

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

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

(22. apríla - 21. septembra 2001)

---

### Grafy:

[STV](#)

[TV Markíza](#)

---

Uverejnené 28. septembra 2001.

Táto správa obsahuje výsledky monitoringu prezentácie politického subjektu ANO v hlavných spravodajských reláciách TV Markíza a STV v období od 22. apríla do 21. septembra 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.

- **ANO prezentovaná v TV Markíza pozitívne - ako jediný politický subjekt, v STV prezentácia ANO vyvážená.**
- **V TV Markíza pre ANO takmer pätnásobný priestor než v STV, zároveň v spravodajstve TV Markíza ANO tretia najzobrazovanejšia politická strana.**
- **V spôsobe zobrazenia ANO využíva TV Markíza vo výraznej miere mediálne efekty.**

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 donedávna zamestnanci najvplyvnejšej slovenskej televízie, ako aj jej spolumajiteľ, sa MEMO 98 rozhodlo nadviazať na správu sledujúcu prvý mesiac existencie tohto subjektu. Výsledky tejto správy analyzujú päť mesiacov mediálnej prezentácie ANO. A to jednak v TV Markíza a pre účely komparatívnej analýzy aj vo verejnoprávnej STV. Za počiatkový 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 porovnania oboch televízií vyplýva, že prezentácia ANO bola z kvantitatívneho ako aj, a to predovšetkým, z kvalitatívneho hľadiska naklonená v prospech tohto subjektu v TV Markíza. Čo sa týka kvantitatívnej stránky, v sledovanom období bolo ANO venovaných 6,4% vysielacieho času v hlavnej spravodajskej relácii, v porovnaní s 1,3% v STV, teda takmer päťnásobok. Z politických strán bola ANO v TV Markíza treťou najzobrazovanejšou, keď väčší priestor bol venovaný iba SDL (8%) a HZDS (7,2%), na druhej strane v STV bola ANO až deviatou najzobrazovanejšou politickou stranou.

Takisto je veľmi zaujímavým porovnanie prezentácie strany ANO so stranou SMER, keďže obe sú parlamentnými subjektmi s účasťou jediného ich zástupcu v súčasnej NR SR. Z tohto porovnania vyplýva, že TV Markíza priniesla viac informácií o ANO, takmer trojnásobne (6,4% oproti 2,4%), v STV išlo o opačný, aj keď nie natolko výrazný, pomer (1,3% - 2,1%).

Výsledky monitorovaného obdobia však naznačujú pomerne významne odchýlky práve z hľadiska spôsobu informovania o novej politickej strane ANO. Zo sledovaných subjektov boli spoločne v oboch televíziách iba dva zobrazené iným spôsobom ako prevažne neutrálno-negatívnym. V STV išlo o ANO a KDH, v súvislosti s nimi bol zaznamenaný vyvážený charakter informovania, po dve pozitívne a negatívne zmienky pre každý zo spomenutých subjektov. V TV Markíza bola takouto politickou stranou iba jediná - ANO. Avšak práve v informovaní o politickej strane ANO v TV Markíza sa dá hovoriť o skutočnej pozitívnej prezentácii subjektu. Pri ostatných štrnástich subjektoch spoločne sme zaznamenali celkovo 20 pozitívnych zmienok oproti 187 negatívnym. Naopak prezentácia strany ANO bola z tohto pohľadu najmenej vyvážená a orientovaná na pozitívne vykreslenie nového politického subjektu (13 pozitívnych zmienok oproti 2 negatívnym). V tejto súvislosti je nevyhnutné spomenúť, že vo vysielaní TV Markíza sa v sledovanom období objavilo aj viacero 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 a silu elektronických médií pri formovaní, či ovplyvňovaní politických stanovísk voličov, je potreba odlišiť nekorektné príspevky o to zreteľnejšie a naliehavejšia.

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

- forma úvodného predstavovania, aktu registrácie novej strany, ako aj ustanovujúceho snemu sa niesla vo výrazne slávnostnom, takmer recepčnom tóne, dodávajúcim začínajúcemu subjektu istý punc výnimočnosti (22.4., 3.5., 26.5.),
- podrobné, niekedy až detailné informovanie o novej akcii strany ANO so snahou predstaviť jej nápady a riešenia existujúcich problémov - Pakt zamestnanosti ako fórum riešiace otázku nezamestnanosti (dokonca príspevok z Dublinu, približujúci súvislosť medzi myšlienkami Paktu nezamestnanosti a súčasnou nízkou mierou nezamestnanosti v Írsku), misionárska činnosť pomáhajúca rómskej komunite, transformácia chátrajúcej nemocničnej novostavby na komplex vládnej administratívy a pod. (1.5., 7.5., 16.5., 10.6., 13.6., 13.8.),
- 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., 26.5.),
- prezentácia strany ANO bola často spojená s veľmi kritickými výhradami k činnosti vlády a koalície ako celku zo strany predstaviteľov strany, s minimálnym priestorom na protireakciu, často dokonca bez akejkoľvek možnosti reakcie dotknutej strany (22.4., 1.5., 7.5., 16.5., 25.6., 15.9.),
- k aktuálnym politickým, či spoločenským problémom (zdravotníctvo, školstvo) sa ako odborník pôsobiaci v dotknutej oblasti, či priamo ako zástupca strany, vyjadroval predstaviteľ ANO (25.4., 9.5., 15.5., 4.6., 22.6., 28.6., 12.7., 15.8.), ich vyjadrenia rozsahom prakticky vždy

presahovali reakcie predstaviteľov kritizovaného rezortu, príp. boli podporené vyjadreniami ľudí pracujúcich v rezorte, vytvárajúc tak dojem jediného správneho riešenia, takmer vždy totiž išlo o stanovisko výlučne predstaviteľov ANO, bez porovnania s alternatívnymi riešeniami iných politických strán,

- využívanie Nadácie Markíza na pozitívne zviditeľnenie zástupcov strany ANO (E. Černá, P. Rusko, L. Lintner) prostredníctvom rôznych humanitných aktivít akcentujúcich ľudský rozmer týchto zástupcov, predovšetkým v súvislosti s finančnou pomocou pre povodňami postihuté regióny, či pri zabezpečení dovolenkového pobytu pre handicapované deti (31.5., 11.6., 27.7., 15.8., 19.9.), rovnaký charakter mala aj prezentácia Dňa otvorených dverí v TV Markíza s ústrednými vyjadreniami zástupcov strany ANO, čo bolo zároveň doplnené dĺžkou príspevku – takmer 4 a pol min. (18.8.).

Za ďalší významný faktor vypovedajúci o štýle informovania médií o relevantných politických záležitostiach možno považovať postoj médií ku konkrétnym straníckym predstaviteľom. Odzrkadľuje sa v ňom vnímanie jednotlivých strán, teda to, či pri prezentácii subjektu prevláda skôr tendencia stotožnenia subjektu s lídrom, či naopak snaha o čo najvernejšie zachytenie názorovej pestrosti jednotlivých politických strán. Údaje v týchto kategóriách zachytávajú nasledujúce tabuľky (zahŕňajú iba výsledky desiatich najvýznamnejších politických strán – priestor je rozdelený iba medzi ne, dôsledkom sú iné percentuálne vyjadrenia v porovnaní s grafmi).

### TV Markíza

Strana	Čas	%	Líder	Čas	Počet predstaviteľov
<b>SDKÚ</b>	0:20:04	6,49%	<b>M. Dzurinda</b>	0:42:07	20
<b>SDĽ</b>	0:49:46	16,11%	<b>J. Migaš</b>	0:12:46	19
<b>SMK</b>	0:35:19	11,43%	<b>B. Bugár</b>	0:13:09	11
<b>SOP</b>	0:28:48	9,32%	<b>P. Hamžík</b>	0:15:13	15
<b>KDH</b>	0:28:36	9,26%	<b>P. Hrušovský</b>	0:07:23	13
<b>DS</b>	0:09:51	3,19%	<b>L. Kaník</b>	0:03:05	8
<b>HZDS</b>	0:44:49	14,50%	<b>V. Mečiar</b>	0:08:39	32
<b>SNS</b>	0:36:58	11,96%	<b>A. Malíková</b>	0:12:58	19
<b>ANO</b>	0:39:41	12,84%	<b>P. Rusko</b>	0:13:40	18
<b>SMER</b>	0:15:07	4,89%	<b>R. Fico</b>	0:08:58	6
	<b>5:08:59</b>	<b>100,00%</b>			

### STV

Strana	Čas	%	Líder	Čas
<b>SDKÚ</b>	0:16:13	7,33%	<b>M. Dzurinda</b>	0:54:12
<b>SDĽ</b>	0:31:26	14,21%	<b>J. Migaš</b>	0:15:21
<b>SMK</b>	0:34:56	15,79%	<b>B. Bugár</b>	0:11:20

<b>SOP</b>	0:24:45	11,19%	<b>P. Hamžík</b>	0:14:21
<b>KDH</b>	0:23:05	10,43%	<b>P. Hrušovský</b>	0:05:35
<b>DS</b>	0:06:01	2,72%	<b>L. Kaník</b>	0:02:01
<b>HZDS</b>	0:35:33	16,07%	<b>V. Mečiar</b>	0:06:32
<b>SNS</b>	0:31:13	14,11%	<b>A. Malíková</b>	0:08:21
<b>ANO</b>	0:06:55	3,13%	<b>P. Rusko</b>	0:02:12
<b>SMER</b>	0:11:09	5,04%	<b>R. Fico</b>	0:08:10
	<b>3:41:16</b>	<b>100,00%</b>		

Z pohľadu priestoru venovaného lídrom strán vyplýva ako v TV Markíza, tak aj v STV jednoznačná dominancia predsedu SDKÚ a vlády M. Dzurindu, ktorý vystupoval v oboch pozíciách a jeho porovnanie s ostatnými lídrami zastupujúcich vždy iba konkrétnu stranu nie je preto dostatočne možné. Pri porovnaní s ostatnými čelnými predstaviteľmi je prezentácia P. Ruska ako lídra strany ANO diametrálne odlišná v závislosti od média. V TV Markíza bol v sledovanom období druhým najprezentovannejším lídrom po P. Hamžíkovi z SOP, naopak v STV bol v rovnakom období druhým najmenej prezentovaným vrcholným činiteľom.

Nemenej významným javom pri zobrazovaní činnosti politických strán je aj prezentácia postojov inými členmi strany. Z porovnania počtu predstaviteľov strán vyjadrujúcich sa v TV Markíza k aktuálnym celospoločenským otázkam vyplýva snaha o predstavenie ANO ako odborného tímu so schopnosťou náležite reagovať v akejkoľvek oblasti. Počtom členov, ktorí sa vyjadrili, či boli spomenutí pri rôznych aktualitách, sa ANO v TV Markíza dostalo na úroveň najsilnejších koalíčných strán SDK (SDKÚ) a SDL. Na druhej strane SMER, ako strana zastúpená v NR SR rovnako jedným poslancom, predstavila svoje stanoviská iba prostredníctvom šiestich zástupcov. Pre porovnanie na STV reprezentovali ANO štyri a SMER podobne ako v TV Markíza šiesti zástupcovia.

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 tlačové médiá.

---

*Správu aj súvisiace grafy (2) nájdete na našej internetovej stránke: [www.memo98.sk](http://www.memo98.sk).*

Vytvorenie tejto správy bolo podporené National Endowment of Democracy.