

UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Verejnoprávna televízia – minulosť, súčasnosť a výzvy
do budúcnosti
Bakalárska práca

Študijný program: Marketingová komunikácia a reklama

Školiace pracovisko: Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy

Školiteľ: Mgr. Peter Mikuláš, PhD.

Nitra 2011

Silvia Štofíková



Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Filozofická fakulta

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Silvia Štofíková
Študijný program: marketingová komunikácia a reklama (Jednoodborové štúdium, bakalársky I. st., denná forma)
Študijný odbor: 3.2.3 masmediálne štúdiá
Typ záverečnej práce: Bakalárska práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský

Názov: Verejnoprávna televízia: minulosť, súčasnosť a výzvy do budúcnosti
Anotácia: V práci sa študentka sústreďí na definíciu toho, čo znamená termín verejnoprávnosť a aká je funkcia a dôležitosť verejnoprávnej televízie v štruktúre mediálneho systému u nás. Zameria sa na najvýraznejšie zmeny chápania a reálneho pôsobenia verejnoprávnej televízie v minulosti až po súčasnosť. V teoretickom exkurze si položí otázku o zmysle verejnoprávnej televízie z hľadiska jej minulosti, v prítomnosti a predpokladov do budúcnosti.

Školiteľ: Mgr. Peter Mikuláš, PhD.
Oponent: Mgr. Jalal Al-Ali
Katedra: KMKR - Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy
Vedúci katedry: doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
Dátum zadania: 07.10.2009

Dátum schválenia: 30.10.2009

doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD.
vedúci/a katedry

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Filozofická fakulta
Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy

Abstrakt

ŠTOFÍKOVÁ, Silvia: Verejnoprávna televízia – minulosť, súčasnosť a výzvy do budúcnosti (Bakalárska práca). Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. Filozofická fakulta, Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy. Odbor štúdia: marketingová komunikácia a reklama. Školiteľ: Mgr. Peter Mikuláš, PhD. Nitra: FF UKF, 2011. 61 s.

Táto práca pojednáva o verejnoprávnom médiu, konkrétne o verejnoprávnych televíziách. Ako prvé je uvedené vysvetlenie pojmu verejnoprávna televízia a vysvetlenie, prečo vznikla verejnoprávna televízia. Snažíme sa nájsť odpovede na otázky týkajúce sa vysielania verejnej služby. Odpoveď hľadáme vo vyjadreniach rôznych odborníkov. Ďalej sa zameriavame na vývoj televízie. Opisujeme verejnoprávnu televíziu Veľkej Británie BBC, ktorá je dodnes považovaná za vzor verejnoprávnej televízie a taktiež verejnoprávnu televíziu USA. Základom práce je vývoj súčasnej podoby Slovenskej televízie ako organizačnej zložky inštitúcie Rozhlasu a televízie Slovenska. Uvádžeme úlohy, poslanie a činnosť Slovenskej televízie a snažíme sa nájsť odpovede na otázku či je verejnoprávna televízia na Slovensku potrebná. Taktiež sa zaoberáme kritikou STV z pohľadu odborníkov. V analytickej časti práce výskumnou metódou dotazník, sa snažíme nájsť pohľad mladých ľudí (17-26 rokov) na Slovensku televíziu.

Kľúčové slová: Verejnoprávna televízia. Verejnoprávne vysielanie. Verejný záujem. Slovenská televízia. BBC. Vývoj televízie. Kritika verejnoprávnych televízií.

Abstract

ŠTOFÍKOVÁ, Silvia: Public Television – The Past, the Present and the Challenges for the Future (Bachelor's Thesis). Constantine the Philosopher University in Nitra. Faculty of Arts. Department of Mass Media Communication and Advertisement. Area of study: Marketing Communication and Advertisement. Supervisor: Mgr. Peter Mikuláš, PhD. Nitra: FF UKF, 2011. 61 pages.

The thesis deals with a topic of a public media service, specifically public television. Firstly, we provide a definition of the term public service and an explanation why did the public television come into being. We try to find the answers to questions concerning public broadcasting services. We look for the answers in statements of various experts. Next, we concentrate on the development of television. We describe the public television of Great Britain –BBC, which is considered to be the prototype of public television and also the U.S. public television. The basis of the work is the development of current form of the Slovak Television as an organizational branch of the Radio and Television of Slovakia. We mention the tasks, mission and work of Slovak Television and we try to find the answers to question whether the public television is needed in Slovakia. We also look at the criticism of Slovak Television from the viewpoint of experts. In the analytical part of the work, we try to find the opinion of young people (17 – 26 years of age) about Slovak Television in the form of questionnaire.

Key words: Public service. Public service broadcasting. Public interest. Slovak Television. BBC. Development of television. Criticism of public televisions.

Pod'akovanie

Ďakujem Mgr. Petrovi Mikulášovi, PhD. za cenné rady, pripomienky a odborné vedenie pri vypracovaní bakalárskej práce.

Obsah

Zoznam ilustrácií	7
ÚVOD	9
Ciele a metodológia práce	11
1. TELEVÍZIA	12
1.1. VYSIELANIE VEREJNEJ SLUŽBY	12
1.2. VÝVOJ TELEVÍZIE	13
1.3. Vývoj televízie v USA.....	14
1.4. Televízia vo Veľkej Británii	15
1.5. Vývoj televízie v Československu.....	17
2. SLOVENSKÁ VEREJNOPRÁVNA TELEVÍZIA	20
2.1. RTVS zo zákona	23
2.1.1. Poslanie RTVS.....	23
2.1.2. Úlohy RTVS.....	24
2.1.3. Činnosť a podnikanie RTVS.....	24
2.1.4. Orgány RTVS.....	24
2.1.3. Financovanie STV	25
2.2. KRITIKA VEREJNOPRÁVNÝH TELEVÍZII	27
3. ANALYTICKÁ ČASŤ	31
3.1. Metóda výskumu	32
3.2. Rozdelenie dotazníka	33
3.2.1. Vnímanie STV ako verejnoprávnej televízie.....	33
3.2.2. Potreba verejnoprávnej televízie a financovanie STV	37
3.2.3. STV ako zdroj zábavy a informácií.....	41
3.2.4. Spravodajstvo STV	43
3.2.5. Záujem o nový kanál STV.....	44
ZÁVER	46
BIBLIOGRAFIA	48
PRÍLOHY	52
Príloha A	53
Príloha B	55

Zoznam ilustrácií

Obrázok 1: Graf 1.....	32
<i>Pohlavie</i>	
Obrázok 2: Graf 2.....	32
<i>Študent/Pracujúci</i>	
Obrázok 3: Graf 3.....	33
<i>Vek</i>	
Obrázok 4: Graf 4.....	33
<i>Zameranie</i>	
Obrázok 5: Graf 5.....	34
<i>Spĺňa STV Vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?</i>	
Obrázok 6: Graf 6.....	36
<i>Ako často sledujete STV?</i>	
Obrázok 7: Graf 7.....	37
<i>Sledujete nejaký program na STV pravidelne? Ak áno, ktorý?</i>	
Obrázok 8: Graf 8.....	39
<i>S ktorým z týchto názorov súhlasíte?</i>	
Obrázok 9: Graf 9.....	39
<i>Súhlasíte s názorom, že na Slovensku v súčasnosti je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá vysiela programy pre všetky vrstvy a skupiny obyvateľov bez ohľadu na ich vek alebo divácke záujmy?</i>	
Obrázok 10: Graf 10.....	40
<i>Podľa vášho názoru - čo by malo byť hlavným zdrojom financovania verejnoprávnych médií na Slovensku.</i>	
Obrázok 11: Graf 11.....	40
<i>Súhlasíte s názorom, že na Slovensku je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá je financovaná predovšetkým koncesionárskymi poplatkami, platbami za reklamu, sponzorskými darmi a nie zo štátneho rozpočtu?</i>	
Obrázok 12: Graf 12.....	40
<i>Súhlasíte s názorom, že na Slovensku je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá je kontrolovaná zástupcami verejnosti a každý z obyvateľov má možnosť oboznámiť sa s jej hospodárením a financovaním?</i>	
Obrázok 13: Graf 13.....	41

<i>Ktorý okruh STV sledujete najčastejšie?</i>	
Obrázok 14: Graf 14.....	41
<i>Čo preferujete na Jednotke?</i>	
Obrázok 15: Graf 15.....	42
<i>Ktorý zdroj z uvedených Vám prináša najviac zábavy?</i>	
Obrázok 16: Graf 16.....	42
<i>Ktorý zdroj z uvedených Vám prináša najviac informácií?</i>	
Obrázok 17: Graf 17.....	43
<i>Je podľa Vás STV zaujímavá aj pre mladšie vekové kategórie? (10-16 rokov)</i>	
Obrázok 18: Graf 18.....	43
<i>Je podľa Vás STV zaujímavá aj pre vysokoškolských študentov?</i>	
Obrázok 19: Graf 19.....	43
<i>Chceli by ste aby STV vysiela náučné programy napríklad na učenie cudzích jazykov v rámci ktorých by boli aj filmy vysielaané v cudzích jazykoch?</i>	
Obrázok 20: Graf 20.....	44
<i>Z akého zdroja najčastejšie čerpáte informácie o dianí doma a v zahraničí? (Iba jedna možnosť)</i>	
Obrázok 21: Graf 21.....	44
<i>Aký je podľa Vás spravodajstvo STV?</i>	
Obrázok 22: Graf 22.....	45
<i>Ktorým DVOM z nasledujúcich kanálov, by ste dali prednosť ak by ste mohli rozhodnúť o novom kanáli STV</i>	
Tabuľka 1	34
Tabuľka 2	35

ÚVOD

Média majú v súčasnej dobe veľkú moc. Ich vplyv na verejnosť je obrovský. Niet divu, že televízia je jedným z najúspešnejších zdrojov informácií a zábavy. Každodenne si televíziu pozrie množstvo ľudí. Nositeľom moci je sila obrazu, pretože keď televízia vznikla, ľuďom bolo prístupné množstvo vizuálnych informácií. Divák bol viac emočne naviazaný na svet, pretože tentokrát mohol vidieť o čo vlastne v skutočnosti ide. A je známe, že oko je najlepším zmyslom pre získavanie informácií a to platí aj pre „kúzló“ televízie. Televízia nám ponúka informácie, ktoré prijímame prostredníctvom zraku a to na nás emočne pôsobí viac, ako keď boli informácie prijímané len prostredníctvom rozhlasu, čiže sluchu.

Treba si však uvedomiť, že pod pojmom televízia v súčasnosti nie je len jedna inštitúcia. Vo väčšine krajín sveta dnes nachádzame rozdelenie televízie na dve sféry: súkromnú a verejnoprávnu. A otázkou ostáva, ktoré televízie majú väčší úspech.

Témou našej práce sú práve média vo verejnej službe, konkrétne televízia vo verejnej službe. Verejnoprávne televízie existujú už mnoho rokov a majú za sebou dlhú históriu. V súčasnosti pojem verejná služba v súvislosti s médiami v nás vyvoláva potrebu vysvetliť, prečo ju potrebujeme (sme jeho príčinou), či napĺňa svoje ciele (naše potreby) a akým spôsobom je zabezpečená jej existencia a funkčnosť (naše prostriedky). V súvislosti s médiami vo verejnej službe sa vynára množstvo otázok. Potrebujeme televíziu vo verejnej službe, ktorá nám má zaručiť široko záberový program, načo je nám verejná služba?

Na Slovensku pôsobí Slovenská televízia ako predstaviteľ verejnoprávnej televízie. Na úvod si treba položiť otázku, či má Slovenská televízia konkurenciu, alebo či je svojím výnimočným postavením vyplývajúcim jej zo zákona z konkurencie vylúčená. Považujú komerčné subjekty STV za konkurenciu? Túto a iné otázky riešime v práci. V prvej kapitole sa venujeme pojmu „televízia“ samotnému a vývoju televízie. Dôležitým poznatkom, ktorý je potrebné vedieť, je správne zadefinovanie pojmu „verejnoprávna televízia“. Tento pojem je preto zadefinovaný taktiež v prvej kapitole. Vo svete pôsobí veľké množstvo verejnoprávnych televízií. Podľa odborníkov a taktiež podľa samotnej verejnosti, sú to Public Broadcasting System (USA) a BBC (Veľká Británia), ktoré možno považovať za vzory verejnoprávnej televízie. Tieto dve televízie sme lepšie priblížili taktiež v prvej kapitole, ktorú sme ukončili vývojom televízie v Československu. V druhej kapitole prechádzame už ku konkrétnej Slovenskej televízii. Priblížili sme jej vývoj počas rokov od jej vzniku až po súčasnú situáciu. Slovenská televízia v súčasnosti existuje ako

organizačná zložka verejnoprávnej inštitúcie Rozhlas a televízia Slovenska, táto kapitola taktiež popisuje úlohy, poslanie, činnosť, orgány RTVS. Samozrejme aj nová inštitúcia Rozhlas a televízia Slovenska sa nevyhne kritike od odborníkov aj od divákov a verejnosti či už ide o dobrú alebo zlú kritiku, kritéria tejto kritiky ale aj konkrétne názory hlavne zamerané na verejnoprávnu televíziu rieši posledná podkapitola.

V analytickej časti práce rozoberáme pohľad mladých ľudí na Slovenskú televíziu ako inštitúciu, ktorá na Slovensku zastáva značnú časť verejnoprávnosti. Formou dotazníka sa zameriavame na oblasti televízie ako je potreba verejnoprávnej televízie, televízia ako zdroj zábavy a informácii, financovanie, spravodajstvo STV a iné.

Slovenská televízia je dôležitá organizácia na slovenskom mediálnom trhu. V tejto práci je hlavným cieľom zistiť či je respektíve nie je Slovenská televízia na Slovensku a pre mladých ľudí potrebná.

Ciele a metodológia práce

Cieľom práce je zistiť názor mladých ľudí na postavenie Slovenskej televízie na slovenskom televíznom trhu. Výskumom sa snažíme zistiť ich názory na potrebu verejnoprávnej televízie na Slovensku a na konkrétnu programovú štruktúru STV. Z tohto výskumu sa snažíme hypoteticky vyvodiť budúce postavenie STV na Slovensku. V teoretickej časti podrobne opisujeme vznik televízie so zameraním na verejnoprávne televízie v USA a vo Veľkej Británii. Hlavne zameranie práce je na vývoj televízie v Československu, následne v Slovenskej republike. Počas prípravy práce a získavanie informácií potrebných na dokončenie práce sa menil predmet práce. Predmetom práce je Slovenská televízia. Na práci sme začali pracovať v januári 2010, keď Slovenská televízia fungovala ako samostatná inštitúcia predstavujúca verejnoprávnu televíziu na Slovensku. V priebehu roka, do termínu dokončenia práce (apríl 2011) sa kvôli politickým zmenám Slovenská televízia zmenila na dcérsku organizáciu inštitúcie Rozhlas a televízia Slovenska. Rozhlas a televízia Slovenska je verejnoprávna inštitúcia, ktorá spoločne riadi dve dcérske spoločnosti, a to Slovenský rozhlas a Slovenská televízia. Keďže zmeny vyplývajúce z tohto zlúčenia prebiehali počas tvorby práce a ešte stále prebiehajú, niektoré informácie v práci môžu byť neaktuálne, keďže niektoré zmeny môžu nastať po termíne dokončenia práce. Informácie do teoretickej časti boli získané z knižných a internetových zdrojov. Analytickou časťou práce je výskum medzi mladými ľuďmi a zisťovanie ich názoru na Slovensku televíziu. Za metódu výskumu bol zvolený dotazník. Táto metóda bola použitá preto, lebo je ľahko šíriteľná a na získanie informácií nebolo potrebné vedieť presne osobné informácie o respondentoch takže mohli zostať anonymní. Dotazníky boli distribuované prostredníctvom sociálnej siete a formou emailu, keďže v súčasnosti je to jeden z najrýchlejších spôsobov ako získať čo najviac potrebných odpovedí. Otázky dotazníka boli štruktúrované tak, aby poňali celkový pohľad na STV. Môže to pôsobiť veľmi všeobecne ale cieľom bolo získať celkový pohľad na STV a jej fungovanie. Táto metóda je osvedčená metóda mnohých výskumov, ktorá prináša všetky potrebné informácie v štruktúrovaných otázkach, čo napomáha pri jej vyhodnotení.

Výber tejto práce podliehal záujmu o túto často diskutovanú tému v súčasnosti. Ide o oblasť verejného života, ktorá je pre autorku práce zaujímavá a myslí si, že je potrebné nájsť vhodné riešenia na vznikuté problémy. Táto práca je výnimočná v tom, že objektom výskumu nie je celé obyvateľstvo ale mladí ľudia, vekovej kategórie 16-27 rokov, ako budúca vedúca generácia Slovenska.

1. TELEVÍZIA

Televízia je v súčasnosti je najrozšírenejším spôsobom zábavy, vzdelania, zdrojom informácií. Vyjadruje sa audiovizuálnou rečou. Televízia je prostriedkom šírenia informácií a propagandy, vedeckých poznatkov, kultúry a umenia. Zaujala miesto v spoločnosti a stala sa súčasťou nášho každodenného života. Plní funkciu informatívno-poznávaciú, výchovno-vzdelávaciu, rekreatívnu, regulatívnu.

Pod pojmom televízia sa však rozumie viacero významov, a to:

1. Technika

Televízia je založená na elektronickom spôsobe prenášania audiovizuálnych informácií na určitú vzdialenosť. Pod týmto pojmom rozumieme spôsob snímania, prenosu a šírenia audiovizuálnych obrazov.

2. Inštitúcia

Inštitúcia, ktorá sa zaoberá tvorbou, realizáciou a šírením televíznych komunikátov. Poznáme rôzne inštitúcie, ich postavenie vo svete je rôzne. Poznáme televízie, ktoré sú štátom riadené, financované a ním aj kontrolované, ďalej ide o verejné televízie riadené a kontrolované organizáciami so silným vplyvom štátu a televízie súkromné majúce charakter podniku založenom na súkromnom vlastníctve.

3. Program

Je to súbor po sebe idúcich, nasledujúcich televíznych komunikátov (relácií) zostavených do programového komplexu, ktorý vzniká ako dramaturgický komponovaný celok, obsahujúci spravodajské, publicistické, umelecké a zložené relácie. Relácie môžu byť vlastné, prevzaté, adaptované, vysielané zo záznamu, alebo priamo (Live).

1.1. VYSIELANIE VEREJNEJ SLUŽBY

Z rôznych pokusov vysvetliť, čo znamená verejnoprávnosť, je známy aj záver, že *verejný* znamená obhajobu verejného záujmu a *právnosť* záruku určitého typu nezávislosti – v tomto prípade verejnoprávnej inštitúcie (Názory...,2000).

Najstarším zdôvodnením vytvorenia systému vysielania verejnej služby je obmedzenosť vysielacieho spektra. Táto obmedzenosť činní z vysielacieho spektra statok, ktorý musí byť použitý vo verejnom záujme, „*prirodzený verejný zdroj*“ (Metyková, 2004). Avšak podľa Grahama Murdocha, prednášateľa kultúrnej sociológie na Loughborough University vo Veľkej Británii, nie je obmedzenosť vysielacieho spektra prvoradá vo vzťahu k vytvoreniu pôvodných systémov (Metyková, 2004). Skôr išlo o filozofické dôvody. Keď v dvadsiatych rokoch minulého storočia vznikol rozhlas, došlo

k dvom významným zmenám v spoločenskom a ekonomickom systéme – nárast masovej konzumácie a zavedenie všeobecného volebného práva. V USA sa vysielanie stalo súčasťou komerčného systému, v Európe k tomu nedošlo. Vysielanie malo poskytovať zdroje pre občanov, predovšetkým zdroj informácií a zároveň priestor pre diskusiu, oboje nevyhnutné k tomu, aby sa mohli stať plnohodnotnými účastníkmi politického života, aby boli dobre informovanými a kompetentnými občanmi. Spisovateľ zaoberajúci sa masmédiami Denis McQuail konštatuje, že vysielanie vo verejnom záujme má zabezpečiť: „kvalitnú službu (definovanú rôznymi spôsobmi) a obvykle zahrňuje akúsi predstavu rozmanitosti a tiež národne politický alebo kultúrny záujem“ (Metyková, 2004). Mac Raboy vo svojej knihe *Public broadcasting for 21st century* uvádza charakteristické črty vysielania verejnej služby: univerzálny prístup, univerzálnu prít'azlivosť, zvláštny dôraz na menšiny, príspevok k budovaniu národnej identity a komunity, nezávislosť na privilegovaných záujmoch, priame financovanie a všeobecné spoplatnenie, súťaž v rovine kvality vysielania a nie počtu divákov a predpisy, ktoré by neobmedzovali výrobcov programov. Taktiež tvrdí, že niektoré z nich sú priamočiare a niektoré problematické (Metyková, 2004).

Poznáme **tri modely vysielania verejnej služby**, ktoré boli založené na princípe verejného záujmu:

- **Sociálno-devolučný** – napr. v Taliansku, Holandsku – extrémna rozmanitosť, to znamená rôzne kanály alebo časové bloky sú pridelené rôznym záujmovým skupinám v spoločnosti
- **Liberálno-korporatívny** – napr. v Nórsku, Fínsku, Dánsku a Nemecku – základným princípom je účasť rôznych záujmových skupín v dozorných a regulačných orgánoch
- **Štátnej služby** – napr. Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska, Slovensko – vyznačuje sa internou rozmanitosťou – potreby rôznych záujmových skupín zabezpečujú tie isté kanály pomocou širokej škály programov. (Metyková, 2004)

1.2. VÝVOJ TELEVÍZIE

Oproti mnohým iným zdrojom informácii, ako napríklad rozhlas alebo žurnalistika, televízia má mladú históriu. Avšak veľmi rýchlo sa vyvíja.

Vo všeobecnosti sa uznáva, že televízia z hľadiska spoločenského vplyvu je vlastne symbiózou publicistiky a dramatiky, pričom „estetizuje fakty a dokumentarizuje umenie“ (Koščo, 1982)

Zrod televízie bol podmienený celkovým rozvojom techniky, možnosťou prenášania informácií na diaľku atď. Najvýznamnejší objav v súvislosti s televíziou urobil Paul Nipkov. Na princípe jeho vynálezu sa robili pokusy v celom rade iných krajín. Avšak on sám nikdy podľa svojho návrhu neuspel. V roku 1897 Karl Ferninand Braun, nemecký fyzik a profesor, zostrojil katódovú trubicu, z ktorej sa neskôr vyvinula obrazovka.

Vo svete sa televízia rozvíjala postupne. Nemecko bolo prvou krajinou, kde pochopili význam prostriedku masovej informácie. Oficiálne vysielanie sa začalo v roku 1935. Vývoj bol nasledovaný Veľkou Britániou (1936), Fínskom, ZSSR (1939). V jedných z dvoch najvýznamnejších krajín sveta a to USA a Veľká Británia sa televízia vyvíjala úspešne rovnako ako vysielanie verejnej služby a dodnes sú tieto krajiny pokladané za tie, ktorých verejnoprávne televízie sú pokladané za vzory.

1.3. Vývoj televízie v USA

Vývoj televízie v USA má svoje zvláštnosti, predovšetkým v tom, že sa využívali všetky poznatky, ku ktorým došli vedci v iných štátoch a že sa o ňu zaujímali veľké spoločnosti, a to v súlade so záujmami využiť ju predovšetkým na komerčné účely. Prvým televíznym vysielateľom bol vysielateľ na budove Empire State Building v New Yorku. Prvou najznámejšou televíziou v USA bola NBC – National Broadcasting Corporation. 30. apríla 1939 vysielala otvárací ceremoniál celosvetovej výstavy v New Yorku a toto vysielanie je považované za zrod americkej televízie. Americkej spoločnosti v súčasnosti vládne v podstate päť najväčších spoločností CBS (Columbia Broadcasting System), NBC a ABC (American Broadcasting Company), FOX, CW (C – CBS, W – Warner Brothers, CBS prebrala vysielanie WB a vytvorila vlastnú televíziu). V USA pôsobí aj PBS (Public Broadcasting System). Ide o nie profitujúcu verejnoprávnu službu, ktorá zahŕňa 354 televíznych staníc v USA (Koščo, 1982). Táto verejnoprávna televízia patrí medzi tie, ktoré sú rešpektované pre svoj nezávislý vzťah voči štátu. Americká PBS má vo svojej charte schválenej Kongresom presne formulovanú povinnosť. „Charta požaduje striktné dodržiavanie objektívnosti, rovnováhy vo všetkých programoch a programových seriáloch kontroverznej povahy. A zakazuje federálnej vláde zasahovať alebo kontrolovať, čo sa vysielá“ (Public Broadcasting Act of 1967) (<http://www.cpb.org/aboutpb/act/PublicBroadcastingAct1967.pdf>). Vláda toto nariadenie

dodržuje, aj keď je jedným z jej sponzorov, pretože prispieva na jej činnosť podstatnými finančnými fondmi. Tvorba programu PBS je v USA financovaná zo sponzorských vkladov rôznych inštitúcií, príspevkom z rozpočtu federálnej vlády a hlavne z finančných príspevkov divákov. Dôležitým morálnym faktorom je aj úcta k divákovi. V USA je „inštitúcia diváka“ veľmi rešpektovanou a váženou entitou, charakterizovaná frázou „Viewers like you“ (Diváci ako ste vy). To znamená, že pred reklamou sponzorov, (ktorá je svojou formou úplne odlišná od reklamy uvádzanej komerčnými televíziami) sa vždy objaví aj titulok „*This program was provided by the financial support of viewers like you, thank you*“ (Tento program bol pripravený s finančnou podporou divákov ako ste vy, ďakujeme). Je to prejav úcty a vďaky voči tým divákovi, ktorí naň finančne prispeli (Stredňanský, 2010)

Ako sme už spomínali médiá v USA sa vyvíjali už od začiatkom predovšetkým s cieľom komerčnosti a preto aj v súčasnosti verejnoprávna televízia je menej úspešná ako komerčné televízie ale stále si drží svoje stabilné miesto na trhu a neklesá smerom dole. Americký novinár Llewellyn King, ktorý spolupracuje s PBS, sa k tejto téme vyjadril nasledovne: „Keď sa v Spojených štátoch rozmohli káblové televízie, každý hovoril, že už nebude treba verejnoprávnej televízie, pretože tu bude Discovery channel, History channel či Biography channel. No nefunguje to, ako by to malo.“ Stále pevne verí, že médiá verejnej služby sú potrebné (Vasilko, 2010)

1.4. Televízia vo Veľkej Británii

Pre vývoj verejnoprávnej televízie je najdôležitejší vývoj televízie vo Veľkej Británii, pretože práve tam vznikla najznámejšia verejnoprávna televízia BBC, ktorá je dodnes považovaná za vzor verejnoprávnej televízie.

„Najstaršia, najobdivovanejšia, najrešpektovanejšia – British Broadcasting Corporation.“

BBC má povest' presnej, nestranej a spoľahlivej svetovej vysielacej korporácii. Hlavným dôvodom prečo je to tak, je jej kultúrny, sociálny a demokratický význam pre Britov. BBC baví, informuje, vzdeláva. BBC vznikla ako vôbec prvý verejnoprávny subjekt na svete. BBC bolo založené v jeseni 1922 konzorciom popredných výrobcov rozhlasových prijímačov. BBC mala „prinášať to najlepšie zo všetkých oblastí ľudského poznania a do čo najväčšieho počtu domácností“. To bola vízia prvého generálneho riaditeľa Johna Reitha. Veril, že pravým zmyslom rádia je vzdelávanie a morálne zdokonaľovanie verejnosti. Pravidelné televízne vysielanie BBC začalo 2.11.1936, ktoré

pozostávalo z príhovorov a z filmového žurnálu a trvalo 40 minút. Televízia bola úspešne prijatá vládou, tlačou a aj verejnosťou. Avšak jeho masové rozšírenie nastalo až v polovici päťdesiatych rokov. Popularita vzrástla vysielaním korunovácie kráľovnej Alžbety II. v roku 1953. Pozitívnym vplyvom na kvalitu programov BBC bol vznik konkurenčnej televízie, prvej súkromnej televízie ITV (Independent Television) v roku 1955. Od roku 1964 vznikol druhý program BBC2. Televízia sa v šesťdesiatych rokoch stala viac programovo rozmanitejšou, bola viac naklonená experimentom, priestor dostali noví autori, ktorí vo svojich reláciách zachycovali situáciu vtedajšej nepokojnej doby. V osemdesiatych rokoch vznikol nový televízny kanál Channel 4 a tiež iné satelitné televízne stanice (Koščo, 1982).

BBC sa opiera o Kráľovskú chartu (Royal Charter) a Licenciu a Dohodu (Licence and Agreement). Tieto dva dokumenty definujú poslanie, ciele, právomoci a povinnosti BBC. Kráľovská charta sa upravuje a obnovuje približne každých desať rokov.

BBC nevysiela žiadnu reklamu a hlavné financie získava z poplatkov „licence free“ – ide o poplatky, ktoré platia domácnosti, ktoré vlastnia televízny prijímač. Druhým zdrojom príjmov sú aktivity BBC Worldwide, komerčné zložky BBC, ktorá predáva relácie, zvukové nosiče, videonahrávky, knihy a časopisy ktoré vytvára po celom svete. Avšak tieto komerčné aktivity sú prísne oddelené od hlavných aktivít BBC a zisk sa vracia do rozpočtu BBC.

V súčasnosti BBC vysiela na deviatich kanáloch a ponúka širokú škálu spravodajských, vzdelávacích a zábavných programov.

BBC One, BBC Two – mainstreamové televízie

BBC Three – multikultúrne zameraný televízny program určený pre mladých

BBC Four – program určený milovníkom umenia alebo intelektuálnych debát

CBBC (interaktívny), **CBeebies** (vzdelávací) – programy určené pre deti od 6 do 12 rokov.

BBC News 24, BBC Parliament – politicko-spravodajské programy

Interactive TV

BBC okrem televízie vysiela na desiatich rozhlasových staniciach a veľmi úspešné a rozsiahle internetové stránky holdingu BBC Worldwide kde sa venuje komerčným aktivitám (Koščo, 1982).

BBC taktiež ako aj ostatné médiá bola už viackrát kritizovaná. Nevyhla sa kontroverzným krokom, ktoré ohrozili jej legitimitu a dôveru v kvalite. Niekoľkokrát bola obvinená z podliehania politickým tlakom. Bezprostredne podliehala v sedemdesiatych a osemdesiatych rokoch cenzúre obmedzujúcej slobodu prejavu. Avšak aj napriek všetkým

obvineniam si BBC drží svoju pozíciu v očiach britskej verejnosti. Na ich stranu sa postavila väčšina verejnosti a printových médií napríklad aj počas kauzy, v ktorej išlo o smrť britského odborníka na bakteriologické zbrane Davida Kellyho. V tejto kauze BBC obvinilo vládu, že je zodpovedná za jeho smrť, pretože Kelly zistil, že Tony Blair manipuluje závery tajných služieb, aby získal podporu verejnosti v súvislosti s vojenským útokom na Irak (Šebes; Šimunek, 2004).

BBC musí neustále obhajovať svoju nutnosť. Britmi je považovaná za neodmysliteľnú súčasť svojich tradícií a preto sa dá predpokladať, že si svoje miesto udrží ešte veľmi dlho a naďalej bude existovať ako silná a dôveryhodná mediálna inštitúcia, ktorá háji verejný záujem. Avšak v iných krajinách Európy, vrátane Slovenska, médiá verejnej služby však takéto šťastie nemajú.

1.5. Vývoj televízie v Československu

Prvé pokusy o prenášanie obrazu na diaľku v Československu sa uskutočňovali začiatkom tridsiatych rokov. Televízia v Československu vznikala viac zo súkromnej iniciatívy ako z iniciatívy štátu. Za otca prvej československej televíznej aparatury je považovaný docent experimentálnej fyziky Karlovej Univerzity v Prahe Dr. Jaroslav Šafránek. Prvé verejné predvedenie televízie uskutočnili 10. decembra 1934. Televízia v Československu mala úspešný začiatok, avšak rozbitie republiky spôsobilo zastavenie vývoja. Po skončení vojny sa pokračovalo s prácou na rozvoji televízie. Prvý vysielateľ bol umiestnený na Petříně v Prahe. Prvé československé štúdio vzniklo v Prahe na Vladislavovej ulici. V čase prvého vysielania malo Televízne štúdio v Prahe desať programových pracovníkov, ktorí mali za úlohu vybudovať špecializované programové útvary: lineárno-dramatickú, politicko-spravodajskú, hudobnú, filmovú, kultúrnu redakciu a redakciu programov pre deti. Vysielalo sa dva dni do týždňa v priemere 2-3 hodiny. Vznikali prvé adaptácie dramatických diel. Vlastné spravodajstvo televízia nemala, vysielala spravodajskú reláciu Čs. rozhlasu a premietala týždenník. V Bratislave vzniklo tretie televízne štúdio v Československu. Vysielalo sa z bratislavského Parku kultúry a oddychu. V prvých dvoch mesiacoch pokusného vysielania sa vysielalo dvakrát do týždňa, pričom v zásade jeden deň tvorili živo vysielané program a druhý bol filmový.

Vývoj Československej televízie bol úspešný. Čo sa týka programovej štruktúry spočiatku prevládalo preberanie hotových, ucelených diel, divadelných hier a kinematografických filmov na základe vzájomných dohôd medzi zainteresovanými inštitúciami. Súbežne sa však rozvíjala i samostatná televízna tvorba. Postavenie

Československej televízie určil Zákon o Československej televízii (č.18/1964 Zb.), ktorým jej činnosť dostala právny základ a upravil jej vzťah k ostatným kultúrnym a verejným inštitúciám. Zákon kodifikoval jej právo na úplnú, komplexnú programovú činnosť. Zo zákona: „*Československá televízia svojou činnosťou založenou na politik Komunistickej strany Československa uskutočňuje politickú, výchovnú prácu, podporuje tvorivú iniciatívu ľudu a prispieva k dovŕšeniu kultúrnej revolúcie.*“

V ďalšom paragrafe je uvedené: „*Československá televízia plní svoje programové úlohy agitačnými, propagačnými a umeleckými prostriedkami, tvorbou vlastných programov, preberaním a šírením výsledkov činností iných inštitúcií a výmenou televíznych programov zo zahraničia.*“ Zákon určoval úlohy, vymedzoval práva a povinnosti.

Od 9.mája 1970 Československá televízia začína vysielat' na 2.programe. 2.program bol obsahový, žánrový a rečový kontrapunkt k programu prvému. Na 2.programe sa začalo i s pravidelným vysielaním vo farbe (od 9.mája 1973) a koncom roku 1973 sa vo farbe vysielal aj program prvý. V sedemdesiatych rokoch pokračovali výstavby dvoch základných televíznych štúdií. Na Kavčích horách v Prahe a v Mlynskej doline v Bratislave.

Šesťdesiate roky boli rokmi hľadanie ciest k naplneniu a realizovaniu myšlienok obsiahnutých v uznesení ÚV KSČ „O stave a nových úlohách Československej televízie“. Začala sa výraznejšie prejavovať aj organizátorská úloha televízie hlavne ak išlo o politické spravodajstvo a propagandu. Sedemdesiate roky charakterizujú úsilie po vnútornej konsolidácii, odstránenie krízového obdobia v celej našej spoločnosti. Z televízie odchádzali pracovníci, ktorí v rokoch 1968-1969 sa vo svojej tvorbe i postojoch dostali na antisocialistickú a antisovietsku platformu, tvorili relácie, ktoré rozleptávali spojenectvo so Sovietskym zväzom a ostatnými socialistickými krajinami, jednotu našich národov. Sedemdesiate roky charakterizujú i extenzívny rozvoj televízneho vysielania. Išlo o vyprofilovanie programových vzťahov medzi dramaturgickými centrami v Prahe a v Bratislave. Československá televízia už od svojho vzniku sa aktívne podieľala na medzinárodnej kultúrnej výmene a spolupráci. V zahraničí bol veľký záujem o tvorbu našej televízie. V roku 1978 počet televíznych koncesionárov na Slovensku prekročil 1 milión.

Od 22. 11. 1989 prinášala ČST priame prenosy z Václavského námestia v Prahe a rôzne diskusné bloky s práve rodiacim sa hnutím za demokraciu. Na základe tejto skutočnosti stratilo vedenie ČST veľmi rýchlo kontrolu nad vysielaním a tak sa mohli dostávať na televízne obrazovky necenzurované zábery a komentáre, ktoré úspešne

dopomohli k pádu totalitného režimu, pretože informovali verejnosť objektívne a rýchlo a nastala premena televízie z vládnej na verejnoprávnu, avšak ešte bez potrebného právneho zázemia.

Odo dňa 4. 9. 1990 došlo k zmene označovania okruhov televízneho vysielania a taktiež k zmene koncepcie televízie, nakoľko ako federálny kanál zostal 1. program, tentoraz však pod názvom F 1. Doterajší 2. program sa rozdelil na dva samostatné vysielacie okruhy a to ČTV pre Čechy a S 1 pre Slovensko (Koščo, 1982).

2. SLOVENSKÁ VEREJNOPRÁVNA TELEVÍZIA

Ešte pred vznikom Slovenskej republiky v roku 1993, vznikli národné inštitúcie Slovenská televízia (STV) a Slovenský rozhlas (SRo), a to v roku 1991. V zákone neboli uvádzane ako štátne ale verejnoprávne, čo malo zabezpečiť ich politickú a ekonomickú nezávislosť od výkonnej moci či už išlo o vnútorné pomery, či o programové, organizačné a obchodné veci. O všetkom rozhodovali Rada STV a Rozhlasová rada, volené NR SR (Koščo, 1982).

V čase keď boli prijaté tieto zákony, tak sa STV a SRo stále podieľali na tvorbe federálneho okruhu. Avšak zároveň získali svoje vysielačie okruhy výlučne pre slovenský program. Ale ani po vzniku SR to nemali tieto inštitúcie ľahké, taktiež sa uvažovalo o ich zrušení, pretože nemali stabilné zázemie, keďže sa im často menili riaditelia ale aj členovia Rady STV. Od roku 1989 sa vo vedení STV vystriedalo viacero manažmentov, ktorí svojou činnosťou odrážali zložitý spoločenský a politický vývoj spoločnosti. Chronické neduhy slovenského politického a spoločenského života sú známe. Ide hlavne o nedostatok politickej kultúry, povyšovanie straníckych a ekonomických záujmov nad záujmy verejného blaha, neschopnosť konsenzu, klientelizmus – to všetko už presne definovali ekonomickí a politickí analytici doma aj v zahraničí. V oblasti médií k tomuto kontraproduktívnemu rámcu pribúdali ešte ďalšie špecifické deformácie:

- V rámci Slovenska do značnej miery dodnes chýba všeobecné povedomie hodnoty verejnej služby v modernej spoločnosti – ide o poznanie, že niektoré služby komerčný sektor stále nevie plnohodnotne a všeobecne dostupným spôsobom nahradiť, pretože je primárne orientovaný na zisk a nie na verejný záujem
- Vznikajúci mediálny systém sa nechápal ako celok, ale ako dva protipóly, reprezentujúce dva odlišné politické režimy – verejnoprávna televízia sa stále spája s predstavou o „štátnom“ vysielaní ako služke moci. A na druhej strane sa komerčné vysielačie vyhlasuje za garanta slobody a nezávislosti média.

Čo sa týka konkurencie, tak práve tá priniesla STV problémy po niekoľkých rokoch fungovania. V auguste 1996 začala vysielať TV Markíza. Išlo o televíziu, ktorá spojila tri strategické faktory, a to: Prvá profesionálne vedená slovenská komerčná televízia, prvá stanica s dostatočným investičným zázemím a prvá súkromná televízia, ktorá vysiela na „tradičných“ pozemných frekvenciách. Tieto tri faktory zásadne zmenili situáciu na slovenskom mediálnom trhu. Komerčná stanica s regionálnym štatútom a počiatočným pokrytím 55-60% populácie v priebehu 4 mesiacov získala podstatne vyšší podiel na diváckom trhu ako STV s jej dvoma celoplošnými kanálmi. Chronické problémy STV

vyústili práve v tomto období do otvorenej krízy – najprv diváckej, potom finančnej a napokon do krízy celej firmy a jej značky (Blahušiak a kol., 2001).

V západnej Európe sa komerčné televízie presadzovali pomalšie pretože sa zameriavali viac na zábavu ako kvalitné spravodajstvo. Avšak v štátoch bývalého východného bloku sa však komerčné televízie presadili ako najsilnejší hráči na trhu už počas prvého roku. Avšak väčšina verejnoprávnych televízií sa s tým dokázali vyrovnat', uskutočniť dôležité zmeny vo svojej právnej subjektivite, prispôbili sa novým podmienkam a prešli do programovej ofenzívy. A v niektorých strategických oblastiach prakticky nestratili svoje líderské postavenia, i keď nelámali rekordy v sledovanosti. Avšak na Slovensku nezachytila STV vznik konkurenčného prostredia ani v jednej strategickkej oblasti – či už ide o programovanie, budovanie imidžu, dôveryhodnosti a úsilia o podporu verejnej mienky, definitívne „odštátne“ a iné. STV nadobudla v očiach verejnosti podobu ťažkopádnej, neefektívnej, nudnej, politickými vplyvmi zmietanej služby, do ktorej sa nevyplatí investovať peniaze. Navonok sa slabiny STV prejavili najprv v programovej oblasti. Prvoradým cieľom Markízy bolo presadiť sa v hlavných vysielacích časoch, ktoré sú z hľadiska reklamných výnosov kľúčové. STV síce vo svojom programe zahrňovala časové pásma, v ktorých bol jej program konkurencieschopný ako napríklad Kuko, Čo dokáže ulica, Repete atď. Programová skladba ako celok však nebola konzistentná. STV nedodržala pravidlo tzv. prelievanie divákov, keď si jednotlivé relácie ako štafetu odovzdávajú svojich divákov podľa cieľových skupín a ich časovej disponibility. Týmto sa potvrdilo pravidlo, že proti komerčnej ponuke, založenej na amerických filmoch a seriáloch a sitcomoch, môže v hlavom čase obstáť iba program ktorý je založený na dvoch pilieroch a to silné hlavné spravodajstvo a dramatický príbeh alebo seriál. Spravodajstvo však zlyhalo. Je málo dynamické, so zastaraným prejavom i vizuálom, s nedostatočnou informačnou hodnotou, ktoré nie je pre divákov príťažlivé. Rovnako STV nedokázala bojovať ani filmami a seriálmi. Skrátka, programová stratégia STV pri nástupe konkurencie nebola premyslená a improvizácia za pochodu nepriniesla konkrétne výsledky. Takmer všetky tituly sa aj naďalej držali stereotypu. Avšak STV nepodnikala potrebné kroky na úpravu svojej pozície na mediálnom trhu. Pri pohľade na vnútorné aktivity STV v rokoch 1996/1997 nenájdeme žiadne kroky, smerujúce k jadrú tvorivých problémov. Ide o zavedenie mechanizmov, ktoré by vytvorili vyššiu kvalitu, efektivitu a divácku príťažlivosť programu. Nástroje ktoré využíva každá vyspelejšia televízia. Ak pred rokom 1996 mala STV tieto a ďalšie kroky realizovať ako vnútorný imperatív, ako svoju povinnosť, ktorá vyplýva zo štatútu verejnej služby a po vzniku konkurencie to už

bola existenčná nevyhnutnosť. Namiesto týchto potrebných krokov, však televízia pokračovala v organizačných manévroch a rôznych operatívnych zmenách, ako tvorba nových rad, ako programová rada, distribučná rada, striedanie riaditeľov a iných funkcionárov v televízii. Dokopy v priebehu jedného roku došlo k 40 zmenám na úrovni riaditeľstiev a odborov (Blahušiak a kol., 2001).

Ekonomická situácia bola od vzniku samostatnej STV krajne napätá. Determinoval ju malý trh, nízka úroveň koncesionárskych poplatkov ale aj nezáujem vlády hľadať efektívne riešenia. Slovenská televízia sa aj v súčasnosti zaraďuje medzi jednu z najchudobnejších verejnoprávných televízií v Európe. Takto STV bojovala o svoju pozíciu na slovenskom mediálnom trhu celé roky, ktoré sprevádzali komentáre a názory o jej zmysluplnosti a podstatnosti na mediálnom trhu Slovenska.

Tieto názory, kritiky a obavy stále narastali a tak začiatkom októbra 2010 sa začala snaha o posunutie televízie na inú úroveň a to spojením STV so Slovenským rozhlasom a tým vytvoriť silnú stabilnejšiu inštitúciu, ktorá bude mať jedno vedenie a ktorá sa bude znova snažiť presadiť na Slovensku. Návrh zákona predstavil verejnosti minister kultúry Daniel Krajcer na základe politickej dohody. Išlo o prvý krok k reforme verejnoprávných médií. Minister Daniel Krajcer: „Som principiálne za zachovanie médií verejnej služby. Ich existenciu považujem za opodstatnenú vzhľadom na to, že by mali vysielat' programy, ktoré sú potrebné, ale nezaujímavé z komerčného hľadiska pre privátne televízie.“ (Chudinová, 2010). V rámci tohto rokovania o vytvorení tejto novej organizácie boli aj skúmania súčasného stavu STV a Slovenského rozhlasu, ktoré realizovali poslanci Výboru Národnej rady SR pre kultúru a médiá. Išlo o preverovanie zmlúv, zisťovanie skutočného stavu, jeho príčiny a dohodnúť sa na to ako sa situácia dá riešiť. V novembri 2010 STV doručila poslancom parlamentného výboru odpovede na 11 otázok týkajúcich sa STV. Tri štvrtiny otázok sa týkajú ekonomickej situácie, rozpočtu a zamestnanosti STV. „Súčasná ekonomická situácia STV je podľa manažmentu televízie dôsledkom dlhodobého neriešenia postavenia verejnoprávnej televízie a jej financovania, čo sa v poslednom období odráža v pravidelných stratách,“ uvádza televízia v tlačovej správe. Súčasne vedenie taktiež vyčíslilo, že budúci rok počíta v hospodárení s mínusom 37 miliónov eur. Rezort kultúry však rátal s tým, že vytvorením RTVS by štát ušetril najmenej 1,65 milióna eur (<http://www.24hod.sk/stv-odpoveda-poslancom-na-otazky-o-jej-stave-cl139726.html>, 2010). 5. novembra 2010 posunuli poslanci zákon o Rozhlase a televízii Slovenska do druhého čítania. Aj napriek tomu, že prezident návrh zákona po prvýkrát vrátil parlamentu a napriek mnoho obáv odborníkov ale aj širokej verejnosti v sobotu 1. januára. 2011

vznikla na Slovensku nová verejnoprávna inštitúcia Rozhlas a televízia Slovenska (RTVS). Vznikla na základe zákona č. 532/2010 ktorý upravuje postavenie, poslanie a úlohy a činnosť Rozhlasu a televízie Slovenska, jej orgánov a hospodárenie a financovanie Rozhlasu a televízie Slovenska.

Nová verejnoprávna televízia vznikla spojením Slovenského rozhlasu a Slovenskej televízie ako národná, nezávislá, informačná, kultúrna a vzdelávacia inštitúcia, ktorá poskytuje službu verejnosti v oblasti rozhlasového a televízneho vysielania. Podľa už spomínaného platného zákona generálneho riaditeľa tejto inštitúcie bude voliť Národná rada SR. Doterajšie rady STV a SRo a aj ich dozorné rady zanikli. Podľa zákona orgánmi Rozhlasu a televízie Slovenska sú rada a generálny riaditeľ. Rada Rozhlasu a televízie je orgánom dohľadu. Činnosťou RTVS bude okrem iného aj vysielanie najmenej dvoch televíznych programových služieb a najmenej štyroch rozhlasových programových služieb ako aj poskytovanie obsahových služieb atď. (Chudinová, 2010)

Slovenská televízia si týmto stala organizačnou zložkou Rozhlasu a televízie Slovenska. Keďže spadá pod túto inštitúcia, spadá aj pod zákony, ktoré ju upravujú.

2.1. RTVS zo zákona

2.1.1. Poslanie RTVS

Základným poslaním STV je poskytovať službu verejnosti v oblasti televízneho vysielania. Službou verejnosti sa myslí poskytovanie programovej služby, ktorá je univerzálna z hľadiska svojho geografického dosahu, programovo rozmanitá, pripravovaná na zásade redakčnej nezávislosti prostredníctvom kvalifikovanej pracovnej sily a s pocitom spoločenskej zodpovednosti, a ktorá rozvíja kultúrnu úroveň divákov, poskytuje priestor súčasným kultúrnym a umeleckým aktivitám, sprostredkúva kultúrne hodnoty iných národov a je financovaná najmä z verejných prostriedkov.

Programovú službu tvoria spravodajské, publicistické, dokumentárne, dramatické, umelecké, hudobné, športové, zábavné a vzdelávacie programy, žánrovo rôznorodé programy pre deti a mládež a iné programy. Všetky tieto programy sú založené na zásadách demokracie a humanizmu. Musia poskytovať nestranné, overené, neskreslené, aktuálne a zrozumiteľné informácie o dianí v SR a v zahraničí. Majú rozvíjať kultúrnu identitu obyvateľov SR bez ohľadu na ich vek, pohlavie, náboženstvo, jazyk, vieru, politické zmýšľanie a iné (www.rtv.s.eu).

2.1.2. Úlohy RTVS

RTVS vykonáva svoju činnosť na vlastnú zodpovednosť. Nie je možné aby svoje práva a povinnosti vysielateľa televíznej programovej služby preniesla na inú právnickú alebo fyzickú osobu. Chráni a rešpektuje nezávislosť svojich pracovníkov. Taktiež poskytuje archívne dokumenty z oblasti televízneho vysielania, ktoré vznikli pre 1. júnom 1991, iným právnickým osobám na vysielanie alebo na vznik nových diel. Samozrejme sú dané isté podmienky poskytovania týchto archívnych dokumentov, a to návrhom generálneho riaditeľa Rady Slovenskej televízie (www.rtvs.eu).

2.1.3. Činnosť a podnikanie RTVS

Hlavnými činnosťami RTVS je medzi inými aj vysielanie televíznej programovej služby, zabezpečovanie tvorby, výroby a nákupu a ich šírenia, vysielanie teletextu, zabezpečovanie regionálneho vysielania prostredníctvom televíznych štúdií, zohľadňovanie potrieb nepočujúcich a iných sociálnych menšín vo vysielaní, poskytovanie priestoru činnosti registrovaných cirkví a náboženských spoločenstiev vo vysielaní, uskutočňovanie prenosov záznamov z vybraných spoločensky významných udalostí politického, kultúrneho, náboženského, umeleckého a športového zamerania. Taktiež poskytnutie vysielacieho času na vysielanie politickej reklamy. Zabezpečuje činnosť archívu RTVS a ochranu diel a umeleckých výkonov (autorský zákon).

Čo sa týka reklamy, tak RTVS vysielala reklamu a sponzorované programy podľa osobitného predpisu.

RTVS môže vykonávať podnikateľskú činnosť, ale len takú, ktorá súvisí s predmetom jej hlavnej činnosti a ktorá neohrozuje plnenie poslania a hlavnej činnosti (www.rtvs.sk)

2.1.4. Orgány RTVS

RTVS pozostáva z týchto orgánov:

- **Rada**
- **Generálny riaditeľ**

- **Rada**

Úlohou Rady je dohliadnuť na to či RTVS dodržiava zákon. Sídli v Bratislave. Má 9 členov, ktorí sú volení NR SR. V rade musia byť traja odborníci v oblasti rozhlasového vysielania, traja odborníci v oblasti televízneho vysielania, dvaja odborníci v oblasti ekonómie a jeden odborník v oblasti práva. Člen rady musí byť občan SR, ktorý má spôsobilosť na právne úkony v plnom rozsahu a je bezúhonný. Sú volení na funkčné

obdobie 6 rokov. Člen Rady môže byť zvolený maximálne na dve po sebe idúce funkčné obdobia.

Rada schvaľuje štatút RTVS, organizačný poriadok RTVS, štatút programových pracovníkov a spolupracovníkov RTVS a podmienky poskytovania archívnych dokumentov. Rada taktiež schvaľuje dlhodobé plány týkajúce sa programu. Každoročne do 31.mája je povinná predložiť príslušnému výboru národnej rady správu o jej činnosti v predchádzajúcom kalendárnom roku.

- **Generálny riaditeľ**

Generálny riaditeľ je štatudarný orgánom RTVS, ktorý riadi jej činnosť a koná v jej mene. Rozhoduje o všetkých otázkach, ktoré sa týkajú RTVS, ktoré nie sú podľa zákona vyhradené do pôsobnosti rady. .

Generálny riaditeľ vymenúva dvoch zástupcov, jeden pre STV a jeden pre SRo. Predkladá rade na prerokovanie Koncepciu riadenia a rozvoja RTVS a jej programovej služby s dôrazom na verejný záujem. Predkladá rade na zaujatie stanoviska návrh zmluvy so štátom a návrh dodatku k zmluve so štátom na príslušný kalendárny rok, predkladá Ministerstvu kultúry SR návrh zmluvy so štátom na príslušný kalendárny rok, uzatvára zmluvu so štátom, predkladá návrh rozpočtu RZVS na príslušný rozpočtový rok, taktiež programový koncept. Taktiež prekladá rade do 30.apríla výročnú správu, správu o hospodárení a iné. Má právo zúčastňovať sa všetkých rokovaní rady okrem voľby generálneho riaditeľa (www.rtv.s.sk)

2.1.3. Financovanie STV

Čo sa týka financovania STV vyplýva to taktiež zo zákona o Rozhlase a televízii Slovenska. Príjmy RTVS sú úhrada za služby verejnosti v oblasti vysielanie poskytované RTV, príspevky zo štátneho rozpočtu, príjmy z vysielania mediálnej komerčnej komunikácie, sponzorské plnenia, príjmy z prenájmu a predaja majetku, dary od fyzických a právnických osôb, dedičstvo v prospech RTVS a iné príjmy. Financovanie STV je často veľmi citlivá oblasť a taktiež predmetom sporu nielen medzi odporcami a zástancami televízie vo verejnej službe, ale je prirodzenou súčasťou vývoja v mediálnej oblasti.

Odporcovia si kladú otázky, aký význam má verejnoprávnosť, či by sa taká televízia uživila aj bez koncesionárskych poplatkov a čo ju odlišuje od televízií súkromných. V tomto zmysle môžeme chápať verejnoprávnosť ako financovanie z verejných zdrojov.

V tomto prípade nastáva problém, prečo by mal koncesionárske poplatky platiť aj ten, kto televíziu nepozerá.

Roháč Dalibor z denníka SME napísal (2005): „Z verejnoprávneho charakteru televízie či rozhlasu tiež podľa ich odporcov obvykle vyplýva ich zlé finančné riadenie, plytvanie či dobývanie renty príslušnými zamestnancami. Politická ekonómia jednoznačne ukazuje, že členovia vedenia akejkoľvek verejnoprávnej inštitúcie sa správajú ako rozpočet maximalizujúci jedinci, čoho výsledkom je inštitúcia prezamestnaná a neefektívne veľká.“

Rozpočet sa skladá z troch hlavných častí: koncesionárske poplatky, príspevky zo štátneho rozpočtu a reklama. Stručne rozoberieme tieto tri časti a viac sa zameriame na časť o reklame. Sústrediť sa budeme skôr na politické a spoločenské väzby.

V súčasnosti je významným zdrojom financií pre televízie reklama a komerčná činnosť. Francúzsky mediálny odborník Michel Fansten sa vyjadril (1999): „*Kritické pripomienky namierené proti verejnoprávnej televízii majú v každej krajine rovnako dlhú tradíciu ako samotné televízne vysielanie. Dlho to bola kritika v mene kvality, ktorú má divák právo očakávať od vysielania čiastočne alebo celkom financované štátom – teda kritika kvality programov a úrovne riadenia televízie. Rastúci vplyv súkromných spoločností postupne vniesol do tejto debaty nový problém – komerčné stanice totiž začali poukazovať na stále menej vyhranenú úlohu verejnoprávných programov ako dôsledok „súťaženía o sledovanosť“ a toto súťaženie je zase samo pokladané za dôsledok tlakov reklamného trhu*“. Reklama nielenže priniesla ďalšie peniaze do rozpočtu, ale je aj neustálym zdrojom konfliktov s konkurenčnými komerčnými televíziami, ktoré sa ohradzujú, že „súťaž o sledovanosť“ nie je vyrovnaná, lebo televízia vo verejnej službe je financovaná aj štátom, aj komerčnou činnosťou

V Európe fungujú televízie, ktoré nevysielajú reklamu vôbec (Veľká Británia – BBC, Nórsko – NRK, Fínsko – YLE), na Slovensku však, tak ako vo väčšine krajín postkomunistického bloku, existuje kombinované financovanie, kde má televízia vo verejnej službe umožnený, no limitovaný objem reklamy vo vysielaní. Od roku 2009 aj vo Francúzsku prezident Sarkózy zakázal vysielanie reklamy v rámci verejnoprávnej televízie. Španielsko zase znížilo vysielanie reklamy o polovicu.

Slovenská legislatíva umožňuje verejnoprávnym médiám vysielat' určité množstvo reklamy. Slovenská televízia nemôže vysielaním reklamy prekročiť 3% denného vysielacieho času s tým, že v jednej hodine to nemôže byť viac ako dvanásť minút a v čase od 19:00 do 22:00 hod. nemôže byť objem vysielanej reklamy počas jeden hodiny väčší

ako osem minút. Reklamu však na základe zmluvy STV zabezpečuje agentúra typu „media representative“. V prípade STV je to od roku 1993 agentúra IP Bratislava, s.r.o. Ostatné formy komerčnej komunikácie mimo tzv. „priamej reklamy“, ktorú realizuje spomínaná agentúra (sponzoring, prezentácie, ceny do relácií...) však ostáva v právomoci nákupného oddelenia (Farbula, 2010).

2.2. KRITIKA VEREJNOPRÁVNÝH TELEVÍZII

V európskych krajinách sú verejnoprávne médiá stále pevnou súčasťou duálneho systému. Avšak stále sa prejavujú útoky na verejnoprávne médiá. A nielen v Európe. Napríklad v USA, existujú tzv. public TV avšak nemajú takú úspešnosť ako komerčné médiá.

Podľa Ernesta Stredňanského (2010), jedného zo zakladateľov Slovenskej televízie, je verejnoprávna televízia inštitúcia, ktorá svojim programom slúži na zvyšovanie vzdelanostnej a kultúrnej úrovne občana-diváka, na inšpiráciu realizovania jeho túžob vlastnými silami, prináša mu zábavu na patričnej kultúrnej úrovni a posilňuje tým spoločenské, demokratické a kultúrne zdravie Slovenska. Musí sa usilovať o zabezpečenie a udržanie vysokej kvality programov pre dospelých a deti, ktoré sú osobitne závažnou cieľovou skupinou. Jej povinnosťou je posunúť vzdelávanie, históriu, prírodu, spravodajstvo, dokumentaristiku, programy pre verejné záležitosti a vedu a techniku na úroveň, ktorá bude zaujímavá pre najširšie vrstvy obyvateľstva. Taktiež tvrdí, že charakter verejnoprávnej televízie musí byť mimovládny a neziskový. O obsahu programu hovorí, že by mal divákovi ktorejkoľvek politickej a občianskej orientácie vzbudzovať dôveru bez politického a ekonomického tlaku, teda vplyvu vládnej moci, investorov a sponzorov. Verejnoprávna televízia si musí vybudovať schopnosť vzdelávať, informovať a zabávať na úrovni vysokého kultúrneho stimulu. Musia slúžiť rovnocenne väčšinovému i menšinám obyvateľstvu tak, aby obsah programu plne odzrkadľoval pluralitu našej spoločnosti. Diváci sa musia stať cieľom úsilia o kvalitu programov, ktoré by im mali otvárať oči do sveta vedy, umenia, hudby, histórie a do všetkých ostatných oblastí vzdelania.

Verejnoprávne médiá sú spochybňované na základe niekoľkých kritérií:

- Neschopnosť konkurovať súkromným televíziám v diváckom záujme a v atraktivnosti vysielaného programu
- Spôsob financovania

- Potrebuje súčasná spoločnosť verejnoprávne médiá? Vyhovujú podmienkam 21.storočia?
- Ľudský faktor v médiách, neschopnosť pracovníkov niečo kreatívne vytvoriť, možnosť tunelovania televízie (Mistrík, 2008)

Napríklad v Nemecku je verejnoprávna televízia kritizovaná hlavne z pohľadu financovania. Súkromné televízie si sťažujú, že verejnoprávna televízia využíva aj príjmy z reklamy a nielen koncesionárske poplatky (Brečka, 1999).

Prof. PhDr. Miloš Mistrík, DrSc., vo svojej práci *Prečo nepotrebujeme verejnoprávne médiá?*, uvádza názory, rôzne pohľady na klesajúcu popularitu verejnoprávnych médií. (2008, s.193)

1. Názor filozoficko-koncepčný

Problém verejnoprávnych médií je aj v programovej štruktúre a v jej aktuálnosti. V súčasnosti prudko narastá masová kultúra. Verejnoprávne televízie sa snažia držať krok s vývojom vo svete a preto sa snažia obohacovať svoju programovú štruktúru. Preto väčšinou dochádza k prípadu, keď sa dva vysielacie okruhy rozdelili tak, že jeden z nich, ten s lepším pokrytím, sa určil byť komerčnejším a druhý sa stal ukážkou „verejnoprávnosti“. Napríklad sa to stalo s televíziami ako ORF, RAI, ČT ale aj STV. Náznakom tohto bolo napríklad aj zrušenie hlásateľiek v televízii. Zdôrazňuje sa zábavná funkcia televízie.

2. Názor programovo-pragmatický

Príkladom môže byť spravodajstvo. V niektorých krajinách je táto úloha verejnoprávnej televízie lepšie plnená práve komerčnými médiami. Napríklad americká televízia CNN je komerčná, avšak jej spravodajstvo patrí k najpohotovejším, najspoľahlivejším a naozaj celosvetovým. Sám prezident USA sa vyjadril, že o to, čo sa deje vo svete sa dozvie skôr zo CNN ako od vlastných spolupracovníkov. Tento problém nastáva aj u nás, kde spravodajstvo televízie TA3 je dostatočnou konkurenciou STV.

3. Názor z finančného hľadiska

Väčšinou nielen u nás platí, že náklady verejnoprávnej televízie sú v prepočte na odvysielané hodiny programu vyššie ako náklady komerčných televízií. S tým sa viaže aj nepomer rozľahlosti bodov, v ktorých sídlia a v počte zamestnancov

Za najväčší problém STV je považovaná kríza identity, ktorej dôsledkom je úpadok prestíže STV ako národného televízneho vysielateľa, zanedbanie pôvodnej tvorby.

Mohla by som spomenúť niektoré problémové oblasti STV:

1. Spravodajstvo
2. Porušovanie kodifikácie spisovnej slovenčiny
3. Prepojenie televízie a politiky
4. Programový koncept (ignorácia charitatívnych koncertov, nezáujem o sprostredkovanie divadelných, operných predstavení, kritizovaná Superstar)
5. Digitalizácia

Súčasná kritika je hlavne zameraná na spojenie rozhlasu a televízie a vytvorenie inštitúcie Rozhlas a televízia Slovenska. Tomáš Czwitkovics (2010), vedúci redaktor týždenníka Trend, vyjadril argumenty pre a proti spojeniu televízie a rozhlasu a existencii médií verejnej služby.

Prečo je spojenie televízie a rozhlasu dobrá vec:

1. Spolupráca medzi médiami. Manažmenty televízie a rozhlasu si doteraz obhajovali svoje záujmy a fungovali ako dve samostatné inštitúcie, ktoré spolu nespolupracovali.
2. Jedno sídlo, jeden riaditeľ
3. Upratovanie v personálnych radoch televízie a rádia – odstránenie nekompetentných ľudí

Prečo je spojenie televízie a rozhlasu riskantný krok:

1. Voľba jedného manažmentu znemožní situáciu z posledných rokov, keď jedna inštitúcia išla správnym smerom a mohla udržiavať verejnoprávnu iskra nádeje. Po novom budú „ovládnuté“ dve média jednou voľbou
2. Chýbajúca príprava koncepcie financovania RTVS do budúcnosti

Prečo je zachovanie médií verejnej služby dobrá vec:

1. Verejnoprávne média majú potenciál na slovenskú mediálnu tvorbu
2. Priestor pre hudobnú a filmovú alternatívu
3. Prostriedky na experimentovanie, tvorbu serióznejších a náročnejších programov

Prečo sú média verejnej služby zbytočné:

1. Publikum verejnoprávnych médií starne. Verejnoprávne média si nedržia mladšie obecnstvo bez toho aby kopírovali komerčný sektor
2. Média verejnej služby budú vždy predmetom politického záujmu

Tomáš Czwitkovics týmito svojimi argumentmi vyjadril hlavné názory a dôvody o správnosti respektíve nesprávnosti vytvorenia RVTS a o potrebnosti respektíve nepotrebnosti verejnoprávnej televízie na Slovensku.

Avšak aj napriek kritikám stále zostávajú názory, že verejnoprávna televízia je v spoločnosti potrebná. Marián Minárik tvrdí, že súkromné médiá nemôžu byť vo výchove spoločnosti vôbec prospešné a v žiadnom prípade nemôžu nahradiť špecifickú úlohu verejnoprávnej televízie. (2003, s.71) STV môže taktiež za rozvoj literatúry, dramatickej tvorby, herectva, hudby, baletu, výtvarníctva, fotografie atď. Šírenie kultúry sa taktiež stalo problémom televízie, keďže súkromné televízie mali vždy dostatok prostriedkov na preťahovanie najlepších odborníkov zo všetkých profesií na svoju stranu.

Bývalý zástupca generálneho riaditeľa STV Nikolaj Savický (2007) sa pre týždenník Týždeň vyjadril. Že televízie verejnej služby patria k typickým atribútom európskeho národného štátu. Zrušením verejnoprávnej STV by Slovensko vyslalo negatívny signál smerom k medzinárodnému spoločenstvu. V očiach mnohých ľudí je STV už dlho zbytočnou a nelegitímnou inštitúciou. Samotná STV tento názor svojou programovou ponukou už viac ako desať rokov čiastočne oprávňuje. Podľa Savického je potrebné nediskutovať o potrebnosti existencie verejnoprávnej televízie, ale o tom, ako má STV vyzeráť. Aj keď nie je možné tieto požiadavky vyjadriť exaktne, pravdepodobne sa veľká väčšina divákov zhodne na tom, že lacné telenovely, prevzaté formáty súťažných programov a predražené estrády nie sú tým, čo by malo tvoriť základné piliere programu televízie platenej z verejných finančných prostriedkov. Avšak aj napriek problémom STV, Savický je presvedčený, že existencia STV bude mať zmysel – okrem iného – až po obnovení kvalitnej dramaturgie pôvodnej filmovej a televíznej tvorby. Vďaka nej bude možné obmedziť finančné toky, ktoré dnes prúdia do akvizícií a dabingu, a nasmerovať ich do pôvodnej tvorby. V takom prípade sa televízii verejnej služby na Slovensku vráti jej dávno stratená legitimita.

Verejnoprávna televízia sa nestráca úplne. AJ napriek problémom a kritike sa snaží udržať si istú pozíciu. A stále sa nájdu ľudia, ktorí si budú myslieť a tvrdiť, že verejnoprávna televízia je potrebná a nenahraditeľná. Profesor pre oblasť teórie filmu a televízie Ivan Stadtrucker v roku 1996 povedal, že verejnoprávna televízia je tzv. „katedrála pre národ“. (Matyáš, 2002)

3. ANALYTICKÁ ČASŤ

V roku 2008, bol Inštitútom pre verejné otázky v Bratislave uskutočnený výskum s názvom „Názory na televíziu verejnej služby na Slovensku 2“. Išlo o štúdiu, ktorá bola realizovaná v rámci projektu: „Zlepšovanie schopností a kompetencie občianskej spoločnosti pri ovplyvňovaní budúcnosti médií verejnej služby ako zdroja korektných informácií pre informované rozhodovanie, priestoru pre zvyšovanie citlivosti na prejavy populizmu a faktora sociálnej kohézie.“ Išlo o výskum názorov verejnosti na existenciu a fungovanie médií verejnej služby v SR. Inštitút pre verejné otázky sa venuje problematike médií verejnej služby, pretože vychádza z presvedčenia, že aj v čase zásadných technologických zmien v oblasti televízneho a rozhlasového vysielania, ktoré vytvoria širší priestor pre nových poskytovateľov obsahu stále existuje priestor, ktorý nedokáže vyplniť nikto lepšie, ako média verejnej služby – pravda za podmienky, že budú fungovať tak, aby svojou programovou službou naplňali verejný záujem, ktorý si spoločnosť v danom čase v oblasti televízneho a rozhlasového vysielania zdefiniuje (Kollár; Velšic, 2008).

V rámci bakalárskej práce sme sa rozhodli vytvoriť podobný prieskum na menšej vzorke respondentov a so špecifickým vekovým zameraním.

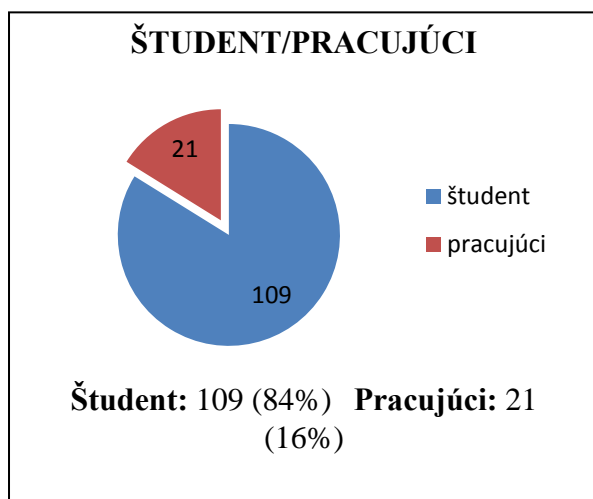
Pôsobenie a postavenie verejnoprávnej televízie na Slovensku nezávisí len od vlády ktorá vládne, alebo od vedenia RTVS a od iných mocenských orgánov, ktoré rozhodujú o jej osude. To či je hociktorá televízia schopná uspieť na trhu a presadiť sa závisí hlavne od televíznych divákov. To sú ľudia, ktorých musí televízia zaujať svojim programom, svojím zameraním a iným. V súčasnosti visí vo vzduchu otázka, či Slovenská verejnoprávna televízia ma zmysel do budúcnosti. Či si udrží svoje postavenie na slovenskom mediálnom trhu alebo padne na úplné dno alebo či dokonca získa úspech. Ako sme už spomínali o tomto nerozhoduje len vedenie Slovenskej televízie ale hlavne diváci. Preto sme sa rozhodli prieskum zamerať na ľudí vo veku od 16 do 27 rokov, ďalej iba ako „mladí ľudia“. Túto vzorku respondentov sme si vybrali preto, pretože si myslíme, práve mladých ľudí môžeme označiť za generáciu, ktorá nie až tak vzdialenej budúcnosti bude tá, ktorá Slovensko povedie, tá ktorá o ňom bude rozhodovať. Pretože ak majú títo ľudia vytvorení svoj postoj k televízií, je viac než pravdepodobné že sa od neho bude vyvíjať aj postoj, ktorý zaujmú voči Slovenskej televízii aj v budúcnosti. Či už kladný alebo záporný. Preto sme pripravili dotazník, ktorý by mal zistiť aké poznatky majú mladí ľudia o verejnoprávnej televízii a či je pre nich natoľko zaujímavá, že jej venujú svoju pozornosť a či vôbec má pre nich zmysel Slovenská verejnoprávna televízia ako televízia na

mediálnom trhu Slovenska. Inšpirovali sme sa práve výskumom z roku 2008 a použili sem aj niektoré identické alebo im podobné otázky aké boli použité v tomto výskume.

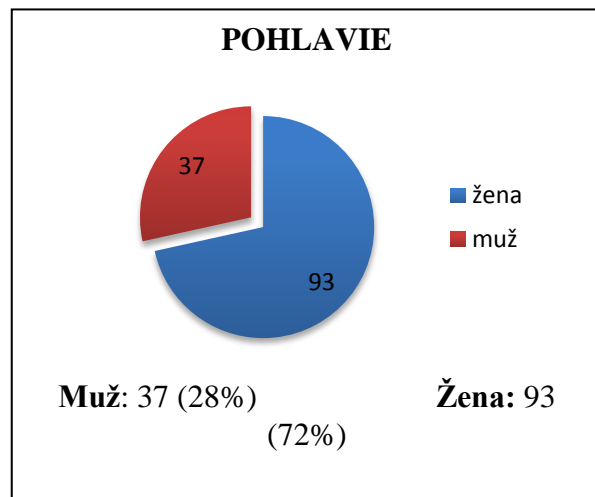
3.1. Metóda výskumu

Metóda výskumu je dotazník. Výskum bol realizovaný na výberovej vzorke 130 respondentov vo vekovom rozmedzí od 16 do 27 rokov.

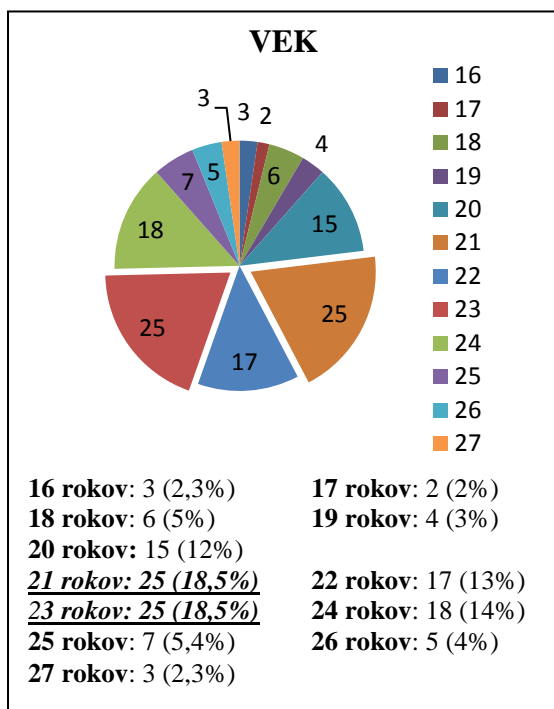
Dotazník vyplnilo 93 žien a 37 mužov (viď Obrázok č.1). Najčastejšou vekovou kategóriou boli mladí ľudia vo veku 21 a 23 rokov (viď Obrázok č.3). Zúčastnilo sa 109 študentov a 21 pracujúcich respondentov (viď Obrázok č.2). Čo sa týka zamerania a sféry v ktorej respondenti pôsobia, najvyšší počet mala oblasť marketingovej komunikácie a reklamy. Hneď za ňou nasledovala ekonomická oblasť (viď Obrázok č.4).



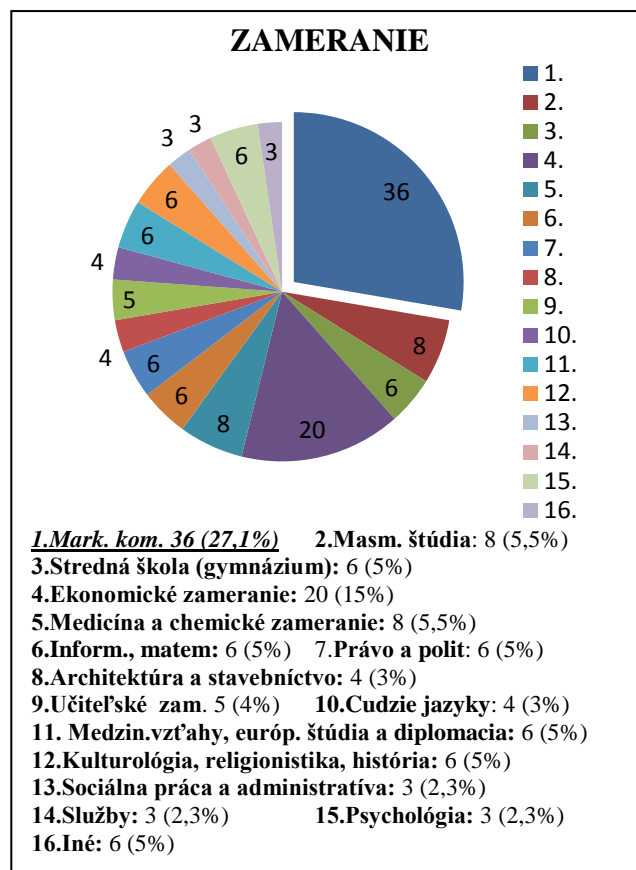
Obrázok 2: Graf 2



Obrázok 1: Graf 1



Obrázok 3: Graf 3



Obrázok 4: Graf 4

3.2. Rozdelenie dotazníka

Vyhodnotenie dotazníku sme rozdelili na niekoľko častí, podľa typu položiek.

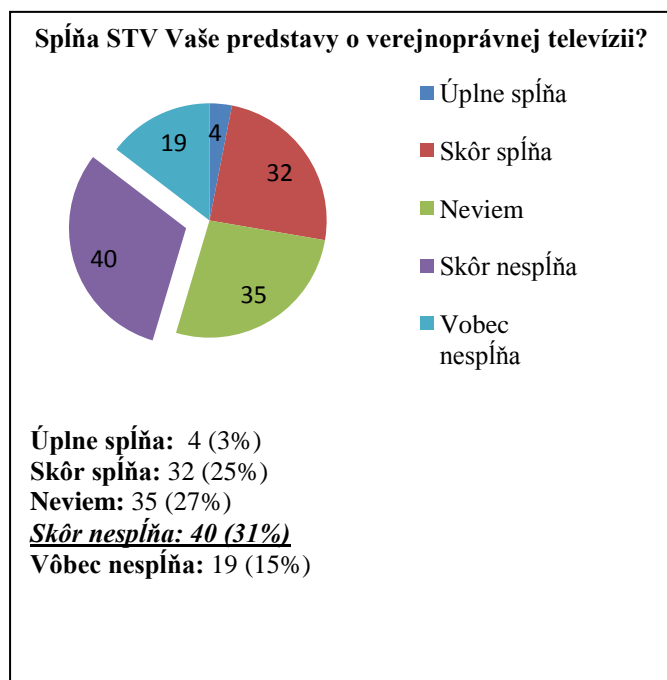
1. *Vnímanie STV ako verejnoprávnej televízie*
2. *Potreba verejnoprávnej televízie a financovanie STV*
3. *STV ako zdroj zábavy a informácií*
4. *Spravodajstvo STV*
5. *Záujem o nový program televízie*

Každá táto časť vyhodnocuje istý postoj mladých ľudí voči Slovenskej verejnoprávnej televízií. Dotazník samotný nebol rozdelený na časti, niektoré otázky, ktoré sú zaradené do niektorých častí, nemuseli byť v poradí za sebou.

3.2.1. Vnímanie STV ako verejnoprávnej televízie

Touto časťou sme sa chceli zamerať na samotný pojem „verejnoprávnosť“. Nie každý vie presne zadefinovať čo tento pojem znamená. Avšak určitý obraz o tom, ako tento pojem vníma, sa dá zistiť aj z jeho výpovede o tom, do akej miery STV spĺňa jeho predstavy o verejnoprávnej televízii a taktiež jeho konkrétna výpoveď o tom, prečo, alebo

čím ich spĺňa, resp. nespĺňa. Graf ukazuje mieru spokojnosti mladých ľudí so Slovenskou verejnoprávnu televíziou (viď Obrázok č.5). Najvyššie percento má odpoveď „skôr nespĺňa“. Túto možnosť označilo 31% respondentov. 27% respondentov sa nevedelo k tejto téme vyjadriť. Takéto vysoké percento pri odpovedi „neviem“ naznačuje, že mladí ľudia nemajú predstavu o verejnoprávnej televízii, preto teda nevedia čo majú od STV očakávať. Predstavy STV o verejnoprávnej televízii skôr spĺňa 25% respondentov, vôbec



nespĺňa 15%. Úplne spĺňa predstavy 3% respondentov. Ak si tento výsledok porovnáme s výsledkom výskumu „Názory na TV verejnej služby II“ vidíme rozdiel. V tomto výskume pre väčšinu respondentov televízia „skôr spĺňa“ predstavu o verejnoprávnej televízii (Kollár, Velšic; 2008). Týmto môžeme vidieť, že sú to práve mladí ľudia, ktorí kritizujú STV za jej vývoj a štruktúru, ktorú á v súčasnosti.

Obrázok 5: Graf 5

Čo konkrétne sa za predstavami o STV skrýva, dokumentujú spontánne výpovede respondentov v tabuľkách č.1 a č.2. K otázke „Z akého dôvodu Slovenská televízia spĺňa Vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?“ sa vyjadrilo 28% respondentov. Po zhrnutí sa všetky poskytnuté odpovede dajú zhrnúť do týchto nižšie uvedených, ktoré boli najfrekvencovanejšie.

Tabuľka 1

- „Menej reklamy, program nie je prerušovaný“	- „Je objektívna“
- „Menej komerčných projektov“	- „Spĺňa kritéria dané zákonom o STV a zákonom o vysielaní a retransmisii“
- „Vysielala pre menšiny, nízko nákladové filmy“	- „Nevysielala reality show“
- „Pôvodná slovenská tvorba“	- „Poskytuje aktuálne správy a primeraný program pre deti aj
- „Nie je komerčná“	

<ul style="list-style-type: none"> - „Priestor pre regionálne magazíny“ - „Vzdelávacie programy a správy sú kvalitné“ - „Vysiela reprezentačné športové prenosy“ - „Hlavným príjmom sú koncesionárske poplatky“ 	<ul style="list-style-type: none"> dospelých“ - „Široké zameranie programovej štruktúry“ - „Poskytuje oveľa väčší priestor pre kultúru“
---	--

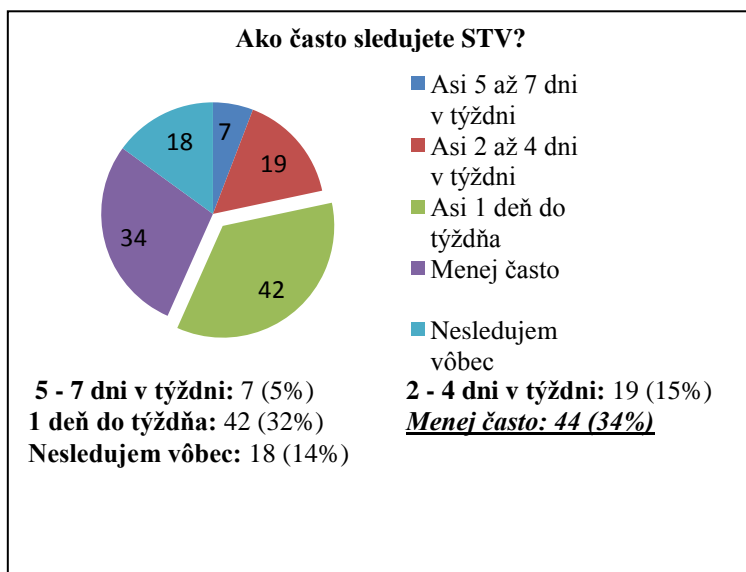
Z týchto odpovedí je zrejmé, že mladí ľudia majú istú predstavu o „verejnoprávnosti“. Avšak vyjadrilo sa iba 28% respondentov.

Na opačnú otázku o dôvodoch prečo STV nespĺňa o predstavy o verejnoprávnosti sa vyjadrilo 44%. Po zhrnutí sa všetky poskytnuté odpovede dajú zhrnúť do týchto nižšie uvedených, ktoré boli najfrekvencovanejšie.

Tabuľka 2

<ul style="list-style-type: none"> - „Ponúka málo vlastnej tvorby“ - „Pretože ako verejnoprávne médium by sa mala orientovať na celú populáciu Slovenska, čo aj robí, ale z vysielačích časov jasne vyplýva, že menšinové skupiny diskriminuje“ - „Politické tlaky a vplyvy“ - „Reportéri majú príkazy zhora čo môžu a čo nie vysielat“ - „Hospodári s nevyrovnaným rozpočtom“ - „Chýba viac investigatívnej žurnalistiky, dokumentov, viac kvalitných diskusií na rôzne témy“ - „Málo informuje“ - „Chýbajú moderné prvky“ - „Nedostatočne berie do úvahy nepočujúcich divákov“ - „Je nezáživná a obyčajná“ - „Nevenuje pozornosť projektom 	<ul style="list-style-type: none"> - „Nedbá o zachovanie archívu STV Neprofesionálne robené reportáže, imidž reportérov, prejav, strojenosť“ - „Programová štruktúra nie je primeraná súčasnému publiku“ - „Zameriava sa skôr iba na staršie ročníky“ - „Mala by ostať zachovaná, avšak mala by sa modernizovať jej vysielačšia štruktúra, s väčším ohľadom na všetky cieľové skupiny“ - „Mala by si brať príklad zo zahraničia – BBC v UK“ - „Mala by vysielat' to čo je teraz aktuálne – namiesto toho vysiela starú produkciu“ - „Pretože vlastná tvorba nespĺňa úroveň kvality, akú by mala mať“ - „Športový kanál by mal vysielat' aj menej komerčné športy“
---	---

Na otázku sa nevyjadrilo až 44% respondentov, čo je veľmi vysoké číslo. Samozrejme išlo aj o respondentov, ktorým sa nechcelo na otázku odpovedať, keďže išlo o otvorenú otázku. Ale aj napriek tomu je to vysoké číslo, čo značí, že veľké množstvo mladých ľudí nemá predstavu o tom aká by mala byť Slovenská verejnoprávna televízia alebo nemajú názor na verejnoprávnosť STV, pretože ich táto televízia vôbec nezaujíma.



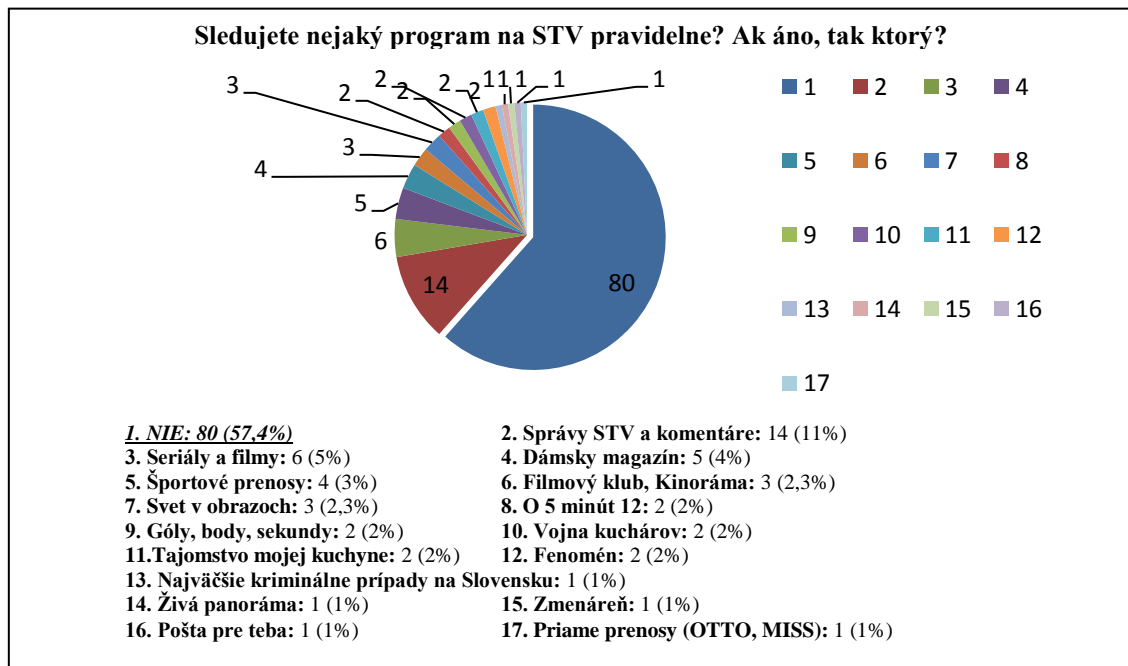
Postavenie STV na súčasnom mediálnom trhu rieši aj otázka o intenzite sledovanosti televízie mladými ľuďmi (obr. 6). Pravidelne STV sleduje (asi 5 až 7 dni v týždni) iba 5% opýtaných. 15% si program STV pozrie asi 2 až 4 dni v týždni. Asi 1 deň do týždňa STV zaujme 32% respondentov.

Obrázok 6: Graf 6

Najfrekventovanejšia odpoveď bola „menej často“ čo predstavuje 34% opýtaných. Najfrekventovanejšou odpoveďou vo výskume vytvorenom v roku 2008 bola odpoveď „2 až 4 dni v týždni“ (Kollár, Velšic; 2008). Odpoveď „menej často“ bola na treťom mieste a z výsledkov vyplynulo, že túto možnosť si vybrali najmä študenti, čo sa zhoduje s výsledkami nášho výskumu, keďže väčšina respondentov sú študenti vysokých škôl. STV nesleduje vôbec 14% respondentov. Vzhľadom k vzorke 130 ľudí, sú percentá predstavujúce odpovede „menej často“ a „nesledujem vôbec“ pomerne vysoké.

S predchádzajúcou otázkou súvisí aj otázka, ktorá sa zameriava konkrétne na programovú štruktúru STV (viď Obrázok č.7). Až 57,4% opýtaných sa vyjadrilo, že na STV nesleduje žiaden program pravidelne. Ide o mladých ľudí, ktorí STV venujú minimálnu pozornosť a občas si pozrú istý program ktorý ponúka ale všeobecne pre nich STV nie je programovo príťažlivá. Zvyšný respondenti sa vyjadrili konkrétne, ktorý program sledujú na STV. Najvyššie percento získalo Spravodajstvo STV a komentáre (11%). V tomto prípade ide o respondentov, ktorí sa zaujímajú o informácie a vyhovujú im Správy STV ako zdroj pre ich získavanie. Tretím programom, ktorý je u divákov

najúspešnejší sú seriály a filmy ponúkané STV. Ide napríklad o seriál Doktor House alebo celovečerné filmy zo série filmov Agatha Christie: Poirot. Ďalej nasleduje Dámsky magazín, športové priame prenosi, Kinoráma, Svet v obrazoch. Rovnaké percento (2%) získali programy ako O 5 minút 12, Góly, body, sekundy, Vojna kuchárov, Tajomstvo mojej kuchyne, Fenomén. Medzi mladými ľuďmi zaujmú aj programy ako Živá panoráma, Zmenáreň, Pošta pre teba a priame prenosi vysielané STV ako OTTO alebo MISS UNIVERSE.



Obrázok 7: Graf 7

V januári 2011 viedla nová riaditeľka RTVS Miloslava Zemková internetovú diskusiu s čitateľmi Aktuálne.sk. Práve v tejto diskusii sa vyjadrili veľké očakávania od nového systému spojenia televízie a rádia. Čitatelia chceli kvalitné spravodajstvo, vynikajúce filmy a účasť Slovenska v Eurovízií. Miloslava Zemková sa vyjadrila, že sa snažia zamerať práve na spravodajstvo, ktoré mnohokrát pôsobí aj podľa divákov nudne. Zemková tvrdí, že verejnoprávne médium nemá nudiť. Má informovať, vzdelávať a až potom zabávať ale určite nemá nudiť. Preto by mali nastať isté zmeny v programovej štruktúre STV, avšak samozrejme všetko príde postupne a možno aj dosť pomaly, keďže všetko závisí od finančnej stránky STV, ktorú nie je práve na tom najlepšie (Čobejová, 2011).

3.2.2. Potreba verejnoprávnej televízie a financovanie STV

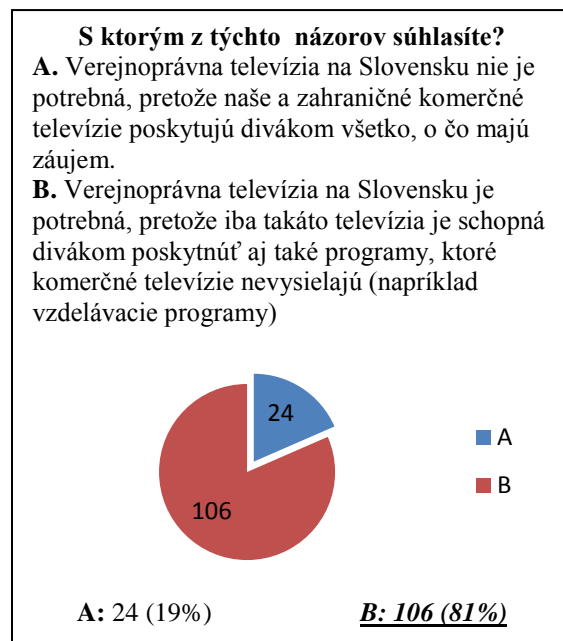
Splnenie predstáv STV o verejnoprávnosti, dopĺňajú aj názory na potrebnosť alebo nepotrebnosť takejto inštitúcie na Slovensku. S tým, že na Slovensku je takáto televízia

potrebná, pretože iba takáto televízia je schopná divákovi poskytnúť aj také programy, ktoré komerčné televízie nevysielať súhlasilo až 81% respondentov. Na druhej strane 19% opýtaných vyjadrilo svoje stanovisko, že verejnoprávna televízia na Slovensku nie je potrebná, pretože naše a zahraničné komerčné televízie poskytujú divákovi všetko, o čo majú záujem (viď Obrázok č.8). Už pri už spomínanej otázke, prečo STV spĺňa predstavy o verejnoprávnej televízii, sa mladí ľudia vyjadrili, že preto lebo vysiela pre menšiny, pôvodnú slovenskú tvorbu, regionálne magazíny, poskytuje väčší priestor pre kultúru. To dokazuje, že aj mladí ľudia vedia o čom je verejnoprávnosť a aká by mala byť verejnoprávna televízia. Vysoké percento respondentov, ktorí si myslia, že verejnoprávna televízia je potrebná dokazuje, že mladí ľudia aj keď sú „deťmi modernej doby“ čo znamená sú zaujatí internetom, módnymi trendmi, novými spôsobmi životného štýlu, stále chápu a uvedomujú si význam tradícií, ktoré STV ponúka svojim programom

Ďalšou položkou v dotazníku sa týkala toho, či je na Slovensku potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá vysiela programy pre všetky vrstvy a skupiny obyvateľov bez ohľadu na ich vek alebo divácke záujmy. 80% sa vyjadrilo pozitívne, čo zodpovedá tomu. Že si uvedomujú poslanie verejnoprávnej televízie vysielať programy pre širokú verejnosť a taktiež si myslia, že nie každý si medzi komerčnými televíznymi stanicami vyberie ten program ktorý mu vyhovuje, ale potrebuje aj verejnoprávnu televíziu, ktorá vysiela všestranné programy. 20% opýtaných nesúhlasilo s týmto výrokom. (viď Obrázok č.9)



Obrázok 9: Graf 9



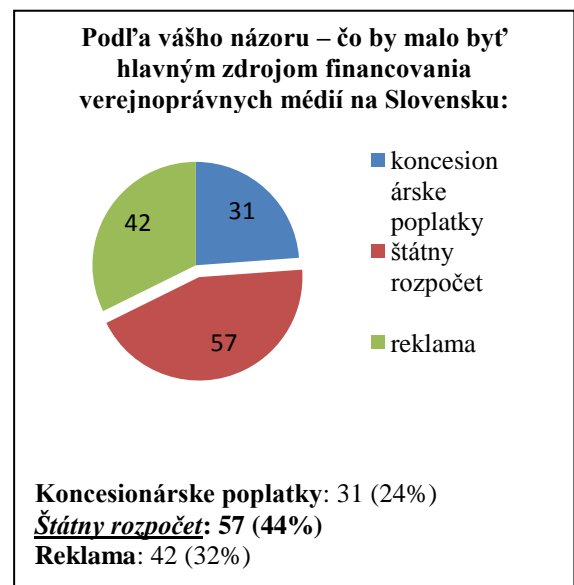
Obrázok 8: Graf 8

Čo sa týka financovania STV, tak na túto tému sa vedú rôzne diskusie aj medzi odborníkmi. Na jednej strane prevažuje názor, že STV by mala byť financovaná zo štátneho rozpočtu. Iní si zase myslia, že základ by mali tvoriť koncesionárske poplatky. Na to existujú taktiež negatívne názory z toho hľadiska, prečo by ľudia, ktorí STV nesledujú mali platiť tieto poplatky. Alebo zastávajú názor, že ak štát vyberá peniaze od občanov na verejnoprávne médiá, musí niesť aj zodpovednosť za ich obsah. Ďalším spôsobom financovania je aj reklama. Avšak mnohí odborníci si nemyslia, že práve tá by mala tvoriť základ finančných prostriedkov STV, keďže verejnoprávna televízia by nemala vysielať také množstvo reklamy ako komerčné televízie. Z hľadiska mladých ľudí, 55% opýtaných si myslí, že na Slovensku je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá je financovaná predovšetkým koncesionárskymi poplatkami, platbami za reklamu, sponzorskými darmi a nie zo štátneho rozpočtu. Jedným z dôvodov, prečo zastávajú tento názor je to, že si myslia, že ak STV nebude financovaná zo štátneho rozpočtu tak bude do menšej miery ovplyvnená vládou. 44% opýtaných bolo proti tomuto názoru. (viď Obrázok č.11). Za hlavný zdroj financovania STV pokladá 44% opýtaných štátny rozpočet, 32% je za to aby STV bola financovaná hlavne reklamou a 24% uprednostňuje koncesionárske poplatky (viď Obrázok č.10). Čo sa týka informovanosti a moci nad STV tak až 82% opýtaných súhlasí s názorom, že na Slovensku je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá je kontrolovaná zástupcami verejnosti a každý z obyvateľov má možnosť oboznámiť sa s jej hospodárením a financovaním (viď Obrázok č.12). Výsledky z posledných troch položiek

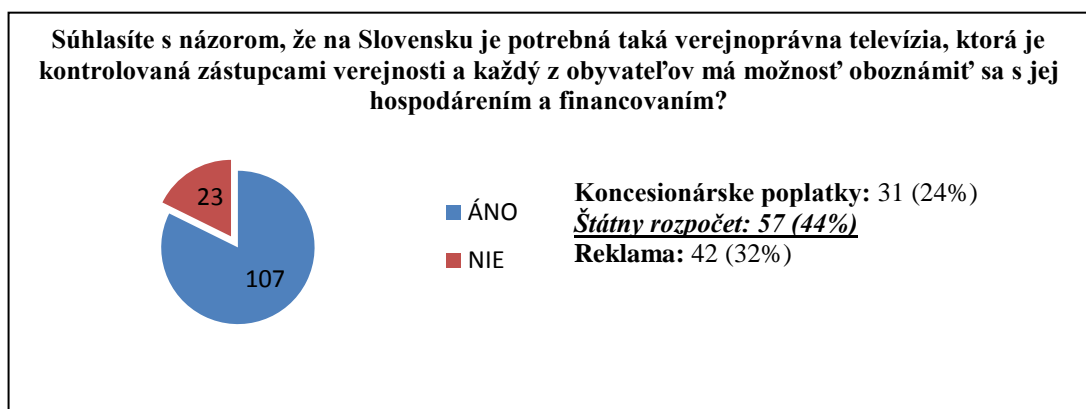
súhlasia s výsledkami, ktoré boli zistené výskumom v roku 2008. V rozhovore pre periodikum Týždeň, sa riaditeľka RTVS Miloslava Zemková vyjadrila, že od roku 2012 dochádza k zrušeniu koncesionárskych poplatkov a STV prejde na financovanie zo štátneho rozpočtu. Taktiež, že finančné zdroje z reklamy sa taktiež znížia, keďže od roku 2012 bude môcť mať televízia len 0,5 percenta reklamy. Taktiež sa vyjadrila k otázke čo je nevýhodou napojenia verejnoprávných médií na štátny rozpočet. Podľa Zemkovej sa zmení to, že nepôjde ani tak o verejnoprávne média ale skôr o štátne média zo všetkým čo k tomu patrí (Čobejová, 2011).



Obrázok 11: Graf 11



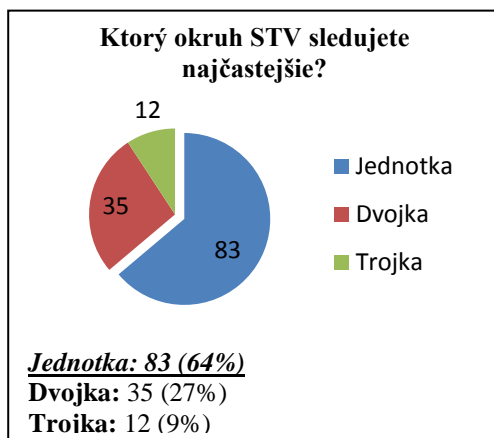
Obrázok 10: Graf 10



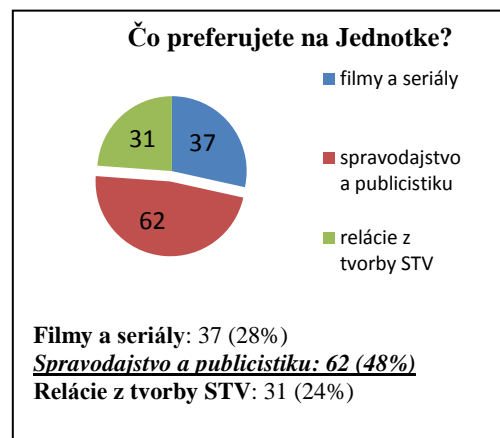
Obrázok 12: Graf 12

3.2.3. STV ako zdroj zábavy a informácií

STV má na slovenskom mediálnom trhu neisté postavenie, keďže sa nachádza v silne konkurenčnom prostredí. Hlavným dôvodom je nárast počtu komerčných médií – elektronických aj printových a taktiež neustále sa zlepšovanie a modernizovanie ostatných zdrojov informácií a zábavy na mediálnom trhu Slovenska. STV má momentálne na trhu 3 vysielacie okruhy, a to Jednotka, Dvojka a Trojka. Jednotka sa zameriava na širokú verejnosť, Dvojka je skôr venovaná staršej filmografii a regionálnym a menšinovým zameraním a Trojka vysiela športové programy. Z prieskumu vyplýva, že mladí ľudia uprednostňujú Jednotku (64%), potom Dvojku (27%) a Trojku sleduje 9% opýtaných (viď Obrázok č.13). Trojka má v rámci divákov všeobecne najnižší úspech. Športové zameranie nie je vhodné pre všetkých divákov. Taktiež vznik tretieho televízneho okruhu prebiehal rýchlejšim procesom ako je normálne. V súčasnosti sa často diskutovalo o zrušení Trojky. Nakoniec po rokovaní bolo rozhodnuté, že Trojka bude vysielať do konca júna. Čo sa týka konkrétnej programovej štruktúry Jednotky, tak respondenti uprednostňujú Spravodajstvo a publicistiku, potom relácie z tvorby STV a nakoniec filmy a seriály, ktoré STV ponúka (viď Obrázok č.14).



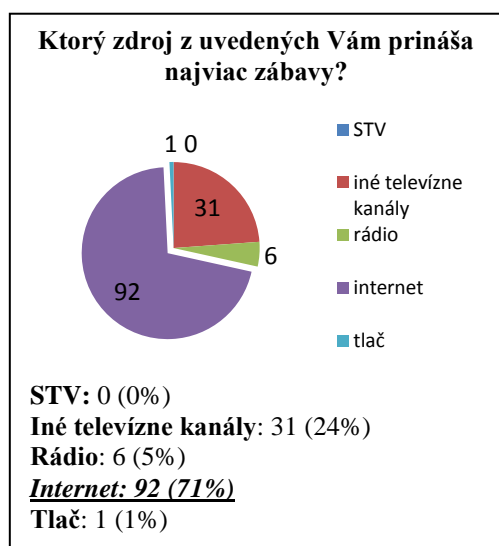
Obrázok 13: Graf 13



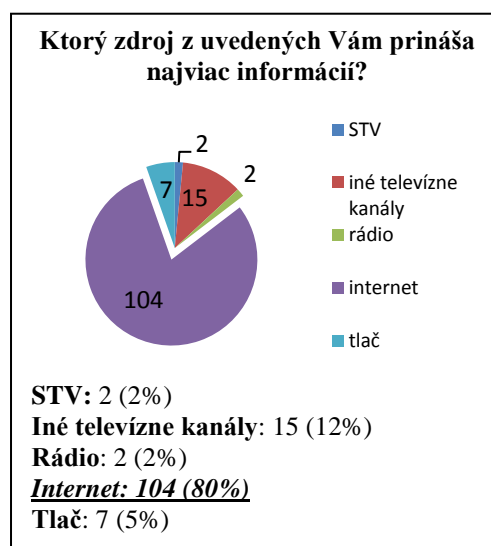
Obrázok 14: Graf 14

Televízia má za úlohu poskytovať svojim divákovi zábavu a informácie. Z našich respondentov je televízia zdrojom zábavy pre 27% opýtaných a zdrojom informácií pre 73% opýtaných. Avšak či je zdrojom zábavy a informácií pre mladých ľudí aj STV nie je až také isté, pretože existuje viacero médií, ktoré poskytujú aj zábavu, aj informácie. Taktiež môžeme vidieť, že najviac zábavy prináša internet (71%) (viď Obrázok č.15). Avšak STV nie je zdrojom zábavy ani pre jedného z opýtaných. Ani čo sa týka informácií tak veľký rozdiel nenastal. Mladí ľudia aj v tomto prípade uprednostňujú internet (80%).

STV skončila opäť ako posledný možným zdrojom a to s percentuálnym výsledkom 2% (viď Obrázok č.16).



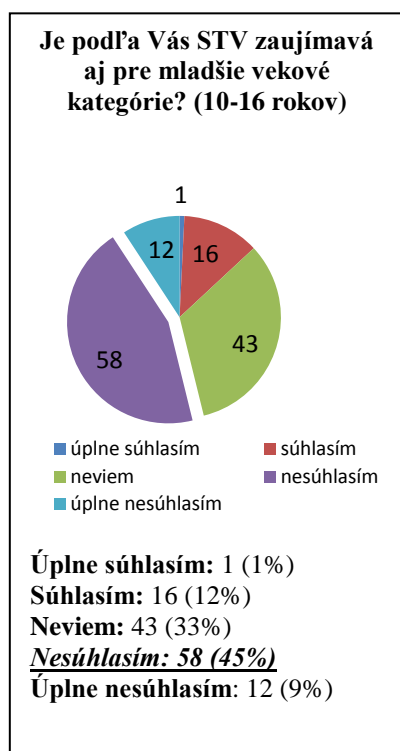
Obrázok 15: Graf 15



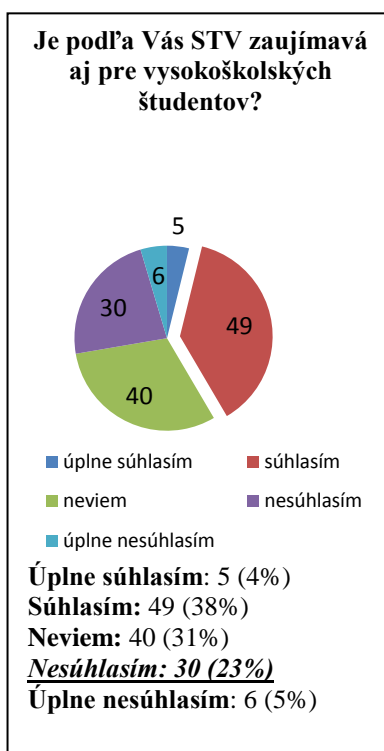
Obrázok 16: Graf 16

To, že v súčasnosti ľudia uprednostňujú internet pred televíziou si všimli aj odborníci, ktorí už mnohokrát diskutovali na túto tému. Eva Čobejová (2009), redaktorka týždenníka Týždeň, sa vo svojom článku „Média: od televízie k internetu“ vyjadrila, že dôvodom prečo všetci prechádzajú postupne k internetu je to, že slovenské televízie už zlyhávajú nielen v politických diskusiách ale aj v objektivite či relevantnosti svojho spravodajstva. Tvrdí, že televízie nemajú záujem byť „strážnym psom demokracie“ a to preto, pretože ich postavenia závisí od peplemetrov, ktoré zaznamenávajú, že „obyčajný divák, už nemá záujem po večeroch pozerat' programy súvisiace s rôznymi politickými debatami alebo kauzami. Chce seriály, zábavne programy. A tak prenechávajú investigatívnu žurnalistiku a politiku stále viac úspešnejšej tlači ako sú napríklad SME, Pravda, Hospodárske noviny. Avšak aj tieto silne nezávislé periodiká majú konkurenciu v podobe internetu, pretože v súčasnosti mnoho ľudí uprednostňuje získavanie informácií z internetu. Vydavatelia tlače preto výrazne posilňujú svoje internetové stránky. A čo zábava? Prečo je zdrojom zábavy najviac internet ak sa televízie snažia sústrediť na to aby boli stále viac a viac zábavnejšie. Ide o kvalitu zábavy, ktorú ponúkajú. Z obrázku č. 15 môžeme jasne vidieť, že STV neponúka kvalitnú zábavu a tak nie je príťažlivá pre divákov. Na internete sa črtá možnosť relevantnej alternatívy za komerčné televízie a za verejnoprávnu televíziu.

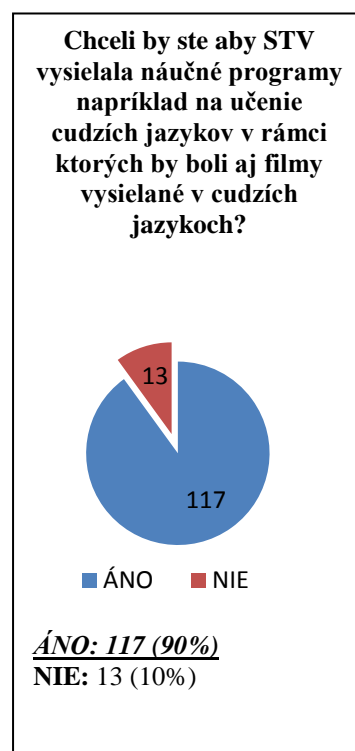
Slovenská televízia ako verejnoprávna televízia by mala poskytovať služby širokej verejnosti, pre všetky vekové kategórie. Avšak mnoho mladých ľudí si myslí, že STV je skôr zameraná na staršie vekové kategórie, drží sa minulosti, vysiela z archívu a nedrží krok z modernou dobou. Samozrejme, že filmy pre pamätníkov a staršia televízna tvorba by mala byť súčasťou programovej štruktúry, avšak STV vo veľkom množstve nesleduje aktuálnu situáciu a celkovo pôsobí zastaralo. Podľa 45% opýtaných STV nie je zaujímavá pre mladšie vekové kategórie, ako 10-16 ročnú mládež (viď Obrázok č.17) avšak 38% zo všetkých opýtaných si myslí, že STV je zaujímavá pre vysokoškolských študentov (viď Obrázok č.18). Z týchto názorov vyplýva to, že STV ponúka viac informácií ako zábavy, keďže je mládež, ktorá vyhľadáva predovšetkým zábavu, je nepríťažlivá ale pre vysokoškolských študentov, pre ktorých sú informácie dôležité, príťažlivá už je. Veľkým oknom STV je podľa opýtaných to, že STV nevysiela náučné programy na vzdelávanie sa v cudzích jazykoch. Takúto možnosť by privítalo až 90% respondentov (viď Obrázok č.19)



Obrázok 17: Graf 17



Obrázok 18: Graf 18

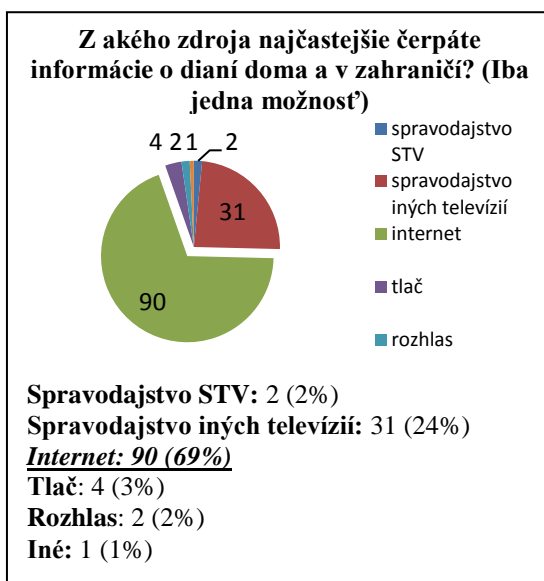


Obrázok 19: Graf 19

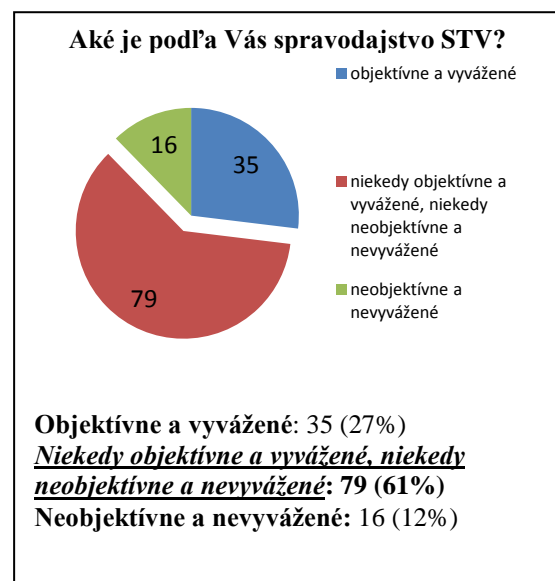
3.2.4. Spravodajstvo STV

Dominantné postavenie v rámci programovej štruktúry STV má spravodajstvo a publicistika. Avšak to, aké postavenie má spravodajstvo STV v rámci všetkých zdrojov poskytovania aktuálnych informácií z diania doma i vo svete, dokumentuje ďalší graf v poradí (viď Obrázok č.20). 69% opýtaných čerpá tieto informácie práve z internetu.

Druhým najfrekvencovanejším zdrojom je spravodajstvo iných televízií. Spravodajstvo STV skončilo až na poslednom mieste a to s percentom 2. Vo výskume v roku 2008, bola možnosť internet až na treťom mieste avšak túto možnosť uviedli práve vo väčšine prípadu študenti a veková kategória 18 – 24 rokov (Kollár, Velšic; 2008), čo sa zhoduje s výsledkom nášho výskumu. Mnoho respondentov sa vyjadrilo, že spravodajstvo STV pôsobí nezaujímavo, nudne a taktiež cítiť z neho politické vplyvy súčasnej vlády. Podľa 61% respondentov je spravodajstvo STV niekedy objektívne a vyvážené, niekedy neobjektívne a nevyvážené (viď Obrázok č.21). Práve takáto neistota v názore či je spravodajstvo STV kvalitné spôsobuje to, že stráca svojich divákov. Pretože každý si radšej pozrie spravodajstvo zo zdroja, ktoré je stále objektívne a vyvážené ako iba niekedy.



Obrázok 20: Graf 20

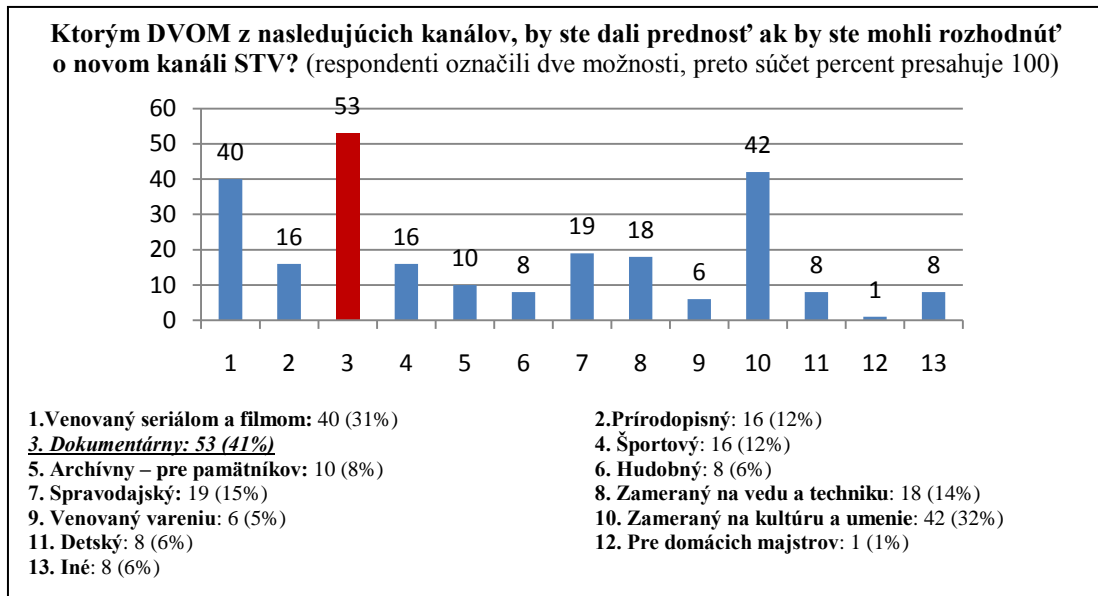


Obrázok 21: Graf 21

3.2.5. Záujem o nový kanál STV

V rámci výskumu sme sa pýtali mladých ľudí, či by mali záujem o nový kanál STV a akým smerom by mal byť zameraný. Z grafu na obr. 22 je jasne vidieť, že 41% opýtaných by uvítalo nový dokumentárny televízny kanál. (viď Obrázok č.22) Ďalší záujem je hlavne o seriály a filmy, kultúru a spravodajstvo. Touto položkou je jasne vidieť, že mladým ľuďom chýbajú v médiách a hlavne v tých verejnoprávnych vzdelávacie programy, ktoré im prinesú nové informácie. Taktiež je možné vidieť, že sa aj napriek komerčnej dobe stále zaujímajú o kultúru a ktorej nedostatok v médiách viditeľne pociťujú. Ak si tento výsledok porovnáme s výsledkom v roku 2008, vidíme, že v roku 2008 mali mladí ľudia a študenti najväčší záujem o športový program, hudobný, zameraní na vedu a techniku a dokumentárny (Kollár, Velšic; 2008). Pri porovnaní s našim

výsledkom vidíme súvislosť, pretože v našom výskume je najfrekventovanejšia možnosť dokumentárny kanál, a aj programy športové a hudobné mali vysokú úspešnosť.



Obrázok 22: Graf 22

ZÁVER

Slovenská televízia je pojem ktorý je v súčasnosti častým predmetom mnohých diskusií, reportáží, názorov, komentárov. Postavenie Slovenskej televízie je neisté. V očiach mnohých odborníkov ale aj verejnosti predstavuje inštitúciu, ktorá je zastarala, nezaujímavá, ovplyvňovaná štátom. Dotazník, ktorý sme použili ako výskumnú metódu, nám poukazuje na nedostatky verejnoprávnej televízie na Slovensku v očiach mladých ľudí. Položky a získané odpovede jasne naznačujú, že Slovenská televízia je pre mladých ľudí vo veku od 16 do 27 rokov nezaujímavá, nudná a fádna. Pre väčšinu respondentov nenapĺňa ich predstavy o verejnoprávnej televízií. Nie je pre nich hlavným zdrojom informácií ani zábavy. Jediná časť STV, ktorá má u nich aspoň malý úspech je spravodajstvo STV, avšak ani to nespĺňa úplne požiadavky na kvalitu. STV podľa nich neposkytuje nič, čo by bolo pre zaujímavé pre ich vekovú kategóriu. Avšak nájdú sa aj takí, ktorí sú so Slovenskou televíziou aspoň trochu spokojní. K spokojnosti im stačí to, že STV vysiela programy z archívu, ešte stále sa venuje menšinám a regiónom. Aj keď Slovenská televízia nie je pre mladých ľudí zaujímavá, stále je dobrým výsledkom to, že mladí ľudia si uvedomujú ako by mala verejnoprávna televízia vyzerat' a pociťujú potrebu takúto televíziu na Slovensku mať. Aj napriek komerčnej dobe, ktorá sa rozbehla a ešte stále sa rozbieha pomerne rýchlym tempom, nezabúdajú na kultúru a tradície a uvedomujú si ich nedostatok a ešte stále majú potrebu tieto informácie prijímat'. Aj napriek súčasnému úpadku mienky Slovenskej televízie v očiach mladých ľudí, sú to práve oni, ktorí si jej potrebu stále uvedomujú. A ak sa Slovenskej televízii podarí zlepšiť svoju štruktúru a organizáciu a program, stále má potenciál zaujať dobré miesto na slovenskom mediálnom trhu.

Štát je povinný zriadiť inštitúciu akou je Slovenská televízia. Ak táto inštitúcia formálne spĺňa podmienky, poslanie a správa sa podľa legislatívnych noriem, ale neuspokojuje spoločnosť, zaostáva za komerčnými televíziami, je samozrejme, že bude kritizovaná. Kritizovaná či už na základe financií, komerčných aktivít, programovej štruktúry, efektivity a iných faktorov.

STV je súčasťou televízneho trhu bez ohľadu na svoj charakter, poslanie a vlastnú vôľu patriť do neho. To že je verejnoprávnou televíziou ju nevyklučuje z konkurencie na mediálnom trhu Slovenska. A preto musí taktiež bojovať o svoje postavenie. STV má dve možnosti:

- Vyrovnat' sa s pozíciou konkurenta komerčných staníc – spoznať celé televízne prostredie, spoznať jednotlivých konkurentov, identifikovať vlastnú pozíciu a následne zvolit' stratégiu.
- ignorovať tento fakt a nieť následky – ignorovanie konkurencie znamená odsúvanie a hromadenie problémov, čím sa spochybni opodstatnenosť existencie STV

Slovenská televízia ako každá iná verejnoprávna televízia to má v súčasnosti ťažké. Komerčné médiá prichádzajú na trh s novými, zaujímavejšími, interaktívnejšími programami

Z toho vyplýva, že lepším riešením je zvolit' si možnosť prvú. Slovenská televízia by sa mala snažiť obohatiť svoju programovú štruktúru o zaujímavejšie programy, o relácie, ktoré by viac prilákali divákov tým, že by boli aktuálnejšie, interaktívnejšie. Verejnoprávna televízia stojí na troch pilieroch, ktoré majú bezchybne fungovať aby zaručili bezpečnú a stabilnú pozíciu televízie. Ide o spravodajstvo, publicistiku a vlastnú tvorbu. V prípade Slovenskej televízie nefungujú. Spravodajstvo je nevýrazné, pre mnohých nezaujímavé aj keď prináša dôveryhodné spravodajstvo, mnohí ho považujú za nedôveryhodné, pretože stále nad Slovenskou televíziou vidia politický vplyv. Taktiež spravodajstvo nie je efektívne a preto nepritiahne mnoho divákov. Rovnako publicistika nie je rozšírená v STV, pretože podľa názorov odborníkov, STV sa neodváža zameriavať na kontroverzné a investigatívne témy, pretože nechce prísť do rozporu s vládou. Čo sa týka vlastnej tvorby, Slovenská televízia nenapreduje. Viac sa venuje vysielaniu vlastnej tvorby z archívu ako novej tvorbe.

Verejnoprávna televízia sa pridrižiava zákona, ktorým je definovaná a ktorý upravuje jej pôsobnosť. Preto je jej programová štruktúra obmedzená. Ale aj napriek tomu mnohé verejnoprávne televízie sa dokázali s týmto obmedzením vyrovnat' a na mediálnom trhu majú úspech. Ako sa Slovenská televízia ako verejnoprávna inštitúcia bude vyvíjať ďalej na Slovensku ukáže len čas. Po vytvorení Rozhlasu a televízie Slovenska sa Slovenskej televízii ponúkajú nové možnosti. Avšak do tejto inštitúcie prináša aj mnoho problémov, ktoré musí vyriešiť a nájsť tie vhodné riešenia. Budúcnosť Slovenskej televízie je otázna, avšak faktom ostáva, že verejnoprávna televízia na Slovensku stále patrí do slovenskej kultúry a aj napriek kritikám má svojich priaznivcov, ktorí stále pevne veria v rozvoj a úspech Slovenskej televízie.

BIBLIOGRAFIA

BREČKA, S.: *Mediálne systémy v Európe (1.časť)*. Bratislava: NCMK, 1999. 41 s.

KOŠČO, J.: *Vývoj televízie (s osobitným zreteľom na vývoj televízie na Slovensku)*, 1.vydanie.

Bratislava: Ústredná knižnica VŠMU, 1982. 91 s.

MATYÁŠ, M.: Obháji médium verejnej služby svoje poslanie? (príklad STV). In: *Média na*

prahu tretieho tisícročia (Človek v sieti mediálnej recepcie): Zborník príspevkov z odborného seminára Fakulty masmediálnej komunikácie ktorý sa konal 21.novembra 2002 v Trnave. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2003. ISBN 80-89034-34-9

MINÁRIK, M.: Verejnoprávne a súkromné televízne stanice a ich úloha v spoločnosti. In: *Média na prahu tretieho tisícročia (Človek v sieti mediálnej recepcie): Zborník príspevkov z odborného seminára Fakulty masmediálnej komunikácie ktorý sa konal 21.novembra 2002 v Trnave*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2003. ISBN 80-89034-34-9

MISTRÍK, M.: Prečo nepotrebuje verejnoprávne média?. In: *Média, spoločnosť, mediálna*

fikcia: Zborník z vedeckej konferencie s medzinárodnou účasťou konanej v dňoch 31.marca a 1.apríla 2008 v Smoleniciach. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2008, s. 340. ISBN 978-80-8105-072-5

Názory na verejnoprávnu televíziu na Slovensku. Záverečná správa z kvalitatívneho výskumu

pre Mediálny Inštitút. Bratislava: Mediálny inštitút, 2000. 100 s.

Internetové zdroje:

BLAHUŠIAK, P. a kol. 2001. *Mediálna Ročenka (1990-2000): prehľad tlače, rozhlasu*

a televízie na Slovensku. [Online]. 2001. [Citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.mi.sk/medialna%20rocenka/index.html>>

CZWITKOVICS, T. 2010. *Verejnoprávne 4x3*. In: eTrend. [Online]. 2010. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://ekonomika.etrend.sk/ekonomika-slovensko/verejnopravne-4x3.html>>

ČOBEJOVÁ, E. 2009. *Média: od televízie k internetu*. In: Týždeň. [Online]. 2009. č.1. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.tyzden.sk/casopis/2009/1/media-od-televizie-k-internetu.html>> ISSN: 1336-653X

ČOBEJOVÁ, E. 2011. *STV je chorá*. In: Týždeň. [Online]. 2011. č.1. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.tyzden.sk/casopis/2011/2/stv-je-chora.html>>. ISSN: 1336-653X

DALIBOR, R. 2005. *Verejnost' proti verejnoprávnosti*. [Online]. 2005. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.isloboda.sk/showarticle.php?id=259>>

FANSTEN, M. 1999. *The terms of the debate*. [Online]. 1999. [citované: 2010-03-10]. Dostupné na internete: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct/publikace/pdf/TVZ.pdf>>

FARBULA, M. 2010. *Korupcia v médiách* [Online]. 2010. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://mediaetika.longtail.sk/?p=1160>>

CHUDINOVÁ, E. PhDr. 2010. *Vznikla nová verejnoprávna inštitúcia Rozhlas a televízia Slovenska*. [Online]. 2010. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.culture.gov.sk/aktuality/vznikla-nova-verejnopravna-institucia-rozhlas-a-televizia-slovenska>>

KOLLÁR, M. 1999. *Situácia verejnoprávnej televízie na televíznom trhu*. [Online]. 1999. [citované: 2010-03-10]. Dostupné na internete: <<http://www.mi.sk/situacia.html>>

- KOLLÁR, M. – VELŠIR, M. 2008. *Názory na televíziu verejnej služby na Slovensku II*. [Online]. 2008. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <http://www.ivo.sk/buxus/docs//publikacie/subory/Nazory_na_TV_verejnej_sluzby.pdf>
- METYKOVÁ, M. 2004. *Vysielanie verejnej služby*. In: *Revue pro média*. [Online]. 2004. č.7. [citované: 2010-03-10]. Dostupné na internete: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue07/metykova_vysielane-ver-sluzby.pdf>
- SAVICKÝ, N. 2007. *Má STV nárok na existenciu?*. In: *Týždeň*. [Online]. 2007. č.44. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.tyzden.sk/casopis/2007/44/ma-stv-narok-na-existenciu.html>>. ISSN: 1336-653X
- STREĎNANSKÝ, E. 2010. *Slovenská televízia – zrušiť lebo zachrániť*. In: *Týždeň*. [Online]. 2010. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.tyzden.sk/nazivo-doma/ernest-strednansky-slovenska-televizia-zrusit-alebo-zachranit.html>>
- STV odpovedá poslancom na otázky o jej stave*. [Online]. 2010. [Citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.24hod.sk/stv-odpoveda-poslancom-na-otazky-o-jej-stave-cl139726.html>>
- ŠEBEŠ, M. – ŠIMUNEK, M. 2004. *BBC – reklama na médium verejnej služby*. In: *Revue pro média* [Online]. 2004. č.7. [citované: 2010-03-10]. Dostupné na internete: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue07/portret_bbc_rpm07.pdf>
- The Public Broadcasting Act of 1967 [Online]. [citované: 2011-04-06] Dostupne na internete: <<http://www.cpb.org/aboutpb/act/PublicBroadcastingAct1967.pdf>>

VASILKO, T. 2010. *Americký novinár: Média strácajú rešpekt lebo vlády utajujú priveľa*. [Online]. 2010. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.sme.sk/c/5670594/americky-novinar-media-stracaju-respekt-lebo-vlady-utajuju-privela.html>>

Zákon o RTVS. [Online]. 2011. [citované: 2011-04-06]. Dostupné na internete: <<http://www.rtv.slovakia.eu/index.php?menu=legislativa>>

PRÍLOHY

Zoznam príloh:

Príloha A: **DOTAZNÍK o Slovenskej verejnoprávnej televízií - vzor**

Príloha B: **Dotazník o Slovenskej verejnoprávnej televízií - vyhodnotenie**

Príloha A

DOTAZNÍK o Slovenskej verejnoprávnej televízii - vzor

Zoznam otázok:

1. **POHLAVIE**
2. **ŠTUDENT/PACUJÚCI**
3. **VEK**
4. **ZAMERANIE (študijný odbor alebo zamestnanie)**

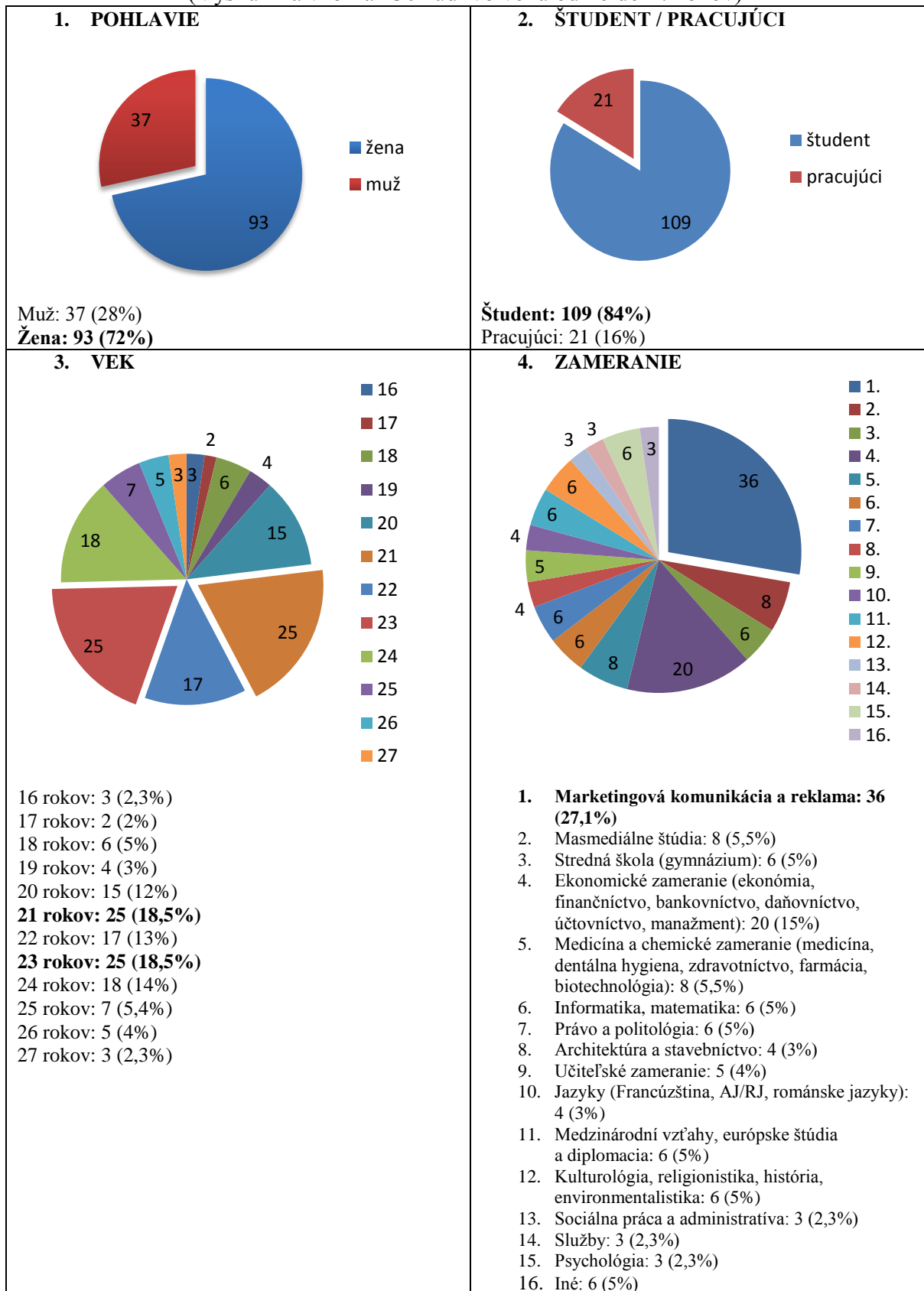
5. **Spĺňa Slovenská televízia – STV Vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?**
úplne spĺňa – skôr spĺňa – skôr nespĺňa – vôbec nespĺňa – neviem
6. **Ako často sledujete STV?**
Asi 5 až 7 dní v týždni - Asi 2 až 4 dní v týždni - Asi 1 deň do týždňa - Menej často - Nesledujem vôbec
7. **S ktorým z týchto názorov súhlasíte?**
 - A. Verejnoprávna televízia na Slovensku nie je potrebná, pretože naše a zahraničné komerčné televízie poskytujú divákovi všetko, o čo majú záujem.
 - B. Verejnoprávna televízia na Slovensku je potrebná, pretože iba takáto televízia je schopná divákovi poskytnúť aj také programy, ktoré komerčné televízie nevysielať (napríklad vzdelávacie programy)
8. **Súhlasíte s výrokom, že na Slovensku v súčasnosti je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá vysiela programy pre všetky vrstvy a skupiny obyvateľov bez ohľadu na ich vek alebo divácke záujmy?**
ÁNO - NIE
9. **Súhlasíte s výrokom, že na Slovensku je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá je financovaná predovšetkým koncesionárskymi poplatkami, platbami za reklamu, sponzorskými darmi a nie zo štátneho rozpočtu?**
ÁNO - NIE
10. **Súhlasíte s výrokom, že na Slovensku je potrebná taká verejnoprávna televízia, ktorá je kontrolovaná zástupcami verejnosti a každý z obyvateľov má možnosť oboznámiť sa s jej hospodárením a financovaním.**
ÁNO - NIE
11. **Podľa vášho názoru – čo by malo byť hlavným zdrojom financovania verejnoprávnych médií na Slovensku:**
koncesionárske poplatky – štátny rozpočet – reklama
12. **Ktorý okruh STV sledujete najčastejšie?**
Jednotka – Dvojka – Trojka
13. **Čo preferujete na Jednotke?**
filmy a seriály – spravodajstvo a publicistiku – relácie z tvorby STV
14. **Čo je pre Vás v rámci televízie dôležitejšie?**
informácie – zábava
15. **Ktorý zdroj z uvedených Vám prináša najviac zábavy?**
STV – iné televízne kanály – rádio – internet – tlač
16. **Ktorý zdroj z uvedených Vám prináša najviac informácií?**
STV – iné televízne kanály – rádio – internet – tlač
17. **Je podľa Vás STV zaujímavá aj pre mladšie vekové kategórie? (10-16 rokov)**
úplne súhlasím – súhlasím – neviem – nesúhlasím – úplne nesúhlasím
18. **Je podľa Vás STV zaujímavá pre vysokoškolských študentov?**
úplne súhlasím – súhlasím – neviem – nesúhlasím – úplne nesúhlasím
19. **Chceli by ste aby STV vysielať naučné programy napríklad na učenie cudzích jazykov v rámci ktorých by boli aj filmy vysielať v cudzích jazykoch?**
ÁNO - NIE

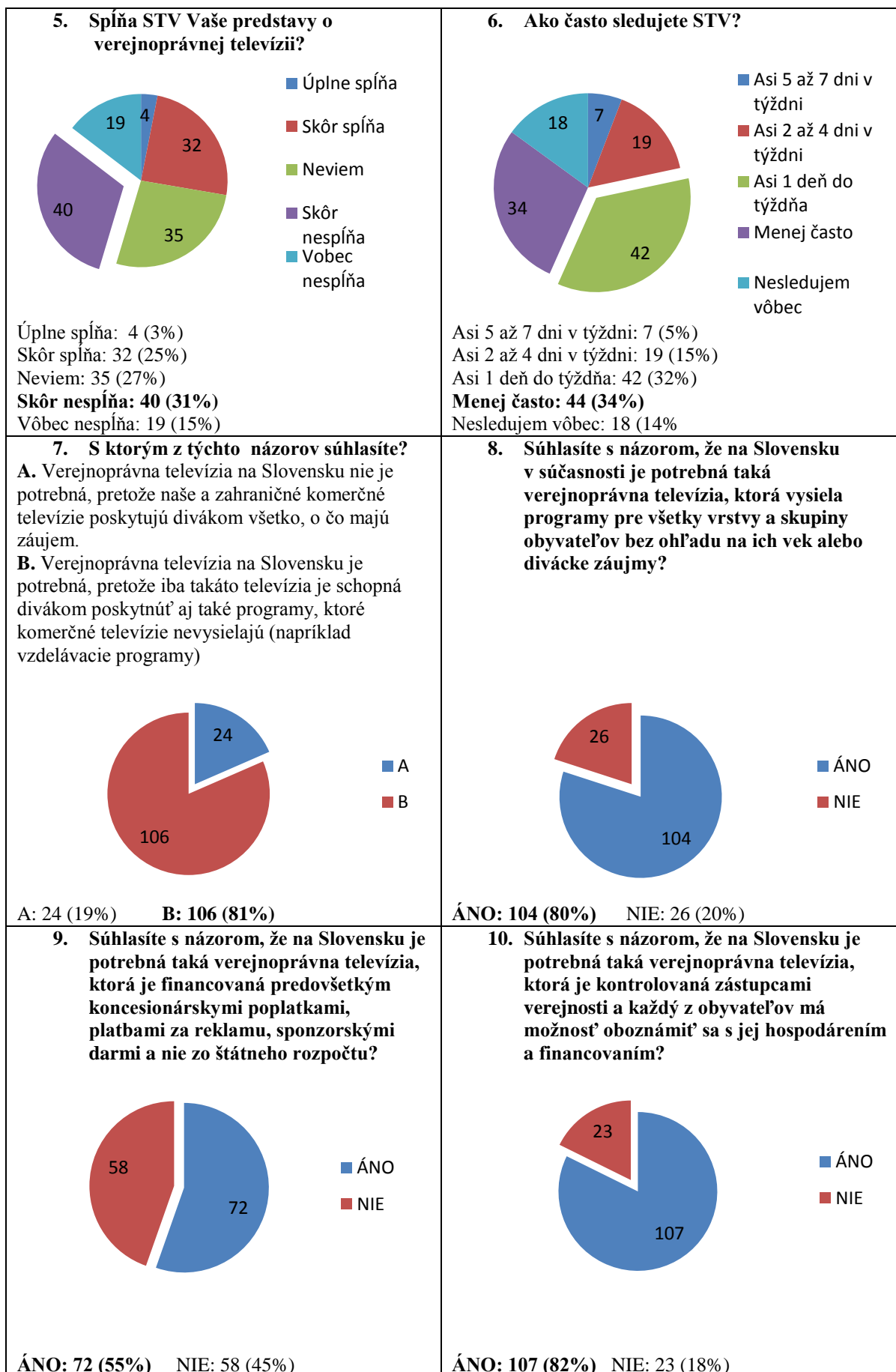
20. **Z akého zdroja najčastejšie čerpáte informácie o dianí doma a vo svete? Uveďte, prosím, iba jednu možnosť**
spravodajstvo STV – spravodajstvo iných televízií – internet – tlač – rozhlas – iné
21. **Aké je podľa Vás spravodajstvo STV?**
*Niekedy objektívne a vyvážené, niekedy neobjektívne a nevyvážené - Objektívne a vyvážené
- Neobjektívne a vyvážené*
22. **Ktorým dvom nasledujúcim kanálom, by ste dali prednosť ak by ste mohli rozhodnúť o novom kanáli STV?**
- *Venovaný seriálom a filmom*
 - *Prírodopisný*
 - *Dokumentárny*
 - *Športový*
 - *Archívny – pre pamätníkov*
 - *Hudobný*
 - *Spravodajský*
 - *Zameraný na vedu a techniku*
 - *Venovaný vareniu*
 - *Detský*
 - *Pre domácich majstrov*
 - *Iný*
23. **Je nejaký program na STV, ktorý sledujete pravidelne? Ak áno, ktorý?**
24. **Ktoré náučné informácie by ste chceli aby Vám STV ponúkala? Z ktorej oblasti? (napríklad psychológia, sociológia, právo, kultúra a iné. Uveďte aj viacero možností)**
25. **Z akého dôvodu STV SPLŇA vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?**
26. **Z akého dôvodu STV NESPLŇA vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?**

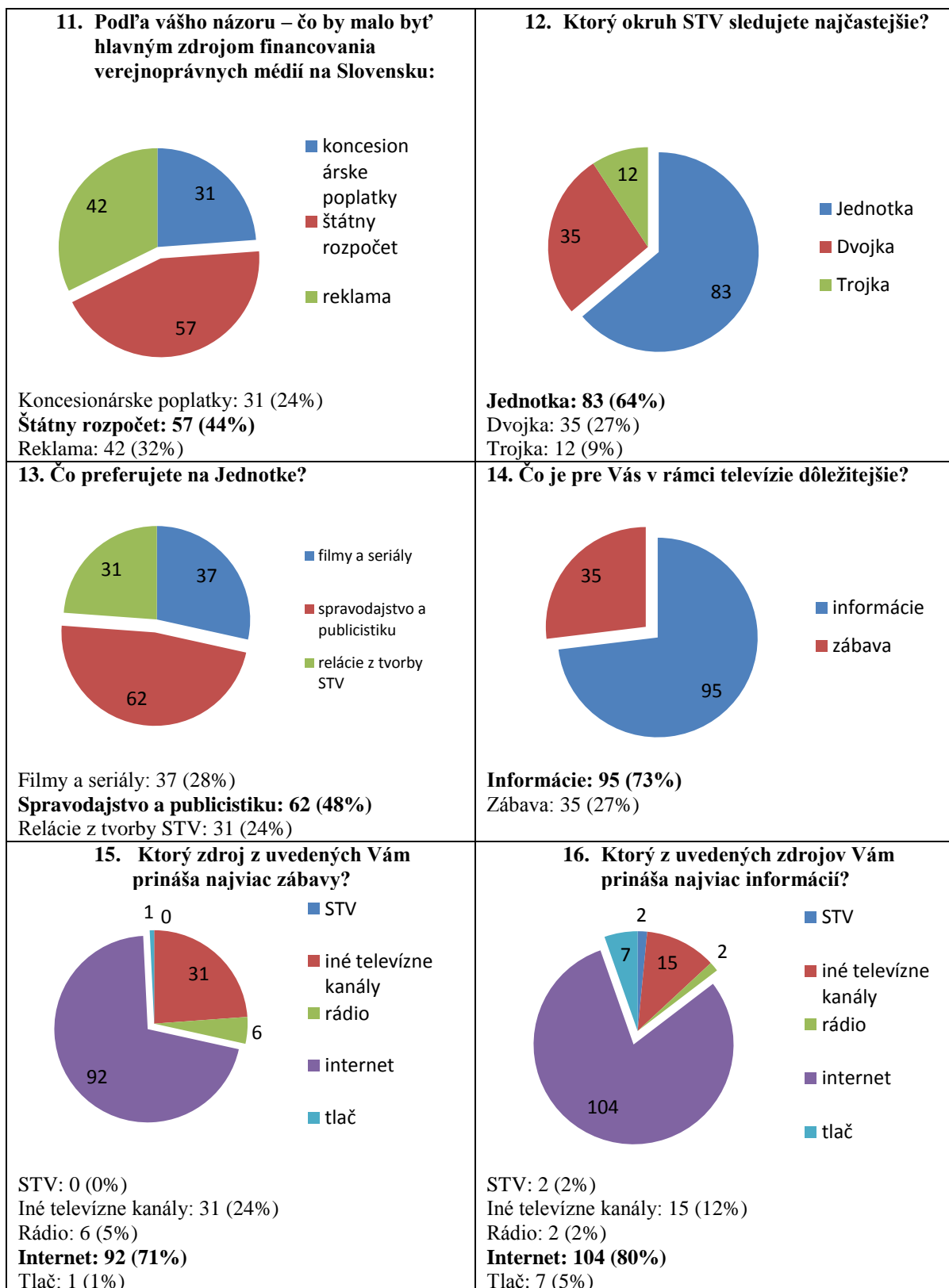
Príloha B

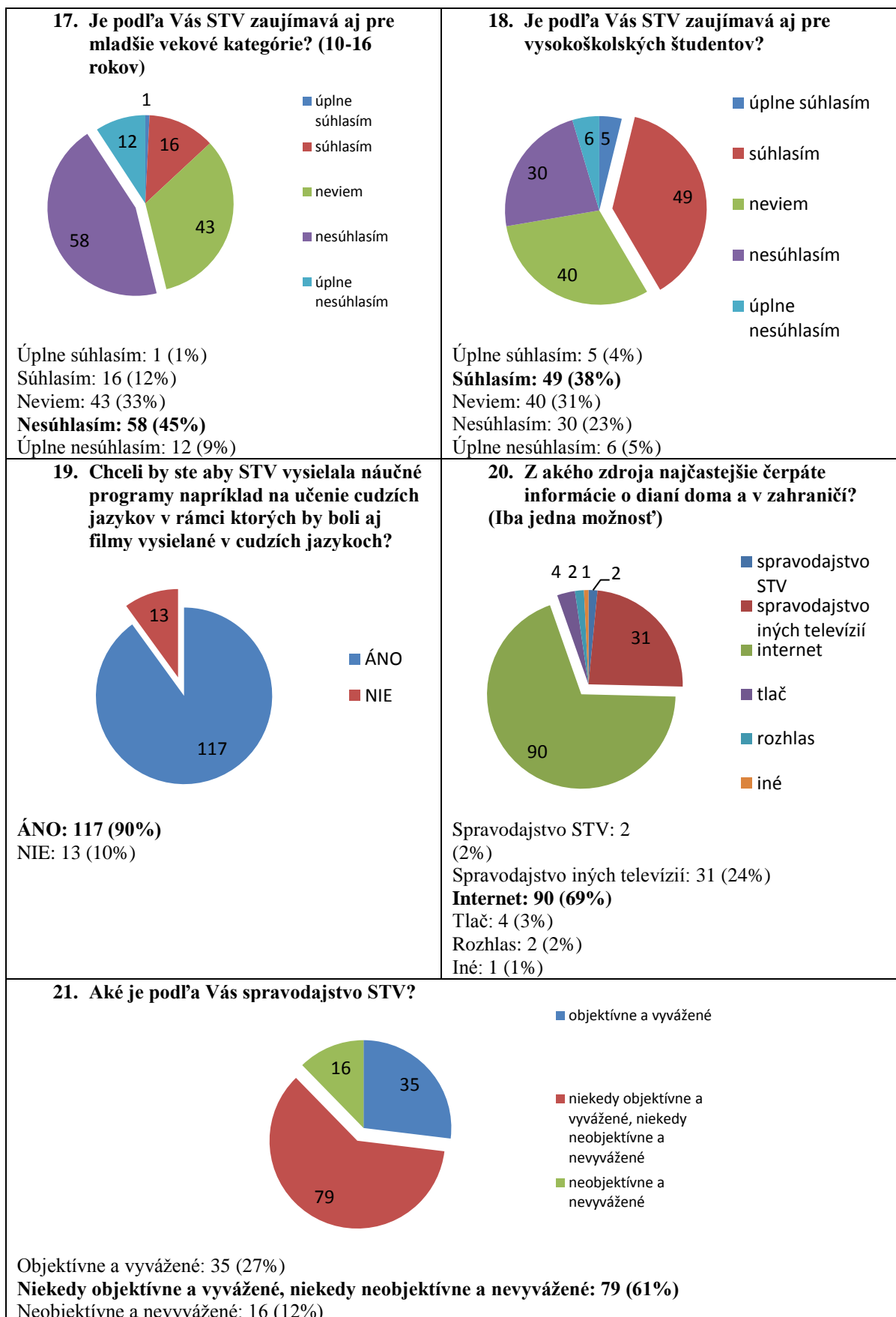
Dotazník o Slovenskej verejnoprávnej televízii - vyhodnotenie

(Výskumná vzorka 130 ľudí vo veku od 16 do 27 rokov)

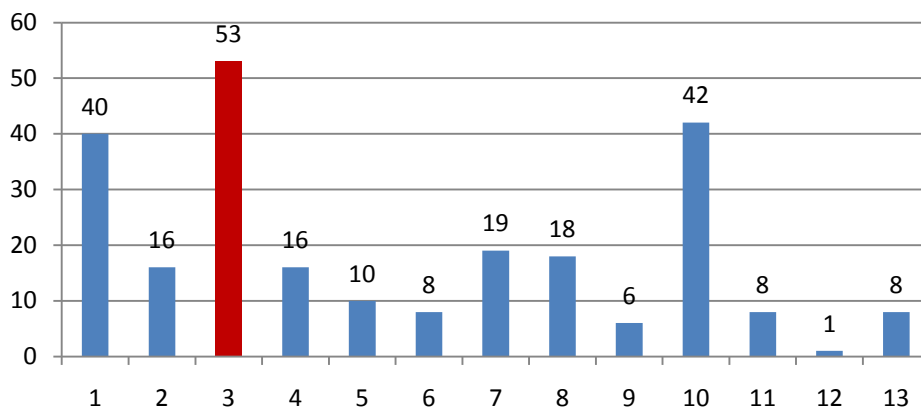








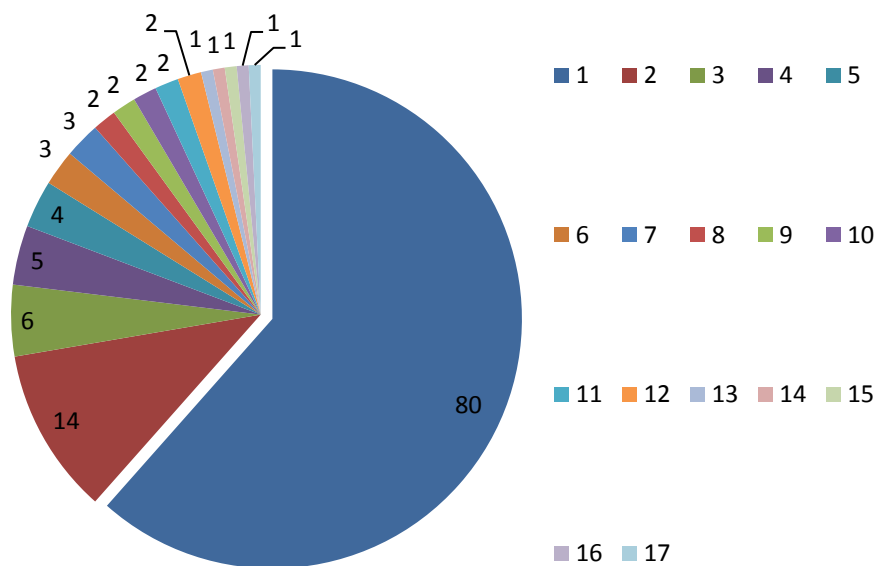
22. Ktorým DVOM z nasledujúcich kanálov, by ste dali prednosť ak by ste mohli rozhodnúť o novom kanáli STV? (respondenti označili dve možnosti, preto súčet percent presahuje 100)



- | | |
|---|--|
| 1. Venovaný seriálom a filmom: 40 (31%) | 7. Spravodajský: 19 (15%) |
| 2. Prírodopisný: 16 (12%) | 8. Zameraný na vedu a techniku: 18 (14%) |
| 3. Dokumentárny: 53 (41%) | 9. Venovaný vareniu: 6 (5%) |
| 4. Športový: 16 (12%) | 10. Zameraný na kultúru a umenie: 42 (32%) |
| 5. Archívny – pre pamätníkov: 10 (8%) | 11. Detský: 8 (6%) |
| 6. Hudobný: 8 (6%) | 12. Pre domácich majstrov: 1 (1%) |
| | 13. Iné: 8 (6%) |

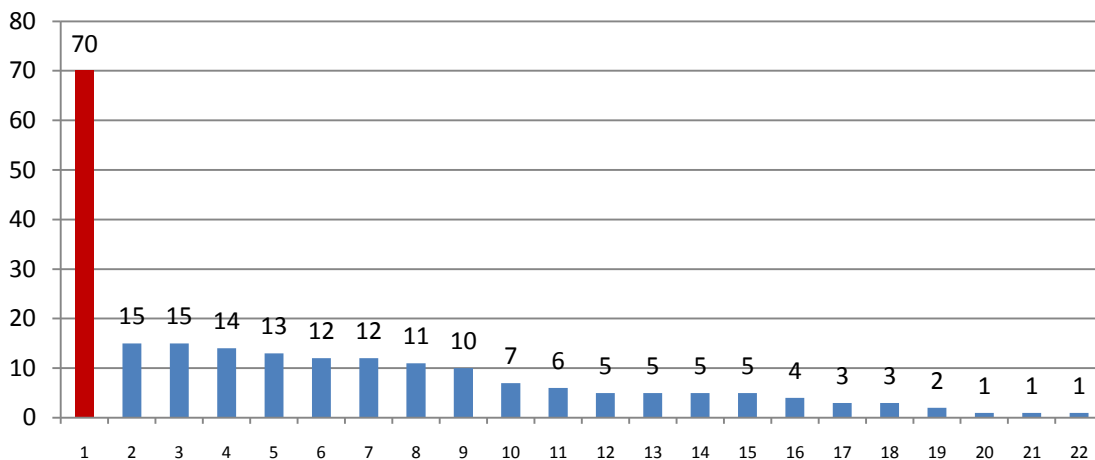
Otvorené otázky

23. Sledujete nejaký program na STV pravidelne? Ak áno, tak ktorý?



- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1. NIE: 80 (57,4%) | 10. Vojna kuchárov: 2 (2%) |
| 2. Správy STV a komentáre: 14 (11%) | 11. Tajomstvo mojej kuchyne: 2 (2%) |
| 3. Seriály a filmy: 6 (5%) | 12. Fenomén: 2 (2%) |
| 4. Dámsky magazín: 5 (4%) | 13. Najväčšie kriminálne prípady na Slovensku: 1 (1%) |
| 5. Športové prenosy: 4 (3%) | 14. Živá panoráma: 1 (1%) |
| 6. Filmový klub, Kinoráma: 3 (2,3%) | 15. Zmenáreň: 1 (1%) |
| 7. Svet v obrazoch: 3 (2,3%) | 16. Pošta pre teba: 1 (1%) |
| 8. O 5 minút 12: 2 (2%) | 17. Priame prenosy (OTTO, MISS): 1 (1%) |
| 9. Góly, body, sekundy: 2 (2%) | |

24. Ktoré náučné informácie by ste chceli aby Vám STV ponúkala? Z ktorej oblasti (niektorí respondenti uviedli viac ako jednu možnosť, preto súčet percent môže byť vyšší ako 100)



1. Kultúra a umenie: 70 (54%)

2. Jazyky: 15 (12%)
3. História: 15 (12%)
4. Psychológia: 14 (11%)
5. Ekonomía: 13 (10%)
6. Veda a technika: 12 (9%)
7. Právo: 12 (9%)
8. Cestovanie: 11 (8%)
9. Fauna a flóra: 10 (7%)
10. Medicína: 7 (5%)
11. Biológia: 6 (5%)

12. Zdravie: 5 (4%)

13. Politológia: 5 (4%)
14. Sociológia: 5 (4%)
15. Vzdelávanie: 5 (4%)
16. Média, marketing a reklama: 4 (3%)
17. Ekológia: 3 (2,3%)
18. Informatika: 3 (2,3%)
19. Geografia: 2 (2%)
20. Životopisné dokumenty: 1 (1%)
21. Ezoterika: 1 (1%)
22. Gastronómia: 1 (1%)

25. Z akého dôvodu Slovenská televízia spĺňa Vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?

Na túto otázku sa vyjadrilo 28 % respondentov. Po zhrnutí sa všetky poskytnuté odpovede dajú zhrnúť do týchto nižšie uvedených

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - „Menej reklamy, program nie je prerušovaný“ - „Menej komerčných projektov“ - „Vysiela pre menšiny, nízko nákladové filmy“ - „Pôvodná slovenská tvorba“ - „Nie je komerčná“ - „Priestor pre regionálne magazíny“ - „Vzdelávacie programy a správy sú kvalitné“ - „Vysiela reprezentačné športové prenosy“ - „Hlavným príjmom sú koncesionárske poplatky“ | <ul style="list-style-type: none"> - „Je objektívna“ - „Splňa kritéria dané zákonom o STV a zákonom o vysielaní a retransmisii“ - „Nevysiela reality show“ - „Poskytuje aktuálne správy a primeraný program pre deti aj dospelých“ - „Široké zameranie programovej štruktúry“ - „Poskytuje oveľa väčší priestor pre kultúru“ |
|---|--|

26. Z akého dôvodu Slovenská televízia nespĺňa Vaše predstavy o verejnoprávnej televízii?

Na túto otázku sa vyjadrilo 44% respondentov. Po zhrnutí sa všetky poskytnuté odpovede dajú zhrnúť do týchto nižšie uvedených

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- „Ponúka málo vlastnej tvorby“- „Pretože ako verejnoprávne médium by sa mala orientovať na celú populáciu Slovenska, čo aj robí, ale z vysielačích časov jasne vyplýva, že menšinové skupiny diskriminuje“- „Politické tlaky a vplyvy“- „Reportéri majú príkazy zhora čo môžu a čo nie vysielat“- „Hospodári s nevyrovnaným rozpočtom“- „Chýba viac investigatívnej žurnalistiky, dokumentov, viac kvalitných diskusií na rôzne témy“- „Málo informuje“- „Chýbajú moderné prvky“- „Nedostatočne berie do úvahy nepočujúcich divákov“- „Je nezáživná a obyčajná“- „Nevenuje pozornosť projektom verejnoprávneho charakteru“ | <ul style="list-style-type: none">- „Nedbá o zachovanie archívu STV- Neprofesionálne robené reportáže, imidž reportérov, prejav, strojenosť“- „Programová štruktúra nie je primeraná súčasnému publiku“- „Zameriava sa skôr iba na staršie ročníky“- „Mala by ostať zachovaná, avšak mala by sa modernizovať jej vysielačia štruktúra, s väčším ohľadom na všetky cieľové skupiny“- „Mala by si brať príklad zo zahraničia – BBC v UK“- „Mala by vysielat' to čo je teraz aktuálne – namiesto toho vysielala starú produkciu“- „Pretože vlastná tvorba nespĺňa úroveň kvality, akú by mala mať“- „Športový kanál by mal vysielat' aj menej komerčné športy“- „Stereotypne zastarala“ |
|---|---|