

atteliér



10 rokov atteliéru

akademický dvojtyždenník | vydáva Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave



OD KUKA BEZ KUKA KAM ZMIZLI DETSKÉ RELÁCIE?

Občianska žurnalistika | Petr Kopecký | Natalya Panasenko

03 | 2013-2014 | cena: 0,50 €

KDE KREDITY NEDOSTANETE ZADARMO

ATTELIER

Magdaléna Švecová

(sefredaktor@attelier.sk)

pravidelné vydávanie dvojtyždenného časopisu atteliér

www.attelier.sk



AETTER

Andrej Brník

(abrunky@gmail.com)

pravidelné rozhlasové vysielanie

www.aetter.sk



FMKTV

Marek Šimončíč

(mareksim@gmail.com)

študentská televízia ponúka audiovizuálny výber umeleckej tvorby študentov



KABINET FILMOVEJ TVORBY I.

I. Lužák (ivan.luzak@gmail.com)

záznam akcií ako napríklad konferencie FMK, HN club, Sestra roka

KABINET FILMOVEJ TVORBY II.

A. Vlachou (antonios.vlachou@gmail.com)

vytváranie portfólia filmov FMK na festivaly

KABINET UMELECKEJ INTERPRETÁCIE A EVENTOV

Igor Lakatoš (igor.lakatos@gmail.com)

FAQT hustý kvíz, Lyžiarsky záťah, Letný záťah, Študentský ples

KABINET NOVÝCH MÉDIÍ

Michal Kabát

(michal.kabat@gmail.com)

Insomnia, plagáty, obálky časopisov

KABINET TELOVÝCHOVY A ŠPORTU

Andrej Habiňák (andrej.habinak@ucm.sk)

športové turnaje (futbal, volejbal, beh)



KREATÍVNO-EXPERIMENTÁLNY FOTO-ATELIÉR (KEFA)

Martin Stropko

(martin.stropko@gmail.com)

fotografická výstava študentov "Vlasy z kefy"

ATELIÉR REPORTÁŽNEJ FOTOGRAFIE

Teodor Pasternák

(teodor.pasternak@ucmt.sk)

fotografické výstavy FALZIFIKÁTY, TELO ULETELO, každoročne vydávaná ročenka MUUZA



ATELIÉR KOMUNIKÁCIE V MÉDIU FOTOGRAFIE

Jozef Sedlák (fotosedlak@gmail.com)

súťaž Top billboard FMK, výstavy

KABINET SPONZORINGU A NOVÉHO BIZNISU

Martin Horváth

(mh_fmkuem@martinhorvath.sk)

podpora eventov FMK hľadaním sponzorov

KABINET LOBBINGU A MARKETINGU

J. Sloboda

Golfový šampionát univerzitných tímov

KABINET PR

Eva Habiňáková

(eva.habinakova@ucm.sk)

externá komunikácia FMK

9 interview

Petr Kopecký o úspechu
detských televízií v Česku

16 téma

Keď na vytvorenie
mediálneho obsahu stačí
internet a mobil

24 absolvent

Bývalý šéfredaktor
atteliéru Juraj Koník



Titulka: Michaela Hučková

04 aktuálne

Flash news

06 konferencia

Marketing Identity 2013

12 médiá

Úpadok detských
programov na Slovensku

30 pedagóg

Natalia Panasenko

26 fotostrana

Martin Halač

28 jeden deň

v Rádiu_FM

32 na muške

On-line petície

35 názory



Odvrátená strana slobody slova

V čase, keď píšem tento editoriál je sedemnásteho novembra. V kalendári dátum známy ako Deň boja za slobodu a demokraciu. Uprostred novembra oslavujeme možno výročie nežnej

revolúcie, možno pád komunizmu, možno otvorenie hraníc. Pre niekoho však „sedemnásty“ znamená vytvorenie priestoru pre slobodné šírenie myšlienok. V jednom dokumente o páde bývalého režimu som dokonca počula, že ľudia sa „po prevrate“ zrazu začali na ulici zdraviť a nenútené rozprávať. Aj pre novinárov sa v 89-tom začala nová éra. Odrazu nemuseli písať v súlade s aktuálnym režimom a vznikli podmienky pre objektívnejšie spravodajstvo. O pár rokov neskôr sloboda slova vďaka internetu nabrala ešte širší rozmer. Kvázi novinárom sa vďaka fenoménu blogovania dnes môže stať v podstate ktokoľvek a aj žena v domácnosti sa so svojím blogom o varení dokáže stať lokálnou celebritou. Každá minca má však dve strany. S rozmachom internetu sa roztrhlo vreco s webmi rôznych aktivistov či spoločenských skupín, ktoré sa hrajú na spravodajsko – publicistické portály. Čitateľom na pozadí funkčného dizajnu však ponúkajú tendenčné články, polopravdy a neoverené fakty. Recipient, vidiac celkom pekný web s inteligentne napísaným textom, nezmyselnému obsahu často uverí. Obsahu, ktorý nie je zazdrojovaný, neponúka protiváhu v podobe vyjadrení druhých strán. Nedať v článku priestor druhej strane je chrapúnstvo a typ žurnalistiky spomínaný v riadkoch vyššie je pre nekritického čitateľa často rovnako nebezpečný ako akákoľvek forma cenzúry, pretože klame a zavádza. Sloboda slova, za ktorú štrngali ľudia na námestiach sa tak na webe dostáva do slepej uličky. Kto ju z nej vyvedie?

Magda
Švecová

ročník desiaty, číslo 3 | 2013-14

vydáva

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

tlač

Vydavateľstvo Michala Vaška

šéfredaktor

Magdaléna Švecová

zástupca šéfredaktora

Ľubica Šulhánková

šéfgrafik

Martin Halač

editori

Patrik Gerši, Ľudmila Krkošková,
Lucia Osvaldová, Veronika Pilátová

grafika

Michaela Hučková, Daniela Kršková, Samuel
Kušnír, Marika Pavelková, Ivana Vyšná

jazyková korektúra

Karin Kubíková, Lenka Labačková,
Ľubica Šulhánková

web

Ľudmila Krkošková, Daniela Kršková

kontakt

Skladová ul. 3, 917 01 Trnava
redakcia@attelier.sk
www.attelier.sk
www.facebook.com/attelierSK

predajné miesta

Knižnica FMK, JAMA, Attomat Skladová

ISSN 1339-1410



Peter Lančarič vystavuje

„Peter Lančarič ešte len vstupuje na umeleckú scénu fotografie, no už teraz môžeme cítiť, že je autorom, pre ktorého je fotografia k životu veľmi potrebná. I keď sa nám môže zdať ako introvert, imaginárne „schody“ sú vstupom do jeho sveta, ktorý pred nami otvára bez akýchkoľvek pochybností. Robí tak nie preto, že chce, ale preto, že musí,“ hovorí Petra Cepková, kurátorka výstavy. Práve týmito slovami totiž otvorila v utorok 29. októbra prvú Petrovu autorskú výstavu a ja sama by som to nepovedala lepšie. Bol jeden z tých klasických jesenných večerov, kedy nie je ešte veľmi zima, ale ani príliš teplo na dlhé prechádzky trnavskými ulicami. Možno práve to a možno láska k fotografii, či priateľstvo s Petrom Lančaričom priviedli ľudí do trnavského antikvariátu na ulici Andreja Žarnova, kde sa konala vernisáž s názvom „Schody na rohu ulice“. V jednej ruke s plastovým pohárom plným moku, v ktorom sa vraj pravda

ukrýva a slaným pečivom od Peťovej mamy Eriky v ruke druhej, ste si mohli pomedzi staré knižky pozrieť 16 zavesených fotografií, ktoré sú kľúčom do Petrovej duše. Peter Lančarič, autor vystavovaných fotografií a študent tretieho ročníka na FMK, hovorí: „Posledný rok som fotil a vyvolával čiernobiele filmy, ktorých políčka odrážajú intímny pohľad do môjho života. Z roviny dennikového, osobného formátu sa „Schody na rohu ulice“ zovšeobecnením transformovali na vzorec sociálneho správania, ktorý sa dá čítať v živote.“ Schody hudobne otvorila Zuzka Kramplová s doprovodom Johnnyho Novaka z kapely Fándlyho bicykel. Peter Lančarič má už v týchto chvíľach rozfotené nové obrázky na farebný film, aby sme sa prostredníctvom nich o rok stretli na inom, rovnako zaujímavom mieste.

Autor: Veronika Pilátová
Foto: autor



Kurátorkou výstavy je Petra Cepková

V študentskej rade máme až štyroch zástupcov

Koncom októbra sa uskutočnili voľby do Študentskej rady vysokých škôl. „Zo zákona máme na základe celkového počtu študentov UCM určených troch delegátov do rady zo strany študentov, ktorými sú Alžbeta Laučeková, Matej Martovič, Eva Kukurová a jeden delegát je z akademického senátu – Peter Čeliga,“ hovorí Eva Kukurová. ŠRVŠ zastupuje študentov na celom Slovensku spolu s Radou vysokých škôl a Slovenskou rektorskou konferenciou a jej fungovanie je zakotvené v zákone o vysokých školách. Funguje nezávisle a samostatne nielen v rámci Slovenska, ale aj ako

člen ESU (Európskej únie študentov) a zastupuje študentov na súkromných, verejných, či štátnych školách. Fungovanie študentskej Rady vysokých škôl sa zameriava v prvom rade na konkrétnu pomoc študentom. Z ich iniciatívy sa minulý rok podarilo zrealizovať stretnutie s predstaviteľmi vlády a vymôcť si aspoň čiastočné úľavy pri dohodách o brigádnickej činnosti študentov. Zapojiť sa do činnosti rady, ktorá môže potiahnuť za tie správne nitky, môžete aj vy. Stačí vyplniť podnet na stránke srvs.sk a váš problém sa dostane do kompetentných rúk. Rovnako

máte ako študenti aj svojho právneho poradcu – študentského ombudsmana, na ktorého sa môžete obrátiť, ak máte pocit, že došlo k porušeniu práv študenta, ktoré sú zakotvené v zákone o vysokých školách. On však o opodstatnenosti a krivde nerozhodne – slúži len ako poradca pre študentov, záverečné slovo má v tomto prípade súd, či konkrétna vysoká škola. Viac informácií o činnosti ŠRVŠ získate na stránke www.srvs.sk

Autor: Ľudmila Krkošková





Aetter sa môže pochváliť novým stolom

Zmeny v radoch Aetteru a FMK TV

Fakultné rádio Aetter obnovilo začiatkom októbra opäť raz vysielanie pre študentov našej školy. Pred pár týždňami prebehol konkurz a s príchodom nových ľudí sa rádio zrejme zmenám nevyhne. Rovnako to vyzerá aj s našou fakultnou televíziou FMK TV. „V predchádzajúcich rokoch sme nováčikov špeciálne nepripravovali, hneď na začiatku sme ich posadili za mikrofón. Tento rok to robíme inak – od októbra sa pripravujú s hlasovou pedagogikou, budú skúšať moderovanie „do steny“, stretnú sa s ľuďmi z praxe. Vysielateľ teda začnú až od budúceho semestra,“ povedal šéf rádia Andrej Brník. Ak sledujete novinky okolo rádia, určite vám neuniklo spustenie 24-hodinového streamu. Neustály tok hudby je vysielaný zo štúdia na Skladovej ulici, ktoré dostane nový mixážny pult a stôl namieru. Chuť študentov pracovať v Aetteri (a to zadarmo a bez kreditov) je spočiatku veľká, no časom sa možným posilám môže prestať táto voľnočasová aktivita pozdávať. „Konkurzu sa zúčastnilo 79 ľudí, 64 sme pustili ďalej. Nedokážem povedať presný počet ľudí, ktorých nakoniec reálne vezmeme, no verím, že vydržia do konca svojho pôsobenia

na škole. S tým súvisí aj možnosť, že rozšírime naše vysielanie a pridáme medzi vysielacie dni aj štvrtok. Okrem obvyklých funkcií, o ktoré je pravidelne záujem, tento rok hľadáme napríklad aj niekoho na pozíciu dramaturga.“ Stalo sa už dobrým zvykom, že Aetter sa zúčastňuje celoslovenskej vysokoškolskej súťaže Rádio Rally. V budúcom roku sa toto podujatie usku- toční práve v Trnave. „V apríli budeme hostiť súťaž my. Potrvá 4 dni a zúčastnia sa jej rádiá zo Slovenska a z Čiech. Určite nás v našom úsilí podporí aj škola, ktorá nám aj v minulosti vychádzala v ústrety zakaždým, keď sme to potrebovali,“ dodal Andrej Brník.

Bude FMK TV konečne vysielateľ?

Fakultná televízia FMK TV je ďalším miestom pre získavanie praxe pre študentov našej fakulty. Každoročne je o prácu v tomto médiu veľký záujem. Napriek snahe sa objavujú kritické ohlasy na prácu a finálne „výstupy“ vychádzajúce z HD štúdia. „Plán a cieľ sú jednoznačné. Z začať pravidelne vyrábať príspevky do vysielania či už prostredníctvom televíznych obrazoviek rozmiestnených po škole, alebo

prostredníctvom Youtube. Zdôrazňujem slovo pravidelne, pretože FMK TV by mala pracovať tak, ako rádio Aetter. Hlavným problémom býva nedostatočná aktivita študentov, resp. menší záujem, než sme očakávali. A tiež spolahľivosť a zodpovednosť,“ povedal pedagóg Marek Šimončík, ktorý má celú televíziu „pod palcom“. Pracuje sa aj na zvýšenej propagácii. Veci sa začnú podľa Šimončíkových slov meniť už tento rok, pretože TV svoje rady rozširuje aj pre ľudí, ktorých zaujíma práca na propagácii. Nielen Aetter si na začiatok zimného semestra pripravil konkurz. FMK TV usporiadala vlastné hľadanie talentov. „Konkurz hodnotím veľmi pozitívne, prišlo veľa inšpiratívnych ľudí. Verím, že z nich neopadne ten záujem a entuziazmus, s ktorým prišli. Účastníci ma príjemne prekvapili svojou kvalitou. Zostáva túto kvalitu už len preniesť do fungujúceho prostredia. Na kasting sa prišlo pozrieť okolo 100 ľudí, absolvovalo ho 79 študentov našej fakulty,“ zhodnotil na záver Marek Šimončík.

Autor: Ján Janočko
Foto: Magdaléna Švecová

Peniaze sa kotúľajú a do Jamy (ne)padajú

Bývalú základnú školu v Jame využíva Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave na výchovno-vzdelávací proces. Konkrétne jej priestory slúžia fakultám: masmediálnej komunikácie, fakulte sociálnych vied a filozofickej fakulte. Kompetentní plánujú v Jame hneď niekoľko zásadných zmien. Kto ich však zaplatí? Čo-to o plánovaných zmenách na tomto objekte ste sa už mohli dočítať v jednom z predchádzajúcich vydaní atteliéru. Navštívili sme kvestora Romana Mareša, ale aj hovorca mesta Trnava, Pavla Tomašoviča, aby nám povedali niečo viac. Paradoxom však

je, že každý tvrdí niečo iné, no na jednom sa zhodujú. Majú dobré vzájomné vzťahy. To je síce veľmi pekné a aj im to všetci prajeme, ale stále nedečkavo čakáme na zmeny, resp. rekonštrukciu bývalej základnej školy. Kvestor potvrdil, že zatiaľ sa udiali „menej viditeľné veci“, ako oprava strechy a nových rozvodov. Univerzita platí mestu nájom a očakáva, že z týchto prostriedkov sa bude Jama aj renovovať. Avšak Pavol Tomašovič na druhej strane oponuje tým, že prenajali túto budovu aj s pozemkom za symbolické euro a nemajú finančné prostriedky na jeho rekonštrukciu,

keďže sa musia postarať hlavne o chod základných škôl, ktoré majú pod patronátom. Chcú v tejto oblasti zachovať predovšetkým zeleň a postarať sa o prevádzku materskej školy. Vysoké školy a univerzity patria pod ministerstvo školstva, ktoré sa ohradzuje tým, že žiaľ nemá zvyšné finančné prostriedky. Plánov na vylepšenie priestorov Jamy je neúrekom, no financie nie sú ani na strane mesta, ani na strane školy. O tom, ako sa táto záhadná situácia vyrieši, keď každý tvrdí niečo iné, bude atteliér určite informovať.

Autor: Dagmar Vragašová

V Smolenicích udelili dva tituly Doctor honoris causa

Na Smolenickom zámku sa po desiatykrát uskutočnila marketingová konferencia tentokrát pod názvom Marketing identity. Počas dvoch dní (4. – 5. 11. 2013) sa konali prednášky a udeľovali ocenenia, ktoré zastrešovali téma celého podujatia „Dizajn, ktorý predáva“.

Otvorenie okrem tradičných príhovorov sprevádzal aj „krst“ nového odborného časopisu EJMAP, ktorého prvé číslo sa venuje zosnulému fotografovi Tiborovi Huszárovi. K nováčikovi sa pridalo aj predstavenie najnovšieho vydania už zabehnutého vedeckého periodika Communication Today. Úvodné rituály uzačtorilo odovzdávanie ocenenia GRANATT za aktivity v oblasti spoločenskej zodpovednosti stredných a základných škôl. Prvýkrát si ho uchmatli študenti, ktorí vydali publikáciu o živote rómskych žiakov.

Rodičovskú výchovu nahrádza marketing

O úvodnú prednášku konferencie sa postaral rektor UCM Jozef Matúš, ktorý sa venoval základnej problematike podstaty a významu identity v marketingu. Na jeho slová nadviazal poľský sociológ profesor Zygmunt Bauman. Kritizoval komunikáciu súčasnej generácie detí a rodičov, ktorí svojim potomkom nevenujú dostatočnú pozornosť. Ich nezaujímajú podlaheho nahrádzajú a využívajú marketingoví experti. Mladý freelancer Jakub Ptačin a grafický dizajnér Pavol Kyselica publiku predstavili svoje vnímanie dizajnu založeného na minimalizme a celkového charakteru produktu. „Dokonalosť je dosiahnutá nie vtedy, keď niet čo pridávať, ale keď nemáme čo ubrať,“ použili citát Exupéryho. Dizajn na Slovensku by sa podľa nich zlepšil výskumom, lepšou propagáciou, založením interného dizajnerského zariadenia, pričom nemožno podceňovať spoluprácu so školami.

V zajatí hormónov

V konfrontačnejšom tóne pokračoval Peter Hajdin z reklamnej agentúry Komplot. Na rozdiel od svojich predchodcov tvrdí, že teória o jednoduchosti nemá v praxi reálne základy. „Zmenil sa trend, zákazník má väčšiu fyzickú odstup od produktov na policiach v obchodoch,“ opisuje svoje skúsenosti. Pri úlohe uviesť na trh nový čaj v roku 2009 predstavili bielu krabičku s vykolorovanými snímkami bylín, ktoré prelínali s nenápadnými siluetami ženského tela. „Keď sme produkt ukázali ženám, tak boli nadšené. Predajnosť výrobku však bola



V sekcii Design Identity sa zaoberali najmä menšími nárokmi používateľov na obsah

veľmi malá a výskumy ukázali, že výrobok nie je v regáloch vôbec vidno,“ tvrdí Hajdin. Na druhý pokus uviedli „gýčovejší návrh“, s ktorým už boli spokojní. „Keď nebudeme zarábať na dobrých veciach, budeme musieť zarábať na zlých,“ z ostra začal svoj výklad ku tzv. „zelenému dizajnu“ architekt Tomáš Guniš. Najväčšiu pozornosť venoval novému londýnskej mrakodrapu Strata tower, ktorého existencia stále vyvoláva diskusiu najmä medzi obyvateľmi anglického veľkomesta. „Celá budova spotrebuje veľké množstvo energie. Do stavby zakomponovali tri turbíny, ktoré však len klamú spoločnosť, lebo pokrývajú len 8 percent z celkovej energie veže,“ kritizuje pokryteckú obhajobu práce architektov. Tento green washing označuje za „zelený náter pre spoločnosť“, aby obhájili iracionálnu výstavbu v centre Londýna.

Panelová diskusia a štyri sekcie konferencie

„Ak chce dizajn predávať, mal by vyžarovať emócie,“ zhodli sa hostia panelovej diskusie, ktorej sa podrobnejšie venujeme na vedľajšej strane. Ďalšia časť konferencie sa niesla v duchu štyroch sekcií: Design Identity, Generation Identity, Digital Identity a CSR Identity. Atteliér sa vydal na rokovanie prvej z nich.

Design identity

Odborníci diskutovali najmä o nových trendoch dizajnerskeho myslenia na internete. Pedagóg Fakulty masmediálnej komunikácie Jaroslav Janků vyjadril myšlienku nezmatelnej popy, ktorá po užívateľovi internetu zostáva. „Po mnohých aférach s odpočúvaním a zhromažďovaním mailov vrchných predstaviteľov viacerých krajín, čo sa môže stať s tým,

čo zverejňujeme my?“ pýtal sa. Zdôraznil, že na webe pribúda počet recipientov, ktorí očakávajú viac ako len bezobsažný titulok. „Prosím, nenúťte ma myslieť,“ začali výňatkem z internetovej diskusie svoju prednášku pedagóg Martin Klementis a študent FMK Tomáš Minarík. Citát pochádza od návštevníka spravodajského portálu, ktorému chceli zvýšiť počet reálnych užívateľov. Dizajn podľa nich vplyva na ich počet, preto musí byť najmä užitočný, použiteľný a pekný. Zdôraznili však, že aj pekný vzhľad stránky nikdy nepreváži nad jej funkčnosťou. Vydarenú konferenciu zakončilo odovzdávanie čestných doktorátov významným zahraničným hosťom, sociológovi Zygmuntovi Baumanovi a expertovi v oblasti chémie Bogusławovi Buszewski.

Autor: Katarína Brusáková
Foto: Alexandra Galambová

DOCTOR HONORIS CAUSA

Titul doctor honoris causa (Dr. h. c.) je čestný doktorát univerzity alebo fakulty udeľovaný za zvláštne zásluhy, bez štúdia a skladania skúšok. Udeľuje ho najčastejšie univerzita či iná vysoká škola, ktorú príslušný kandidát neštudoval ani na nej inak nepôsobil. Udelením titulu sa oceňujú významné zásluhy určitej osobnosti v určitom odbore vedy či umenia, zásluhy o mier, určitý štát, rozvoj vzťahov medzi štátmi, na poli ochrany ľudských práv a pod. Udelenie titulu môže byť uskutočnené slávnostným obradom, titul často býva udeľovaný pri príležitosti návštevy inštitúcie danou osobnosťou.

Sme modernejší ako nikdy predtým



Zygmunt Bauman

Smolenickú konferenciu poctil svojou návštevou aj vo svete uznávaný sociológ, poľský rodák, ktorý si tu prevzal vzácne ocenenie Doctor honoris causa. Atteliéru o postmoderne a svojej minulosti porozprával ZYGMUNT BAUMAN.

Čo si myslíte o postmoderne ako o súčasnej realite?

Asi si nepamätáte, ale bol tu čas, kedy ľudia začali opisovať realitu ako postmodernú, dnes nemáme nijaké iné slovo, tak tiež vyjadrujeme súčasnú realitu ako postmodernú. Aj ja som toto slovo používal. Ale nepáčilo sa mi to, lebo post znamená, že modernosť už skončila. No, je to úplne nesprávne, pretože my sme teraz modernejší ako nikdy predtým.

Akým slovom ste teda nahradili postmoderanu?

Bola tu zmena, ale sme neustále moderní. Postmoderna nám hovorí, čo sme boli, ale nehovorí nám, čo sme. Tak som hľadal niečo lepšie. Niečo, čo by vyjadrovalo to, čo sme teraz. Preto som použil koncept tekutiny na opísanie reality, je to substancia, ktorá nedokáže udržať svoju formu, pôvodnú podobu. Podľa mňa to tekutina najlepšie vyjadruje. Vieme len, ako sme sa zmenili vplyvom histórie, ale nikdy nevieme, čo nás čaká v budúcnosti a kam sa posunieme.

Takže tvrdíte, že žijeme v neustálej neistote?

Áno, žijeme vo svete neistoty, nikdy si nie sme istí, či naše kroky sú správne alebo nie. Je to väčšinou risk. Nevieme, čo máme robiť, ale vieme, čo by sme mali, lenže problém je v tom, kto to urobí.

Vaše publikácie písané po anglicky majú už veľa rokov, prekvapilo vás niečo počas vášho pôsobenia ako sociológa?

Prekvapila ma budúcnosť a existencia budúceho času, kde môžeme viesť dialóg

o niečom čo (ešte) neexistuje a možno ani nikdy nebude. Budúcnosť je nepredvídateľná.

Ako vplýva teda minulosť na našu budúcnosť?

To, čo urobilo holokaust možným, je stále s nami, ale v tom istom čase, sú to nové fakty. Naše zaobchádzanie je iné, staráme sa viac o našich bratov a sestry. Zmenili sme sa, holokaust nás zastavil a ukázal nám naše najväčšie strachy doby a nočné mory.

Myslíte si, že ste sa po emigrácii do Anglicka stali iným človekom?

Nemyslím si, že som sa zmenil, ale ja sa na seba nemôžem pozeráť úplne objektívne. Odišiel som z Poľska, dostal som ponuku prežiť polovicu svojho života na inom mieste a ja som ju prijal, lebo som chcel dokončiť svoju sociologickú prácu. Život okolo mňa sa zmenil. Mal som možnosť študovať na prestížnej univerzite, kde študenti sociológie boli oboznámení o každej teórii na svete. Lenže v Poľsku bolo aj štúdium a vedomosti obmedzené a zamerané na marxistické myšlienky.

Autor: Katarína Brusáková

O tom, kto sa vám páči, rozhoduje chémia



Bogusław Buszewski

Na konferenciu tento rok zavítal aj prírodovedec, ktorému bol taktiež udelený titul Doctor honoris causa. Poľský chemik Bogusław Buszewski zaujal všetkých prítomných svojou fascinujúcou prednáškou a prekvapujúco dobrou slovenčinou.

Pán Buszewski, koľkokrát ste na Slovensku?

To je ťažko povedať, pretože ja som z polovice Poliak a z polovice Slovák. Na Slovensku som študoval, robil som doktorát na STU

a tým pádom som tu strávil 3 roky spoločne s mojimi kamarátmi a kolegami zo Slovenska. Urobili sme výskum a dodnes spolupracujeme.

Vďaka tomu viete tak dobre po Slovensky?

Neviem, či vďaka tomu. Mal som aj študentov zo Slovenska, každý rok mám dvoch, troch. Okrem toho som mal PhD. študentku z Košíc, ktorá obhájila pred dvoma rokmi tému. Každý rok som tu, mám možnosti používať jazyk, síce nie bežne, ale predsa. A keď ho má človek v srdci, tak je to jasné.

Ako ste sa dostali k chémii?

Otec bol chemik, ale ja som chcel ísť na medicínu, kam sa mi nepodarilo dostať a aby som sa vyhol vojne, išiel som na farmáciu. Avšak farmáciu som až tak pochopiť nevedel, ale mal som šťastie, robil som skúšku u jedného profesora, ktorý bol chemikom a on mi odporučil, aby som išiel študovať chémiu. Nakoniec som vyštudoval chémiu, tak ako môj otec, a pracoval som s chemikmi v mnohých krajinách sveta.

Zároveň je však pre mňa dôležité rozvíjať sa interdisciplinárne.

Čo vás na chémii najviac fascinuje? Je to to, ako sa ňou dajú veci vysvetliť, všetky tie javy a zákonitosti v prírode?

Áno. Na druhej strane sa zaoberám separačnými metódami, to znamená procesmi, ktoré prebiehajú medzi dvoma svetmi, čo je biologická bariéra. To, čo je v bunke a to, čo je na bunke. Tie metabolické procesy, ktoré prebiehajú v našom organizme prebiehajú kontrolovane alebo nekontrolovane, pretože nevieme presne všetko popísať. Keby sme vedeli všetko popísať, už by sme nemali nijaké otázky, a predsa tých otázok dávame stále viac. A okrem toho vysvetlenie, prečo to dievča sa vám páči a druhé nie a prečo má o vás záujem alebo naopak, nemá. Toto všetko je chémia, to sú tie feromóny, to sú tie enzymatické reakcie, ktoré prebiehajú v ľudskom tele. Stále máme veľa otázok, kvôli ktorým nevieme vysvetliť veľa javov a to je na tom to zaujímavé.

Autor: Ľusino Tamáš

Funkčnosť je nutnosť

Ani tento rok nechýbala na konferencii panelová diskusia, ktorá bola túto jeseň zameraná na dizajn. Práve o ňom diskutovali štyri povolané osobnosti z brandže. Martina Kráľová, marketingová riaditeľka SYGIC, a.s., Adam Znášik, spoluriaditeľ agentúry Komplot, Ondrej Zachar, spoluzakladateľ kreatívneho štúdia JaOnMi CreatureS a Milan Jursa, kreatívny riaditeľ CODES CREATIVE, s.r.o.



Diskutujúci zľava Milan Jursa, Ondrej Zachar, Martina Kráľová, Adam Znášik a moderátor Artur Bobovnický

Panelovú diskusiu otvoril moderátor otázkou, čo vlastne dizajn je. Prednosť pred pánmi dostala jediná dáma, Martina Kráľová: „V telekomunikáciách sa dizajn primárne viaže s komunikačnými alebo marketingovými kampaňami.“ Podľa Kráľovej je pri SYGICu dizajn screenshotov alebo úvodnej informácie o aplikácii najdôležitejší v momente, keď sa užívateľia smartfónov rozhodujú, či si aplikáciu stiahnu alebo dokonca kúpia. „Častokrát absencia dobrého dizajnu môže pokaziť to, čo sa deje na pozadí aplikácie ako takej,“ čím potvrdila svoju myšlienku, že dizajn je kľúčový. Absolvent FMK UCM v Trnave, Adam Znášik, sa o dizajne vyjadril ako o úžitkovom umení. „Po prvé, musí dizajn fungovať, po druhé, dizajn má predávať a po tretie, dizajnéri majú istú spoločenskú zodpovednosť, nakoľko tvoria všetko okolo nás a ľudia sú šťastnejší, keď žijú v peknom svete.“ Ďalším pánom, ktorý mal čo k téme povedať, bol Ondrej Zachar, u ktorého dizajn začína už výberom miesta, na ktorom ide niečo postaviť alebo zostrojiť. „Nikdy

nemôžeme ukázať klientovi to, čo si my interne kreslíme vo firme,“ povedal Ondrej a tiež podčiarkol dôležitosť funkčnosti dizajnu, či už na konštruovanie alebo prepravu. Pre grafického dizajnéra Milana Jursu je dizajn v prvom rade niečo ako univerzálny komunikačný jazyk. „Dobrý dizajn je dizajn, ktorý je vybalancovaný. To znamená, že je v ňom vyvážená aj forma aj obsah.“

Treba „mať gule“ a veriť v to, čo robíte

Diskutujúci sa ďalej zaoberali dôležitosťou emócie v dizajne. Keďže je dizajn označovaný ako istý druh umenia, zhodli sa, že aj emócie sú súčasťou dizajnu, tak ako každého iného umenia. Zároveň ale nezabudli pripomenúť to najdôležitejšie, že: „Funkčnosť je nutnosť.“ Poslednou otázkou na panelistov bolo, čo by odporučili súčasným, ale aj budúcim dizajnérom a zadávateľom, aby bola ich práca dobrá. Podľa Adama Znášika je najdôležitejšie sústrediť sa na to, čo ako dizajnér robíte, lebo iba tak dokážete vysvetliť, prečo si majú ľudia

kúpiť práve váš produkt. „Základ všetkých základov je sústrediť sa na to, aby ste rozumeli vlastným produktom a vlastným klientom,“ dodal na záver Adam Znášik. „Produkt samotný musí byť dobrý. To je úplná nutnosť. Nemôžete prísť na trh s produktom, ktorý je polovičný, ktorý nerobí to, čo má,“ takto sa vyjadrila Martina Kráľová a dodala, že rovnako dôležité je mať aj dobrý marketingový mix okolo produktu samotného. Ondrej Zachar v poslednej časti panelovej diskusie prezradil, že najlepší zadávateľ je ten, ktorý má gule a tvorcom odporučil, aby verili tomu, čo robia. „Aj keď to možno ešte nemáte úplne dotiahnuté a neviete, ako to bude fungovať, aspoň tomu musíte veriť.“ Milan Jursa na záver panelovej diskusie pripomenul súdruhu Lenina slovami, „Treba sa učiť. Treba sa učiť históriu, historické súvislosti, podhubie, v akom veci vznikajú a kultúrne kontexty.“

Autor: Ľusino Tamáš
Foto: Alexandra Galambová

Zprávičky sú pre mňa ostrovčekom slobody

Kým na Slovensku sa po detských programoch zľahla zem, susedná ČT spustila na konci augusta samostatný detský kanál – Děčko. O jeho fungovaní, tvorbe Zpráviček ako aj o vlastnej ceste v spravodajstve sme sa rozprávali s dramaturgom a moderátorom PETROM KOPECKÝM.



„Keď som prišiel na Slovensko, vládla tu vtedy pomerne veľká nedôvera voči zahraničným novinárom a médiám všeobecne.“

Okrem žurnalistiky ste vyštudovali aj ekonómiu, v čom vám to pomohlo pri práci v televízii?

Keď som sa hlásil na žurnalistiku, nezobrali ma tam, a tak som išiel na ekonomickú školu. Nebol som totiž schopný študovať žiadny technický odbor, to nebolo pre mňa. Ekonomickou som sa nejako prehrýzol, a potom vznikla možnosť študovať na žurnalistike, čo tvorilo základ toho, že som si k spravodajstvu „pričuchol“. Prax prišla až prácou v televízii, kde som nastúpil do ekonomickej redakcie, v ktorej som vďaka štúdiu ekonomiky mohol robiť niečo, čo nikoho iného nezaujímalo a naučil som sa novinárskemu remeslu.

Do televízie ste nastúpili krátko pred revolúciou, ako sa teraz pozeráte na toto obdobie?

Ja som prišiel do televízie, keď som mal dvadsaťpäť rokov a bol som tam úplné ucho. Vtedy vládol v televízii v súvislosti

s prevratom veľký zmätok a ľudia ako ja sa tam vtedy mohli uplatniť. Na prelome rokov 1989-1990 zamestnanci televízie buď odišli a už na ich miesto nikto nenastúpil, alebo zostali a obávali sa, čo s nimi bude a nikto nechcel nič robiť. A televízia potrebovala fungovať, potrebovala tvoriť. Prišlo tam zopár ľudí z ulice (medzi nimi aj ja) a na stole ležala práca, ktorú nám dali do rúk, poslali nás so slovami: chodte tam, urobte to. Zhora vtedy neexistovala žiadna kontrola, systém sa zrútil zospodu. Samozrejme, produkční či technici zostali a držali to a prispeli k tomu, aby boli prelomové udalosti zaznamenané. S nimi pracovali mladí, ktorí sa od starších, čo zostali, veľa naučili. Ľudia ako Ota Černý začínali na kolene, boli neskúsení, ale vďaka tomu, že dostali priestor sa táto práca stala ich živobytím.

Najskôr ste pracovali v domácom spravodajstve, neskôr ste pôsobili na Slovensku. Pomerne dobre som poznal nielen českú, ale

aj slovenskú politickú scénu, pomery, poznal som politikov. Keď som prišiel na Slovensko, bolo to zo začiatku veľmi náročné, najmä z hľadiska zázemia. Fungoval tu vtedy len telefón, nemal som kde bývať, musel som si nájsť kameramana – zorientovať sa v neznámom prostredí bola veľká pracovná skúsenosť. Na Slovensku vládla vtedy pomerne veľká nedôvera voči zahraničným novinárom a médiám všeobecne. Jednak zo strany úradov v oblasti vybavovania povolení, zo strany kolegov a aj zo strany obyčajných ľudí. Táto nedôvera sa však rýchlo prelomila, lebo česká televízia bola jedným z mála zdrojov serióznych informácií, o ktoré bola vtedy núdza, lebo tu vládla propaganda. Počas jedného – dvoch rokov si ČT získala obľubu nielen na západnom Slovensku, ale aj v okolí Košíc. Samozrejme okrem tých, ktorí po nás niečo hádzali. Spomínam si, že keď sme prišli na snem HZDS na Pasienky, tak prvá vec, ktorú Mečiar povedal bolo, aby nás nemlátili. Ale našťastie sa nám okrem občasných vyhrážok



Dramaturg navštívil FMK v rámci Týždňa vedy a techniky

nič nestalo. Sami sme zistili, že s niektorými netreba strácať čas, a s inými boli rozhovory naopak veľmi príjemné a otvorené.

„Fungoval tu vtedy len telefón, nemal som kde bývať a musel som si nájsť kameramana.“

Ako zahraničný spravodajca ste precestovali Európu, Áziu, či dokonca časť Afriky, máte z týchto krajín nejaké skúsenosti, ktoré vám domáce spravodajstvo nedalo?

Afrika bola pre mňa iná najmä pre krásnou prírodou a mentalitou ľudí. Domorodci v Afrike majú úplne inú predstavu o svete a o úlohe bielych ľudí. Biely človek tam slúži ako bankomat – je to trochu tvrdé vyjadrenie a skúsenosť, ale ak sa s tým naučíte žiť, je to krásna krajina. Ázia ma zase uchvátila rozmermi – tým, aké obrovské budovy na akej malej ploche je možné postaviť a aké obrovské vzdialenosti medzi mestami existujú. Keď som videl, aké vzdialenosti prekonávajú na ceste za rodinou, pochopil som, že ich netreba posudzovať našim metrom a netreba im vnucovať našu predstavu demokracie, obchodu, kultúry.

Ktorý príbeh z Fenoménu dnes sa vám najviac písal do pamäti?

Tento projekt vznikol v spolupráci s EÚ, kde sme si požiadali o peniaze z Európskej komisie.

Boli to koncipované reportáže z európskych krajín, vďaka čomu sme sa dostali na miesta, kde by sme sa inak nikdy nedostali. Spôsob koncipovanej reportáže bol pre nás nový. Bola to náročná práca s vlastným režisérom a päťčlenným štábom, čo sme vydržali rok. Ja som robil reportáž o Bulharsku a Rumunsku, v ktorej sme popri kultúre riešili aj napríklad mafiu. Pre nás to nebolo nebezpečné, skôr pre domácich ľudí, ktorí to s nami robili. Bol tam napríklad novinár z bulharskej televízie, ktorý bol investigatívce a mal veľké problémy – niekoľkokrát mu vyhodili byt do vzduchu. My sme skôr mali problém presvedčiť ľudí, aby o tom hovorili. Podarilo sa nám zohnať starého generála, ktorý nám povedal veci, ktorým sme nechceli veriť – ako je pobrežie Čierneho mora skúpené mafiánmi, ako v tom idú ministri a prezident. Mali sme nakrútený skvelý materiál - bulharskí novinári vtedy natočili preberanie úplatku medzi podnikateľom a ministrom v bare. Vtedy sme si povedali – u nás je to ešte dobré.

Na cyklus dokumentov Príbehov z Afriky niektorí diváci reagovali pobúrenie a vyjadřili znechutenie nad neprimeraným použitím reklamy na fondy EÚ. Čo si o tom myslíte vy?

Ja viem jedno – keby nebolo eurofondov, dokumenty by nevznikli. Jednoducho by sa to nenatočilo, lebo to bolo náročné nie len z finančného hľadiska. Vďaka tomu vznikol

materiál, ktorý sa dodnes na ČT reprizuje a je nadčasový a kvalitný. A my by sme sa určite do tých miest v takom rozsahu nedostali. Sami sme mali problém s tým, aby sme tam zakomponovali európsky rozmer. Zástupcovia EÚ v Afrike odmietali komunikovať, bolo to zložité, získať od nich kontakty a informácie – asi by som kvôli tomuto do toho už druhýkrát nešiel.

„Ľudia začínali na kolene, boli neskúsení, ale vďaka tomu, že dostali priestor sa táto práca stala ich živobytím.“

Prečo ste sa po spracovaní mnohých spoločenských tém rozhodli venovať tvorbe programov pre deti, na ktorom sa nedá ani zarobiť ani získať popularita?

Prvou vecou bola ponuka v roku 2010 z vedenia TV, bola to možnosť, ktorá ma oslovila preto, lebo ja som sa vo svojom voľnom čase venoval oblasti vzdelávania. Niekoľko rokov som pracoval pre Prázdninovú školu Lipnice (vzdelávacia organizácia zážitkové kurzy). V rámci toho sme robili kurz pre záujemcov o novinárčinu „hrania sa na média“, kde si mohli deti vyskúšať prácu redaktora. Deti robili reálne reportáže, a preto som mal k práci pre ne vzťah. Hlavnou motiváciou bola moja dcéra, ktorá mala v tom čase asi štyri roky – pravidelne som s ňou sledoval večerníček,



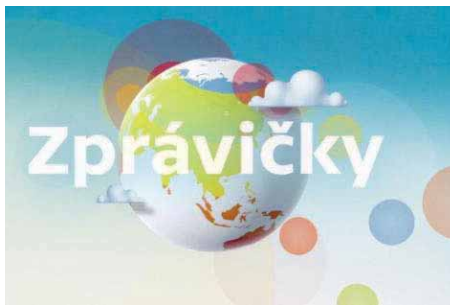
ČO JE DÉČKO?

- nový kanál ČT pre deti
- pôvodne projekt súčasného generálneho riaditeľa
- impulz: 2010 – Rok dieťaťa
- vznik: 31. 8. 2013
- kritériá bezpečnosti
- bez reklamy
- od decembra všetky detské programy len na tomto kanáli
- sledovanosť – 3 – 5 %
- vysielač čas: 6.00 – 20.00
- programová štruktúra: 40 % pôvodné, 60 % prevzaté programy

rozprávky, Kouzelná školka a videl som, že tvorba pre deti má pre ne skutočne význam. Poslednou motiváciou bolo aj to, že to nikoho nezaujímalo. Páčilo sa mi, že to bol taký „ostrovček slobody“ pre mňa, že som sa mohol vrátiť k tomu, čo som robil – k spravodajstvu, v takej podobe, ktorá nie je sledovaná, je voľná, slobodná a vedením nekontrolovaná. Mohli sme si tu pomerne dlhý čas robiť, čo sme chceli a aj sa nám v tom darilo. Tvorba Zprávičiek mala ohlas u detí, ale to sa neporovnáva so sledovanosťou. To sa obyčajne nestáva, spravodajstvo býva zvyčajne kritizované.

Akú sledovanosť dosiahlo Děčko a Zprávičky?

Sledovanosť sa za pomerne krátke obdobie pohybovala okolo jedného percenta a stále to stúpa, čo si myslím je na začínajúci a úzko špecializovaný kanál výborné. Po vyriešení počiatočných technických problémov prekonal niekoľko digitálnych projektov ako je TV Barandov, ktoré klesali z desiatich a skončili na úrovni jedného percenta. Děčko ma momentálne sledovanosť okolo troch až piatich percent. Samozrejme to závisí od veku a konkrétneho dňa. U dospelých sa to pohybuje v jednotkách percenta, u detí, ktoré sú dôležitejším segmentom, vo veku 12 – 14 je to už okolo štyroch percent. Zprávičky majú veľkú výhodu v čase, v ktorom sa vysielaajú, je to pred večerníkom. U dospelých je sledovanosť okolo jedného percenta a u detí



ZPRÁVIČKY

- 1997-2003 – týždenník Zprávičky so sveta – Jiří Vondráček
- Tamtam – týždenník – pozvánky pre deti
- momentálne len preberajú správy, od nového roka tvorba reportáží

v rozmedzí dvoch do šiestich percent (V závislosti od programu, ktorý ich predchádza, respektíve, ktorý nasleduje). Dôležitejším ukazovateľom je stály rast sledovanosti Zprávičiek, aj keď sa jedná o spravodajský a nie zábavný program.

Vznikom novej televízie pre deti Děčko sa nezdvihli koncesionárske poplatky. Bude sa to dať finančne utiahnuť? Neodráži sa to na kvalite programov?

To je ťažko povedať. Neverím tomu, že by sa to odrazilo na kvalite programov. Skôr by sa nedostatok financií riešil zrušením programu, aby sa mohla zachovať kvalita. Samozrejme sa šetrí na ľuďoch, znižujú sa stavy, zlučujú sa oddelenia. Ale to nie je vec, ktorá súvisí so vznikom nových kanálov. Táto situácia bola už za bývalého vedenia televízie. Ľudia sa však vedú prispôbiť, keď vidia, že niečo nové vzniká, alebo že musia robiť prácu za niekoho. Zapojiť reklamu do Děčka neplánujeme – ani by sa to veľmi nevyplatilo. Navyše by sa museli potom doriešiť legislatívne veci a vysporiadanie s Radou ČT. Takže sa do vízie televízie išlo s vysielaťím bez reklamy ako s výhodou.

„Zapojiť reklamu do Děčka neplánujeme - ani by sa to veľmi nevyplatilo.“

Podľa čoho vyberáte témy do Zprávičiek? Zmenil sa detský divák vplyvom informačných technológií?

Dnešné deti toho omnoho viac vedia. Majú väčší prehľad práve preto, že majú smartfóny a viac sa s nimi zaochádza ako s dospelými. S tým som sa sám pasoval pri tvorbe Zprávičiek ako týždenníka. Dosť som sa snažil obsahovo správy brzdiť, ale zvonku

prichádzali rôzne impulzy, aby som do vysielaťia zaradil aj politiku a spoločenské udalosti. Generálny riaditeľ mi po atentáte v Bostone dal otázku, či by sme to nespracovali aj pre deti. Dosť som o tom premýšľal a presvedčil ma detský rozmer tejto udalosti – že tam zomreli aj deti. Dotklo sa to detí a môže im to dať poučenie, aby sa takým miestam a udalostiam vyhýbali. Keď v Prahe vybuchol plyn pri divadle a dcéra to videla na ČT 24, tak som sa jej pýtal, či by som to mal zaradiť do detských správ. Ona povedala, že áno, aby si dávali pozor, netreba svet idealizovať. Samozrejme to treba robiť v hraniciach únosnosti, ktoré je ťažké určiť. Natočili sme správu o dievčati, ktoré dostalo cenu za mier preto, že sa postavilo za svoje právo študovať a jedna mamička nám zhrozená písala, že čo to deťom púšťame za zabíjanie a terorizmus. Ja som jej napísal, že je to výnimka, že to malo slúžiť deťom ako vzor, že niekto je ochotný za vzdelanie obetovať život. Samozrejme je to extrém, je to hranica, za ktorú už netreba ísť.

Od nového roka plánujete natáčať nové reportáže do Zprávičiek (doteraz sú leprebraté z denného spravodajstva). S akými víziami idete do nového roka v rámci celej televízie Děčko?

Z pohľadu fungovania Děčka plánujeme udržať súčasnú programovú štruktúru a zvyšovať sledovanosť. Aby si ľudia postupne zvykli na to, že Děčko je prvá voľba pre program pre deti. Z pohľadu Zprávičiek bude tvorba denných správ náročná, je nás málo. No pracujú tu ľudia, ktorí sú ochotní pracovať nadčas a pre ktorých je tvorba Zprávičiek poslaním.

Autor: Ludmila Krkošková
Foto: Monika Křištofiková



PETR KOPECKÝ

absolvoval štúdium na Fakulte žurnalistiky UK a Národohospodárskú fakultu VŠE v Prahe. Po skončení štúdií pracoval v publicistike,

ekonomickom spravodajstve a domácom spravodajstve v ČT. V rokoch 1995 – 2002 pôsobil ako zahraničný spravodajca ČT na Slovensku, v Rakúsku a Maďarsku. Okrem toho tvoril reportáže z Afriky a Ázie v reláciách Fenomén dnes a Návraty z Afriky. Od augusta 2013 pripravuje Zprávičky na novom kanáli ČT Děčko.

Detský divák ako biznis

Spomínate si ešte na časy, keď ste večer pred televízorom túžobne očakávali deduška Večerníčka, aby už konečne zažal hviezdy a pustil rozprávku? Alebo keď ste s Majstrom N trpeli, či pri jeho pokuse nevybuchne polovica televízneho štúdia? Naše detstvo sme prežili v spoločnosti mnohých hrdinov, ktorí nás prostredníctvom televíznej obrazovky zabávali, vychovávali i niečo nové naučili. Akých hrdinov a vzory majú deti dnes?



Staršie ročníky s melanchóliou spomínajú na Kuka

V dobe, keď deti vyrastajú obklopené médiami a tvorcom programov sa naskytli nevídané technické možnosti, sa zdá, že na Slovensku panuje absencia televíznych programov zameraných na detského diváka. V programových štruktúrach slovenských televízií prevládajú zahraničné rozprávky, ktoré sa často vysielajú v čase, keď už by najmenší drobci mali byť v posteli. A čo pôvodná tvorba? Nové detské formáty by ste zráťali na prstoch jednej ruky. Je to o tom, že dnešné technicky zdatné deti si radšej zapnú rozprávku na DVD nosiči, alebo pre nich nových hrdinov jednoducho nemá kto vymyslieť?

Na Slovensku je to tak

Pedagóg FMK UCM a bývalý pracovník RTVS, Imrich Jenča, spája problematiku kvality detskej tvorby na Slovensku s trendom

stúpajúcej komercializácie: „Dnes sa dá na komerčné účely využiť všetko – ba aj čas na vysielanie pre deti a mládež, či znelka televízneho večerníčka. Krátko po revolúcii sa objavili nové typy rozhlasových a televíznych programov pre deti, a to dokonca aj v súkromných médiách, no ako sa ukázalo, nápady sa rýchlo pominuli a ďalšie v zásuvkách nie sú. Komerčné stanice rezignovali prvé. A ostatní? Čo a koľko sa dnes vysielajú pre túto cieľovú skupinu sa vlastne ani nedozvieme, keďže verejnoprávna RTVS prestala na svojich stránkach uverejňovať správy o činnosti, posledná je za rok 2010. V tom čase sa z celkového objemu vysielacieho času v rozhlase odvysielalo pre detské publikum na jednotlivých okruhoch len čosi vyše 6 % programov, v televízii je to ešte horšie, tam sa kategória programov pre deti a mládež ani v jednotlivých typoch nenachádza. Systematickú prácu

s deťmi nahradila kampaňovitosť. Aj Rádio Junior ponúkalo v tom čase zväčša len čítanú literárnu tvorbu, takmer žiadnu aktuálnu publicistiku. No a čítanie na pokračovanie sotva dokáže pripútať deti k médiám. Na preteky v sledovanosti a počúvanosti dopláca detské publikum.”

Detské programy nie sú zaujímavé pre reklamných zadávateľov

Viktória Kolčáková, doktorandka katedry Mediálnej výchovy a členka Medzinárodného centra mediálnej gramotnosti IMEC, má na problematiku podobný názor. „Deti sú veľmi inteligentné a vnímavé. Sú tými najlepšimi kritikmi a veľmi prísny, ak sa im niečo nepáči, nedokážu to skrývať, ani pretvarovať sa. Aj tvorba pre nich by mala byť inteligentná, nie lacná infantilná zábava. Je smutné, že niektorí

slovenskí, prepáčte za výraz, „pseudoumelci“ zistili, že sa na deťoch dá zarobiť a vyrábajú reklamné pesničky, ktoré sa tvária ako detská tvorba.“ Hodnotí tiež situáciu v súkromných televíziách. „Detský divák nie je pre reklamných zadávateľov dostatočne atraktívny, preto komerční vysielatelia, pre ktorých je reklama najväčším zdrojom financií, necítia potrebu zvyšovať produktivitu programov pre deti a ani potrebu chrániť ich pred nevhodnými obsahmi, pretože práve tie im naopak zisk prinášajú. Preto by túto úlohu mala plniť verejnoprávna televízia... Namiesto toho, aby vznikali programy pre deti a mládež, alarmujúca je produkcia programov, ktoré sú nevhodné pre maloletých nielen do 12 ale aj do 15 rokov.“

TV relácie vs. vystúpenia naživo

Ako je možné, že cieľová skupina detí nie je pre televíznych tvorcov prítiahľivá, keď naopak lístky na verejné predstavenia pre deti sú okamžite vypredané? Jedným z dôvodov môže byť, že zatiaľ čo pre nás boli relácie v televízii niečím výnimočným, na čo sme sa celý deň tešili, pre dnešné deti je sledovanie televízie bežnou činnosťou. Akoby vývoj nabral spätný chod pozorujeme dnešnú generáciu detí, ako sú uchvátené živými predstaveniami v divadlách, mestských kultúrnych domoch či športových halách. Možno sa im vystúpenie spája s priamym zážitkom, ktorých nedostatok pociťujú, keď im rodičia pustia televízor namiesto toho, aby sa im venovali a zobrali ich na výlet. Viktória Kolčáková si myslí, že vysoký záujem o verejné vystúpenia je len odzrkadením hladu po tvorbe pre deti, ktorá je založená na tradičných hodnotách a kultúre, aká je slovenským deťom blízka. Každopádne, pojem Spievankovo dnes pozná každý drobec. Dvojica Mária Podhradská a Richard Čanaky zalovili v iných vodách, ako sú tradičné médiá. Pravidelne cestujú po Slovensku a robia verejné predstavenia pre deti. Oplatilo sa, deti ich zbožňujú, a tak si môžu dovoliť posunúť svoj projekt aj do komerčnej roviny. Predávajú vlastné DVD nosiče, kostýmy, bábiky, zubné kefy... Ich úsilie bolo dokonca ocenené aj verejne, keď získali štatistickú Cenu SOZA za „Najpredávanejší nosič zvukového alebo zvukovo-obrazového záznamu tvorby slovenských autorov 2012“. Na spoluprácu ich už oslovilo aj RTVS. Podľa slov Juraja Kadáša, PR manažéra RTVS, s tvorcami Spievankova RTVS už niekoľkokrát, či už priamo alebo sprostredkované, rokovala. „Bohužiaľ sa tieto rokovania nepodarilo dotiahnuť úspešne do konca.“ Aj niekdajší tvorca televízneho programu Elá hop! Katarína Aulitisová a Ľuboš Píktor sa prispôbili súčasnemu trendu. Po ukončení vysielania ich



Spievankovo je novšia a veľmi úspešná platforma zábavy pre deti

televízneho programu žnú úspechy s predstaveniami po Slovensku. Za tvorcov v tejto staronovej kategórii spomeňme ešte Martinu Jelenovú, autorku projektu Fíha tralala!, ktorá chce vraj svojimi verejnými vystúpeniami motivovať deti k láske k umeniu, hravosti a vzdelávaniu. Škriatka Fíhu si môžu deti vychutnať aj doma na DVD. Súčasná generácia detí sa teda chce učiť, hrať, nechať sa vychovávať... Dokážu im to médiá ponúknuť?

Výprava nádeje pre slovenské detičky?

Juraj Kadáš popiera, že by cieľová skupina detí nebola pre nich zaujímavá. „Naopak, deti sú podľa nás najdôležitejší ľudia na svete;) a ako cieľová skupina divákov sú pre nás veľmi zaujímavé – aj preto sme pripravili nový špeciálny hodinový blok Veľké detské predstavenie.“ Počas tohtoročných Vianoc príde na obrazovky RTVS premiéra animovaného večerníčka Mimi a Liza. Jeho tvorcovia pripravujú pre verejnoprávnu televíziu do budúcnosti aj ďalší kreslený seriál Pavúky z rohu. Od októbra rozšírila RTVS detský blok po 19:00 o ďalšiu takmer hodinu a postupne budú podľa Juraja Kadáša zaraďované v rámci detského bloku animované seriály pre mladšie deti a publicistika, resp. dokumenty pre staršie deti do 12 rokov. Televízia pripravuje aj nový projekt s názvom Zázračný ateliér a na obrazovky by sa mal dostať ešte na konci tohto roka. Od budúceho roka sa tiež spúšťa nový zábavný-súťažný formát pre deti. V oblasti detskej tvorby RTVS pokračuje aj s formátom, ktorý sa vysielal už vlni – súťažou Výprava nádeje, v ktorej budú bojovať nadané deti navzájom v snahe pomôcť chorým kamarátom. Na budúci rok pripravuje RTVS minimálne

jeden hraný detský seriál. Pokračovať bude aj Fidlibum. Deťom sú venované tiež ranné bloky počas víkendov. Pribudnúť by do nich mali nové dokumenty a náučné programy, na jeseň zatiaľ RTVS počítá so seriálmi Flipper, Dračie príbehy a Bol raz jeden život. Podľa RTVS dostáva detská tvorba veľký priestor aj vo verejnoprávnom rozhlase na rádiu Devín a špeciálnom detskom rozhlasovom okruhu Rádio Junior. Programy sú však vysielané z archívu.

Aj FMK vychováva tvorcov detských programov

Od minulého roka otvorila UCM na Fakulte masmediálnej komunikácie nový študijný program s názvom Aplikované mediálne štúdiá. Absolventi by po úspešnom ukončení štúdiá mali byť schopní profesionálne a kreatívne tvoriť mediálne komunikáty so zameraním na detského diváka. Viktória Kolčáková po praktických skúsenostiach z prípravy mediálnych výstupov adresovaných detskému divákovi tvrdí, že tvorba pre deti sa nedá len študovať. „Na to, aby človek vytvoril kvalitné dielo pre deti, musí poznať detský svet, aj on by mal byť trochu dieťaťom, vedieť sa na svet pozrieť jeho očami.“ Juraj Kadáš uvádza, že RTVS spoluprácu so študentmi víta. „Aj touto cestou by sme ich radi vyzvali na zasielanie ich námetov do Centrálného registra námetov, ktorý nájdete na webe <http://rtvs.org/centralny-register-nametov>. Ak nás ich nápad zaujme, určite sa im ozveme.“

K deťom treba pristupovať ako k rovnocennému partnerovi

Dvojica tvorcov Elá hop si vyskúšala tvorivú prácu na oboch frontoch. Od roku 1999 do roku 2009 pripravovali pre Slovenskú televíziu reláciu Elá hop a v súčasnosti cestujú po Slovensku s rovnomenným vystúpením. Mužská časť dvojice, ĽUBOŠ PIKTOR, sa pre atteliér vyjadril k tvorbe pre deti na Slovensku a všeobecne o práci s deťmi a pre deti.



Ela a Hop opustili štúdiá STV a v súčasnosti vystupujú v rôznych kútoch Slovenska

Prečo už nefunguje relácia Elá hop v televízii, keď deti majú neustále záujem o naše verejné vystúpenia?

Záujem o naše verejné vystúpenia sa pomaly, ale isto vracia do stavu, aký bol predtým, než sme začali vyrábať televíznu reláciu. A tá nefunguje preto, že sme si po desiatich rokoch povedali, že v najlepšom treba prestať.

Momentálne sa zdá, že na Slovensku stav televíznej tvorby pre deti prechádza krízou. Myslíte si, že deti dnes skôr zaujme verejné vystúpenie ako relácia v televízii?

Ak áno, prečo je to tak?

V divadle je to podobné. Často krát to vyzerá tak, že aj divadelná tvorba pre deti prechádza krízou. Oboje má však vždy šancu deti zaujať, záleží len na tvorcoch, či sa im to podarí.

V čom vidíte výhody priameho vystúpenia pre deti oproti tvorbe televíznej relácie?

Všeobecne – každé priame verejné vystúpenie je vždy jedinečným a neopakovateľným stretnutím živých ľudí. V tom je jeho krása. Konkrétnou výhodou je pre nás to, že pri príprave i realizácii našich divadelných

vystúpení môžeme spolupracovať len s tými ľuďmi, s ktorými chceme – čo je veľmi príjemné a osočné.

Plánujete svoj projekt rozšíriť aj do komerčnej roviny, akou je napríklad predávanie rôznych hračiek, DVD nosičov a pod.?

Hračky určite nie. Vieme, že DVD so záznamami relácie Elá hop by si určite mnohí radi kúpili a i nás by to tešilo, ale všetky práva vlastní RTVS. Takže napriek istej iniciatíve našich divákov v tomto smere, budú kotúče v archíve zrejme i naďalej zapadať prachom.

MATELKO



Tí starší si svoje detstvo spájajú s bábkou menom Matelko, no známa je aj mladším divákovi, nakoľko ju RTVS ešte pred pár rokmi reprízovala. Cieľom relácie bolo rozvíjať ich osobnosť a učiť deti užitočné veci.

ZLATÁ BRÁNA



Retro reláciou je aj Zlatá brána, kde sa mohli prejaviť muzikálne nadané deti. Vysielala sa v 70. – 80. rokoch, ale možnosť vidieť ju

mali aj narodení po revolúcii. Medzi hity hudobno-dramatického programu boli „Bola raz malá hviezdička“ či „Čumbulák“.

KAKAO



Konečne relácia z dielne súkromnej televízie. Dvojica Igor Adamec a Martin Vanek pripravovali pre TV Markíza detskú

publicistickú reláciu. V roku 2005 však pozdrav „Doskakavenia, priatelia!“ zaznel z televíznej obrazovky naposledy.



„Dobrá televízna relácia by mala byť zmesou zábavy a výchovy.“

Zvažujete do budúcnosti nejaké nové projekty pre detského diváka?

My stále pokračujeme v práci. Vymýšľame, pripravujeme, realizujeme a potom hráme divadelné predstavenia pre deti pod hlavičkou nášho Divadla PIKI. Občas režirujeme predstavenia pre deti aj v iných divadlách – u nás i v zahraničí. A k tomu sa podieľame na príprave bábkohercov na Katedre bábkarskej tvorby VŠMU.

Čo má podľa vás obsahovať dobrá televízna relácia pre deti a ako má na ne pôsobiť? Čo má v nich vyvolať a k čomu ich má podnietiť?

Televízna relácia, rovnako ako každá iná tvorba pre deti, by asi mala byť správne namiešanou zmesou zábavy a výchovy. Zábava by to mala byť inteligentná a vkusná a výchova zábavná a nenápadná. Tvorcovia by mali

prístupovať k deťom ako k rovnocennému partnerovi. Mali by vyvolať v deťoch vieru, že tento život má zmysel a podnietiť ich k tomu, aby ho naplnili.

V čom vidíte zmysel tvorby pre deti, čím vás obohatil čas strávený s deťmi a prácou pre deti?

Je všeobecne známe, že práve v detstve sa formuje charakter a celá osobnosť človeka na celý jeho život. Z toho vyplýva zmysel a význam nielen umeleckej tvorby, ale všetkého, čo sa na tomto formovaní podieľa. Paradoxne sa však, bohužiaľ, pokladá všetko, čo sa týka detí, akoby za niečo menejcenné. My si to nemyslíme, a aj preto sa snažíme vkladať do práce čo najpochvejšie všetok svoj um i srdce. Morálnou odmenou nám je za to naša nestarnúca duša, spontánne reakcie a veríme, že úprimná priazeň našich malých divákov.

Pozn. red.: Juraj Kadáš ako súčasný zamestnanec RTVS skonštatoval, že k otázke o ukončení projektu Elá hop sa nevie vyjadriť, pretože k nej nepristúpil súčasný manažment pod vedením Václava Miku. Krátko po ukončení relácie v roku 2009 bolo na portáli mediálne.etrend.sk uverejnené oficiálne stanovisko Slovenskej televízie, podľa ktorého mala STV naďalej záujem o spoluprácu s tvorcami relácie, v prípade, že by prišli s novým projektom. Pár dní nato uverejnil rovnaký portál odpoveď dvojice tvorcov, ktorí sa vyjadrili, že STV nemala záujem o nové projekty, ani o inováciu Elá hop. Podľa ich vtedajšej výpovede boli dôvodom ukončenia relácie neúnosné podmienky.

Autor: Lenka Májiková
Foto: Archív RTVS

OD KUKA DO KUKA



Dlhých 16 rokov vymýšľal nezbedný Kuko v Slovenskej televízii rôzne huncútstva. Úlohou nezabudnuteľnej Patrície

Jariabkovej bolo handrovú bábiku vychovávať a spolu s ňou aj všetkých drobčov pred televíznymi obrazovkami..

OBJAVY MASTRA N



Čo iné by sa mohlo spájať s osobou Majstra N alias Jozefa Nodžáka ako skúmavky naplnené bublajúcou kvapalinou?

Pred kamerou STV predvádzal hravou formou fyzikálne pokusy a deti ho zato zbožňovali.

ELÁ HOP



Ďalšia relácia z dielne STV. Deti sa počas nej dostali cez televízne obrazovky priamo do čarovného kufríka za Elou a Hopom v podaní Kataríny Aulitisovej a Ľuboša Piktora.. Relácia skončila začiatkom roka 2009.

TÉMA:

OBČANIA NOVINÁRMÍ

Dôležité udalosti ako demonštrácie, prírodné katastrofy či zmeny režimov formujú aj v 21. storočí svet. S rozvojom internetu prestáva byť informovanie o týchto mĺňnikoch len vecou profesionálnych žurnalistov. Krízové situácie si priam vynucujú premenu bežného človeka do roly reportéra. Okrem sledovania dôležitých zmien vo svete sa však ľudia vďaka internetu môžu stať aj ich iniciátormi. Stačí si založiť blog či web a poznať pár tajomstiev vysokej čítanosti. Na mieste je však otázka, či podobné obsahy nemútia až príliš poctivú žurnalistiku a či ich vôbec za novinárčinu možno považovať. Do akej miery treba brať občiansku žurnalistiku vážne?





V správny čas na správnom mieste

Občianska žurnalistika. Veľa z vás sa najprv zamyslí, čo to vlastne znamená? Deň čo deň sa s ňou stretávate, možno aj viac, ako by ste si mysleli. Túto problematiku sa vám spolu so šéfredaktorom Čas.sk, MARTINOM PASTIEROVIČOM, pokúsime priblížiť.

Výbuch v muničnom sklade v Novákoch zo 7. marca 2012 sa stal prelomovým, ako už mnohé médiá uviedli, v oblasti občianskej žurnalistiky na Slovensku. Profesionálni žurnalisti boli doslova odkázaní na materiál zaznamenaný mobilným telefónom bežnými ľuďmi. V dnešnej dobe už existuje viacero portálov pre amatérskych žurnalistov, kde medzi najznámejšie patrí Tip od Vás na portáli Čas.sk. Každý deň pribudne niekoľko nových správ zverejnených občanmi Slovenska. „Počet príspevkov od čitateľov kolíše, denne sa v priemere pohybuje okolo stovky podnetov. Uverejní sa približne jedna desatina,“ uvádza Pastierovič. Okrem už spomínaného Tipu od Vás sa samozrejme s týmto fenoménom denne stretávame aj na Markíze či iných televíziách. Teraz ale prichádza otázka, vedeli by sa dnešné médiá zaobiť bez občianskej žurnalistiky? Martin nám na toto odpovedal: „*Sú existujú médiá, ktoré sa bez čitateľských tipov zaobídu, ale bol by som rád, keby sa Nový Čas medzi ne nikdy nezaradil.*“ Z toho vyplýva, že obyčajní

ľudia sa stali členom a neodlučiteľnou súčasťou médií ako takých. No samozrejme takýmto príspevkom chýba korektúra a tým celý článok stráca na kvalite. „*Nedostatky vyplývajú hlavne z faktu, že túto žurnalistiku robia amatéri, preto je častokrát potrebný ďalší vklad redakcie z obsahového aj formálneho hľadiska. Treba však spomenúť, že dostávame aj príspevky, na ktorých je potrebné minimum ďalšej novinárskej práce. Je ich málo, ale nájdu sa aj také,*“ dodáva Martin. Takéto články potom nadobúdajú väčšiu slobodu a objektivnosť, no môžu nám nahradiť prácu profesionálnych redaktorov? „*Občianska žurnalistika nikdy nenahradí klasickú, ale s rozvojom technológií bude jej čoraz dôležitejšou súčasťou. Najcennejšie na našej práci je mať skvelý tip, a tých je občianska žurnalistika vynikajúcim zdrojom.*“ Preto sa občianska žurnalistika využíva na aktuality, v ktorých by ju klasická asi ťažko dobehla. Amatérski spravodajcovia vedia totiž vďaka svojmu počtu a rozmiestneniu pomôcť aj v boji so zločinom či pri iných nelegálnych činnostiach.

Napríklad radnica jednej z pražských mestských častí vyzvala svojich občanov, aby cez fotografie vytvorené mobilným telefónom upozorňovali na neporiadok a nesprávne parkujúce autá. Práve vďaka takýmto správam je občianska žurnalistika istým spôsobom nenahraditeľná. Akými konkrétnymi témami sa však títo žurnalisti najčastejšie zaoberajú? Na to mi Martin Pastierovič odvetil: „*Nedá sa celkom presne určiť žiadna dominantná téma, ktorej sa čitatelia venujú. Závisí to hlavne od celkového spoločenského diania a od rôznych sezónnych vplyvov, tzn. keď sú voľby do VÚC, v zvýšenom počte chodia podnety na kandidátov. Keď je hubárska sezóna, čitatelia nám posielajú fotky húb, ktoré našli. Redakcia zároveň ovplyvňuje zloženie čitateľských tipov pravidelnými výzvami, kde žiada o konkrétny obsah, ktorý potrebuje na spracovanie určitej témy.*“

Spravodajstvo na sociálnych sieťach.

Čoraz viac populárnymi prostriedkami na uverejňovanie aktualít do dnešných médií sa

stávajú notoricky známe sociálne siete ako napríklad Facebook, Twitter, Instagram a podobne. Ľudia pridávajú pravidelne príspevky na svoju časovú os obohatené populárnymi "hashtagmi," ktoré nám pomáhajú rýchlu orientáciu medzi príspevkami k danej téme. Toto by sa dalo považovať za správne a efektívne využitie internetu, čo je v tejto dobe veľmi postrádateľné. Preto ak aj vás niečo zaujme či trápi, skúste poslať váš tip do niektorej z redakcií alebo na to použiť niektorú zo sociálnych sietí namiesto pridania bezvýznamného statusu či fotky o zrkadlo na Facebooku. Pomôžete tak svojim známym aj okoliu dozvedieť sa zaujímavé informácie. Ostáva už len na médiách viesť občanov na pridávanie takýchto tipov a tým im dávať väčší priestor na vyjadrenie.

Prečo sa vlastne bežní ľudia zaoberajú žurnalistikou?

Dôvodov je samozrejme niekoľko. Jednak sú ľudia nespokojní a nahnevani z diania okolo seba a touto cestou sa snažia proti tomu bojovať. Chcú predovšetkým vyjadriť vlastný názor a samozrejme sa aj zviditeľniť. Takto vznikajú aj viaceré pohľady na konkrétnu udalosť, čo nám pomáha vytvoriť si vlastný pohľad a názor. Ako Martin povedal: „Nemôžete mať redaktorov na tisíce miest naraz, ale môžete mať v teréne tisíc čitateľov, ktorí chodia s otvorenými očami a na mobil dokážu nafotiť zábery a nakrútiť videá použiteľnej

WIKIPEDIA AKO NÁŠ UČITEĽ

„Keď robíte referát, doplňte aj informácie z internetu, len nie prosím z Wikipédie.“ Ani už nepočítam koľko krát som počul tento výrok od našich profesorov na univerzite. Najskôr som sa aj ja sám čudoval a kládol som si otázku, prečo? No niečo na tom bude. Ako už vieme, Wikipédia je tvorená obyčajnými ľuďmi, takže sa dá pokladať za istú formu občianskej žurnalistiky. Tým, že ju môže tvoriť doslova hocikto, vzniká nemálo nepresností, ktoré bývajú často zavádzajúce. Samozrejme pravdou je, keď sa jedná o populárnejšiu tému, čím viac ľudí sa danou témou zaoberá a prečíta si o nej na wikipédii, tým je väčšia pravdepodobnosť, že na základe svojich informácií nájdu chyby a opravia ich. Články sa napokon dostávajú takmer na profesionálnu úroveň. No vždy to bude len zlomok obsahu na celej

Wikipédii, takže skúste túto encyklopédiu používať skôr ako pomoc pri porozumení hľadanej témy a nie ako smerodajný zdroj. Pri téme občianskej žurnalistiky by bolo vhodné spomenúť výrok Helen Boaden, svojho času vedúcej spravodajstva BBC, ktorá povedala: „Nie je len dobré ju mať, ona môže naozaj žurnalistiku obohatiť a ponúknuť nášmu publiku oveľa širšiu škálu hlasov, akú mu my dokážeme sami ponúknuť. Okrem týchto hlasov, prináša aj množstvo príbehov, o ktorých by sme inak nevedeli. Väčšine nášho publika občianska žurnalistika otvorila oči, ktoré vidí jednoduchú vec – ich život môže byť hodný správy – spravodajské organizácie nemajú monopol na príbehy, ktoré pokrývajú. Spravodajské organizácie majú chuť na príbehy, ktoré sami nedostanú a ktoré majú hodnotu obohatenú o očné svedectvo publika.“

kvality.“ No a práve toto si mnoho čitateľov uvedomuje a touto cestou sa snažia pomôcť.

Najpopulárnejšie tipy na Slovensku.

„Skvelých tipov sme mali niekoľko, dokonca by sa dalo povedať niekoľko desiatok. Ja osobne za najcennejší čitateľský obsah považujem video Ľubomíra Harmana, ako sa skrýva pri vchode do paneláka v Devínskej Novej Vsi a páli okolo seba.“ Ide o udalosť, pri ktorej

spomínaný Ľubomír Harman zastrelil 7 ľudí a 15 ľahko zranil. Následne ho polícia postrelila do hrudníka a hneď na to ukončil svoje trápenie samovraždou. „Nielen, že išlo o unikátne zábery, ktoré prebrali hľadám všetky spravodajské médiá na Slovensku, ale zároveň si nakrútenie videa vyžadovalo veľkú dávku odvahy,“ dodal Pastierovič.

Autor: Matej Rumanovský

Budúcnosť občianskej žurnalistiky?



Občianska žurnalistika je budúcnosť. Svet tento fakt pochopil a postupne ho nasleduje aj Slovensko, no nie som si istá či každý rozumie tomu, čo to vlastne občianska žurnalistika je. Ja som v tejto otázke trochu skeptická.

Na jednej strane je úplne nádherné to, že každý z nás môže byť novinárom, stačí byť všíímavý, mať so sebou fotoaparát alebo mobilný telefón a vaša fotografia, svedectvo nejakej spravodajsky atraktívnej udalosti sa môže stať obsahom novín či spravodajskej webovej stránky. Niekedy môžete profesionálneho žurnalistu prevýšiť, no nie vždy. Najznámejší je prípad amatérského reportéra a jeho informovanie o obliehaní helikoptér

a vniknutí do domu Usámu Bin Ládina v pakistanskom meste Abbottabad v máji 2011. IT špecialista Sohaib Athar informoval o udalosti v reálnom čase na twitteri, pridával fotografie, výpovede svedkov, hľadal súvislosti... Podľa mnohých odborníkov sa zachoval ako profesionálny žurnalista a informácie, ktoré na twitteri zverejnil prebrali aj svetové médiá. Ekonóm Dan Mitchell, ktorý pravidelne prispieva do amerických denníkov, okomentoval tento Atharov počin (podľa môjho názoru) veľmi trefne. Podľa Mitchella twitter nikdy nenahradí CNN a človek, ktorý cez sociálnu sieť zdieľa svoj údiv nad niečím, čo sa práve deje, nie je žurnalista a ani celé jeho informovanie nemôžeme označiť za novinárstvo. Faktom je, že najmä naša generácia má tendenciu myslieť si, že vie všetko. Práve preto píšeme blogy, zdieľame svoje názory cez sociálne siete a mnohokrát „fušujeme“ do práce profesionálnych novinárov. Ale my nevieme všetko. Máme názor, ale to neznamená, že

poznáme fakty, vieme pravdu a práve to je problém. Mnoho občianskych žurnalistov nedokáže oddeliť svoje vlastné pocity a názory od toho, čo sa naozaj udialo, veľká časť novinárov – amatérov stále nedokáže posúdiť, čo je naozaj zaujímavé, ktorá udalosť je naozaj spoločensky závažná. Na to ešte stále potrebujeme profesionálneho novinára, ktorý by pri informovaní mal byť istou autoritou. Len malá časť obsahov občianskych reportérov je naozaj aktívna a otvára závažné otázky. Ak niekto napíše, že Modré z neba je strašná relácia alebo sa otvorene posťažuje na úroveň slovenskej futbalovej ligy, tak tým nikomu nepomôže, iba ak sebe k internetovej chvíľke slávy. Je vynikajúce, že klasická žurnalistika má alternatívu v podobe občianskej žurnalistiky, no presne tak ju musíme vnímať – ako alternatívu a nie ako rovnocenný zdroj informácií. Na to si asi ešte chvíľu počkáme.

Autor: Viktória Mirvajová

Blog náš každodenný

Už je to 7 rokov odkedy sa osobnosťami roka stali všetci užívatelia internetu. Odvtedy zažívame malú revolúciu - tvoriť obsah je ľahšie a rýchlejšie ako kedykoľvek predtým a uplatnenie v tomto novom svete získali aj novinári - amatéri.

Za túto malú revolúciu môžu hlavne nové médiá - nová forma komunikácie masmédií s publikom prostredníctvom internetu. Za jedného z typických predstaviteľov nových médií môžeme považovať blog - webovú aplikáciu, ktorá umožňuje pridávať príspevky blogera (autor a editor príspevkov) na webovú stránku. Výhoda blogov, v porovnaní s klasickými formami žurnalistiky, spočíva hlavne v rýchlosti prístupu k čitateľovi vďaka moderným technológiám. Ide predovšetkým o okamžitosť a aktuálnosť informácií, ktoré sú na internete aktualizované priam nepretržite. Tieto dve vlastnosti sa prejavujú aj vo vplyve občianskej žurnalistiky, keď obsah poskytnutý ľuďmi je často hodnotnejší ako spravodajstvo televízií, ktoré nedokážu zabezpečiť aktuálnosť približujúcu sa očitým svedkom a navyše televízne správy sú obsahovo užšie vymedzené len na istý okruh informácií, často účelovo poskytovaných ich konzumentovi. Interaktívnosť je podstatnou súčasťou nových médií, teda možnosť zapojiť sa do tvorenia obsahu, napríklad písaním komentárov, či vlastnými myšlienkami vo forme blogu - denníka.

SME.sk otvorilo dvere do sveta žurnalistiky amatérom

Priekopníkom na poli zavádzania nových médií na tunajší mediálny trh je u nás bezpochyby server SME.sk. Ako prvé noviny na Slovensku otvorilo SME svoje brány seriózneho denníka pre novinárov - amatérov vo forme písania blogov, pričom najlepšie hodnotené príspevky na užívateľských blogoch, majú šancu sa dostať až do tlačenej vydania SME. Do najčítanejších mienkotvorných novín sa tak svojim príspevkom môže dostať aj študent UCM. Takéto prelínanie nových a starých médií umožňuje prístup k obsahu občianskej žurnalistiky na internete aj ľuďom bez prístupu k samotnej sieti a zároveň je to veľká motivácia pre pisateľov týchto denníkov.

O blogovaní alebo aj JA chcem byť blogerom

Na prvý pohľad veľmi jednoduchá činnosť, ktorá si nevyžaduje žiadne zvláštne schopnosti, no je to ozaj tak? Primárnym cieľom

každého blogera je získať a zaujať cieľovú skupinu, pre ktorú sa jeho činnosť stane žiadaným zdrojom informácií a podnetov. Ako ale vystúpiť z radu konkurencie? Tém je nespočetné množstvo, od všeobecných, ktorými môžete povedať niečo širokému spektru čitateľov, až po odborné, úzko sa zameriavajúce na istý problém, či okruh. Dobrý bloger by však mal byť viac, než len „denný spisovateľ“, čitateľ by mu mal veriť a mal by sa k nemu vracáť s dôverou, s očakávaním niečoho nového, zaujímavého popríklad pútavého. Ak sa bojíte, že nebudete mať o čom písať, tak bez obáv, netreba byť superhrdina. Väčšina blogov je o obyčajných, jednoduchých a všedných veciach, no o obsahu treba mať jasnú predstavu už na začiatku. Písanie blogu sa nenesie iba v znamení publikovania vlastných myšlienok a názorov. Blogy tradičné novinárstvo rozširujú a nová fáza prelínania týchto dvoch žánrov je viditeľná najviac v zahraničí. Špeciálnou a veľmi obľúbenou kategóriou blogov sú napríklad blogy o móde, ktoré sa vyvinuli do takej miery, že pomáhajú pri diktovaní módnych trendov. Svoje miesto našli tiež medzi politikmi, ktorí ich využívajú predovšetkým počas predvolebných kampaní.

Blog ako zdroj klasických médií

Vďaka pravidelnému a dynamickému dopĺňaniu novínok a svojej nekonvenčnosti sa z blogov stáva nástroj na dosiahnutie vyváženosti spravodajstva. Stávajú sa cenným zdrojom novínok, postojov a trendov nie len pre svojich čitateľov, ale paradoxne aj pre klasické médiá. V zahraničí sa blogovanie dostalo na úroveň, kedy sa z neho stala zárobková činnosť a z viacerých autorov sa stali blogerské celebrity, ktoré na Slovensku



stále očakávame. Hoci má bloger oproti novinárovi úžasnú slobodu, jeho správanie sa na blogovacích stránkach určuje kódex blogera, ktorý je súhrnom práv a povinností nie len blogera, ale aj prevádzkovateľa blogu. S blogovaním prichádza aj kritika, ktorá je, hlavne pre začiatočníkov často demotivujúca. Tá sa prejavuje hlavne v diskusiách, ktoré sú akýmsi zrkadlom práce a hodnotením. Blogy sa tak nekončia bodkou autora, ale vzniká priestor na komunikáciu čitateľov s blogerom alebo čitateľov medzi sebou. Vytvára sa tak komunita, väčšinou so vzťahom k autorovi. V súčasnosti sa síce pozornosť užívateľov zameriava predovšetkým na fenomén sociálnych médií ako facebook či twitter, ktoré poskytujú takmer okamžitú možnosť reakcie, no postavenie blogov bude mať aj naďalej svoje miesto v online živote.

Autor: Jozef Neupauer

7 BODOV PÚTAVÉHO BLOGU

1. Aktuálnosť témy
2. Správne načasovanie
3. Budte odborníci
4. Prineste nový pohľad
5. Kontroverznosť a vtip
6. Gramatika a slovná zásoba
7. Strhujúci nadpis

Na začiatku bol blog o blogovaní

Dobrý nápad či zápal pre vec môžu aj z obyčajného človeka urobiť profi blogera, ktorého názory si číta množstvo ľudí. Jedným takým je aj MAREK BAKAJSA, podľa ktorého je najdôležitejšie vyskúšať si blogovanie na vlastnej koži.

Kedy a prečo si začal blogovať?

Moja cesta k blogovaniu viedla postupne. Hneď, ako som sa dostal na internet, zaujal ma možnosťou publikovania. Začal som sa postupne učiť, čo to znamená vytvárať stránky, hlavne HTML kód. Časom som sa dostal k tomu, že o veciach, ktoré som nechcel zabudnúť, respektíve o ktorých som nenašiel na slovenskom internete žiadne info, som napísal. To boli počiatky môjho blogovania. Priniesť veci, ktoré mám rád, takže nič profesionálne. Môj blog začal ako osobný zoznam toho, čo mám rád. Na začiatku som blogoval o blogovaní, až neskôr som sa vyprofiloval a zameral na oblasť marketingu, reklamy a PR.

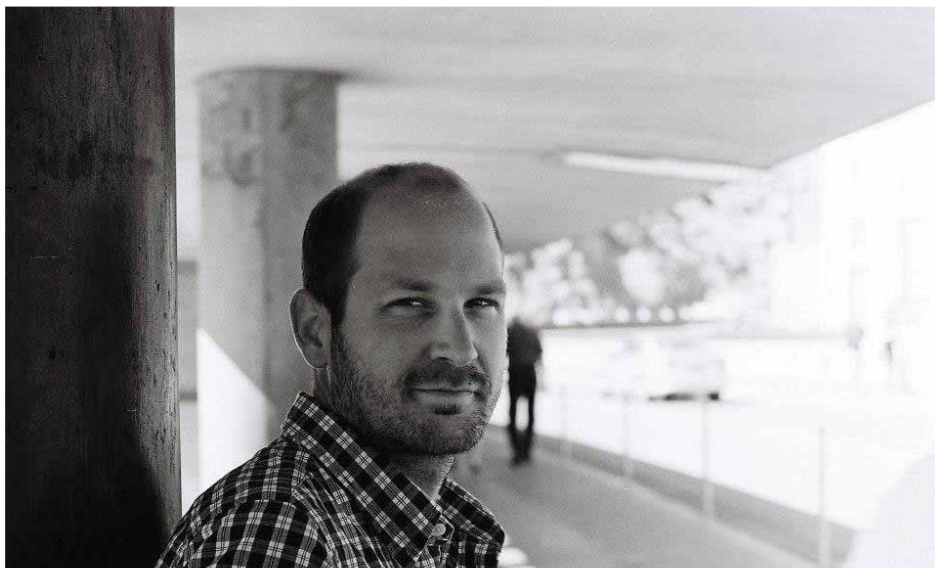
Čo ti blogovanie prinieslo, kam si sa dopracoval?

Vôbec som nemyslel, že stránky dokážu priniesť peniaze – chcel som len písať o tom, čo ma v tom čase bavilo a zaujímalo. Kúpil som si doménu –embuck.com, hosting bol zadarmo, tak prečo neskúsiť niečo vytvoriť. Vedel som vtedy len pár vecí z html, žiadne programovanie, takže mojou najobľúbenejšou pomôckou sa stal Wordpress. Vďaka tomuto systému na správu obsahu si blog môže vytvoriť naozaj každý, kto vie zapnúť počítač. Vďaka svojmu blogu a vedomostiam, ktoré som na internete nadobudol, som získal zamestnanie, množstvo kontaktov a za ten čas sa určite aj zlepšil štýl môjho písania a množstvo ďalších vecí. Samozrejme, vďaka písaniu blogu sa dá aj zarobiť, čo nie je nepodstatná vec, ale kontakty a profesionálny rast sú asi najväčší prínos.

„Kontakty a profesionálny rast sú asi najväčším prínosom blogovania.“

Akým smerom budú blogy smerovať?

Ak sa pozriem späť na slovenské blogy dnes, tak to nie je príliš šťastný pohľad. Zdá sa mi, že väčšinou už nikto nemá tú energiu písať o veciach tak, ako pred pár rokmi. Vidím to sám na sebe. Ak sa mám venovať svojmu blogu alebo nejakému projektu, ktorý mi priniesie niekoľkonásobne viac, odpoveď je jasná, ktorému sa budem venovať viac. Ale je to možno



„Blogy určite nevymrú, vždy tu budú ľudia, ktorí si budú viesť online denníčky.“

štandardný vývoj s tým, že dnes máme oveľa viac možností sebavyjadrenia na internete. Niektorí sú aktívni na Facebooku, niektorí na mikrobloggeri alebo na Twitteri. Online aktivita ľudí sa tak nesústreďuje na jednom blogu, ale je fragmentovaná a nie tak ľahko sledovateľná. Blogy však určite nevymrú, vždy tu budú ľudia, ktorí si budú viesť online denníčky, či písať profi blogy.

Myslíš, že slovenské blogy sú schopné konkurovať zahraničným?

Určite áno. Nemusia konkurovať, no výhoda je v našom jazyku. Existuje stále množstvo ľudí, pre ktorých je čítanie v angličtine problémom a radšej si informácie vyhľadávajú v slovenčine. Pre tých sú blogy stále dobrým informačným zdrojom.

Ako sa dá charakterizovať úspech blogera?

Je ťažké úspech vôbec definovať. Postupne som sa začal učiť aj vďaka blogovaniu nové veci. Ako priviesť k svojim článkom čo najviac ľudí; ako ich zaujať tak, aby neodšli hneď po prvej stránke, ako sa odlíšiť a podobne. Pre mňa je teda úspechom.

Čo radiš začínajúcim blogerom?

Čo by som odporúčal, je začať sa venovať

projektu, ktorý človeka naozaj baví. Ak nevie nájsť informácie o svojom koníčku - vytvorte o ňom projekt. Naučte sa know-how, ktoré potom ľahko aplikujete na nejaký seriózny, zarábajúci projekt. Dôležité je začať.

Autor: Jozef Neupauer
Foto: archív Mareka Bakajsa



MAREK BAKAJSA

študoval na Komenského univerzite Európske štúdiá a medzinárodné vzťahy. Takmer celý život sa zaoberá internetom.

Ako špecialista na internet začínať v e-shope Muziker, kde bol zodpovedný aj za nové projekty. Neskôr sa prepracoval na pozíciu social media specialist agentúre Neopublic. Tu spolupracoval na viacerých významných projektoch a kampaniach pre klientov ako LG či Microsoft. Tiež bol členom projektu digitálnych ambasádorov siete Porter Novelli. Momentálne je na voľnej nohe a venuje sa svojím projektom.

Prestaňte nenávidieť médiá, staňte sa nimi!

Občianska spoločnosť kladie dôraz na sebaorganizáciu a zoskupovanie vymanené z formálnych politických kruhov. Prináša tiež médiá, ktoré sa snažia dať všetkým kriticky mysliacim občanom možnosť vyjadriť sa a svojimi postrehmi a príspevkami tak ovplyvňovať život a podmienky bytia v ich štáte. Sú však vždy tieto médiá také nezávislé ako by chceli a ako je to v skutočnosti so slobodou, o ktorú sa snažia? Aj o tejto téme sme sa rozprávali so zakladateľom Indymedia na Slovensku a občianskym žurnalistom PETROM SANVEM.

Občianska žurnalistika je pomerne široký pojem. U nás je vnímaná hlavne prostredníctvom toho, že bežný občan zaznamená niečo zaujímavé a túto informáciu posunie do etablovaných médií. Jej súčasťou je tiež to, že ľudia dávajú námety na články a reportáže v komentároch či diskusiách. Podstata občianskej žurnalistiky ako novej platformy však spočíva predovšetkým v tom, že ľudia dostávajú priestor hovoriť o veciach, ktoré sa bežne v médiách nevyskytujú. Námety, diskusia a dopĺňanie informácií v oficiálnych médiách vždy podlieha v konečnom dôsledku pravidiel redakcie a za ich publikovaním stojí niekto, kto tieto informácie filtruje a do novín sa dostane len určitá časť podnetov od čitateľov či divákov. Na Slovensku sa preto zrodilo združenie, ktoré chce tento stav zmeniť a dáva priestor každému, kto sa vie zrozumiteľne vyjadriť aj k tabuizovaným či cenzúrovaným témam. Predstavuje tak skutočnú alternatívu k tradičným médiám. Reč je o projekte Independent Media Center, alebo skratene Indymedia, ktorá je súčasťou celosvetovej siete mediálnych centier. U nás funguje od roku 2012, kedy sa počas protestov Gorila začali formovať aktivisti bojujúci za myšlienku občianskej žurnalistiky, ktorých cieľom je najmä sloboda prejavu ako protívaha voči štátnej a komerčnej mediálnej manipulácii.

Kde to začalo..

Pôvodné IMC vzniklo počas protestov v Seattli proti WTO v roku 1999. Proklamovaný cieľ bol jasný - objektívne informovať o dianí súvisiacom s protestami. Indymedia fungovala predovšetkým v USA, no po protestoch v ďalších krajinách sa začala rapídne rozširovať. Do roku 2002 existovalo už 89 indymedia webov, ktoré pokrývali 31 krajín, v januári 2006 ich bolo už vyše 150. Okrem webu sa začali využívať aj noviny a letáky či rádiové a satelitné vysielanie.



Peter Sanve - zakladateľ slovenskej pobočky Indymedia

Indymedia funguje najmä na princípe open publishingu. Ktokoľvek s prístupom na internet môže publikovať svoj vlastný text, fotografie či videá. Má tak byť zaistená slobodná vyjadrovanie a čitatelia sú nabádaní k tomu, aby sa aktívne podieľali na tvorbe webu zverejňovaním svojich názorov a aktivít. Podľa pravidiel sú však odstraňované príspevky, ktoré priamo podporujú rasizmus, sexizmus, nenávisť a homofóbiu.

Ako je to na Slovensku?

S iniciatívnou založiť slovenskú pobočku Indymedia prišiel v roku 2012 občiansky aktivista Peter Sanve, s ktorým sme sa boli porozprávať. Peter bol študentský aktivista, organizoval protesty a mal priamy kontakt s profesionálnymi novinármi. Počas tohto obdobia zistil, že často píše niečo iné ako reálne vidia. Na Slovensku v tom čase nebolo žiadne nezávislé médium. Existovali iba blogové

portály, kde sa skôr vyskytovali len osobné dojmy prispievateľov. „Práve to, že *mainstreamové a verejnoprávne médiá existujú, mi dáva priestor robiť to, čo robím, a z toho dôsledku mi pribúdajú čitatelia a fanúšikovia. Všetky úspešné alternatívy vo svete mohli vzniknúť iba vďaka tomu, že existuje mainstream.*“ Indymedia tiež začala publikovaním textov. Ako hovorí Sanve, pre Indymediu neznamená nezávislé spravodajstvo to, že v článku vždy zverejnia názory viacerých strán, aby bol vyvážený a objektívny. „Podstatné je, že vieme dokázať, že nie sme pod vplyvom žiadnej politickej strany ani nejakej finančnej skupiny. Budem tam síce písať svoj názor, ale tým, že zverejním výpisy z účtov ukážem, že mňa nikto neplatí a som financovaný maximálne od bežných ľudí, fanúšikov.“ Hoci sú teda články na Indymedii častokrát subjektívne, kompenzujú to tým, že dajú priestor hocikomu, kto chce niečo napísať a vyjadriť sa. Indymedia v súčasnosti funguje ako občianske združenie a jej hlavným cieľom je prinášať spravodajstvo, ktoré nie je závislé na príjmoch z reklamy a lobingu ako aj vytvárať priestor pre slobodnú diskusiu. Ich mottom je Voltairov výrok „nesúhlasím s твоjim názorom, ale položím aj život za to, aby si ho mohol vysloviť“ a najvyššou hodnotou samotná sloboda slova. Za zrodom Indymedia stála aj Sanveho osobná motivácia. „Chcem aby moje deti, ktoré sa raz budú učiť o tejto dobe, v ktorej žili ich rodičia, mali možnosť si overiť to, čo sa učia v škole a nepodľahli nejakej propagande, ako je to dnes bežné. Chcem, aby si naše deti vedeli nájsť aj iný pohľad na realitu, v ktorej dnes žijeme.“

Denník Verejnosc – prvý občiansky denník

Kedže Indymedia pracuje inak ako komerčné médiá, stretla sa s istým odporom od ostatných médií, pretože prinášala informácie iným spôsobom ako oni. Vzhľadom na náročnú údržbu a slabé finančné zabezpečenie sa koncom tohto roka rozhodli pre netradičný krok a z online prostredia sa presunuli do printu registráciou nového denníka s názvom Verejnosc, ktorý vychádza oficiálne od 5. novembra. Ide o ľahko šíriteľný formát novín, čiernobiely A4-ku, ktorá sa dá jednoducho oskenovať a propagovať medzi ľuďmi, či už prostredníctvom mailov alebo roznášaním a vhadzovaním do schránky. Funguje na báze dobrovoľných príspevkov a ak človek prispeje akoukoľvek čiastkou, Indymedia mu garantuje, že mu tento denník vždy príde na e-mail. Ako hovorí Sanve: „Budeme absolútne prvým slovenským oficiálne registrovaným médiom, ktoré poskytuje transparentný účet.“ Čitatelia si môžu na

stránke Slovenskej Sporiteľne pozrieť všetky príjmy a výdavky denníka Verejnosc. Na štart denníka bolo potrebných 2000 eur na mesiac. Bola vyhlásená zbierka, no reálne sa vyzbieralo len niečo vyše 500 eur. Denník Verejnosc teda nemohol vzniknúť, pretože sa nedal technicky zabezpečiť. Sanve chcel ľuďom vrátiť vyzbierané peniaze, hoci pôvodný plán, ako píšu na stránke indymedia.sk, bol darovať ich už vzniknutým alternatívnym médiám. Ľudia tieto peniaze vrátiť nechceli, tak sa našiel grafik, za pomoci ktorého sa Verejnosc začala tvoriť. Pôvodný zámer bol, že okrem Sanveho, ktorý by robil titulnú stranu ako spravodajstvo z dielne Indymedie, sa na tvorbe môžu podieľať aj študenti žurnalistiky, ktorí za svoje články dostanú riadne zaplatené. Druhú stranu by tvorili ľudia, ktorí pošlú svoj článok cez systém WikiDemokracia, s ktorým Verejnosc spolupracuje. Prispievatelia vo WikiDemokracii musia byť overení niekým zo svojho okolia. Dáva to záruku, že sa v denníku nevyskytne akákoľvek propaganda alebo príspevky od politicky motivovaných ľudí, ale autentické výpovede. Ľudia, ktorí nejakým spôsobom, či už finančne alebo článkom, prispievajú do denníka Verejnosc, sa stanú členmi Čitateľského klubu, a tým participujú na tvorbe denníka. „Kedže verejnosc tvorí jednu stránku novín, sú akoby jej polovičným vlastníkom. Ich kritiku a požiadavky sa snažíme zapracovať do ďalších čísel.“

Nezávislé neznamená objektívne

Hoci Indymedia nie je nijako politicky vyhradená a snaží sa pomenúvať skutočné problémy stojace za nedôverou obyvateľov v štát a jeho zástupcov, vo všeobecnosti skôr platí, že občiansky žurnalizmus je doménou aktivistov s často veľmi vyhranenou politickou orientáciou. Ukážkovým príkladom je napríklad Slobodný vysielateľ, ktorý propaguje na svojich stránkach aj samotná Indymedia. Ich logá tiež nesú podobnú symboliku a na stránke Slobodného vysielateľa je priamy odkaz na mailovú adresu Indymedie, v prípade, že by poslucháči chceli zaslať do redakcie svoje typy a námety. V človeku to evokuje prepojenie medzi týmito dvoma médiami, no ako povedal Sanve, Slobodný vysielateľ nikdy nepatrí Indymedii. Neexistuje medzi nimi právny vzťah a fungujú len na báze spolupráce. Indymedia dodáva vysielateľu informácie, za ktoré si on platí. Podľa Sanveho ide o dezinformáciu mainstreamu, pretože sa vydal článok, v ktorom tieto dve médiá priamo spájajú. Hoci sa Indymedia snaží podporovať všetky nezávislé médiá, nemôžeme povedať, že to platí aj naopak.

Slobodný vysielateľ, ani časopis Zem a Vek, ktorý chce prinášať závažné informácie bez cenzúry, zatiaľ oficiálne nepodporil denník Verejnosc, patriaci pod Indymediu. Zatiaľ čo Verejnosc sa usiluje o celospoločenskú diskusiu k súčasným tabuizovaným témam, s účasťou všetkých myšlienkových prúdov, Slobodný vysielateľ má jasne vyprofilovaný obsah a cieľovú skupinu, ktorej časť tvoria silne národne a kresťansky orientovaní poslucháči. Podľa Sanveho za to môže práve otvorená povaha média, ktorú prirodzene ako prví využili práve tieto ideovo angažovanejšie skupiny obyvateľstva. Slobodný vysielateľ sa však obsahovo aj hudobne orientuje skôr na starších ľudí, pričom budúcnosť Sanve vidí skôr v hudobnej a myšlienkovvej avantgarde.

Slobodne neslobodne

Občianske médiá, ktoré sa nazývajú nezávislými alebo skôr slobodnými, sa často vyjadrujú k veciam výrazne subjektívnym spôsobom a ich boj za niečo je súčasne akoby nepriznaným bojom proti niečomu inému. Vytvárajú si medzi sebou sieť a navzájom na seba odkazujú, aby dali svojím konzumentom pocit, že aj iné médiá s nimi súhlasia. Väčšinu vecí, ktoré podporujú, sa im v podstate hodia do obsahu, a na základe toho by sme ich mohli istým spôsobom zaškatulkovať. Tu sa tá sloboda, o ktorú sa snažia, postupne vytráca, pretože nedávajú priestor ostatným, vzhľadom na to, že majú úzko vyprofilovaný obsah. Pre Indymediu je však sloboda slova najvyššou hodnotou. Ako tvrdí Sanve, snažia sa to dokazovať aj v praxi. „Nepropagujeme účelovo nejaké extrémistické internetové portály, ale na druhej strane, prečo by sme nemali o nich informovať? Ak budeme v ľuďoch pestovať nejakú nenávisť a budeme určovať menty, že toto čítaj a toto nie, tak sme tu mohli nechať ten bývalý režim.“ Cieľom mnohých webov prinášajúcich nezávislé informácie je sloboda, no väčšina z nich propaguje len tých zo „svojej škatulky“, pričom sledujú ciele prijateľné iba pre ich priaznivcov. Stále väčšej popularite sa tak tešia najrôznejšie stránky bojujúce proti rozličným konšpiráciám, ktoré prinášajú množstvo dezinformácií s cieľom identifikovať nepriateľov, ktorých odstránením podmieniajú akékoľvek lepšie zajtrajšky. Majte preto na pamäti, že k nim treba pristupovať kriticky a snažiť sa identifikovať motiváciu ich autorov, pretože v demokratickej spoločnosti sa vždy sloboda jedného končí tam, kde sa začína sloboda druhého.

Autor: Alexandra Gallisová
Foto: archív Petra Sanveho

Ak chcete noviny robiť poctivo, žerie to veľa času



Meno JURAJ KONÍK je pre tých, ktorí sa zaujímajú o náš časopis, určite dobre známe. Nielenže študoval na FMK, ale niekoľko rokov sa podieľal aj na tvorbe atteliéru, dokonca na pozícii šéfredaktora. My sme sa ho boli opýtať, ako si na toto obdobie svojho života pamätá a či spomína na študentský život v dobrom.



Juraj Koník v súčasnosti

Naši čitatelia určite dobre vedia, že si v časopise pôsobil ako šéfredaktor. V akom období a koľko rokov to presne bolo? Pamätáš si vôbec ešte na svoje „atteliérovké prvotiny“?

Pri vzniku časopisu atteliér som sa hneď stal jeho editorom. O necelý rok potom šéfredaktorom. Taká rýchla kariéra to bola. V prvom prípade som sa proste prihlásil, v tom druhom som časopis prebral, keď už to moju predchodkyňu nebavilo. A v demokratickom hlasovaní ma potom potvrdili. Tuším demokratickom. Na dátumy a termíny dobrú pamäť nemám, určite by o nich vedela skôr povedať Júlia Kováčová, ktorá časopis vymyslela a od samého začiatku bez nej nevyšla ani bodka. Neskôr sme už s mojím zástupcom, Martinom Panákom, časopis robili najmä podľa seba. Júliine rady sme vždy radi vypočuli a väčšinou aj počúvli. Je to už dávno, ale našiel som si, že šéfredaktorom som bol už na súťaži Štúrovo pero 2005, kde sme s časopisom vyhrali. Potom myslím ešte dvakrát. Na

moje prvé texty v atteliéri si už radšej nepamätám, myslím, že za to nestáli. Dôležité skôr bolo, že sa nám podarilo od akože časopisu tlačenom čiernobiely na A3-ky prísť až k profesionálnej tlačí, na ktorú sme si sami vybavili peniaze od sponzorov. Aj obsah sa postupne zlepšoval.

„Dôležité skôr bolo, že sa nám podarilo od akože časopisu tlačenom čiernobiely na A3-ky prísť až k profesionálnej tlačí.“

Dostal sa ti do rúk po ukončení FMK aj nejaký výťah atteliéru, ktorý už pochopiteľne nevyšiel pod tvojou taktovkou? Vedel by si zhodnotiť, či sa náš časopis zhoršil, zlepšil alebo zostal na podobnej úrovni?

Často som o časopise komunikoval s mojou nástupkyňou Katkou Rosinovou, trochu potom ešte s Martinou Harvanovou. Myslím, že dievčenské vedenie časopisu výrazne

prospelo. Dokonca napriek zlepšujúcim sa iným časopisom ste párkrát získali v súťažiach aj prvé miesto. Hoci, to ešte o kvalite nič hovoriť nemusí. A s Júliou sme stále v kontakte. Pravidelne raz za rok sa vidíme a pohádame sa o bulváre. To je super. Alebo sa aj nepohádame. Aktuálnu podobu časopisu nepoznám, možno aj preto, že vám už nejaký čas nefunguje web. (ten je už v súčasnosti plne funkčný, pozn. red)

Ako ti pôsobenie v atteliéri pomohlo v tvojom zamestnaní? Môžeš povedať, že ťa práca v časopise prakticky pripravila do sveta novinárskeho priemyslu?

Naozaj som sa naučil, ako fungujú médiá, až v naozajstných médiách TA3 a SME. Už v atteliéri som však zistil, že ak chcete noviny robiť poctivo, žerie to neskutočne veľa času. Super škola bola, aj keď sme si sami zháňali peniaze. A aj keď to možno nebolo vidno na kritických článkoch o škole, mali sme tým pádom veľkú mieru nezávislosti od školy. Keby som



Prvé víťazné Štúrovo pero

bol v atteliéri s terajšími skúsenosťami, kritickejšie by som písal o slovenskom školstve a aj vašej škole.

„Super škola bola, keď sme si na tlač sami zháňali peniaze.“

Spomínaš na svoje študentské roky v dobrom? Nechýba ti FMK niekedy?

Táto otázka je horšia, než keby ste sa ma pýtali na plány do budúcnosti. (smiech) Musím odpovedať? Na nič zmysluplné sa nezmôžem. Chýbajú mi študentské časy a aj niektorí ľudia z fakulty. Boli to pekné časy.

Podľa posledných informácií, ktoré o tebe máme, pracuješ ako editor domáceho spravodajstva v denníku SME. Mohol by si našim čitateľom aspoň trochu priblížiť, ako vyzerá tvoj typický pracovný deň a čo je náplňou práce editora?

Máte dobré zdroje. V SME som od roku 2006, editor spravodajstva od roku 2008. Posledné takmer tri roky som aj šéfom oddelenia Bratislava. V práci bývam do večera a zatiaľ ma to ešte baví. Ak by ste nevedeli, čo robí editor, tak má na starosti konkrétne články a strany, s redaktorom sa snaží vymyslieť ich čo najlepšie, a keď je nejaký „prúser“, tak je zväčša ten zodpovedný. A vedúci oddelenia Bratislava šéfuje menšiemu tímu ľudí, robí s nimi noviny, web a prílohu o Bratislave a stará sa o ich blaho a blaho mesta.

Aké máš plány do budúcnosti? Nikdy si nepremýšľal napríklad nad odchodom do zahraničia?

Plány teraz neodkryjem. Keď som ešte ako študent robil rozhovor s vtedy ešte novinárom Danielom Krajcerom, hovoril, že politike nepovie vopred nie. Ja nie som ten typ.

V poslednej otázke budme predsa len trochu kritickí. Všetkých našich študentov by určite zaujímalo, či si myslíš, že štúdium na našej škole je dobrý odrazový mostík pre budúcu prácu v médiách. Myslím si, že ako absolvent a úspešný človek z praxe si určite na túto otázku kompetentný odpovedať.

Buďte kritickí, to určite. Pomôžete tým sebe aj okoliu. Štúdium na FMK pomôže pripraviť sa na médiá iba tým, ktorí to naozaj chcú a pracujú už počas školy buď v dospeláckych médiách alebo aspoň v tých modelových na školách. Ak nechcete nič dosiahnuť, stačí, ak nebudete robiť nič. Aký krásny život.

Autor: Lenka Molnárová
Foto: archív Juraja Koníka
Profil: www.sme.sk



Kedysi obrovský idol členov redakcie čítajúci atteliér



JURAJ KONÍK

vyštudoval Fakultu masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. Ešte počas štúdia bol šéfredaktorom univerzitného časopisu atteliér, ktorý dvakrát po sebe vyhral v súťaži Štúrovo pero o najlepšiu vysokoškolský časopis na Slovensku. V roku 2005 pracoval v ekonomickej redakcii denníka Pravda. V roku 2006 nastúpil do domácej redakcie televízie TA3, odkiaľ po takmer dvoch rokoch po zrelej úvahe odišiel. Po dlhšej spolupráci je v denníku SME interne od marca 2008. Momentálne pracuje ako editor domáceho spravodajstva.

Estetická manipulácia reality sa mnohým nepáči

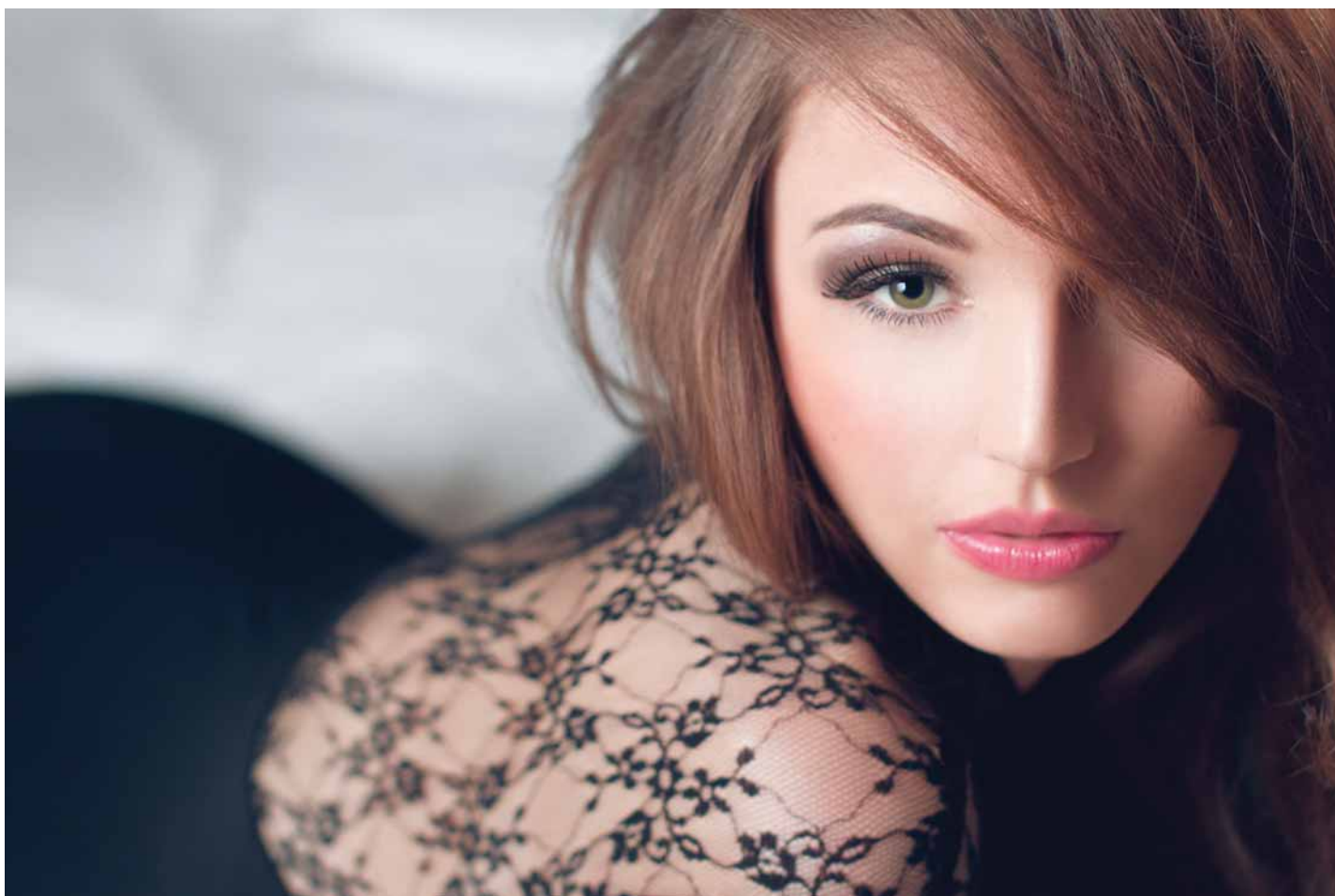


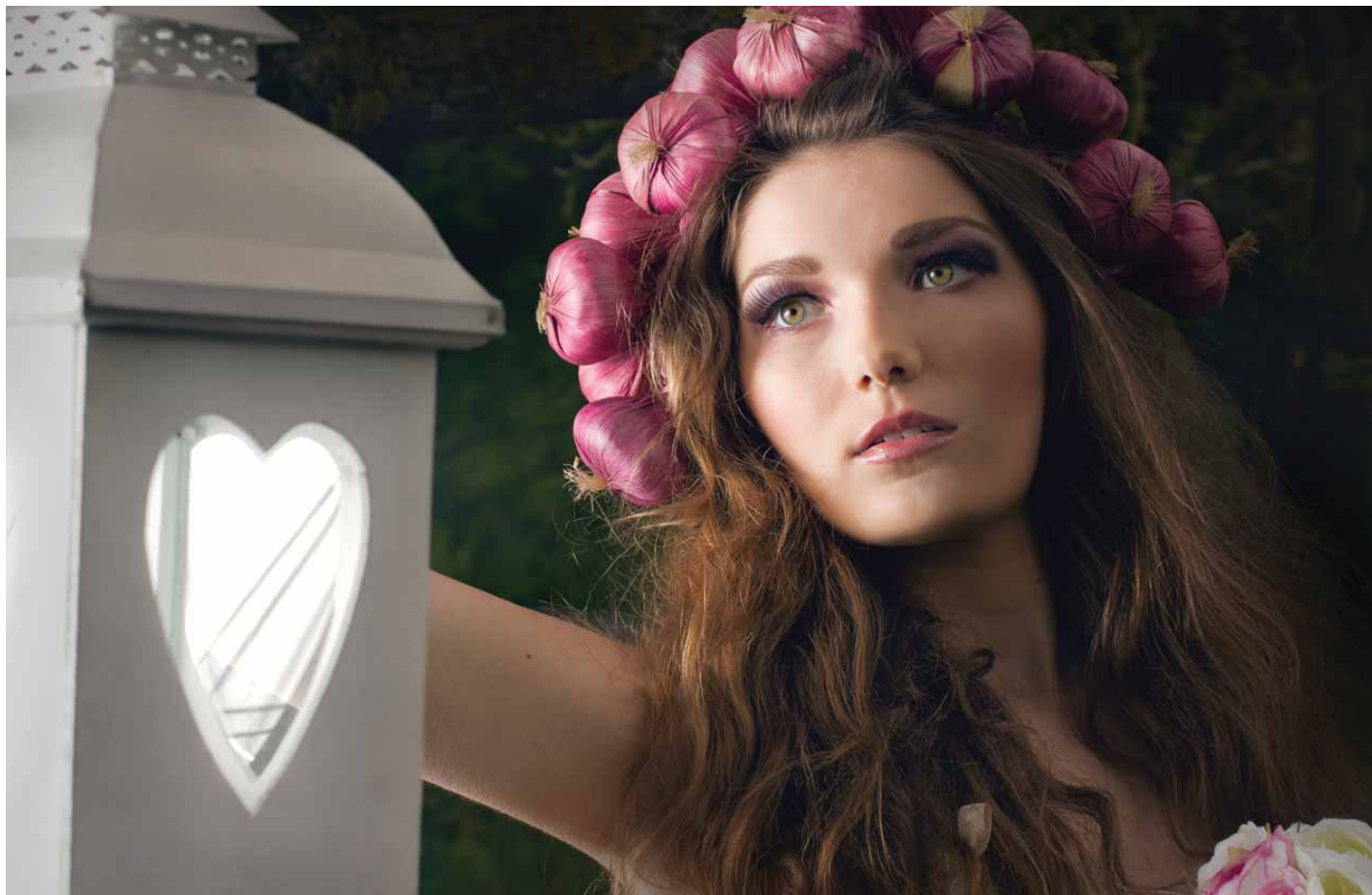
Martin Halač je štvrtákom na FMK v odbore marketingová komunikácia. Fotografovať začal už v roku 2008, jeho prvý

fotoaparát bol ultrazoom od Nikonu a neskôr si kúpil vlastnú zrkadlovku Canon. Momentálne fotí na 7D, taktiež od Canonu. Na otázku, aké sú jeho obľúbené objekty fotografovania, odpovedá: „Od začiatku ma fotenie zaujímalo skôr po technickej stránke, takže som sa vrtal v nastaveniach, zisťoval ako funguje hĺbka ostrosti, dlhá expozícia, HDR, postproces. Hlbšie myšlienky fotografií ma nezaujímali. Fotil som krajinky, svadbu, reportáž, makro aj dovolenkové fotky. Všetko to boli ale len krátke epizódky a žiadnemu z týchto

„žánrov“ sa už nevenujem.“ Momentálne sa zameriava na mix fashion fotografií a portrétov. Má rád reklamnú fotografiu, vyretušované a naleštené zábery. „Fotka by mala priniesť nejakú pridanú hodnotu a tou je v tomto prípade akási estetická manipulácia reality, aj keď mnohým ľuďom sa to nepáči.“ Bohužiaľ, jeho staršie fotografie budete hľadať márne. Ako sám vraví, s máloktorou staršou fotkou je spokojný, na každej vidí s odstupom času viacero chýb, a preto ich nikde neuverejňuje. V plánoch do budúcnosti má však jasno: „Chcem si časom spraviť vlastný ateliér a viac pracovať so svetlom. A keďže zábleskové svetlá sú celkom nákladná položka, vyrábam si vlastné trvalé svetlá a som zvedavý, ako to dopadne.“

Autor: Dominika Cifrová
Foto: Martin Halač





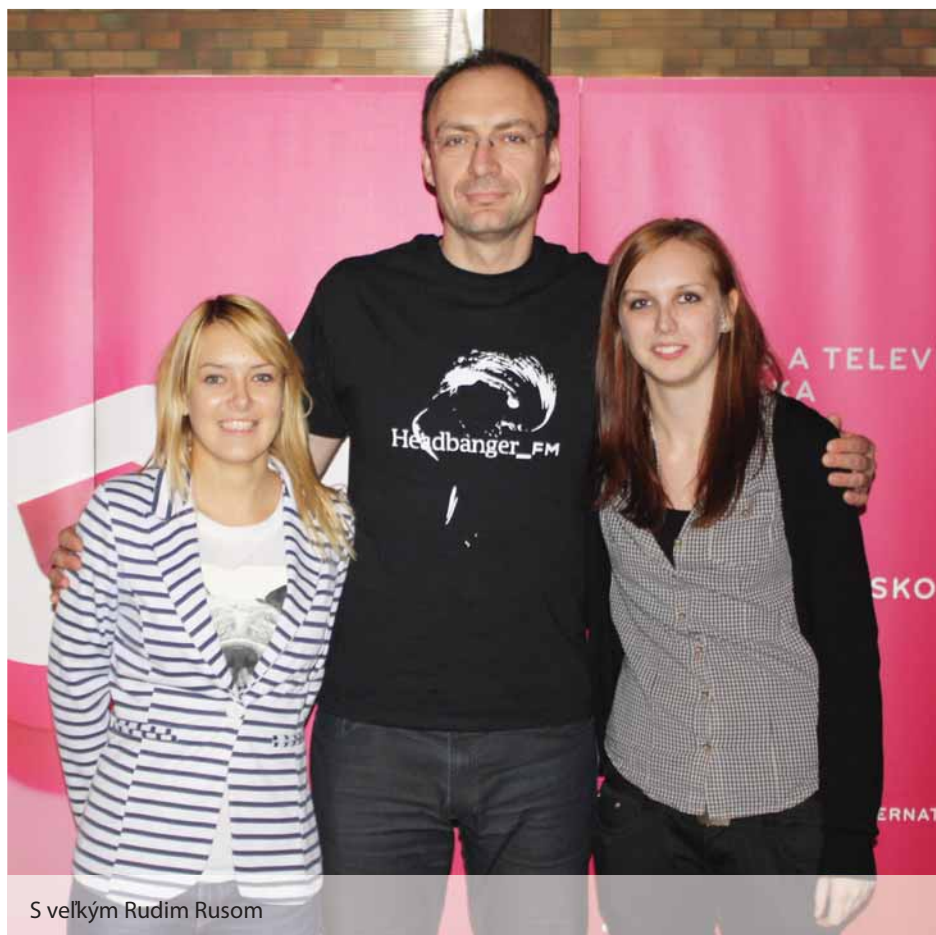
Atteliér_FM

V poslednom čísle sme vám priniesli novú rubriku s názvom Jeden deň. Ani v tomto vydaní tomu nebude inak, iba je málinko pozmenená. Tentokrát sme nazreli do útrob Slovenského rozhlasu, konkrétne do Rádia_FM. Čo sme tam zažili a ako to tam celé funguje sa dočítate v nasledujúcich riadkoch.

Takmer každému je určite jasné, v akej budove sídli Rádio_FM. Obrátená pyramída už na prvý pohľad pôsobí ako skutočné bludisko a vo vnútri to nielenže tak pôsobí, ale naozaj aj je. Prvé dojmy boli zmiešané, rovnako ako aj náš aktuálny orientačný zmysel. Po niekoľkých poschodiach (aspoň nám sa to tak zdalo), schodoch a dlhých chodbách sme sa ocitli (vraj) na prízemí, v priestoroch, kde nás už očakávala produkčná Mima, mimochodom absolventka našej FMK. Krátke zoznamovanie nielen s ňou, ale aj moderátormi rannej šou a mohli sme začať. Všetci usmíati, v dobrej nálade, v nie príliš veľkom a úplne najmodernejšom štúdiu, no napriek tomu sme cítili pohodovú atmosféru, ktorá sa šírila z každého kúta.

Ráno na eFeMku & Popo_FM

Rádio_FM štartuje o 6:00 so svojou ranňou šou Ráno na eFeMku. Hoci sme neprišli už v túto skorú hodinu, stihli sme prehodiť pár slov s moderátormi Egom a Dominikou. Samozrejme nás zaujímalo, ako to takto skoro ráno zvládajú. Ako sme predpokladali, hoci rána bývajú kritické, vedia sa podržať a dodať si energiu, pretože si dobre rozumejú. Sám Ego povedal: „Máme sa radi, majte nás radi!“ V Ráne sa vystriedali viacerí hostia, no my sme zastihli len jedného, ktorý rozprával o bábkovom divadle pre dospelých. Chceli sme vedieť, podľa čoho si vyberajú svoje témy. Obyčajným rozprávaním a brainstormingom. Čo sa týka hudby, má ju pod palcom hudobný dramaturg Daniel Baláž, ktorého sme, bohužiaľ, cez deň nezastihli. Niekedy sa stane, že si do vysielania vyberú pesničku aj sami moderátori, ak sa im hodí k téme. Okrem toho sú drobnou súčasťou vysielania aj reklamy, ktoré majú Ego s Dominikou radi. Ide o reklamu na občianske združenie Zober loptu, nie drogy a na košícké basketbalistky. Zisťovali sme aj, ako vlastne moderátori začínali. Dominika má skúsenosti s rádiom už od svojich šestnástich, kedy moderovala v rádiu Hit FM. Ego začínal ako zvukár, no musíme povedať, že v moderovaní rannej relácie je ako doma. Popri rannom programe moderuje aj Demovnica_FM, kde majú začínajúce slovenské kapely šancu prezentovať sa. Počas



S veľkým Rudim Rusom

toho, ako sme sa s moderátormi rozprávali, zavítal do štúdia Rudi Rus, ktorý sa už chystal na svoju reláciu Deň_FM. Na mušku sme si vzali aj moderátorov popoludňajšej šou Popo_FM Luciu a Mizziho. Aj ich sme sa spýtali, ako sa im spolu moderuje. Lucia má skúsenosť aj so sólo moderovaním, čo bolo pre ňu vraj lepšie, pretože sa vedela spoľahnúť sama na seba, no nezabudla poznamenať, že aj moderovanie vo dvojici má svoje výhody. Čomu sme ale venovali väčšiu pozornosť bolo aj štúdio, v ktorom sme sa nachádzali. Zistili sme, že sa stavia nové, do ktorého sa už všetci tešia.

Čo všetko môžete stretnúť na chodbe

Zatiaľ čo sa v efemku striedali moderátori a my sme sa vracali z obeda v Retro reštaurácii, rozhodli sme sa preskúmať aj iné zákutia Slovenského rozhlasu ako tie, ktoré nám

produkčná Mima ukázala. Naše kroky smerovali k chlapíkovi, ktorého sme zhliadli po ceste na obed. Pekne sme sa pozdravili, ale už pri jeho zvláštnom odzdravení sme vedeli, že niečo bude inak. Sympatický chlapík v converskách na nás začal rozprávať dokonalou angličtinou. Pôvodne sme si mysleli, že sa ňou ide len chváliť, no zistili sme, že ide o redaktora rádia Slovakia International. Jeho meno je Christopher George a pochádza z Walesu. Na Slovensku je už osem rokov, takže sa naňho čo-to z nášho materinského jazyka nalepilo, no radšej s nami komunikoval v angličtine. V rádiu, ktoré prináša informácie o Slovensku v cudzích jazykoch, pôsobí už vyše sedem rokov, počas ktorých si stihol režírovať vlastnú rozhlasovú hru. Na otázku, prečo prišiel z Walesu práve na Slovensko nám odpovedal, že hoci „Slovakia is shit“, máme tu to pravé leto aj zimu. Christopher

okrem rádia hrá aj v kapele „Veľké topánky“, no nevedno či ten názov myslel vážne, hoci by sme sa nečudovali. Čo nám ale najviac zazrezovalo v pamäti, bola naša malá exkurzia do štúdia. Christopher nás posadil priamo za mikrofón, ukázal nám, ako správne sedieť, čo nerobiť s rukami a rovno s nami spravil krátky rozhovor. Zoznámil nás aj s ujom Tiborom, ktorý tu robil zvukára. Toho sme stretli aj na konci dňa, keď sme už Slovenský rozhlas opúšťali. S Christopherom sme sa rozprávali aj o práci novinára a poradil nám, že najdôležitejšie je, aby sme vedeli rozoznať, kedy ľudia klamú a kedy nie. Neskôr mal však svoje povinnosti a musel ísť na poradu, tak nám dal svoju vizitku a pekne sme sa rozlúčili.

U retro Albáncov

Viete čo má spoločné Rudi Rus a bufet Retro? Okrem toho, že sme ich už spomínali vyššie, je to hlavne to, že práve v priestoroch bufetu, ktorý Rudi nazýva „U Albáncov“, sme sa s ním rozprávali o najrôznejších témach. Pre bližšie predstavenie tejto osoby vám povieme, že je moderátorom rádia už takmer osem rokov, má svoju metalovú reláciu Headbanger_FM a moderuje takisto aj Deň_FM. Patrí medzi výrazné postavy efemka a je charakteristický svojím pokojným, ukludňujúcim hlasom. Hneď na úvod nás pochválil, že podľa neho je dobré, keď mladí ľudia počúvajú rádio. Zaujímalo nás či v rádiu vznikajú krízové situácie, ako sú výpadky techniky alebo hostia, ktorí jednoducho neprídu. Dozvedeli sme sa, že technika nie je stopercentná a s takýmito problémami sa vyrovnávajú tak, že narýchlo pustia hudbu z CD, namiesto ich databázy. Čo sa týka hostí, tí na rozhovory chodia kedy majú a často sa rozhovory nahrávajú dopredu a už len pustia vtedy, keď je to potrebné. Keďže Rádio_FM sa radí medzi tie najmenej komerčné, čo sa slovenského vysielacieho priestoru týka, chceli sme vedieť aj to či si niekedy zapne konkurenčné komerčné rádio. Nebolo pre nás prekvapením, keď sa Rudi len pousmial a pokrútil hlavou, že len v prípade, keď to niekde hrá a nemôže to vypnúť. Rudi Rus je v efemku synonymom pre metalovú hudbu. Porozprával nám aj o tom, ako si do svojej relácie Headbanger_FM vyberá hudbu sám, rovnako ako aj hostí. Nielen jemu v jeho relácii nejde o všetkých poslucháčov, ale aj celému rádiu. Snažia sa pokryť čo najviac hudobných žánrov. Majú svoju vlastnú cieľovú skupinu. On sám dodáva: „Nejdeme sa tváriť, že nám ide o všetkých. Nepočúvajú nás ľudia, ktorí si chcú zaspomínať na to, ako si uživali v stane na dedinskom festivale a pri tom im hral Desmod. Nepotrebujeme takých.“ Zároveň sa však snažia, aby ich poslucháči boli s nimi



Ráno na efemku s Egom a Dominikou



Tím Popo_FM Lucia a Mizzy

spokojní. „Keď nemyslíš na Ferka v Humennom, nemôžeš robiť celoslovenské rádio. Mne predkáža nielen na diskusných reláciách, ale aj tak celkovo, že Cvernovka sem, Stará tržnica tam. Ale nás počúvajú ľudia v Snine a tí majú u r**i debaty o Bratislave. Musíme myslieť na všetkých. Napríklad moja mama počúva efemko len kvôli mne.“ Keďže sme boli nielen zvedavé, ale aj študentky, chceli sme vedieť či má Rudi nejaké poznatky o študentských rádiách a takisto či chodil na dychové, prípadne iné cvičenia, ktoré pomáhajú moderátorom pri ich práci. Tieto však on nikdy nenavštevoval, no pozná niekoľko tipov a trikov, ktorými sa riadi. Príkladom toho je, že pesnička, ktorá bude hrať hneď po vstupe sa ohlási ako posledná, takisto sa musí riadiť niekoľkými pravidlami: kedy má rozprávať, ako často pustiť reklamu alebo nejakú rubriku. Podľa Rudiho je hlavné v rádiu skutočne moderovať, rozprávať do tempa, dávať správne pauzy. „Nemôžete hovoriť len tak prirodzene, ako keď sa s niekým

bavíte. Myslím si, že keď chce niekto pracovať v rádiu, musí ho mať v prvom rade napočúvané.“ Čo sa týka tých študentských rádií, tak vie, že fungujú, mnohé z nich sú kvalitné a aj on kedysi v nitrianskom rádiu mal preňho legendárnu metalovú reláciu Frndžalica. Hovorili sme s ním aj o verejnoprávnosti celkovo. Spoločne sme usúdili, že pre diváka či poslucháča to často znamená nuda. Práve tomu sa chcú vyhnúť v Rádiu_FM. Prinášajú aj zaujímavé tipy na knihy, filmy či kultúrne udalosti, ktoré sa nedozviete v žiadnom inom rádiu. Po skutočne príjemnom rozhovore sme sa vrátili opäť do štúdia, kde sa pomaly náš deň končil. Tempo a nasadenie v eFeMku však pokračovalo ďalej, aby svojim poslucháčom stále prinášalo skvelú hudbu a zaujímavé informácie.

Autori: Lenka Labačková, Saša Gallisová
Foto: autori

Všetko, čo robíte, robte dokonale

Nováček na FMK, lingvistka pochádzajúca z Ukrajiny, na našej fakulte učí prvý rok v odbore Media Relations. Zvyká si na iný systém výučby a rázovitost našich študentov. Slovensko však pokladá za svoj druhý domov. Profesorka NATALIYA PANASENKO.

Chystáte nový univerzitný časopis.

Prezradíte nám, čím je špeciálny?

Áno, je to projekt, ktorý nám musí odsúhlasiť ešte Ministerstvo školstva a radi by sme ho začali vydávať začiatkom budúceho akademického roka. Mal by to byť jazykovedný časopis s názvom *Lege Artis*, čo je latinský výraz a znamená „všetko čo robíte, robte dokonale“. Je to taktiež moje osobné motto. Tento časopis chceme uvádzať v elektronickej podobe, aby sa čitatelia mohli rovno vyjadriť k článkom a autorom, lebo v printovej forme máme len nadpis, článok a meno autora, ale na našej webovej stránke budú aj fotky a nejaké informácie o autoroch článkov. Náš časopis bude výsledkom spolupráce medzi slovenskou a dvoma ukrajinskými univerzitami, ktoré sú zapojené do tohto projektu a bude v angličtine.

Čo považujete vo svojej kariére za najväčší úspech?

To je veľmi ťažké konkretizovať, ale myslím si, že je to účasť na prestížnych konferenciách, napríklad minulý rok ma pozvali na konferenciu v Cambridge, čo bola pre mňa výnimočná udalosť a tento rok som sa zúčastnila na prestížnych konferenciách v Moskve a v Japonsku v Kjóte. Ďalšia vec, ktorú považujem za úspech, sú moji doktorandskí študenti, ktorí už vydávajú vlastné publikácie. Viete, ten pocit, že moje nápady a myšlienky sú ďalej rozširované a zdokonaľované mojimi študentmi, je skvelý.

Môj materinský jazyk je ukrajinčina, ovládam angličtinu a francúzštinu, učím sa češtinu a slovenčinu.

Ste filologička, jazyk je vašou prácou, koľko ich ovládate?

Viem ich celkom dosť, ale každý v inom stupni znalosti. Som napoly Ukrajinka a Grékyňa, takže rozumiem po grécky, ale môj materinský jazyk je ukrajinčina. Môj manžel je Rus. Angličtina je akoby môj druhý materinský jazyk, ktorým komunikujem na profesionálnej úrovni už dlhé roky. Môj druhý jazyk v škole



Konferencia v Cambridge

bola francúzština a samozrejme, snažím sa dorozumieť po česky a slovensky, keďže vyučujem aj na českej a slovenskej univerzite.

Čo si myslíte o slovenskom jazyku z pohľadu lingvistu?

Gramatika nie je až taká komplikovaná, podľa mňa v nemčine je to oveľa ťažšie. Ak mám porovnať češtinu a slovenčinu, povedala by som, že slovenčina je ľahšia, lebo má veľa spoločného s ukrajinčinou. Keď sa započúvam do slovenčiny a češtiny, nepočujem žiadny rozdiel, až keď si porovnam nejaké texty, napríklad na obale z čokolády, vidím odlišnosti. Kupujem si slovenské knihy, časopisy alebo doma popri žehlení si zapnem Česko-Slovensko má talent a učím sa (smiech). Od apríla som urobila veľký pokrok v slovenčine, čo ocenia aj moji kolegovia

z katedry, kde nie všetci rozumejú po anglicky, a tak nepripadá do úvahy, aby som tam rozprávala iba v angličtine.

Na Slovensku je v študijnej skupine 25 študentov, v zahraničí sú to dvaja až šiesti.

Ako dlho pôsobíte na UCM?

V roku 2007 som dostala pozvánku od bývalého rektora UCM, pána Kostolanského, na účasť na konferencii do Bulharska ako garantka. Bolo to veľmi vtipné, pretože mi písal síce po rusky, ale v latinskej abecede, takže to bolo veľmi ťažké rozlúštiť a prečítať (smiech). Neskôr som sa zúčastnila na pár prednáškach a na jar v roku 2008 som podpísala zmluvu a prišla som učiť na filozofickú fakultu. Tento



„Slovenskí študenti sú veľmi otvorení, majú zmysel pre humor a sú tiež nezávislí.“

rok som dostala ponuku učiť na FMK. Z toho som zostala prekvapená, hovorila som si, že ja som lingvistka, čo ja budem učiť na masmediálnej komunikácii (smiech). A tak som dostala zoznam predmetov, ktoré by som mohla vyučovať a vybrala som si kreatívne písanie a tvorbu žurnalistických komunikátov.

Môžete nám dať nejakú radu, ako sa čo najlepšie naučiť po anglicky?

No, najlepšie je ísť do Británie. Ale tiež pomáhajú, keď budete čítať anglické knihy a prekladať ich so slovníkom.

Chodíte často do zahraničia, máte nejakú obľúbenú krajinu?

Zatiaľ som navštívila 16 krajín. Keď mám voľno, veľmi rada cestujem. Najviac ma zaujalo Japonsko, všetko je tam zorganizované do detailov a ľudia sú veľmi disciplinovaní a ochotní. Tiež sa mi páčilo v Holandsku, Rakúsku alebo aj na Bavorských zámkoch, kde sme boli spolu s manželom.

Slováci sú priateľskí a ochotní pomôcť. Slovensko považujem za svoj druhý domov.

Akí sú podľa vás študenti FMK?

Ste veľmi otvorení, máte zmysel pre humor a tiež nezávislí. Ale neviete, ako sa správne učiť cudzie jazyky. Pre veľa študentov sú

prioritou ich vlastné záujmy, nie škola a dochádzka je slabá. Tiež je pravda, že skupiny sú príliš veľké. Je veľmi ťažké venovať sa až 25 študentom. V zahraničí sú hodiny pre šiestich alebo dvoch študentov.

Prezradíte nám vaše hobby?

Veľmi rada plávam. Mám urobený rozvrh a ak aspoň trikrát do týždňa nejdem plávať, dosť ma to mrzí (smiech). Každé ráno cvičím, aby som nebola stuhnutá, lebo ako učiteľ len sedím alebo stojím. Samozrejme cestovanie, spoznávanie nových kultúr a jazykov. Doma mám veľkú knižnicu, lebo knihy sú moja vášeň. Vždy, keď niekam cestujem, zastavím sa v miestnom kníhkupectve, nakúpim za plný kufor a potom dúfam, že môj manžel nenájde účet, aby ho neporazilo (smiech).

Máte obľúbenú knihu?

Je ťažké povedať iba jednu, lebo čítam veľa. Nemám obľúbenú knihu, ale autora. Moja obľúbená autorka je Iris Murdoch, mám skoro všetky jej knihy. Ale aj Agatha Christie je skvelá. Tiež mám rada rozprávky, napríklad Harryho Pottera. Čítam rozprávky z rôznych krajín, takže keď som v zahraničí, vždy si nejakú kúpim.

Teraz trávite veľa času na Slovensku, páči sa vám u nás? Akí sú Slováci?

Mám rada Slovensko, Slováci sú priateľskí

a ochotní pomôcť. Mám tu veľa priateľov, bývalí študenti ma volajú na návštevu, posielajú mi fotky ich detí. V Česku sú ľudia iní, sú viac racionálni, všetko je čisté, ako včera natreté, ale nikdy ma nepozvú domov. Slovensko je môj druhý domov.

Autori: Andrea Francová, Zuzana Nechajová

Foto: Kristína Pomsárová, archív Nataliye Panasenka



NATALIYA PANASENKO

je doktorka filológie a autorka vyše 150 publikácií. Študovala na Univerzitách v Kyjeve a v Moskve, neskôr

absolvovala odborné stáže vo Veľkej Británii. Od roku 2000 je členka ženskej poradenskej rady pre Americký biografický inštitút. Učí na Univerzite Tomáša Baťa, na Kyjevskej univerzite a na Univerzite Cyrila a Metoda. Na fakulte masmediálnej komunikácie učí kreatívne písanie a tvorbu žurnalistických komunikátov v odbore Media relations v anglickom jazyku. Aktuálne pracuje na lingvistickom časopise.

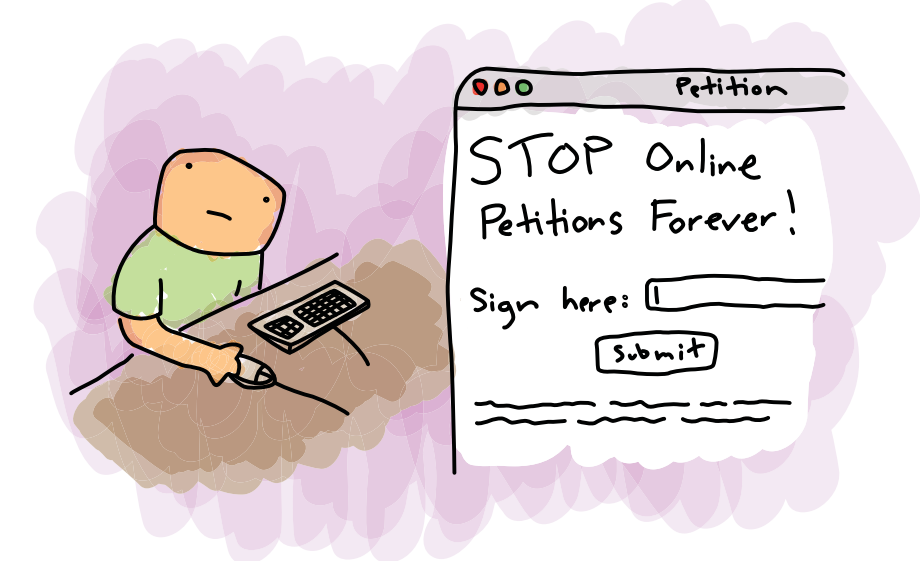
Online petície – podpisujeme sa zbytočne?

Každý priemerný používateľ Facebooku a iných sociálnych sietí sa už určite neraz stretol s prosbou o pomoc typu „jeden lajk – jedno euro pre choré dievčatko“. Fakt, že takáto forma apelu nemá s reálnou pomocou nič spoločné, už vie asi každý. No okrem takýchto príspevkov sa čoraz častejšie objavujú aj online petície, ktoré pôsobia omnoho dôveryhodnejšie. Vieme však, ako naozaj fungujú?

Sociálne siete sú platformy, na ktorých ľudia trávajú značnú časť svojho času. Sú v kontakte s priateľmi, lajkujú, zdieľajú obsahy, diskutujú. To sa stáva živnou pôdou aj pre ľudí, ktorí zkladajú online petície a snažia sa získať čo najviac podpisov. Petícia proti vystupovaniu zvierat v cirkusoch, petícia proti pestovaniu geneticky modifikovanej repy či petícia za ochranu mravnosti detí a mládeže vo verejnom priestore. Každý z nás už určite nejakú podpísal. Zamysleli ste sa však niekedy nad tým, či má takáto forma petícií vôbec nejaký zmysel?

Zákon platnosť elektronických petícií nevyklučuje

Podľa Zákona o petičnom práve č.85/1990 Zb. petícia musí byť písomná, označená slovom petícia a musí obsahovať predmet verejného alebo iného spoločného záujmu a údaje o tom, kto ju podáva. Čo sa týka petícií podávaných elektronickou formou, zákon hovorí: „Pri podaní petície elektronickými prostriedkami sa písomná forma považuje za zachovanú, ak sú v nej uvedené údaje podľa § 4 ods. 1 o tom, kto ju podáva a zároveň je k dispozícii



prostredníctvom elektronických prostriedkov elektronický formulár, ktorý možno podpísať zaručeným elektronickým podpisom.“ Čo je zaručený elektronický podpis? Je to elektronický podpis v podobe, kde je možné overiť pravosť dokumentov a autentifikáciu podpísaného. Toto je zaručené spravidla kryptografickými

metódami. Zaručený elektronický podpis môže byť vyhotovený iba pomocou certifikovanej aplikácie, bezpečného zariadenia na vyhotovenie elektronického podpisu a kvalifikovaného certifikátu. Mohlo by sa teda zdať, že tak, ako podpisujeme petíciu ručne, podpíšeme ju aj elektronicky a petícia bude mať všetky

Slacktivizmus

Je veľmi príjemné postaviť sa za niečo, v čo veríme. Rovnako tak je príjemné spraviť to v pohodlí gauča za počítačom. Slacktivizmus v sebe mieša honbu po dobrom pociť z pomoci, pričom jediné, čo musíte obetovať, je jeden klik.

Samotné slovo je zložené z dvoch – „slack“, teda lenivý a „aktivizmus“, teda aktivista. Vždy keď podpíšete online petíciu, alebo na sociálnej sieti povzbudzujete nejakú myšlienku bez toho, aby ste vynaložili akékoľvek úsilie, ktoré by sa týkalo reálneho sveta, dopúšťate sa slacktivizmu. Prvýkrát sa toto slovo objavilo v článku uverejnenom v New York Times. Jeho podoba sa však sformovala už o niečo skôr, v dobe kedy neexistovali sociálne siete. Vtedy sa hovorilo „slacker activism“ a označovali sa

ním mladí ľudia, ktorí sa snažili v malom rozsahu nejakým spôsobom ovplyvniť spoločnosť. Napríklad zasadiť strom, alebo zúčastniť sa protestu. Pôvodne mal tento pojem pozitívny význam. Dôležité je nemýliť si toto slovo s pojmom suckerism – týmto sa označujú ľudia, ktorí zdieľajú obrázky umierajúcich detí, alebo darujú „like“ vo viere, že tým niekomu pomôžu. Hlavný rozdiel je najmä v tom, že slacktivistu vynaloží minimálne úsilie, aby podporil legitímnu, zmysluplnú činnosť. Suckerism je hlavne nepochopenie internetových hoaxov zo strany ľudí.

Reálny účinok má dopad na regióny

Napriek tomu, že samotný pojem je v súčasnosti ladený skôr negatívne, niektoré štúdie preukázali, že slacktivisty sú v skutočnosti viac náchylní k tomu, že sa v budúcnosti reálne

zapoja do zmysluplnej dobrovoľnej činnosti. Prevládajú však kritizujúce argumenty a to hlavne také, v ktorých sa danému spôsobu činnosti vyčíta podporovanie vedomia, že všetky problémy môžu byť jednoducho vyriešené použitím Facebooku. Aj keď môže mať slacktivizmus reálny účinok na regionálnej úrovni, v riešení globálnych problémov je tomu skôr naopak. Internetová činnosť je väčšinou neefektívna. Niekedy môže dokonca oslabiť politickú účasť v reálnom živote. Napriek tomu je veľmi zložitá jednoznačne prikloniť sa k jednému alebo druhému názoru. Iný význam má takáto činnosť v demokratickej spoločnosti a celkom iný význam v diktatúre. Čo je pre nás zmena profilového obrázku, ktorý podporuje určitú myšlienku, je vzdorovitým činom v utláčajúcej diktatúre. Preto u nás zvykneme túto činnosť značne podceňovať.

vlastnosti stanovené zákonom. Také jednodu-
ché to však nie je. „Elektronický podpis je apli-
kácia, ktorú má veľmi málo osôb,“ tvrdí advo-
kátska koncipientka a dodáva: „Je drahý, jeho
vybavenie stojí približne 180-200 eur, je preto
výhodný najmä pre advokátov, účtovníkov alebo
obchodníkov, skrátka ľudí, ktorí často komuniku-
jú s úradmi. V takomto prípade to šetrí čas i rôzne
poplatky za kolký a podobne.“ Elektronický pod-
pis si teda kúpi zanedbateľné množstvo ľudí
a drvivá väčšina ľudí tým pádom stratí mož-
nosť podpisovať petície elektronicky. Orgány
sa nimi teda nebudú zaoberať. Je však nepo-
chopiteľné, prečo je overovanie totožnosti po-
vinné pri online petíciách, keďže pri fyzickom
zbieraní podpisov nie je overovanie totožnosti
signatára povinné a ani to nikomu nenapad-
ne urobiť.

Online petície sa stále zakladajú

Napriek tomu, že petície bez zaručeného
elektronického podpisu nemajú žiadny práv-
ny charakter, na internete a najmä na so-
ciálnych sieťach pribúdajú nové a nové, aj
napriek tomu, že ich iniciátori vedia, že na
úradoch neuspeli. Dôvody sú celkom jedno-
duché. Zakladateľ jednej z takýchto petícií,
Ing. Slavomír Fačkovec, hovorí: „Výhody inter-
netovej petície oproti bežnej papierovej petícii
sú v tom, že internetová petícia je rýchlejšia, po-
hodnejšia, jednoduchšia a finančne menej ná-
ročná. Významnou výhodou je aj možnosť cez
stránku petície (napr. www.peticie.com) infor-
movať podpísaných - autor petície má možnosť
po prihlásení informovať všetkých signatárov
a existuje aj možnosť vyjadrovať názory a navr-
hovať rôzne riešenia cez komentáre na stránke
petície.“ Ďalším dôvodom je aj časová tieseň.
Iniciátor Petície proti pestovaniu GM repy,

Podpisovali ste niekedy online petície? Ak áno, aké to boli? Myslíte si, že majú nejaký význam?



Sajmi, FMK, 2.Bc

Podpisala som
mnoho online pe-
tícií. Ja ako veľký
milovník zvierat
som sa väčšinou
zameriavala na tie,

ktoré obhajovali ich práva a slobody.
Boli to napríklad petície proti testova-
niu cigariet a kozmetiky na zvieratách,
proti vyvražďovaniu pouličných zvierat
a mnoho podobných. Online petície sú
skvelý spôsob, ako pomôcť v mnohých
prípadoch svojím podpisom dobrým
veciam. Je praktickejšie rozkliknúť si
link a niečo si o danej veci prečítať, ako
keď niekto stojí na námestí s petíciou
a prosíka ľudí o pár podpisov.



**Michaela, FMK,
1.Bc**

Online petície
som už podpiso-
vala, konkrétne
pre Greenpeace.
Nepamätám si
za čo, respektív-

ne proti čomu, ale iné som asi nepod-
pisovala. Pokladám ich za rovnakú ces-
tu ako papierové petície. Splnia podľa
mňa účel a majú rovnakú váhu ako
normálne petície.



**Ľuboš, FMK,
2.Bc**

Stretol som sa
už s takýmto
druhom petícií,
avšak doposiaľ
som ani jed-
nu nepodpisal.

Pozitívom je „jednoduchosť“ pod-
pisania – bez problémov v pohod-
lí domova. Ako negatívum vnímam
nedostatok informácií k jednotlivým
otázkam petície. Pri papierových
petíciách sa môže človek opýtať na
to, čo ho zaujíma, a tam i ten, čo sa
nevie rozhodnúť, zistí, či má preňho
petícia zmysel alebo nie, a či by sa
v danom probléme malo zakročiť.



**Veronika, FF,
2.Bc**

Podpisovala
som petíciu,
ktorá bola
zaujatá proti
týraniu zvie-
rat v cirku-

soch. Môj názor na petície je po-
zitívny a vždy ak je niečo, za čo sa
oplatí bojovať, tak si myslím, že to
má zmysel. A ja sama som za petí-
cie a vždy budem ochotná nejakú
zmysluplnú podpísať.

Medzinárodné online petície

Asi najznámejšou občianskou organizáci-
ou je Avaaz, ktorá bola založená v roku 2007.
Podporuje hlavne aktivizmus v témach,
akým je globálne otepľovanie, ľudské prá-
va, ochrana zvierat, korupcia alebo hlad.
Organizácia funguje v 15 jazykoch a má viac
ako 20 miliónov členov v takmer 200 kraji-
nách. V tomto roku podpísalo 215 tisíc ľudí
online petíciu, v ktorej požadovali spravod-
livý, ľudský a náležitý proces v známom prí-
pade Edwarda Snowdena. Petície na tejto
stránke vyžadujú len meno, e-mail a krajinu,
z ktorej pochádzate. Niektorí preto spochy-
bujú tieto emailové kampane a obviňujú or-
ganizáciu z podporovania lenivosti a zmeny
reálnych aktivistov na slacktivistov. Objavila
sa dokonca aj kritika, že by organizácia mo-
hla slúžiť ako tajná zahraničná organizácia,

ktorá je úzko spojená so známym miliardá-
rom Georgeom Sorosom.

Internetoví jedinci menia spôsob, akým funguje svet

Pravdepodobne najznámejším príkladom
toho je otočená pyramída v logu veľmi zná-
mej kampane KONY 2012. Tá naznačuje prá-
ve tento koncept, kedy jedinci z celého sve-
ta spojení jedným záujmom dokážu reálne
ovplyvniť rozhodovanie ich demokratických
zástupcov. Kampan začala jedným videom,
prešla bombardovaním amerických kongre-
smeňov žiadosťami, až napokon vyvrcholi-
la vyslaním vojenských poradcov do Ugandy,
aby pomohli vystopovať a zastaviť afrického
vojnového zločinca menom Kony. Ďalším ne-
prehľadnuteľným príkladom sú aj dva ružové
pásiky na červenom pozadí. Za touto známou

kampanou na podporu homosexuálnych so-
bášov stála organizácia HRC (Human Rights
Campaigning). Mala zmena profilových obrázkov
na sociálnych sieťach nejaký účinok na poli-
tiku? Okamžitý vplyv určite nie, ale fakt, že sa
do tejto kampane skromným spôsobom zapo-
jilo obrovské množstvo ľudí so sebou prinieslo
aj pozornosť, ktorá bola tejto téme venovaná.

Jeden like a skutočná pomoc

Zdá sa, že klikaním like-ov na Facebooku sku-
točná zmena nepríde. Predstavte si ale, že by
sa na Facebooku vedľa funkcie „like“ objavila
funkcia „donate“. Organizácie by sa mali na-
miesto zosmiešňovania slacktivismu zamys-
lieť nad tým, ako tento spôsob prejavenej
podpory premeniť na reálny výsledok.

Autor: Timotej Michalko

Martin Chudý, dodáva: „Zostávalo len niekoľko dní, pokiaľ ľudia mohli vyjadriť svoje pripomienky voči zavedeniu GM cukrovej repy do životného prostredia, takže som nemal veľa času, aby som mohol napísať písomnú petíciu a vyzbierať dostatok podpisov.“ Asi nebude veľkým prekvapením fakt, že nesporne najväčšou výhodou, akú online petície majú, je veľmi jednoduchá propagácia a s ňou súvisiace obrovské množstvo podpisov. Facebook, Twitter, LinkedIn či Google+ sú len časťou z rôznych sociálnych sietí a portálov, kde sa dajú informovať masy ľudí s vynaložením minimálnej námahy. A ak má vaša petícia cieľ, s ktorým sympatizuje veľa používateľov, šíri sa aj sama. Ľudia ju zdieľajú, komentujú, zmedializujú a prípadne podniknú aj nejaký protest, napríklad pred cirkusom so zvieratami.

Autor: Dominika Cifrová

Najpopulárnejšie petície:

- Nebudme psími rasistami
- Petícia za milosť pre neprimerane tvrdo potrestaného umelca
- Petícia za ochranu mravnosti detí a mládeže vo verejnom priestore
- Petícia na ochranu detí predzneužitím sociálnym systémom štátu
- Petícia za zmenu názvu „prerušenie“ tehotenstva na „ukončenie“ tehotenstva

Výhody online petícií:

- ✓ Rýchlosť, pohodlie, jednoduchosť
- ✓ Finančná nenáročnosť
- ✓ Možnosť komunikácie s podpísanými
- ✓ Úspora papiera

Nevýhody online petícií:

- ✗ Neplatnosť

Zdroj: www.peticie.com

INZERCIA



Repríza Lyžiarskeho záťahu už vo februári

Na základe veľkej úspešnosti a dobrých ohlasov prvého ročníka sa Kabinet umeleckej interpretácie a eventov rozhodol pokračovať zorganizovať druhý ročník Lyžiarskeho záťahu FMK – s podtitulom Zimná olympiáda, ktorý sa bude konať v čase od 27. februára do 2. marca 2014. Cieľom eventu je budovanie pozitívnych vzťahov medzi študentmi, nadviazanie nových kontaktov, nových priateľstiev a spojenie s fakultou. Cena zájazdu je 160 eur. Druhý ročník sa bude niesť v znamení zimných olympijských hier, respektíve v štýle internacionálnosti. Lyžiarsky záťah FMK je znova určený najmä pre študentov FMK, ale i študentom iných fakúlt našej univerzity, pre tých čo vedú lyžovať, ale i tých ktorí



sa to chcú naučiť. Počet miest pre študentov je ohraničený na približne 90. Ubytovanie je zabezpečené krásne ubytovanie v Hoteli František. Hotel František je situovaný v srdci CHKO Beskydy a pohoria Javorníky, v stredu Čertov. Jeho okolie je predurčené k aktívnemu oddychu. V zimných mesiacoch je pre výnavačov lyžovania pripravených a upravovaných viacero jazdových a bežecských tratí. Čo sa týka možnosti na lyžovanie, okolie ponúka veľa možnosti na jazdové a bežkové lyžovanie. Vlek František je vzdialený od hotela asi 100m, lyžiarsky areál Čertov asi 350m a Ski Kohútka cca 4km. Účastníci sa nemusia vôbec báť toho, že si dobre nezalyžujú. Všetci sa môžu tešiť na bohatý program, skvelých sponzorov,

súťaže i ceny. Prvý ročník Lyžiarskeho záťahu FMK sa konal posledný februárový týždeň na Fačkovskom sedle. Okrem lyžovania bol pre študentov pripravený i bohatý program a zábava na každý večer. Účastníci zájazdu prostredníctvom rôznych teambuildingových aktivít ukázali súdržnosť a tímovú spoluprácu, našli nové priateľstvá a upevnili vzťahy. O zábavu nie len na svahu ale i mimo neho sa postaralo kopec sponzorov ako Kofola, Fernet, Heineken, Red Bull, Lomography, Agropodnik Trnava, Dru, Saia, Bittner Travel a Ruka Hore. Prihlasovanie na druhý ročník bude spustené už čoskoro.

WWW.LYZIARSKY.FMK.SK

FACEBOOK.COM/LYZIARSKY.ZATAH

Vieme, čo kozumujeme?

Úpadok potravinárskeho priemyslu po roku 1989 spôsobila nevydarená privatizácia, konkurenčný tlak zo zahraničia, nástup zahraničných obchodných reťazcov na Slovensko a aj politika Európskej únie znevýhodňujúca našich výrobcov. Na tento konkurenčný boj dopláca spotrebiteľ. Toho zaujíma len najnižšia cena výrobku a až potom kvalita. Nie každý si môže dovoliť kupovať kvalitné výrobky a radšej volí lacnejšiu možnosť. Na Slovensku sa „zbiehajú“ potraviny skoro z celej Európy s nízkou kvalitou. Najmä Slováci zo západnej časti krajiny preto chodia nakupovať do blízkeho Rakúska, kde za podobné ceny kúpia oveľa kvalitnejšie produkty. Nejedná sa len o potraviny, ale napríklad aj

o drogériu. Napríklad jeden môj známy si kúpil v Hainburgu aviváž, a potom si v práci celý deň voňal sveter, čo sa mu s avivážou tej istej značky kúpenou na Slovensku ešte nestalo. Kapitoulou samou o sebe sú potraviny z Poľska. V médiách prebehli správy, že Poliaci primiešavali do výrobkov telá uhynutých zvierat, ale aj cestársku soľ či antibiotiká. Ľudia sú potom nútení kupovať napríklad lacné kurčatá z Brazílie, ale tie sú chované v lodiach počas cesty z Južnej Ameriky pomocou podpornej chémie. Riešenie vidím vo výchove spotrebiteľa k patriotizmu a vo zvýšenej podpore predaja slovenských výrobkov. Ale to bude ešte beh na veľmi dlhých trasách...



Martina
Judinyová

Áno, oslavujem Halloween

Tento rok dokonca dvakrát. Mnohí z vás netušia, prečo sa vo svete oslavuje. Ja zas netuším, prečo sa neoslavuje na Slovensku. Halloween je pôvodne pohanský (keltský) sviatok Samhain. Európsky! Podotýkam pre tých, ktorí na sociálnych sieťach uverejnili fotografiu s nápisom: „Halloween – zas opakujem po Američanoch? A sviečku si už babke zapálil?“ Tak odpovedám, že sviečky som zapálila. Síce neviem, po kom opakujem, ale na jeden večer v roku sa rada zbavujem identity a prezliekam sa za niekoho iného. Veď mnoho ľudí žije s maskou každý deň. V tejto súvislosti mi napadá ďalšia zvláštna vec. A to kostýmy, do ktorých sa prezliekame. Presnejšie,

do ktorých sa prezliekajú niektoré dámy. Keďže Halloween bol pôvodne oslavou smrti a pohania sa prezliekali do strašidelných masiek, aby sa zapáčili zlým duchom, ostala som verná kostýmu naháňajúcemu strach. Stala som sa na jednu noc chodiacou mŕtvoulou. Naivne som podobné kostýmy očakávala aj od ostatných zúčastnených. Skutočne zvláštny pocit, keď prídete na halloweensky večierok a zo sto ľudí je päťdesiat zdravotných sestričiek v minisukni, dvadsať policajti v minisukni, desať študentiek v minisukni a pár chlapov „v civile“. Opäť sa mi potvrdilo, že menej je niekedy viac. Apropo, čo myslíte, kto najviac pútal pozornosť?



Anna
Augustínová

„Všetko najlepšie“

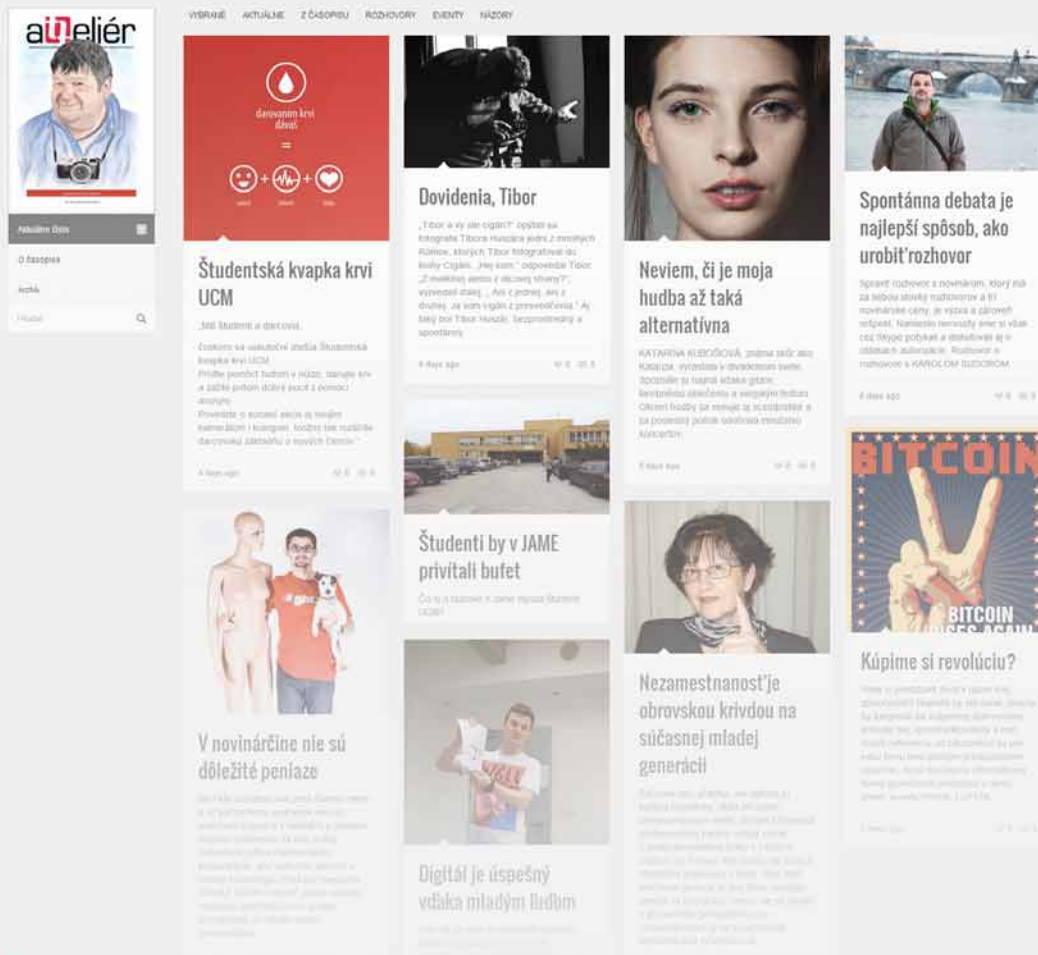
Možno ste nevedeli, ale časopis, ktorý držíte v ruke, 15. novembra oslávil svoje desiate narodeniny. Áno, dobre vidíte. Je to už desať rokov, čo študenti našej univerzity prenášajú svoje myšlienky a názory na papier aj vďaka čomu sa naša škola môže pochváliť množstvom odborníkov v malom svete slovenskej žurnalistiky. Ale čo nevíete je, že možno o túto príležitosť naučiť sa, ako to v praxi reálne vyzerá, od budúceho kalendárneho roka prídu. Univerzita, nanešťastie, nemá dostatok financií, aby nás v našom úsilí získat skúsenosti naďalej podporovala. Finančná kríza neobchádza ani Trnavu a prostriedkov je čoraz menej. Nepomáha ani skutočnosť, že sme posledné dva roky získali prvé miesto v súťaži

Štúrovo pero. Asi by sme mali byť skromnejší, zrejme toto celoslovenské uznanie neznamená nič. Už sme asi dosiahli vrchol v našej pseudo kariére a v najlepšom treba prestať. Nemyslíte? Mám pred očami našich začínajúcich redaktorov, ako sa tešia zo svojho prvého uverejneného článku. Berú si výtlačky domov s tým, že sa pochvália svojim známym či rodine a ukážu svoj potenciál. Mohli by im ich predsa poslať vo formáte pdf. Veď staré mamy sú na internete ako doma a môžu si to tu aj nazoomovať, aby lepšie videli. Možno by sme sa mali začať skladať my študenti, veď prečo by sme si nepriplatili za povinný výberový predmet? Ste za? Lebo ja teda nie!



Ľubica
Šulhánková

UŽ SME AJ ONLINE!



wwwiac obsahu nájdeš na

attelier.sk