

Prezentácia politického subjektu ANO v hlavných spravodajských reláciách STV, TV Markíza a TV Luna

Prezentácia politického subjektu ANO v hlavných spravodajských reláciách STV, TV Markíza a TV Luna.

(22. apríl - 20. máj 2001)

Uverejnené 1. júna 2001

Grafy:

[STV](#)

[TV Markíza](#)

[TV Luna](#)

Táto správa obsahuje výsledky monitoringu prezentácie nového politického subjektu ANO v hlavných spravodajských reláciách STV, TV Markíza a TV Luna v období od 22. apríla 2001 do 20. mája 2001. V rámci monitoringu hlavných spravodajských relácií sme sledovali priestor, ktorý bol venovaný tejto a iným politickým stranám, vláde a ich jednotlivým predstaviteľom, ako aj spôsob, akým boli subjekty zobrazené.

- **Prezentácia ANO v TV Markíza iba pozitívna, v TV Luna neutrálna a v STV negatívna.**
- **V TV Markíza pre ANO viac ako dvojnásobný priestor než v STV či TV Luna, v spravodajstve TV Markíza ANO tretia najzobrazovanejšia politická strana.**
- **Z politických subjektov najväčší priestor vláde SR - viac ako 50%, zároveň však vo všetkých televíziách zvýšený výskyt negatívnych informácií.**

MEMO 98 už v minulosti poukázalo na zodpovednosť, ktorú majú elektronické médiá v súvislosti so šírením vyvážených informácií určených širokej verejnosti, najmä v hlavných spravodajských reláciách. V slobodných demokratických krajinách sa na pôsobenie tohto typu médií vo všeobecnosti používajú iné kritériá ako pre tlač, a keďže frekvencie na využívanie elektronických médií môže s použitím vhodnej techniky teoreticky využívať každý, väčšina štátov si vytvorila licenčné podmienky so snahou zabezpečiť korektné a spravodlivé prevádzkovanie týchto zdrojov. Prevádzkovatelia a majitelia jednotlivých staníc tak na seba preberajú určitú zodpovednosť za vysielanie médií, vyplývajúcu aj zo skutočnosti, že vysielacie frekvencie sú pokladané za verejný majetok slúžiaci potrebám verejnosti.

Aj vzhľadom na skutočnosť, že na spoluvytváraní novej politickej strany ANO sa výrazne podieľajú jednak súčasní zamestnanci najvplyvnejšej slovenskej televízie, ako aj jej spolumajiteľ, sa MEMO 98 rozhodlo analyzovať prvý mesiac mediálnej prezentácie tohto subjektu. A to jednak v TV Markíza a pre účely komparatívnej analýzy aj vo verejnoprávnej STV a v súkromnej TV Luna. Za počiatočný deň monitoringu sme zvolili deň prvej verejnej prezentácie prípravného výboru strany ANO, teda 22. apríla 2001.

Prezentácia politického subjektu ANO v jednotlivých televíziách (priestor a spôsob)

Vstupom nového subjektu na slovenskú politickú scénu sa spektrum relevantných politických strán, ktorým médiá venovali pozornosť, rozšírilo na 15.

Z nášho porovnania vyplýva, že prezentácia ANO bola z kvantitatívneho a rovnako aj kvalitatívneho hľadiska najviac naklonená v prospech tohto subjektu v TV Markíza. Čo sa týka kvantitatívnej stránky, v sledovanom období bolo ANO venovaných 6,7% vysielacieho času v hlavnej spravodajskej relácii, v porovnaní s 2,6% v STV a 2,2% v TV Luna, teda viac ako dvojnásobok. Z politických strán bola ANO v TV Markíza treťou najzobrazovanejšou, keď väčší priestor bol venovaný iba SDL (7,5%) a SOP (7,4%). Dokonca aj prezident R.Schuster bol v monitorovanom období prezentovaný na viac než dvojnásobne menšom priestore (2,5%). V STV bola ANO siedmou a v TV Luna až deviatou najzobrazovanejšou politickou stranou, zároveň v oboch televíziách dostal väčší priestor aj prezident R.Schuster. Takisto je veľmi zaujímavým porovnanie prezentácie strany ANO so stranou Smer, keďže obe sú mimoparlamentnými subjektmi s účasťou jediného ich zástupcu v súčasnej NR SR. Z tohto porovnania vyplýva, že iba TV Markíza priniesla viac informácií o ANO, až štvornásobne (6,7% oproti 1,4%), v STV išlo o úplne vyrovnaný pomer (2,6% - 2,6%), v TV Luna naopak prevažovalo zobrazovanie strany Smer (2,2% pre ANO - 4% pre Smer). Pokiaľ ide o kvalitatívnu stránku prezentácie, teda spôsob zobrazenia politických subjektov, zaznamenali sme v sledovanom období zvýšený výskyt negatívnych informácií o vláde, najviac v TV Markíza - 124 (za obdobie od augusta 2000 do februára 2001 ich bolo celkovo 240), v STV - 71 (predtým 171) a v TV Luna - 87 (predtým 158).

Výsledky monitorovaného obdobia však naznačujú pomerne významne odchýlky práve z hľadiska informovania o novej politickej strane ANO. Zo sledovaných subjektov boli vo všetkých televíziách spoločne iba štyri zobrazené pozitívnym spôsobom. V STV išlo o prezidenta R.Schustera a Smer a v TV Markíza rovnako o prezidenta R.Schustera, SNS a predovšetkým ANO. Avšak iba pri informovaní o politickej strane ANO sa dá hovoriť o skutočnej pozitívnej prezentácii subjektu. Pri ostatných subjektoch sme zaznamenali iba jediné pozitívnu zmienku bez žiadnej negatívnej, s výnimkou informovania o prezidentovi R.Schusterovi v STV (4 pozitívne oproti 1 negatívnej). Naopak prezentácia strany ANO bola z tohto pohľadu najmenej vyvážená a orientovaná na pozitívne vykreslenie nového politického subjektu (11 pozitívnych zmienok bez jedinej negatívnej). V tejto súvislosti je nevyhnutné spomenúť, že vo vysielaní TV Markíza sa v sledovanom období objavilo aj niekoľko príspevkov, v ktorých bola zrejma absencia niektorých základných zásad žurnalistickej etiky, a ktoré svojím charakterom niesli znaky mediálnych efektov. A aj vzhľadom na blížiaci sa čas volieb avizovaný viacerými politickými predstaviteľmi, je potreba odlišiť nekorektné príspevky o to zreteľnejšia a naliehavejšia.

Išlo o tieto typy mediálnych efektov v príspevkoch informujúcich o novej politickej strane ANO:

- forma úvodného predstavovania, ako aj aktu registrácie novej strany sa niesla vo výrazne slávnostnom, takmer recepčnom tóne, dodávajúcim začínajúcemu subjektu istý punc výnimočnosti (22.4., 3.5.),
- podrobné, až detailné informovanie o každej novej akcii strany ANO so snahou predstaviť jej nápady a riešenia existujúcich problémov - Pakt zamestnanosti ako fórum riešiace otázku nezamestnanosti, misionárska činnosť pomáhajúca rómskej komunite a pod. (1.5., 7.5., 16.5.),
- prezentácia strany ANO bola často spojená s veľmi kritickými výhradami k činnosti vlády a koalície ako celku zo strany predstaviteľov strany, bez akejkoľvek možnosti reakcie dotknutej strany (22.4., 1.5., 7.5., 16.5.),
- informovanie o akciách ANO bolo dopĺňané sugestívnymi zábermi na tleskajúcich občanov pri príchode predstaviteľov strany, jazykom komentátorov o hladových dolinách, vytvárajúcich nekritický obraz spasiteľov (16.5.),

- k aktuálnym politickým problémom sa ako odborník, či zástupca iných ako parlamentných subjektov, vyjadroval predstaviteľ ANO (25.4., 9.5., 15.5.), prípadne k odbornej téme dostal priestor zástupca dotknutej oblasti, ktorý bol však ako odborník spolupracujúci s ANO označený v predošlom príspevku (22.4.).

Z ostatných zistení monitorovaného obdobia možno konštatovať, že vo všetkých televíziách dominovali informácie o predstaviteľoch vlády, keď priestor im venovaný presiahol 50% v každej z televízií. Tento trend pretrváva vy vysielaní týchto médií už viac ako rok. Konkrétny priestor venovaný vláde bol prakticky identický vo všetkých televíziách len s minimálnymi percentuálnymi odchýlkami - v TV Luna 54,6%, v STV 54,3% a v TV Markíza 53,6%. spravodajského priestoru.

MEMO 98 plánuje v súvislosti s parlamentnými voľbami v roku 2002 rozšírenie monitoringu v už sledovaných elektronických médiách o publicistické relácie a zároveň aj o nové elektronické a tlačene médiá.

Správu aj súvisiace grafy (3) nájdete na našej internetovej stránke: www.memo98.sk.

Vytvorenie tejto správy bolo podporené National Endowment of Democracy.