

REGIONÁLNE A LOKÁLNE ELEKTRONICKÉ MÉDIÁ

DANKA BENKOVIČOVÁ

K l ú č o v é s l o v á: duálny systém – regionálne a lokálne elektronické médiá – regionálny a lokálny rozhlas – káblové siete – televízne vysielanie – privatizácia

Súčasnou demokratizácie spoločnosti po novembri 1989 bol i proces transformácie médií na nezávislé a pluralitné médiá. Transformácia predpokladá odštátnenie, privatizáciu a do značnej miery i dereguláciu v oblasti elektronických médií – rozhlasu a televízie.

Naša spoločnosť si ako nástroj transformácie elektronických médií zvolila cestu budovania duálneho systému vysielania. Vznik duálneho systému vysielania bol podmienený technickými, ekonomickými, spoločenskými, ale hlavne legislatívnymi faktormi.

Spomedzi technických faktorov bol najdôležitejší rozvoj technológií na prenos televíznych signálov prostredníctvom satelitov a káblových rozvodov, čo umožnilo rozšíriť počet vysielacích kanálov a ich distribúciu nezávisle od hraníc jednotlivých štátov.

Ekonomické faktory stimulujúce vznik duálneho systému súvisia predovšetkým s potenciálom rozhlasu a televízie ako nositeľmi reklamy.

Vznik duálneho systému v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania bol aj dôsledkom významných spoločenských zmien ako: erózia tradičných občianskych hodnôt a konvencií, individualizácia a pluralizácia spôsobu života, pokles významu ideológií a podobne.

Hlavným legislatívnym nástrojom transformácie elektronických médií sa stal zákon č. 468/1991 Zb. o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania. Prijatím tohto zákona boli vytvorené zákonné podmienky na odstránenie monopolu a dosiahnutie plurality v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania. Zákon 468/1991 Zb. kodifikoval slobodu a nezávislosť prevádzkovateľov vo vysielaní programov, do obsahu ktorých možno zasahovať iba na základe a v medziach zákona. Podľa neho sú prevádzkovateľmi rozhlasového a televízneho vysielania prevádzkovatelia zo zákona (Slovenský rozhlas a Slovenská televízia) alebo držiteľia licencií.

Prijatím zákona č. 294/1992 Zb. o Rade SR pre rozhlasové a televízne vysielanie prešla s účinnosťou od 11. júna 1992 kompetencia na udeľovanie licencií pre rozhlasové a televízne vysielanie na Radu SR pre rozhlasové a televízne vysielanie.

Jestvujúce mediálne zákony ohraničujú priestor, v rámci ktorého sa realizuje duálny systém vysielania na Slovensku, a zároveň určujú jeho smer. Problémy, ktoré sa v procese transformácie médií v Slovenskej republike pri ich konkrétnom fungovaní vyskytli, súvisia jednak so vznikom nového štátu a v poslednom období aj s novým územnosprávnym členením Slovenskej republiky.

Hlavnými príčinami je absencia koncepcnej informačnej politiky zo strany štátu a nedostatočná, resp. nedostatočne prepojená a často vzájomne protirečivá legislatíva, jej pojmová vágnosť a z toho vznikajúce problémy pri aplikácii zákonov a tiež právne nedostatočne upravené dôležité otázky súvisiace s vysielaním.

Štát by mal v prvom rade stanoviť také legislatívne a ekonomické podmienky, aby sa zabezpečila zdravá hospodárska súťaž a kvalitatívny rozvoj oboch súčastí (súkromného a verejnoprávneho) mediálneho trhu, aby bol garantovaný ich demokratický a pluralitný charakter.

Súčasťou celkovej mediálnej scény je aj lokálny a regionálny rozhlas a televízia, legislatívne a ekonomické podmienky ich existencie, ako aj perspektívy ich rozvoja z hľadiska nového územnosprávneho usporiadania Slovenska.

Rozhlas

Rozhlas ako taký možno rozdeliť na dva základné subsystemy – verejnoprávny rozhlas a nezávislý komerčný rozhlas. Verejnoprávny rozhlas je financovaný z koncesionárskych poplatkov a štátnych dotácií. Nezávislý komerčný rozhlas získava prostriedky predovšetkým z príjmov za reklamu a sponzorstvo.

Rozhlasová reklama

Komerčné rozhlasové stanice získavajú príjem za predaj lokálnej i tzv. celoštátnej reklamy. Lokálnu reklamu možno definovať ako predaj reklamného času tej-ktorej lokálnej rozhlasovej stanice určeného na vysielanie na lokálnom území. Celoštátna reklama sa predáva prostredníctvom siete lokálnych a regionálnych rozhlasových staníc.

Sieť rozhlasových staníc pod názvom ÉTER združuje v súčasnosti päť (pôvodne sedem) lokálnych a regionálnych rádii – N Rádio Nitra, TOP Rádio Košice, Rádio FLASH Prešov, Rádio BETA Bojnice a Rádio TATRY Poprad.

Snahou tejto siete je využívať pozície členských rádii vo svojich regiónoch na kumulovanie počtu poslucháčov s cieľom lepšie zhodnotiť vlastné reklamné priestory.

V poradí druhou sieťou regionálnych rozhlasových staníc je Radio Net, ktorá začala od 10. júna 1997 zastupovať sedem regionálnych staníc v predaji reklamy. Reklamný priestor bude sieť ponúkať v rádiách FORTE Trnava, D. C. A. Dubnica nad Váhom, FRONTINUS Žilina, LOCAL FM Komárno, REBECA Martin, Banská Bystrica, Poprad, KIKS Michalovce, Prešov, Košice a v bratislavskom vysielaní Rádia TWIST. Uvažuje sa aj o zaradení Rádia TATRY Poprad, Liptovský Mikuláš.

Jediným záväzkom regionálnych rádii voči RadioNetu je záväzok nevstúpiť do ďalšej reklamnej siete. Na rozdiel od siete ÉTER nemá RadioNet exkluzivitu na žiadnych klientov ani agentúry.

Pretože celoštátna reklama je podstatne drahšia ako lokálna, nárast celoštátnej reklamy na úkor lokálnej predpokladá celkový rast príjmov z reklamy. V neposlednom rade rast rozsahu rozhlasovej reklamy súvisí tiež s počtom komerčných rozhlasových staníc na reklamnom trhu a neustálym zvyšovaním sadzieb za reklamu.

Sadzby a výrobné ceny požadované za rozhlasovú reklamu sú diferencované v závislosti od individuálnych podmienok, od dopytu po reklamnom vysielacom čase a dĺžky vysielanej reklamy.

Na rozdiel od tlače, ktorá sa rozširovaním počtu stránok môže prispôbiť množstvu reklamy a inzercie, súkromné rozhlasové stanice sú v rozsahu vysielanej reklamy limitované. V priebehu vysielania nesmie čas vyhradený reklamám presiahnuť 20 percent denného vysielacieho času.

Ako médium reálneho času vysielajúceho často 24 hodín denne môže rozhlas rýchlo reagovať na miestne správy a udalosti. Reklamné spoty môžu byť zaradené do vysielania vo veľmi krátkom čase, i keď si poslucháči sotva zapamätajú detailné informácie v krátkych spotoch. Z toho vyplýva, že rozhlasová reklama „v reálnom čase“ sa musí spoliehať na zjednodušenie a opakovanie.

V poslednom období rozhlas pohltil výhodné reklamné sféry, ako sú napr. pracovné miesta (trh práce) a reklamy na trhu automobilov, a postupne útočí aj na iné reklamné sféry, ktoré boli donedávna výsadou regionálnej tlače. Podobná situácia platí aj v oblasti zábavy, kde rozhlas prevzal značnú časť reklamy.

Dopyt po rozhlase úzko súvisí aj s televíznym trhom. Rozhlas bude musieť súperiť o príjmy aj s inými médiami, ako je káblová a satelitná televízia. V súčasnosti zadávatelia reklamy uprednostňujú rozhlas, ale pre najbližšie roky sa predpokladá mohutný rozvoj káblovej a satelitnej televízie, čo môže byť vážnym nebezpečenstvom pre rozhlasové príjmy.

Ďalšími výhodami komerčných rozhlasových staníc je aj možnosť predaja spravodajského servisu regionálnej tlače lokálnym a regionálnym rozhlasovým staniciam. Môžeme však pozorovať aj opačný postup, napr. je bežná propagácia hudobných programov určitých rozhlasových staníc v tlači (rebríčky najúspešnejších hitov a pod.).

Existujú aj ďalšie príklady spolupráce tlače a rozhlasových staníc. Môžu spoločne organizovať súťaže čitateľov a poslucháčov. Uverejnenie súťažných otázok v tlači a odvysielanie správnych odpovedí v rozhlasovej stanici môže zvýšiť na jednej strane čítanosť novín a na druhej strane aj zvýšenie počúvanosti rozhlasovej stanice. V poslednom čase nie je výnimkou ani spolupráca rozhlasu a komerčnej televízie. U nás je známa spolupráca najpopulárnejšieho a najpočúvanejšieho FUN Rádia s najsledovanejšou súkromnou televíziou TV MARKÍZA a s najčítanejším denníkom NOVÝ ČAS (napríklad súťaž *Pripútajte sa, prosím*).

Počúvanie rozhlasu

Zmeny v podmienkach života a životného štýlu majú veľký vplyv na to, kedy, ako a ako často ľudia počúvajú rozhlas. Keďže príjmy z reklamy závisia predovšetkým od počtu poslucháčov, zmeny v ich správaní majú dosah aj na reklamné príjmy.

Rozhlas ťaží zo skutočnosti, že je lacným, prenosným a ľahko dostupným médium. A čo je dôležité, nevyžaduje si plnú pozornosť. Zadávatelia rozhlasovej reklamy môžu osloviť perspektívnych zákazníkov na rôznych miestach a pri rôznych činnostiach.

Z výskumov je zrejmé, že väčšina domácností vlastní najmenej jeden až dva rozhlasové prijímače a aj väčšina áut je vybavená rádiom. Až 78 percent vodičov pri ceste do práce počúva rozhlas. Pretože hustota premávky na cestách neustále stúpa, je predpoklad, že táto forma počúvania rozhlasu sa bude rozširovať.

Počúvanie rozhlasu môže byť ovplyvňované aj spôsobom práce. Keďže tradičný pracovný čas sa mení na flexibilný pracovný čas, raňajšie a večerné počúvanie rozhlasu prestáva byť monopolným. Podobne ovplyvňuje správanie poslucháčov aj rozširujúca sa práca doma.

Počúvanie rozhlasu si nevyžaduje plnú pozornosť poslucháčov, preto umožňuje popri počúvaní aj iné činnosti. Sústredené počúvanie je skôr zriedkavé. V tomto zmysle sa rozhlas považuje za sekundárne médium.

Sila rozhlasu spočíva v jeho vtieravosti a v podprahovom pôsobení. Vtieravosť rozhlasu možno využiť na zasiahnutie cieľových poslucháčov vo vhodnom čase.

Rozhlasový poslucháč je pomerne verný jednej značke (napr. vernosť vysielaniu FUN Rádia preukazuje viac ako 1/2 milióna poslucháčov) a jeho sledovanosť rozhlasu je selektívna.

Rastúci počet rozhlasových staníc však môže narušiť vernosť jednej stanici. Čím vyšší bude počet rozhlasových staníc, tým fragmentárnejšie bude rozhlasové publikum. Aj keď sa v súčasnosti rozhlasové publikum rastom počtu rozhlasových staníc rozdeľuje, predpokladá sa, že ľudia kvôli spravodajstvu, informáciám a zábave budú viac využívať rozhlasové stanice ako napríklad regionálnu tlač.

Technológia

Vývoj vo vyspelých krajinách nasvedčuje tomu, že i u nás budú vyhliadky rozhlasu postupne čoraz viac závisieť od technických a marketingových faktorov ako od celkového vývoja ekonomiky.

Rozvoj technológie priniesol totiž možnosť vysielat rozhlasom digitálne (ďalej len DAB).

DAB má výhody v tom, že umožňuje:

- nižšie náklady na prevádzku a vysielanie,
- vyššiu kvalitu zvuku, napríklad nerušené prijímanie signálu v autách,
- väčšie množstvo vysielacích kanálov v existujúcom vlnovom spektre.

Poslucháči DAB-u však budú potrebovať nové rozhlasové prijímače, ktoré sú v súčasnosti ešte veľmi drahé. Rozhlasové stanice s použitím DAB-u môžu spočiatku používať simultánne vysielanie v systéme DAB i v terajšom analógovom systéme, pokiaľ väčšina poslucháčov nebude vybavená prijímačmi DAB.

Môžeme predpokladať, že DAB-om zaručená zvýšená kvalita zvuku prinesie nárast rozhlasového publika. A keďže počty poslucháčov sú rozhodujúce pre príjmy z rozhlasu, nemožno prehliadnuť ani prínos DAB-u v tomto smere.

Prehľad regionálnych a lokálnych rozhlasových staníc

V slovenských regiónoch a mestách v súčasnosti pôsobí 19 rozhlasových staníc, ktoré vysielajú širokú škálu hudobných programov a miestneho spravodajstva. Sedemnást týchto rozhlasových staníc združuje Asociácia nezávislých rozhlasových staníc Slovenska (ANRS), ktorá vznikla s cieľom spoločne riešiť problémy súkromných rozhlasových staníc na Slovensku. Vystupuje ako ich reprezentant voči ochranným organizáciám, Rade SR pre rozhlasové a televízne vysielanie, parlamentu i vláde SR.

Najpopulárnejšou súkromnou rozhlasovou stanicou je FUN Rádio, ktoré začalo vysielat v roku 1990 z Bratislavy na frekvencii 94,3 MHz. Svojím signálom zabezpečovalo územie západoslovenského regiónu, časť Maďarska a Rakúska. Dnes vysieľa i na strednom, východnom a severnom Slovensku. Vysiela 24 hodín denne a svojím hudobným profilom sa zaraďuje do kategórie EHR (European Hit Radio).

FUN Rádio, ktoré ponúka svojim poslucháčom predovšetkým rockovú hudbu, sa usiluje osloviť v prvom rade mladých ľudí a humornou formou sa kriticky vyjadrovať k rôznym spoločenským problémom. V regiónoch, kde má rovnaké technické

podmienky príjmu ako ostatné stanice, patrí k najsledovanejším. Jeho programová štruktúra je rovnaká na celom území Slovenska.

FUN Rádio v súčasnosti zabezpečuje svojím signálom 70 percent územia Slovenska. Jeho signál je dostupný takmer na celom území, ktoré je charakterizované ako ekonomicky perspektívna oblasť. V súvislosti s tým sa vynára otázka, či ešte môžeme FUN Rádio ako také považovať za regionálnu rozhlasovú stanicu.

Podobné ambície preniknúť na väčšie územie Slovenska má aj Rádio TWIST, ktoré okrem frekvencie 101,8 MHz pre Bratislavu a západné Slovensko prevzalo aj 2 vysielacie frekvencie Rádia FAMILY na strednom Slovensku. Okrem svojho programu vysiela na týchto frekvenciách aj päťhodinové regionálne vysielanie. Na šírenie svojho signálu pre severné Slovensko bola Rádiu TWIST pridelená i frekvencia 91,1 MHz.

Na rozdiel od FUN Rádia prináša širšiu škálu hudobných programov, ktorými si chce získať i starších poslucháčov. V poslednom období konkuruje verejnoprávnemu Slovenskému rozhlasu predovšetkým svojou spravodajskou reláciou *Žurnál Rádia Twist*, vyznačujúcou sa snahou o objektívnosť a kritiku spoločenských a politických pomerov.

V apríli minulého roku došlo k zmene názvu rozhlasovej stanice RMC Rádia na Rádio R. M. C. V súvislosti so zmenou majiteľa a celej programovej štruktúry logicky došlo aj k zmene poslucháčskej obce. Nové vysielanie je nasmerované na generáciu ľudí zhruba vo veku 20–45 rokov. Relácie, prevažne hudobno-slovné, by mali zabezpečiť vytvorenie „hitového“ rádia európskeho štandardu. Zlepšila sa aj technická stránka vysielania. Dôvodom bolo zvýšenie výkonu vysielača. Prakticky to znamená, že signál šírený na frekvencii 104,4 MHz dosahuje Nové Mesto nad Váhom, Trenčín či Nové Zámky.

Spoločnosť WA Slovakia začiatkom marca t. r. oznámila vstup nového rádia na slovenský trh rozhlasových médií. Rádio KOLIBA začalo vysielať 1. apríla 1997 na dvoch frekvenciách – 104,8 MHz v okruhu vysielača Bratislava – Kamzík a 106,0 MHz v dosahu vysielača Banská Bystrica – Suchá Hora. Už od 1. mája 1997 bude rádio využívať ďalšie dve frekvencie v oblasti Nového Mesta nad Váhom a v regióne Poprad – Tatry.

Rádio KOLIBA vysiela 24 hodín denne a vo sfére zásahu sú predovšetkým veľké priemyselné centrá so svojim špecifickým kultúrnym spektrom a psychoprofesionálnym rozvrstvením poslucháčskeho zázemia. V základnej programovej skladbe sa rádio rozhodlo venovať viac pozornosti rôznym druhom športu.

Z Bratislavy vysiela aj Rádio RAGTIME, a to na frekvencii 106,6 MHz. Program, prevažne hudobno-slovného charakteru, je zameraný na mladých ľudí vekom i duchom.

Nadpriemerný podiel poslucháčov súkromných rádii je v oblasti Bratislavy, Nitry, Trnavy, Trenčína, Banskej Bystrice, Žiliny a v poslednom období i v oblasti Košíc, teda v oblastiach, kde pôsobia najsilnejšie súkromné rádia.

Silnou pozíciou FUN Rádia je poznačený Žilinský, Banskobystrický a Košický kraj. Zaujímavé je zistenie, že FUN Rádio na území stredoslovenského regiónu poznajú viac ako dve tretiny obyvateľstva. Môžeme predpokladať, že aj v oblasti východného Slovenska z dôvodu pridelenia ďalšej frekvencie sa bude počúvanosť neustále zvyšovať, a to vďaka popularite, ktoré toto rádio v súčasnosti má.

Na území Banskej Bystrice a jej okolia začalo v apríli 1993 vysielať Rádio LUMEN. Toto rádio na šírenie svojho signálu postupne získalo i frekvenciu pre mesto Handlová a okolie a frekvenciu pre oblasť Poprad – Tatry. Je to kresťanské rádio, čo výrazne ovplyvňuje celú jeho programovú štruktúru. Vysielanie rádia prihliada na regionálne problémy. Z hudobnej stránky je zamerané na strednú generáciu a typickým preň je množstvo diskusných a náučných relácií. Vysiela 6 hodín denne.

V oblasti Žilinského kraja pôsobia v súčasnosti tri rádiá. Lokálny význam má Rádio FRONTINUS, ktoré prináša hudbu stredného prúdu a množstvo vlastnej publicistiky. Regionálny charakter má Rádio ŽILINA a Rádio REBECA. Charakteristické pre obidve rádiá je, že obsahové zameranie jednotlivých relácií a vysielačích blokov je určené pre široké spektrum poslucháčov. Rádiu REBECA pribudli od 1. júna 1997 dve nové frekvencie. Vysielanie z vysielačov Suchá hora (87,7 MHz) a Kráľova hoľa (94,2 MHz) by malo zabezpečiť Banskobystrický kraj, západnú časť Košického a Prešovského kraja a časť Trenčianskeho kraja.

V Trenčianskom kraji pôsobia dve súkromné rozhlasové stanice, a to Rádio FM DCA na frekvencii 105,5 MHz a Rádio BETA, ktoré začalo vysielať z Bojníc v roku 1995 na frekvencii 101,9 MHz. Od 1. októbra sa táto frekvencia zmenila na 102,0 MHz.

Rádio BETA je komerčná rozhlasová stanica, ktorej programová štruktúra sa skladá z moderovaných relácií striedaných s hudobnými blokmi. Vysielanie je určené pre všetky vekové kategórie a trvá 24 hodín denne. Svojím signálom zabezpečuje Prievidzu, Bojnice, Nováky, Partizánske, Topoľčany, Nitrianske Pravno, teda aj časť terajšieho Nitrianskeho kraja.

V Nitrianskom kraji pôsobia dve súkromné rádiá, a to N Rádio a Rádio NITRA, ktoré má ambície preniknúť aj do oblasti Banskobystrického kraja získaním frekvencie 97,6 MHz i do oblasti Bratislavského a Trnavského kraja prostredníctvom pridelenej frekvencie 100,3 MHz.

V južných okresoch Trnavského kraja pôsobí Rádio LOCAL FM, ktoré je zamerané na aktuálne spravodajstvo a informácie striedané s hudobnými blokmi. Toto rádio vysiela svoj program na frekvencii 102,8 MHz. V tejto oblasti šíri svoj program aj Rádio FORTE, a to na frekvencii 90,8 MHz. Svojím signálom zabezpečuje aj časť Bratislavského kraja.

V severnej a východnej časti Slovenska okrem silnej pozície FUN Rádia si pravdepodobne v blízkej budúcnosti upevní svoje postavenie Rádio TWIST, ale i Rádio KOLIBA, a to získaním nových frekvencií pre danú oblasť.

V Prešovskom kraji pôsobí lokálna rozhlasová stanica Rádio FLASH a rádio s regionálnou pôsobnosťou Rádio TATRY. Toto rádio vysiela na frekvencii 102,5 MHz a 89,7 MHz.

Svoju pozíciu si upevňuje Rádio KIKS, ktoré i vďaka získaniu ďalších frekvencií mieni preniknúť hlboko na územie Košického kraja, kde sme mohli donedávna pozorovať vyšší počet poslucháčov okruhov Slovenského rozhlasu, najmä vysielenia ROCK FM Rádia.

V Košiciach a okolí pôsobí TOP Rádio, ktoré vysiela na frekvencii 101,9 MHz. Programová skladba je zameraná na miestne informácie z oblasti kultúrno-spoločenského diania v danej lokalite.

V prehľade sme uviedli zoznam komerčných rozhlasových staníc, ktoré v súčasnosti vysielať na území Slovenska. Zo stručnej charakteristiky jednotlivých rádií vyplýva, že rozsah a kvalita dosahu územia signálom je značne rozdielna, čo násled-

ne súvisí i s počtom poslucháčov a má vplyv na príjmy z reklamy ako hlavného finančného zdroja.

Dosah na väčšie územia Slovenska (zásluhou vysielateľa s výkonom 100 kW a pridelenia ďalších frekvencií) majú iba tri rozhlasové stanice, a to Rádio FUN, TWIST a KOLIBA. Ostatné regionálne a lokálne rozhlasové stanice sa tiež usilujú o získanie ďalších frekvencií, čo sa aj niektorým už podarilo, napríklad Rádio REBECA, TATRY a KIKS.

Toto neregulované prideľovanie ďalších frekvencií pre už existujúce rádiá s cieľom rozšíriť územie zabezpečené ich signálom, ako aj udeľovanie nových licencií môže ohroziť:

- už aj tak obmedzené možnosti trhu rozhlasovej reklamy a následný zánik niektorých súkromných staníc,
- rozvoj lokálneho a regionálneho rozhlasového vysielania.

Uvedený stav si vyžaduje zasiahnutie príslušného orgánu, ktorým je Rada SR pre rozhlasové a televízne vysielanie. Je to potrebné aj preto, že verejnoprávny Slovenský rozhlas vzhľadom na lepšie technické a ekonomické podmienky iba pomaly stráca svoje dominantné postavenie. Prejavuje sa to jasne v sledovanosti jednotlivých rozhlasových staníc. Podľa jarného prieskumu Media projektu '97 Slovensko 1 zaznamenalo počúvanosť 41 percent, Rock FM 29 percent, FUN Rádio 12 percent, Rádio TWIST 7 percent, N Rádio a Rádio FORTE 3 percentá, Rádio REBECA, KIKS, FLASH, NITRA a BETA 2 percentá, Rádio TOP a LOKAL 1 percento.

Pri určovaní koncepcie v oblasti rozhlasového vysielania by mala rada vychádzať predovšetkým z úloh, ktoré jej ukladá zákon č. 468/1997 Zb. v znení neskorších predpisov ohľadne lokálneho a regionálneho vysielania a z celkového stavu mediálneho priestoru a reklamného trhu.

Televízia

Médiá ako také, zvlášť však elektronické médiá odjakživa priťahovali pozornosť moci, ktorá má tendenciu ich ovládnuť. Dôkazom toho sú aj problémy s udelením licencie na televízne vysielanie na súčasnom okruhu STV 2.

Duálny systém televízneho vysielania znamená konkurenčný boj medzi verejnoprávnou televíziou a súkromnou *celoplošnou* televíziou. Tento systém integruje protiklady, ktoré jednak predstavujú službu verejnosti prostredníctvom verejnoprávnej televízie a jednak orientáciu na dosiahnutie maximálneho zisku zo strany komerčnej televíznej spoločnosti. Je to dynamický systém trhovej súťaže o divákov, reklamné príjmy, technických pracovníkov a špičkových moderátorov.

Na slovenský trh elektronických médií však najprv vstúpili televízne stanice s menším technickým dosahom signálu na územie (TV SEVER a lokálne terestriálne televízne stanice), neskôr s väčším technickým dosahom signálu na územie Slovenska (TV MARKÍZA) a až nakoniec sa pristupuje k privatizácii najrozsiahlejšej siete – súčasný okruh STV 2. (Po udelení licencie prejde vysielanie tzv. druhého programu na satelitné vysielanie.) Táto skutočnosť pravdaže vytvorí to najnevýhodnejšie prostredie pre novú celoplošnú televíznu stanicu. Uvedené súkromné televízne stanice už teraz značne vyčerpali finančné, ľudské i programové zdroje televízneho vysielania, ktoré sú na Slovensku obmedzené.

Tieto skutočnosti poukazujú na to, že pri udeľovaní licencií na televízne vysielanie sa postupovalo bez akejkoľvek dlhodobej koncepcie, čomu nasvedčuje napríklad i fakt, že jeden kanál bývalej siete TA 3 bol pridelený pre TV SEVER, čím sa stala táto sieť neúplnou.

Možnosti slovenského mediálneho trhu elektronických médií nie sú však neobmedzené. To si budú musieť uvedomiť predstavitelia ktorejkoľvek spoločnosti, ktorá sa stane držiteľom licencie na *celoplošné* televízne vysielanie.

Prvá súkromná televízna stanica s celoplošným pôsobením bude musieť zabezpečiť rovnaké divácke spektrum, aké zabezpečuje terajší okruh STV 2, pretože ho bude na jednej strane očakávať skúsený a náročný divák a na strane druhej to bude divák poznačený istým stupňom televízneho stereotypu.

Rada SR pre rozhlasové a televízne vysielanie na svojom zasadnutí začiatkom júna 1997 rozhodla o budúcom držiteľovi licencie na terajšom okruhu STV 2 pre spoločnosť PRO TV. Po schválení návrhu licenčnej rady parlamentom bude snahou spoločnosti začať s vysielaním TV Dovina čo najskôr (podľa zákona musí držiteľ licencie na televízne vysielanie začať vysieláť do 360 dní od účinnosti licencie). Termín začiatku vysielania súkromnej televízie je však v tomto prípade dôležitý najmä pre STV. Tá totiž môže druhý okruh využívať iba dovtedy, kým nebude pripravený vysieláť držiteľ licencie, čím sa nezávislá verejnoprávna inštitúcia dostáva do závislého postavenia od držiteľa licencie.

Privatizácia televízneho okruhu dnešnej STV 2 a vstup novej súkromnej celoplošnej komerčnej stanice na mediálny trh však ešte nemusí znamenať kvalitatívne zlepšenie programovej ponuky. Predpoklad, že väčší počet televíznych staníc na trhu podporí súťaživosť a prispeje k väčšej pestrosti programovej ponuky, neobstojí. Potvrdzuje to súčasná ponuka domácich, ako i zahraničných (najmä satelitných) programov. Až 70 percent slovenského obyvateľstva môže v súčasnosti sledovať zahraničné televízne vysielanie prostredníctvom individuálnych satelitných antén alebo káblových rozvodov.

KOMERČNÁ TELEVÍZIA

Duálny systém televízneho vysielania internacionalizuje trh elektronických médií jednotlivých štátov, čím utvára základ budúceho európskeho trhu prostriedkov masovej komunikácie.

Stimulátorom tohto procesu je predovšetkým komerčná televízia. V úsilí prilákať čo najväčšie publikum, prispôbujú komerčné televízie svoje programy tak, aby obsahovali dostatočne veľkú dávku zábavy a malú dávku informácií. A tak sme často svedkami toho, že popri pozitívnych typoch programov (spravodajské magazíny, talk-shows) sa kladie dôraz na rozvoj zábavných žánrov a záplavu americkej komerčnej televíznej a filmovej tvorby.

Pri zostavovaní programov predstavitelia komerčnej televízie vychádzajú z diváckych prieskumov, ktoré sú nemysliteľné bez presnejšej špecializácie, teda aké žánre a témy by diváci v danom type relácie preferovali. Pretože divák si vlastne svoj program skladá sám, a to v súlade s jeho vekom, intelektuálnou a vzdelanosťou úrovňou.

Súkromné televízne stanice v Európe neustále zvyšujú počet svojich divákov. Rozvoj duálneho systému televízneho vysielania vo väčšine európskych štátov sprevádza hlboká finančná kríza verejnoprávných inštitúcií, spôsobená poklesom príjmov z reklamy a neschopnosťou konkurovať súkromnému sektoru v oblasti programových nákladov. Podobnú situáciu môžeme pozorovať aj na Slovensku.

Rozvoj komerčného vysielania spôsobil, že verejnoprávna televízia je nútená brániť svoju legitimitu a hľadať novú identitu v kvalitatívne odlišných podmienkach hospodárskej súťaže. Predpokladom je však v prvom rade boj samotnej STV o zachovanie doterajšieho vysielacieho priestoru.

Verejnoprávne vysielanie je službou pre verejnosť, preto sa od nej vyžaduje ponuka kvalitného programu so znakmi originality, inovácie a profesionality. Je však všeobecne známe, že výroba vlastného programu je 7-krát drahšia ako nákup akéhokoľvek zahraničného programu.

Základným rozdielom medzi komerčnou a verejnoprávnou televíziou je ich programová orientácia. Kým komerčná televízia sa orientuje na zábavu a aktuálne informácie s prvkami senzáčnosti, od verejnoprávnej televízie sa očakáva predovšetkým kvalita a následne všestrannosť a rozmanitosť programov. Napokon verejnoprávnou televíziu ustanovuje príslušná právna norma, ktorá presne vymedzuje predmet jej činnosti.

Prioritou verejnoprávnej inštitúcie však musí byť kvalitné spravodajstvo, zatiaľ čo pre spravodajstvo komerčného televízneho vysielania je charakteristické smerovanie k prezentácii udalostí, ktoré dokážu zaujať čo najširšie publikum vysokou mierou senzáčnosti. V duchu proklamovanej nestrannosti sa komerčná televízia bráni hlbšej analýze či komentovaniu udalostí.

Naproti tomu spravodajstvo verejnoprávnej televízie musí poskytovať úplné a rozmanité informácie. Verejnoprávna televízia si tiež musí zachovať svoju nadstraníckosť, no k príspevkom musí pristupovať ako k možnosti preniknúť do podstaty problému.

Na udržanie konkurenčnej schopnosti verejnoprávnej televízie na mediálnom trhu štát pre ňu vytvoril aj podmienky financovania. Zdrojmi financovania sú koncesionárske poplatky, štátne dotácie i príjmy z reklamy. Naproti tomu súkromné televízne stanice závisia od trhu a ich jediným zdrojom príjmov sú príjmy za reklamu.

Základnými faktormi, ktoré určujú postavenie každej televízie na trhu, je rozsah zabezpečenia územia signálom, úroveň programovej štruktúry a prítomnosť iných televízií na trhu. Pozíciu každej televízie preto výrazne ovplyvňuje práve vzájomná kombinácia uvedených troch faktorov.

Ponuku televíznych programov na Slovensku rozšírili nové súkromné televízne stanice (pravdaže okrem záplavy množstva zahraničných staníc) – Televízia VTV vysielajúca prostredníctvom satelitu EUTELSAT a káblovej siete, regionálne terestriálne televízie (ako napr. MAC TV – TV NAŠA Košice, CITY TV Bratislava, TV PX Považská Bystrica, TV TATRY Poprad, OTF – NTT Nižná) a TV MARKÍZA, ktorá šíri svoj signál v bývalej (i keď neúplnej) sieti TA 3.

V súčasnosti je TV MARKÍZA najsledovanejšou súkromnou televíznou stanicou na Slovensku. V tejto súvislosti ako istý model môžu poslúžiť prieskumy sledovanosti televíznych staníc spoločnosti GFK Slovakia. Podľa prieskumu uskutočneného na jar 1997 sledovalo verejnoprávnou STV 1 38 percent a TV MARKÍZU 64 percent respondentov. Na porovnanie uvádzame ešte sledovanosť VTV, ktorá dosiahla 8 percent sledovanosti a TV NOVA, ktorú sleduje 16 percent divákov.

Podobne boli hodnotené aj spravodajské relácie, ich objektivita a dôveryhodnosť. Podľa prieskumov z marca 1997 spravodajstvu TV MARKÍZA dôveruje 63,1 percenta a spravodajstvu STV 1 39,4 percenta respondentov. Spravodajské relácie televízie MARKÍZA považuje za objektívne 65,9 percenta respondentov, kým objektivita spravodajstva STV 1 bola hodnotená na 42 percent.

Lokálna a regionálna televízia

Televíznych divákov síce zaujíma spravodajstvo zo sveta a hlavne udalosti z centier, ale väčšmi reagujú na problémy lokálneho charakteru zo svojho najbližšieho okolia. V tomto smere tu zohráva dôležitú úlohu lokálna televízia.

Lokálna televízia význame ovplyvňuje rozvoj daného regiónu a jeho identitu, a to najmä vtedy, keď jej programové zameranie vystihuje podstatné aspekty diania v danom meste a jeho okolí či regióne.

Lokálna televízia má v Európe, ale i u nás rastúcu tendenciu a v mestskej spoločnosti plní závažnú komunikačnú funkciu. Miestne televízne vysielanie pôsobí aj ako významný prostriedok umožňujúci občanom podieľať sa na rozhodovaní o miestnych záležitostiach. Popri možnosti telefonicky zasahovať do relácií v mnohých prípadoch môžu občania aj priamo vstupovať do programu a prezentovať svoje názory na problémy obce. Pracovníci miestnych štúdií mnohé relácie nakrúcajú práve na podnet občanov. Formou spätnej väzby sú aj pravidelné prieskumy názorov občanov na miestne vysielanie.

Miestne televízne vysielanie prispieva k lepšej vzájomnej informovanosti občanov a orgánov miestnej samosprávy, k väčšej účasti občanov na správe verejných vecí a tým aj k rozvoju demokracie na miestnej úrovni. Zároveň miestne televízne vysielanie prispieva k rozvoju miestnej kultúry a celého spoločenského života.

V súčasnosti na Slovensku pôsobí vyše 50 regionálnych a lokálnych televízií. Dvadsaťštyri lokálnych a mestských televíznych staníc (Mestské TV štúdio Humenné, MAC TV – TV NAŠA Košice, BTV Bardejov, OTV Štrba, KT Stará Lubovňa, ARTEX Invest Martin, JVPX – MGR Považská Bystrica, KASAT Moldava nad Bodvou a pod.) vytvorili združenie – Asociáciu mestských a lokálnych televízií so sídlom v Košiciach. Jej cieľom je združovať profesionálne i amatérske subjekty a ich pracovníkov, ktorí sa zaoberajú špecifickou problematikou lokálnych televízií s cieľom vzájomne si vymieňať informácie a spolupracovať pri ochrane práv tvorcov programov pre lokálne televízie. Väčšina lokálnych televízií, ktoré združuje asociácia, uzatvára medzi sebou dohovory na spoločný nákup programov a distribuovanie reklamy.

Na pôde Slovenskej spoločnosti pre káblovú televíziu vznikla myšlienka vytvoriť sieť lokálnych televíznych staníc s cieľom predaja ich reklamného času.

Spoločnosť pod názvom PAMA Slovakia zabezpečuje reklamný čas v dvanástich lokálnych televíznych staniciach – TV Prievidza, TV REDUTA Spišská Nová Ves, TV Ružinov, TV Martin, TV TATRA TEMEX Prešov, Miestne TV vysielanie Petržalka, TV Devínska Nová Ves, TV NAŠA Košice, TV CABLE PLUS Banská Bystrica, TV Považská Bystrica, Mestský TV kanál Brezno a TV SEN Senica.

Pri výbere televíznych staníc boli stanovené isté kritériá: napríklad aby tieto televízie pochádzali z čo najvýznamnejších ekonomicko-hospodárskych centier a mali čo najväčší dosah signálu alebo perspektívu ho v najbližšom čase rozšíriť.

Pri uvedených vybraných lokálnych televíznych staniciach môžeme nájsť rozdiely napríklad v rozsahu dosahu signálu, charaktere, ale i v úrovni ich vysielania. V konečnom dôsledku sú však všetky televízne stanice zamerané na lokálne spravodajstvo, publicistiku a zábavu.

V súčasnosti sa spoločnosť PAMA Slovakia usiluje o predaj reklamného vysielacieho času lokálnych televíznych staníc aj nadregionálnym dodávateľom. Zatiaľ je však otázne, nakoľko bude pre značkových výrobcov a ostatných zadávateľov reprezentovaných reklamnými agentúrami zaujímavá ponuka televíznych staníc združených v sieti PAMA.

Lokálna a regionálna televízia je médium, ktoré si svojím charakterom už dnes našlo na televíznom trhu svoje miesto. Predpokladá sa, že vzhľadom na zahraničné i domáce skúsenosti v budúcnosti význam lokálnych televíznych staníc porastie.

Káblová televízia

Podobne ako v ostatných postkomunistických štátoch sa aj na Slovensku po roku 1989 začali rýchlo budovať televízne káblové rozvody. V roku 1989 boli v prevádzke tri experimentálne siete (dve v Banskej Bystrici a jedna v Bratislave) pre asi 5 000 abonentov. V súčasnosti sú v prevádzke desiatky káblových sietí na celom Slovensku a výhody káblovej televízie využíva vyše 447 000 domácností.

Viac ako 90 operátorov prevádzkuje siete s kapacitou od 300 do 860 MHz, ktoré umožňujú ponuku do 40 televíznych programov.

Moderné televízne káblové rozvody umožňujú poskytovať abonentom množstvo služieb. Je to napríklad prístup k najrôznejším textovým informáciám z údajových databáz, vzdelávanie na diaľku, kontakt s bankou alebo inou inštitúciou, objednávanie tovaru a služieb a podobne.

Terminológia

Je potrebné rozlišovať pojmy ako televízny káblový rozvod (ďalej len TKR) a káblová televízia:

- TKR je technický prostriedok, prostredníctvom ktorého je možné šíriť obsahy,
- káblová televízia je však prostriedok vstupujúci do masovej komunikácie, kde dôležitú úlohu zohráva programový aspekt.

Káblová televízia

Okrem ponuky na satelitné programy, okrem množstva informačných a iných služieb veľkým prínosom káblového rozvodu je to, že umožňuje šíriť i miestne televízne (ale i rozhlasové) programy. To je dôležité pre rozvoj miest a regiónov. Mestá a regióny sa stále viac osamostatňujú, ich ekonomický, politický, kultúrny a spoločenský život sa zintenzívňuje. Tým sa rozvíjajú aj informačné potreby občanov.

Samospráva regiónov a miest nie je mysliteľná bez plynulého obojsmerného toku informácií medzi samosprávou a občanmi. A práve toto môže miestna televízia šírená v káblových rozvodoch veľmi dobre sprostredkovať. (Pozri lokálna a regionálna televízia v predchádzajúcej kapitole.)

TKR

Budovanie televíznych káblových rozvodov na Slovensku postupuje veľmi dynamicky. Každoročne pribúda niekoľko tisíc nových účastníkov, i keď investičné náklady na budovanie TKR sú značne vysoké.

V Bratislavskom kraji operuje 5 prevádzkovateľov a celkový počet prípojek je okolo 190 000. Najväčším káblovým prevádzkovateľom je SKT Bratislava, ktorá

v hlavnom meste Slovenska prevádzkuje sieť s vyše 134 000 účastníkmi. To znamená, že v Bratislave môže sledovať káblovú televíziu takmer 70 percent obyvateľov.

Pomerne veľké káblové rozvody sú aj v iných krajoch Slovenska, najmä na strednom a východnom Slovensku.

V Prešovskom a Košickom kraji operuje dovedna 16 prevádzkovateľov s celkovým počtom 75 000 prípojok. Medzi najväčších prevádzkovateľov patrí KABEL PLUS Košice, TATRA TEMEX CABLE Prešov a KID Poprad.

V Banskobystrickom kraji je na káblovú sieť napojených 42 000 účastníkov a najväčším prevádzkovateľom je KABEL PLUS Banská Bystrica, ELEKTRIS, s. r. o., Banská Bystrica a KORA, a. s., Lučenec.

Trenčiansky kraj má na káblovú sieť napojených viac ako 48 000 domácností.

V Trnavskom, Nitrianskom a Žilinskom kraji sa pohybuje počet domácností napojených na káblovú sieť okolo 30 000 (pre každý kraj).

Televízne káblové rozvody majú veľký vplyv aj na ekonomický život lokalít a regiónov, a to rozšírením nových komunikačných a informačných služieb. Tieto sú určené predovšetkým podnikateľom, inštitúciám a stredným i vyšším vrstvám spoločnosti.

Napríklad spoločnosť KABEL PLUS Košice už overila v praxi fungovanie novej služby – ochrany bytov a objektov a plánuje prepojenie bankových ústavov a prepojenie zákazníkov s bankami. Spoločnosť KID Poprad overila v Rožňave centrálnu sledovanie výťahov v meste. Táto spoločnosť vysiela vo svojich sieťach aj teletext, a to v digitálnom i analógovom režime. Spoločnosť KID, a. s., Bratislava je prevádzkovateľom aj MARKÍZA textu a je držiteľom licencie na jeho vysielenie i komerčné využitie. Spoločnosť TATRA TEMEX CABLE v Prešove vyskúšala poskytovanie počítačových videohier prostredníctvom káblového rozvodu.

Veľkí prevádzkovatelia TKR sú pripravení ponúknuť vo svojich sieťach množstvo nových služieb. Hlavnou bariérou ich rozšírenia je v súčasnosti ekonomický útlm a s tým súvisiaca neexistencia trhu v tejto oblasti. Slabá je i marketingová činnosť káblových operátorov.

Predpokladá sa však, že sa aj ďalšie služby rýchlo rozvinú a televízne káblové rozvody sa stanú multimedialnými sieťami.

Financovanie

Najväčším problémom v oblasti budovania a prevádzkovania káblových rozvodov je ich financovanie. Tento problém sa nedotýka iba malých obcí, ale aj väčších miest. V malých obciach je tento problém komplikovanejší, pretože pre komerčne orientované firmy schopné financovať TKR sú tieto na periférii ich záujmov.

Veľký záujem o káblové rozvody na Slovensku prejavujú najmä zahraničné firmy. Ich záujem sa orientuje na prioritné ovládnutie káblových sietí a následne na ovládnutie programov. Pretože kto ovládne káble, ten bude v budúcnosti určovať, ktoré programy sa budú nimi šíriť. Tu sa však dostáva do popredia problém národnej identity médií. Preto by sa malo dbať na to, aby sa pri budovaní sietí aktivizoval miestny kapitál, a mesto či obec by sa stal vlastníkom, resp. spoluvlastníkom systému.

Legislatíva a autorské práva

Budovanie a prevádzkovanie televíznych káblových rozvodov prináša so sebou aj problémy v oblasti komerčného využitia káblových rozvodov, autorských práv, ale najmä v oblasti legislatívy.

Legislatíva v oblasti TKR sa riadi zákonom 468/1991 Zb. v znení neskorších predpisov a zákonom č. 110/1964 Zb. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov (zákon č. 150/1992 Zb. a zákon č. 96/1993 Z. z.).

Doterajšie uplatňovanie zákona 468/1991 v oblasti využívania káblových rozvodov upozornilo aj na niektoré jeho nedostatky. Chýba najmä výklad zákona a jeho nadväznosť na telekomunikačný a živnostenský zákon.

Rozdielne chápanie právnych predpisov spôsobuje množstvo nedorozumení s ďalekosiahlymi následkami. Nové návrhy zákonov a noviel vznikajú parciálne, bez existencie celkovej koncepcie a bez koordinácie všetkých zúčastnených strán.

Už niekoľko rokov trvajú rokovania medzi ochrannými organizáciami a zástupcom káblových sietí, ktorým je Slovenská spoločnosť pre káblovú televíziu. Predpokladá sa, že až v tomto roku sa dospeje k obojstranne prijateľnej dohode. Zástupcovia Ochranného združenia interpretov Slovenska totiž donedávna trvali na tom, aby za prenášanie programov STV, TV Markíza a ďalšie domáce stanice (či už rozhlasové alebo televízne) platili poplatky prevádzkovateľa káblových rozvodov. Pritom je všeobecne známe, že tieto stanice už platia ochranným organizáciám za použitie diel pri vysielaní programov na území Slovenska.

Ďalšou veľkou prekážkou pri rokovaní boli predstavy ochranných organizácií o výške platieb, ktoré niekoľkonásobne prevyšovali platby realizované napríklad v Českej republike. Postupne sa dospelo k akémusi kompromisu. Rozpor, týkajúci sa toho, za ktoré programy budú prevádzkovatelia sietí platiť, sa zatiaľ bude riešiť paušálnymi platbami, závislými iba od veľkosti konkrétnej káblovej siete.

Prirodzene, všetky poplatky sa prenášajú na abonenta kábrovej televízie, teda na občana, ktorý už zaplatil koncesionársky poplatok.

Vo svete sa venuje významná pozornosť rozvoju telekomunikačných sietí a rozvoju miestnych telekomunikačných sietí zvlášť. Do tejto oblasti patrí aj budovanie káblových rozvodov a ich všestranné využitie. Pre mesto či obec je veľmi dôležité aj to, že televízne káblové rozvody neplnia iba úlohu distribútora prijímaných televíznych a rozhlasových programov, ale sú najmä prostriedkom na distribúciu miestnych informačných, vzdelávacích a kultúrnych televíznych programov.

Adresa autorky: PhDr. Danko Benkovičová, Národné centrum mediálnej komunikácie – Novinársky študijný ústav, Pionierska 4, 812 46 Bratislava

PRAMENE

IVANTYŠYN, R.: Káblová televízia na Slovensku. *Otázky žurnalistiky*, 1993, č. 1.

IVANTYŠYN, R.: Televízne káblové siete na Slovensku. *Otázky žurnalistiky*, 1996, č. 1.

JACHIMOWSKI, M.: Špecifiká rozhlasovej reklamy. *Otázky žurnalistiky*, 1996, č. 3, s. 247–249.

- MISTRÍK, M.: K problematike televízneho vysielania na Slovensku. *Stratégia na Slovensku*, 1995, č. 10.
- SLÁVIKOVÁ, Z.: Špecifickosť jednotlivých prostriedkov masovej komunikácie – charakteristika tlače, rozhlasu a televízie. Diplomová práca 1994/95. Katedra žurnalistiky UK Bratislava.
- THE NEWSPAPER SOCIETY: Commercial Radio – Advertising On The Airways.

Electronic Regional and Local Media in Slovakia

Dana Benkovičová

Key words: broadcasting system – regional and local electronic media – regional and local radio – cable networks – television broadcasting – privatisation

This study was prepared as a theoretical basis for research project „Changed infrastructure of the regional and local media in conditions of a new territorial and administrative division of Slovakia“. In introduction, the author describes conditions under which the dual broadcasting system has been established in Slovakia. In three parts, the study analyses the regional and local radio, television and cable networks in the Slovak Republic. In the first part, the author tries to explain how the local and regional radio is financed, technically developed, and listen. In addition, she of-

fers an overview of the private radio stations as well as their distribution among the new administrative units. In the second part, the author describes the present state of television broadcasting. Doing so, she deals with privatisation of the second channel of the Slovak Television too. Besides, she discusses pluses and minuses of commercial television as well as relevance of the terrestrial and/or cable local television stations. In the third part, the author presents an overview of the biggest cable operators in Slovakia, and explains legislative and financial conditions of their activity.