

Prezentácia politických subjektov v elektronických médiách (2004)

Táto správa prináša výsledky mediálnej prezentácie vlády SR, politických subjektov a prezidenta SR v celoplošných elektronických médiách - STV, TV Markíza, TA3, TV Joj, Slovenský rozhlas, Rádio Twist, Rádio Expres a Rádio Okey za obdobi

Uverejnené 16. júna 2004

[Grafy](#) [Tabulky](#)

- Najvýraznejšiu pozornosť venovali médiá ministrovi hospodárstva P. Ruskovi - celkovo 1:35.08 hod. Zároveň bol aj najkritickejšie prezentovaným politickým predstaviteľom - všetky médiá o ňom súhrnne priniesli 50 negatívnych zmienok.
- Z politických strán poskytli médiá najvýraznejší priestor SMER-u (najviac v STV, SRo, Rádiu Twist a Rádiu Expres) a SDKÚ (najviac v TV Markíza, TV Joj a v Rádiu Okey). Na adresu koalície SDKÚ odznelo zároveň aj najviac kritických informácií - súhrnne 66 (najviac v Rádiu Okey - 12).
- Podiel informácií o činnosti vlády bol predovšetkým v rádiách na veľmi výraznej úrovni - najviac v Rádiu Expres (66,2%).

Táto správa nadväzuje na predchádzajúce správy (posledná bola vydaná 14.5.2004), ktoré reflektovali prezentáciu politických subjektov a ich predstaviteľov vo vysielaní celoplošných elektronických médií.

Politické subjekty

V porovnaní s predchádzajúcim sledovaným obdobím (január - apríl 2004) sa po prezidentských voľbách zmenila vnútropolitická situácia, čoho odrazom bola aj prezentácia jednotlivých politických subjektov v období máj - jún. Kým v minulom období takmer všetky z ôsmich sledovaných médií venovali najväčší priestor opozičnej LS-HZDS, ako odzrkadleniu prebiehajúcej prezidentskej kampane, v ktorej líder a zároveň kandidát hnutia V. Mečiar vyvolával mnohé reakcie. Tentokrát boli v popredí mediálneho záujmu predovšetkým voľby do Európskeho parlamentu, ich výsledky, završenie prístupového procesu Slovenska vstupom do EÚ, diskusie o európskej ústave, ako aj niektoré nové aspekty staronových tém - dostavba JEMO, investícia KIA - Hyundai.

Keďže spomínané témy sa týkali niekoľkých subjektov, je možné hovoriť o pomerne vyrovnanom zobrazení viacerých politických strán. Celkovo bol najprezentovanejšou stranou opozičný SMER (6,7% v súhrne všetkých médií), pričom najväčší priestor získala v štyroch médiách (STV, SRo, Rádio Twist a Rádio Expres). Najvýraznejší podiel jej venovala TV Markíza - 8,1%, naopak najmenší v Rádiu Okey - 4,5%.

Na veľmi podobnom priestore informovali médiá o koalícnej SDKÚ (6,6%), ktorá bola zároveň najviac prezentovanou stranou v troch médiách (TV Markíza, TV Joj a Rádio Okey). Najvýraznejší podiel získala v TV Joj - 10%, najmenší v Slovenskom rozhlase - 3,6%. Treťou súhrnne najprezentovanejšia stranou bola KDĽ (5,9%), pričom v TA3 o nej odznelo najviac informácií spomedzi všetkých sledovaných strán.

Pokiaľ ide o tón vysielaných informácií, na rozdiel od predchádzajúceho obdobia, kde s výnimkou jediného média vo všetkých ostatných bolo najviac kritizovaným subjektom LS-HZDS (kritika bola takmer výlučne sústredená na osobu jej prezidentského kandidáta V. Mečiara a jeho pôsobenie v minulosti, pričom intenzita bola priamo úmerná blížiacemu sa volebnému dňu prvého kola prezidentských volieb a ešte umocnená konfrontačnejšou kampaňou pred kolom druhým), tentokrát bola najnegatívnejšie zobrazeným subjektom SDKÚ (celkovo 66 kritických zmienok). Takisto aj na adresu mimoparlamentnej SNS odznelo množstvo negatívnych informácií vo forme 57 negatívnych zmienok. Zároveň je nutné spomenúť, že pokiaľ ide o jednotlivé médiá, SDKÚ i SNS boli najnegatívnejšie zobrazeným subjektom v troch z nich (v prípade SDKÚ to boli rádiá - SRO, Rádio Twist a Rádio Okey a v prípade SNS televízie - TA3, TV Markíza, TV Joj).

Negatívne referencie o SDKÚ boli odrazom množstva kritických reakcií na súčasné fungovanie vládnej koalície a praktík získavania parlamentnej podpory na presadenie koaličných návrhov zákonov. V tejto súvislosti pomerne silne rezonovala téma "kupovania" individuálnych hlasov časti opozície, čoho dôkazom bolo okrem negatívneho obrazu SDKÚ aj kritická prezentácia niektorých predstaviteľov LÚ, združených donedávna v klube nezávislých poslancov (LÚ bola najkritizovanejším subjektom v STV).

Kritické vyjadrenia na adresu SNS boli takmer výlučne spojené so zmenou štatutárnych zástupcov a následnou verbálnou "prestrelkou" medzi oboma rozhádanými skupinami tejto strany.

Politickí predstavitelia

Prezentácia politických predstaviteľov pomerne verne odrazila témy, ktoré v sledovanom období rezonovali na slovenskej politickej scéne. Zatiaľ čo pri zobrazení politických strán zohrávali voľby do EP významnú úlohu a výsledky do značnej miery reflektujú práve túto udalosť (v menšej miere iné vnútropolitické udalosti), prezentácia konkrétnych politikov bola skôr dôsledkom iných tém, ktoré rezonovali v sledovanom období.

Najmedializovanejším politikom stal minister hospodárstva P. Rusko, o ktorom médiá súhrnne informovali na priestore 1:35.08 hod., pričom v piatich médiách bol najprezentovanejším (TV Markíza, TA3, SRO, Rádio Twist a Rádio Expres) a v ďalších dvoch (STV, TV Joj) druhým. I. Gašparovičovi, ako novonastupujúcemu prezident (inaugurovaný 15. júna) poskytl celkovo médiá druhý najvýraznejší priestor (1:12.59 hod), pričom v STV a v Rádiu Okey bol najzobrazovanejším politikom vôbec.

Na adresu P. Ruska odznelo celkovo 50 negatívnych zmienok a stal sa tak pred premiérom Dzurindom (32 negatívnych zmienok) najkritizovanejším politickým reprezentantom - v šiestich sledovaných médiách (s výnimkou TV Joj a SRO). Najnegatívnejší obraz o ňom prinieslo Rádio Twist (12 negatívnych zmienok oproti žiadnej pozitívnej). Dominantným dôvodom medializácie P. Ruska bola investícia automobilky KIA - Hyundai, za ktorú rezortne zodpovedá. Predovšetkým to potom bol samotný text zmluvy a "vášnivá" diskusia o možnostiach jeho zverejnenia, ktoré sa stali predmetom rokovania vlády i prijatia uznesenia NR SR a mnohých vyjadrení rôzne zainteresovaných politikov, či odborníkov.

Pokiaľ ide spôsob, akým médiá o politikoch informovali, naďalej celkom evidentne prevažujú neutrálne a negatívne referencie, iba veľmi sporadicky pozitívne (napr. pri ukončení funkčného obdobia, ako ukázala prezentácia odstupujúceho prezidenta R. Schustera).

Prezentácia vlády

Pokiaľ ide o prezentáciu vládnych aktivít, informácie o činnosti vlády SR sa z hľadiska priestoru prakticky nemenia a už dlhodobo tvoria dominantnú časť politicky relevantných informácií sledovaných spravodajských relácií. Tento spôsob politického informovania je zjavný predovšetkým v rádiách, kde dosahujú informácie o vláde úroveň 55 - 65% politických správ. Hoci televízie sa vo svojom spravodajstve od tohto štýlu príliš neodlišujú, predsa len ide o menší podiel (40 - 50%),

pričom aj v radení správ je častejšie vidieť orientácia na nepolitické témy.

V období posledných dvoch mesiacov odvysielalo o vláde najväčší podiel informácií Rádio Expres (rovnako ako v minulom analyzovanom období) - 66,2% (+ 1,9% oproti minulému obdobiu), a najmenej TV Joj (aj v tomto prípade to bolo rovnako) - 40,3% (+ 2,7%). Aj verejnoprávne médiá informujú o vláde podobným spôsobom, keď vláde venovali výrazný priestor - STV 49% (- 1,7%) a SRo 58,1% (- 2,6%), pričom v oboch ide o úroveň porovnateľnú s minulými obdobiami). Pokiaľ ide o tón informácií o vláde, takisto ide o dlhodobjší trend, keď takmer z 90% išlo o neutrálne zmienky. Najviac kritických zmienok na adresu vlády odznelo v TV Markíza (72) a v Rádiu Twist (47), najmenej v Rádiu Okey (10). Slovenský rozhlas bol médiom, ktoré prinieslo o vláde najviac pozitívnych zmienok (9).

Témy

V sledovanom období boli celkom logicky najprezentovanejšími informácie spojené s Európskou úniou a so začleňovaním sa Slovenska. Prejavom toho boli predovšetkým dve konkrétne témy - Volby do Európskeho parlamentu a Integrácia do EÚ. V súhrne všetkých médií išlo o najzobrazovanejšie témy, pričom téma eurovolieb bola vôbec najprezentovanejšia téma v šiestich médiách (s výnimkou SRo a Rádía Expres). Ďalšou pomerne výrazne pertraktovanou témou bol okruh spojený s reformou zdravotníctva, ako aj téma Konflikt v Iraku zo slovenského hľadiska, kde bola predmetom aktuálnych diskusií možnosť stiahnutia slovenskej jednotky. Niektoré zo sledovaných médií venovali zvýšenú aj ďalším témam ako - Mafia (výraznejšie v TV Joj, TV Markíza, STV), Investícia KIA - Hyundai (vôbec najprezentovanejšia téma v Rádiu Expres).

Z pohľadu diváka je určite prospešné "znovuobjavenie sa" témy korupcie medzi najsledovanejšími okruhmi (celkovo deviata najprezentovanejšia), keďže je v prieskumoch zaraďovaná medzi najväčšie celospoločenské problémy.

Správu aj súvisiace grafy nájdete na našich internetových stránkach: www.memo98.sk,
www.infolby.sk

Vytvorenie tejto správy bolo podporené National Endowment of Democracy.