

INEKO

Inštitút pre ekonomické a sociálne reformy

Bajkalská 25, 82718 Bratislava 212, Slovensko, tel: +4212 5341 1020, fax: +4212 5823 3487,
<http://www.ineko.sk/>

Slovenské médiá 2007 – celkové zlepšenie najmä vďaka technológiám, mínusom zvýšená politizácia

Tlačová správa, 20. december 2007

Úroveň hlavných slovenských médií sa v roku 2007 mierne zvýšila. Hlavným pozitívom je využitie technologických novínok ako sú blogy, video a audio nahrávky či grafické prvky. Médiá vďaka tomu sprostredkujú bohatšiu výmenu informácií a názorov, rýchlejšie, zrozumiteľnejšie a dôveryhodnejšie spravodajstvo. Etická stránka médií tiež zaznamenala úspechy: čitateľom bol po prvýkrát zverejnený etický kódex veľkých novín (denník SME), a v raste pokračovala aj miera zdrojovania práce kolegov v hlavných slovenských médiách, podobne aj počet opráv.

Hlavným negatívom roka je zvýšená politizácia verejnoprávnych médií, najmä Slovenskej televízie, čoho symbolom bol odchod tretiny pracovníkov jej spravodajstva koncom leta. Slovenské televízie (bez ohľadu na charakter vlastníctva) tiež neboli schopné vyrovať sa s vysokou popularitou predsedu vlády a s jeho neštandardnými požiadavkami na neúčast' politických oponentov v diskusiách: rok 2007 je prvým za posledných najmenej 10 rokov, čo sa úradujúci predseda vlády nestretol v televíznej diskusii s politickým oponentom.

Pre nadchádzajúce roky je pre médiá dôležitou výzvou pri raste počtu a aktuálnosti spravodajstva lepšie skladať to množstvo informácií do súvislostí a kontextu, pridať v analýzach a investigatívne. Relatívne stále väčším nebezpečenstvom sa stáva nie to, že sa k nejakej správe verejnosť nedostane, ale skôr to, že pri návale zverejnených informácií nerozlíši podstatné od nepodstatného, respektíve si nebude vedieť informácie užitočne vyhodnotiť.

Nasledovné hodnotenie vychádza z práce blogu Slovak Press Watch (SPW - <http://spw.blog.sme.sk/>), ktorý na dennej báze monitoruje profesionalitu a etiku práce novinárov hlavných mienkotvorných médií – denníkov SME, Pravda a Hospodárske noviny, večerných televíznych spravodajstiev a investigatívnych relácií STV, Markízy a TA3 a týždenníkov TREND a .týždeň. Slovak Press Watch je projektom inštitútu INEKO a jeho tvorcom je analytik Gabriel Šípoš.

Projekt Slovak Press Watch je podporený v roku 2007 grantom od:



Trust for Civil Society
in Central & Eastern Europe
Washington D.C., USA

Viac informácií poskytnete:

Gabriel Šípoš, analytik INEKO, email: sipos@ineko.sk, tel: 02 / 5341 1331

Kompletnú správu zverejňujeme aj na internetovej stránke SPW: <http://spw.blog.sme.sk/>

Podrobné hodnotenie:

Hodnotenie práce vybraných slovenských médií je rozdelené do dvoch častí: etika a profesionalita. Etikou sa v kontexte tejto analýzy rozumejú otázky transparentnosti a zodpovednosti k verejnosti (konflikty záujmov, informovanie o vlastníctve, opravy, prístup k zdrojom), profesionalitou zase otázky odbornosti tematickej aj profesnej (zrozumiteľné, presné a logické spracovanie informácií, štatistik, pestrosť tém, výstižné titulky).

Etika

Formálne najvýznamnejšie tlaky, ktorým médiá kdekoľvek podliehajú, pochádzajú od vlastníkov. Kvalita žurnalistiky trpí, ak majitelia vlastnia médiá ako nástroje na presadzovanie určitých názorov, a nie ako investíciu, ktorá prosperuje hlavne vďaka dôveryhodnosti a nezávislosti redakcie. Väčšina najvýznamnejších slovenských médií je už vlastnená zahraničnými mediálnymi skupinami, ktorých zaujíma viac ziskovosť ako smer spravodajstva v konkrétnych témach. Najproblematickejšími sa v tomto smere na národnej úrovni javia verejnoprávne médiá Slovenská televízia, Slovenských rozhlas a tlačová agentúra TASR, ktorých vedenia sú volené (vymenúvané) síce sprostredkované, ale v konečnom dôsledku parlamentom, respektíve vládou.

Zmena vládnej koalície po parlamentných voľbách v roku 2006 priniesla aj **vyššie tlaky na obsah a smerovanie verejnoprávnych médií**. Najvýraznejšie sa to prejavilo v prípade Slovenskej televízie. Od volieb sa menili miesta šéfredaktora spravodajstva, vedenia hlavnej publicistickej relácie (Reportéri), zrušila sa najvýznamnejšia diskusná relácia (Pod lampou – hoci tá sa väčšinou ani nevenovala politike) a nakoniec v priebehu augusta a septembra odišla z redakcie spravodajstva tretina pracovníkov.

Pokiaľ ide o **transparentnosť vlastníctva médií**, ich internetové stránky napriek zlepšeniu stále neponúkajú jednoduchý odkaz na akcionárov médií, najmä pokiaľ ide o akcionárov majiteľa – vydavateľa, respektíve držiteľa licencie.

Z etickej stránky pozoruhodným bol v roku 2007 aj **nerovnaký prístup televízií k politikom**. Predseda vlády Robert Fico, mimoriadne populárny politik aj v historickom porovnaní, ani raz počas roka nediskutoval v pravidelných nedeľných diskusných reláciách s politickým oponentom, aj keď relácie pravidelne hostia aspoň dvoch politikov naraz. Ficovi bol dokonca v najsledovanejšej TV Markíza aj zmäkčený formát relácie. Minimálne od roka 1998 je to prvýkrát, čo sa úradujúci premiér v roku aspoň raz nestretol s politickým oponentom v diskusii v jednej zo slovenských televízií (kvôli nedostatku dát nevieme potvrdiť, či to dokonca nie je raritou aj v rámci celej histórie samostatnosti SR).

Podliehanie tlaku zo strany iných subjektov spravodajstva formou uverejňovania tzv. **PR správ** (informácie prinášajúce najmä pohľad samotnej firmy/klienta PR agentúry bez relevantného spravodajského záujmu) je trvalým problémom slovenských médií. Problém sa týka najmä ekonomického spravodajstva a príloh venujúcich sa lifestyleovým oblastiam ako je zdravie či automobily.

Vzhľadom na celosvetovo pozorovaný znižujúci sa efekt reklamy je predpoklad, že práve PR aktivity budú slúžiť ako zväčšujúci sa kanál na presadenie reklamného posolstva, čo predstavuje pre médiá veľkú výzvu. V roku 2007 napríklad nová banka na trhu, mBank, použila na podporu svojho vstupu medializáciu „občianskej iniciatívy“ s rovnakým strategickým posolstvom ako bol jej vlastný. Niektoré médiá o iniciatíve informovali ako o spravodajskej udalosti bez toho, aby verejnosti vysvetlili pozadie a sponzora projektu.

Problémom niektorých novinárov ostáva aj prijímanie darov od firiem – subjektov spravodajstva. Formy darov sa rôznia od lístkov na športové či umelecké podujatia až po podujatia organizované formálne s cieľom vzdelania, no s dominanciou rekreácie a budovania „dobrých“ vzťahov. Pozitívom je (aspoň verbálne) odsúdenie účasti novinárov na PR akciách viacerými hlavnými médiami (Pravda, SME, Markíza). Potom, čo predseda vlády v lete upozornil na jeden takýto výlet skupiny 11 novinárov, boli viacerí potrestaní pokutou, prípadne niektoré redakcie sľúbili sprísniť pravidlá pre takéto cesty novinárov do budúcnosti.

V roku 2007 sa tiež objavil aj **na verejnosti etický kódex denníka SME**. Pravidlá SME sa týkajú okrem iného aj konfliktov záujmov, prijímania darov či vzťahov ku konkurencii.

Aj v roku 2007 sa vyskytli prípady **plagiátorstva** v hlavných mienkotvorných médiách (TREND, SME, Hospodárske noviny, Nový Čas, TASR). Tie boli následne prísne potrestané, aj vrátane prepustenia vinníkov. Na druhej strane naďalej vzrastá počet článkov, v ktorých sa ich autori výslovne odvolávajú na prácu svojich kolegov z iných slovenských médií. To by mohlo indikovať väčšiu slušnosť a kolegiálnosť – od roku 2003 sa zdrojovanie vo vybraných veľkých médiách strojnásobilo, hoci rozsah spravodajstva sa výrazne nezvýšil.

V priemere sa zvýšil aj **počet opráv** z nepravdepodobne (pri medzinárodných porovnaníach) nízkych úrovni minulých rokov. Signalizovalo by to nie zvýšenú chybovosť, ale poctivosť v priznávaní chýb. Priemer však ťahali hore najmä denníky SME a Pravda, ktoré zaviedli na Slovensku doteraz nevídané pravidelné stĺpčeky opráv a spresnení (v druhom polroku sa však z Pravdy vytratil). Už len u nich sa tak medziročne počet opráv zvýšil odhadom 4-5násobne. A to aj tieto denníky ešte majú v počtoch opráv rezervy. Ostatné médiá (a televízie obzvlášť) majú s priznaním chýb verejnosti stále veľké problémy.

Pre televízie sú osobitným problémom **nepodložené zásahy do súkromia**. Hoci konflikt práva na súkromie a práva verejnosti na informácie sotva niekedy bude mať jednoznačný výsledok v jasných hraniciach, je na novinároch, aby v konfliktných prípadoch vysvetlili divákovi svoje konanie. Tradične ide o dve oblasti: zábery z tragických udalostí a používanie skrytých kamier pri investigatívne. Slovenské televízie používajú skryté kamery aj pri bežnom kontakte s osobami, keď ani nie je jasné, či by informácie nemohli získať inou cestou. Hrozbou je, že novinári všeobecne budú pre verejnosť nedôveryhodným partnerom pre rozhovor. Nadmerné používanie skrytých kamier znižuje šancu, že iní novinári získajú kvalitné informácie v teréne.

Profesionalita

Z pohľadu profesionality hlavnou výzvou ostáva zvyšovanie odbornosti novinárov pri analyzovaní prijímaných informácií. Slovenská žurnalistika napreduje hlavne v komforte čitateľov pri poskytovaní čo najčerstvejších správ vo veľkom tematickom rozsahu písmom, zvukom či obrazom, a v otvorenosti voči alternatívnym zdrojom názorov a spravodajstva,

čoho nositeľom sú hlavne internetové portály médií. Práve **využitie internetu a jeho možností** prinieslo verejnosti najväčšie zvýšenie kvality médií v roku 2007.

Objem online spravodajstva postupne rastie, podobne ako rýchlosť publikovania správ o udalostiach. Častejšie sú aj aktualizácie. **Video- a audio-**nahrávky sa stávajú bežnými doplnkami písaných správ. Médiá začali dávať šancu čitateľom svojich internetových verzii články aj hodnotiť známkovaním.

Webové stránky médií sa tiež otvárajú nenovinárom – **blogy** známych i menej známych osobností sa stali významnými doplnkami. Napríklad počet reálnych návštevníkov blogov na najčítanejšom spravodajskom portáli sme.sk dosiahol v októbri 2007 zhruba 40% počtu návštevníkov celého portálu. Denník SME venuje vo svojej tlačenej verzii výberu z najzaujímavejších blogových textov každý týždeň jednu stranu. Blogy nie sú len názorovým obohatením čitateľov spravodajských portálov. Viaceré postrehy z blogov sa už stali inšpiráciou pre spravodajstvo – denníky Pravda a SME citovali blogy v roku 2007 zhruba v 60 spravodajských článkoch (pričom v ďalších článkoch neboli blogy priamo spomenuté, aj keď z nich vychádzali).

Viditeľne sa zlepšila aj grafická stránka médií. Väčší dôraz sa kladie na to, ako umožniť verejnosti rýchlo a pohodlne porozumieť informáciám. Aj v tomto smere je lídrom denník SME, ktorý v roku 2007 pridal aj interaktívne **infografiky** na svojej webstránke, pribudli aj orientačné mapy. Ďalšou novinkou SME sa stali videokomentáre samotných novinárov, vrátane šéfredaktora, ktorí okrem hodnotenia udalostí pridávali čitateľom niekedy aj vysvetlenie, prečo a ako sa danej udalosti venujú. Zvýšená komunikácia novinárov s čitateľmi zvyšuje schopnosť verejnosti rozumieť správam, ich výberu, spracovaniu a kontextu.

Zvýšený objem správ však kladie viac nárokov na overovanie, editovanie a výber správ, v ktorom majú spravodajské portály hlavné rezervy. Malcolm Gladwell, renomovaný novinár z amerického týždenníka New Yorker, v článku zo začiatku roka upozornil, že hlavným problémom sa stáva nie nedostatok, ale nadbytok informácií. Nové technológie umožňujú získať množstvo informácií, ktoré si konkurujú v prilákaní pozornosti verejnosti. Problémom je, ak tie menej dôležité vytlačujú tie podstatné. Hlavnou kvalifikáciou pre žurnalistiku (a nielen ju) sa podľa Gladwella stáva analýza, nie zber informácií. Ako príklad uvádza príklad skrachovanej – no predtým dlho obdivovanej – firmy Enron. Podľa Gladwella problém prekvapivého pádu Enronu nebol v tom, že by nejaké informácie manažéri firmy pred verejnosťou skrývali, ale že dlho sa neobjavil nik, kto by si našiel čas a verejnosti dostupné informácie o účtovníctve firmy rozanalyzoval.

Problém nadbytku nepodstatných, zavádzajúcich či rovno nepresných informácií trápi viaceré internetové spravodajské portály veľkých médií. Časté sú chyby v titulovaní, editovaní/neexistencii editovania pôvodných agentúrnych správ, v preklade ale aj v grafickom spracovaní. Chýba kapacita a rozhl'ad pre overenie pôvodných správ, ktoré sú občas preberané z iných internetových portálov, teda celkovo sú to informácie z druhej či tretej ruky. Rýchlosť sa viac cení ako spoľahlivosť. Nebude celkom náhodou, že rozpad vládnej koalície ako fakt oznámil spravodajský web - pravda.sk (k žiadnemu rozpadu nedošlo). S problémami, s ktorými sa pred pár rokmi viac menej vysporiadali tlačene verzie médií, teraz výrazne trápia online spravodajstvo mediálnych portálov.

Na druhej strane v roku 2007 dva denníky zvýšili dôraz na **investigatívne a analytické články**: denník SME od mája začal pravidelne publikovať rozsiahlejšie investigatívne

materiály (niekoľko článkov z tejto série viedlo k najväčšej vládnej kríze roka). Hospodárske noviny zase od jesene pripravujú viacstranové analýzy zásadnejších ekonomických udalostí či problémov. HN, podobne ako Pravda tiež rozšírili priestor pre publicistiku.

Zvýšený dopyt po analytickejši zvyšuje **potrebu tematickej odbornosti novinárov**. Naďalej častým je zanedbávanie ekonomického myslenia pri témach, ktoré analyzujú ekonomickú výhodnosť či oprávnenosť danej verejnej politiky. Podobne sú problémom medzery v právnickej terminológii. Rozhľadnosť novinárov, ktorí sa v hlavných médiách venujú spravodajstvu z vedy (na rozdiel od IT) je v priemere na nízkej úrovni. Bol to napríklad denník SME, ktorý na rozdiel od svetových médií ohlásil tento rok „dôkazy života na Marse.“ Nedostatočná odbornosť sa ale celkovo najčastejšie vyskytuje v elektronických médiách.

V rámci profesionálnej odbornosti je **práca so štatistikami** naďalej výraznou slabinou novinárov. Príkladmi je uverejňovanie informácií o rebríčkoch či prieskumoch verejnej mienky. Hlavnými chybami je zanedbávanie metodológie tvorby štatistík, a z toho vyplývajúce nesprávne závery. Podobne je problémom robenie nepodložených záverov z prieskumov verejnej mienky, ako aj prílišná viera v ich výpovednú hodnotu.

Lepšie odborné znalosti by pomohli novinárom vyhnúť sa **málo kritickému prístupu** k citovaným **expertom**, ktorí dotvárajú kontext pre mnohé spravodajské udalosti. Novinári neposkytujú verejnosti spätnú väzbu o kvalite a konzistentnosti predpovedí citovaných analytikov, chýba aj upozornenie na ich konflikty záujmov. Stále je prítomný aj formálny prístup k expertom, keď ich citáty v spravodajstve síce vyplnia priestor, no neposkytnú žiadnu pridanú hodnotu pre uvažovanie k aktuálnej téme.

V roku 2007 sa naďalej zhoršili vzťahy vlády a novinárov. Vláda, a hlavne premiér Robert Fico sa opakovane vyjadroval s dešpektom k práci novinárov. Označoval ich za politickú opozíciu a kritizoval ich údajnú zaujatosť a nekompetentnosť. Spolu so zvýšenou neochotou poskytovať informácie mali tak médiá ťažšiu pozíciu zachovať si svoju **nestrannosť** (zhruba definovanú ako rovnaký meter za rovnaké činy), a pritom účinne vládu kontrolovať, keďže nová vládna koalícia je charakterizovaná vysokou mierou populizmu. Hlavným serióznym médiám sa túto úlohu v tomto roku celkom úspešne darilo naplňať.

V roku 2007 sa objavili ako pravidelné aj dva vo svete bežné, no na Slovensku **výnimočné formáty** – nekrológy a recenzie ekonomických kníh. Nekrológy začalo písať SME, aj keď ide väčšinou o krátke útvary o neslovákoch. Ekonomický týždenník TREND zase začal takmer pravidelne uverejňovať recenzie zahraničnej literatúry v oblasti ekonómie a biznisu krátko po celosvetovom vydaní kníh v pôvodnom jazyku, čo pomáha čitateľom spoznávať povahu aktuálnych globálnych ekonomických diskusií.

Inštitút INEKO v roku 2007 ako partneri podporili:

