

Imidž regiónu v kontexte hodnotenia spravodajstiev vybraných mediálnych subjektov so zameraním na región východného Slovenska

Martin ROSIČ, Radoslav KLAMÁR, Jana MITRÍKOVÁ

Abstract: *The aim of the contribution is to point to a region and its significance by means of soft factors, as for instance the image of a region. It represents a "reputation" that precedes a region. Media sphere is a proper space for such a diffusion of virtual ideas. This contribution is dedicated to media space in the form of evaluation of chosen information channels.*

Key words: *external image, internal image, regional development, media*

Úvod

V súvislosti s problematikou regionálneho rozvoja sa popri tradičných „tvrdých“ lokalizačných predpokladoch stále viac dostávajú do pozornosti tzv. mäkké lokalizačné faktory. Dziembowska-Kowalska, Funck (1999) ich definujú ako také, ktorých dopad je buď nepriamy alebo nemajú žiadny viditeľný resp. merateľný dopad na ekonomické výstupy.

Môžeme medzi ne zaradiť faktory ako investičná klíma v regióne, ústretovosť lokálnej samosprávy voči podnikateľskému sektoru, kvalita života, kvalita voľnočasovej infraštruktúry, osobné preferencie cieľových skupín regiónu, ale i imidž regiónu. A práve imidž regiónu ako mäkkému faktoru bude venovaná bližšia pozornosť v nasledujúcom texte.

Imidž regiónu – teoretický rámec a metodika výskumu

Všeobecne si pod pojmom imidž regiónu možno predstaviť subjektívny obraz objektívneho komplexu atribútov jeho identity. Imidž, reputáciu či povesť regiónu možno vnímať ako istý zjednodušený odraz jeho konkurencieschopnosti (Matlovičová, 2010). Imidž regiónu je možné hodnotiť rôzne. Ide napr. o primárny a sekundárny imidž, organický a indukovaný, vnútorný a vonkajší, ktorému bude venovaná pozornosť v našom výskume.

Dokoupil (1999) definuje vonkajší imidž ako obraz tvoriaci sa u ľudí majúci svoj životný priestor mimo regiónu, ktorý je rozhodujúcim spôsobom ovplyvňovaný masmédiami, po prípade skúsenosťami získanými pri návšteve regiónu.

Vonkajším imidžom regiónu sme sa zaoberali prostredníctvom hodnotenia mediálneho trhu a štruktúry jeho správ. V tejto súvislosti uvádza Sucháček (2005), že poslaním oznamovacích prostriedkov by malo byť poskytovať objektívne, overené, vyvážené a všestranné informácie o udalostiach v príslušnom území. Média však pri sprostredkovaní informácií postupujú častokrát selektívne, zobrazujú iba čiastkový výsek komplexnej reality.

Pri hodnotení vonkajšieho imidžu regiónu bola zameraná pozornosť na celoštátne oznamovacie prostriedky, ktoré pracujú so správami z jednotlivých regiónov. V tomto zmysle uvádza Sucháček (2005), že vplyv celoštátnych oznamovacích prostriedkov bude na obyvateľstvo väčší ako v prípade médií regionálnych a lokálnych, ktorých dosah je vymedzený hranicami týchto území.

Zo širokého spektra médií (tlač, televízia, rozhlas, internet) bola pre vysokú sledovanosť vybraná televízia, a to hlavné spravodajské relácie staníc Markíza, JOJ a STV. V realizovanom výskume sme v rámci krajov SR hodnotili 11 spravodajských tematických okruhov – bezpečnosť, hospodársky život (ekonomika, investície, obchod, cestovný ruch), politika (komunálna, celoštátna), nevýrobná sféra (školsťvo, veda a výskum, zdravotníctvo), kriminalita, sociálna oblasť, nevhodnosť, doprava a infraštruktúra, životné prostredie, kultúra a ostatné. Hodnotenú správu sme rozdelili do 3 skupín podľa ich dopadu na región – negatívne, pozitívne a neutrálne. Osobitnú pozornosť pri hodnotení štruktúry spravodajských príspevkov sme venovali Prešovskému a Košickému kraju a ich významu v mediálnom priestore. Celková dĺžka výskumu bola 3 mesiace (december 2007 – február 2008).

Výsledky výskumu

Počas uvedeného trojmesačného výskumného exkurzu bolo vyhodnotených 3 562 spravodajských príspevkov, z ktorých bolo 1 899 negatívnych (53,3 %), 585 neutrálnych (16,4 %) a iba 1 078 pozitívnych (30,3 %). Z hľadiska tematickej štruktúry správ dominovali sociálna oblasť (738 správ), kriminalita (625 správ) a nehody (429 správ), avšak pri všetkých troch prevládali s takmer 60% podielom správy s negatívnym charakterom (graf 4). Vysoký podiel správ tohto druhu vyplýva z ich úzkej prepojenosti s každodennými problémami obyvateľov ako aj preventívnym účinkom pri ich predchádzaní. Druhým dôvodom bolo vysoké zastúpenie uvedených troch oblastí v spravodajskej štruktúre oboch komerčných televízií (Markíza, JOJ), ktoré sa aj týmto spôsobom snažia získať vyššiu sledovanosť (tieto správy viac zaujímajú divákov). V spravodajstve verejnoprávnej televízie STV bola štruktúra zastúpenia jednotlivých oblastí rovnomernejšia s vyšším podielom správ zo sociálnej oblasti a oblasti kultúry.

Hlavnú pozornosť v rámci výskumu mediálneho trhu sme venovali podielu jednotlivých krajov na celkovom spravodajstve a typu ich správ, ktoré majú výrazný vplyv na vytváranie vonkajšieho imidžu týchto regiónov. Z hľadiska pomeru medzi podielom spravodajských príspevkov z jednotlivých krajov a podielom obyvateľstva na jeho celkovom počte (mapa 1) sa nepotvrdil predpoklad, že regióny nachádzajúce sa vo väčšej vzdialenosti od centra, ako Prešovský a Košický kraj, budú mať zároveň nižší podiel správ oproti počtu ich obyvateľov. Toto pozitívne zistenie je spôsobené najmä zvýšenou aktivitou regionálnych štábov televízií Markíza (najvyšší podiel správ mal okrem Bratislavského kraja aj kraj Prešovský, Košický a Banskobystrický) a JOJ, kde bol dokonca Prešovský kraj na 1. mieste, na 2. mieste bol kraj Bratislavský (grafy 1, 2). Z pozície verejnoprávnej televízie je STV orientovaná najmä na spravodajstvo s celoštátnym významom, a preto bol aj podiel Bratislavského kraja s hlavným mestom Bratislava až tak výrazný (25,0 % - graf 3). Rozdiely sú aj v type správ. Najviac negatívnych správ 863 (62 %) vo svojom spravodajstve odvysielala televízia Markíza (graf 1). O niečo menej negatívnych správ 749 (54 %) prezentovala televízia JOJ (graf 2), pričom pozitívom je zistenie, že aj v ekonomicky i priestorovo periférnych regiónoch ako Prešovský, Košický a Banskobystrický kraj bol podiel pozitívnych a negatívnych správ takmer vyrovnaný. Opäť osobitné postavenie predstavovala STV (graf 3), ktorá mala „najpozitívnejšie“ spravodajstvo, pričom pozitívne spravodajské príspevky pochádzali najmä z Trnavského kraja (tam bol ich podiel až 64 %). Takáto štruktúra typu spravodajstva vyplýva z verejnoprávneho charakteru STV ako aj zo snahy prezentovať Slovensko ako krajinu prosperujúcich regiónov.

Osobitne bola v rámci výskumu venovaná pozornosť periférnym regiónom, a to Prešovskému a Košickému kraju. Sledovali sme okrem typu správ (mapa 2, grafy 1, 2, 3) aj ich tematickú štruktúru (grafy 4, 5 a 6).

Vychádzajúc z mapy 2 je možné sledovať pomer negatívnych a pozitívnych správ v rámci jednotlivých regiónov SR. Z tejto regionálnej komparácie spravodajských informácií vyplynuli pre Prešovský a Košický kraj nasledujúce výsledky. Pomer negatívnych a pozitívnych správ bol v Prešovskom kraji 4,7 : 3,7 (najlepšie hodnotenie spomedzi krajov) a v Košickom 6,1 : 2,4 (najhoršie hodnotenie). Z hľadiska Prešovského a Košického kraja ako krajov s periférnou polohou voči ekonomickému jadrú je možné povedať, že sa im v rámci hlavných spravodajských relácií venuje dostatočná pozornosť, a že štruktúra správ podľa ich typu (negatívne, pozitívne, neutrálne) je porovnateľná s ostatnými kraji Slovenska.

V rámci jednotlivých televízií majú Košický a najmä Prešovský kraj väčší priestor v spravodajstve komerčných televízií JOJ a Markíza (grafy 1, 2). Rozdiel medzi ich spravodajstvom bol v tom, že televízia JOJ prináša o krajoch východného Slovenska viac pozitívnych správ (Prešovský kraj – pomer 4,4 : 4,0 a Košický kraj 5,5 : 2,2) v porovnaní s televíziou Markíza (Prešovský kraj 5,6 : 3,1 a Košický kraj 7,2 : 1,6). Verejnoprávna STV prináša o sledovaných krajoch menej správ, avšak podiel negatívnych a pozitívnych správ je takmer rovnaký.

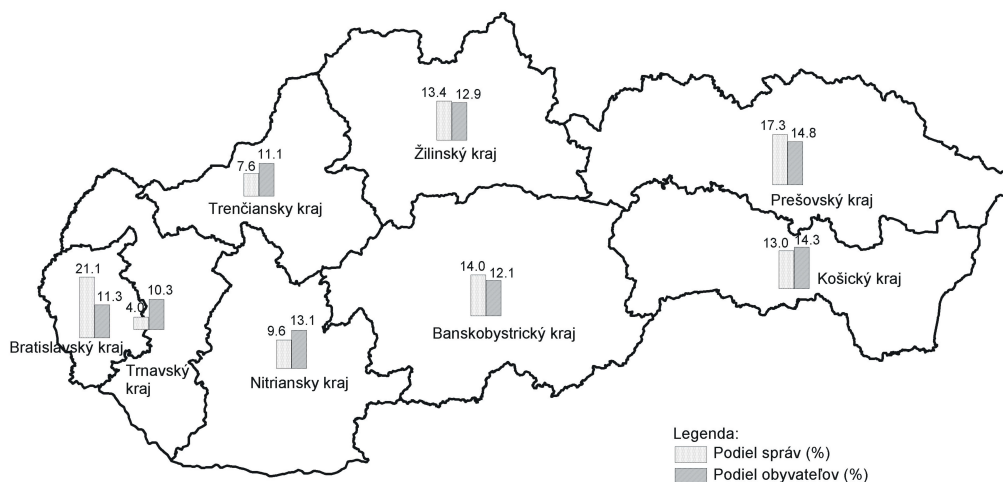
Z hľadiska tematickej štruktúry spravodajských informácií o Prešovskom a Košickom kraji (grafy 5,6) je situácia dosť odlišná. V Prešovskom kraji (graf 5) prevládajú správy zo sociálnej oblasti (18,8 % všetkých správ), hospodárskeho života (14 %), kriminality (12,5 %) a nehodovosti (10,4 %). Naopak najmenej spravodajstiev je z oblasti politiky (2,1 %) a životného prostredia (3,2 %). V Košickom kraji (graf 6) dominovala sociálna oblasť (26,7 %), oblasť kriminality (17,2 %), nehodovosti (11,0 %) a bezpečnosti (9,7 %). Najnižší podiel správ bol z oblastí politika (3,0 %), životné prostredie (3,54 %), doprava a infraštruktúra (3,7 %).

Záver

Realizovaným výskumom sa nepotvrdila predikcia, že regióny Prešovského a Košického kraja geograficky i ekonomicky vzdialené od Bratislavy ako centra by boli posilnené aj vzdialenosťou psychologickou. Z hľadiska pomeru negatívnych a pozitívnych správ boli uvedené kraje hodnotené oproti ostatným regiónom relatívne dobre (mapa 2), avšak pri najviac zastúpených tematických oblastiach (bezpeč-

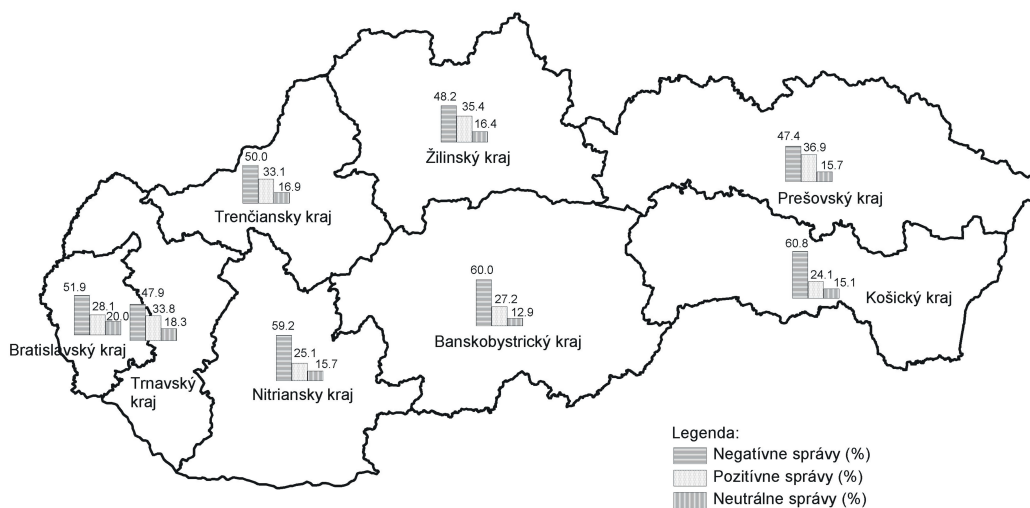
nost, kriminalita, životné prostredie, sociálna oblasť) prevládali prevažne negatívne správy. Na záver je možné povedať, že slovenský mediálny trh svojou štruktúrou správ nespôsobuje ešte väčšiu izoláciu periférnych regiónov (Prešovský a Košický kraj) a neprispieva k vytváraniu ich „zlej povesti“, ale na strane druhej ani nenapomáha budovať lepšie podmienky pre pozitívny imidž týchto regiónov u populácie z ostatných regiónov Slovenska.

Mapa č. 1 - Pomer medzi podielom mediálnych príspevkov z jednotlivých regiónov v mesiacoch december 2007 - február 2008 a podielom obyvateľstva regiónov na jeho celkovom počte



Zdroj: vlastný výskum

Mapa č. 2 - Podiel príspevkov z jednotlivých regiónov v mesiacoch december 2007 - február 2008 podľa typu správ



Zdroj: vlastný výskum

Literatúra

DOKOUPIL, J., 1999: Problémy regionálneho rozvoje príhraničných okresů (na príkladu regionu Tachovsko). Folia Geographica, 3, Prešov, Prešovská univerzita, 240-243.

- DZIEMBOVSKA-KOWALSKA, J., FUNCK, R.H., 1999: Cultural Activities: Source of Competitiveness and Prosperity in Urban Region. *Urban Studies*, 38, 1999, Nr. 8, pp. 1381-1398.
- MATLOVIČOVÁ, K., 2010: Analýza interného imidžu mesta Prešov. *Folia Geographica*, 16, Prešovská univerzita, 2010 (v tlači).
- MITRÍKOVÁ, J., MADZIKOVÁ, A., 2008: Percepcia kvality života na príklade mesta Bardejov. In: *Misceillanea Geographica* 14. Sborník Katedry geografie Fakulty pedagogické Západočeské univerzity v Plzni : Západočeská univerzita, 2008, ISSN 1213-7901, 105-109.
- RUMPEL, P., SLACH, O., KOUTSKÝ, J., 2009: Měkké faktory regionálního rozvoje. Ostravská univerzita v Ostravě. Ostrava : Repronis, 2009, 186 s., ISBN 978-80-7368-435-8.
- SUCHÁČEK, J., 2005: Vybrané determinanty image regionu v krátkodobé a dlouhodobé perspektivě. In: Rumpel, P. (ed.) – *Inovativní koncepty v socioekonomickém rozvoji územních jednotek*. Ostrava, 25.-26.5.2005, ISBN 80-7368-261-3, 114-125.
- SUCHÁČEK, J., 2007: Média v kontextu globalizace a identita jednotlivce. In: Pavlů, D. (ed.): *Marketingové komunikace a konkurence*, Univerzita Tomáše Bati, Zlín, ISBN 978-80-7318-634-0, 105-114
<http://www.joj.sk/>; <http://www.markiza.sk/uvod>; <http://www.stv.sk/>

Príspevok je súčasťou riešenia grantového projektu VEGA 1/0210/08 „Špecifické postavenie regiónu Východné Slovensko v kontexte regionálnych disparít Slovenskej republiky“ (ved. projektu R. Klamár) a VEGA 1/0045/09 „Slovensko a Poľsko – geopolitické, politologické a humánnogeografické súvislosti“ (ved. projektu R. Istok).

The Image of a Region in the Context of News Evaluation in Chosen Media with Focus on the Region of Eastern Slovakia

Martin ROSIČ, Radoslav KLAMÁR, Jana MITRÍKOVÁ

Summary: Strong heterogenous localization of Slovak media is manifested in regional news reportages. It results in the fact that a fifth of all the reportages is somehow related to Bratislava region. Based on this media effect, the neighboring regions of Trnava and Nitra are losing the most (map 1). However we did not confirm the prediction that the regions geographically and economically distant from the centre (Prešov and Košice region) would be strengthened even by psychological distance. Regarding the proportion of negative and positive news, the regions of Eastern Slovakia were evaluated relatively well in comparison to the other regions (map 2), even tough in the most represented thematic fields (security, criminality, environment, social field) the negative news prevailed. This structure of negative news is typical not only for Prešov or Košice region, but also for the news from all the regions in Slovakia. Finally we can conclude that the news structure of Slovak media market does not cause higher isolation of peripheral regions (Prešov and Košice) and does not contribute to the formation of “bad name”, but on the other side it does not help to build better conditions for positive image of these regions in the eyes of the population from the other regions of SR.

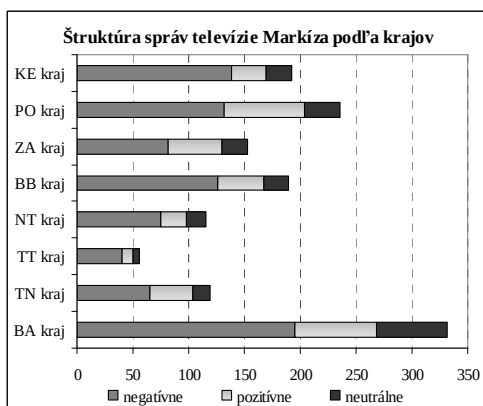
Adresa autorov:

RNDr. Martin Rosič, PhD.
 Katedra geografie a regionálneho rozvoja
 Fakulta humanitných a prírodných vied
 Prešovská univerzita
 Ul. 17. novembra 1, 081 16 Prešov
rosmat@post.sk

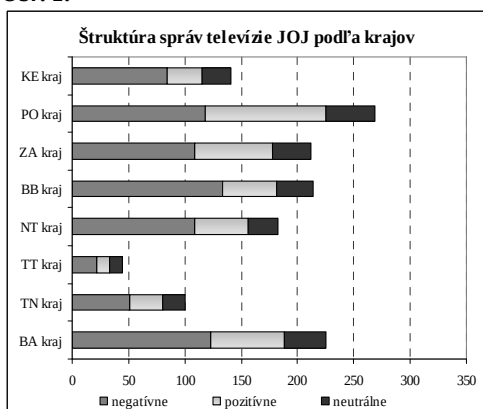
doc. RNDr. Radoslav Klamár, PhD.
 Katedra geografie a regionálneho rozvoja
 Fakulta humanitných a prírodných vied
 Prešovská univerzita
 Ul. 17. novembra 1, 081 16 Prešov
klamar@unipo.sk

RNDr. Jana Mitríková, PhD.,
 Katedra geografie a regionálneho rozvoja
 Fakulta humanitných a prírodných vied
 Prešovská univerzita
 Ul. 17. novembra 1, 081 16 Prešov
jankageo@unipo.sk

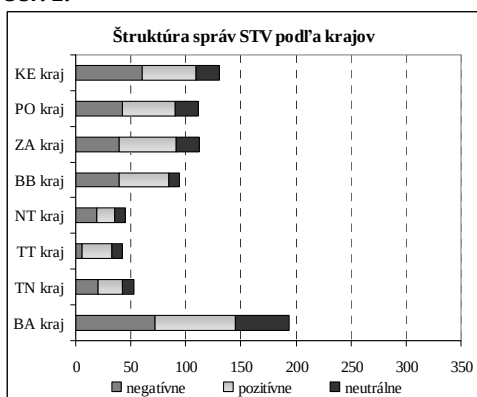
Obr. 1 – 3. Grafy typológie správ televízií Markíza, JOJ a STV v krajoch SR



Obr. 1.



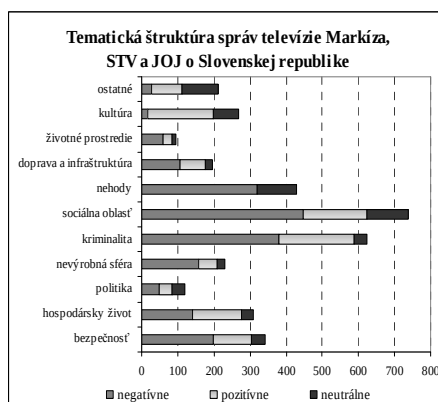
Obr. 2.



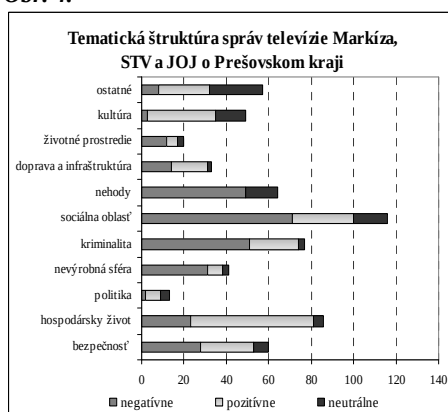
Obr. 3.

Prameň: Vlastný výskum v etape december 2007 - február 2008

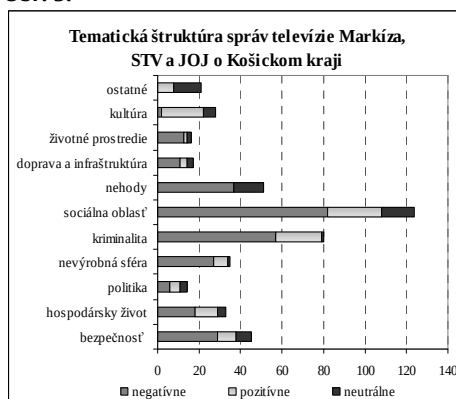
Obr. 4 - 6. Grafy tematickej štruktúry správ o Prešovskom, Košickom kraji a Slovenskej republike v televíziách Markíza, JOJ a STV



Obr. 4.



Obr. 5.



Obr. 6.

Prameň: Vlastný výskum v etape deceber 2007..