoskoro mal i nedeľné vydanie *New York Sunday News*. Prerod americkej tlače – podľa J. Vojteka – sa začal na začiatku 20. rokov a skončil sa v čase veľkej hospodárskej krízy.

Predposlednú kapitolku venuje autor *Vidieckej žurnalistike* ako kontrastu veľkomestských novín. Bola mladšia ako žurnalistika veľkých miest. Šírla sa spolu s osídlením smerom na západ. Jej osobnosťou v 18. storočí bol Joseph Dennie. Prešlávil sa o. i. esejami, ktoré písal do *Farmer's Weekly Museum*. Koncom 19. a začiatkom 20. storočia to bol Edgar Watson Howe, ktorý založil a celých 36 rokov vydával *Daily Globe* v kansaskom Atchinsone. Štafetu prevzal W. A. White. J. Vojtek konštatuje, že vidiecka tlač postupne upadala a stávala sa ohnivkami novinových refazí. Záverečná kapitolka má názov *Hlavné vývojové tendencie amerického novinárstva v 20. storočí*. Autor v nej približuje vznik moderných amerických novín, založených na prísnom oddeľovaní spravodajstva a publicistiky. Podrobnejšie si všima vývoj v kategórii denníkov a anotačne približuje najvýznamnejšie z nich (*The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *The Los Angeles Times*, *Chicago Tribune*, *Miami Herald*, *Philadelphia Inquirer*, *USA Today*). Podrobnejšie sa venuje najmä najmladšiemu a súčasne najúspešnejšiemu z nich – *USA Today* (založenom roku 1982). J. Vojtek pokračuje priblížením princípov, na ktorých stavia súčasná americká tlač (komerčný princíp, verejnosť má právo na informácie, právomoc rozhodnúť o tom, kto môže byť novinárom, je výlučne v rukách zamestnávateľa, oddeľovanie faktu od stanoviska, tradícia investigatívnej žurnalistiky, prevažne miestny charakter dennej tlače, prevažne celoštátny charakter časopisov). Typológiou časopisov J. Vojtek túto kapitolu aj končí.

K vlastnému textu Dejín amerického novinárstva sú pripojené aj biografie osobností americkej žurnalistiky, americké novinárstvo v dátach a podrobný súpis odbornej žurnalistickej literatúry. Práca má bohatý poznámkový aparát, žiaľ, poznámky sú vysádzané pomerne malým typom písma. Učebné texty L. Šefčáka a J. Vojteka Dejiny amerického novinárstva sú nesporným prínosom v odbornej slovenskej žurnalistickej spisbe.

Doc. PhDr. Danuša Serafinová, CSc.

ZO ZAHRANIČNEJ TLAČE

EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION
Ročník 1997

Odborný časopis, ktorý si predsavzal, že na svojich stránkach bude prinášať to najlepšie z oblasti komunikačnej teórie a výskumu v Európe. Články a štúdie vychádzajú z pracovných aktivít špičkových európskych odborníkov, ktorí pôsobia v tejto oblasti. Časopis poskytuje priestor na medzinárodnú výmenu názorov a podporu európskeho vzdelávania v mediálnej oblasti.

V jednotlivých rubrikách prináša komparatívne komunikačné analýzy a výsledky výskumov porovnávajúce Európu s ostatnými časťami sveta. Ďalej tu nájdeme recenzie aktuálnej odbornej literatúry z oblasti komunikácie, vývoja komunikačnej politiky a trendov vo sfére mediálnych organizácií, ako i názory čitateľov.

Prvé číslo prináša tieto zaujímavé štúdie:

M. L. H a g e n: *Transformácia mediálneho systému v bývalej NDR po znovuzjednotení a jej vplyv na politický obsah novín* (s. 5–26). Autor porovnáva situáciu médií a novinárov pred zjednotením Nemecka a po ovplyvnení médií západným Nemeckom. Hodnotí zmeny, ktoré prinieslo nové formovanie sa východoeurópskych štátov. Analyzuje 10 novín z bývalej NDR a 10 zo západného Nemecka. Na základe obsahovej analýzy pomenúva rozdiely medzi profesionálnym a politickým prístupom novinárov z východného a západného Nemecka. Štúdiu dopĺňa prehľadnými grafami a tabuľkami.

J. S t r e e t v článku *Bezvýznamnosť kontroly? Politická, technologická a elektronická dokumentácia* (s. 27–43) sa zaoberá problémami spojenými s Internetom a otázkami súvisiacimi s elektronickou demokraciou.

I. S a n d e r rieši problematiku *Ako mocné je televízne násilie* (s. 43–98), kde v podtitule dodáva, že ide o empirický výskum faktorov (rozdielna dimenzia televízneho násillia, percepcia divákov, emočné reakcie, osobné dispozície), ktoré ovplyvňujú percepciu televízneho násillia. Svoje poznatky dopĺňa tabuľkami, grafmi, presnými opismi výskumných metód a vlastnými výskumnými závermi.

E. S k o g e r b o vo svojom príspevku *Systém podpory tlače v Nórsku* (s. 99–118) oblasť pôvodu, funkčnosť a budúcnosť určitej časti národného regulovaného systému, ktorý je podporovaný systémom tlače, a z tohto hľadiska hodnotí aj charakter a špecifickosť národnej politiky. Po-

ukazuje na problémy a kontroverznosť tohto ochranného systému, ktorý neprispieva k rozvoju štruktúry novín z hľadiska trhu, ekonomiky a technologického rozvoja.

Úvodným článkom **druhého čísla** je príspevok A. L e u r d i j k a *Verejná mienka verzus politická rozprava s podtitulom Uvažovanie o rasizme a mnohokultúrnosti spoločnosti v holandskej talk show* (s. 147–168). Autor analyzuje vzťah verejnej mienky obyvateľstva a rasizmus, ako aj mnohokultúrny charakter spoločnosti. Zisťuje z praxe, že tento vzťah je často kontroverzný a opozitný bez vyváženého nadhľadu.

Autori G. F. L o w e – A. A l m v príspevku *Verejnoprávne vysielanie ako kultúrny priemysel* s podtitulom *Význam transformácie pre fínsky trhový priemysel* (s. 169–191) sa zameriavajú na spoločnosť Slesradio OyYLE a analyzujú spojenie profesionálnosti a popularnosti na mediálnom trhu, ktoré súvisí so zmenami prebiehajúcimi od roku 1990, a najmä po prijatí zákona z roku 1993, formulovaného pod vplyvom rastúcej súťaživosti médií, ktorá predstavovala potenciálnu hrozbu fínskej národnej kultúry. Hodnotí aj politiku, organizačnú štruktúru a vysielaciu prax z hľadiska transformácie, čo je proces, v ktorom sa verejnoprávny rozhlas postupne bude považovať za kultúrny priemysel.

S. B a r n e t t v článku *Nové médiá, staré problémy* s podtitulom *Nová technológia a politický proces* (s. 193–217) píše o potrebách zavádzania nových technológií do prebiehajúcej spoločenskej a politickej komunikácie, ktoré by ju mali posilniť a prispieť k budovaniu demokracie. Stručne hovorí, že nové médiá môžu ponúknuť isté možnosti elitným triedam, zatiaľ čo v tradičných médiách dominujú rozpravy a správanie politikov.

P. S u h o n e n (s. 219–238) píše o *Médiách, voľbách a politickom procese vo vzťahu k Fínsku*. Autor analyzuje úlohu médií pri vytváraní a zverejňovaní názorov, sprístupňuje diskusiu o vzťahu demokracia - hlasovanie - verejná mienka, ktoré sa prejavili v prezidentských voľbách vo Fínsku v roku 1990.

Tretie číslo uvádza štúdiá autorov P. H i l l e v e h o – P. M a j a n e n a – K. R o s e n g r e n a (s. 291–318), ktorí píše *O kvalitatívnych aspektoch v televíznom programovaní*. Vychádzajú zo

štruktúrálnej rozmanitosti, ktorú porovnávajú v čase a priestore. Konkrétne ide o švédске rozhlasové a televízne kanály. Počas rokov 1992–1995 sa ukázalo, že zatiaľ čo vo švédскеj televízii vzrástla programová rozmanitosť, v rozhlase sa znížila. V závere článku autori prezentujú krátku diskusiu o potenciálnom vývoji s ohľadom na digitálnu televíziu.

Autori J. Kitzinger – J. Reilly v štúdií *Vzostup a pád riskantných spravodajstiev* s podtitulom *Výskumy o ľudskej genetike médiami, syndróm falošnej pamäti a šíalených kráv* (s. 319–350) prezentujú poznatky vychádzajúce z náčrtov a rozhovorov s novinármi a ich zdrojmi, ktoré identifikujú základné problémy spomenutých oblastí. Zaoberajú sa médiami, ktoré prinášajú informácie z problémových oblastí života, a hodnotia, aký majú vplyv na spoločenský a politický život.

S. Papatthanassopoulos v článku *O politike a výsledkoch deregulácie v gréckej televízii* (s. 351–368) konštatuje, že grécke vysielanie je od svojho počiatku kontroverzným zdrojom informácií a z toho dôvodu je aj deregulácia vysielania úzko prepojená s politikou. Rýchla privatizácia vysielateľov sa prejavila aj vo vysielaní. Článok mapuje a analyzuje politickú dereguláciu gréckeho vysielania a ďalekosiahle vplyvy na nedisciplinovaný televízny priestor.

E. Ognianovová – B. Scott píše o *Miltonovom paradoxe* s podtitulom *Trh myšlienok v postkomunistickom Bulharsku* (s. 369–390). Zameriavajú sa na právne a etické aspekty mediálneho vývoja v postkomunistickom Bulharsku, na zabezpečenie zodpovednosti žurnalistiky bez obmedzenia slobody prejavu. Ďalej sa zaoberajú vzťahom a prístupom vlády k slobode novinárov a konštatujú, že médiá v postkomunistických kraji-

nách by sa mali rozvíjať slobodne, pričom kladú dôraz na zodpovednosť a morálku.

V štvrtom čísle sa nachádza príspevok autorov A. G. Hargreaves a D. Mahdjo-uba *Sledovanosť satelitnej televízie etnickými menšinami vo Francúzsku* (s. 459–478). Autori konštatujú, že vo veľkej väčšine sú diváci v rámci etnických menšín vybavení satelitnou televíziou. Poznatky prezentované v štúdií vychádzajú z výskumu, na ktorom sa zúčastnilo 115 divákov z radov etnických menšín v rámci ich domácností. Respondenti odpovedali na otázky typu: Čo očakávajú od satelitných programov; ako sa ich divácke obyčaje zmenili po zavedení satelitnej televízie a ako to vplyva na ich osobné či rodinné vzťahy. Závěry boli zaujímavé a aj tu sa prejavili zásadne rozdiely v prístupe k ponuke satelitnej televízie jednak medzi staršou a mladšou generáciou, ako aj medzi ženami a mužmi.

M. Machill v príspevku *Pozadie francúzskej jazykovej politiky a jej dosah na médiá* (s. 479–510) si stanovil za cieľ zhodnotiť, ako môže jazyková politika ovplyvniť mediálnu politiku a aký to má dosah na celkovú prezentáciu informácií prostredníctvom médií.

D. McQuail rozoberá *Zodpovednosť médií voči spoločnosti* (s. 511–530) z hľadiska vývoja nových technológií, deregulácie a nárastu komercializácie, potrieb spoločnosti a samotných možností médií. Jadro problému vidí v zmiernení ostria medzi mediálnou slobodou a legitimitnosťou cieľov a možností, ktoré majú súkromné a verejné médiá v daných podmienkach. Článok rozoberá aj niektoré základné problémy procesu zodpovednosti a načrtáva určité všeobecné princípy, ktoré by mohli byť osožné v budúcnosti pre politiku i prax.

PhDr. Denisa Vlková

DIFFUSION

Ročník 1997

Winter 1996/1997

Článok popredného pracovníka pre vysielanie vo Veľkej Británii W. Wiatta *Verejnoprávni vysielatelia, Európa a milénium* (s. 4–6) hovorí o mediálnej budúcnosti z hľadiska verejnoprávných vysielateľov a predkladá optimistické východiská pre globálne využívanie informácií.

Článok T. Stollera *S rozhlasom do 21. storočia* (s. 6–10) je príspevkom do diskusie o legislatíve pre vysielanie vo Veľkej Británii. Autor sa zaoberá otázkami vlastníctva, digitálneho au-

diovysielania, prijatými obsahovými opatreniami a úlohou regulácie vo vysielaní.

P. Hubert v príspevku *Čo môže rozhlasové vysielanie urobiť pre kultúru* (s. 11–14) hodnotí 1-dňové sympóziu z 30. mája 1996 na tému *Kultúrna politika a právo, zákon vo vysielaní*, na ktorom sa hovorilo najmä o prepojení kultúry s politikou.

Mnohokultúrnosť v strednej a východnej Európe (s. 23–25) je článok A. Trša, ktorý sa zaoberá takmer 50-ročnou tzv. izoláciou starého východné-

ho bloku z hľadiska sociálneho vývoja v západnom svete a porovnáva minulý stav s dneškom.

Autor J. E. K e s h i s h o g l o u je učiteľom a medzinárodným poradcom, ktorý v článku *Televízne divácke vzory v Ázii* (s. 31–34) píše o potrebách televízie, o požiadavkách ázijského publika a o budúcich trendoch v ázijských krajinách. Rozoberá problematiku svetovej televíznej produkcie, ako i austrálskej a zameriava sa aj na detského diváka.

Spring 1997

D. M c C a r t h y v článku *EBU – Náboženské vysielanie*. Konferencia – Praha október 1997 (s. 4–5) prináša podrobné informácie o pripravovanej konferencii v Prahe.

R. V i n e y v článku *Viera a publikum v náboženskom vysielaní* (s. 8–10) hodnotí úlohu tohto druhu vysielania pri vzdelávaní a formovaní povedomia diváka.

F. S. J. L o m b a r d i v článku *Vatikánsky rozhlas a miestne stanice* (s. 18–22) informuje o histórii, súčasnosti a východiskách do budúcnosti vo vatikánskom rozhlase.

H. J. K a s a r i : *Mimodomácka sledovanosť vo Finsku* (s. 38–41). Štúdia s tabuľkami sa týka podpory EBU audiovizuálnemu výskumu o mimodiváckej sledovanosti televízie.

W. R u m p h o r s t : *Verejné financovanie verejnoprávneho vysielania v zmysle článku 92 Európskej dohody*. Článok je výstupom zo stretnutia expertov k verejnoprávnemu vysielaniu, ktoré sa uskutočnilo v Amsterdame 17.–18. 2. 1997 za podpory Európskej komisie a Holandského ministerstva pre vzdelávanie, kultúru a vedu.

M. S a u e r : *Podpora európskych televíznych kanálov* (s. 55–58). Príspevok poskytuje sumárnu analýzu odpovedí z 30 vysielateľských organizácií.

May 1997

Ide o špeciálne vydanie, ktoré vyšlo pri príležitosti 100. zasadania Výkonného výboru EBU a je venované tzv. pionierskym rokom činnosti EBU v rokoch 1950–1970. Úvodné články približujú históriu činnosti televízneho vysielania, potrebu prvých televíznych dohôd na regulované vysielanie medzi vysielateľmi a krajinami navzájom. Oboznámime sa s prvými 6 vysielacími organizáciami, ktoré mali v roku 1952 v západnej Európe kapacitu na výrobu vlastných televíznych programov, s počiatkami Eurovízie a zlatými rokmi Eurovízie, ktorá sa stala modelom úspechu, a to už začiatkom roku 1960. Ďalej sa dozvieme, ako apolitickosť myšlienok ovplyvnila voľby v roku 1964 na miesta viceprezidentov a zoznámime sa aj s kľúčovými problémami Eurovízie. Všetky články dopĺňa bohatý fotodokumentálny materiál.

EBU Yearbook 1997

Toto číslo vyšlo po prvýkrát napriek tomu, že EBU združuje 66 vysielateľov v 49 krajinách. Hlavným dôvodom vydania bol fakt, že žijeme v ére komunikácie, ktorá zvyšuje súťaživosť, keď sa sprehľadňuje trh a tvorí sa medzinárodná legislatíva.

Ročenka prináša stručný historický prehľad činnosti EBU, zhodnotenie činnosti EBU za posledný rok, ktorý vypracoval jej generálny sekretár J. B. Münch, ako i informácie o právach na prenosy športových podujatí, o ochrane verejných zdrojov a o pôsobnosti EBU v Bruseli. Zaujímavý je príspevok P. B a l d i h o, poskytujúci strategické informácie doplnené grafmi, ktoré sú výsledkom novej služby v EBU – tzv. strategický informačný servis, ovplyvňujúci vývoj nových ekonomických intelligenčných funkcií.

O napredovaní v oblasti autorských a príbuzných práv píše M. B u r n e t t, ktorý pokrok vo vysielaní vidí v tom, že sa prijímajú dve zmluvy na ochranu práv vysielateľov.

K ďalším informáciám patrí správa o veľkej Konferencii EBU, ktorá sa konala v marci roku 1996 v Bruseli, zhodnotenie športových prenosov za rok 1996, štatisticko-grafické vyjadrenie množstva prenosov EBU, údaje o zmenách v Eurovízii a Eurorádiu, o najväčšom halovom koncerte na svete, o digitalizácii Eurovízie, o animovanej tvorbe v Európe, o vzdelávaní prostredníctvom televízie a o procese zblížovania sa v oblasti vysielania. Na konci ročenky sú tabuľky o činnosti, službách a členoch EBU.

Summer 1997

Celé letné číslo je tematicky zamerané na prírodopisný program EBU. Čitatelia sa oboznámujú s trendmi, prístupmi, technológiami v oblasti prírodopisných filmov v rámci európskych krajín. Nachádzame tu informáciu o založení tradície prírodopisných filmov pod názvom *Wildlife Europe '97*, v ktorom by sa mali stretávať odborníci pôsobiaci v oblasti prírody a televízie. V predstihu sa plánuje *Tvorivá dielňa prírodopisného filmu*, ktorú povedie J. B o s w a l e.

Ďalej tu nachádzame informáciu o medzinárodnej cene, ktorá bola udelená v rámci konferencie pod názvom PRÍX NIKI a ňou by mala európska komisia oceňovať obraz ženy na televíznej obrazovke.

Autumn 1997

A. S c h a r f : *Presuny používateľov od vysielania k interaktívnym mediálnym službám* (s. 4–7). V článku sa hovorí o nových trendoch v komunikačnom priemysle, ktoré umožňujú výkonnejšiu prácu používateľa, no na druhej strane by sa práve

na neho nemalo zabúdať pri príprave nových trendov v komunikačných technológiách.

Ch. D a u b n e y: *Ako sa pomaly ponáhľať do digitalizácie* (s. 8–12). Ide o článok opisujúci nástup digitálneho vysielania. Zameriava sa na objasnenie digitalizácie, na dôsledky pre používateľa a výhody, ktoré s ňou súvisia.

H. W i i l a r d (s. 13–19) prezentuje poznatky o animovanom priemysle, ktoré vyšli z tohtoročného májového medzinárodného festivalu animovaného filmu. Na tomto fóre sa prezentovala sila animovaného priemyslu a jeho účinky na detského diváka.

P. H u b e r t sa pýta (s. 23–27), či nie je *Čas ukončiť televízne násilie?* Konštatuje, že žijeme v období, keď deti na celom svete vo zvýšenej miere prijímajú rastúcu agresivitu a násilie prostredníctvom televízie. Zaoberá sa podstatou násillia, formami jeho prejavu a názormi odbornej verejnosti na danú problematiku. V skratke informuje aj o prijatých opatreniach vedúcich k zníženiu frekvencie násillia na televíznej obrazovke v jednotlivých európskych krajinách.

R. F a u r e (s. 27–31) píše o DAB ako o svite nového veku pre rozhlas, na čo nadväzuje S. S p a n s w i c k (s. 36–39) svojím článkom pod názvom *Svetová sieť rozhlasov*, kde prezentuje poznatky zo sveta multimédií. Píše o význame Internetu a o vzťahu vysielateľov k nemu. Predstavuje nové služby a upozorňuje aj na schopnosti a mož-

nosti konzumenta prijímať nové technológie sledovanosti či počúvanosti programov vo vzťahu k multikanálom daných Internetom, káblom a satelitmi či tradičným terestriálnym prenosom. Poukazuje na zmeny vo vysielacom priemysle.

C. E. E b e r l e (s. 49–53) píše o verejnoprávnom vysielaní v kontexte európskej politiky, pričom uvádza 10 bodov, ako by malo vyzeráť verejné vysielanie v Európe z hľadiska potrieb a používateľov.

G. F. L o w e sa v príspevku *O vysielaní vo východnej Európe: súkromné alebo verejnoprávne* (s. 54–58) zaoberá základnou otázkou vzťahu vysielateľov k legislatíve v postkomunistických krajinách, vzťahom súkromný a verejný vysielací sektor a ich možnosťami.

W. R u m p h o r s t nazval svoj článok *Príbuzné práva vysielateľov – lepšie časy pred nami* (s. 59), v ktorom vymedzuje príbuzné práva, potreby vysielateľov, stanovuje, aké sú najväčšie požiadavky dňa, ako posilniť postavenie vysielateľov a čo urobiť do budúcnosti. Na záver zverejňuje informácie zo svetového sympózia *O vysielaní, nových komunikačných technológiách a intelektuálnom vlastníctve*, ktoré sa konalo v Manile 28.–30. 4. 1997. Prvý panel konferencie patrila vysielateľom, vlastníkom príbuzných práv a bol tu aj priestor na prijatie určitých záverov.

PhDr. Denisa Vlková

MEDIA PERSPEKTIVEN

Ročník 1997

Za posledné dva roky sa veľmi zvýšil stupeň dostupnosti počítačov pre deti. Každé desiate dieťa vo veku od 6 do 13 rokov disponuje vlastným počítačom, u 12 až 13-ročných je to každé 5. dieťa (18 %). Viac ako polovica detí má za ten čas prístup k počítaču, u 12 až 13-ročných sú to dve tretiny (64 %). Vo vekovej skupine od 12 až 13 rokov má takmer každé tretie dieťa (30 %) vlastný televízor. Výsledky výskumu Š. W e i l e r a (č. 1, s. 31–42) z roku 1995 ukázali, že asi 700 detí malo vlastný počítač. Priaznivci súkromnej televízie majú viac mediálnych prístrojov ako stúpeni verejnoprávných programov. Príčiny toho treba hľadať v sociálnej rovine, ako aj v dostupnosti médií pre deti. Stúpeni ARD, ZDF a tretích programov preto udávajú, že sa ich rodičia o ne viac zaujímajú. Zatiaľ čo stúpeni verejnoprávných programov preferujú *Vysielanie s myšou* alebo *Pipi dlhú pan-*

čuchu, priaznivci súkromnej televízie dávajú prednosť napätiu, akčným filmom a komédiám.

Deti s vlastným televízorom majú tiež viac iných elektronických médií, ale menej kníh ako ich starší kolegovia bez televízora.

Deti vlastniace televízor takisto ako „počítačové deti“ sledujú najradšej komerčné televízne programy. Osobný počítač využívajú najčastejšie na počítačové hry, nasleduje príprava textových programov a kreslenie. Viac ako polovica detí používajúcich počítač denne sleduje televíziu. Výskum samozrejme ukázal, že tieto deti čítajú knihy častejšie ako deti bez osobného počítača.

V dôsledku veľkého počtu domácností s káblou alebo satelitnou prípojkou disponuje väčšina dánskych televíznych divákov bohatou ponukou prevažne zahraničných programov. Podľa O. P r e h n a (č. 3, s. 141–149) najväčšej obľube

publika sa tešia prirodzene oba národné televízne programy DR 1 a TV 2 so 7 % podielom na trhu. TV 2 založený ešte v roku 1988 vysiela podobne ako DR 1 aj reklamu a je najpopulárnejším dánskym programom. Lokálna televízia má doteraz s asi 5 % podielom na trhu len malý význam. Platená televízia hrá až do súčasnosti v Dánsku len vedľajšiu úlohu, v rámci digitalizácie ale plánuje rôzne nové projekty. Iniciátorom týchto projektov je predovšetkým telekomunikačná spoločnosť TELE DANMARK, ktorá sa finančne podieľa na športovom kanáli, plánovanom ešte v roku 1997 spoločne s TV 2 a dánskym rozhlasom.

Výsledky už druhého hodnotenia údajov GFK o sledovaní televízie deťmi zachytávajú situáciu ešte pred zavedením detského kanálu ARD/ZDF v januári 1997. Za posledných päť rokov výrazne stúpla dĺžka sledovanosti deťmi vo veku od 3 do 13 rokov, a to v porovnaní s vlašajškom o 6 minút – na súčasných 101 minút denne.

Podľa S. Feiera b e n d o v e j a T. W i n d g a s s e h o (č. 4, s. 186–197) spôsobila tento vzostup predovšetkým vyššia sledovanosť televízie deťmi vo východnom Nemecku, kde sa oproti vlašajšku predĺžila denne o 15 minút. Najmä staršie deti vo veku od 10 do 13 rokov sledujú vo východnom Nemecku televíziu asi o pol hodinu denne dlhšie ako ich rovesníci na západe. Dospelí aj deti sedia pred obrazovkou v sobotu aj v nedeľu dlhšie ako cez všedný deň. Čas najintenzívnejšieho využívania televízie je u detí aj dospelých identický.

Medzi 18. a 21. hodinou sledujú televíziu prevažne deti, pretože v tom čase sa vo vysielaní neobjavujú relácie s obmedzeniami pre deti.

Najobľúbenejšími televíznymi programami detí boli v roku 1996 tak ako v roku 1995 PRO 7 a RTL. RTL 2 bolo na 3. mieste. Najobľúbenejším vysielaním 3 až 5-ročných detí bolo v roku 1996 *Vysielanie s myšou* (ARD), 6 až 13-ročných detí *Majstrovstvá Európy vo futbale*, filmy a hudobno-zábavné programy. Medzi 6. a 9. hodinou ráno, ako aj poobede deti uprednostňujú najmä americké kreslené seriály. Ráno, na obed a poobede sledujú deti televíziu bez dozoru rodičov, od 18. hodiny rastie počet dospelých, ktorí sledujú televíziu spolu s deťmi.

Výsledky výskumu U. M. K r ü g e r a (č. 5, s. 256–268): Verejnoprávne televízne programy sa častejšie ako súkromné vysielateľ venujú aktuálnym politickým udalostiam. Základnou vzorkou tejto štúdie Kolínského inštitútu IFEM boli 4 programové týždne v roku 1996. ARD a ZDF vysielali podstatne viac spravodajských vysielaní ako RTL, SAT 1 a PRO 7 a rozsiahlejšie referovali o politických udalostiach. Zatiaľ čo verejnoprávne vysielateľ poskytujú v správach hodnotné politické in-

formácie, súkromné vysielateľ uprednostňujú informácie o kriminalite, katastrofách a nešťastiach pred denným aktuálnym spravodajstvom. V správach o spoločenských otázkach sa RTL a SAT 1 koncentrujú najčastejšie na aféry a škandály, oproti tomu ARD a ZDF na sociálnopolitické problémy. Ďalšie rozdiely: V spravodajských vysielaniach ARD a ZDF sa k slovu dostáva široké spektrum politických a spoločenských zoskupení, v súkromných vysielateľoch sa kladie dôraz na interpretáciu rozdielných stanovísk k politickej téme.

Programová analýza roku 1996 opisuje štrukturálny vývoj ARD, ZDF, ako aj 3 najdôležitejších súkromných programov RTL, SAT 1 a PRO 7. Opätovne sa pritom vyhrávajú rozdielne programové profily medzi verejnoprávnymi a komerčnými vysielateľmi. Najzreteľnejšie to vidieť na informačnej ponuke, ktorá v prípade ARD a ZDF predstavuje asi 40 % celkového vysielacieho času, oproti tomu v súkromných vysielateľoch sa pohybuje medzi 12 až 17 %. Diferenciácia podľa obsahových kritérií odhaľuje najmä v prípade ARD a ZDF prevahu ostrých, na politiku orientovaných informačných ponúk v protiklade k skôr „jemným“, na všedný deň orientovaným informačným ponukám RTL, SAT 1 a PRO 7. Toto platí najmä pre hlavný vysielací čas medzi 19. a 23. hodinou a je ďalším dôkazom rozdielných informačných funkcií oboch typov ponuky. Hlavným programom súkromných vysielateľov sú vedecko-fantastické filmy, v prípade RTL je to tretina, v prípade PRO 7 viac ako polovica vysielacieho času. Podiel reklamy súkromných programov činí asi šesťinu, a to je asi 10-krát viac ako pri ARD a ZDF.

Výskum U. M. K r ü g e r a (č. 7, s. 354–366) ukázal veľmi málo rozdielov v hlavných formách programového profilu, ale predsa vynikli jasné tendencie k výraznejšiemu profilovaniu programu, nie však vždy v prospech lepšej orientácie divákov v súčasnej záplave programov.

Situácia médií v Rusku je podľa H. P l e i n e s s a (č. 7, s. 391–399) po páde Sovietskeho zväzu ešte stále neprehľadná a problematická. Na 1. mieste je hospodárska kríza, nielen tlač, ale aj rozhlasové a televízne vysielateľ sú na pokraji ekonomického krachu. Zdedené (stranícke) denníky museli sčasti drasticky znížiť náklad, čo však nemôžu kompenzovať pomocou rozvíjajúceho sa reklamného trhu tlače. Vidiecka tlač je na tom o niečo lepšie, lokálnym zameraním viac vyhovuje apolitickým čitateľom, a nemá problémy s distribúciou. Vo veľkých mestách prežívajú prudký rozmach bezplatné inzertné noviny, v dôsledku čoho stúpol celkový počet titulov tlače od roku 1989 do roku 1994 z 2 270 na 12 000. V rozhlase dominujú naďalej štátne vysielateľ, rastúci počet komerčných vysielateľov má prevažne lokálny a regio-

nálny charakter. Aj v televíznom sektore sú na 1. mieste 3 národné (bývalé sovietske) vysielateľe, ktoré sú zväčša ovládané štátom. Komerčnú ponuku predstavujú kanály NTV a TV 6 s technickým dosahom od 100 miliónov, resp. 70 miliónov divákov. Zahraničné koncerny hrajú v ruskom mediálnom priemysle doteraz len podradnú úlohu, namiesto toho vzrastá vplyv ruských veľkobánk, naftového a plynového priemyslu. Mediálna angažovanosť koncernov sa viaže na ich vedúcich predstaviteľov s výraznými politickými ambíciami. Na druhej strane štátne orgány naďalej využívajú svoje administratívne mocenské prostriedky na ovládanie médií.

Elektronickí sprievodcovia programom zaujímajú na digitálnom rozhlasovom trhu budúcnosť s viac ako 100 televíznymi programami kľúčovú úlohu. Hoci väčšina divákov sa dnes orientuje na základe programových časopisov, vzrastá využívanie elektronických sprievodcov programom širených videotextom a Internetom. Neúprosna konkurencia na trhu programových časopisov medzi vydavateľstvami Bauer, Springer, Gong, Grüner-Jahr, Milchstrasse a Burda si vynucuje zmluvné partnerstvá, ktoré poskytujú nové obchodné možnosti a pozície na trhu. Vytvorili sa kooperácie vo videotexte medzi PRO 7 a vydavateľstvom Burda (prípadne redakcia televíznych filmov, vydavateľstvo Milchstrasse) a medzi RTL 2 a vydavateľstvom Bauer. Obe videotexty obsahujú programové údaje (skoro) všetkých televíznych vysielateľov v Nemecku a narážajú na konkurenciu televíznych sprievodcov ARD, ZDF a 3SAT.

Na základe ponuky videotextu sa môžu televízne vysielania vyhľadávať podľa časovej schémy a odboru alebo aj podľa obsahu.

Diváci si môžu dať poslať denné televízne menu cez e-mail (č. 8, s. 442–445).

Výskum televíznych divákov v Nemecku mapuje využívanie televízie v Nemecku a je rovnako významné pre vysielateľov, reklamu a agentúry. D. K. Müller (č. 9, s. 470–480), kompetentný pre výskum vo firme ARD-reklama Sales and Services, vysvetlil vývoj, organizáciu, ako aj technické a metodické základy systému výskumu televízie pracovného spoločenstva výskumu televízie AGF. Potenciál divákov a podiely jednotlivých televíznych vysielateľov na trhu v Nemecku sú v podstate limitované príjmom programov. Káblový, prípadne satelitný príjem má asi 80 % všetkých televíznych domácností, iná možnosť programovej voľby majú domácnosti s terestriálnym príjmom (asi v 20 % domácností). V roku 1996 asi 40 % televíznych divákov sledovalo verejnoprávne televízne programy a 27 % tzv. cirkevné vysie-

lače, prípadne rodinné Bertelsmannove. Súkromné vysielateľe prevládajú predovšetkým v čase pred 17. hodinou, avšak v tom istom čase asi 45 % občanov sleduje verejnoprávne vysielanie.

V minuloročnej analýze médií (MA 97) autorov M. Kellera a W. Klinglera (č. 10, s. 526–536) patrí prvenstvo rozhlasu.

Počúvanosť rozhlasu stúpla predovšetkým v prípade mladých poslucháčov, u ktorých rozhlas (ako hudobnozábavné médium) konkuruje CD a kazetám. Nové ponuky vysielania (napr. Eins Live, N-Joy) by si mohli získať ďalších mladých poslucháčov najmä v nových spolkových krajinách. Najväčšia počúvanosť rozhlasu je medzi 7. a 11. hodinou a medzi 14. a 19. hodinou. Najvyšší denný rozsah a dĺžku počúvanosti preukázali ženy medzi 30. a 39. rokom, ktoré sa ukázali ako najvernejšie poslucháčky rozhlasu. Od roku 1998 budú prvýkrát publikované výsledky mediálnej analýzy. MA Radio 1 by malo vyjsť 1. apríla 1998 a MA Radio 2 26. augusta 1998.

Štúdia autorov B. van Eimerenovej, E. Oehmichenovej a Ch. Schrötera (č. 10, s. 548–557) ARD-Online 1997 uvádza prvý reprezentatívny výskum využitia on-line v Nemecku.

Asi 4,11 milióna ľudí od 14 rokov sa zúčastnilo na výskume v termíne marec–apríl 1997. On-line služby v Nemecku využíva asi 6,5 % dospelého obyvateľstva. Asi 1 003 osôb z okruhu používateľov on-line telefonicky odpovedalo na otázky, ako využívajú on-line služby. Dve tretiny terajších užívateľov on-line pochádzajú zo skupiny 20–39-ročných, vyše 50-roční sú s 9 % jasne na 2. mieste. On-line je doménou mužov (73 %) s vysokoškolským vzdelaním (41 % absolventov) a zamestnaných (69 %). Počítačové vybavenie súkromných on-line domácností sa nachádza na vyššej úrovni (priemerne 4 600 DEM). Najvyššou položkou sú čisté výdavky za telefón v priemere 66,70 DEM za mesiac, ktoré sa dodatočne účtujú spolu s on-line poplatkom. Ťažiskom využívania je najmä informačná ponuka, on-line ako zábavné médium hrá zatiaľ vedľajšiu úlohu. Deväť z 10 opýtaných preto nezistili žiadny konkurenčný boj medzi klasickými a on-line médiami. Špičkový čas využitia on-line cez pracovný deň je medzi 9. a 12. hodinou, na konci týždňa po 21. hodine. Využívanie on-line cez všedný deň je ďalším dôkazom čiste odborného využívania nového média (59 %). Aj uprednostnenie on-line ponuky pred inými ponukami prevádzkovateľov rozhlasu je v prvej línii informačne orientované. Medzi užívateľmi verejnoprávných on-line stránok sú relatívne rovnomerne zastúpené všetky vekové skupiny, oproti tomu ponuku komerčných vysielateľov vyhľadávajú najmä mladšie vekové skupiny.

Ako odpoveď na výzvu médií a informačnej spoločnosti 90. rokov mládež vyvinula veľké množstvo nových mládežníckych aktivít a výstupov. Podľa výsledkov reprezentatívneho výskumu B. van E i m e r e n o v e j a B. Ma i e r o v e j - L e s c h o v e j (č. 11, s. 590–603) 1 060 mladistvých medzi 12. a 19. rokom trávi voľný čas v športových kluboch, prípadne fitness centrách, zatiaľ čo členstvo v politických stranách je zanedbateľné. Šport, predovšetkým futbal a iné druhy športu, ako korčuľovanie na kolieskových korčuľoch, spoločný pobyt s priateľom a médiá sú ich 3 hlavné spôsoby trávenia voľného času. Televízia je stále na 1. mieste.

Najmä využívanie počítačov vrátane on-line nadobúda veľký význam. Médiá s pamäťou (CD, MC, video) využíva mládež intenzívnejšie ako v priemere obyvateľstvo. Z denného využívania médií vyše 6 hodín pripadá u mládeže stále klasickým médiám, televízii a rozhlasu. Samozrejme, mladiství využívajú tieto médiá počas dňa rozložené. Napríklad televízne programy medzi 18. a 20. hodinou sledujú v omnoho menšej miere. Mladiství uprednostňujú predovšetkým filmy a seriály na vysielateľoch PRO 7 a RTL. Oblúbeným vysielateľom mládeže je hudobný vysielateľ VIVA. Očividne menší je záujem mládeže o politické informácie a správy v médiách. Keby boli politické témy spracované zrozumiteľnejšie a prezentované zábavnejšou formou a orientovali sa na problémy

mládeže, ujali by sa aj v týchto mladších cieľových skupinách.

Dvanásť prehľad štruktúry nemeckých denníkov je zároveň 4. prehľadom po zjednotení Nemecka. W. J. S c h ü t z (č. 12, s. 663–684) opäť poukazuje na výrazný pokles publicistickej ponuky na nemeckom novinovom trhu. Počet publicistických jednotiek zostal síce konštantný, ale klesol počet vydavateľstiev a vydání, ako aj počet predaných výtlačkov. Týka sa to predovšetkým podnikov vo východnom Nemecku, ale aj podniky v západnom Nemecku sú tým postihované častejšie ako predtým. Veľmi poklesol počet predaných výtlačkov nielen predplatených novín – zväčša východonemeckých, ale aj obchodných novín. Samozrejme, kvalitné noviny s nadregionálnou pôsobnosťou zo starých nemeckých krajín a noviny s publicistickým zameraním nadregionálneho charakteru by mohli dosiahnuť vzrast nákladu. V niektorých oblastiach šírenia by mohlo prísť rozdelením jestvujúcich vydání tlače a vytvorením sublokálnych vydání k lepšiemu informovaniu obyvateľstva. Počet titulov je v nových spolkových krajinách nižší ako v starých spolkových krajinách.

Prehľad W. J. S c h ü t z a (č. 12, s. 685–694) podáva informácie o príslušnosti novinových vydavateľstiev k publicistickým jednotkám, ako aj o vydavateľskej a redakčnej štruktúre nemeckej dennej tlače v roku 1997.

Mgr. Terézia Kamenická

INFORMÁCIE – ZAUJÍMAVOSTI

TRANSFORMÁCIA MÉDIÍ – JEDNA Z PODMIENOK INTEGRÁCIE

V dňoch 20. – 21. novembra 1997 sa v bratislavskom hoteli Kyjev konala medzinárodná konferencia *Európska integrácia a transformácia médií krajín strednej a východnej Európy*. Konferencia sa organizovala ako fórum zapadajúce do rámca tých podujatí, na ktorých Slovenská republika deklaruje svoj pozitívny postoj k európskym integračným tendenciám popri prezentácii tých problémov, ktorými všetky transformujúce sa krajiny strednej a východnej Európy v súčasnosti zápasia.

Medzinárodnú konferenciu v mene organizátorov (Ministerstvo kultúry SR a Národné centrum mediálnej komunikácie) otvoril a viedol generálny riaditeľ NCMK Ivan Sečík. Zdôraznil jej cieľ, ktorým je aj prostredníctvom tohto podujatia priblížiť stanoviská zástupcov západnej Európy a odborníkov zastupujúcich jej východnú časť v oblasti transformácie médií.

V tomto zmysle prezentovali svoje stanoviská Jarmila Grujbárová (Rada pre rozhlasové a televízne vysielanie, Slovensko), Vibeke G. Petersenová (Ministerstvo kultúry, Dánsko), Loic Taillanter (SJTIC, Francúzsko), Iveta Dimovová (Ministerstvo kultúry, Bulharsko) a Majtaž Gerl (Národná rada pre vysielanie, Slovinsko) k téme konferencie *Zosúladenie národnej mediálnej legislatívy v krajinách strednej a východnej Európy so smernicou 89/552/EEC „Televízia bez hraníc“*. V diskusii k tejto časti konferencie venovali jej účastníci veľkú pozornosť problematike násilia na televíznej obrazovke (P. Juráš, Z. Jakab). V tomto smere odznelo uistenie, že Slovenská republika, bez ohľadu na termín jej začlenenia do Európskej únie, bude postupovať v súlade s odporúčaniami EÚ.

K podmienkam rozvoja národných mediálnych trhov v procese globalizácie a regionalizácie mediálnych systémov predniesli svoje vynikajúce príspevky Nuno Conde (Inštitút pre médiá, Portugalsko), Kostas Gouliamos (Ministerstvo tlače, Grécko), náš zástupca Samuel Brečka (Národné centrum mediálnej komunikácie, Slovensko), Sigita Žilionis (Komisia pre rozhlas a televíziu, Lotyšsko) a Delia Muciucová (Ministerstvo kultúry, Rumunsko).

Viaceri účastníci v diskusii poukázali na negatívne stránky dominancie USA v súčasnom audiovizuálnom priemysle, čoho dôsledkom je záplava lacnej produkcie na európskom trhu (amerikanizácia). Je to aj zásluha angličtiny ako univerzálneho jazyka, voči ktorej „malé“ jazyky nemajú takmer nijakú šancu. Pomerne veľký priestor venovali odborníci postaveniu a poslaniu verejnoprávnych a komerčných televízií, spomedzi ktorých majú skôr uvedené primárnu misiu – poskytovať publiku verejnú službu, kým hlavným cieľom komerčných médií je predovšetkým zisk (čo sa však nemá chápať v nijakom prípade pejoratívne). Cestu k eliminovaniu spomínaného amerického vplyvu však účastníci nevideli vo vytvorení „európskeho diela“, pretože aj ono bude mať národné charakteristiky (anglické, nemecké atď.), hoci aj s tým rizikom, do akej miery sa stretnú tieto národné produkty s otvorenosťou na globálnych trhoch. Aktuálny je problém charakteru antikoncepčných opatrení s prihliadnutím na potreby publika médií. Absentujú rozsiahle výskumy a štúdie týchto potrieb, ktoré by podopierali dôležité rozhodnutia v rámci mediálnej politiky (Kostas Gouliamos).

V ďalšom priebehu konferencie účastníci venovali pozornosť *zmenám systémov masových médií a mediálnej politiky jednotlivých krajín strednej a východnej Európy ako dôsledku transformácie ich hospodárskeho a spoločensko-politického systému*. V tomto smere vyvolali veľký ohlas vystúpenia Jozefa Darma (Národné centrum mediálnej komunikácie, Slovensko) a Reina Veidemanna (Ministerstvo kultúry, Estónsko). Naš zástupca poukázal na geopolitické súvislosti transformácie slovenskej spoločnosti v spojitosti s potrebami vyriešenia otázok súvisiacich s návratom k vlastnej štátnej identite. V tejto súvislosti označil za dôležité kritériá otvorenosti systému médií, nahradzujúcich starý direktívny systém. Podobne veľký ohlas vyvolali vystúpenia (slovami západného zástupcu ako dramatické a šokujúce) ruských zástupcov Andreja Richtera (Moskovské centrum pre mediálne právo a politiku) a Svetlany Kolesnikovej (Moskovská štátna univerzita). Prezentovali problémy Ruska, ktoré sú oveľa zložitejšie ako problémy iných (jedenásť časových zón a sto jazykov z hľadiska mediálneho zabezpečenia územia predstavuje vážny problém). V katastrofálnej situácii, keď rozhlasu a televízii ruská verejná mienka neverí, je formulovanie národnej mediálnej politiky rovnako ťažké. Ešte stále „deravá“ mediálna legislatíva (nový zákon o tlači bol vypracovaný až po 70 rokoch) nahráva nedodržiavaniu zákonov všeobecne. Zlá kúpschopnosť ruského obyvateľstva zabraňuje občanom dostať sa k informáciám, čo rezultuje „značne narušený informačný obraz“; základné práva verejnosti sa z nedostatku informovanosti nedodržiava-

jú. Účastníci zo západnej Európy vyslovili poďakovanie slovenským zástupcom a zástupcom bývalého ZSSR za zdroj informácií.

Generálny riaditeľ NCMK Ivan Sečík hodnotil v mene usporiadateľov konferenciu ako podujatie, ktoré splnilo svoj cieľ – prispieť k vzájomnému informovaniu a zblížovaniu stanovísk v procese transformácie médií krajín postupne sa integrujúcich do európskych štruktúr. Západní účastníci vysoko vyzdvihli profesionálnu úroveň medzinárodnej konferencie, ako aj jej spoločenský a ľudský rozmer. Príspevky z tejto konferencie vyšli v zborníku.

V rámci workshopu, ktorý nasledoval v úzkej nadväznosti na konferenciu, prezentovali zástupcovia *European Audiovisual Observatory* v Štrasburgu (Lona Andersenová, André Lange, Francúzsko) činnosť tejto európskej inštitúcie, ktorej poslaním je zbierať a distribuovať informácie zo všetkých európskych krajín o audiovizuálnom priemysle.

Mgr. František Šinka, CSc.

INTERNÝ SEMINÁR K VEDECKOVÝSKUMNÝM ÚLOHÁM NCMK

V dňoch 19.–20. marca 1998 sa konal v Modre-Harmónii interný seminár Národného centra mediálnej komunikácie, na ktorom jeho pracovníci prezentovali a prediskutovali zameranie vedeckovýskumných úloh v roku 1998. Generálny riaditeľ NCMK Mgr. Ivan Sečík, CSc., zrekapituloval uplynulé obdobie, ktoré bolo hektické vzhľadom na transformáciu pracoviska vrátane vybudovania novej štruktúry NCMK. Oponentúry výskumných úloh, prísnejšie posudzovanie prác a výsledkov v konkurencii s inými výskumnými subjektmi pôsobiacimi na mediálnom trhu prispievajú k rastu významu pracoviska medzi užívateľmi jeho výsledkov. Znakom prezentácie vzťahov smerom navonok má byť dohoda o vzájomnej spolupráci v oblasti mediálneho výskumu s Katedrou žurnalistiky FF UK, ako aj s Ośrodkom Badań Prasoznawczych.

PhDr. Samuel Brečka, riaditeľ Novinárského študijného ústavu NCMK, predstavil plán vedeckovýskumných úloh tohto pracoviska. Koncepcia výskumných úloh musí prihliadať na doterajšie tradície, na činnosť ostatných útvarov NCMK, na prácu iných výskumných pracovísk, na súčasné svetové trendy, ale i na finančné možnosti ústavu. Cieľ výskumnej činnosti stanovil v budovaní takej bázy výskumných poznatkov, ktoré napomôžu vytváranie a budovanie zodpovedajúcej mediálnej politiky. Plnenie vedeckých cieľov bude vyžadovať nielen nové definovanie pojmov, recepciu novej odbornej literatúry, ale aj kritické prehodnotenie dejín novinovedy, použitých metód, a to všetko v súvislosti s nástupom a uplatnením nových technológií. Predmetom výskumu bude mediálny systém v úzkej spojitosti s ostatnými systémami (kultúrny, spoločenský, ekonomický a sociálny).

Plán základných projektov vedeckovýskumnej činnosti NŠÚ na rok 1998 zahŕňa tieto úlohy: *Transformácia mediálneho systému SR (1990–1998)*, *Vývoj mediálneho systému SR v dôsledku spoločenských, politických, ekonomických a technologických zmien na národnej a globálnej úrovni*, *Zmeny infraštruktúry médií na regionálnej a lokálnej úrovni v podmienkach nového územnosprávneho usporiadania Slovenska*, *Vývoj štruktúry produkcie, ponuky a distribúcie audiovizuálnych produktov na slovenskom mediálnom trhu*, *Vývoj potrieb a požiadaviek na ďalšie vzdelávanie pracovníkov médií v dôsledku transformácie mediálneho systému SR*.

PhDr. Ľudovít Šrámek, CSc., riaditeľ Inštitútu pre výskum verejnej mienky (IVVM) NCMK predstavil výskumné zámery pracoviska v súvislosti s hlavnou výskumnou úlohou *VEREJNOSŤ A MÉDIÁ (Aktuálny stav a základné tendencie vývoja vzťahu verejnosti k základným mienkotvorným médiám)*. IVVM sa profiluje ako pracovisko skúmajúce stavy a tendencie vývoja verejnej mienky a jej vzťahu k médiám, riešiacie svoje vlastné výskumné projekty, plniace aj osobitné požiadavky NŠÚ. Pracuje s anketárskou sieťou v počte 300 spolupracovníkov a s pomerne nízkym počtom vlastných pracovníkov plní v roku voľieb obzvlášť rozsiahle úlohy. Nový projekt predpokladá pokračovať v kontinuálnom výskume sledovanosti základných mienkotvorných médií (jeden z pilierov výskumu), prehľbovať poznávanie vzťahu populácie k jednej zo základných spoločenských funkcií médií, ktorou plnia významnú úlohu v kreovaní verejnej mienky o základných otázkach spoločensko-politického diania, ďalej analyzovať vnútornú štruktúru publika médií tak, aby sa postihli hlbšie hodnotové štruktúry osobnosti, ktoré rozhodujú aj o preferovaní toho-ktorého média a pod. Vhodne do týchto zámerov musí zapadať aj výskum médií na jazykovo zmiešaných územiach.

Uvedené okruhy problémov budú rozpracované v nasledujúcich výskumných projektoch: *Zmeny vzťahu verejnosti na Slovensku k základným informačným zdrojom (elektronické médiá), Základné tendencie vývoja vzťahu slovenskej verejnosti k spravodajstvu médií, Denná tlač a informovanosť obyvateľstva o verejnom diani (Aktuálny stav a tendencie vývoja vzťahu verejnosti k dennej tlači), Verejnosť a médiá v jazykovo zmiešaných oblastiach.*

So zameraním činnosti Oddelenia novinovedných informácií oboznámila účastníkov seminára jeho vedúca PhDr. Denisa Vlková. Toto oddelenie, vykonávajúce svoju činnosť v troch ťažiskových oblastiach – dokumentácia, knižnica, archív – nadobúda vzhľadom na narastajúcu dôležitosť informácií a informačných databáz čoraz väčší význam. Rovnako fundamentálne je postavenie Odboru ekonomiky a správy NCMK, ktorého činnosť na seminári prezentovala jeho vedúca Ing. Iveta Ivanová.

Podľa priebehu rokovania a diskusie generálny riaditeľ NCMK Ivan Sečík zhrnul tieto úlohy:

- znovuobnoviť poriadanie interných seminárov,
- venovať zvýšenú pozornosť metodologickým a teoretickým problémom,
- vzhľadom na nový charakter výskumného plánu redefinovať užívateľov výsledkov výskumu,
- dbať o budovanie imidžu pracoviska,
- otvoriť sa konkurencii, pestovať schopnosť presadiť sa na mediálnom trhu,
- dostávať sa do svetových informačných sietí.

Mgr. František Šinka, CSc.



NADÁCIA AZEN PRIPRAVUJE MEDZINÁRODNÚ KONFERENCIU

V Nitre v dňoch 13.–15. mája 1998 usporiada nadácia AZEN medzinárodnú konferenciu s názvom *Občan – etika novinárov – (teória a prax)*. Na konferencii sa zúčastnia zástupcovia najvýznamnejších novinárskych inštitúcií Európy, ako aj zástupcovia elektronických médií, tlačových agentúr pôsobiacich na Slovensku a iných organizácií mediálneho sektora.

Zámerom konferencie je rozvíjať a skvalitňovať novinársku teóriu a prax, prezentovať a poznať svetové a európske novinárske etické hodnoty. Podnietiť diskusiu o ochrane ľudských práv a slobôd, slobody slova a tlače, o podpore demokratických princípov ľudskej komunikácie, o dodržiavaní novinárskej kultúry, etiky, rovnoprávnosti a zákonnosti vo vzťahu občan a médiá.

Organizátori chcú verejnosti pripomenúť, že vlastníkom práva na informácie je občan, „ktorý má tiež právo, aby boli informácie, ktoré poskytujú novinári, podávané pravdivo v prípade správ a čestne v prípade názorov, bez vonkajšieho zasahovania či už verejných činiteľov alebo súkromného sektora“. (Rezolúcia Rady Európy o etike žurnalistiky č. 1003/1993.)

(rd)

KONTAKTUJTE SA

World Association of Newspapers (Výskumné centrum Svetovej asociácie novín) na svojej webovskej stránke www.fiej.org prináša kontaktné internetovské adresy a základné informácie o niektorých výskumných pracoviskách v členských krajinách, ktoré sa zaoberajú výskumom médií.

Baltic Media Facts (Fakty o pobaltských médiách) * <http://www.bmf.ee>

BMF bol založený v roku 1992 a je najväčšou organizáciou pre výskum trhu v pobaltských krajinách. Špecializuje sa na výskum médií a konzumentov. Baltic Market and Media Research Network (Sieť pre výskum trhu a médií) každoročne vydáva adresár médií (Baltic Media Book), ktorý prináša prehľad o mediálnom a reklamnom trhu v pobaltských krajinách.

Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes (Centrum pre výchovu a ďalšie vzdelávanie novinárov) * <http://www.integra.fr/cfpj>

CFPJ (Paríž) je prvou školou pre profesionálne vzdelávanie francúzskych a zahraničných novinárov vo Francúzsku a v Európe. Uskutočňuje tiež výskum novinárstva a tlačených médií, publikuje knihy o novinárskych technikách a príručky o médiách. Dokumentačné pracovisko centra poskytuje špecializované informácie o médiách.

Institute for Media Technology (Ústav pre mediálnu technológiu) * <http://www.imt.se>

IMT (Štokholm, Švédsko), založený v roku 1942, je informačnou bázou pre polygrafický mediálny premysel. Zhromažďuje a poskytuje informácie o technologickom vývoji z technicko-ekonomického hľadiska. Poskytuje poradenské a konzultačné služby k otázkam nových tlačiarenských techník pre svojich domácich členov, ale prostredníctvom Medzinárodnej asociácie výskumných ústavov (International Association for Research Institutes – IARIGAI) aj záujemcom z iných krajín.

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (Ústav pre vedu o komunikácii a médiách) * <http://www.uni-leipzig.de>

KMW (Lipsko, Nemecko), pôvodne Institut für Zeitungskunde (Ústav pre novinovedu), má dlhodobú tradíciu vo vzdelávaní novinárov, ako aj v komunikačnom a mediálnom výskume. Jeho výskumný program zahŕňa históriu médií a komunikácie, vývoj tlače, etiku masovej komunikácie, metodológiu, novinárstvo a vzťahy s verejnosťou.

Je miestom stretávania sa expertov zo západnej a východnej Európy s početnými kontaktmi s príbuznými inštitúciami v Nemecku i vo svete.

Media and Communication Management Institute (Ústav pre riadenie médií a komunikácie) * <http://www.mcm.unisg.ch>

MCMI (St. Gallen, Švajčiarsko) sa sústreďuje na otázky riadenia a prípravy novinárov pre nové médiá. Ústav zriadil nové varianty elektronických informačných systémov ako Electronic Mail Bodensee a vedeckú platformu NetAcademy. Ústav kladie zvláštny dôraz na elektronické a vzdelávacie médiá prostredníctvom výskumnej spolupráce a účasti na rôznych medzinárodných projektoch.

Media Institute of Southern Africa (MISA) (Juhoafrický ústav pre médiá)

* <http://www.misanet.org>

Ústav, ktorý bol založený v roku 1992, sídli vo Windhoeku, v Namíbii. Práca ústavu sa zameriava na podporu slobodných, nezávislých a pluralistických médií, slobodného toku informácií a spolupráce novinárov pri presadzovaní demokracie a ľudských práv v Afrike. Monitoruje dodržiavanie slobody tlače, skúma porušovanie slobody informácií a umožňuje stretávať sa pracovníkom médií, aby sa vzájomne informovali o problémoch, s ktorými zápasi tlač. Zabezpečuje kontakty s africkými novinármi a medzinárodnými organizáciami pre tlač a ľudské práva.

Nordicom * <http://www.nordicom.gu.se/ncom>

Severské informačné centrum pre výskum médií a komunikácie v Göteborgu (Švédsko) sleduje vývoj médií v škandinávskych krajinách. Jeho združená informačná služba má za hlavný cieľ prípravu komparatívnej mediálnej štatistiky. Zhromaždené a analyzované údaje sú publikované v sérii Nordic Media Trends. Centrum zverejňuje poznatky z výskumu novinárstva, médií a komunikácie v škandinávskych krajinách.

The Poynter Institute (Poynterov ústav)

* <http://www.poynter.org>

Poynterov ústav pre médiá v St. Petersburgu na Floride (USA) je novinárskou školou, ktorá ponúka semináre, publikácie a bibliografie k otázkam novinárstva, etiky médií, svetovej tlače, nových médií atď. Disponuje rozsiahlymi kontaktmi s výskumnými inštitúciami, knižnicami, novinármi, publikáciami a organizáciami.

- sb -