

Pohľad na podmienky a pôsobenie regionálnych médií a návrh opatrení na zlepšenie situácie v nich

Anna Lajmonová, regionálne noviny, ORAVEC

Na chudobných regionálnych médiách cudzopasí štát

Po roku 1989 sa štát zbavil regionálnych novín a tak sa zároveň zbavil i zodpovednosti zabezpečovať informovanosť občanov na regionálnej úrovni. Vydavateľmi regionálnych médií sa stali súkromné, fyzické osoby a tak štátom garantované právo na informácie prešlo na ich plecia bez toho, aby sa štát počas celého tohto obdobia – dodnes – akokoľvek zaujímal, ako je na tom, čo sa týka informovanosti, viac ako polovica slovenského obyvateľstva, žijúca na vidieku, i o to, aké podmienky má na realizáciu týchto prevzatých povinností štátu informačný kanál medzi štátom a občanom – teda regionálne noviny a ich vydavateľ.

Príklad: Regionálne úrady štátnej správy (colné, daňové úrady, katastre, úrady práce, polícia a pod.) majú v úlohách zo svojich centier informovať občanov o zmenách legislatívy, popularizovať svoje výsledky atď.. Regionálne úrady požiadajú o publicitu týchto informácií vo verejnom záujme regionálne médiá. Keď však dôjde na debatu o finančnom spolupodieľaní sa na nákladoch, riaditeľ daňového úradu sa vyjadrí, že on nemá peniaze ani na nákup administratívnych potrieb pre úrad, nieto ešte na informovanosť občanov. Finančnými prostriedkami vraj disponuje iba ústredie, on na to nemá ani cent a tak prosí redakciu, aby to „nejako“ urobila. Rovnako sa chovajú ďalšie úrady. Regionálne médiá si uvedomujú potrebu informovať čitateľov v regióne z týchto oblastí a tak to robia, sú vlastne – už vyše 20 rokov - pre štát „charitou“.

Podmienky na podnikanie v oblasti vydávania regionálnej tlače/regionálnych médií sa neustále zhoršujú. Ako sme už naznačili, centralizovala sa verejná správa, ktorá prostriedky cez reklamu poskytuje v Bratislave centralizovaným médiám (napr. rôzne kampane v oblasti ochrany životného prostredia, kampane Kupujte slovenské výrobky apod.) prostredníctvom v Bratislave centralizovaných silných reklamných agentúr. Tie „pozbierajú“ reklamu od v Bratislave centralizovaných bánk, mobilných operátorov a ďalších veľkých úspešných firiem či politických subjektov a zmluvne ju celoročne dávajú najmä celoštátnym denníkom a televíziám či veľkému slovensko-nemeckému vydavateľskému domu regionálnej tlače, ktorý vo svojich rukách sústreďuje cca 70 percent regionálnej tlače. Zvyšok domácich regionálnych médií sa dusí vo vlastnej šŕave nedostatku v malom „uzavretom“ regióne – tým chudobnejšom, čím severnejšie je od Bratislavy, v regióne s chudobným podnikateľským prostredím, neľahkými, neustále sa zhoršujúcimi ekonomickými a sociálnymi podmienkami obyvateľstva. Regionálne médiá zabezpečujú informovanosť v týchto excentricky položených, územne ohraničených regiónoch (Liptov, Orava, Kysuce, Turiec...), s relatívne malým počtom obyvateľstva, vydávajúc teda svoje tituly v nízkych tlačených nákladoch. Vyvíjajú tu podnikateľské aktivity, ktoré pre subjekty z „bohatších“ regiónov nie sú ekonomicky zaujímavé. Tržby z predaja novín a inzercie z týchto malých, chudobných regiónov nedokážu pokryť náklady na vydávanie novín a tak sú vydavatelia nútení robiť ešte ďalšie aktivity – vydávať noviny ďalším mestám a obciam v regióne, prevádzkovať reštauračné služby a pod.), aby „uživilí“ vlastné periodikum. (Príklad: V prípade novín Oravec, ich vydavateľstvo vydáva knihy, ďalšie obecné a mestské noviny, z čoho získava prostriedky na vykrytie nákladov Oravca, sídlo redakcie je v súkromných priestoroch vydavateľa, bez účtovania nájomného, majiteľa novín zároveň v pozíciách novinára, grafika, obchodného zástupcu či účtovníka si za práce neúčtujú odmenu). Takéto opatrenia pre záchranu novín sú nutnosťou, pretože situácia v ich vydávaní v regiónoch sa opäť podstatne zhoršila vznikom niekoľkých inzertných schránkových titulov, ktoré „pozbierajú“ už aj tak

chudobnú inzerciu z regiónu a metú čitateľa tým, že si v hlavičke uvádzajú výraz „regionálne noviny.“ Inzertné noviny pritom v podstatne zanedbateľnej miere plnia informačnú funkciu, alebo ju neplnia vôbec, sú zamerané iba komerčne a tak vlastne iba „zbierajú“ peniaze a prácu informovať občanov nechávajú na informačné médiá.

Súčasný stav v redakciách

Vplyvom týchto a ďalších negatívnych faktorov pracujú redakcie v regiónoch s minimálnym počtom redaktorov, nedostatočnou technikou, spolupracujú s „lacnejšou“ pracovnou silou, ako sú študenti žurnalistiky či ľudia bez znalosti novinárskej profesie. Redakcie ich určité obdobie odborne vedú a po nadobudnutí praxe a osvojení si žurnalistického remesla odchádzajú do denníkov či celoštátnych televízií... A práca na výchove ďalších novinárov v kolobehu vydání sa začína opäť od začiatku. V súčasnosti, v dôsledku zlej ekonomickej situácie, nie je v regionálnych redakciách zriedkavosťou, že vydavatelia redaktorom znižujú platy, a tí následne píšú menej a iba krátke, „bezproblémové“ spravodajské články „o cestách, mostoch, plynofikácii, nových námestiach, budovaní vodovodných potrubí, eurofondoch... V snahe predať noviny sa regionálna tlač utieka k neúmerným marketingovým aktivitám vzhľadom na proporcionálnosť obsahu (napr. zverejňovanie fotografií kolektívov prváčikov či maturitných tried, súťaží, ako naj bábätko) a priamo či nepriamo tak núti za túto publicitu „odobrať“ určité množstvo novín. Seriózny informačný obsah a novinárska profesionalita tak ustupujú, publicistika sa vytráca, o investigatívnej žurnalistike ani nehovoriac. Novinárske súťaže, ktorých je, mimochodom, stále menej, nedokážu byť dostatočným lákadlom pre návrat ku kvalitnej žurnalistike.

Odporúčania i „odporúčania“ z praxe

Namiesto toho, aby štát regionálnej tlači pomáhal, už spomínanou centralizáciou prostriedkov vo verejnej správe, doteraz vysokým, a po novom ešte zvyšujúcim sa daňovým i odvodovým zaťažením, zvyšovaním poštových a iných poplatkov veľmi negatívne zasahuje do života regionálnych médií na Slovensku a postupne ich tým ekonomicky likviduje.

Ak má v tejto oblasti nastať zásadný obrat, je nevyhnutné, tak, ako to uvádzajú aj Odporúčania pre mediálnu politiku Slovenska, pomôcť médiám formou priamych a nepriamych nástrojov štátu, či grantových programov v rámci Slovenska i Európskej únie, ktorá sa pomoci médiám formou grantov pravdepodobne, aspoň v ostatných rokoch, nevenovala vôbec. Médiá v regiónoch, ale určite nielen médiá regionálne by privítali úpravu daňového zaťaženia pre iné, než informačné médiá, teda inzertné noviny - smerom hore, resp. pre regionálne, vzhľadom na veľkosť a excentrickosť teritória, v ktorom pôsobia, ale i ďalšie negatívne vplyvy v súvislosti s existenciou inzertných novín - smerom dole. Pri všetkej úcte k inej tlači a rešpektujúc slobodu podnikania - “odbúranie” propagačných a inzertných letákov rôznych firiem a obchodných reťazcov (schránkovaním jednak zaťažujú a otravujú občanov a tým, že na propagáciu nevyužívajú informačné médiá “ochudobňujú” ich ekonomiku) by regionálnym médiám, plniacim informačnú funkciu, pri záchrane ich holej existencie určite pomohlo. Zjednodušene povedané - ak sa vrátíme k systému, aby každý robil to, čo mu prináleží, teda pekáč piekol chlieb, obchodník obchodoval, stavbár staval objekty, lekár liečil, a nie pekáč aj piekol chlieb, aj informoval, atď., vo veľkej miere by sa tým vyriešili existenčné problémy médií (najmä regionálnych) bez toho, aby na ich podporu v období hospodárskej krízy musel vo väčšom rozsahu prostriedky hľadať štát.

Prijatím Odporúčaní pre mediálnu politiku či uvedených návrhov z praxe pri vydávaní regionálnych novín by sa štát vrátil k (spolu)zodpovednosti za informovanosť občanov, ktorá mu vyplýva z Ústavy SR.