

Mediálna politika potrebuje nástroje; deklarácie to nie sú (Pohl'ad regionálnej tlače)

PhDr. Michal Beňadik, predseda Asociácie vydavateľov regionálnej tlače na Slovensku

Odporúčania II. okrúhleho stola obsahovali o.i. v bode 5 odporúčanie posilniť úlohu miestnych a regionálnych médií, a to napr. nepriamymi a priamymi finančnými nástrojmi. Práve miestne (regionálne) médiá môžu oživiť občiansku aktivitu a tým postupne revitalizovať spoločnosť a jej spoločensky užitočné hodnoty.

Keďže nám spoločne ide o to, aby bola mediálna politika praktická, účinná, efektívna a moderná, žiada sa uvažovať aj o presnosti, účinnosti a efektívnosti, ale aj modernosti našich odporúčaní pre mediálnu politiku. Mali by zodpovedať – v bode 5. – stavu slovenskej spoločnosti, jej ekonomiky, stavu a trendom vydavateľského a všeobecne mediálneho priemyslu, stavu a trendom regionálnych médií a v ich rámci osobitne regionálnej (a lokálnej) tlače.

Nasledujúce poznámky sú do istej miery fragmentárne a nepredstavujú ucelenú analýzu. No ich poslaním nie je expertíza médií ani regionálnych printov, ale skôr odhalenie trendov a potenciálnych následkov, ak sa nebudeme venovať slovenským médiám a slovenskej mediálnej politike dostatočne vecne a prezieravo. Vychádzajú z pomerov v krajinách istým spôsobom – vzhľadom na angažovanosť tamojších vydavateľských skupín na Slovensku nám blízkym – v Rakúsku a Nemecku. Zameriam sa len na niektoré z faktorov, ktoré zhmotňujú aktuálne trendy v regionálnej tlači a niektoré ohrozujú jej pôsobenie, vplyv a dokonca existenciu:

- na regionalizáciu tlače
- systém podpory tlače
- zachovanie plurality informačných zdrojov
- koncentráciu v médiách.

V roku 2011 vychádzalo v Rakúsku 15 denníkov so 14 regionálnymi vydaniami (bez bezplatných periodík) a 3 bezplatné denníky. Týždenníkov bolo 262 titulov (Z nich 62 bolo ilustrovaných časopisov a magazínov) a v kategórii odbornej tlače a Corporate Publishing bolo registrovaných 2.734 titulov.

V rámci spolkovej podpory tlače činila podpora denníkov 8,76 mil. Eur. Podpora na prevádzku vydavateľských podnikov, ktorá bola rozdelená medzi všetky denníky, plniace podmienky podpory, predstavovala 2,36 mil. Eur. Osobitná podpora na udržanie regionálnej rôznorodosti, z ktorej sú vylúčené národné ako aj regionálne denníky s vedúcou pozíciou na trhu, s jednorazovým predaným nákladom viac než 100.000 ex., predstavovala 6,41 mil. Eur. Najväčšie podpory dostali: Die Presse (1,36 mil. Eur), Der Standard (1,29 mil. Eur) a Die Neue Kärntner Tageszeitung (1,16 mil. Eur).

Zdroj: www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/buecher_und_presse

Od r. 1960 poklesol počet denníkov v posledných dvoch rokoch je stabilizovaný (vrátane regionálnych vydaní denníkov). No počet týždenníkov podstatne narástol a v r. 2011 tvorili 89,11% periodickej tlače v Rakúsku (denníkov a týždenníkov). Ak od celkového počtu týždenníkov odpočítame ilustrované a magazíny, zostane podiel týždenníkov 68,02%.

Zdroj: Verband Österreichischer Zeitungen, 16.04.2012

V rámci 1. Durínsko – Hessenského mediálneho rozhovoru, spoločného podujatia Durínskeho mediálneho úradu (Thüringer Landesmedienanstalt - TLM a Hessenského krajinského úradu pre súkromné rádiá a nové médiá (Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien - LPR Hessen) „Die Zukunft lokaler Medien im Digitalen“, 17. Júna 2008 v Eisenachu sa široké spektrum odborníkov z médií a súvisiacich a spolupracujúcich odvetví zaoberalo aj regionálnymi médiami.

Prof. Wolfgang Thaenert, riaditeľ LPR: „Spravodajstvo zo životného priestoru ľudí hrá práve v časech globalizácie veľmi dôležitú úlohu. Ľudia chcú vedieť, čo sa deje pred ich vlastnými dvermi – v sociálnej, kultúrnej a prirodzene aj v politickej oblasti. Toto by malo byť dostatočným základom pre zákonodarcu, aby nielen zabezpečovali lokálne spravodajské štruktúry, ale dokonca aj podporovali. Tlačová správa D-HMR uvádzala: „Keďže z demokratického hľadiska je sloboda prejavu daná len vtedy, ak si aj malý mediálny partner nájde svoj priestor, je potrebné hľadať aj riešenia, ako môžeme žurnalistickú kvalitu v lokálnych médiách nielen požadovať, ale aj podporovať.“

Zabezpečenie rôznorodosti tlače a prejavu v Nemecku

(Záver predstavenstva Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft z 22. septembra 2002 ku kontrole tlačových fúzií a reformy systému podpory tlače; Ver.di = najväčšie odbory v Nemecku v oblasti služieb a 2. najväčšie celkovo po IG Metal)

„Zachovanie médií rovnako ako novinových vydavateľstiev z obchodno-politického hľadiska ako nezávislé podnikanie naberá veľký význam. Obzvlášť lokálne a regionálne noviny sú pre prevažnú väčšinu občanov v Nemecku prvým a najdôležitejším zdrojom informácií. Rozmanitosť ponuky je istejšie zabezpečovať aj prostredníctvom rozmanitosti subjektov na mediálnom trhu a pôsobiť proti už silne zvýrazneným tendenciám k monopolizácii na regionálnom novinovom trhu. Pretrvávajúca kríza v mediálnom hospodárstve ale viedla k urýchleniu koncentračných procesov obzvlášť na printových trhoch a zvýšila tak ekonomický tlak na dosiaľ nezávislých vydavateľov novín. Vychádzajúc z toho požadujú vplyvné vydavateľské skupiny ďalekosiahlu dereguláciu zvláštnych ustanovení upravujúcich kartel v nemeckom zákone o obmedzeniach hospodárskej súťaže.“

Naproti tomu Ver.di žiada zachovanie ustanovení na obmedzenie kartelov a fúzií v zákone o obmedzeniach súťaže pre novinové a časopisecké vydavateľstvá. Ďalej sa 2. najväčšie odbory v Nemecku Ver.di zasadujú za reformu súčasného systému podpory tlače v oblasti denníkov.

Je koncentrácia vlastníctva slovenských médií problémom?

(Marína Urbániková,)

Podľa M. Urbaníkovej (Masarykova univerzita, Brno, stážistka SPW) a Gabriela Šípoša zo Slova Press Watch (2010) došlo na Slovensku za ostatných 20 rokov k trom trendom, ktoré

vplývali na intenzitu koncentrácie mediálneho trhu:
- oslabovanie štátneho vplyvu riadenou demonopolizáciou, resp. otvorením trhu pre komerčné subjekty, ako aj samotným slabým manažmentom verejnoprávnych médií
- budovanie trhovej dominancie silných hráčov a ich skupín (skupiny okolo TV Markíza, denníka SME či týždenníka Plus 7 dní)
- príchod internetu a technologické znižovanie bariér vstupu na mediálny trh.

Prvý a tretí faktor koncentráciu oslabovali, druhý ju posilňoval.

Tieto 3 trendy sa v celom rozsahu prejavili aj v regionálnej tlači. Pri absencii štandardného európskeho systému podpory tlače (napr. v mene rôznorodosti a plurality médií a informačných zdrojov) to viedlo k pomerne dramatickému, negatívnemu vývoju v oblasti regionálnej tlače.

Ďalej pokračuje M. Urbániková a G. Šípoš:

Ako dnes z pohľadu koncentrácie vlastníctva slovenský mediálny trh vyzerá? Jedným z najbežnejšie používaných indexov merajúcich stupeň koncentrácie patrí tzv. [Herfindahl-Hirshmanovho indexu](#). Počíta sa ako súčet druhých mocnín percentuálnych tržných podielov všetkých spoločností na danom trhu, pričom výsledok variuje od hodnoty 100 (žiadna firma teda nemá ani len 10 percentný podiel – ide o vysoko diverzifikovaný trh) po hodnotu 10 000 (sto na druhú, teda monopol). ([Podľa klasifikácie protimonopolných inštitúcií v USA.](#))

Ako to vyzerá v prípade regionálnej tlače?

Keďže dlhodobo nie sú k dispozícii údaje z výskumov čítanosti regionálnej tlače, možno sa opierať len o kvalifikované odhady pracujúce s údajmi dostupnými na weboch vydavateľov a v ich interných, príp. stavovských informačných databázach. Celkový náklad siete regionálnych novín MY patriacej Petit Pressu je 165.000 výtł., celkový náklad nezávislej regionálnej a lokálnej tlače je cca 180.000 výtł. (nepočítajúc v oboch prípadoch bezplatne šírené týždenníky resp. dvojtyždenníky tak Petit Pressu ako aj nezávislých vydavateľov). Podiel Petit Pressu je teda cca 47,83%, podľa HH indexu teda 2.287, čo (nad hodnotu 1800) je vysoko koncentrovaný trh.

Urbániková a G. Šípoš v svojej štúdií upozornili, že samozrejme, vysoká koncentrácia na jednotlivých trhoch neznamená, že je taká aj pri bežnom kontakte občanov s médiami. Tí totiž majú na výber paralelne z viacerých segmentov trhu, teda okrem televízie aj rozhlas a tlač, a čím ďalej viac aj internet. V prípade sledovania médií z aspoň dvoch segmentov trhu padá koncentrácia z vysokej na miernu, a v prípade výberu z troch segmentov trhu na nízku koncentráciu, respektíve na teoreticky funkčnú konkurenciu. Kombinácia ktoréhokoľvek typu média s internetom znižuje koncentráciu na miernu.

Na druhej strane toto tvrdenie možno platí pre centrálnu médiu, ale sotva pre regióny. Ďalším rozmerom koncentrácie je aj kvalita vlastníka. Samotný počet vlastníkov ešte priamo úmerne nedefinuje pluralitu a kvalitu médií. Niektorým vlastníkom ide oveľa viac o vplyv na politiku či biznis ako o podporu žurnalistiky. Sledovať a poznať vlastníkov, ich záujmy a možné vplyvy koncentrácie na verejnú diskusiu je aj u nás dôležité.

Hoci s M. Urbánikovou a G. Šípošom treba nesúhlasit' pri ich tvrdení, že v regiónoch

„dominujú obcami platené médiá s občasnou súkromnou konkurenciou“, ich zistenia o výške koncentrácie vlastníctva slovenských médií sú poučné a nosné. Miera koncentrácie v slovenských regionálnych printoch je veľmi vysoká a ohrozujúca a kým v susedných krajinách ju relevantné inštitúcie sledujú, berú do úvahy a prípadne aj ovplyvňujú, na Slovensku sa ňou nikto nezaobrá.

Výsledkom je nielen stav našej regionálnej tlače, ale aj tendencie jej vývoja. Úplná absencia akéhokoľvek systému podpory tlače je v priamom rozpore s odporúčaniami Rady Európy o podpore lokálnej demokracie a občianskej spoločnosti a o podpore plurality informačných zdrojov, t.j. explicitne aj regionálnej a lokálnej tlače. Samozrejme, možno hovoriť o sile ekonomiky a zdrojoch. No ak zároveň hovoríme o zhodnosti spoločensko-ekonomického systému u nás a napr. V Rakúsku a Nemecku, potom by sme isteže mohli ísť v mediálnej politike, podpore tlače, opatreniach proti koncentrácii tlače atď. pomalšie a kratšími krokmi, ale rovnakým smerom.

No my nielenže nejdeme rovnakým smerom, my ani nestojíme na mieste. My ideme smerom opačným. Mediálna politika nemôže zastať v podobe prázdnych apelov a deklarácií, potrebuje aj reálne, účinné nástroje, aby mohla dosiahnuť žiaduce ciele.

Preto navrhujeme v príslušnej časti upraviť znenie odporúčaní nasledovne:

5. Posilniť úlohu miestnych a regionálnych médií – návrh znenia AVRT

Miestne (regionálne) médiá, alebo miestne (regionálne) vydania a miestne (regionálne) vysielania celoštátnych médií by mali byť viac podporené nepriamymi a priamymi finančnými nástrojmi.

V súčasnosti sú miestne médiá prevažne finančne poddimenzované, v dôsledku toho sú často priamo alebo nepriamo ovládané miestnymi politickými a podnikateľskými štruktúrami, alebo negatívnou samoreguláciou malomestského prostredia, a ich spoločensko-politická kontrolná úloha je preto málovýznamná. Prítom práve miestne (regionálne) médiá môžu oživiť občiansku aktivitu a tým postupne revitalizovať spoločnosť a jej spoločensky užitočné hodnoty.

Vyžaduje si to v prvom rade štandardizáciu regionálnych mediálnych trhov prostredníctvom Tlačového zákona, prostredníctvom daňových nástrojov na reguláciu prevažne reklamných médií a dôsledným presadením verejnoprávneho rázu samosprávnych médií. Ďalšiu podobu už osvedčenej formy pomoci predstavujú špecializované grantové programy na národnej a európskej úrovni, podporujúce mediálnu tvorbu, vzdelávanie, marketing, výskum a medzinárodnú spoluprácu, ktoré je nevyhnutné otvoriť aj regionálnym médiám. Presnejšie špecifikovanie navrhovaných opatrení presahuje rámec tohto základného návrhu a vyžaduje si podrobnejšiu analýzu ako aj konzultácie so zainteresovanými inštitúciami.

V Martine 13. 12. 2012