

MÉDIÁ V ZRKADLE TROCH VÝSKUMNÝCH INŠTITÚCIÍ

V prvom polroku 1997 sa prezentovali výsledkami svojej výskumnej činnosti tri inštitúcie výskumu masovej komunikácie a médií: GFK Slovakia (Media projekt '97, základné výsledky – jar 1997, Slovenská republika), AISA Slovensko (Media & TGI '97, Slovenská republika, 1. 4. – 13. 5. 1997 – jar 1997), IVVM NCMK (Niektoré výsledky kontinuálneho výskumu médií v Inštitúte pre výskum verejnej mienky NCMK).

Skutočnosť, že ide o výskumy realizované zhruba v tom istom období, umožňuje pokúsiť sa o isté porovnanie výsledkov, i keď treba brať do úvahy niektoré rozdiely v používaných metodikách. (Najmä rozdielne základné súbory – pri pr-

vých dvoch inštitúciách spodná hranica veku 14 rokov, IVVM 18 rokov; rozdielne formulácie výskumných otázok – pri prvých dvoch inštitúciách vo všetkých prípadoch sa otázky týkali „včerajšej sledovanosti“, vo výskume IVVM sa pri rozhlase a televízii otázky zameriavali na frekvenciu sledovanosti v týždni, pri dennej tlači na „včerajšie čítanie“.) Napriek týmto i ďalším rozdielom sa pokúsime aspoň pri základných najsledovanejších médiách zoradiť výsledky a pokúsiť sa o určité porovnanie. (Výhrady voči komparácii možno uplatniť najmä vtedy, ak staviame vedľa seba ukazovatele „včerajšia sledovanosť“ a „každodenná sledovanosť“.)

Tabuľka 1
Sledovanosť televíznych staníc (v %)

	GFK	AISA	IVVM
TV Markíza	64	62	49
STV 1	38	40	39
STV 2	10	14	16
VTV	8	6	5
NOVA	16	19	12
ČT 1	4	4	3

Od ostatných výsledkov sa odlišuje najmä údaj IVVM – podotýkame, že tu ide o spomínaný, ťažko komparabilný s ostatnými, ukazovateľ „každodennej sledovanosti“. (Prvé dva údaje hovoria

o „sledovanosti včera“.) I tak sa všetky tri rady údajov vyznačujú značnou podobnosťou, ktorá by sa ešte zvýraznila, ak by sme uvažovali i v hraniciach príslušných intervalov spoľahlivosti.

Tabuľka 2
Sledovanosť rozhlasových staníc (v %)

	GFK	AISA	IVVM
Slovensko 1	41	44	41
Rock FM	29	27	18
Slovensko 2 (Devín)	3	3	3
Fun Rádio	12	12	10
Rádio Twist	7	6	7

Výsledky zisťovania záujmu o rozhlasové stanice sa v podstate zhodujú (i keď i v tomto prípade sa v prípade IVVM používa ukazovateľ „každodennej sledovanosti“ – ide o štandardne používanú otázku typu „ako často sledujete...“ s variantmi odpovedí:

denne, 3—5-krát týždenne, 1—2-krát týždenne, zriedkavejšie, vôbec nesledujem). Rozdiel v sledovanosti Rock FM možno pravdepodobne pripísať na vrub rozdielnosti v základných súboroch (IVVM – od 18 rokov, ostatné inštitúcie od 14 rokov).

Tabuľka 3
Čítanosť dennej tlače (v %)

	GFK	AISA	IVVM
Nový čas	34	27	28
Pravda	11	11	16
Šport	9	7	10
Práca	7	6	8
Sme	7	7	11
Slovenská Republika	6	5	12

V troch uvedených radoch údajov sa výraznejšie vymyká vyšší podiel čitateľov *Nového času* zistený inštitúciou GFK. Vyššie údaje o čítanosti denníkov *Pravda*, *Sme* a *Slovenská Republika* boli v IVVM zistené opakovane (predposledný výskum realizovaný v decembri 1996).

Na záver krátkej poznámky k prezentácii troch výsledkov výskumu médií z troch rôznych inštitúcií možno konštatovať, že výsledky sa výrazne podobajú, i keď z prísne teoretického hľadiska nemožno o komparácii hovoriť (rozdielne základné súbory, rozdielne formulácie výskumných otáz-

zok, rozdielna veľkosť vzoriek...). Napriek tomu takéto zoradenie však zrejme umožňuje posilňovať úvahy o hodnovernosti slovenskej výskumnej produkcie a opierať ich o určité fakty, ak ich nemôžeme oprieť o závery komparatívnych výskumov realizovaných podľa príslušných zásad. Na druhej strane však takéto porovnania vzbudzujú aj otázky o ekonomickej efektívnosti výskumnej činnosti – o jej uplatnení sa na predsa len nie príliš priestranom trhu výskumných informácií.

PhDr. Ľudovít Šrámek, CSc.

ZRKADLO NOVINÁRSKEHO POVOLANIA

HOLINA, V. a kol.: Zmeny novinárskej profesie na Slovensku. Bratislava, Slovenský syndikát novinárov a PHARE pre demokraciu 1997. 169 s.

V minulom čísle *Otázok žurnalistiky* sme si mohli prečítať štúdiu o zmenách novinárskej profesie na Slovensku z pera skúseného autora doc. PhDr. Vladimíra Holinu. Tento text bol stručným extraktom rovnomennej publikácie, ktorú vydal v lete tohto roka Slovenský syndikát novinárov s výdatným príspevom Programu PHARE. Obsahom knižky sú výsledky prieskumu zmien novinárskeho povolania na Slovensku po roku 1989 a treba už na úvod vysloviť uspokojivé konštatovanie autorovi i jeho spolupracovníkom (z výskumného združenia MASS-MEDIA-SCIENCE pri katedre žurnalistiky FFUK v Bratislave), že predostreli novinárskej (ale nielen novinárskej) verejnosti veľmi zaujímavé údaje. Oceniť treba aj skutočnosť, že autori neprichádzajú v publikácii iba s holým uvádzaním získaných výsledkov z prieskumu, ale súčasne poskytujú možnosť porovnávania súčasných údajov s doteraz uverejnenými výsledkami. Ide o pramene publikované v rokoch 1967, 1975, 1980 a 1991, teda o rozpätie tridsiatich rokov.

Z obsahu možno vyčítať premyslenú štruktúru publikácie, spŕňajúcu prístup od všeobecného ku konkrétnemu. Práca popri nevyhnutných častiach o cieľoch, hypotézach a metódach prieskumu sa sústreďuje na ucelené kapitoly o sociologických (autor doc. PhDr. Vladimír Holina) a sociálnopsychologických (doc. PhDr. Elena Hradiská, CSc.) aspektoch novinárskej profesie, o práci so zdrojmi informácií (PhDr. Gabriela Divékyová) a o špecifikách vybraných oblastí novinárskej práce v rozhlase a v televízii (PhDr. Vlasta Konečná, CSc.), v tlačovej agentúre (PhDr. Svetlana Hlavčáková, CSc.), v okresných a podnikových novinách (Ing. Roman Ivantýšyn) a v zahraničnopolitických rubrikách (PhDr. Bohuslava Krížová).

Úlohou recenzenta nie je iba tlmočiť dosiahnuté výsledky (hoci sú hlavným cieľom publikácie), ale poukázať aj na spôsob spracovania získaného materiálu, na jeho úžitkovú hodnotu pre adresátov, na kvalitu predloženého textu. Z týchto hľadísk knižka spŕňa žiadané kritériá a môže sa stať (najmä z hľadiska štruktúry a interpretácie) námetom pre ďalšie podobne orientované práce.

Skupina odborníkov sa orientovala v prieskume predovšetkým na aktívnych novinárov. Skúmala ich demografickú štruktúru, vzdelanie a kvalifikáciu, ich pracovnú pozíciu, orientáciu a činnosti, ďalej materiálne a pracovné podmien-

ky, ako aj ich názory a hodnotenie niektorých stránok novinárskej práce. Osobitne zaujímavé sú názory na nezávislosť novinára, na jeho existenčnú istotu, na politické, ekonomické alebo vnútrodakčné tlaky, na bezpečnosť novinárskej práce či na solidaritu v novinárskom povolaní. Ak si podrobnejšie všimame obsah publikácie, vyplýva z neho, že predmetom záujmu jej autorov bolo aj posudzovanie medziludských vzťahov na pracovisku, motívov na výkon profesie, podmienok na úspešnú prácu či vlastností potrebných na výkon novinárskeho povolania.

Autori publikácie pŕšu, že "zhromaždili informácie, ktoré umožňujú analýzu problémov novinárskej profesie aj prijímanie rozhodnutí na rôznych úrovniach: v profesijných organizáciách novinárov, vydavateľov, v štátnych orgánoch, pri vzdelávaní novinárov a pod.". Na inom mieste však hovoria, že výsledky prieskumu nenahrádzajú reprezentatívny výskum novinárskeho povolania a možno ich považovať skôr za orientačné. Napriek tomu sa však nazdávame, že získaný materiál nepochybne môže zainteresovaným poskytnúť údaje, na základe ktorých sa dá skvalitniť výkon novinárskej profesie. Samozrejme, predpokladá to u citovaných ochotu veci riešiť.

Doteraz sme nepoužili žiadne údaje z publikácie, hoci ich je nesmierne množstvo a sú veľmi podnetné. Určite je zaujímavý údaj, že takmer 40 % novinárov má vysokoškolské novinárske vzdelanie (mimochodom, za 45 rokov existencie vchovala katedra žurnalistiky FFUK fakulty Univerzity Komenského v Bratislave cca 1 500 absolventov), pričom títo súčasne prejavujú aj najvyššiu univerzálnosť v ŕánrovej (54,2 %) či tematickej (45,9 %) špecializácii. Z hľadiska "použitia" novinára je to pre redakcie podnetný a pre školu pochvalný údaj. V skúmanom súbore sa uvádza 74,2 % vysokoškolsky vzdelaných novinárov. Zrejme nezaujímavý nie je ani údaj o mesačných príjmoch novinárov zo zamestnania. Mierne najpočetnejšia skupina (19,0 %) sa nachádza v najnižšej kategórii do 6 000 Sk, druhá najpočetnejšia (18,6 %) uvádza rozpätie od 8 000 do 10 000 Sk a nad 14 000 Sk je ich 13,1 %. Čistý mesačný príjem novinárov (bez vedľajších príjmov) je 9 261 Sk. A ešte jeden aktuálny údaj: z hľadiska politickej orientácie najväčší počet (44,7 %) novinárov proklamuje dištanc od politických strán či hnutí.

Pri sociálnopsychologických aspektoch boli zaujímavé odpovede na otázky o motivácii na výkon profesie a o vlastnostiach potrebných na výkon povolania. Hlavnými motívmi na výkon novi-

nárskej profesie boli samotná náplň práce, sebarealizácia a prestíž pracoviska, v ktorom novinár pôsobí, medzi vlastnosťami dominovali schopnosť nadväzovať kontakty, pružnosť myslenia a originalnosť nápadov.

Publikácia prináša bohatý zdroj informácií, ktoré plasticky ozrejmi súčasny stav novinárskej

profesie na Slovensku, jej prednosti, úskalia, ne-riešené problémy. Vďaka svojmu veľkému záberu môže byť užitočnou pomôckou pre široký okruh adresátov. Dôležité je dostať ju do povedomia verejnosti.

Doc. PhDr. Andrej Tušer, CSc.

PRVOVÝSTUP DO SVETA REKLAMY

HORŇÁK, P.: *Abeceda reklamy*. Bratislava, Grafosit, spol. s r. o., 1997. 256 s.

Nie je náhoda, že doc. PhDr. Pavel Horňák, CSc., pripravil práve dnes publikáciu, ktorá „rovnými nohami“ vstúpila do sveta reklamy. Nevyhnutnosť objasňovania základných pojmov, ich začlenenia do marketingovej komunikácie stáva sa východiskom pri ďalšom rozvíjaní teórie reklamy a jej spoločenskej funkcie. *Abeceda reklamy* zasahuje do všetkých zložiek komunikačného procesu a nemalou mierou obohacuje všetky príbuzné disciplíny. Ide najmä o ekonómiu, právo, sociológiu, psychológiu, žurnalistiku, ale predovšetkým o propagáciu.

Netreba vari zdôrazňovať, že tento druh literatúry je na našom knižnom trhu vítaný, ale najmä prepotrebný, a to z hľadiska pedagogiky, vedeckého výskumu, a rozhodne aj v budúcnosti bude patriť do zlatého fondu základnej literatúry o reklame. Osobitne treba vyzdvihnúť, že výkladové heslá, ktorých je v *Abecede reklamy* vyše 500, dopĺňujú terminologické slovníky takmer zo všetkých spoločenskovedných disciplín. Autor v tejto sfére preukázal profesionálnu zdatnosť a svoju *Abecedu reklamy* zarámcoval do širšieho spoločenského kontextu.

Nechceme na tomto mieste podrobne hovoriť o jednotlivých heslách tohto diela, chceme len po-

dotknúť, že autor teoreticky i prakticky obohatil túto náročnú dokumentačnú činnosť, na ktorú najmä naši pracovníci reklamy dosť zabúdajú a často aj podceňujú.

Heslá – to sú dokumenty, ktoré platia ako argumenty pri pôsobení na recipienta. A tento atribút či spoločenský fenomén je v publikácii veľmi zvýraznený.

O Horňákovej práci bolo uverejnených už vyše desať recenzií a vo všetkých sa zhodne konštatuje, že *Abeceda reklamy* slúži na to, aby si ľudia lepšie porozumeli. Dobré je aj to, že autor doplnil abecedu o Zákon NR SR o reklame a tiež etické zásady reklamnej praxe platné v našej republike.

Isteže, mohli by sme tejto práci všeličo vyčítať. Tak napríklad absentuje heslo verejná mienka a iné dôležité pojmy a údaje. To však vôbec neznižuje obsahovú úroveň abecedy – jej základnú východiskovú pozíciu. Na druhej strane treba oceňiť register použitej literatúry a všetky náležitosti súvisiace so serióznou vedecko-odbornou štúdiou.

Celkove možno povedať, že publikácia splnila svoj cieľ – byť dobrým pomocníkom pri štúdiu reklamy a najmä propagácie, ktorý uchádzačom o ďalšie vzdelávanie uľahčí orientáciu v propagačnej i redakčnej práci.

Doc. PhDr. Jozef Virčík, CSc.

KOMERČNÝ ROZHLAS VO VEĽKEJ BRITÁNII

Po roku 1992 je komerčný rozhlas najrýchlejšie sa rozvíjajúce reklamné médium vo Veľkej Británii. Pripadá naň 90 % prírástku príjmov z reklamy za posledné tri roky. Nezávislý lokálny rozhlas priamo konkuruje regionálnej tlači v oblasti reklamných príjmov a znamená rastúce nebezpečenstvo pre vydavateľov.

Stručná história

Ako reklamné médium bol rozhlas vo Veľkej Británii prvýkrát použitý pred 2. svetovou vojnou

v roku 1939, keď jeho podiel na príjmoch z reklamy predstavoval 3,4 %. V tom čase to bolo predovšetkým vysielanie dvoch zahraničných staníc – Radio Luxembourg a Radio Normandy. Ak nepočítame sporadickú činnosť rôznych pirátskych staníc, história dnešného komerčného rozhlasu sa začala písať v 70. rokoch. Presne v roku 1973, keď začali vysielat tri nezávislé lokálne rozhlasové stanice – Capital Radio, LBC a Radio Clyde.

V priebehu 70. rokov vzniklo vo Veľkej Británii 19 lokálnych rozhlasových staníc, čím zanikol

51-ročný monopol BBC v oblasti rozhlasového vysielania. Rozvoj komerčného rozhlasu pokračoval aj v 80. rokoch a počet lokálnych rozhlasových staníc narástol na 49. Ich podiel na celkových príjmoch z reklamy sa ustálil na dvoch percentách. Ďalších 23 staníc pribudlo v roku 1989.

Zákon z roku 1990 umožnil tiež vznik nových nezávislých staníc s dosahom na celé územie krajiny (celoštátnych). Prvá z nich, Classic FM, začala vysielat v septembri 1992. V tom istom roku Rozhlasový úrad vypísal licencie na 5 regionálnych rozhlasových staníc. Tie boli uvedené do prevádzky v septembri 1994. V auguste 1996 bolo vo Veľkej Británii celkovo 178 nezávislých (komerčných) rozhlasových staníc, z ktorých boli štyri celoštátne a šesť regionálnych. Ostatné sú lokálne. Iba v samotnom Londýne pôsobí 23 nezávislých lokálnych rozhlasových staníc. V roku 1997 má byť udelených ďalších 33 licencií na komerčné rozhlasové vysielanie.

Od roku 1992 nezávislý rozhlas pokrýva 100 % územia a obyvateľstva Veľkej Británie. V roku 1973 to bolo 25,4 % a v roku 1985 87,1 %. Reklamné príjmy komerčného rozhlasu sa v posledných piatich rokoch zdvojnásobili a dnes predstavujú asi 270 miliónov libier šterlingov.

Štruktúra rozhlasového priemyslu

Rozhlas možno rozdeliť na dva základné subsystémy – verejnoprávnu BBC a nezávislý komerčný rozhlas. BBC je financovaná z koncesionárskych poplatkov a je samoregulovaná. Nezávislý rozhlas je regulovaný rozhlasovým orgánom a je samofinancovaný, predovšetkým príjmami z reklamy a spozoringom.

Komerčný rozhlas postupom času odoberal poslucháčov BBC a dnes mu patrí asi polovica rozhlasového publika. Je to 40-percentný nárast od roku 1988.

Komunálny (lokálny) rozhlas

Asociácia komunálneho (lokálneho) rozhlasu (Community Radio Association), ktorá má vyše 100

členov, definuje lokálny rozhlas ako „tretí sektor rozhlasu vo Veľkej Británii“. Jeho vlastníctvo je lokálne a lokálna je aj jeho kontrola. Je financovaný z mimoreklamných zdrojov a zo sponzorovania programov, pričom na produkcii jeho programov sa podieľajú dobrovoľní pracovníci. Rozhlasový úrad však nerobí rozdiely medzi komunálnymi a lokálnymi komerčnými rozhlasovými stanicami. Pri prideľovaní licencií sa aj komunálne stanice klasifikujú ako nezávislé lokálne rozhlasové služby.

Obmedzené rozhlasové vysielanie (Restricted service radio)

Dosahom signálu do 25 míľ sa toto vysielanie chápe ako dočasný servis, obyčajne využívaný pri príležitosti významnejších lokálnych podujatí. Rozhlasový úrad udeľuje licencie na obmedzené rozhlasové vysielanie maximálne na obdobie 28 dní.

Vysielanie na vnútornom okruhu (induction loop services)

Takéto vysielanie sa využíva vo vysokoškolských internátoch, nemocniciach alebo väzniciach. Licencie udeľuje Rozhlasový úrad na obdobie 5 rokov.

Vlastníctvo

Terajšia regulácia vlastníckych pomerov vo vzťahu k nezávislým rozhlasovým službám sa riadi zákonom o vysielaní z roku 1990. Vlastníctvo sa obmedzuje na určitý počet staníc podľa nižšie uvedenej bodovej stupnice. Ak rozhlasová služba používa frekvencie stredných vln, počet bodov sa znižuje o tretinu. Pol bodu sa započítava vtedy, ak organizácia vlastní vyše 20 % akcií. Pritom platí, že:

- Žiadna skupina nesmie vlastniť viac ako dve licencie kategórie A.
- Žiadna skupina nesmie vlastniť viac ako šesť licencií kategórie A alebo B.
- Žiadna skupina nesmie vlastniť viac ako 20 licencií kategórie C alebo D.
- Žiadna skupina nesmie vlastniť viac ako 15 % všetkých možných licenčných bodov.

Bodový systém

Kategória služieb	Definícia služieb	Body
Celoštátny rozhlas		25
Lokálny rozhlas		
Kategória A	Oblasť vysielania s dospelou populáciou viac ako 4,5 milióna obyvateľov	15
Kategória B	Od 1 do 4,5 milióna dospelých populácie	8
Kategória C	Od 400 000 do 1 mil. dospelých populácie	3
Kategória D	Menej ako 400 000 dospelých populácie	1

Noviny a vlastníctvo rozhlasových staníc

- Lokálne noviny nie sú v súčasnosti obmedzované vo vlastníctve lokálnych rozhlasových staníc, ktoré vysielaajú pre iné územie ako je územie distribúcie samotných novín. Minister vnútra však môže obmedziť účastinný podiel novín vo dvoch alebo viacerých lokálnych rozhlasových staniciach.
- Lokálne noviny nesmú vlastníť viac ako 20 % lokálnej rozhlasovej stanice, ktorá vysiela na území, ktoré tvorí 50 % územia ich distribúcie.
- Celoštátne noviny nesmú vlastníť viac ako 20 % lokálnej rozhlasovej licencie.
- Lokálne a celoštátne noviny nesmú mať väčší ako 20-percentný majetkový podiel v rozhlasovej stanici s celoštátnym vysielaním.

Návrh zákona o vysielaní z roku 1996

Návrh zákona, ktorý mal vstúpiť do platnosti koncom minulého roka, predpokladá niekoľko zmien v úprave vlastníckych vzťahov, najmä pokiaľ ide o vlastníctvo tlače a rozhlasových licencií. Hlavná zmena, z ktorej ťaží lokálna tlač, znamená:

- Lokálne periodikum, ktorého náklad nepresahuje 20 % celkových nákladov tlače v danej oblasti, môže vlastníť jednu rozhlasovú stanicu na stredných, jednu na veľmi krátkych vlnách a jednu inú rozhlasovú službu.
- Lokálne periodikum s nákladom medzi 20 a 50 % celkového nákladu tlače v danej oblasti môže vlastníť jednu rozhlasovú stanicu na SV a jednu na VKV.
- Lokálne periodikum s nákladom viac ako 50 % celkového nákladu tlače v danej oblasti môže vlastníť jednu lokálnu rozhlasovú stanicu za predpokladu, že táto stanica nie je v tejto oblasti jedinou.

Reklama v rozhlase**Sadzby a náklady**

Sadzby a výrobné ceny požadované za rozhlasovú reklamu sú diferencované v závislosti od individuálnych podmienok, dopytu po reklamnom vysielačom čase a dĺžky vysielaanej reklamy. Sadzby sa vzťahujú buď na spoty, alebo „ceny na tisíc“ poslucháčov.

Sadzby na spoty sa určujú podľa dĺžky reklamného spotu (obvyčajne 10–60 sekúnd) a denného vysielačieho času. Najdrahšia je reklama v čase najvyššej počúvanosti. Zvýšenú sadzbu možno uplatniť voči zadávateľom reklamy, ktorí chcú zasiahnuť cieľovú skupinu špecializovanú na určitú časť vysielaania ako spravodajstvo, šport alebo iné druhy programov.

Cena na tisíc poslucháčov sa vzťahuje na cenu podľa počtu poslucháčov v čase vysielaania reklamného bloku.

Vysielaací čas sa často predáva ako „balík sledovanosti“, ktorý sľubuje zaručený vplyv na cieľové publikum na určitom území v dohodnutom vysielačom čase. Vypočítava sa podľa štatistických údajov RAJAR – organizácie pre výskum publika. Cieľové publikum môže byť natoľko špecifické, nakoľko to umožňuje výskum poslucháčov.

Celoštátne balíky reklamy

Niekoľko spoločností na predaj rozhlasovej reklamy ponúka „one stop shop“ možnosť celoštátnej rozhlasovej reklamy alebo reklamy na sieti lokálnych rozhlasových staníc.

Minutáž

Na rozdiel od tlače, ktorá sa rozširovaním počtu stránok môže prispôbiť množstvu reklamy a inzercie, rozhlas je limitovaný v rozsahu vysielaanej reklamy. Do roku 1990 bolo vysielaanie reklamy limitované na 9 minút za hodinu. Podľa zákona z roku 1990 môžu komerčné stanice vysielať reklamu podľa vlastného uváženia. Rozhlasový úrad sa v tejto otázke priklonil k názoru, že rozhlasové stanice s veľkým množstvom reklamy si odpudzujú svojich vlastných poslucháčov.

Následný rast rozsahu rozhlasovej reklamy v 90. rokoch súvisí s tromi kľúčovými faktormi:

- Nárast počtu komerčných rozhlasových staníc (asi o 70 %).
- Zvýšenie sadzieb za reklamu. Za posledné dva roky vzrástli ceny reklamy v priemere o 15–20 %.
- Viac celoštátnej reklamy ako lokálnej, najmä po nástupe celoštátnych nezávislých rozhlasových staníc v roku 1992.

Príjmy komerčného rozhlasu

Hlavným zdrojom príjmov komerčného rozhlasu je predaj reklamného času. Avšak čoraz viac sa na príjmoch podieľa sponzorstvo. Nanešťastie pre túto relatívne novú oblasť chýba štatistika. Nezávislé rozhlasové stanice nezverejňujú údaje o sponzorských príspevkoch, ale odhaduje sa, že tvoria asi 30 % všetkých komerčných príjmov – aj keď skôr na celoštátnej, ako na lokálnej úrovni.

Komerčný rozhlas je v súčasnosti najrýchlejšie sa rozvíjajúcim reklamným médiom vo Veľkej Británii s ročným prírastkom 22,5 %, 23,5 % a 25,7 % za posledné tri roky.

Napriek tomu sa rozhlas iba malým percentom podieľa na celkových reklamných výdavkoch (rekordné 3 % v roku 1995). Je to podstatne menej ako v niektorých iných európskych krajinách. Napríklad v Rakúsku sa rozhlas podieľa na príjmoch s reklamou 12,5 percentami, v Írsku takmer 10 percentami. Príčinou je významné postavenie nekomerčnej BBC a jej 50-percentný podiel po-

slucháčov. Aj keď rakúsky rozhlas je štátny a nezávislé rozhlasové stanice tu zatiaľ nepôsobia, všetky rakúske rozhlasové služby sú komerčné.

Predaj lokálnej a celoštátnej reklamy

Komerčné rozhlasové stanice získavajú príjem za predaj lokálnej i celoštátnej reklamy. Lokálnu reklamu možno definovať ako predaj reklamného času prostredníctvom reklamného tímu lokálnej rozhlasovej stanice, určeného na vysielanie na lokálnom území. Celoštátnu reklamu predávajú buď štyri celoštátne komerčné stanice, alebo predajné domy (agentúry) „sales houses“ a vysielajú ju na celoštátnych komerčných staniciach alebo prostredníctvom siete lokálnych rozhlasových staníc. Pretože celoštátna reklama je podstatne drahšia ako lokálna, nárast celoštátnej reklamy na úkor lokálnej môže svedčiť o celkovom raste príjmov z reklamy.

Podiel celoštátnej a regionálnej reklamy sa mení od stanice k stanici. Londýnske lokálne rozhlasové stanice majú väčší podiel celoštátnej ako lokálnej reklamy, v rozhlasových staniciach v iných mestách je tento pomer obrátený.

Čo ovplyvňuje rozhlas

Ekonomika

Výdavky na reklamu vždy úzko súviseli s celkovým vývojom ekonomiky. Ako také rástli zároveň s ekonomickým rastom od roku 1992. Príjmy rozhlasu boli výrazne postihnuté hospodárskou recesiou v rokoch 1990–1991, keď poklesli o 1,1 resp. 6,5 %.

Pravda, rozhlas je najrýchlejšie sa rozvíjajúce reklamné médium a jeho dramatický rast príjmov v posledných troch rokoch prekračuje celkový ekonomický rast. Henley Center odhaduje, že na súčasnom raste príjmov rozhlasu sa ekonomika podieľa iba dvoma pätinami. Asociácia reklamy sa domnieva, že na raste príjmov z reklamy sa značnou mierou podieľali nové nezávislé celoštátne rozhlasové stanice a že vyhliadky rozhlasu budú viac závisieť od technických a marketingových faktorov ako od celkového vývoja ekonomiky.

Technológia

Rozvoj technológie priniesol možnosť vysielania rozhlasom digitálne. DAB (Digital Audio Broadcasting) má oproti vysielaniu na stredných a veľkých krátkych vlnách výhody v tom, že umožňuje:

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

Pravda, poslucháči DAB budú potrebovať nové rozhlasové prijímače, ktoré sú v súčasnosti ešte veľmi drahé. Rozhlasové stanice s použitím DAB budú spočiatku používať simultánne vysie-

lanie v systéme DAB i v terajšom analógovom systéme, pokiaľ väčšina poslucháčov nebude vybavená prijímačmi pre DAB.

Zavedenie DAB pravdepodobne prinesie ďalší rast počtu komerčných rozhlasových staníc vo Veľkej Británii. To však bude závisieť od legislatívnych úprav a od množstva licencií, ktoré vydá Rozhlasový úrad.

BBC

Rozhlasové publikum komerčného rozhlasu narastalo na úrok BBC. Najmä celoštátny nezávislý rozhlas bol úspešný v odlákani značného počtu pravidelných poslucháčov BBC. Napríklad Classic FM pohltila značnú časť poslucháčov Radia 3 a Atlantic 252 a Virgin 1215 obrali o menšiu časť poslucháčov tradičného Radia 1.

Vedenie BBC predpokladá, že do roku 2005 sa podiel BBC na rozhlasovom publiku zníži na 30 %. To znamená, že v priebehu nasledujúcich 10 rokov bude pre rozhlasovú reklamu k dispozícii ďalších 20 % poslucháčov. To však bude závisieť aj od programovej politiky BBC, ktorej snahou iste bude získať späť svojich poslucháčov.

Legislatíva

Rozhlasový úrad plánuje vydať 32 nových licencií na komerčné rozhlasové vysielanie do konca roku 1997. Z nich štyri budú pre nezávislé regionálne stanice. Rastúci počet komerčných rozhlasových staníc priniesol väčší vysielací čas pre reklamu a následne aj rapidný rast príjmov z reklamy za posledné štyri roky. Ak však bude trend rastu staníc pokračovať, budú mať jednotlivé stanice, najmä tie, ktoré vysielajú v tom istom priestore, stále menší počet poslucháčov, a teda aj nižšie príjmy z reklamy.

Návrh zákona o vysielaní bude po jeho prijatí výhodný pre regionálnu tlač, pretože poskytne väčšiu možnosť súbežného vlastníctva.

Iné médiá

Historicky vzaté dopyt po rozhlase úzko súvisel s televíznym trhom. Po nástupe Channel 4 v októbri 1992 a ranného vysielania televízie vo februári 1993 rozhlas stratil nielen poslucháčov, ale aj príjmy. Od roku 1986 sa výrazne zvýšili sadzby za televíziu reklamu, čo tiež mohlo prispieť k rastu rozhlasových reklamných príjmov koncom 80. rokov.

Negatívny dosah na dopyt po rozhlasovej reklame môže mať aj piaty terestriálny televízny kanál Channel 5. Rozhlas bude musieť súperiť o celoštátne i lokálne príjmy aj s inými „novými“ médiami, s káblovou a satelitnou televíziou. V súčasnosti zadávateľia reklamy uprednostňujú komerčný rozhlas s jeho týždenným dosahom na 61 % populácie. Satelitná televízia má týždenný dosah 22 % populácie, zatiaľ čo káblová televízia má

zatiaľ iba 1,5 milióna účastníkov (koncesionárov). Pre najbližších 10—20 rokov sa však predpokladá mohutný rozvoj káblovej a satelitnej televízie, čo môže byť vážnym nebezpečenstvom pre príjmy rozhlasu.

Faktory prostredia a životný štýl konzumentov

Zmeny v podmienkach života a životného štýlu budú mať vplyv na to, kedy, ako a ako často budú ľudia počúvať rozhlas. Pretože príjmy z reklamy závisia v prvom rade od počtu poslucháčov, zmeny v ich správaní majú vplyv aj reklamné príjmy.

Celkové publikum rozhlasu v súčasnosti predstavuje 40,6 milióna poslucháčov týždenne, čo predstavuje 86 % populácie. V posledných štyroch rokoch počty poslucháčov poklesli asi o jeden milión, pričom však priemerný počet 21 hodín počúvania rozhlasu týždenne na jedného poslucháča zostal stabilný. Počet poslucháčov komerčného rozhlasu vzrástol od roku 1992 o 4,5 milióna a v súčasnosti má komerčný rozhlas dosah 61 % britskej populácie týždenne. To je však predovšetkým dôsledok väčšieho množstva komerčných staníc. Počty poslucháčov jednotlivých staníc neustále klesajú, čo svedčí o fragmentácii ich publika.

O voľný čas ľudí sa uchádzajú aj iné médiá. Rozhlas ťaží zo skutočnosti, že je lacným, prenosným a ľahko dostupným médium. Výskum Henlyho Centra z roku 1993 ukázal, že priemerná britská domácnosť vlastní tri rozhlasové prijímače. Aj väčšina áut je vybavených rádiom. Pokrok technológie však spôsobuje, že aj CD prijímače sa stá-

vajú cenovo prístupnejšie a navyše aj prenosné. Dokonalejšie CD prehrávače môžu byť vybavené šiestimi i viacerými diskami a naprogramované na hudobný servis, podobný servisu hudobných rozhlasových staníc. Na nových rozhlasových prijímačoch je zjednodušené prepínanie vopred naprogramovaných staníc, takže prepínanie z kanála na kanál je už podobné ako pri televízii. Podľa citovaného výskumu rozhlasoví poslucháči pri vysielaní reklám neprepínajú stanice v takej miere ako televízni diváci. Lepšou vybavenosťou rozhlasových prijímačov sa však môže rezistencia poslucháčov voči reklame zvýšiť.

Výskumná správa z roku 1993 *Media Futures* uvádza, že 71 % vodičov pri ceste do práce počúva rozhlas. Keďže hustota premávky na cestách stúpa, je predpoklad, že táto forma počúvania rozhlasu sa bude rozširovať.

Aj spôsob práce môže ovplyvňovať počúvanie rozhlasu. Keďže tradičný pracovný čas od 9. do 17. hodiny sa mení na flexibilný pracovný čas, ráňajšie a večerné počúvanie rozhlasu prestane byť monopolným. Podobne ovplyvní správanie poslucháčov aj rozširujúca sa práca doma. To bude mať vplyv aj na organizovanie rozhlasových reklamných kampaní.

Podľa publikácie The Newspaper Society (Britskej asociácie regionálnej tlače): Commercial Radio: Advertising on the Airwaves (Komerčný rozhlas – reklama na rozhlasových vlnách) spracoval Samuel Brečka.

V mnohých európskych krajinách a v USA jestvuje kategória žurnalistiky nazývaná mediálna žurnalistika. Patria do nej periodiká a relácie, ktoré sledujú výlučne úroveň iných periodík či relácií. Takouto reláciou je aj relácia *Arret sur images* (Zastavenie obrazov) francúzskeho televízneho programu *La Cinquieme*. O jej analýzu sme požiadali Jeana-Francoisa Sterquela, lingvistického ataše z Centra kultúrnej a lingvistickej spolupráce Francúzskeho veľvyslanectva v Bratislave.

ZASTAVENIE OBRAZOV ALEBO CVIČENIE PROTIMOCI

JEAN-FRANCOIS STERQUEL

Televízny program *La Cinquieme* vysielaný vo Francúzsku na tom istom kanáli ako *Arte* v čase, keď tento kultúrny kanál nevysiela, je výchovným televíznym programom. Je teda prirodzené, že práve na programe *La Cinquieme* sa pred dvoma rokmi zrodila relácia *Arret sur images* (Zastavenie obrazov), ktorej cieľom je naučiť nás pozeráť televíziu takým spôsobom, aby sme videli ďalej ako obrazy. Tento 52-minútový magazín, nahraný v podmienkach vysielania na živo a odvysielaný bez strihania či montáže každú nedeľu o 12.30, analyzuje obrazy, ktoré nám televízia ponúka, najmä počas televíznych novín. Jej režisérom je Olivier Bressy, moderátorom Daniel Schneidermann, vydavateľom Daniel Guigou a producentom RIFF, Alain Taieb. Spomalenie obrazov a zastavenie obrazov. Autori relácie *Arret sur images* skutočne využívajú všetky dostupné technické prostriedky, aby odhalili skrytú symboliku obrazu, eventuálnu manipuláciu mediálneho prejavu, vedomú alebo náhodnú manipuláciu našich každodenných zdrojov informácií. S touto vážnou a ironickou, zábavnou a bdelou reláciou moc žurnalistov-hviezd naráža na protimoc, ktorá si kladie za úlohu „robiť žurnalistiku o obrazovej žurnalistike“, ako vyhlásil moderátor Daniel Schneidermann (*Bonheur*, marec 1997). Skutočne, ktorý televízny žurnalista, niekedy autor tendenčných montáží alebo omylov nepostrehnuteľných na obrazovke, tváriaci sa ako garant oklieštených obrazov alebo obrazov, ktoré sme už videli inde, dokonca premenených na kresbu, aby lepšie upútali verejnosť, sa na druhý deň ospravedlní alebo opraví svoje chyby pred televíznymi divákmi? Žiaden. Obraz poľuje na obraz a v očiach televíznych divákov je zajtra už iný deň... Len povinnosť vyplývajúca zo zákona mohla doposiaľ prinútiť autorov programu odvyselať ospravedlnenia za svoje informácie. Ale s reláciou *Arret sur images* existuje priestor na ospravedlnenie sa v televízi, obrazovka, ktorá ukáže pravdu o obrazoch, ktoré sme v priebehu týždňa videli. Ako výsmešná protimoc relácia *Arret sur images* má ešte i tú odvahu, že sa vysielala v nedeľu od 12.30 do 13.30, plne konkurujúc televíznym no-

vinám tradične vysielaným vo Francúzsku o 13. hodine s cieľom lepšie „informovať“ rodiny, ktoré sa stretli v čase obeda.

Odrazu sa „Francúzska audiovizuálna krajina“ stala skutočnou krajinou a žurnalisti pozorovateľmi jej západov slnka a jej polmesiacov. Kritické relácie sa rozšírili vo vysielaní, akoby každý program chcel produkovať (a kontrolovať) svoju debatu o médiách. Nikdy si lepšie neposlúžime, ako keď si poslúžime sami sebe! *France 3* vysielala reláciu *Ligne de mire* (Mieriaca čiara) v nedeľu v tom istom čase, keď beží *Arret sur images*: televízne aktuality v nej komentuje Jacquelin Chancel, ktorý si všima v prvom rade estetiku a programovú politiku. Na programe *Canal+* v sobotu o 19. hodine ide *Le Journal de TV+*: Mala by televízia menšiu hodnotu bez analýzy „TV+“? Program *M6* ponúka reláciu *Culture Pub*, ktorá každé dva týždne rozprúdi publicistickú debatu, ktorá prenasleduje najmä malé stanice. Doposiaľ nikdy nevenovala francúzska televízia toľko pozornosti tomu, čo hovorí! Táto tendencia (móda?) sa časovo zhoduje s vynorením sa satelitných programov, ktorých programové „kytice“ v poslednom čase až do nekonečna diverzifikovali mediálnu ponuku a jej nebezpečenstvá. Jestvuje v súčasnosti psychóza Francúzov obklopených svetom televízie? V každom prípade Daniel Schneidermann proklamuje, že je lepšie, keď „nenecháme deti sami pred televíziou a keď je vždy nablízku nejaký dospelý človek“. (*Bonheur*, marec 1977). Samotný francúzsky parlament si uvedomuje riziko, ktorému nás vystavujú médiá. Začiatkom roku 1997 senátu predložili projekt doplnujúceho zákona pre „obrazovku“, touto praxou úradné orgány mohli očierňovať obrazovku za moderátorov, ktorí sa náhodne spreneverili republikánskym nariadeniam vo verzii faktov, tak ako ich uviedli na kanáli. Tento doplnujúci zákon neprešiel.

Arret sur images je proti nepriateľom „obrazovky“. Nemaskuje veci, ale ich odhaľuje. Napríklad, objavíme tu, ako sa islamizmus vo Francúzsku môže stať deliktom, ak veríme žurnalistom televíznych novín, ktorí zneužitím jazyka hovoria

o „prezumpčnom islamizme“ podozrivého z atentátu (*Arret sur images*, 6. apríl 1997). Odkedy sa tohto termínu zmocnila mediatická debata, ktorá vždy zjednodušuje, pretože musí rešpektovať vysielač čas, vzniká tu efekt taxonómie – alebo sklznutia významu na termíny patriace do toho istého sémantického poľa. Takto sa prešlo od *islamu k integrizmu*, potom k *islamizmu*. Ale televízny divák musí dávať pozor na takého zneužitie jazyka, ktoré sprevádza a znečisťuje referát o udalosti. Nezamieňajme si *islamizmus a terorizmus*. Týmto príkladom relácia *Arret sur images* nastolila vážnu otázku. Média a verejná mienka sa konfrontujú v situácii

vo vzťahu sily. Ale je to televízia, ktorá využíva svoju moc, aby ovplyvnila publikum, alebo verejná mienka, orientujúca debatu, vedenú televíziou v skutočnosti tak, aby pritiahla čo možno najširší okruh poslucháčov? Ak je televízny divák klientom (myslite na „inzerentov“!), televízia mu musí prioritne ponúknuť to, čo má rád... Cirkusové hry sú aktuálne aj v roku 1997. Našťastie, že nám zostáva skepticizmus relácie *Arret sur images*.

Z francúzskeho originálu Jean-Francois Sterquel: *Arret sur images*, ou l'exercice du contre-pouvoir preložila doc. PhDr. Danuša Serafinová.

MEDIÁLNE PRÁVO A MEDIÁLNA ETIKA – NA POMOC ČI NA PREKÁŽKU

V dňoch 15. a 16. mája 1997 sa v Bratislave v zasadačke Slovenského syndikátu novinárov konalo švajčiarsko-slovenské mediálne fórum venované mediálnemu právu a mediálnej etike v roľ pomocníkov alebo prekážok pre žurnalistov.

Toto mediálne fórum bolo organizované ako súčasť čiastkového projektu č. 4 *Spolupráca s univerzitami* základného programu *Spolupráca s východnou Európou* v oblasti médií zastrešeného rozhlasovou stanicou Radio Schweiz International (SRI) a financovaného švajčiarskou vládou. V rámci tohto programu, na ktorého čele stojí Daniel Pasche (SRI) sa v rokoch 1996–98 uskutočňuje viacero podujatí na Slovensku, v Poľsku a v Maďarsku. Sú to 4 mediálne fóra (1997 v Bratislave, 1997 a 1998 v Budapešti a 1998 v Poľsku) za účasti prednášajúcich z oblasti teórie a praxe žurnalistiky zo Švajčiarska a príslušnej krajiny; študijné pobyty docentov zúčastnených krajín vo Švajčiarsku; vybavenie knižníc katedier žurnalistiky (participujúcich na projekte) v príslušných krajinách najnovšou odbornou literatúrou z oblasti komunikácie.

Rad mediálnych podujatí sa symbolicky začal na Slovensku ako najmenšej zo zúčastnených krajín.

Prípravou mediálneho fóra boli poverení za švajčiarsku stranu Univerzita v Berne, Inštitút publicistiky, vedúci profesor Roger Blum, koordinátorka Carmen Steinmannová, za slovenskú stranu Filozofická fakulta Univerzity Komenského, katedra žurnalistiky – vedúci profesor PhDr. Jujraj Vojtek, CSc., koordinátorka podujatia docentka PhDr. Danuša Serafinová, CSc., technická pomoc docent Jozef Vatrál, CSc.

Na mediálnom fóre vystúpili za švajčiarsku stranu profesor Roger Blum a docent Ludwig Hasler. Avizovaného profesora Jörga Paula Müllera

nahradil Dr. iur. LL. M. Markus Schefer. Za slovenskú stranu to boli profesor JUDr. Ľudovít Jacz, CSc., docent JUDr. Ľuboš Šefčák, CSc., docent PhDr. Vladimír Holina a PhDr. Miloš Nemeček.

Roger Blum (nar. 1945) študoval v Bazileji dejiny a štátne právo, od roku 1989 je profesorom pre mediálnu vedu na Univerzite v Berne. Od roku 1991 je predsedom švajčiarskej tlačovej rady. **Ludwig Hasler** (nar. 1944) študoval filozofiu na Univerzite v Zürichu a od roku 1983 je zástupcom šéfredaktora *St. Galler Tagblatt*. Zároveň je docentom publicistiky na vysokej škole v St. Gallene a docentom filozofie. **Markus Schefer** (nar. 1965) študoval v Berne a Georgetowne v USA právo. Je odborným asistentom seminára z verejného práva na Univerzite v Berne. **Ľudovít Jacz** (nar. 1924) študoval právo na Univerzite Komenského v Bratislave a od roku 1985 je profesorom žurnalistiky na FFUK, katedra žurnalistiky. **Ľuboš Šefčák** (nar. 1919) študoval právo na Masarykovej univerzite v Brne a na Univerzite Komenského v Bratislave. Od roku 1990 je docentom žurnalistiky na FFUK v Bratislave, katedra žurnalistiky. **Vladimír Holina** (nar. 1935) študoval žurnalistiku na FFUK v Bratislave. Od roku 1995 je docentom žurnalistiky na FFUK v Bratislave, katedra žurnalistiky. **Miloš Nemeček** (nar. 1935) študoval žurnalistiku na FFUK v Bratislave. V roku 1981 získal akademický titul PhDr. Od roku 1991 je predsedom Asociácie vydavateľov periodickej tlače na Slovensku.

Na mediálnom fóre odznali počas dvoch dní tieto témy: L. Hasler: *Medzi obchodom a morálkou. Možnosti a hranice mediálnej etiky*. Ľudovít Jacz: *Novinárska etika v praxi*. Roger Blum: *Strážcovia smerom dovnútra i navonok? Problémy žurnalistickej samokontroly na príklade švajčiarskej tlačovej rady*. Vladimír Holina: *K problematike*

konštituovania tlačovej rady v Slovenskej republike. Markus Schefer: Európske štandardy v mediálnom práve? Systém slobody prejavu v zmysle článku 10 Európskej konvencie pre ľudské práva (EMRK), Miloš Nemeček: Mediálne právo a etika z pohľadu vydavateľa. Luboš Šefčák: Otázky mediálneho práva.

Po každom vystúpení sa konala diskusia o otázkach, ktoré vopred pripravil každý prednášajúci. Plénum sa navyše obrátilo s mnohými konkrétnymi otázkami najmä na prednášajúcich zo Švajčiarska.

Mediálne fórum sa stretlo s dobrým ohlasom. Popri študentoch katedry žurnalistiky (ktorým bolo pôvodne určené) sa na ňom zúčastnili aj zástupcovia novinárskej praxe z rozhlasu a televízie, ďalej

zástupcovia tlače, agentúry a výskumu, Aliencie pre etiku novinárov, americkej organizácie Pro Media a iní. (V priemere 55 ľudí denne).

Otázky žurnalistiky prinášajú v tomto čísle plný text príspevkov prednášateľov zo Švajčiarska. Vďaka finančnej podpore švajčiarskej vlády vyjde na prelome rokov 1997/98 aj dvojazyčný zborník z tohto mediálneho fóra.

Keďže mediálne právo a mediálna etika sú veľmi citlivými otázkami, možno organizovanie podobných podujatí len uvítať a jeho iniciátorom zo Švajčiarska i touto cestou poďakovať.

Doc. PhDr. Danuša Serafinová, CSc. katedra
žurnalistiky FFUK,
koordinátorka podujatia

NOVINÁRSTVO A MÉDIÁ NA PRELOME STOROČÍ

Hranica storočí či tisícročí bude čoraz častejšie podnetom na zásadné úvahy o jednotlivých oblastiach ľudskej činnosti, nevynímajúc masové médiá. Osemdesiate výročie novinárskeho vzdelávania v Poľsku poskytlo príležitosť na zorganizovanie medzinárodnej konferencie orientovanej na túto tému. O problematike novinárstva sa v skutočnosti hovorilo trochu retrospektívne, najviac aktuálne (smerom k súčasným problémom) a sčasti aj perspektívne.

Minulosťou je to, čo sa pred osemdesiatimi rokmi v Poľsku začínalo ako vzdelávanie novinárov na Škole politických vied vo Varšave v roku 1917–1918 a od roku 1950 pokračovalo ako univerzitné štúdium novinárstva na Varšavskej univerzite. Toto obdobie je už porovnateľné s vývojom na Slovensku. Lenže v Poľsku tento proces prebiehal vo väčšom meradle, s väčším počtom študentov a s podstatne väčšou otvorenosťou k „svetu“, k vtedajším teoretickým a výskumným koncepciám.

V súvislosti s univerzitným vzdelávaním a teoretickou koncepciou, o ktorú sa toto vzdelávanie opieralo, sa najčastejšie opakovalo meno prof. Mieczysława Kafela (autor knihy *Prasoznawstwo* –1966, 1969), v súvislosti s novinovedným výskumom meno Ireny Tetelowskej. K tomu, čo na konferencii odznelo o prínose prof. M. Kafela z Varšavskej univerzity a riaditeľky Strediska novinovedného výskumu (OBP) v Krakove I. Tetelowskej pre poľskú novinovedu, považujem za potrebné povedať, že práce oboch autorov boli známe aj na Slovensku. Časť diskusií medzi týmito dvoma významnými osobnosťami sa odohrála na poľsko-československých alebo českosloven-

ske-poľských novinovedných sympóziách v šesťdesiatych rokoch. Bol to zároveň jeden z podnetov teoretického novinovedného myslenia aj zameralia výskumu na Slovensku. Poľská novinoveda nám vtedy ukázala alternatívu rozvíjania nedogmatického vedeckého uvažovania, alternatívu oficiálne presadzovanej marxisticko-leninskej moskovskej školy. Každý, kto sa bude vážne zaoberať vývojom teoretického novinovedného myslenia na Slovensku, nebude môcť tieto súvislosti obísť.

V rokovaní konferencie podstatne viac miesta zaujali *súčasný problémy*. Problémy deväťdesiatych rokov sú poznačené najmä skúmaním procesu transformácie médií (v Poľsku vyšlo niekoľko zborníkov s touto tematikou), skúmanie aktuálnych problémov neviedlo zatiaľ k širším teoretickým zovšeobecneniam, aj keď na nich pracuje podstatne väčší počet odborníkov ako na Slovensku. Odznali upozornenia, že v materiálnej sfére treba vidieť príčiny určitej jednostrannosti uskutočňovaných výskumov. Chýba pokračovanie rozvíjania teoretického myslenia, prevažujú expertízne práce robené na objednávku. Didaktické potreby však vyžadujú integráciu získaných poznatkov aj metodické zovšeobecnenia (prof. B. Golka).

V príspevkoch o súčasných problémoch poľského novinárstva sa neraz opakovala požiadavka na hlbšie vzdelávanie novinárov, na prehĺbenie ich profesijnej prípravy pri práci s faktami a ich overovaní, skvalitnenie etického a estetického rozmeru pri práci so slovom, stabilizovanie vzťahov medzi novinármi a vydavateľmi atď.

Takáto orientácia diskusie bola akousi mierou polemikou alebo korekciou „technologicky“ orientovaných príspevkov, uberaúcich sa techno-

logickými zmenami novinárskej profesie, ktoré sa v poslednom období zrýchlili a dotkli sa sociálnych problémov pracujúcich novinárov, ako aj prípravy adeptov novinárskeho povolania či nedostatočnej technickej vybavenosti novinárskych škôl na moderné spracovanie informácií. V súvislosti s hlavnou témou konferencie, zameranej na perspektívu, odzneli najmä vo vystúpeniach zahraničných hostí premyslené aj vyargumentované predstavy o vzdelávacích potrebách, o potrebe školiť novinárov široko i medzinárodne, orientovať sa na nové špecializácie, sledovať štandardizáciu technologických procesov, pripravovať novinárov aj na prácu v malých súkromných rozhlasových a televíznych štúdiách, pripravovať žurnalistov, ktorí sa vzdelávajú, rešpektovať aj etnické zmeny v spoločnosti. Neodmysliteľnou témou, dnes to už na takýchto podujatiach ináč ani nemôže byť, bol Internet. Internet svojim interak-

tívnym potenciálom mení spôsob komunikácie, pri masovom rozšírení prekračuje hranicu masovej aj skupinovej komunikácie smerom k individuálnemu informačnému záujmu. To neznižuje jeho význam pre prostriedky masovej komunikácie, najmä tlač. Internet umožňuje šíriť tlač skôr, ako je vytlačená. Vznikajú tisíce amatérskych titulov „tlač“. Mení sa spôsob práce s informáciami. Internet sa stáva aj prostriedkom zábavy. Dynamika zmien je taká rýchla, že ťažko predpovedať ďalší vývoj. Isté však je, že bude podstatne ovplyvňovať žurnalistiku v 21. storočí.

Vzdelávanie novinárov v krajinách strednej a východnej Európy by malo zabezpečiť rýchlejšie zvládnutie procesov, ktoré vyplývajú z technologických zmien komunikácie a zachovať tvorivý, kultúrny a humanitný obsah žurnalistiky.

Doc. PhDr. Vladimír Holina

IPI REPORT

Ročník 1997

Z 1. čísla štvrtročníka IPI REPORT vyberáme aktuálny článok A. F e i n s t e i n a *Skrytá politická kontrola médií*:

Dnes už nemôžeme hovoriť o Európe rozdelenej na demokratický Západ a diktátorský Východ. Kolaps Sovietskeho zväzu a jeho komunistických satelitov priniesol nebyvalú slobodu pre médiá. Zároveň sa v médiách kapitalistickej západnej Európy presadili trhové sily v takej miere, že v zúfalej snahe o získanie väčšieho publika sa etické hodnoty dostali úplne na vedľajšiu koľaj.

Legislatívne vákuum najmä vo vzťahu k elektronickým médiám nahradilo v mnohých krajinách východnej Európy dovtedajší komunistický totalitarizmus a umožnilo vznik oveľa slobodnejšej, ale finančne podvyživenej tlače. V západnej Európe sa zasa vytvorilo vákuum etické vákuum – ako priamy dôsledok horúčkovitého zápasu o čitateľov, poslucháčov a divákov, čiže o zisky.

Americký miliardár George Sörös, ktorý prostredníctvom svojej nadácie Open Society investoval milióny dolárov do mediálnych projektov v mnohých rodiciach sa demokraciách postkomunistickej východnej Európy, sa začiatkom roka veľmi nelichotivo vyjadril o tienistých stránkach kapitalizmu. V článku pre švédске noviny vyhlásil: „Už nie komunizmus, ale kapitalizmus je úhlavným nepriateľom otvorenej spoločnosti. Otvorenej spoločnosti hrozí nebezpečenstvo nielen zľava, ale aj sprava, z prehnaneho individualizmu, z prílišnej konkurencie a nedostatku spolupráce.“

Po nie najlepších skúsenostiach Sörösa v Srbsku, Chorvátsku a na Slovensku to bolo prekvapujúce vyhlásenie. Dalo však podnet na to, aby sme sa bližšie pozreli na kapitalistickú západnú Európu a uvedomili si, že tamojšie médiá by si mali pozametať pred vlastným prahom.

Zoberme si zákony na ochranu súkromia a osobnosti. Francúzsko má jeden z najprisnejších zákonov na ochranu súkromia. V januári pokutovali týždenník *Paris Match* za uverejnenie dvoch fotografií bývalého prezidenta Francois Mitteranda, tajne odфотографovaného na smrteľnej posteli. Znepokojujúce je, že túto legislatívu možno uplatňovať aj za hranicami Francúzska. V januári francúzsky súd v Rennes uznal vinným z ohovárania britského novinára Johna Seeneyho z *Observeru* za jeho poznámku na adresu miliónára Barclaya, ktorý vo Veľkej Británii vlastní noviny *Scotsman* a *European*. Uložil mu pokutu 4 000 libier.

Avšak ani Briti nemajú byť na čo hrdí. Britský zákon na ochranu osobnosti patrí k najtvrdším v Európe. Navyše sudcom umožňuje ukladať pokuty prakticky v neobmedzenej výške. To vedie k tomu, že noviny platia miliónové odškodné bohatým hviezdám popmusic a futbalovým manažérom.

Britskí novinári sa s obavami pozerajú na francúzsky zákon na ochranu súkromia a nie bezdôvodne. Britská vláda hrozí, že podobný zákon zaviedie aj vo Veľkej Británii. Táto hrozba je aktuálna najmä odvtedy, čo britská bulvárna tlač venuje veľkú pozornosť škandálom kráľovskej rodiny.

Zatiaľ funguje samoregulácia. Bývalý šéfredaktor *Sunday Times of London* Andrew Neil na

túto tému hovorí: „Terajší etický kódex je vynikajúci dokument, ale niektorí redaktori z konkurenčných vydavateľstiev na Fleet Street ním opovrhujú. A nedajú sa odstrašiť ani pokutami. Ak sú právne nástroje v súlade s dobrovoľným kódexom, je pochopiteľné, že žiaden prípad sa nemusí dostať pred súd. Avšak ochranu súkromia je najlepšie prenechať súdom.“

Zoberme si redakčné tajomstvo. Zatiaľ čo viaceré iné západoeurópske krajiny majú jasne definované ustanovenia o ochrane redakčného tajomstva (ako súčasť služobného alebo úradného tajomstva) vo svojich ústavách, Británia nemá písanú ústavu a jej systém precedenčného práva umožnil, že v posledných rokoch prinajmenej dvaja novinári boli donútení prezradiť pred súdom svoje informačné zdroje.

Určitou nádejou v tomto smere je Súd pre ľudské práva v Štrasburgu. Nedávno dal za pravdu britskému novinárovi Williamovi Goodwinovi, ktorý v súdnom spore odmietol uviesť zdroj svojich informácií o jednej počítačovej firme. Avšak jeho súdny spor bol dlhý a vyčerpávajúci.

Novinári v západnej Európe si uvedomujú, že ich profesiu neohrozuje iba snaha niektorých európskych orgánov zaviesť celoeurópsku reguláciu médií, ale že ešte väčšie nebezpečenstvo im hrozí z legislatívy vlastných krajín.

Uniformovanosť médií je súčasťou celkového smerovania k politickej a ekonomickej jednote rozširujúceho sa európskeho spoločenstva. O čom sa najviac diskutuje? Škála tém siaha od koncentrácie vlastníctva médií až po kriminálne zneužívanie Internetu.

Celkove majú Európske vlády tendenciu konať v tomto smere individuálne. V minulom roku v Nemecku prijali zákon o zákaze pohoršujúcich materiálov na Internete. Väčšina pokusov o celoeurópsku mediálnu politiku zlyhala buď na komplexnosti jednotlivých otázok, neumožňujúcich jednotnú reguláciu, alebo na neochote jednotlivých vlád.

Pokusy obmedziť množstvo mimoeurópskych televíznych programov a filmov vo vysielaní európskych televíznych staníc sú v tomto smere skvelým príkladom. Koncom minulého roka sa Európsky parlament vzdal svojho dávnejšieho pokusu zaviesť prísnejšie limity na uvádzanie hol-

lywoodských programov na európskych televíznych obrazovkách.

Na druhej strane zadávatelia reklamy žiadali Európsku komisiu o uvoľnenie zákonných obmedzení reklamy vo Francúzsku, v Grécku a Švédsku s odôvodnením, že tieto obmedzenia nie sú v súlade s pravidlami voľného trhu.

Avšak aj samotná Rada Európy prijíma neraz nezmyselné rozhodnutia. V októbri minulého roka prijala Chorvátsko ako svojho 40. člena po tom, čo parlament v Záhrebe prijal nový mediálny zákon s kozmetickými úpravami, zaručujúcimi slobodu tlače. Predstavy o jeho uplatňovaní demonštroval už v decembri chorvátsky prezident Franjo Tuđman, ktorý krátko po návrate z liečenia v Spojených štátoch vyhlásil, že „nebude tolerovať faľošných prorokov..., ktorí kážu ľudské práva a slobodu médií“.

Aj keď cenzúru oficiálne zakázali prakticky vo všetkých európskych krajinách, vlády sa nevzdali skrytej politickej kontroly nad médiami, najmä elektronickými. Celkom zrejme je to v prípade vlád krajín východnej Európy, ktorých zdržiavacia taktika pri prijímaní legislatívy umožňuje súkromné prevádzkovanie rozhlasových a televíznych staníc je jednoducho prejavom ich propagandistického myslenia.

Avšak problém politického vplyvu je vážnym problémom aj v západnej Európe. Napríklad televízny rozhovor s francúzskym prezidentom Jacquesom Chiracom z decembra minulého roku bolo príkladom znepokojujúceho stupňa manipulácie. Mediálni pozorovatelia dospeli k záveru, že program, prezentovaný ako „tvrdá previerka Chiracových názorov“ bol v podstate propagačným cvičením Elysejského paláca.

Kritici tvrdia, že medzinárodné legislatívne orgány, akým je Rada Európy, nemajú šancu prijať nadnárodné mediálne normy v čase, keď sa v jednotlivých krajinách vyhrocujú spory medzi vládami a médiami, keď nový mediálny trh – vrátane Internetu a digitálnej televízie – je takmer nekontrolovateľný a keď mediálne konglomeráty zvädzajú zápasy vo vlastných krajinách.

Z anglického originálu preložil
PhDr. Samuel Brečka

NOVINOVEDA JE VEDOU OSOBNOSTÍ A PRIATELSTIEV

Pri príležitosti Tvojho jubilea mi dovoľ pripomenúť dávne časy. Už vyše tridsať rokov uplynulo od chvíle, keď sme sa po prvý raz stretli na stránkach *Otázok žurnalistiky*: v roku 1964 si – ako ich zodpovedný redaktor – uverejnil môj článok *Existuje jazyk tlače?* V nasledujúcom roku *Zeszyty Prasoznawcze* uverejnili Tvoj (vzhľadom na proces utvárania modelu i programu činnosti novinovedných výskumných pracovísk v Európe) významný príspevok *O zameraní výskumov NŠÚ v oblasti teórie novinárstva*. Písal si v ňom, očividne mysliac na Novinársky študijný ústav: „Ocitli sme sa pred úlohou, spočívajúcou predovšetkým na vymedzení historického rámca predmetu našich výskumov; na štúdium, konkrétneho historického materiálu, tlače, metód novinárskej práce, procesu pôsobenia tlače na jednotlivé sociálne skupiny čitateľov v meniacich sa historických podmienkach; na štúdium spoločenských vzťahov, získavania príslušného množstva metodologických skúseností, nevyhnutných pre možnosti zaoberať sa súčasnými problémami novinárstva.“

A ďalej si písal: „Najbližšou úlohou je preskúmať štruktúru a typológiu slovenského novinárstva, sociologickú stratifikáciu štruktúry súčasných slovenských čitateľov, televíznych divákov a poslucháčov rozhlasu. Ústav uskutoční túto úlohu pomocou obsahovej analýzy, pomocou výskumu pôsobenia tlače, ako aj výskumu spoločenskej funkcie tlače a vzťahu medzi tlačou a spoločnosťou.“

Približne v rovnakom čase formulovala úlohy nášho Strediska novinovedného výskumu (O'srodka Badań prasoznawczych) Irena Tetelowská, ako aj iní európski a americkí novinovedci združení v AIERI. Ťažko by bolo vtedy – a o to väčšmi dnes – určiť, kto a čo prvý povedal či napísal zo základov novinovedy. Idey navzájom veľmi blízke ovládli na prelome päťdesiatych a šesťdesiatych rokov myšlienky vedcov v rôznych krajinách a s rôznymi – ako sa vtedy vravelo – politicko-ekonomickými systémami.

V roku 1966 vyšla Tvoja kniha *Slovenská žurnalistika 1918--1938*. Zakrátko aj naše *Zeszyty prasoznawcze* uverejnili jej významnú recenziu. Napísal ju Felix Kiryk, v tom čase asistent profesora Mariana Tyrowicza, dnes vynikajúci historik a rektor Vysokej školy pedagogickej v Krakove. Recenzia nie je iba zdvorilostným kvitovaním knihy niekoho známeho. Nechýbajú v nej ani kritické poznámky, no začína sa takto: „S určitým oneskorením sa k nám dostala práca slovenského novinovedca J. Darmu o slovenskom novinárstve medzivojnového dvadsaťročia. Hovoriť o obsahu tohto zaujímavého diela sa však zdá samoúčelné, najmä keď v našej doterajšej novinovednej literatúre nemáme syntézu dejín poľskej tlače, ktorá by zodpovedala potrebám vedy v tomto období, a naše výskumy v tejto oblasti vyplynuli vlastne z jednotlivých a čiastkových monografií a menších prác. Zdôraznenie kontrastu medzi našimi výsledkami a výsledkami štúdií histórie tlače našich najbližších južných susedov má ešte aj ten význam, že sa môžeme preukázať pomerne nevelkým metodologickým prínosom, ktorý v zásade musí predchádzať skúmanie samotných historických procesov súvisiacich s tlačou.“

„J. Darmo, čítame ďalej v spomínanej recenzii, nám predstavil obširnu konštrukciu, obsahujúcu charakteristiku obrovského počtu titulov novín a časopisov, tlačových agentúr, politiky ústredných mocenských orgánov, ako aj – v trochu menšom

meradle – otázok rozširovania tlače, listov čitateľov do spomínaných novín a mnoho iných zaujímavých problémov.“

Ešte koncom roku 1969 sme v *Zeszytoch Prasoznawczych* uverejnili Tvoje nadšené slová o zameraní Inštitútu pre výskum masových komunikačných prostriedkov, ktorý sa od 1. januára 1968 stal súčasťou Výskumného ústavu kultúry a verejnej mienky. Vtedy si písal: „V rokoch 1968–1970 inštitút uskutoční celoslovenský výskum o pôsobení tlače, rozhlasu a televízie (...). Na tieto práce nadviažu v rokoch 1970–1974 doplnujúce výskumy, výskumné sondy, teoretické práce (...). V rokoch 1974–1975 inštitút zopakuje celoslovenský výskum v celej jeho náročnej koncepcii (...). Nadväzujúc na výsledky empiricko-teoretických výskumov, inštitút bude rozvíjať základnú teóriu prostriedkov masovej komunikácie (...). V ďalších rokoch sa uskutočnia aj teoretické výskumy, porovnávacie výskumy s českou tlačou a rozvojom prostriedkov masovej komunikácie vo svete.“

Lenže tam kdesi hore bolo napísané ináč. Nebolo Ti dané riadiť realizáciu týchto plánov. Avšak to, čo sa stalo, neskalilo naše priateľstvo. V šesťdesiatych rokoch sme sa stretávali na rôznych medzinárodných konferenciách. Najväčšmi mi utkvel v pamäti kongres AIERI v juhoslovanskom meste Herceg Novi. Veľmi som sa potešil, keď som Ťa o štvrtstoročie neskôršie, v roku 1990, uvidel ako účastníka konferencie AIERI v slovinskom Bledě.

Ďakujem Ti, že si poctil svojou prítomnosťou štyridsiate výročie nášho Centra novinovedného výskumu. Pri príležitosti Tvojho jubilea Ti želám pevné zdravie, veľa nových úspechov a – a to je najdôležitejšie – spokojnosť s vlastným životom.

Walery Pisarek

JUBILANTA VEK NETLAČÍ, KEĎ JE VERNÝ TLAČÍ

Prvýkrát som zbystrila pozornosť pri vyslovení jeho mena pred pätnástimi rokmi. Dlho rezonovalo v pekných spomienkach jeho bývalých kolegov v redakcii známeho bratislavského periodika. Osobne som sa s ním zoznámila až na pôde Novinárskeho študijného ústavu v polovici osemdesiatych rokov.

Aj v súčasnosti doc. PhDr. Andrej TUŠER, CSc., udržiava kontakty s naším výskumným pracoviskom. Poznám ho ako všestrannú osobnosť, ktorá rozvíja svoje aktivity vo viacerých oblastiach, preto má jeho meno zvuk v slovenskej žurnalistickej tvorbe, vedeckej publicistike, editorskej i pedagogickej sfére.

V novembri tohto roka oslávi 60-ročné jubileum, prežité vo viac ako 35-ročnej tvorivej symbióze s prostriedkami masovej komunikácie. Pri tejto príležitosti pán docent Tušer určite neodmietne odpovedať na niekoľko osobne orientovaných otázok.

Vaša životná cesta neviedla priamočiaro od maturitného stola do lavice bezstarostného vysokoškolačka. Bola to náhoda, osud, alebo cielavedomý zámer zárobkuchtivého pragmatika?

V živote to väčšinou chodí tak, že človek mieni, ale osud či náhoda veci mení. Moje prvé kroky po maturite v roku 1955 skutočne viedli do, ako vy hovoríte, lavice bezstarostného vysokoškolačka. Bola to slovenčina – nemčina na vtedajšej Vysokej škole pedagogickej v Bratislave, pretože som mal veľmi rád slovenský jazyk a ako mladý človek som túžil ovládať i ďalšie jazyky. Po prvom semestri som však pre vážne zdravotné rodinné problémy (to bol ten osud) musel školu zanechať. A ten osud zrejme chcel, aby som išiel pracovať na železnici do funkcie výpravcu. Nebolo jednoduché stať sa výpravcom, príprava s množstvom odborných skúšok trvala rok. Ani to povolanie nebolo ľahké, vyžadovalo si veľkú zodpovednosť, disciplinovanosť a presnosť. Pre devätnásťročného mladíka byť pánom železničnej stanice bola mimoriadna záťaž. Tomuto obdobiu práce, keď som sa stretol s nefalšovaným životom a tvrdými ľuďmi v rôznych železničných staniaciach, však vďačím za to, že som sa neskôr dokázal vyrovnáť s mnohými ťažkosťami. Po piatich rokoch som začal pracovať v redakcii týždenníka *ČSD-Východná dráha*, ktorý zaberal oblasť Moravy a Slovenska pod názvom *Bratislavská dráha* a počas môjho pôsobenia v rokoch 1962–1972 viackrát menil názvy: *Bratislavský železničiar*, *Západoslovenský železničiar* a *Železničiar*.

Koncom 60. rokov boli mnohí novinári za svoju angažovanosť perzekvovaní normalizáciou. Štúdium odboru publicistiky na FFUK v Bratislave vám v tomto búrlivom čase poskytlo závetrie?

Musím najprv povedať, že novinárstvo bol môj životný sen a moje meno pod novinárskou prvotinou sa objavilo už v roku 1947 v týždenníku *Náš národ*. Odvtedy som bol pravidelným prispievateľom rôznych periodík. Obdobie šesťdesiatych rokov, na ktoré sa pýtate, bolo veľmi zložené. Nerád naň spomínam. Keďže vysokoškolské novinárske štúdium som absolvoval popri zamestnaní, nemožno hovoriť o nejakom závetrí. Pracoval som v novinách a angažovanosti som sa nevyhol. Aj pre mňa bolo Dubčekovo obdobie jarou. A trest za to ma neminul – pokarhanie s výstrahou. Ten zápis sa potom ťahal so mnou až do hlbokých osemdesiatych rokov, keď som už pôsobil na Filozofickej fakulte UK. Nie a nie dostať súhlas na začatie aspirantúry.

V 70 rokoch ste istý čas pôsobili ako vedúci redaktor v bratislavskom Večerníku. Bola to riziková funkcia, ktorá v spravodajsky orientovanom periodiku vyžadovala nielen pohotovosť, ostražitosť nad presnou a „neškodnou“ formuláciou informácií, triezvosť úsudku a dobré nervy. Ako ste zúročili skúsenosť z tohto obdobia v ďalších rokoch?

Predovšetkým som zúročil skúsenosti z mojej železničiarkej školy života. Vo *Večerníku* som pôsobil sedem rokov. Boli to nádherné žurnalistické roky, aj keď spoločensko-politické obdobie rokov 1973—1979, keď som tam pracoval, ťažko nazvať nádherným. Istý čas som bol vedúcim redaktorom vnútropolitického oddelenia. Tie to noviny sme sa snažili však napriek normalizačným tlakom robiť tak, aby boli pre čitateľov stráviteľné. Dennodenne sme vysvetľovali predstaviteľom nášho vydavateľa, ktorým bol Mestský výbor KSS v Bratislave, že *Večerník* má iné poslanie ako ostatné denníky, že musí mať prístupný a zrozumiteľný jazyk, že musí mať stručné a krátke články, že musí prevažovať spravodajstvo nad hodnotiacimi textami. Práve toto bolo najťažšie dosiahnuť, pretože vydavateľ chcel všetko hodnotiť. Viete si predstaviť, z akého hľadiska. Nazdávam sa však, že sa nám darilo práve v tomto období vydávať noviny, ktoré sa dali čítať. Tešilo nás, že ľudia už dlho pred ich vyjdením stáli v rade pred novinovými stánkami. Ako mestské periodikum mali nebývalý náklad: vo všedné dni okolo 50 000, v piatok až do 80 000 výtlačkov.

Prečo ste sa po devätnástročnej aktívnej novinárskej práci rozhodli venovať výskumnej a pedagogickej činnosti v Kabinete teórie a dejín žurnalistiky Katedry periodickej tlače a agentúrneho spravodajstva FFUK?

Aktívna novinárska práca je veľmi krásna, ale náročná. Najmä ak sa robí zodpovedne. Hovorili ste o dobrých nervoch. Tie sú skutočne prepotrebné. Obdobie, v ktorom som pôsobil vo *Večerníku*, nebolo pre novinára ľahké. Sústavný stres sa nemohol neodraziť aj na zdraví. A tak napriek výbornému redakčnému kolektívu som sa rozhodol pre odchod na školu. Mal som pocit, že s mojím širším vzťahom k žurnalistike tu budem osožnejší. Medzitým som totiž už spolupracoval na výskumných aktivitách a na rôznych odborných analýzach s Novinárskym študijným ústavom. Ako jeho externý redaktor som zavedol edíciu *Výskum praxi*, v ktorej som zredigoval vyše desať odborných publikácií.

Špecializujete sa na regionálnu a lokálnu tlač. Ste najkompetentnejší posúdiť, či na Slovensku je dostatočne rozvinutý tento typologický subsystém periodickej tlače. Možno situáciu u nás porovnať s podmienkami v USA alebo iných veľkých štátoch, v ktorých by Slovensko predstavovalo iba menší región?

Regionálna a lokálna tlač je veľmi významný subsystém. Venuje sa mu u nás viac novinovedcov, podobne ako i v zahraničí. Sú to moji kolegovia i priatelia. Ale na otázku, ktorú ste položili, by ťažko niekto mohol jednoznačne odpovedať. Stav sa dá posúdiť s porovnateľnými krajinami. Slovenská regionálna a lokálna tlač má veľa spoločných znakov predovšetkým so stredoeurópskou, to znamená s rakúskou, maďarskou, poľskou, samozrejme s českou, ale i nemeckou regionálnou a lokálnou tlačou. Možno konštatovať, že náš subsystém regionálnej a lokálnej tlače je dostatočne rozvinutý. Má bohatú históriu, ale práve v tomto období prežíva svoj zlatý vek. Od roku 1989 počet periodík vzrástol zo 122 na 395 v roku 1996, no prvé výsledky výskumu rozšírenosti regionálnej a lokálnej tlače po územnosprávnom usporiadaní Slovenskej republiky, ktorý realizujeme v Novinárskom študijnom ústave v tomto

období napovedajú, že reálne číslo sa blíži k šesťstovke! Takmer každá lokalita sa už hlási so svojím periodikom. Nie sú to noviny s vysokými nákladmi, skôr naopak, ale plnia nezastupiteľnú integračnú funkciu.

Vo svojich výskumoch ste veľa času venovali aj vývoju večerníkovej tlače na Slovensku. Spomínali ste zlatý vek regionálnej a lokálnej tlače. Mali ho teda už i večerníky, alebo ich len čaká?

Večerníková tlač je súčasťou subsystému regionálnej a lokálnej tlače. Je to špecifický druh tlače z viacerých hľadísk, predovšetkým však z aspektu komplexného pôsobenia na čitateľa. Venoval som mu veľa vedeckého skúmania doma i v zahraničí. Spracoval som jeho vývoj v Česko-Slovensku od najstarších čias, sledujem ho v súčasných podmienkach na Slovensku, po získaní mnohých materiálov zo zahraničia som vypracoval typologickú charakteristiku tejto tlače vo svetovom meradle aj so základnými bibliografickými údajmi. Môžem jednoznačne potvrdiť, že je to tlač, ktorá ešte nedávno mala najvyššie náklady v mnohých krajinách. Neraz v nej prevažuje bulvárnosť, ale predovšetkým pohotovosť a spravodajská skratka. Naše súčasné večerníky v porovnaní so svetovými zaostávajú v ponímaní tejto tlače (obsahové zameranie, grafická úprava, rozsah novín), ale nazdávam sa, že celkove sa ich zlatý vek už pominul. Nastúpili nové médiá, ktoré sú silným konkurentom najmä v operatívosti.

V pedagogickom procese pôsobíte 17 rokov v rôznych formách štúdia žurnalistiky. Môžete uviesť ich prednosti a nevýhody?

Na Filozofickej fakulte UK v Bratislave sa realizuje v súčasnosti iba denné štúdium žurnalistiky a vlani sme otvorili v Žiline externú formu pre novinárov z praxe. Nazdávam sa, že po zrušení štúdia popri zamestnaní absentuje v žurnalistickej praxi dostatok novinársky vzdelaných redaktorov. Potvrdil to aj nedávny prieskum novinárskej profesie na Slovensku, realizovaný Slovenským syndikátom novinárov za príspevnia programu Phare za demokraciu. Nemožno povedať, že iba absolvent žurnalistického vysokoškolského štúdia sa dobre uplatní v novinárskej praxi, ale jeho „použitie“ v redakcii je univerzálnejšie než absolventa nenovinárskeho vysokoškolského vzdelania. Podľa môjho názoru v súčasnosti by bolo najvýhodnejšie kombinované vzdelanie, napríklad dvoj-, resp. i viacodborové. Profesionálno-etické nároky na novinára sú veľmi vysoké a tomu by mala zodpovedať aj ponuka vzdelania. V ostatnom období pribúdajú vysokoškolské učilištia, ktoré majú vo svojej náplni aj žurnalistiku v rôznych podobách a kombináciách. Nazdávam sa tiež, že z hľadiska súčasného uponáhľaného života má pre redaktorov po absolvovaní vysokoškolského novinárskeho či nenovinárskeho štúdia najväčší význam samovzdelávanie. Tvrdím, že novinárska profesia si vyžaduje vysokoškolsky vzdelaného človeka, pretože vzdelanie a kvalifikácia ovplyvňujú kvalitu žurnalistickej produkcie. Výnimky môžu iba potvrdiť pravidlo.

Aké sú Vaše pracovné plány do budúcnosti, splnili sa Vám doposiaľ všetky túžby?

Možno sa Vám to bude zdať neskromné, ale s mojou doterajšou profesionálnou cestou som spokojný. Neprijemné veci, ktoré mi uštedrila, prekonávam činnosťou. Realizujem svoj životný sen, v ktorom čas nehrá úlohu. Do budúcnosti mám veľa konkrétnych plánov, pretože novinárska i novinovedná práca sa nikdy nekončí.

Za rozhovor ďakuje PhDr. Zdena Čupíková

ŽIVOT V SLUŽBE SLOVENSKEJ NOVINOVEDY

(PHDR. JOZEF DARMO, CSC., 65-ROČNÝ)

V knihe *Zvliekanie hadej kože*, ktorá prezentuje časť jeho novinárskej, odbornej publicistiky po novembrovej revolúcii, nachádzame jeho základné životopisné údaje: PhDr. Jozef Darmo, CSc. – novinár, publicista, vedec, historik mediálnej komunikácie, narodený 7. 10. 1932 v Libichave, okres Bánovce nad Bebravou. Absolvent Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave (1952–1957), odbor žurnalistika. Po aktívnej práci v novinách pracovník (1958), v rokoch 1961–1970 riaditeľ Novinárskeho študijného ústavu (NŠÚ), šéfredaktor teoretického časopisu *Otázky žurnalistiky* (1963–1970, 1990–). V roku 1968 získava hodnosť doktora filozofie, v roku 1986 kandidáta historických vied.

Vedecky, občiansky, profesionálne sa ako publicista výrazne angažoval v demokratizačnej vlnе slovenskej inteligencie v 60. rokoch s vrcholom rokov 1968–1969. V čase normalizácie odvolaný z funkcie riaditeľa NŠÚ so zákazom publikačnej a vedeckej činnosti. Do NŠÚ sa vrátil po 20 rokoch (1990) a stáva sa opäť jeho riaditeľom. Dnes sa radí k výrazným osobnostiam slovenskej publicistiky a vedy a k priekopníkom nových pohľadov na mediálnu komunikáciu v podmienkach jej transformácie od totality k pluralitnej demokracii.

Napriek tomu, že PhDr. Jozef Darmo sa formoval ako vedec, novinár a publicista v zložitom období upevňovania totalitného systému 50. rokov preukázal už ako vysokoškolský svoju invenčnú erudovanosť teoretika, historika a politológa. Nebol nikdy konformný svojím myslením a postojmi. Nerozmýšľal o kariére vedca ani historika, ale ťahalo ho to k publicistike, literárnej tvorbe (poézii), hudobnej kultúre. Na školu si prináša z rodinného prostredia hlboké historické povedomie a citlivé národné vedomie a nech to akokoľvek znie pateticky skutočnú lásku k vlasti. Lekcie, ktoré sa nám dostávalo ako študentom pri prednáškach o histórii Slovenska a sprostredkované aj o dejinách slovenskej žurnalistiky boli ponížujúce. Tu sa zrodilo jeho rozhodnutie venovať sa vede, histórii novinárstva, hoci svojimi štylistickými schopnosťami, rétorikou, vyvinutou vizuálnou kultúrou mohol nájsť uplatnenie v slovenských médiách. Príklon k umeniu, hudbe, k dejinám dával jeho mysleniu nekonvenčnosť. Bol odporcom stereotypu a šablón. Nesporný vedecký talent, filozofia, gnozeológia dali mu do vienka zmysel pre koncepcnosť, systémovosť myslenia, a teda predpoklad pre tvorbu vedeckých koncepcií výskumu.

Osobnostné kvality, ako zmysel pre pravdu, česťnosť, kolektívnosť, vzájomnosť utvorili z neho osobnosť, ktorá priťahovala tých, čo túžili po vedeckej sebarealizácii. Jubilant sa tak stal významným organizátorom vedy, talentov a Slovensko mu vďačí, že slovenská novínoveda aj jeho zásluhou nielen ako autora, ale aj ako organizátora naštartovala už v 60. rokoch na európsky a svetový kurz svojho rozvoja. Novinársky študijný ústav, ktorý od roku 1961 viedol, sa začal profilovať na odvážny vedecký projekt výskumu slovenskej žurnalistiky, a to v oblasti historiografického, sociologického, psychologického a lingvistického výskumu mediálnej komunikácie, metodológie teórie a histórie žurnalistiky.

Keď roku 1961 preberal ústav ako riaditeľ, bol NŠÚ v postavení iba pobočky pražského Novinárskeho študijného ústavu. Svojím zásadným postojom, koncepciou výskumu a výsledkami jej realizácie dosiahol už v roku 1962 úplné osamostatnenie ústavu. Aj ročenka *Otázky novinárstva*, od roku 1962 *Otázky žurnalistiky* nadobudla nové smery prezentácie novinovedného výskumu a autorsky sa stala pod jeho vedením vyhľadávanou literatúrou aj v ostatných spoločenskovedných odboroch. Medzi autormi nachádzame výrazné osobnosti novinovedy, ako aj autorov z iných vedných odborov. Je len prirodzené, že doviedol do realizácie svoj projekt prvého slovenského teoretického časopisu. *Otázky žurnalistiky* začali od roku 1969 vychádzať vo vydavateľstve Osveta s periodicitou 4-krát do roka.

Hoci nastúpil do NŠÚ v roku 1958 na systemizované miesto historika komunistickej tlače, neuspokojuje sa vnútorne s týmto zúženým priestorom. Do projektu historického výskumu stavia si celý štruktúrovaný systém slovenskej žurnalistiky, a teda aj žurnalistiky nekomunistickej. Sústreďuje okolo ústavu Klub novinárov nestorov slovenskej žurnalistiky, a to z celého spektra proveniencie novinárov všetkých ideových a politických smerov. Získava ich pre memoárovú tvorbu a zasadnutia klubu boli vítanou príležitosťou na diskusie o historických štúdiách, ktoré ústav publikoval. Tu kultivuje pluralitné zázemie vedy. Jubilant je autorom projektu štvorzväzkových dejín slovenskej žurnalistiky, ktorý zabezpečil aj finančne. Vydavateľsky v spolupráci s Maticou slovenskou v Martine. Prvý zväzok dejín od počiatkov novinárstva do roku 1918 so vstupnou štúdiou projektu (autori: PhDr. M. Hysko za spolupráce s historikmi tohto obdobia), druhý zväzok (PhDr. J. Darma), zahrnujúci obdobie rokov 1918–1938, tretí zväzok zahrnujúci obdobie rokov 1939–1945 (kolektív), štvrtý zväzok – vývoj novinárstva po roku 1945 (autorský kolektív). Z projektu vyšiel iba druhý zväzok Jozefa Darma *Slovenská žurnalistika 1918–1938*. V tomto diele Darma ukázal, že nie je len historikom komunistickej tlače. V atmosfére nežiľivosti nekomunistickým prúdom slovenskej žurnalistiky dokázal tieto prúdy nielen rovnocenne prezentovať, ale dokonca poukázať na novinárske osobnosti nekomunistickej proveniencie. Bol to čin vyžadujúci v tom čase a v tej dobe nielen vedeckú erudovanosť, ale aj odvahu a osobnú česťnosť. S veľkou dávkou odvahy bola prezentovaná aj jeho štúdia o DAVE (1964). Táto štúdia je prvá, ktorá sa v slovenskej historiografii postavila proti kultovským interpretáciám osobností tohto myšlienkového prúdu. Je stavaná ostro, polemicky a historicky fundovane. Čítame v nej: „Vychádzame z toho, že na DAV nemožno mechanicky znášať kritériá súčasnosti (želaní, čo malo byť), ale ho treba ponímať len a len v kontexte spoločenského vývinu vtedajšieho obdobia... Slovom, historický prístup v historicky kladených hodnotiacich kritériách. Iba tak možno hodnotiť postoje DAVU (DAV ako súčasť žurnalistiky tieto postoje nevyhnutne mal, ak chcel byť súčasťou žurnalistiky, odpovedajúcej na potreby doby)... Kritériom na hodnotenie DAV-u nebola analýza dosiahnutých výsledkov v konfrontácii s možnosťami, ale predovšetkým želanie „Čo sme chceli z DAV-u mať“. ...práve táto diskusia, najmä kritika DAV-u v tejto diskusii sa stala podhubím na hlbšie rozpracovanie „kritiky“ v 50. rokoch v súvislosti s „odhaľovaním“ buržoázných nacionalistov v strane. Táto kritika bola „obohatená“ práve o tieto „fakty“, ktoré vyžadoval kontext obvinení (*Otázky žurnalistiky*, 1964, s. 138, 202).

Ďalšími štúdiami sú: *Ideológia, politika a žurnalistika*, ktorá vyúsťuje v prirodzené právo novinára mať svoj názor aj na politické rozhodnutia vtedy všemocnej strany. Toto právo odvodzuje od rozdielnej roly politika a novinára v spoločnosti, že

pokiaľ budú politici a novinári ako samostatné povolania, budú v spoločnosti prítomné aj ich diferencované pohľady na spoločenskú realitu. Odvážna a novátorská čo do pohľadu na vtedajšiu slovenskú realitu rokov 1939–1945 je aj štúdia *Propaganda slovenského štátu*. Vyšla v dvoch pokračovaniach v *Otázkach žurnalistiky* v roku 1965 a 1967. Už úvodné pasáže tejto štúdie naznačili dovtedy neakceptovaný prístup: „Voľba našej témy je pre prehĺbené poznanie histórie slovenskej spoločnosti v rokoch 1938–1945 nanajvýš aktuálna. Z doterajšími povrchnými poznatkami jednotlivých stránok režimu slovenského štátu už nevystačíme. Bude osožné, nielen z hľadiska dejín tlače, masovej propagandy, ale predovšetkým z hľadiska poznania, spoločenského vedomia tejto doby, jej politického, kultúrneho, a morálneho profilu v celej zložitosti a protikladnosti podrobiť toto obdobie dôkladnejšiemu bádaniu. Objektívnosť pohľadu si nepochybne vyžiada ešte ďalšie precízne historické, filozofické bádania, aby bola možná orientácia v zložitom vývoji tých rokov... Postihnúť, čo za takejto situácie predstavuje reakčnosť a čo určité nevyhnutné emancipačné prvky vo vývoji národa, do akej miery totalitné tendencie ovládli spoločnosť, čo v tomto smere urobila či neurobila propaganda vo všetkých jej zložkách, to je úloha nanajvýš náročná aj pre súčasnú historiografiu slovenskej žurnalistiky“. (*Otázky žurnalistiky*, 1965, s. 320). Aká je to nadčasovosť pohľadu autora aj po 32 rokoch, navyše už po páde totality, v ktorej bola štúdia písaná.

Darmom pripravené a zredigované *Otázky žurnalistiky* v roku 1968 už nevyšli. Normalizované vedenie vo vydavateľstve Matice slovenskej v Martine, kde ročenka vychádzala, ich už hotovú sadzbu rozmetala. *Otázky žurnalistiky* v nasledujúcom roku 1969 vychádzajú už ako časopis vo vydavateľstve Osveta. Prvé číslo uvádza Darmova stať: *Na ceste k vede o masových médiách*. Píše: „Nové prúdenie v spoločenských vedách narúša aj konvenčné pohľady na vedu o masových médiách. Jej teória je v štádiu verifikácie vlastných hypotéz a práve v tomto štádiu potrebuje najšp pevné záchytné body, preveriť doteraz používané metódy a hľadať formy vedeckej verifikácie zhromaždených poznatkov... Pre teoretické závery, ktoré by mali všeobecnejšiu platnosť, nestačia však iba poznatky národných výskumov, ale je nevyhnutná ich konfrontácia so súčasným novínovedným prúdením vo svete. Teda považujeme v tomto zmysle našu novínovednú disciplínu za internacionálnu a kladieme si požiadavku rozvoja novínovednej disciplíny na Slovensku v kontexte svetového novínovedného bádania...“ (*Otázky žurnalistiky*, 1969, č. 1, s. 4–5).

Darmo sa plne angažuje za politické zmeny v roku 1968. Završuje sa tak obrodná politická a vedecká aktivita v demokratizácii spoločnosti, ktorá nadobudla svoj výraz už účasťou na koncipovaní uznesení I. zjazdu slovenských novinárov v roku 1963. V štúdii *Novinár a spoločnosť* sa dotýka postavenia novinára v totalitnom mediálnom systéme. Píše: „Táto spoločenská degradácia novinára v režime osobnej moci mala svoje dôsledky v spoločenskej degradácii žurnalistiky ako prevodovej páky, manipulácie s verejnosťou, redukovanie postojov, ku ktorým mala dospieť iba na úrovni oficiálnej politiky, vopred daných zámerov na vestník oficiálnych stanovísk. Na druhej strane degradácia novinára z poslanca spolutvorcu politickej reality na ‘čistého’ realizátora vôle politikovej, pričom ešte medzi politikom a novinárom pôsobil aparát, ktorý rozhodoval o spôsobe a množstve informácií, poskytovaných novinárom.“ (*Otázky žurnalistiky*, 1969, č. 1, s. 12.) Darmo išiel v kritike postavenia žurnalistiky a novinárov v totalitnom systéme až nad rámec možného, čo sa vo vtedajšej psychológii strachu dalo povedať. Dômyselne využíval citácie z „klasikov“ marxiz-

mu na podporu svojich demokratických úsilí a pohľadov. Pozoruhodné sú v tomto smere jeho ďalšie štúdie *Spoločenská kritika a žurnalistika* (*Otázky žurnalistiky*, 1969, č. 2, s. 3–17.), *Lenin a žurnalistika* (*OŽ*, 1979, č. 1.). Nie fetišizácia Lenina, „klasikov“, ale premyslene cielená výpoveď o realite mediálnej situácie, ktorá bola možná už v nastupujúcej renesancii totality po odstránení Dubčekovej reformnej garnitúry. Kto nepochopí tento možný priestor na prežitie pozitívneho myslenia, nemôže spravodlivo súdiť dobu. Platí, že v čase nástupu inkvizície myslenia je možné posúvať toto myslenie či uchrániť dosiahnuté iba cez citácie nekritizovateľných veličín, ktorými systém každej dogmatickej teórie operuje a na nej spočíva.

Darmove iniciatívy nachádzame aj pri rozvíjaní edičnej činnosti NŠÚ: *Malá encyklopédia novinárov* (biografický slovník novinárov), *Bulletin Žurnalistiky* (venovaný aktualitám a prekladom západnej zahraničnej literatúry), edičné rady: *Sociológia čitateľa*, *Obsahová analýza médií*. Nasledujú jeho iniciatívy v budovaní špeciálnej novinárskej knižnice na Slovensku, bibliografie (*Documenta Bibliografica*), budovanie historického archívu, archívu slovenskej politickej karikatúry, terminologického slovníka masmédií. Radia sa sem aj medzinárodné iniciatívy a aktivity: iniciovanie a organizácia známych slovensko-poľských odborných sympózií, iniciovanie založenia novínovedného dokumentačného centra v Bratislave pre krajiny strednej a východnej Európy (terajšie CEKOM s prepojením AIERI). V čase, keď došlo k zastaveniu vydávania *Novinárského sborníka* v Prahe pretvára *Otázky žurnalistiky* obsahovo na „celoštatný“ časopis novinovedy s filiálnymi redakciami v Prahe a Brne. *Otázky žurnalistiky* otvárajú priestor autorom západnej novinovedy. Keď zanikol NŠÚ v Prahe a likvidátorské tlaky z pražského ústredia novinárskej organizácie silneli aj na postupnú likvidáciu NŠÚ v Bratislave, bráni ústav všetkými prostriedkami. Nachádza pomoc vo vedení novinárskej organizácie na Slovensku, v členoch jej vedenia (Jurača Charváta, Perle Karvašovej, Antona Kormana, Miloša Marka) a v ďalších nadšencoch novinovedného výskumu. Keď predsa v roku 1968 došlo z finančných dôvodov k odčleneniu NŠÚ od Zväzu slovenských novinárov, hľadá riešenie v začlenení ústavu do SAV. Napokon za podpory Leopolda Podstupku, ktorý v tom čase pracoval ako poradca povereníka kultúry a informácií Brenčiča dochádza k začleneniu NŠÚ v ekonomickom a rozpočtovom servise do Osvetového ústavu v Bratislave ako Inštitútu pre výskum masových komunikačných prostriedkov. Od apríla 1968 stáva sa po reorganizácii tohto ústavu a vytvorení Výskumného ústavu kultúry a verejnej mienky voľne napojenou súčasťou na ekonomický servis tohto pracoviska. Od Povereníctva kultúry a informácií získal súhlas pripraviť projekt osamostatnenia tohto pracoviska od 1. januára 1970. Toto riešenie je výsledkom jeho mimoriadneho úsilia zachrániť homogenitu výskumu novinovedy. Podarilo sa mu prekonať počiatočné navrhované riešenie, ktoré spočívalo vo vytvorení Výskumného ústavu kultúry a informácií. Nesúhlasil vtedy so splynutím novinovedného výskumu v tomto novoutváranom monolite, kde by bolo ťažké presadzovať špecifiku novinovedného výskumu. Napokon bol prijatý jeho návrh a ústav dostal pomenovanie Výskumný ústav kultúry a verejnej mienky a NŠÚ pod prechodným názvom Inštitút pre výskum prostriedkov masovej komunikácie mal šancu ďalšieho autonómneho rozvoja. Darma však už projekt vypracovaný na osamostatnenie ústavu v roku 1970 nerealizoval. Za orientáciu svojej vedeckej práce, angažovanie sa v demokratizačnom procese rokov 1963–1968 a verejné odsúdenie okupácie sa s ním nielen strana, ale aj neprajné sily konkurencie vyrovnali. Bol odvolaný z funkcie riaditeľa a následne výpoveďou z NŠÚ (Inštitútu)

pozbavený práce na výskume na plných 20 rokov. Až revolúcia v novembri 1989 ho vracia späť do NŠÚ. Na základe konkurzu stáva sa opäť riaditeľom ústavu. Zakladá novú etapu rozvoja výskumu, jeho „preladenie“ na transformačný proces demokratickej vedy a jej programového včleňovania do komparácie s novínovedným výskumom západných vedeckých inštitúcií. Pod jeho vedením si ústav obhájil aj v nových podmienkach trhovej ekonomiky svoj štatút vedeckého pracoviska zaradeného do vedeckovýskumnej základne Slovenskej republiky. Dnes ústav disponuje dlhodobým výskumným projektom. *Otázky žurnalistiky* sa stali pod jeho vedením dôsledným glosátorom a inovačným faktorom transformačných zmien tvorby a mediálneho trhu.

Organicky s výskumom spája Darmo svoju už dlhodobú pedagogickú činnosť na katedre žurnalistiky FFUK. Známe sú jeho aktivity na poli novinárskych organizácií, člena Rady vlády pre informačnú politiku a masmédiá a najnovšie sú to projekty vzdelávania novinárov a jeho priama účasť v realizačnom tíme profesora Brillu pri príprave novej Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, kde práve vďaka jeho aktivite počíta zákon aj so zriadením prvej Fakulty masmediálnej komunikácie na Slovensku. Položil základy koncepcie tejto fakulty.

Darmo to nikdy nemal ľahké. Išiel za svojím cieľom vytrvalo, húževnate. Vždy bránil priestor pre skutočnú vedu, a to aj v situáciách silných mocenských, manipulátorských tlakov, nech prichádzali z ktorejkoľvek strany. Má cennú vlastnosť, a tou je žičlivosť vedeckému odbornému rastu iných. Dokáže sa tešiť z ich úspechov. Preto sa postavil za pracovníkov ústavu aj v kritických, osudových časoch. Je priam spontánnym stúpencom slobody bádania, názorov a myslenia vo vede. Získaval si nielen priateľov, ale súčasne akoby magicky priťahoval aj intrigánov, závistlivcov, polovzdelačancov, ktorí zakaždým usilovali o jeho likvidáciu. Priala im, žiaľ, každá doba. Hĺbka historického vedomia, poznanie, skúsenosť, čestnosť, etický kresťanský základ jeho bytia dávali mu a dávajú mu morálnu silu čeliť týmto „úskokom“, znevažovaniu jeho práce, a to až so stoickým nadhľadom. Výsledky práce a objektívny prínos Darma ako vedca či pedagóga stal sa už, bez ohľadu na názory kohokoľvek, majetkom nás všetkých. Takmer dvestovka štúdií, desiatka publikácií a veľký počet publicistických článkov, úvah a esejí sú dostatočným dôvodom na kolegiálnu a vedeckú poctu.

Doc. PhDr. Jozef Virčík, CSc.

KONIEC FOTOGRAFIE?

V Prahe sa zišli fotopublicisti a redaktori európskych fotografických časopisov, aby uvažovali nad osudom klasickej fotografie na konci storočia. Otázku vnucuje až bombasticky ohlasovaný nástup digitálnej fotografie s lákavými prednosťami. Ponúka nové možnosti snímať i prezentovať sa. Vynikajúce služby robí v dokumentácii, užitočná bude v reklame, zrejme sa stane rozhodujúcou technológiou fotospravodajcov. Zatiaľ sú to však prísluby a prvé, rozpačité kroky. Atraktívna je pre konzumnú fotografiu (rodinnú, turistickú), pravda, udomácní sa, až bude menej ťažkopádna, ľahšie ovládateľná a cenovo dostupnejšia. Teraz je luxusom (a nepraktickým) i pre stredné vrstvy na Západe. Platí to aj o jej novinárskom využití, ktoré je limitované tiež skromnými tvorivými možnosťami (úzka škála objektívov, malá kapacita). Ak je pre profesionálov dôležitá kvalita, financie a čas, digitálna fotografia im zatiaľ ponúka isté výhody len v poslednej položke – najmä v možnosti okamžitej kontroly a v prenose.

Účastníci pražského stretnutia sa ľahko zhodli, že klasická fotografia je zatiaľ nenahradiateľná. Možno je trochu nemoderná a pomalá, ale lepšia technickými parametrami, dostupnosťou i tvorivými možnosťami pri snímaní. (Zaostáva rýchlosťou prenosu.) Vraj bude dominovať ešte jednu–dve generácie. Digitálna fotografia vyhovuje úzkemu okruhu užívateľov a nebude skoro dostupná širokej verejnosti. Teraz je optimálne spojenie klasického snímania s digitálnym spracovaním obrazu. Odpoveď na dilemu digitálne či klasicky ovplyvňuje aj zameranie užívateľa: Chcem byť fotografom, alebo chcem robiť obraz, biznis?

Viac než samotné technológie publicistov a redaktorov vzrušoval osud fotografie. Otázkou totiž nie je, či digitálne alebo na film, ale či vôbec. Azda prekvapujúco sa na konferencii hovorilo predovšetkým o novinárskej fotografii. Tá totiž ovplyvňuje celú fotografiu, jej popularitu a komerčné výsledky výrobných firiem. Potvrdilo sa: s novinárskou fotografiou je zle. Nielen u nás sa znižuje priestor pre ňu a znižuje sa jej kvalita. Je to celosvetový trend. Jadro to formuloval Wolfgang Behnen, obrazový redaktor *Sternu*. Konštatoval, že súčasná novinárska fotografia sa vyznačuje nedostatkom obsahu. Prijala márnivú a márnivú výzvu elektronických médií – „ľahké témy“. Žurnalistika nerozpráva obrazom. Časopisy stratili individualitu a kvalitu. Chýba veľkorysosť k fotografii a kreativita ako odpoveď na krátkodobosť televízneho obrazu.

Skončili zlaté časy novinárskej fotografie, alebo je to len kríza? Že nejde o zbytočné dramatizovanie, dosvedčujú slovenské noviny a časopisy. Ony novinársku fotografiu vlastne ani nepotrebujú, zbytočne im sťažuje prácu. Preto je v našej tlači fotografií menej, niekedy až diletantskej úrovne. Nie je to len vplyv televízie či peňazí, ale aj neochoty pracovať kvalifikovane, vizuálnej negramotnosti čitateľa, hlavne však redaktora.

Paradoxne vyznelo vystúpenie anglického experta Colina Jacobsona. Zanietený znalec ukazoval hlbokopôsobivé obrazové výpovede. Neboli plné krvi, roztrhaných tiel či senzácií. Vynikajúce snímky bez ocenení zo súťaží. Jacobson sporadicky vydáva pútavý obrazový časopis *Reportér*. Niet naň peňazí a možno ho ľudia ani nepotrebujú. Je to symbolické a deprimujúce. Ale v Jacobsonovej nezlomnosti je aj iskerka nádeje. Iste väčšia ako v čine Andreja Reiserera (Slovák), zakladateľa úspešnej skupiny Bilderberg (Nemecko). Po tridsiatich rokoch nechal fotografovanie. Vraj niet pre

koho (kvalitne) fotografovať. Aj v renomovaných časopisoch ubúda ľudí, ktorí vedú s fotografiou pracovať. Kvalitnému obrazu teraz neprípisujú žiaden význam, programovo pestujú nekultúrnosť a banalitu. (*Fotografie Magazin* 1994, č. 5).

Pražské sympóziu (konalo sa pri príležitosti medzinárodného veľtrhu Interkamera a sponzoroval ho Kodak) začalo optimisticky: Nová éra fotografie. Film, na ktorý sme čakali 25 rokov. Vo fotopapieri zabudované prostriedky proti porušovaniu autorských práv. V žurnalistike sa uvažuje nad digitálnym videom: Operátor nasníma príbeh a grafik z neho vyberie záber. Hovorí sa o fotografických knihách na webe... Ale so spoločenskými, usmievavými vedúcimi pracovníkmi Kodaku od rečníckeho pultu odchádzal aj bezbrehý optimizmus. A v redaktoroch a fotografistoch však zostávalo znepokojenie i bezradnosť.

Takže: Koniec fotografie iste nie. Koniec fotožurnalizmu? Veriť sa nechce. Jacobson pripomenul potrebu ísť pod povrch a znovu si všímať všedný život. Nič nového pod slnkom. Ale práve preto ako stratégiu prežitia radí snahu o vizuálnu gramotnosť čitateľov a redaktorov.

Ján Lofaj

POLSKÁ NOVELIZÁCIA ZÁKONA

Poľský Sejm novelizoval 7. júna 1997 zákon o trestnom konaní, v ňom ustanovenia, ktoré sa dotýkajú ochrany zdrojov informácií. V tomto zákone Senát navrhol a poslanci schválili ustanovenia o zachovaní redakčného tajomstva. Prijali novelu, aby sa zachovanie tajomstva dotýkalo údajov, ktoré umožňujú identifikáciu autora materiálu alebo osôb poskytujúcich informácie, ak si vyhradili utajenie údajov. Údaje o informátoroch a autoroch nebudú chránené v prípadoch najťažších zločinov – činnosti smerujúcej ku genocíde, štátnemu

prevratu, atentátu na prezidenta, špiónáži, terorizmu (únos lietadla alebo lode a rukojemníkov) aj vražde. Ak sa novinár zverejnením údajov dopustí prezradenia štátneho tajomstva, bude mať právo zachovať mlčanlivosť o zdroji informácií v tejto záležitosti, ale nezbaňuje ho to trestnej zodpovednosti. Povinnosti novinára zachovať mlčanlivosť môže zbaviť len súd, ak okolnosti zločinu nemôžu byť objasnené iným spôsobom. (Ak prezident podpíše tento zákon, nadobudne účinnosť od 1. 1. 1998.)

Rzeczpospolita, 7.–8. 6. 1997