

MEDIÁLNE SYSTÉMY V EURÓPE – VEĽKÁ BRITÁNIA

Veľká Británia v histórii médií vystupuje predovšetkým ako krajina s vyspelým systémom tlače, ktorej bohatá tradícia sa odvíja od najstaršej demokracie na svete. Veľká Británia priniesla na scénu svetovej tlače nielen preslávené seriózne denníky ako *Times* alebo *Financial Times*, ale aj masové noviny, ktoré z tlače urobili masové médium. Zásluhou BBC sa zároveň preslávila aj ako rodná krajina verejnoprávneho rozhlasu a televízie.

Tlač

Vari hlavnou charakteristickou črtou britskej tlače je existencia veľkého sektora celoštátnej tlače. Vo Veľkej Británii vychádza desať celoštátnych denníkov a jedenásť celoštátnych nedeľníkov (vrátane denníka *The Express*, ktorý vychádza sedemkrát do týždňa). Celoštátne denníky s predaným jednorazovým nákladom 13 miliónov exemplárov číta vyše 60 % a nedeľné vydania, ktorých sa predá 15 miliónov, asi 70 % obyvateľov Veľkej Británie. Pritom tieto údaje ďaleko zaostávajú za nákladmi britskej celoštátnej tlače z 50. rokov. Súhrnné údaje skrývajú enormné rozdiely v nákladoch jednotlivých titulov. Najpredávanejšie z nich – *The Sun* (denník) a *News of the World* (nedeľník) – vychádzajú v nákladoch viac ako 4 milióny exemplárov, zatiaľ čo denníky s najnižšími nákladmi ako *The Independent* alebo *The Independent on Sunday* nepresahujú náklad 300 tisíc.

Aj keď polovica britských novín vychádza v tabloidnom formáte, sektor tlače sa zvyčajne rozdeľuje na tri základné skupiny – *kvalitné, priemerné a populárne* noviny. Všetky noviny vo veľkom formáte sú považované za *kvalitné* tituly. Väčšina tabloidov sa zaraďuje do skupiny *populárnej tlače*. Priemerná tlač sa od 60. rokov výrazne zdecimovala a dnes ju reprezentujú iba tri tituly – *Daily Mail*, *Mail on Sunday* a *The Express*.

Všetku celoštátnu tlač vlastní iba sedem vydavateľských domov, pričom na štyri najväčšie (News International, Mirror Group, United News and Media a Daily Mail and General Trust) pripadá 90 % predaja celoštátnych novín.

Mimoriadne silný je vo Veľkej Británii sektor regionálnej a lokálnej tlače. Celkove tu vychádza 90 ranných a večerných titulov regionálnej tlače, ako aj 8 nedeľných vydaní. Zatiaľ čo náklady regionálnych ranníkov a večerníkov v posledných 25 rokoch trvalo klesajú, nedeľníky prežívajú od konca 80. rokov fázu oživenia. V posledných rokoch dokonca pribudli tri nové. Dva najväčšie regionálne denníky (londýnsky *Evening Standard* [450 000] a glasgowský *Dai-*

ly Recod [750 000]) zásobujú veľké metropolitné oblasti a možno ich v určitom zmysle slova považovať za celoštátne. Pravda, vo Veľkej Británii treba rozlišovať rozdielne „národné“ trhy tlače Anglicka, Škótska, Walesu a Severného Írska.

Okrem celoštátnych novín vychádza vo Veľkej Británii asi 1 500 lokálnych novín, väčšinou týždenníkov. Mnohé z nich sú bezplatné a tie, čo sa predávajú, vychádzajú v pomerne nízkych nákladoch. Najväčšie z nich, *Chester Chronicle*, nepredávajú viac ako 50 000 exemplárov. Na porovnanie: desať najväčších bezplatných novín dosahuje náklady nad 175 000 výtlačkov. Podobne ako celoštátna, aj regionálna a lokálna tlač je v rukách malého počtu veľkých korporácií. Traja zo siedmich najväčších majiteľov vydávajú aj celoštátnu tlač.

Trh britskej časopiseckej tlače je veľký a v posledných rokoch sa neustále rozrastá. Od roku 1985 sa počet titulov zvýšil o 33 % a rastú aj priemerné náklady časopisov. Odhady hovoria, že tu vychádza 6 500–8 000 časopiseckých titulov. Najväčším vydavateľom časopisov je Reed Elsevier, jedna z najväčších vydavateľských spoločností na svete.

Audiovizuálne médiá

Veľká Británia je rodnou krajinou verejnoprávnej televízie. Možno aj to je jednou z príčin, že vo vysielacom sektore naďalej dominuje BBC, ktorá prevádzkuje dva celoštátne televízne kanály, satelitný kanál BBC World, platenú Prime television, teletextový systém, päť celoštátnych rozhlasových staníc, World Service radio, viac ako 40 lokálnych rozhlasových staníc a monitorovaciu službu pre vysielanie. BBC je zároveň významným vydavateľom časopisov a kníh. Napriek tomu, že BBC je predovšetkým verejnoprávna inštitúcia, má početné komerčné aktivity.

Hlavným konkurentom BBC je komerčný Channel 3, známy ako Independent Television (ITV). Tvorí ho 15 regionálnych staníc. Okrem toho GMTV (Good Morning Television) poskytuje ranné televízne vysielanie a Independent Television News (ITN) zabezpečuje celoštátne televízne spravodajstvo (podobne ako Channel 4 a Channel 5).

V 90. rokoch sa značne rozšírilo súbežné vlastníctvo médií. Najmä ITV vlastní množstvo staníc a prevádzkovateľov. Channel 4 vysiela pre menšinové publikum, ale napriek tomu sa živí z reklamných príjmov. (Má samostatný kanál vo Walese – Sianel Pedwar Cymru, ten však dotuje štát.)

Channel 4 ako vysielateľ bez rozsiahlejšej vlastnej produkcie sa pričínal o rozvoj sektora ne-

závislej televíznej produkcie. Od roku 1990 si BBC i Channel 3 musia 25 % programov objednávať u nezávislých producentov. Asi pätina najpopulárnejších televíznych programov pochádza zo štúdií nezávislých produkčných spoločností.

V apríli 1997 začal vysielať piaty terestriálny televízny kanál. Channel 5 so zameraním na mladých divákov má dosah na 70 % britskej populácie. Značnú časť najmä mladšej populácie prilákali satelitné programy, najmä BskyB. Má päť miliónov predplatiteľov a jeho desať kanálov prináša program pre 70 % britských divákov platenej televízie. 40-percentným vlastníkom BskyB je multimediálna spoločnosť News International. Celkove majú diváci vo Veľkej Británii k dispozícii vyše 80 satelitných televíznych kanálov. To nezostalo bez negatívneho vplyvu na rozvoj káblovej televízie. Hoci prípojku káblovej televízie má alebo môže mať vyše 6 miliónov domácností, káblová televízia má iba 2 milióny predplatiteľov. V krajine pôsobí 20 operátorov, pričom dvaja najväčší – Telecast a Nynex sú americkí.

K najsledovanejším televíznym kanálom patria BBC 1 a Channel 3, oba približne s 33-percentným podielom na trhu. Channel 4 a BBC 2 majú 10-percentný a satelitná televízia 8-percentný podiel na britskom televíznom trhu. Vo svojich počiatkoch prilákal Channel 5 3,5 % britských divákov.

Na rozhlasovom trhu okrem piatich staníc BBC pôsobia štyri celoštátne komerčné stanice. BBC zároveň prevádzkuje národné rozhlasové stanice pre Škótsko, Wales a Severné Írsko. Okrem nich na regionálnej úrovni pôsobí 5 komerčných rozhlasových staníc so sídlom vo veľkých mestách mimo Londýna. Rozhlasovú scénu dopĺňa vyše 140 komerčných lokálnych rádii. Rýchly rozvoj sektora s dobrými výhliadkami do budúcnosti znásobil podiel rozhlasu na celkových príjmoch z reklamy z dvoch na štyri percentá. Väčšinu rozhlasových staníc kontrolujú veľkí prevádzkovatelia. Iba zopár lokálnych staníc je skutočne nezávislých.

Štátna mediálna politika

Mediálnu politiku 80. a 90. rokov poznamenalo úsilie konzervatívnej vlády podporovať rozvoj veľkých mediálnych konglomerátov. V 80. rokoch to boli pokusy liberalizovať vysielenie, tradične silne regulované. V prvom rade boli uvoľnené reštrikcie vo vzťahu k súbežnému vlastníctvu televíznych staníc tým, že jeden majiteľ mohol vlastniť viac ako jednu televíznu stanicu. Nový zákon o vysielení z roku 1996 umožnil majiteľom tlače kontrolovať televízne a rozhlasové stanice a opačne. Jediným obmedzením je výška podielu na trhu. Napríklad veľké mediálne korporácie nesmú mať väčší ako 15-percentný podiel na lokálnom a 20-percentný po-

diel na národnom trhu. Tento takzvaný „podiel na hlase“ umožňuje veľkým mediálnym podnikom naďalej expandovať. Napríklad najväčší vlastníky médií, News International, má menší ako 11-percentný podiel na celonárodnom „hlase“.

Týmito opatreniami sa cítila najviac ohrozená BBC, financovaná z koncesionárskych poplatkov. Od roku 1986 sa uvažovalo o tom, že sa sprivatizuje alebo bude aspoň sčasti financovaná z reklamy. Nič také sa nestalo a v roku 1996 prijatá charta BBC hovorí o verejnoprávnom pôsobení na ďalších desať rokov. Jednako však krátenie dotácií a tlak na efektívne hospodárenie donútili BBC k reštrukturalizácii, redukcii osadenstva, k výraznejšiemu manažerizmu a k novým komerčným aktivitám. Napriek otvoreným i skrytým útokom proti BBC a snahám o liberalizáciu mediálneho trhu naďalej zostáva mediálnou organizáciou s najväčším podielom na trhu (takmer 20 %).

Systém regulácie

Systém rozhlasového a televízneho vysielenia vo Veľkej Británii sa vyznačuje vysokou mierou regulácie. The Broadcasting Standards Commission má právomoc kontrolovať zobrazovanie násillia a sexu v televízii, ako aj posudzovať vkus a slušnosť televíznych programov. Zároveň sa zaoberá sťažnosťami na porušovanie súkromia a zlého zaobchádzania. The Independent Television Commission (ITC) dohliada nad komerčnou televíziou. Rovnakú rolu v komerčnom rozhlasovom vysielení má The Radio Authority. Všetky tri štatutárne orgány sa pri kontrole médií, riešení sťažností a vynášaní náleзов riadia etickým kódexom. Svoje nálezy publikujú. BBC ako verejnoprávna inštitúcia zodpovedá za svoju činnosť priamo parlamentu prostredníctvom svojich dvanástich verejne menovaných guvernérov. Okrem toho existujú národné rady pre vysielenie vo Walese, v Škótsku a v Severnom Írsku. Funkciu kódexu činnosti do istej miery plnia aj Redakčné smernice BBC. Navyše je tu oddelenie pre sťažnosti poslucháčov a divákov.

Na rozdiel od rozhlasového a televízneho vysielenia tlač nepodlieha žiadnej regulácii. Pokusy o zavedenie zákonnej regulácie v 90. rokoch neboli úspešné. Namiesto toho bola v novinomoch a časopiseckom sektore zavedená samoregulácia, za ktorú je zodpovedná Tlačová komisia pre sťažnosti (Press Complaints Commission – PCC). Riadi sa kódexom, posudzuje sťažnosti (obyčajne sťažnosti tretích strán) a publikuje svoje nálezy. PCC je vedome zriadená podľa modelu Advertising Standards Authority, ktorá sa zaoberá sťažnosťami na reklamu.

Aj keď sa ustanovenia zákona o vysielení dotýkajú mnohých aspektov činnosti médií, médiá vo Veľkej Británii sú regulované prevažne všeobecnou

legislatívou. Celkove asi 140 britských zákonov má ustanovenia, ktoré sa dotýkajú nejakým spôsobom aj médií. Súdy sú i naďalej najdôležitejším nástrojom v snahe prinútiť médiá k zodpovednosti.

Niektoré celoštátne denníky si v 80. rokoch zriadili obmudsmanov, ale aktívnych je dnes iba niekoľko. Najdôležitejšia novinárska organizácia National Union of Journalists (Národný zväz novinárov) prijal svoj prvý etický kódex už v roku 1936. Odvtedy vydal viacero smerníc pre rôzne oblasti novinárskej činnosti. Porušenia kódexu riešila etická rada zväzu, avšak po viacerých sporných prípadoch z 80. rokov práca rady viac-menej stagnuje.

Mediálne organizácie

Hlavnými organizáciami zamestnávateľov sú British Media Industry Group (Skupina britského mediálneho priemyslu – lobistická organizácia zložená najmä zo zástupcov vydavateľských spoločností), Cable Communications Association (Združenie pre káblovú komunikáciu), Commercial Radio Companies' Association (Združenie prevádzkovateľov komerčného rozhlasu), ITV Network Centre (Centrum siete ITV – organizácia nezávislých televíznych prevádzkovateľov), Newspaper Publishers' Association (Združenie vydavateľov novín), The Newspaper Society (Novinová spoločnosť – Združenie vydavateľov regionálnej a lokálnej tlače), Pact (organizácia nezávislých televíznych produkčných spoločností), Periodical Publishers' Association (Združenie vydavateľov časopisov) a Publishers' Association (Združenie vydavateľov [kníh]).

K ďalším dôležitým mediálnym organizáciám patria Audit Bureau of Circulation (Kancelária na overovanie nákladov tlače), Commonwealth Broadcasting Association (Združenie vysielateľov Commonwealthu), Broadcasters' Audience Research Board (Rada pre výskum publika), Institute of Local Television (Ústav lokálnej televízie), National Readership Surveys (Prieskumy čitateľov), Radio Joint Audience Research (Spoločný výskum rozhlasového publika) a Royal Television Society (Kráľovská televízna spoločnosť).

Hlavnými zamestnaneckými a profesijnými organizáciami sú Association of British Editors (Združenie britských redaktorov), British Society of Magazine Editors (Britská spoločnosť časopiseckých redaktorov), Commonwealth Journalists' Association (Združenie novinárov Commonwealthu), Directors' Guild of Great Britain (Cech režisérův Veľkej Británie), Guild of Editors (Cech redaktorov), Media Society (Mediálna spoločnosť), Radio Academy (Rozhlasová akadémia) a Women in Journalism (Ženy v novinárstve). Hlavnými odborovými organizáciami sú Broadcasting, Entertainment, Cinematograph and Theatre Union (Od-

borové združenie pracovníkov vo vysielaní, v zábave, kinematografii a v divadle), Federation of Entertainment Unions (Federácia odborových zväzov pracovníkov zábavného priemyslu), Graphical, Paper and Media Union (Zväz pracovníkov polygrafického, papierenského a mediálneho priemyslu) a National Union of Journalists (Národný zväz novinárov).

Perspektívny vývoj

Situáciu na britskom mediálnom trhu charakterizujú štyri vzájomne prepojené trendy – digitalizácia, rast počtu televíznych kanálov, koncentrácia vlastníctva a znižujúca sa kvalita mediálnych obsahov.

S digitálnym rozhlasovým vysielaním začala BBC experimentovať už v roku 1995. Úplná digitalizácia vysielania sa postará o to, že zanikne problém nedostatku vysielacích frekvencií v časoch, keď sa ročne udeľuje asi 200 rozhlasových licencií. Zmeny v regulácii rozhlasového vysielania vedú k väčšej koncentrácii.

Britskí socialisti v podstate pokračujú v mediálnej politike konzervatívnej vlády a podporujú rozvoj veľkých multimediálnych konglomerátov ako najlepší spôsob presadzovania britských záujmov a britského mediálneho priemyslu na svetovom trhu, na ktorom začína dominovať niekoľko extrémne veľkých, väčšinou amerických mediálnych koncernov.

Znásobovanie programovej ponuky čoraz viac upozorňuje na problém jej kvality. Orientácia reklamy a marketingu na špecializované a okrajové trhy od počiatku 80. rokov priniesla znásobenie počtu časopiseckých titulov, rozhlasových a televíznych staníc, rozhlasových a televíznych programov, ako aj rozšírenie obsahu novín. Zároveň však takýto nárast kvantity znamenal negatívne kvalitu obsahov. Niektorí odborníci sa nazdávajú, že britské médiá ako celok trpia chorobou trivializácie, nazývanej tabloidizácia, pretože hlavný tón v spravodajskej a publicistickej agende udáva tabloidná tlač. Nielen kvalitné noviny, ale aj rozhlas a televízia vraj nasledujú tabloidnú tlač v jej selektívnom spravodajstve, sústreďujúcom sa na kráľovskú rodinu, celebrity, klebety, sex a šport.

Podľa zahraničných prameňov spracoval
Samuel Brečka.

PRAMENE

BROMLEY, M.: European Media Landscape – Unidet Kindom.
In: <http://www.ejc.nl/jr/emland/uk.html>
HUMPHREYS, P.: Das Rundfunksystem Großbritannien.

Desať najväčších britských celoštátnych denníkov (1999)

Titul	Vydavateľ	Náklad (v tis.)	Čitatelia (v tis.)
The Sun	News International Plc	3 554	9 799
Daily Mail	Associated Newspapers Ltd	2 367	5 820
The Mirror	Trinity Mirror Plc	2 262	6 095
Daily Express	Express Newspapers Ltd	1 044	2 412
Daily Telegraph	Telegraph Group Ltd	1 033	2 468
The Times	News International Plc	724	1 846
Daily Star	Express Newspapers Ltd	512	1 591
Financial Times	Pearson Plc	445	614
The Guardian	Guardian Media Group	398	1 105
The Independent	Independent News & Media Plc	225	587

Zdroj: World Press Trends, 2000 Edition, ZenithMedia, London 2000, s. 223.

In: Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 2000/2001, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2000, s. B 378–396.

World Press Trends, 2000 Edition, ZenithMedia, London 2000, s. 221–225.

INFORMÁCIA NA PRAHU DIGITÁLNEHO MEDIÁLNEHO VEKU

V dňoch 3. a 4. mája 2000 (stručne sme písali v OŽ 2/2000) sa v priestoroch rozhlasového kultúrneho domu ORF Argentinienstraße vo Viedni za podpory domácich i zahraničných sponzorov konalo medzinárodné sympóziu pod názvom *Budúcnosť informácie*. Na sympóziu sa v radoch publika zúčastnili aj pedagógovia a študenti Katedry žurnalistiky FiF UK v Bratislave. Kľúčové body problematiky priblížil stručný sumarizujúci text na pozvánke na toto sympóziu: „Už dnes je jasné, že trh 21. storočia bude informačným trhom, na ktorom sa budú vymieňať, predávať alebo kupovať informácie a údaje. Internet mnohonásobil ich ponuku. Každú sekundu pribúdajú tucty nových informácií na webových stránkach. V sieti si možno v súčasnosti vyvolať už viac ako miliardu informácií. Otvorenou otázkou však zostáva význam a spoľahlivosť vyžiadanych informácií, resp. údajov.

Nové informačné technológie stavajú tradičné médiá ako tlač, rozhlas a televíziu pred veľké výzvy. Dochádza k združovaniu a fúziám mediálnych koncernov a tých, čo zasobujú internetovú sieť.

Informačná explózia nezachvátila len mediálny svet. Dotýka sa všetkých oblastí všedného života – komunikácie, zdravotníctva, voľného času, sveta práce, politiky a hospodárstva. Všetky podliehajú hlbokkej zmene.

Európa stojí pred úlohou svojho ďalšieho vývoja k informačnej spoločnosti a uvoľneniu nových potenciálov. Text na margo sa končí slovami komisára EÚ pre technológiu Erkkiho Likanena: „Ten, čo zanedlho nebude online, neprežije.“ Po pri technologických komponentoch a prístupe k informáciám bude však potrebná aj schopnosť produkovať poznatky a využívať ich zmysluplne.

Imperatívy tohto sumáru boli predmetom príspevkov sympózia, oficiálnych rozhovorov i kuloárových diskusií počas občerstvení v závere každého dňa, na ktorých dominovala tradičná rakúska pohostinnosť.

Po uvítacom príhovore **dr. Wolfganga Streitenbergera** zo zastúpenia Európskej komisie v Rakúsku otvoril sympóziu rakúsky prezident **dr. Thomas Klestil**.

Prvý deň odznel príspevok generálneho intendantu ORF **Gerharda Weisa** pod názvom *Informácia a verejnosť: Cesty do digitálneho mediálneho veku* a rozhovor s **lordom Georgom Weidenfeldom**. **Monique van Dusseldorpvá** zo spoločnosti Van Dusseldorp und Partners z Amsterdamu hovorila na tému *Tlač, rozhlas a televízia v internetovom veku*, **Eugen A. Russ** z Vorarlberger Nachrichten/Vorarlberger Medienhaus vystúpil s príspevkom *Mnohonásobné médiá: Žur-*

nalistické, ekonomické a mediálno-politické perspektívy pre informačnú spoločnosť, **Jennifer Lászlová**, poradkyňa v oblasti politiky a public relations z Washingtonu, priblížila nové médiá vo vzťahu k politikom, čo ilustrovala na príklade aféry Clinton-Lewinská. Na záver prvého dňa **Jo Groebbel** z Európskeho mediálneho inštitútu z Düsseldorfu predniesol príspevok na tému *Konvergenca médií, demokracia a budúcnosť médií: Medzi E-obchodom a "informačnými požiadavkami"*.

Druhý rokový deň ako prvý vystúpil **Robert Verrue**, generálny riaditeľ Európskej komisie a generálny riaditeľ Informačnej spoločnosti s príspevkom *Vývoj informačnej spoločnosti – politika Európskej komisie*, **Horst Wenzel** z Humboldtovej univerzity v Berlíne s témou *O začiatku a konci Gutenbergovej galaxie: Mediálne zlomy v diskusii za a proti*. Ďalej **Kim Veltman** z maastrichtského Mc Luhanovho inštitútu s príspevkom *Kultúrne a historické meta-údaje – podnety k novým metódam hľadania*, **Heinz Mandl** z Katedry pre empirickú pedagogiku a pedagogickú psychológiu z Univerzity Ludwiga Maximiliána v Mníchove na tému *Od informačnej k vedomostnej spoločnosti. Vedomostný manažment: Nové schopnosti a kompetencie pre jednotlivcov a organizácie*. Záverečné vystúpenie patrilo **Robertovi Cailliauovi** z CERN v Ženeve. Týkalo sa webových stránok, ich vývoja, regulácie a perspektív ako informačného média. Navyše účastníkom premietli dva filmové príspevky. V prvom odzneli názory na poriadanie sympózia a na aktuálnosť témy. V druhom účastníkmi priblížili Laboratórium mediálnej budúcnosti na Inštitúte technológie v Massachusetts.

Príspevky tohto sympózia budúcnosti podfarbené projekciami na filmovú obrazovku si vypočula do posledného miesta zaplnená sála kultúrneho domu ORF. Záznam sympózia odvysielal i rakúsky rozhlas. Veď proces premeny sveta vplyvom nových médií a novej ekonomiky sa bytostne dotýka všetkých a bolo by krátkozraké, keby sme videli len pozitíva tejto tzv. druhej priemyselnej revolúcie a pred problémami, ktoré so sebou prináša, zavierali oči. K pozitívam transformácie spoločnosti na spoločnosť informačnú nesporne patrí rast zamestnanosti v súvislosti so zakladaním nových podnikov z odvetvia informačných technológií, ďalším pozitívnym aspektom interaktívnej komunikácie, o ktorom sa hovorilo, je možnosť zapojiť do verejnej diskusie čo možno najširšiu časť obyvateľstva. Rizik je však viacero. Prílišná informovanosť ústi do neinformovanosti (overnewsed but uninformed), informácie sú povrchné, eroduje schopnosť chápania komplexných súvislostí. Internacionalizáciou trhov dochádza ku koncentrácii v mediálnej sfére, čím vzniká nebezpe-

čenstvo monopolizácie verejnej mienky, jestvuje potenciálna možnosť zneužitia informácií, manipulácie údajov či šírenia polutovaniahodných obsahov. Ako zabezpečiť slobodu cirkulovania informácií a pritom chrániť pred ich zneužitím? Problém podania informácie a zodpovednosti za ňu je s nástupom internetu taký aktuálny ako nikdy predtým.

K ďalšiemu rozoberanému okruhu patril problém, ako zabezpečiť, aby informácie boli prístupné všetkým, aby nikto nebol off line, aby nepatrili k „Fortschritts-Verlierer“ (poškodeným pokrokom), ako nazval tú časť verejnosti, ktorá má nedostatočný prístup k informáciám, rakúsky prezident dr. Thomas Klestil. V tomto kontexte sa prednášatelia vracali k myšlienke vypracovania spoločnej cesty prechodu k informačnej spoločnosti v Európe, ako ju pod heslom Informačná spoločnosť pre všetkých v Európe naznačilo už vrcholné stretnutie predstaviteľov EÚ v Lisabone. Jednou z požiadaviek bolo už známe vybavenie všetkých škôl Európskej únie do konca roku 2001 prístupom k internetu a príprava potrebného počtu pedagógov pre prácu s internetom do roku 2002.

Okrem globálnych pozitív a negatív spojených s prechodom k informačnej spoločnosti upozornili prednášatelia i na plusy a mínusy špecificky mediálne. Plusom možno pomenovať využívanie nových technológií prenosu obrazu a zvuku dennou tlačou na aktualizáciu svojich obsahov či znásobovanie počtu vysielacích kanálov. Ale možno si pri snahe o maximálnu rýchlosť informácie overiť jej pravdivosť? Kde zostáva žurnalistický etos? Znamená znásobovanie počtu vysielacích kanálov a priori znásobenie počtu obsahov? Viac médií neznamená automaticky ich vyššiu konzumáciu.

Otvorenou otázkou je i postavenie verejnoprávneho rozhlasu a televízie v digitálnom mediálnom veku. Treba ísť s dobou, pracovať multimedialne. ORF prijala túto výzvu, o čom svedčí i skutočnosť, že jej ORF-News-Kanal na internete je najnavštevovanejšou rakúskou webovou stránkou. I pri zmene spôsobu práce ukazuje sa existencia verejnoprávneho rozhlasu a televízie práve v digitálnom veku ako veľmi potrebná. Nemožno dopustiť, aby sa informácia stala iba „tovarom na trhu 21. storočia“, ale treba zabezpečiť, aby zostala i „dôležitým verejným majetkom“. Napokon práve v digitálnom veku sa nemožno zrieknuť kritickej žurnalistiky. Žurnalistiky, ktorej nejde iba o rýchlosť za každú cenu, lebo rýchlosť, ako sa hovorí, je protikladom uvažovania, ale takej, ktorá rozlišuje medzi lžou a pravdou, medzi zmyslom a nezmyslom.

Doc. PhDr. Danuša Serafinová, CSc.,
Katedra žurnalistiky FiF UK,
Bratislava