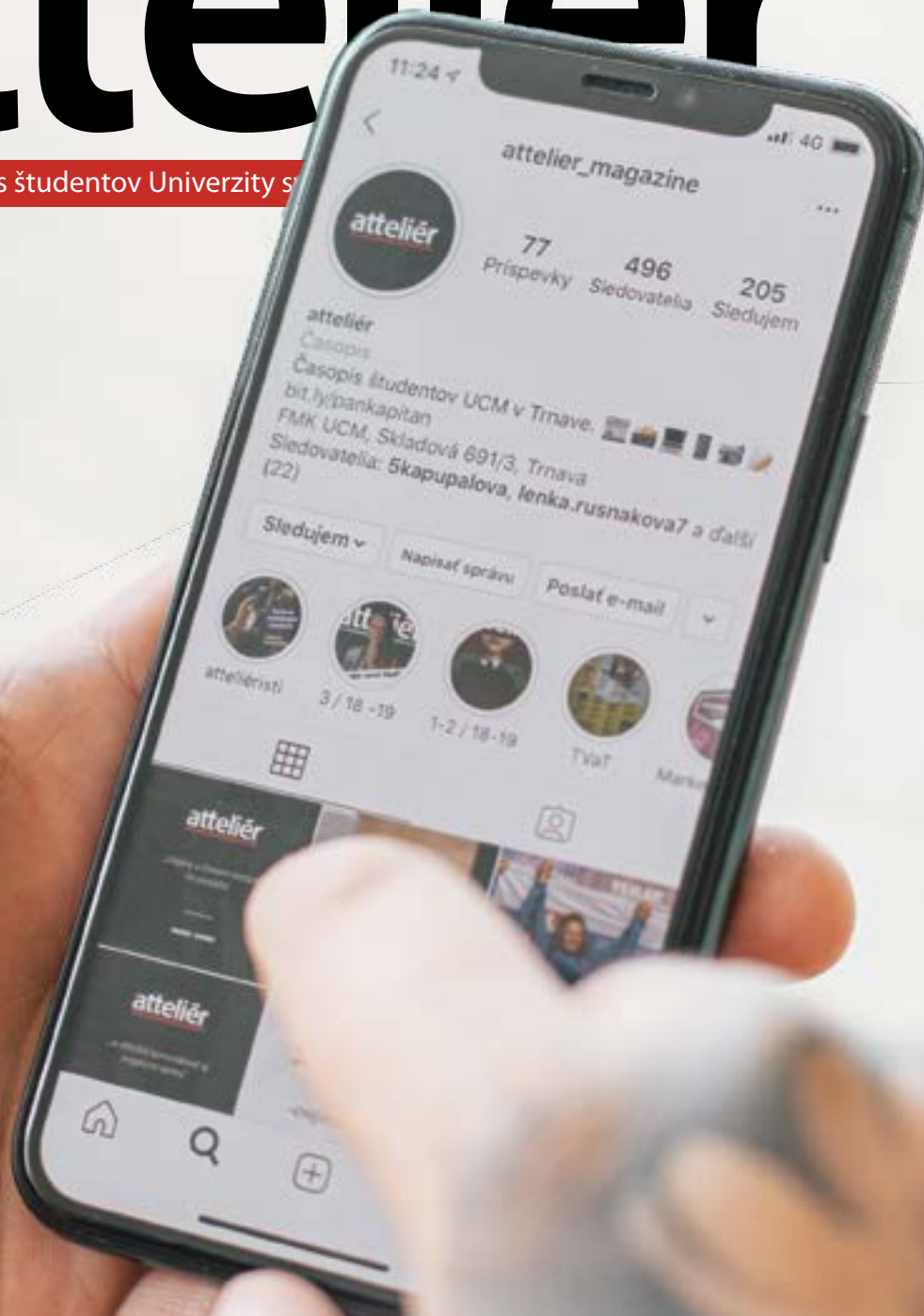


atteliér

časopis študentov Univerzity s



INFLUENCER MARKETING

influencer marketing | školstvo po voľbách | Martin Slosiarik

Desať tipov, s ktorými zvládnete napísať záverečnú prácu

1. Nečleňte text na príliš veľa kapitol a podkapitol. Každá podkapitola by mala mať aspoň 3/4 strany.
2. Píšte autorským plurálom, nie v prvej osobe jednotného čísla. Výnimkou môže byť predhovor.
3. Preferujte označenie Zoznam bibliografických prameňov, najmä ak pracujete aj s elektronickým a digitálnymi zdrojmi.
4. Definície pojmov nesmú byť spracované slovníkovo, t. j. v odrážkach, bodoch alebo tabuľke.
5. Dbajte o správne a úplné odkazovanie na zdroje informácií. To sa týka aj obrázkov, grafov či tabuliek.
6. Obsah na samostatnej strane vytvárajte pomocou automatických nástrojov textového editora.
7. Úvod, záver, abstrakt a predhovor píšete až vtedy, keď je zvyšok práce už hotový a nebudete do textu výrazne zasahovať.
8. V texte sa vyhýbajte používaniu otáznikov a výkričníkov.
9. Nikdy nekončíte vety tromi bodkami.
10. Neexperimentujte s formálnou stránkou a štruktúrou.

*“Pozorne si preštudujte novú metodiku písania
záverečných prác a prípadné nejasnosti
konzultujte so školiteľmi.”*

atteliér

redakcia

šéfredaktor

Juraj Rakučiak

jazykový korektor

Eva Jonisová

editori

Anna Hátašová

Juraj Rakučiak

Tereza Šuveríková

šéfgrafik

Dominika Petraková

grafika

Ján Medvec

Tomáš Balga

Ondrej Zvara

Svetlana Zacharová

Adam Gulák

Jakub Luliak

reklama a sociálne médiá

Tereza Šuveríková

attelier.sk



Gratulujem Grete k titulu Osobnosť roka 2019

V tomto čísle je hlavnou témou influencer marketing. Instagram pre niektorých nepredstavuje len priestor na trávenie voľného času, ale aj na naplnenie toho pracovného. Množstvo ľudí sa stalo slávnymi iba vďaka spomínanej sociálnej sieti. Predtým o nich nik nevedel. Iným sa zas vďaka nej podarilo byť úspešnejšími, známejšími či z pohľadu biznisu ziskovejšími. Hoci sme sa v redakcii venovali influencer marketingu a osobnostiam, ktorým sa podarilo preraziť nielen na Instagrame, v článkoch sa jedno meno neobjavilo. Greta Thunberg. Švédka aktivistka vyzýva politikov na boj s klimatickou zmenou a jej vplyv si všimli aj v magazíne *TIME*. Ten od roku 1927 udeľuje ocenenie Osobnosť roka ľuďom, ktorí stáli za najvplyvnejšími udalosťami. V minulosti sa dostalo počty aj niekoľkým novinárom a v roku 2019 to bola školáčka trpiaca Aspergerovým syndrómom. Ide doposiaľ o najmladšieho laureáta. Švédka mala v čase ocenenia pár dní pred sedemnástymi narodeninami. Gratulujem, Greta! Máš môj obdiv a dokázala si, že aj človek s diagnózou môže pohnúť „*ladovcom*“. Myslím si, že aktivistka je dobrým príkladom influencera a jej podobných by sme našli viac. Prial by som si však, keby sme o tomto dievčati, pri všetkej úcte, nemuseli vôbec počuť v súvislosti s environmentálnymi štrajkami a žili na o niečo menej zdevastovanej planéte.

A inak, osobnosti hľadáme aj my. Poďte nazbierať skúsenosti do atteliéru. Sme vďační za každú pomoc a obsadiť môžete akúkoľvek pozíciu. Najviac by nám však pomohli šikovní grafici, ktorí vedú kreatívne zalomiť novinové strany. Víťania sú aj tí, ktorí by sa to chceli naučiť. Všetko vysvetlíme, stačí sa ozvať. Berieme aj študentky, rozdiely nerobíme!

Juraj Rakučiak

ŠEFREDAKTOR | sefredaktor@attelier.sk

Titulná strana:

Ján Medvec, Foto Kristián Pribila

Časopis atteliér je študentským časopisom, ktorý vychádza každý mesiac na Univerzite sv. Cyrila a Metoda v Trnave. V nutných prípadoch, ktoré sa odvíjajú od harmonogramu akademického roka, časopis vychádza ako dvojčíslo. Adresa redakcie: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, Skladová 691/3, 917 01 Trnava. Adresa univerzity: UCM, Nám. J. Herdu 577/2, 917 01 Trnava. Tlač: Vydavateľstvo Michala Vaška, Košická 44, 080 01 Prešov. Elektronické vydanie ISSN 1339-1410, tlačené vydanie ISSN 1336-9342.



Redakcia atteliéru pripravovala špeciálne vydanie pre uchádzačov o štúdium. Distribuované bolo len na DOD FMK a DOD UCM.

foto: Kristián Pribila

09 študent

Michal Takáč

16 téma

Influencer marketing

28 spoločnosť

Martin Slosiarik

06 uceemskop
DOD UCM

08 UCM info

10 dekan

12 absolvent
Katarína Foltánová

23 na muške
Školstvo po voľbách

27 názory

30 fotostrana
Tajomstvá môjho rodného kraja

Odborné miesta:

JAMA
Skladová

Bučianska
Námestie Jozefa Herdu



Recykláciou nášho
časopisu prispievate
k ochrane životného
prostredia.

Kontakty

POŠLITE NÁM E-MAIL:
redakcia@attelier.sk

Tu nám posielajte tipy na reportáž a vaše pripomienky.

SLEDUJTE NÁS:
facebook.com/attelierSK
@attelier_magazine

Ak sa chcete stať súčasťou tímu alebo s nami spolupracovať
inak, napíšte nám na vyššie uvedený e-mail, prípadne na
e-mail šéfredaktora.

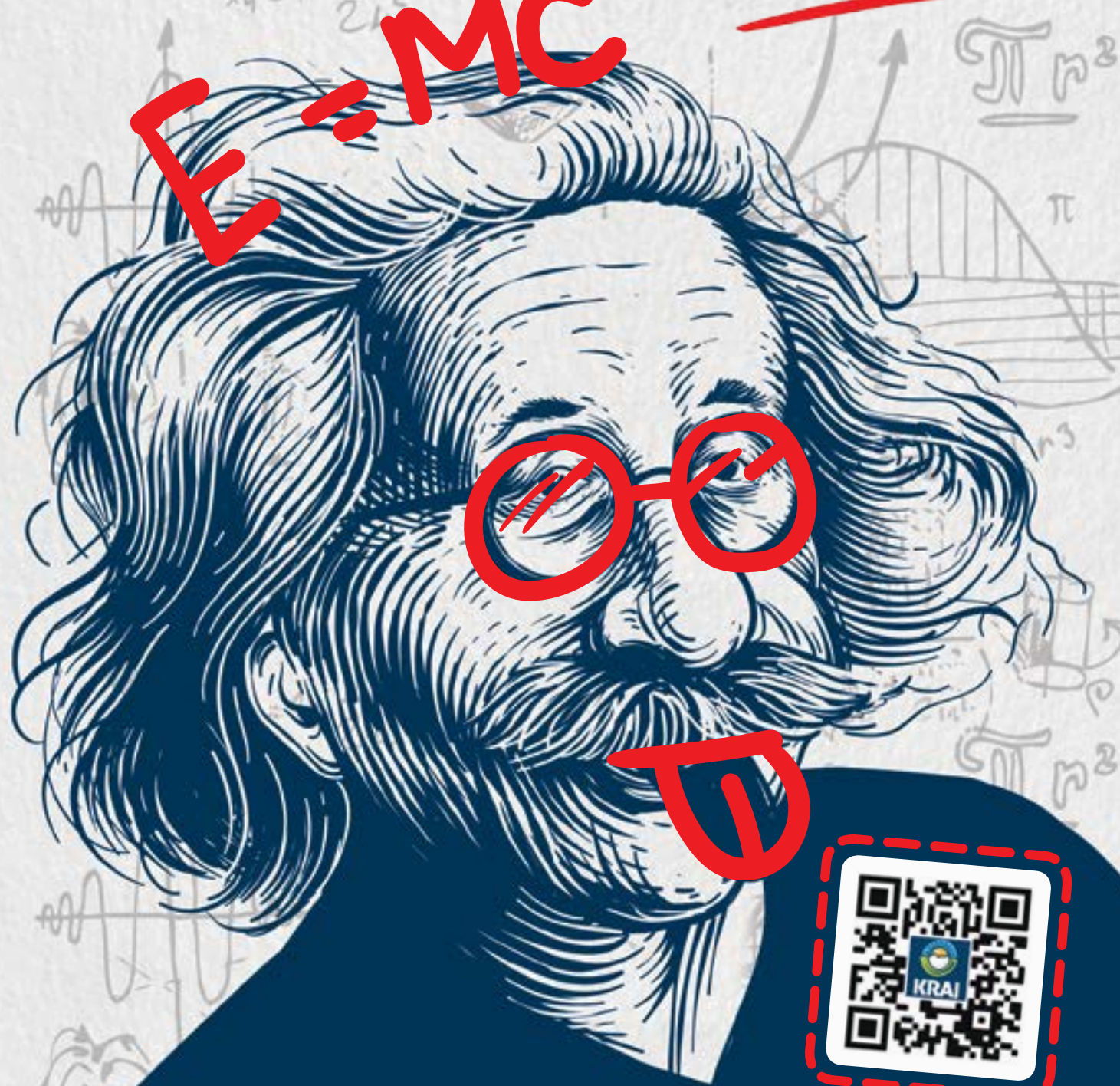


KRAJ
Moderné slovenské
POTRAVINY

NEMUSÍŠ BYŤ ZROVNA

KRAJ Inštajn,
ABY SI U NÁS HODOVAL
CELÝ ROK
zadarmo!

E=MC²



+ až 1000 €
na realizáciu Tvojho projektu!



Viac info čekuj na
www.krajnstajn.sk

Deň otvorených dverí UCM

Študenti a zamestnanci Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave sa 12. februára stretli, aby ukázali verejnosti, ako vyzerá štúdium na našej alma mater. Podujatia sa zúčastnilo 200 potenciálnych študentov. Do Auly Jozefa Matúša sa prišli prezentovať všetky štyri fakulty, inštitút aj ústav. Uchádzači o štúdium sa mohli dozvedieť tiež o práci v študentských médiách, pôsobení v univerzitnom folklórnom súbore, divadle či študentskej rade.

autor: Juraj Rakučiak foto: Dominik Mičuda

Akademická obec má jasnú predstavu o budúcnosti školstva

Predstavitelia Slovenskej rektorskej konferencie, Rady vysokých škôl a Študentskej rady vysokých škôl sa mesiac pred parlamentnými voľbami dohodli na základných tézach pre skvalitnenie vysokoškolskej politiky na Slovensku. Považujú ich za východiskové body pre programové vyhlásenie vlády SR na nové volebné obdobie pre oblasť vysokého školstva, vedy a výskumu. Vyzvali demokratické politické strany, aby sa v predvolebnom období prihlásili k týmto prioritám a verejne sa zaviazali presadiť ich napĺňanie po voľbách. Body sú rozdelené do štyroch kategórií. Prvá si všíma študentov, doktorandov a mladých vedec-kých pracovníkov. Uvádzame jej úplné znenie: „Podporiť inkluzívne vysokoškolské vzdelávanie pre rôznorodé skupiny študentov, vráťane navýšenia sociálneho štipendia a riešenia sociálneho zabezpečenia doktorandov. Vytvoriť podporné schémy pre rozvoj doktorandského vzdelávania, výskumu a vytvoriť postdoktorandské pracovné pozície. Zvýšiť motiváciu mladých ľudí k štúdiu a výskumu na území Slovenska investovaním do modernizácie a ekologickej udržateľnosti vysokoškolskej infraštruktúry, vráťane ubytovania a lepších možností pre spoločenský, kultúrny a športový život študentov.“ Zvyšné tri body sa venujú vysokoškolskému prostrediu, výskumnému prostrediu a podpore excelentnosti a napokon legislatívnemu prostrediu, v ktorom predstavitelia vysokých škôl navrhujú prijať nový vysokoškolský zákon. Znenie ostatných troch kategórií uvádzame na strane 25.



1. Slovenská technická univerzita v Bratislave

2. Technická univerzita v Košiciach

3. Univerzita Komenského v Bratislave

9. Trnavská univerzita v Trnave

12. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

UCM ponúka finančnú odmenu za návrh umeleckého diela

Podmienkou je trojrozmerné prevedenie, ktoré je odolné voči poveternostným vplyvom a môže byť súčasťou exteriérovej expozície. Pre zhotovenie diela sa odporúčajú použiť recyklovateľné materiály. Predloženie

návrhov v podobe vizualizácie je možné do 1. júna 2020 a komisia ich vyhodnotí do 1. júla 2020. Víťazný návrh v podobe zrealizovaného diela bude odmenený sumou 2 000 €. Viac informácií sa dozviete na webe UCM.

Divadelné jubileá oslavuje knižnica súťažou

V roku 2020, ktorý je vyhlásený za Rok slovenského divadla, si pripomínáme 100. výročie založenia Slovenského národného divadla a 190. výročie uvedenia prvého ochotníckeho predstavenia na našom území v Liptovskom Mikuláši. Univerzitná knižnica UCM v Trnave pri príležitosti

významných výročí v dejinách našej národnej kultúry vyhlasuje písomnú vedomostnú súťaž. Záujemcovia sa môžu zapojiť do 24. 4. 2020 prostredníctvom elektronického formulára alebo priamo v budove na Hajdóczyho ulici. Výhercovia budú odmenení knižnými cenami.

R • K
SL • VENSKEH •
DIVADLA 2 • 2 •

UCM je v rebríčku vysokých škôl na 12. mieste

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave bola v minulom roku v rebríčku medzinárodného hodnotenia UniRank na 17. mieste spomedzi slovenských vysokých škôl. Tento rok sa posunula na 12. priečku poradia vyše tridsiatky vzdelávacích inštitúcií. Hodnotenie nevychádza z akademických údajov poskytnutých

samotnými univerzitami, ale z platných, nezaopatovaných a neovplyvniteľných webových metrik poskytovaných nezávislými webovými zdrojmi. Základom je prezentácia na webe a obľúbenosť v zmysle odhadovanej návštevnosti, dôveryhodnosti zdrojov a popularita viazaná na kvalitu.

autor: Juraj Rakučiak
zdroj: skolske.sk, ucm.sk, freepik.com

Slovenský reprezentant v malom futbale: Už od útleho veku som sníval, že si oblečiem dres s dvojkrížom na hrudi

MICHAL TAKÁČ študuje na UCM marketing a momentálne sa nachádza v bakalárskom ročníku. Aktívne sa zapája do organizovania študentských podujatí. Okrem štúdia sa aktívne venuje malému futbalu, ktorý u nás naberá na popularite. Možnosť reprezentovať Slovensko po zraneniach prišla nečakane, ale ako najmladší hráč nemienil svoju šancu premrhať.

V slovenskej reprezentácii v malom futbale si už dlhšie obdobie, zažil si aj majstrovstvá Európy v Kyjeve. Ako vnímaš svoju rolu?
Pre mňa osobne je reprezentácia krajiny najväčšia pocta, akú som mohol v športe dosiahnuť. Už od útleho veku som sníval, že si oblečiem dres s dvojkrížom na hrudi. Je to pre mňa splnený sen.

Tréner Borbély si ťa vybral na poslednú chvíľu. Čo predchádzalo nominácii do Austrálie?
Pre mňa bola Austrália obrovské prevrpenie. V zime ma trápili zranenia a už vtedy som sa s majstrovstvami viac-menej rozlúčil. Po turnaji v Galante nasledoval ďalší, na ktorý som sa dostal ako náhradník za niekoho, kto vypadol. Povedal som si, že pôjdem aspoň skúsiť a na zraze sa mi výborne darilo. Vedel som, že som opäť v hre o Austráliu a chopil som sa svojej šance. Som rád, že nakoniec všetko vyšlo a dostal som sa až do finálnej nominácie.



Michal bol v slovenskej reprezentácii najmladším hráčom

V nominácii si patril medzi najmladších, ako si zvládol tlak veľkého turnaja?
V nominácii som bol úplne najmladší, ale nijaký tlak som nikdy nepociťoval. Na túto rolu

som už zvyknutý, pretože sa s ňou stretávam už od žiackych kategórií a drží sa ma dodnes. Vždy si poviem, aby som hral ako každý jeden obyčajný zápas, a toto ma vždy udrží v psychickej pohode.

Ako vnímaš samotného trénera Borbélyho?
Tréner je silná osobnosť. Ma v sebe to, čo u trénera hráč hľadá. Určite aj on má ešte

„Futbal hrám hlavne pre radosť a chcem byť na ihrisku čo najviac.“

veci, ktoré by mohol vylepšiť, ale je to pochopiteľné už len z toho hľadiska, že malý futbal je stále veľmi mladý šport a vyvíja sa veľmi rýchlo.

Na Slovensku ho mnohí hodnotia kriticky a majú na neho vyhraný názor. Ako ho vnímajú hráči v kabíne?
Ak ho niekto hodnotí vyslovene kriticky, je to podľa mňa veľmi príjemné. Tréner Borbély má svoje vystupovanie a charizmu a určite nerieši takéto názory. Ja si vážim jeho odvedenú prácu a teším sa, keď sa znovu stretneme na nejakom turnaji.

V zápasoch vo vyradovacej časti si sa na ihrisko veľmi nedostal, ako si vnímaš svoju pozíciu v tíme?
Samozrejme, bol som trochu sklamaný. Futbal hrám hlavne pre radosť a chcem byť na ihrisku čo najviac. S istým odstupom času som si uvedomil, že som ešte mladý. Tréner vsadil na skúsenosti a rešpektoval som jeho rozhodnutie.

Aké ohlasy na váš úspech mali spolužiaci, sledovali zápasy?
Niektorí sledovali a pravidelne sme si tiež písali o šampionáte. Boli šťastní za to, že sa to dá pozeráť v televízii a každý z nich povedal aj doma, nech pozerajú. Myslím si, že práve o tomto by mal byť šport. Rozvíjať sa a spájať!

Ako zvládaš školu, máš individuálny študijný plán?
So školou mám teraz trochu problémy. Keďže som spočiatku ani nerátal s možnosťou, že by som sa dostal do finálnej nominácie, individuálny plán som si vôbec neriešil. Neskôr sa už schváliť nedal, tak teraz musím poctivo a bez absencie chodiť do školy. S dochádzkou problém nemám, do školy chodím rád, ide skôr len o to, že ak by som z nejakých neplánovaných príčin nemohol prísť, stálo by ma to dosť veľa.

Si v bakalárskom ročníku, ako spätne hodnotíš výber vysokej školy?
So školou som veľmi spokojný. Keď som ešte chodil na strednú školu, výber tejto školy som ani nezvažoval. Keď som si podal prihlášku na marketing do Trnavy, povedal som si, že to môže byť aspoň nová výzva. Dnes si školu neviem vynachváliť.

autor: Marek Bajči
foto: Andrej Hrušovský

MALÝ FUTBAL

Popularita tohto športu na Slovensku postupne rastie a momentálne má takmer 5-ciferné číslo registrovaných hráčov. Prebieha stále väčšia organizácia súťaží na základných školách až po vysokoškolské turnaje. Mestské ligy v malom futbale sú novodobým fenoménom v ponímaní športovej verejnosti. Rozdiel medzi malým a veľkým futbalom je hlavne v rozmeroch ihriska a počte hráčov. Tímy stavajú na ihrisko päť hráčov a brankára. Zápas sa delí na dva polčasy v trvaní 25 minút a ihrisko má štandardne rozmery 48x28 metrov. Slovenská reprezentácia v malom futbale sa dostala medzi 32 najlepších tímov sveta. Na šampionáte postúpili do najlepšej osmičky.

Funkcia dekana štyrikrát inak

Prvé číslo v letnom semestri je tu a s ním bilancovanie toho zimného. Na paškál sme si vzali našich dekanov a dekanky. Dozviete sa viac o ich funkcii, zrealizovaných nápadov na fakultách, ale aj o plánoch, ktoré chystajú v tomto semestri.

Položili sme im tieto otázky:

1. Odkedy ste dekanom/dekankou a ako hodnotíte doterajšiu skúsenosť s vedúcou funkciou?
2. Čo sa vám podarilo v zimnom semestri zrealizovať?
3. Aké plány máte s fakultou do letného semestra?



Jozef Sokol
dekan Fakulty prírodných vied

1. Za dekana FPV UCM som bol vymenovaný rektorom v máji 2018. V tom období sa blížil koniec školského roka, boli štátnice, následne promócie a pripravovali sme sa nový školský rok. Každý, kto vstupuje do funkcie dekana, chce nejakú príspeť k rozvoju fakulty a zapísať sa do pamäti študentov aj kolegov. Na fakulte máme stabilizované personálne jadro pedagógov od profesorov cez docentov po odborných asistentov. To je veľmi dôležité na to, aby sme udržali v súčasnosti päť akreditovaných odborov.

2. Ako najvýznamnejšiu vedeckú akciu v roku 2019 považujem medzinárodnú konferenciu pod názvom Applied Natural Sciences, ktorá sa konala v septembri na Táľoch. Koná sa každé dva roky a tentokrát išlo už o siedmy ročník. Dovolím si tvrdiť, že bol veľmi úspešný. Taktiež významná bola 11. medzinárodná študentská vedecká odborná konferencia, ktorá sa konala v apríli 2019. Fakulta sa spolupodieľala s inými európskymi inštitúciami na organizovaní medzinárodného workshopu Trends and Prospects in Medical and Pharma Biotechnologies in Europe, ktorý sa konal ešte v júni v Bratislave. Z oblasti infraštruktúry pracujeme na dobudovaní časti laboratórií pre katedru biológie na našom experimentálnom pracovisku v Špačinciach.

3. V tomto roku nás čaká náročné obdobie zvládnutia akreditačných štandardov a podľa týchto kritérií nastaviť systém kvality, aby vyhovoval novým kritériám. Zahŕňa to výchovno-vzdelávací proces, vedeckovýskumnú činnosť a personálnu politiku fakulty. Budeme musieť prehodnotiť propagáciu fakulty a zvýšiť záujem mladých ľudí o štúdium prírodných vied aj smerom na okolité krajiny. Snažím sa zlepšiť komunikáciu so študentmi cez mnohé akcie, ale aj prostredníctvom študentskej rady fakulty. V oblasti rozvoja chceme prebudovať niektoré časti budovy na Hajdóczyho ulici pre katedru informatiky a budúci dekanát FPV. Tým by sa uvoľnila časť tretieho poschodia v centrálnej budove UCM pre ubytovanie študentov. Chceme pokračovať v budovaní a rekonštrukcii posluchární a laboratórií

v Špačinciach pre katedry biológie a biotechnológie. A čo je rovnako dôležité, pokračovať v získavaní grantov nielen domáciach, ale aj medzinárodných a rozvojových projektov EÚ.



Katarína Slobodová Nováková
dekanka Filozofickej fakulty

1. Na čele Filozofickej fakulty som od roku 2014. Myslím si, že za šesť rokov sme spolu s celým vedením v spolupráci s katedrami dokázali dať fakulte nový imidž, naštartovali sme nové smery vedeckovýskumnej činnosti, zatraktívili sme ponuku študijných programov vo všetkých stupňoch. Ponúkli sme štúdium aj v cudzích jazykoch, vďaka čomu nám rastie počet zahraničných študentov. Ako prvá fakulta na UCM máme zahraničných doktorandov na dennom štúdiu a otvorili sme fakultu novým projektom a možnostiam spolupráce so zahraničím. Vďaka našej iniciatíve a aktivitám sa rozrástla ponuka mobilít pre študentov a pedagógov do krajín mimo EÚ. Máme najpestrejšiu škálu vedeckovýskumných projektov a grantov, do ktorých zapájame doktorandov i študentov. Na fakulte začali fungovať viaceré špecifické vedecké pracoviská (centrum pre bioetiku, centrum digitálnej humanistiky, research centre for minority studies), študentské organizácie a študentské aktivity (SAŠAP, the Cave) či iné záujmové združenia. Zlepšili sme materiálové vybavenie pracovísk a postupne chceme zrevitalizovať všetky prednáškové miestnosti a zabezpečiť ich adekvátnou technikou. Osobne si myslím, že práca dekanky je zaujímavá, ale náročná práca. Zaujímavá z pohľadu nových výziev a práce, ktorou môže človek posunúť fakultu vpred. Náročná, pretože naša fakulta ponúka široké spektrum študijných programov, pričom každá oblasť má iné kritériá na hodnotenie kvality a vyžaduje špecifický prístup, podobne ako ľudia, ktorí v týchto oblastiach pôsobia. Ako každá práca s ľuďmi je náročná i preto, že sa všetci nazdávajú, že ich požiadavky sú najvážnejšie, ale nie je možné všetkým vyhovieť. Za tých takmer šesť rokov vo funkcii dekanky môžem na odľahčenie skonštatovať, že v tejto pozícii potrebuje človek doktorát z psychológie, práva, filozofie a lingvistiky, 30 ročnú prax vyjednávateľa FBI a trpezlivosť budhistických mníchov.

2. Počas prázdnin a v priebehu zimného semestra sme dobudovali a zrevitalizovali jazykové učebne, vybavili ich novými počítačmi, interaktívnymi tabuľkami a ďalšou technikou pre výuku cudzích jazykov. Zakúpili sme špecifické jazykové a tlmočnické softvéry pre zefektívnenie výuky jazykov. Spolu s tlmočnickými kabínkami, ktoré sme vybudovali s pomocou rektorátu minulý rok tak už máme komplexne zabezpečenú kvalitnú výuku cudzích jazykov. Ponúkli sme zimnom semestri celofakultné a celounivezitné predmety pre všetkých študentov, ktorí majú záujem na sebe pracovať a vzdelávať sa i mimo svojich povinných predmetov. Ide o ponuku francúzskeho a arabského jazyka a tiež možnosť práce v univerzitnom folklórnom súbore. Rozvinuli sme tiež ponuku výuky slovenského jazyka ako cudzieho jazyka pre zahraničných študentov, ktorí na UCM študujú. V nasledujúcom roku by sme radi po dohode s ostatnými dekanmi túto ponuku rozšírili.

3. Plánov je veľa, myslím, že nemusíme všetko prezrádzať. Na fakulte by sme radi vybudovali priestory pre doktorandov, spoločný kabinet či študovňu, kde by mohli spoločne študovať, pracovať, tráviť čas. Zintenzívnila by sa tak spolupráca doktorandov, pretože kvôli rozsiahlym priestorom o sebe často ani nevedia. Chceme viac pracovať na podpore spolupráce medzi katedrami, s dekanmi zase zefektívniť kooperáciu naprieč fakultami či v oblasti vedeckovýskumnej, alebo pedagogickej. Myslím si, že konečne nastal čas, aby väčšina pochopila, že sme jeden tím a musíme ťahať za jeden povraz. Už nie je čas na hádky, útoky, podpásoky či konkurenčný boj medzi fakultami. Nazdávam sa, že tlaky nových kritérií a kreditačné štandardy budú oveľa väčšou bitkou. Tak si navzájom pomáhajme!



Jaroslav Mihálik
dekan Fakulty sociálnych vied

1. Funkciu dekana som prevzal v júni 2018 a mandát vykonávam od septembra toho roku. Vedúca funkcia vždy prináša zodpovednosť, neustálu dispozíciu, riešenie problémov, ale aj príjemne spoločenské stretnutia. Zároveň je to reprezentácia toho, čo fakulta predstavuje, akú líniu rozvoja a budúcnosti zastáva. Je to celý súbor denno-denných aktivít a rozhodnutí. Hoci to znie ako klišé, ale pracovať s ľuďmi je krásne. Niekedy však zároveň náročné.

2. Fakulte sa podarilo akreditovať program manažment a ekonómia verejnej správy, ktorý v trnavskom akademickom priestore doteraz absentoval. Teší ma viacero memoránd o spolupráci s akademickým svetom doma i v zahraničí. Sme produktívni rovnako na úrovni práce s mládežou, ako aj so seniormi, čo považujem za zdravé vyváženie konfliktu generácií. Vytvorili sme laboratórium pre výskum marketingu, manažmentu a ekonómie vo verejnej politike a správe, ktoré slúži nielen pedagógom, ale najmä študentom - tí môžu priamo pracovať s grafickými programami a dátami. A takýchto drobných pokrokov by sme mohli pomenovať aj viac.

3. Zásadný plán je pracovať na realite toho, že študovať na Slovensku sa oplatí a chceme sa pokúsiť zvrátiť nedôveru najmä mladých ľudí voči

systému vzdelávania. Som presvedčený, že máme čo ponúknuť, a že kvalita vysokého školstva nie je determinovaná len finančnými kapacitami, ale korektnou spolupracou a schopnosťou motivovať.



Ľudmila Čábyová
dekanka Fakulty masmediálnej komunikácie

1. Dekankou som vyše roka, no vo vedení fakulty som už viac ako 11 rokov. Predtým som pôsobila na mieste prodekanke pre akreditáciu a doktorandské štúdium. Počas niekoľkých mesiacov na mieste dekanky som sa naučila veľmi veľa vecí, s ktorými som predtým skúsenosti nemala. Mám však okolo seba ľudí, na ktorých sa môžem spoľahnúť, každý je dobrý v niečom inom a spoločne sa dopĺňame. Na dekanáte sme celkom veselá partia ľudí a ja sa vždy teším na naše spoločné stretnutia. Snažím sa robiť veci naplno. Musím počítať aj s tým, že pri akomkoľvek kroku vedenia sa nájde niekto, kto bude nespokojný. Fakulta má viac ako 100 zamestnancov a 2400 študentov, nemôžeme vyhovieť každému.

2. Snažíme sa zlepšiť podmienky pre študentov i zamestnancov. Vytvorili sme študentskú zónu a zväčšili jedáleň v Jame, presťahovali sme sekretariát vedúcich katedier, rekonštruovali sa miestnosti na Skladovej, nakúpili sme počítače, ale stále ich nie je dosť. V oblasti vzdelávania je významnou zmenou presun bakalárskych štátnych skúšok na jún. Posilnili sme výučbu siedmimi pedagógmi z externého prostredia, ide o známe mená z oblasti marketingu a médií. Vďaka kolegom sme výrazne zlepšili medzinárodné vzťahy a získali mnohých nových partnerov v zahraničí. Vytvorili sme komisiu, ktorá posudzuje schválenie IŠP. Možno nepopulárne pre študentov bolo zrušenie možnosti výmeny PVP predmetov dva týždne po začiatku semestra. Veľmi nás potešila správa o získaní frekvencie pre rádio Aetter. Keby som chcela napísať, čo všetko sa na FMK udialo a podarilo zrealizovať počas tohto semestra vďaka našim šikovným študentom, doktorandom a pedagógom, nestačili by mi ani dve strany Atteliéru. Ďakujem všetkým za enormné úsilie pri realizácii všetkých aktivít.

3. V súčasnosti žijeme Návrhom akreditačných štandardov, ktorý vypracovala akreditačná agentúra. Odbor mediálnej a komunikačnej štúdií je spolu s ostatnými v skupine posudzovaný veľmi prísne. Musíme výrazne úsilie nasmerovať na plnenie štandardov, vydávanie vedeckých štúdií v databázových časopisoch. Prioritou je zabezpečiť pedagógom také podmienky, aby mohli spĺňať veľmi náročné kritériá hodnotenia. Verím, že to zvládneme. Momentálne máme vypracovaný projekt na nové priestory projektového vyučovania - bude to nádherný kreatívny priestor na treťom poschodí na Skladovej. V Jame sa už pracuje na novej posilňovni pre našich študentov a nutnosťou je aj separovanie odpadu. Nakúpili sme prístroje, na získanie praktických skúseností z oblasti neuro-marketingu. Pracuje sa na novej identite UCM, po nej by sme mali začať súťaž na nový web FMK.

autor: Juraj Rakučiak
foto: Filip Cepka, archív atteliéru - Michaela Lehotská, archív KSN

Ísť celý čas s jednou osobou? To si neviem celkom predstaviť, hovorí cestovateľka okolo sveta



xPozrela sa okolo seba - sterilné kancelárske prostredie, nepohodlné stoličky, stereotypom vycucaní kolegovia a pracovný čas od tmy do tmy. Prestalo ju to baviť. KATARÍNA FOLTÁNOVÁ zavesila svoj starý život na klinec, už roky cestuje po svete sama a vie, že s cestovaním tak skoro neskončí. Prezradila nám, čím sa na cestách živí, či sa niekedy nebojí o vlastný život a kde by dokázala žiť.

Aktuálne sú trendom stieracie mapy, ktoré si nadšenci cestovania vystavujú na steny. Ty by si mala na nej ešte čo stierať?

Jasné, že áno! Ešte je veľmi veľa miest, ktoré chcem a musím vidieť. Rovnako mám veľa miest, kam by som sa chcela vrátiť. Cestovanie je závislosť, ktorej keď raz prepadneš, ťažko sa zastavuje.

A teraz vážnejšie. Koľko krajín musí človek navštíviť, aby sa mohol pochváliť cestou okolo sveta?

Ja nie som zrovna ten typ cestovateľa, ktorý si robí čiarky do diára, pichá špendlíky do glóbusu či stiera mapy - takže vlastne ani neviem, koľko krajín som už presne navštívila. Pretože kedy sa dá krajina odškrtnúť zo zoznamu? Keď vystúpiš na letisku? Keď navštíviš hlavné mesto? Niekomu stačí, keď v krajine spí jednu noc. Ja potrebujem vidieť sever, juh, západ aj východ krajiny.

Niektoré cestovné kancelárie ponúkajú cesty okolo sveta, pričom sú to obyčajne len dvoj-trojtýždňové zájazdy na rôzne miesta so známymi turistickými

atrakciami. Dá sa to stihnúť za takýto krátky čas?

Moje srdce cestovateľa ti bez váhania odpovie, že nedá! Avšak, všetko závisí od toho, čo človek od cestovania očakáva. Nie každý si môže dovoliť dať výpoveď v práci, zbalíť sa a odísť na niekoľko mesiacov či rokov do sveta. Možno vidieť len to pozlátok z rýchlika mu stačí...

Koľko kontinentov a krajín si navštívila ty? Dá sa povedať, že si naozaj precestovala celý svet?

Okrem Antarktídy, ktorej som odolala, i keď som bola iba asi jeden kilometer vzdušnou čiarou od nej, v roku 2020 skompletizujem všetky ostatné kontinenty. Keďže cestujem sama, na niektoré destinácie som musela trochu nazbierať skúsenosti aj odvahy.

“Nie som zrovna ten typ cestovateľa, ktorý si robí čiarky do diára, pichá špendlíky do glóbusu či stiera mapy.”

Afrika - kontinent, na ktorom som ešte nebola, je veľká výzva práve preto, že to nie je

klasická backpackerská destinácia. Nenájdete tam napríklad hostely, infraštruktúra je tiež veľmi slabá. Celý svet som však určite ešte neprecestovala ani zďaleka.

Vráťme sa ešte na začiatok. Čo konkrétne ťa naštartovalo k takejto zmene v živote? Bol to dlhodobý proces, alebo to proste zrazu prišlo?

Túto otázku dostávam relatívne často. Pôvodne som si myslela, že to bol iba náhly skrat a vyhorenie v práci. No keď som minulý rok balila veci do krabíc a sťahovala sa zo svojho bytu v Londýne, tak som našla výstrižky itinerárov rôznych ciest z časopisov už z roku 2006. Takže asi to tam niekde vo mne driemalo, až kým neprišiel ten moment, keď som si povedala – ak nie teraz, tak už nikdy.

Vedela si, do čoho ideš?

Ani nie. Nevedela som, či tú cestu, ktorú som si vymyslela a naplánovala za tri mesiace, zvládnem, či ma to bude baviť a či z toho nemám radšej vycúvať. Predsa len, mala som dobrú prácu, plat aj podmienky.



Cerro Fitz Roy, vysoký vrch na hranici Čile a Argentíny, sa kvôli neustálej oblačnosti nazýva aj dymiacia hora

Avšak vedela som, že to bude šesťmesačná cesta okolo sveta - mala som dopredu kúpeň letenky.

Čo všetko si si počas tých spomínaných troch mesiacov pripravovala? Využila si služby nejakej agentúry?

Jediné, čo som kúpila cez agentúru, boli letenky. Existujú špeciálne, tzv. RTW tickets (round-the-world). Podmienka pri tomto type leteniek je, že sa musí letieť tým istým smerom, čiže buď stále na západ, alebo východ. Nie je povolené vracieť sa v smere naspäť, aj keď určitá tolerancia tam je. Maximálny počet zastávok je, v závislosti od aliancie, ktorou sa letí, šesťnásť. Letí sa spoločnosťami v rámci jednej aliancie a dátumy odletov sa dajú meniť, mnohokrát aj bez doplatku, čo mi ako začiatčníkovi dalo veľkú slobodu.

“Tolerancia, otvorenosť a zvedavosť sú základnou esenciou môjho cestovania.”

Cestu som naplánovala za tri mesiace - toľko času som mala medzi kúpou leteniek a odletom. V tomto čase som okrem čítania všetkých možných bedekrov riešila hlavne povinné očkovania, výbavu, poistenie či spôsob, ako si vziať so sebou peniaze. Ostatné veci vrátane trasy som riešila operatívne za jazdy.

Ktorú krajinu si navštívila ako prvú? Kam tvoj plán pokračoval ďalej?

Moja prvá cesta bola Londýn-Dubaj-Bangkok. V Dubaji som bývala u kamarátky, takže to

práve dobrodružstvo sa začalo až v Bangkoku. Odtiaľ som odchádzala preskúmať svoju prvú krajinu, Mjanmarsko. Keď som sa po troch týždňoch do Thajska vracala, prišlo mi super moderné, rozvinuté a ľahké na cestovanie. Barma bola taktiež veľká škola. Ale vedela som, že keď som prežila ju, už prežijem všetko (smiech).

Chodíš po svete úplne sama. Nebojíš sa?

Netreba sa báť, ale treba mať rešpekt. Taktiež je dôležitá príprava. Vždy viem, aké sú v ktorej krajine zvyky, aké potenciálne riziká cesty môže priniesť a čomu sa radšej vyhnúť. Nerobím zo seba zbytočne cieľ - napríklad v moslimských krajinách chodím zahalená od hlavy po päty a neprovokujem v šortkách, tielkach či bikinách, aj keby bolo 40 stupňov. V takej Brazílii nenosím žiadne šperky, hodinky a vlastne ani peňaženku.

Nemusíš si ako žena dávať pozor na niečo špeciálne?

Treba dodržiavať spomínané pravidlá, ale v princípe si nemyslím, že ženy sú ohrozené viac ako muži. Na mojich cestách bolo percentuálne okradnutých viac chalanov ako báb.

Stretla si počas ciest niekoho, kto sa k tebe na chvíľu pridal?

V juhovýchodnej Ázii nie je nič výnimočné, že sa s niekým stretneš v Bangkoku, potom v Chiang Mai a následne opäť v Phnom Penh. Nový Zéland som precestovala so Švédcom, s ktorým som sa zoznámila ešte v Barne, tri mesiace predtým. Obaja sme mali podobné

očakávania a tým, že sme sa spojili, sme si znížili náklady na polovicu. Patagóniu som síce prešla sama, ale na hory v severnom Peru som sa pripojila ku skupine chalanov z rôznych kútov sveta. Práve kamarátstva, ktoré vznikajú na týchto cestách, sú jedným z highlightov každého výletu.

No stáleho spolucestovateľa by si asi nechcela.

Ísť celý čas s jednou osobou? To si neviem celkom predstaviť (smiech).

Zvolíš si vopred krajinu, do ktorej pôjdeš, alebo ideš za nosom?

Zo začiatku to bolo o kontinentoch, teraz už o konkrétnych miestach. Už viem, koľko času potrebujem, aby som mala pocit, že danú krajinu poznám bez väčšieho naháňania. Tiež už viem, že nepotrebujem presný plán, stačí prvotná predstava o trase. Stala som sa flexibilnejšou a moje cestovanie pomalším. Už nemusím vidieť všetko.

Podľa čoho tie miesta teda vyberáš?

Tak to je jednoduché – podľa toho, čo chcem v danej krajine robiť. Tento rok by som rada vyšla na vrchol Kilimandžára alebo na pohorie Ala-Kul v Kirgizsku, okúpala sa vo Viktóriiných vodopádoch či stihla pár európskych návštev, ktoré už dlhšie sľubujem mojím kamarátom.

Dá sa vyjadriť číslom, čo taká cesta okolo sveta stojí?

Všetko závisí od toho, kam chceš ísť, čo tam chceš robiť a koľko máš času. Na takú juhovýchodnú Áziu netreba veľa peňazí, najdrahšia bude letenka. Ubytovanie, strava aj presuny v rámci regiónu sú už veľmi lacné. Hostely stoja okolo 4-5 eur/noc, strava okolo 1-2 eur/jedlo, potápačská licencia vás v Thajsku bude stáť okolo 200 eur, letenky v rámci regiónu stoja 20-30 USD.



V Thajsku sa Katka vo voľnom čase starala o slony



Na schodoch v jednom z jej najobľúbenejších miest - mestečko Valparaíso v Čile

V mene študentov bez väčších úspor – dokázal by takúto cestu finančne zvládnuť?

Cestu okolo sveta asi nie, na tú už treba mať nejaké úspory. Ale pár mesiacov v juhovýchodnej Ázii určite áno. Vašou výhodou je vek. Môžete požiadať napríklad o working holiday visa do Austrálie či na Nový Zéland. Pár mesiacov si odpracujete a za zarobené peniaze môžete cestovať. Tiež je tu Erasmus a pokiaľ sa nemýlim, stále funguje aj americký Work&Travel program. Možností je veľa, len treba chcieť.

Keď už sme pri peniazoch – čím sa živíš? Pracuješ tam, kde sa konkrétne nachádzaš alebo máš robotu, ktorá sa dá robiť kdekoľvek?

Tento rok ma oslovila jedna slovenská cestovná kancelária, pre ktorú som začala spravovať zájazdy v Južnej Amerike. Ale živnosť mám aj na preklady a administratívu, čo môžem robiť kdekoľvek. Ale ktovie, možno o rok budem učiť deti v Číne angličtinu.

Počas ciest robíš aj dobrovoľníčku. Čím konkrétne pomáháš?

V Thajsku som sa starala o slony, v Južnej Amerike učila angličtinu, no dobrovoľníctvo je veľmi citlivá téma. Treba vždy prihliadať



Katčina cesta okolo sveta začala aj skončila v Ázii

na to, aby nešlo len o osobný dobrý pocit, ale aby ste napríklad nerobili niečo, čo môže robiť aj domáci.

Ako to myslíš?

Dobrovoľníci často oberajú miestnych ľudí o prácu, čím sa prehľbuje chudoba v týchto regiónoch.

Keď si spomenula chudobu – platí pri návšteve ekonomicky nerozvinutých krajín ten známy paradox, že práve tí, ktorí nemajú veľa peňazí, sú najpohostinnejší?

Určite áno. Takí Barmčania vám dajú aj posledné, a to mnohí nemajú viac ako jednu miskú ryže denne. Jediná krajina, ktorá je asi výnimkou tohto pravidla, je Bolívia. Tam som sa cítila iba ako chodiaca peňaženka, ľudia sú tu veľmi uzavretí a od turistov si držia odstup.

Zvykneš u domácom aj prespať alebo si skôr zaplatíš ubytovanie?

Všetky moje cesty sú nízkonákladové. Prespávam väčšinou v hosteloch, ale aj u domácom. Presúvam sa väčšinou po zemi, len výnimočne lietam a v drahších krajinách si sama varím.

Nechýba ti predsa len niečo z toho „starého“ života?

Absolútne nie. Práve naopak. Nevieť, že by som sa vrátila do klasického pracovného režimu „od tmy – do tmy“, ako som mala v Londýne.

A konkrétne zo Slovenska? Považuješ ho stále za svoj domov?

Rodina, tá bude chýbať vždy. Ale vďaka internetu sa aj veľké vzdialenosti prekonávajú ľahšie. Tento rok opäť nebudem doma na Vianoce, no moja mama pre mňa vypeká medovníky, aby mi ich mohla po klientoch poslať do Buenos Aires. Na Slovensku budem, dúfam, vždy doma.

Určite sa však počas ciest stretávaš aj s negatívnymi skúsenosťami. Akými napríklad? Čo je na takomto štýle života najťažšie?

Najťažšie je asi naučiť sa žiť v pohybe. Nikdy nie som dlho na jednom mieste, čo môže byť pri niekoľkomesačných cestách únavné. Tiež je náročné udržiavanie partnerských vzťahov. Stretla som veľa párov, ktoré spolu cestovali a sú stále spolu, ale väčšina sa rozpadla.

Komu by si takýto štýl života neodporučila, pre koho by to jednoducho nebolo?

Takéto cestovanie by nesedelo určite niekomu, kto má rád rutinu, komfort svojho domova alebo niekomu, kto nemá otvorené srdce a myseľ. Tolerancia, otvorenosť všetkému novému a zvedavosť sú, naopak, základnou esenciou môjho cestovania.

Ktoré miesto ťa najviac očarilo? Existuje krajina, kde by si ostala žiť a, naopak, miesto, kde by si sa už nikdy nevrátila?

Jáj, tak tých je veľa! Ja sa veľmi rýchlo adapťujem a ako doma sa cítim skoro všade (smiech). V Južnej Amerike už v podstate žijem, okrem dvoch mesiacov, ktoré som bola v Európe a v Thajsku, som celý rok strávila tu. Milujem Brazíliu, Argentínu, ale žiť by som vedela aj v Kolumbii či Mexiku. Z Ázie si viem predstaviť žiť v Thajsku či Indonézii, z Oceánie v Austrálii. Zatiaľ vyslovene zlú skúsenosť s krajinou nemám. Aj keď ťažko mi bolo napríklad v Ekvádore, ale som človek, čo dáva druhé šance – takže nikdy nepoviem nikdy, a aj do Ekvádoru sa chcem ešte vrátiť.

fotky: archív Katky Foltánovej
autori: Tereza Šuveríková, Veronika Szabová



Katarína Foltánová (37)

Pochádza z Partizánskeho, titul získala na FMK, odbor masmediálna komunikácia. Počas štúdia robila v ateliéri editorku a tiež praxovala v miestnom rádiu v Prievidzi. Hneď po promóciách v roku 2006 odišla do Londýna pôvodne na rok, no zostala tam nakoniec o desať viac. Predtým ako odišla na cesty spoznávať svet, päť rokov spravovala ako property manager portfólio nehnuteľností v Londýne, Brightonu či Colchestri či manažovala eventy.

ADAM

BABIRÁT

DOMINIKA

ŽAMBOKRÉTHYOVÁ

FIALOVÁ

KRISTÍNA

KRIŽAN

MATEJ

VARGOVÁ

NATÁLIA



MAR
17.
16:00

Klauzúrna
výstava

KINO OKO

DOMINIKA

ŽAMBOKRÉTHYOVÁ

ADAM

BABIRÁT

NATÁLIA

VARGOVÁ

MATEJ

KRIŽAN

KRISTÍNA

FIALOVÁ

Prvou tvárou influencer marketingu bol Santa Claus, dnes si značky kupujú ľudí na Instagrame

V doslovnom preklade označuje anglický pojem influence schopnosť osôb alebo vecí, ktoré majú vplyv na konanie, správanie či vytváranie názorov. Ako sa z takmer neznámeho pojmu stal celosvetový biznis? Celebrity, často aj tie pseudo, ponúkajú produkty ako podomoví predavači. Rozdiel je v tom, že dvere im ľudia otvárajú skrz sociálne siete.

Počiatky influencer marketingu sa datujú na začiatok minulého storočia. Vtedy sa objavila reklama so Santa Clausom, ktorý pije Coca-Colu. Neskôr nastupuje vlna celebrit, ktoré používajú produkty v televíznych reklamách, seriáloch či magazínoch. Boli tzv. opinion leaders, v preklade názorovými vodcami, vďaka ktorým nimi reklamovaný produkt vynikal na stále sa zväčšujúcom trhu pred ostatnými. Spotrebiteľia radi dali na odporúčanie niekoho známeho. Tretiu vlnu zažívame dnes s obrovským nárastom sociálnych sietí. Influencerom môže byť každý, kto ich používa. Ovplyvňovať, propagovať a predávať je možné všetko a všade. Najúspešnejší sú tí, ktorí majú veľa fanúšikov a široký dosah.

Instagram - reklamná pasca na mladých
Influencing sa spája najmä s najrýchlejšie rastúcou sieťou za rok 2019 - Instagramom. Najväčšiu popularitu má u mladých ľudí, predovšetkým mileniálov a Generácie Z. Spravidla

„Podľa prieskumu Influencer Hub Marketing si spoločnosti pre svoju kampaň radšej vyberajú Instagram (až 79%) než ostatné sociálne siete.“

majú 15 až 25 rokov. Používateľov tejto sociálnej siete tvorí väčšina odíencov od jej staršieho súrodenca Facebooku. Ten sa naopak stáva populárnejším pre generáciu našich rodičov. Mladí majú pocit, že sú nimi kontrolovaní a chýba im sloboda. Nechcú, aby rodina videla ich správanie na modrej sociálnej sieti, a preto volia radšej oranžovú, kde sa vyhnú dohľadu. Reklamy v onlinovom priestore fungujú na klikbejtovej princípe. To znamená, že obsah má atraktívny titulok a/alebo obrázok, ktorý priam núti používateľa na kliknúť. Instagram v tomto roku presiahol hranicu jeden bilión aktívnych používateľov mesačne. To znamená, že poskytuje obrovský priestor pre reklamu a ovplyvňovanie vo všetkých rôznych smeroch. Propagácia produktov či služieb na Instagrame je súčasťou marketingového systému

úspešného podnikania. Dobré ciele ná reklama môže zvýšiť predaj až o 77%. Podľa prieskumu Influencer Hub Marketing si spoločnosti pre svoju kampaň radšej vyberajú Instagram (až 79%) než ostatné sociálne siete (Facebook, YouTube, Twitter). Je preto pravdepodobné, že s istou formou influencerstva sa stretne každý, kto je na sociálnej sieti zaregistrovaný. Na Instagrame by sa mali propagované príspevky označovať hashtagmi sponsored (sponzorované), ad (reklama) alebo názvom značky. Tým dávajú používateľom najavo spoluprácu alebo platenú reklamu. V praxi sa však stretávame aj so skrytými či neoznačenou reklamou.

Chytrý nástroj marketingu

Reklamné agentúry sa v kampaniach čoraz viac zameriavajú na marketing s využitím influencerov či sledovateľov. Finančné odmeny ľudí propagujúcich kadečo sú veľmi individuálne, odvíjajú sa od šírky zásahu a dohodnutého obsahu. Klientom ide zväčša o nárast fanúšikovskej základne a rozšírenie povedomia o značke či produkte. Trafíť klinec po hlavičke vedú napríklad tak, že pri výbere nového kávovaru, sa spotrebiteľ prikloní skôr k tej značke, ktorú používa jeho obľúbená blogerka, ktorá si každé ráno vo svojich „stories“ vychutnáva espresso s bohatou penou. Odhaduje sa, že v roku 2020 sa do marketingu na Instagrame investuje až 6,5 miliardy dolárov, čo predstavuje až dvojnásobok oproti roku 2017. Mnohí marketingoví odborníci ho považujú práve za najdôležitejšiu platformu pre získavanie nových zákazníkov. Ako to býva v každom biznis modeli, aj marketing na Instagrame a influencing má svoje úskalía, na ktorých padá. Na jednej strane sú poctiví influenceri, ktorí si sami vybudovali svoju základňu fanúšikov a na druhej tí, ktorí si dokážu množstvo fanúšikov kúpiť cez falošné účty. Rovnako je možné objednať si „lajky“, po slovensky páčky, a komentáre od reklamných botov. Influenceri tak majú obrovské čísla v kolónke sledovanosti, no ich zásah a dosah je relatívne nízky. Skôr úbohý.



Živý marketingový nástroj = influencer
Influenceri sú prostriedkami marketingu, ich propagačnú aktivitu vidno najmä na Instagrame. Starostlivo vybraný človek dokáže predat' či spropagovať čokoľvek. Od výživových doplnkov, kozmetiky, vysávaču, nálepiek na chudnutie až po bankové služby, výrobu nábytku či autá. Sú to ľudia, ktorí majú vplyv na svoje publikum a značky to vedome využívajú vo svoj prospech. Samozrejme, ani títo propagátori neobídu naprázdno a za svoju prácu si nechávajú platiť, a to nie malými sumami. Pre mnohých je takáto reklama hlavným finančným príjmom. Influencerom môže byť ktokoľvek, pokojne aj vaša suseda, ktorá pri pečení používa ingrediencie výhradne len od jedného výrobcu. Záleží však len na nás, komu dáme dôveru a koho necháme ovplyvňovať naše konanie, správanie a názory.

zdroj: statista.com, influencermarketinghub.com, influencerdb.com
autor: Kristína Harnaňošová

Dnes sa už pohybujeme v desiatkach až stovkách eur za príspevok, tvrdí zakladateľ PS:Digital



Téma influencer marketingu je širokej verejnosti čoraz viac známa vďaka sociálnym sieťam. Zakladateľa reklamnej agentúry PS:Digital PETRA ŠEBA sme sa pýtali, ako vzniká spolupráca s influencerom a kedy sa stáva pre značku atraktívnym.



Podľa Petra Šeba nie je odmietnutie kampane influencerom tragédiou, skôr bežným javom

Podľa akých kritérií vyberáte influencerov na spolupráce?

Okrem počtu followerov berieme do úvahy aj ostatné parametre. Napríklad štýl komunikácie, teda ako odpovedajú svojim fanúšikom, respektíve či im vôbec odpovedajú. Pre značku by asi nebolo veľmi prínosné, keby spolupracujúci influencer ignoroval otázky spojené s promováním produktom alebo službou.

Čo iné okrem komunikácie si všímame?

Úplne najdôležitejšie je, aby ho sledovala cieľová skupina klienta. S tým priamo súvisí aktivita na konkrétnych sociálnych sieťach. V dnešnej dobe sa spolupráce čoraz viac obmedzujú len na Instagram. Samozrejme, ak chceme osloviť staršiu generáciu, dohodneme sa na výstupoch aj na Facebooku. Naopak, pokiaľ cieľime na tých najmladších, riešime TikTok alebo Snapchat.

Existuje relevantný počet sledovateľov, ktorým sa influencer stáva pre klienta atraktívnym?

Tu sa nedá povedať presné číslo. Platí, že čím viac followerov, tým sa značka dostane k väčšej mase. Pravdaže, musia to byť reálni followeri, preto si všímame, či reagujú na príspevky lajkmi (srdiečkami) a komentármi.

Ako prebieha konzultácia medzi agentúrou, klientom a influencerom?

To je veľmi individuálne, záleží to od klienta aj od kampane. Na základe zadania klienta vytipujeme najvhodnejších influencerov.

Následne si dohodneme stretnutie, na ktorom mu odprezentujeme náš výber. V tejto fáze veľa diskutujeme. Klient sa väčšinou po pár dňoch ozve s konkrétnym menom alebo menami. Potom sa rozbieha druhé kolo, v ktorom oslovujeme vybraných instagramerov a stretávame sa s nimi. Pýtame sa na ich predstavy o spolupráci a predstavíme im tie naše. Ak sa zhodujú, ideme do toho.

Čo ak spoluprácu influencer neprijme?

Do kampaní väčšinou navrhujeme viacero mien. Ak sa nedohodneme s prvým, oslovujeme druhého. Dnes je to celkom bežná vec, nejde o žiadnu tragédiu. Influencerovi sa nemusí páčiť produkt alebo sa nedohodneme na počte výstupov, spôsobe komunikácie či odmene.

Stáva sa vám, že klient žiada konkrétneho influenceru?

Áno. Niekedy majú dobré tipy, inokedy sa zase stáva, že klientovi sa ako bežnému používateľovi Instagramu páči nejaký influencer, ktorý ale nie je vhodný pre jeho značku. Vtedy si to žiada menšie usmernenie.

Oplatí sa investovať do viacerých mikroinfluencerov alebo radšej do jedného s vyše 50-tisíc followermi?

Opäť záleží od klienta a kampane. Kameňom úrazu pri väčších menách býva rozpočet. Instagrameri s veľkým počtom followerov sa neboja vypýtať si peniaze, ide o ich živobytie. Pohybujeme sa v desiatkach

až v stovkách eur za príspevok či 1-dňový príbeh, čisto barterové spolupráce už dnes nefungujú. Ak sme limitovaní rozpočtom, vyberáme menšie mená, ktoré ale rovnako dobre korešpondujú so značkou.

Má Instagram ako reklamný priestor budúcnosť?

Určite má. V USA testujú funkciu Checkout, pomocou ktorej si kúpite produkt priamo v aplikácii a zaplatíte cez PayPal bez nutnosti preklikávať sa do e-shopu. Využívajú ju značky, ako napríklad H&M, Michael Kors, Adidas alebo Zara.

Niektorým ľuďom prekáža všadeprítomná reklama. Čo by mali influenceri, ktorí sú od nej finančne závislí, robiť, aby nestratili followerov?

Teraz sa musím trochu odosobniť od svojej profesie. Odporučil by som im, aby si starostlivo vyberali spolupráce a nepropagovali každú značku, ktorá ich osloví.

zdroj: digital.rulezz.sk
foto: psdigital.sk, zive.aktuality.sk - Ján Trangel
autor: Katarína Hrbková



PETER ŠEBO (37)
Študoval na Ekonomickej univerzite v Bratislave. Po škole pôsobil 4 roky v špecializovanom mesačníku Stratégie, v ktorom

prešiel od pozície web editora až po kreatívneho riaditeľa pre digitálne projekty. Je autorom a spoluautorom viacerých marketingových konferencií pod značkou Rulezz a chodí prednášať na vysoké školy. V roku 2014 založil digitálnu marketingovú agentúru PS:Digital, ktorá získala viacero ocenení za digitálnu kreativitu, efektivitu aj PR. Pracuje v nej ako riaditeľ.



Hodnota influencera sa už dávno neposudzuje len podľa počtu followerov

Je prirodzené, že viac veríme odporúčaniam influencerov, ktorých sledujeme, než reklame v televízii. Aj preto je influencer marketing najrýchlejšie rastúcou formou online reklamy a trendom posledných rokov. Prekvapujúco nezaostáva ani Slovensko a firmy sa čoraz viac púšťajú do spoluprác s veľkými, ale aj lokálnymi influencermi, aby spropagovali ich produkt.

Pre väčší prehľad o marketingu na sociálnych sieťach zverejnil zoznam top influencerov na Slovensku. Tohtoročný zoznam má však odlišnú metodiku. Už neplatí priama úmera, teda čím viac sledovateľov influencer má, tým bude väčší jeho zásah a vplyv. Redaktori Forbes sa rozhodli spraviť rebríček komplexnejšie. Kým minulý rok boli osobnosti rozdelené iba podľa počtu sledovateľov na štyroch sociálnych sieťach, tento rok brali do úvahy viacero faktorov. Vďaka dotazníkom a dopytovaniu zostavili rebríčky top influencerov podľa IPI skóre, dôveryhodnosti, obľúbenosti či kontroverznosti.

Influenceri podľa IPI skóre

V tomto rebríčku sú influenceri, ktorí majú najväčšiu schopnosť ovplyvniť svojich fanúšikov a priviesť ich ku kúpe propagovaných výrobkov alebo k návšteve miest či podnikov. Pripisuje sa im IPI skóre (Influence Power Index). Tí, ktorí ho majú najvyššie, výrazne vplyvajú na myslenie a správanie svojich sledovateľov. U nich sa potom prejavuje potreba vlastniť rovnaký produkt, skúsiť rovnaké jedlo či podnik.

1. GARÁŽ.TV

Za Garáž.TV stojí Rasťo Chvála. Nadšenec do áut a bývalý motoristický novinár vydavateľstva Petit Press. Je známy tým, že recenzuje autá rôznym značkám, vďaka čomu dokáže vo veľkej miere ovplyvniť nákupné správanie ľudí. Jeho hlavným propagačným kanálom je YouTube.

Počet fanúšikov:

15-tisíc 14-tisíc 109-tisíc

2. MRPYCO

Mnohí poznajú Martina „Pyca“ Rauscha predovšetkým ako moderátora. Netají sa svojím vegetariánstvom a záľubou v pečení či varení. Jeho aktivita na sociálnych sieťach je zameraná práve na kulinársku činnosť výhradne vegetariánskych jedál. Na YouTube vystupuje na vlastnom kanáli, ale aj pod hlavičkou Kuchyne Lidla. Okrem toho vydal tri knihy receptov, ktoré sám napísal a tiež odfotografoval.

Počet fanúšikov:

121-tisíc 67-tisíc 1,5-tisíc

Forbes

TOP 3 PODĽA OBLÚBENOSTI

1. Andrea Zahurancová @andreazahurancova
2. Rasťo Chvála @garaz.tv
3. Lenka Titková @l3nik

TOP 3 PODĽA DÔVERYHODNOSTI

1. Rasťo Chvála @garaz.tv
2. Patrik Paulínyi @patrikpaulinyi
3. Matej Tóth @tothem83

zdroj: Forbes

3. LUCYPUG

Lucia Hrušková tvorí obsah najmä pre mladé dievčatá. Zaujíma sa o módu, kozmetiku, DIY projekty a cestovanie. Je najsledovanejšou slovenskou youtuberkou. Na svojom účte propaguje rôzne produkty a spolupracuje so značkami, akými sú napríklad Tezenis, Coca-Cola či Bioderma.

Počet fanúšikov:

75-tisíc 764-tisíc 553-tisíc



O influencer marketingu s influencerami

Oslovili sme ľudí, ktorí zabrali v zozname popredné priečky. Vybrali sme takých, ktorí dokazujú, že dnes už influenceri nemusia mať milióny followerov, aby boli pre značky zaujímaví, relevantní a pre ľudí dôveryhodní.

Martin „Pyco“ Rausch @mrpyco
2. miesto podľa IPI skóre



foto: www.pravda.sk

Dnes je pomenovanie influencer vnímané takmer ako nadávka. Považujete sa za zaňho?

Samotný pojem je ešte stále pomerne mladý a nie celkom pochopený. Influencer je neraz vnímaný ako online individuum, ktoré má početnejšie publikum a robí reklamu za peniaze, neraz na hocičo a pre hocičo. Na druhej strane je influencerom aj ten, kto online priestor využíva na propagáciu pozitívnej či tvorivej myšlienky alebo nápadu, čo nemusí byť zákonite spojené s komerčným partnerstvom. Moje pôsobenie v tomto priestore je spojené s varením, video produkciou a receptami. Snažím sa, aby som mohol patriť do druhej spomínanej kategórie.

Myslíte si, že svojich followerov ovplyvňujete?

Nie, nesnažím sa nikoho ovplyvňovať, pretože sám nemám rád, keď sa o to niekto snaží. Venujem sa veciam, ktoré ma bavia, a vždy verím, že ak niečo robíte preto, že vás to baví, tak svojho poslucháča, diváka, čitateľa si to nájde. A potom pri všetkom šťastí prichádza k efektu, že vaša tvorba niekoho inšpiruje. Netreba mať prehnané očakávania a robiť veci, ktoré vás bavia s vidinou odmeny, popularity či počtu lajkov a followerov.

Lucia „Lucid“ Sládečková
@lucidstyle_official
4. miesto podľa IPI skóre



foto: www.beautypoint.sk

Myslíte si, že ak by ste nemali Instagram, vaša klientela by bola menšia?

Áno, najmä by to bol úplne iný rozmer

práce. Som vo veku, keď mám rada pracovnú pozornosť, takže vystúpenia, fotenia či výtvary rada ukážem. Instagram je stále dobrý nástroj na prezentáciu, snáď ho úplne nepokazia ako Facebook.

V akej cenovej relácii sa pohybuje vaša odmena za post či Instagram story s produktom a jeho označením?

Každý má svoj cenník. Ja mám všetko nastavené tak, aby som dokázala vytriediť to množstvo záujemcov. Mám predajný Instagram a úžasnú cieľovú skupinu, ktorú som si roky budovala. Sú to zrelé ženy, matky a fanúšikovia mejkapu. Firmy zarábajú vďaka reklame na Instagrame, a preto si nemyslím, že by som mala robiť barter. Vždy hovorím, že ak chcu Bartrovať reklamu, tak nech skúsia Bartrovať oni svoj produkt s koncovým zákazníkom.

Andrea Zahurancová - 1. miesto podľa obľúbenosti @andreazahurancova



foto: www.heroes.sk

S koľkými značkami momentálne spolupracujete?

Spolupracujem dlhodobo s piatimi. Tenisky, slovenské legíny na cvičenie, dentálna hygiena, auto a ekologická telová kozmetika. Posúvam skôr praktické veci, ktoré mi zjednodušujú, skrášľujú či spríjemňujú život a cestovanie. Malé slovenské projekty promoviem zadarmo a posúvam veľa neziskoviek, útlukov alebo príbehov ľudí. Nemusím tým okamžite ľudí motivovať, no tým, že vidia, aké príbehy sú okolo nás, sa v nich možno niečo zmení. Prebúdí sa empatia alebo sklony k dobročinným akciám.

Akú spoluprácu by si nikdy nezrealizovala a prečo?

Spolupráce odmietam každodenne. Chcem, aby bol Instagram platformou, ktorá človeku niečo prinesie a obohatí ho. Nielen jeho oko, ale i dušu, rozum. Preto

odmietam promovanie liekov na chudnutie, detoxikačné čaje, nástroje na zväčšovanie pier, elektronické cigarety atď.



Využívate svoj počet followerov a ponúkate značkám spolupráce?

Ja značky oslovujem málokedy, no keď už, tak len také, ktoré sa naozaj hodia, napríklad pri cestovaní po žižovne áut.

Patrik Paulínyi - 2. miesto podľa dôveryhodnosti (@patrikpaulyini)



foto: www.youtube.com

Čo myslíš, prečo podľa Forbes patrí medzi najdôveryhodnejších influencerov na Slovensku?

Možno preto, že nechcem nič nasilu do ľudí tlačiť, presviedčať ich o tom, že len tie moje názory sú správne. Myslím, že jediná téma, na ktorú som naozaj tlačil a snažil sa ani nie tak zmeniť vnímanie ľudí, ako na túto tému upozorňovať, boli odpadky v prírode. Ja nechcem ľudí pretransformovať na moje názory, skôr je pre mňa dôležité upozorniť na problémy a potom to už nechám na nich, ako sa k tomu postaví.



foto: www.novycas.sk

V akej cenovej relácii sa pohybuje tvoja odmena za post alebo story s produktom a jeho označením?

Nedá sa mi jednotne odpovedať na túto otázku, pretože to záleží len a len od formy spolupráce. Môžu to byť stovky eur, no nemusí to byť ani euro. Keď mám o niečo sám záujem, nemám problém riešiť spoluprácu formou barteru. Môj hlavný príjem je z tvorby videa. Pri spoluprákach je to často o tom, že ma oslovia s hlavným zámerom tvorby videa a Instagram je len niečo ako doplnok celej spolupráce.

autor: Tereza Šuveríková
zdroj: Forbes
foto: www.freepik.com

TOP 5 INFLUENCEROV V POČTE SLEDOVATEĽOV



1. GoGoman TV (3,2 milióna sledovateľov)

1,81 milióna 968-tisíc 436-tisíc

2. Peter Sagan (2,8 milióna sledovateľov)

1,6 milióna 1,2 milióna 53,5-tisíc

3. Rytmus (1,9 milióna sledovateľov)

734-tisíc 593-tisíc 595-tisíc

4. ExplOited (1,6 milióna sledovateľov)

912-tisíc 589-tisíc 149-tisíc

5. Lucia Javorčeková (1,5 milióna sledovateľov)

1,4 milióna 42-tisíc 1,42-tisíc
autor: Tereza Šuveríková



Podďte s nami do obchodu Kraj, v ktorom nakúpíte veľa kvalitných potravín od lokálnych pestovateľov a chovateľov. Na svoje si prídu aj ľudia s intoleranciami. Zapojte sa do súťaže o poukážky v hodnote 5 eur na našich sociálnych sieťach. V prípade výhry vám ich odovzdáme 18. marca 2020 na spoločných raňajkách.



333 miliónov

je dosiaľ najvyšší počet fanúšikov, na konte ich má samotný @instagram



Cristiano Ronaldo

Prvý človek, ktorý prekonal hranicu 200 mil. fanúšikov

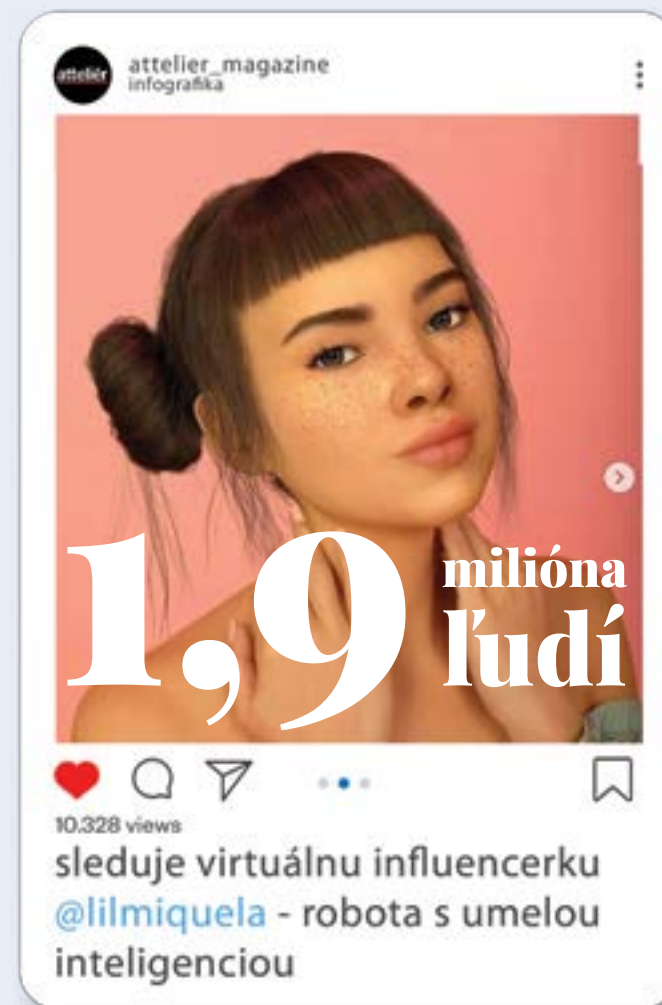
Slováci s najviac followermi na Instagrame

@petosagan 1,6 mil.
@lucijavorcekova 1,4 mil.
@gogomantv 979 tis.



1920

Tento rok sa považuje za zrod influencer marketingu. Spoločnosť Coca-Cola začala používať v reklamách Santa Clausa.



Najsledovanejšími ľuďmi na Instagrame sú športovci a umelci

Influencer marketing sa zameriava na ľudí na sociálnych sieťach. Pri pohľade na reklamné kampane veľkých značiek vidíme, že každá z nich má minimálne jednu svetovú osobnosť, ktorá prezentuje ich produkty. Kto má nárok vypýtať si najviac peňazí? Ponúkame rebríček tých najsledovanejších osobných účtov na Instagrame.



Selena Gomez (27) @selenagomez
168 miliónov sledovateľov

Selena bola dlho jednotkou rebríčka a donedávna jej patrilo miesto v top trojke. Speváčka a bývala partnerka hudobného kolegu Justina Biebera má tiež bohaté zastúpenie fanúšikov na Facebooku či TikToku. Okrem muziky sa venuje vlastným projektom a značkám.



Dwayne Johson (47) @therock
172 miliónov sledovateľov

Herec, ktorý sa preslávil účinkovaním vo viacerých úspešných filmoch, je v rebríčku najsledovanejších ľudí na treťom mieste. Zakrátko päťdesiatnik dokáže v obľúbenosti konkurovať mladšej generácii osobností, čo je prinajmenšom na Instagrame raritou.

V detstve trpel šikanou a mal veľké problémy v škole i doma. Jeho príbeh zaujal veľké množstvo ľudí ešte predtým, ako začal pôsobiť na Instagrame. Dnes má vlastnú produkčnú spoločnosť.



Kim Kardashian (39) @kimkardashian
160 miliónov sledovateľov

Kim sa venuje fitnessu, absolvovala rôzne plastické operácie a jej postava so širokým pozadím je pre ňu ikonická. Podľa jej príspevkov možno usúdiť, že miluje spoločenský život a nemá problém s nahotou. Založila značku spodného prádla a tvarujúceho oblečenia Skims a kozmetiku KKWBeauty. Venuje sa tiež charitatívnej činnosti.



Ariana Grande (26) @arianagrande
175 miliónov sledovateľov
Mladá speváčka je momentálne

najsledovanejšou ženou na sociálnych sieťach vôbec. Verejne odkrýva vážne témy, za čo ju časopis Billboard v roku 2018 vyhlásil za ženu roka. Jej príspevky sú často vo vyblednutých farbách alebo čierno-biele. Rodáčka z Floridy je prvou umelkyňou, ktorá ma v desiatke najlepších amerických hitparád skladbu z každého zo svojich prvých piatich albumov. Patrí k najlepšie zarábajúcim celebritám a do prvej stovky najvplyvnejších ľudí sveta.



Cristiano Ronaldo (35) @cristiano
204 miliónov sledovateľov

Rodák z Madeiry sa stal prvým profilom okrem oficiálneho účtu Instagramu, ktorý prekonal 200-miliónovú hranicu sledovateľov. Hráč Juventusu Turín sa stal ikonou na Instagrame ešte počas svojho pôsobenia v Real Madrid. Založil vlastnú kolekciu oblečenia CR7 a venuje sa hotelierstvu. Na rodnom ostrove má sieť hotelov a miestni mu postavili sochu. Historicky najlepší strelec portugalskej reprezentácie propaguje najviac značku Nike, s ktorou má spoluprácu vyše 10 rokov. Zaujímavosťou je, že klub, v ktorom hrá, má odevného sponzora konkurenčný Adidas.

zdroj: beauty.sk
autor: Marek Bajči

Nastupujúci plat učiteľa vo výške priemernej mzdy či segmentácia detí z asociálnych rodín. Čo iné chystajú zaviesť do školstva politické strany?

Oslovili sme kandidujúce politické strany, aby sme zistili, aké zmeny plánujú zaviesť v oblasti školstva v prípade, že by sa dostali do vlády. Z oslovených politických strán nám odpovedalo len niekoľko. Zaujímalo nás, ako vidia budúcnosť školstva, či chcú rušiť vysoké školy a čo hovoria na odchod lekárov za hranice.

POLITICKÝCH STRÁN SME SA PÝTALI:

1. Vzdelávanie lekárov na Slovensku prechádza náročným obdobím. Naši vyštudovaní lekári odchádzajú do zahraničia, väčšinou do Česka alebo Rakúska, za lepšími, najmä platovými podmienkami. Ako by ste motivovali mladých lekárov, aby ostali pôsobiť na Slovensku?

2. Podľa štatistík mladí ľudia čoraz častejšie odchádzajú študovať na vysoké školy do zahraničia, ktoré sa v rebríčkoch kvality nachádzajú omnoho vyššie. Ako chcete po voľbách riešiť túto situáciu?

3. Slovenská akreditačná agentúra (SAA) bude dohliadať na kvalitu vysokých škôl. Ako hodnotíte tento krok? Je z vášho hľadiska nutné rušiť alebo, naopak, otvárať nové vysoké školy?

4. Ak by ste sa dostali do vlády, aké zmeny plánujete zaviesť v oblasti školstva?

5. Máte v pláne pomôcť mladým ľuďom so študentskými pôžičkami? Ak áno, ako chcete riešiť tento problém?



Koalícia Progresívne Slovensko a SPOLU

1. Z analýz je známe, že to nie je iba o plate (pri

lekároch, u sestier oveľa viac áno). Dôležitejšie je zdravotníkom ponúknuť víziu a kvalitný manažment namiesto politických nominácií, zlepšiť systém atestácií, rezidentských programov, začať pravidelne investovať do nemocničnej infraštruktúry aj na vzdelávacie účely, priniesť do systému viac motivačného odmeňovania a celkovo tlačiť na lepšiu výučbu viac prepojenú s praxou na VŠ aj po nej.

2. Exodus študentov zo Slovenska považujeme za jeden z hlavných strednodobých problémov našej krajiny. Vidíme z druhu riešení. Jedným je naštartovanie zmien vo vysokom školstve. Chceme, aby sa univerzity rozdelili podľa výkonnosti a kvality a podľa toho boli aj financované. Druhým je podpora vytvárania atraktívnych miest pre mladých ľudí študujúcich v zahraničí, aby mali záujem vrátiť sa. Chceme napríklad budovať sieť živých laboratórií, posilniť regionálne inovačné centrá a podporovať rozvoj inovatívnych nápadov.

3. Agentúru považujeme za dobrý, ale zároveň predčasný krok. Univerzity sú vo veľmi zlom stave; to nie je len o akreditáciách. Otvárať nové vysoké školy neplánujeme. Podporíme rozčlenenie existujúcich vysokých škôl na výskumné a nevýskumné, ako aj ich rozdelenie podľa stupňa vzdelania, ktoré poskytujú, na bakalárske, magisterské a doktorandské.

4. Okrem vyššie spomínaných opatrení v oblasti vysokého školstva a jeho prepojenia s výskumom a biznisom navrhujeme aj každoročne zvýšiť mzdy pracovníkov priemerne o 10 %, pretože sme hlboko pod štandardom OECD (Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj, pozn. red.). Chceme zmeniť obsah vzdelávania na základných a stredných školách, aby sme namiesto memorovania učili zručnosti, ktoré budú deti v živote

naozaj potrebovať. Podporujeme tvorbu kvalitných učebníc a vzdelávacích metodík pre učiteľov aj školský manažment. Navrhujeme predškolské vzdelávanie nárokovateľné postupne pre každé dieťa od 3 rokov a chceme bojovať proti plagiátorom a predátorským časopisom.

5. Ak by bolo potrebné pôžičky navýšiť, určite to podporíme.



Kresťanskodemokratické hnutie

1. Jednoznačne opatreniami, ktoré budú smerovať k vyšším, s uvedenými krajinami porovnateľným, príjmom. Motivovali by sme ich tiež lepšími podmienkami výkonu lekárskeho povolania.

2. Rebríčky kvality nie sú rebríčkami kvality, ale neusporiadaného systému rôznych vybraných ukazovateľov. Teda odchod mladých ľudí by sme nespájali s rebríčkami, ale so skutočnou kvalitou vysokých škôl, pocitom prijatia na nich a zapojenia do vedeckej činnosti, dobrým nastavením študijných programov, nastavením materiálnej i spoločenskej úcty k našim zamestnancom vysokých škôl a podobne. Okrem toho, voľný pohyb študentov sa predpokladá a niekedy je aj žiaduci z hľadiska ich skúseností. To, čo je potom dôležité, je ich uplatnenie a odmeňovanie na Slovensku.

3. SAA je zlomom v hodnotení vysokých škôl, je systémom v začiatočnom rozvoji a KDH tento systém podporuje, hoci nie je dokonalý. Rušiť vysoké školy môže len NR SR, nie SAA. Tá môže byť dobrým

ukazovateľom kvality vysokých škôl, ale aj ich súčastí, osobností, katedier a podobne.

4. Určite je to v skratke kvalita, internacionalizácia, finančné zabezpečenie (strednodobé, tak, aby bola možnosť plánovania činnosti na školách) a podobne.

5. Študentské pôžičky sa priebežne stále riešia a zlepšujú. Požiadavkou bol nulový úrok, ale to je vec názoru. Mali by poskytovať dostatočné objemy financií, čo by sa malo preskúmať v teréne.



Sloboda a Solidarita

1. V reforme zdravotníctva SaS navrhujeme doplniť platy lekárov o motivačný mzdový systém, ktorý odmení šikovných lekárov. Rovnako v nej presadzujeme debyrokratizáciu práce lekárov, využívanie nových technológií pre pacientov či stratifikáciu nemocníc.

2. Treba povedať, že mladí ľudia často odchádzajú nielen kvôli lepšiemu životu a platu v cudzine, ale aj kvôli politickej a spoločenskej situácii doma. Preto aj výmena vládnej garnitúry a príchod reformnej vlády bude pozitívnym signálom smerom k nim. V samotnom vysokom školstve chceme presadiť prísnu a nezávislú akreditáciu, odobratie akreditácie nekvalitným odborom a školám a aj lepšiu podporu uplatnenia absolventov. Jedným z našich cieľov je sledovať, ako sa absolventi uplatnia, teda aká je miera ich zamestnanosti a priemerná mzda, a zverejňovať tieto údaje. Študenti si tak budú môcť vybrať vysokú školu a odbor aj podľa toho, akú perspektívu do budúcnosti im ponúkne.

3. Pozitívne vnímame, že agentúra má zástupcu študentov. Avšak veľa sa hovorilo aj o personálnej nezávislosti, v minulosti ľudia z prostredia vysokých škôl boli členmi akreditačnej komisie a rozhodovali o akreditácii. Podobne to je pri akreditačnej agentúre. Slovensko má nadmerne veľa vysokých škôl a študijných odborov. Škótsko má podobný počet obyvateľov ako my a má 15 univerzít a 3 inštitúcie vyššieho vzdelávania. Viaceré z nich sú na popredných

miestach svetových rebríčkov kvality. Slovensko má 34 vysokých škôl a univerzít, čo sa musí zákonite odraziť aj na ich kvalite. Naším prvoradým záujmom musí byť to, aby boli školy kvalitné a poskytovali študentom dobré vzdelanie, a to sa podarí vďaka jasne stanovenej transparentnej akreditácii.

4. Okrem vysokého školstva a podpory uplatnenia absolventov, o ktorých hovoríme, chceme odmeniť nastupujúceho učiteľa platom vo výške priemernej mzdy, momentálne to predstavuje 1 013 €, a doplniť ho o motivačnú zložku. Ďalej navrhujeme sfunkčniť organizácie ministerstva školstva tak, aby boli nápomocné školám, podporovať nové učebné metódy, systematicky inovovať obsah vzdelávania či umožniť školám výber učebníc.

5. Chceme podporiť hlavne študentov z nízkopríjmových rodín, ktorí splnia podmienky na štúdium na vysokej škole. Splácanie pôžičky chceme nadviazať na príjem absolventa po ukončení štúdia, aby jej splatenie nebolo veľkou záťažou, teda mladý človek bude splácať takú sumu, akú si bude môcť dovoliť zo svojho platu.



Kotlebovci – Ľudová strana Naše Slovensko

1. Podľa našich zistení sú prvotnou príčinou odchodu mladých vyštudovaných lekárov do zahraničia ani nie tak platy, ale najmä zlé pracovné podmienky v zdravotníckych zariadeniach na Slovensku. Zariadenia sú zastaralé, často nefunkčné, lekári majú pridelených priveľa pacientov, nestíhajú, musia robiť veľa nadčasov atď. Vyčerpaní, sklamaní a frustrovaní potom po krátkom čase odchádzajú radšej do zahraničia, kde dostanú nielen viac peňazí, ale najmä môžu pracovať v dôstojných podmienkach. To sa netýka len lekárov, ale aj často nedoceňovaných zdravotných sestier a ošetrovateľov. Preto sa v prvom rade budeme snažiť o zlepšenie pracovných podmienok. Ak sa odľev lekárov ani napriek tomu nezastaví, tak sme odhodlaní pristúpiť aj k spoplatneniu štúdia medicíny formou štátnych

pôžičiek. Tým lekárom, ktorí zostanú pracovať na Slovensku, sa táto pôžička bude za každý odpracovaný rok automaticky znižovať. Tí, ktorí odídu do zahraničia, budú musieť náklady na svoje štúdium štátu preplatiť.

2. Slobodná voľba školy je a musí zostať právom každého študenta. Kto chce a má na to, môže ísť slobodne študovať do zahraničia. Mnohé zahraničné vysoké školy sú kvalitnejšie len preto, že sa nesústredia na kvantitu, ale na kvalitu. Ak chceme kvalitné vysoké školy aj na Slovensku, tak musíme začať fungovať podobne. Kvalitnú školu nevybudujú nekvalitní učitelia a leniví študenti, ktorí študujú len kvôli titulu. Kvalitné školy vybudujú tímy šikovných a prirodzene dobre zaplatených ľudí, ktorých daný odbor baví a štúdium a výskum ich naplňa.

3. Treba na rovinu povedať, že úroveň vzdelávania znehodnocujú najmä niektoré súkromné vysoké školy, na ktorých vyštuje doslova každý, kto vydrží platiť školené. Seriózne univerzity potom v takejto konkurencii musia znižovať svoje nároky. Vznik na oko nezávislej akreditačnej agentúry považujeme za alibizmus ministerky z SNS. Nič také ako nezávislá agentúra vo vysokoškolskom prostredí na Slovensku, kde každý pozná každého, predseda nemôže existovať. Treba vziať do rúk zodpovednosť a odvážne presadiť v systéme školstva zmeny, ktoré posunú Slovensko k svetovej špičke. Určite budeme raziť politiku, aby sa vysoké školy zameriavali radšej na kvalitu ako kvantitu. Budeme postupne obmedzovať štátne financovanie súkromných vysokých škôl a ich počet postupne prirodzene redukovať. Naším cieľom je, aby na Slovensku zostalo 15 až 20 špičkových verejných (štátnych) škôl, na ktorých budú študovať tí najšikovnejší.

4. Ak chceme vybudovať rozvinutú a prosperujúcu spoločnosť, tak musíme podporovať súťaživosť, nie lajďáckosť. Každému zabezpečíme rovnosť príležitostí, t.j. aby mal každý možnosť získať naozaj bezplatne kvalitné vzdelanie v štátnom školstve. Bude na danom konkrétnom človeku, ako tieto príležitosti využije, ako sa bude snažiť a či sa vypracuje až k úplnej špičke. Konkrétne podporíme štátnu výstavbu materských škôl, v ktorých bude možnosť umiestniť dočasne dieťa aj počas leta. Rozšírime špeciálne základné školy pre deti z asociálnych rodín, aby nebrzdili v školách vývoj detí zo slušných rodín. Takéto

miešanie detí neprinieslo nič pozitívne, len spomalenie výučby a problémy so správaním a šikanovaním. Práve naopak, pre deti z asociálnych rodín zavedieme výučbové programy šité na mieru, aby sme podporili ich integráciu do spoločnosti. V strednom školstve budeme masívne podporovať najmä stredné odborné školy a ich prepojenie s praxou. Vo vysokom školstve sa sústredíme na podporu verejných (štátnych) vysokých škôl, najmä prírodovedného a technického zamerania. Humanitárne odbory podporíme do miery, do akej sú ich absolventi potrební na trhu práce a súkromné školy postupne zredukujeme. Zrušíme dotácie pre rôzne pochybné politické mimovládne organizácie propagujúce liberálnu agendu na školách a namiesto toho podporíme výchovu žiakov k slušnosti, k úcte k starším a k zdravému životnému štýlu na hodinách telesnej výchovy.

5. Vzdelávanie musí byť bezplatné a dostupné pre každého. Štátne (verejné) školy preto musia byť zadarmo, ceny za internáty musia byť symbolické a doprava pre študentov musí zostať tiež za symbolické ceny. Nedostatok peňazí jednoducho nesmie byť prekážkou na získanie kvalitného vzdelania. Sami vidíme, že aj medzi chudobnejšími ľuďmi sa skrýva množstvo nerozvinutých talentov. Ak by aj napriek tomu niekto nemal dostatok peňazí na ďalšie sprievodné náklady sprevádzajúce štúdium, určite by mala zostať zachovaná možnosť získania bezúročných študentských pôžičiek poskytovaných štátom.



Dobrá voľba

1. Lekárom treba v prvom rade odňať zbytočnú administratívnu záťaž. Pri odmeňovaní za prácu im treba nastaviť také podmienky, ktoré by ich motivovali dosahovať čo najlepšie výsledky tak, aby aj pacienti boli spokojní s ich prácou. Tí najkvalitnejší by mali byť podľa nás najlepšie odmeňovaní. Úroveň zdravotníctva úzko súvisí s úrovňou medicínskeho vysokého školstva.

Treba zmeniť systém vzdelávania, ako aj spôsob, akým absolventi slovenských vysokých škôl nazerajú na zdravotníctvo. Musíme zabezpečiť, aby sa mladí lekári mohli vzdelávať v moderných nemocniciach a univerzitách a následne aj pracovať v moderných podmienkach.

2. Podporíme vybudovanie slovenských centier excelentného výskumu v súlade s priemyselnou špecializáciou Slovenska, motivujeme regionálne vysoké školy k úzkej spolupráci s miestnymi výrobcami a podporíme aj vo vysokom školstve viac kvality a menej kvantity.

3. Dôležitým krokom je pre nás reforma typov a počtov stredných a vysokých škôl, ktoré v súčasnosti nezodpovedajú potrebe výchovy absolventov pre štrukturálne a hospodárske nastavenie Slovenska. Rovnako je nevyhnutné zamerať sa na nastavenie systému vzdelávania a stabilizácie vybraných kritických profesií, akými sú lekári, sociálni pracovníci, vývojári pre IT elektroniku a ďalšie, v súčasnosti veľmi náročné na Slovensku obsadzované, ale potrebné profesie. Akreditačná komisia by mala byť odborná, apolitická a v prvom rade by mala dbať na čo možno najvyššiu kvalitu vysokého školstva.

4. Investície do vzdelania, nášho najväčšieho bohatstva, sa začínajú už v materských školách a pokračujú na základných a stredných školách. Je pre nás veľmi dôležité, aby bola škôlka dostupná pre každé dieťa. Zmeníme a decentralizujeme systém nastavenia kvót pre prijímanie študentov na základné školy, stredné školy a vysoké školy podľa strategických spoločensko-hospodárskych priorít. Tomu bude podriadené aj financovanie školstva, ktoré chceme orientovať smerom na výstupy: zavedieme výkonové financovanie v školstve podľa počtu uplatnených absolventov v odbore štúdia, počtu úspešne získaných, vyriešených a hlavne prakticky uplatnených projektov vedy a výskumu a pod., stabilizujeme mzdový systém previazaním na reálne výkony a merateľné výstupné ukazovatele a vytvoríme motivačné schémy pre učiteľov.

5. Študentské pôžičky má pod svojím patronátom Študentská rada vysokých škôl. Budeme podporovať každý jej návrh, ako systém pôžičiek zlepšovať. Sme za to, aby študenti mali nulový úrok.

autor: Júlia Jamrichová

PRIORITY PRE VYSOKÉ ŠKOLSTVO:

2. Vysokoškolské prostredie

2.1. Každoročne navyšovať financie na vysokoškolské vzdelávanie minimálne o 60 mil. eur (okrem sociálnej podpory študentov, valorizácie miezd a inflácie);
2.2. Metodiku financovania vysokých škôl systémovo prehodnotiť tak, aby bola motivujúcim nástrojom, vychádzala z dosahovanej kvality vzdelávania, výskumu a umenia, ako aj potrieb spoločnosti a poskytovala predvídateľné a stabilné financovanie;
2.3. Dlhodobo systematicky financovať rekonštrukcie internátov na min. úrovni 25 mil. eur ročne nad rámec medzioročného navýšenia pre vysokoškolské vzdelávanie;
2.4. Rozvíjať internacionalizáciu vysokoškolského prostredia a odstrániť prekážky pri získavaní povolení na pobyt pre zahraničných študentov, mladých vedeckých pracovníkov a medzinárodne uznávaných odborníkov z tretích krajín;
2.5. Pozitívne propagovať slovenské vysoké školy doma i v zahraničí.

3. Výskumné prostredie a podpora excelentnosti

3.1. Podporovať vedeckú, výskumnú a ďalšiu tvorivú činnosť nielen na vysokých školách, ale aj v národnom kontexte min. na úrovni 1,2 % HDP vrátane navýšenia rozpočtu grantových agentúr;
3.2. Adresne podporovať sumou 20 mil. eur ročne excelentné vedecké, výskumné a umelecké tímy na vysokých školách; finančne podporiť ich propagáciu doma i v zahraničí;
3.3. Prijímať a realizovať národnú stratégiu otvorenej vedy vrátane otvoreného prístupu v súlade s európskym trendom, vrátane zabezpečenia výdavkov zo štátneho rozpočtu v tejto oblasti;
3.4. Realizovať medzinárodný audit vedeckej, výskumnej a ďalšej tvorivej činnosti naprieč verejným a súkromným sektorom. Audit zamerať nielen na kvalitu, ale aj na obsah vrátane jeho budúceho dopadu, kreativitu a brať do úvahy rôznorodosť vedných odborov.

4. Legislatívne prostredie

4.1. Prijímať nový vysokoškolský zákon a súvisiace právne normy, ktoré umožnia samostatnosť pri formulácii poslania vysokej školy a spôsobu jeho naplňovania, štruktúry a riadenia, s dôrazom na posilnenie autonómie vysokých škôl a to na základe širokej odbornej diskusie;
4.2. Garantovať akademické práva a slobody a legislatívne zmeny realizovať po diskusii v akademickej obci a po vyjadrení reprezentácií vysokých škôl. Každá z reprezentácií vysokých škôl má vypracované a zverejnené svoje priority na roky 2020 – 2024, ktoré detailnejšie rozvíjajú uvedené priority.



Si naivný prvovolič, otvor oči!

Byť mladý rovná sa byť neskúsený. Zo všetkých strán sa na nás valia poznámky spojené s našou naivitou a zaslepenosťou. Počúvame, že sa sklame, pretože všetci politici sú rovnakí klamári a mafiáni. Hustia do nás, že máme byť vďační za to, že na tom nie sme ešte horšie. Tak sa teda samej seba pýtam, kto by si v súvislosti s podobnou témou mal vyslúžiť kritiku či nálepku „zaslepený“. Nie náhodou tí, ktorí sa dobrovoľne rozhodli vzdať sa práva voliť a aj napriek tomu budú neskôr nadávať na politickú situáciu? Nie tí, ktorí idú voliť stranu, ktorá vytvorila v našom štáte dokonalé podmienky na fungovanie mafie? Stranu,

ktorá nás okradla nielen o všetky istoty, ale aj o status právneho štátu? Nie tí, ktorí s hrdosťou vyhlasujú, že svoj hlas odovzdajú fašistom, ktorí pár dní pred voľbami kandidujú bez zmysluplného volebného programu a ktorých súčasťou je napr. Medvecký, obžalovaný z bitky Dominikánca, či Király, obvinený z úkladnej vraždy? Celá situácia ma len presvedča o tom, že ak mám byť označená za naivnú len kvôli tomu, že verím v zmenu a v lepšie Slovensko, s hrdosťou toto oslovenie prijmem. Rovnako ako väčšina mladých ľudí, aj ja túžim znova veriť v spravodlivosť. V tú, ktorá ku každému pristupuje rovnakým metrom.

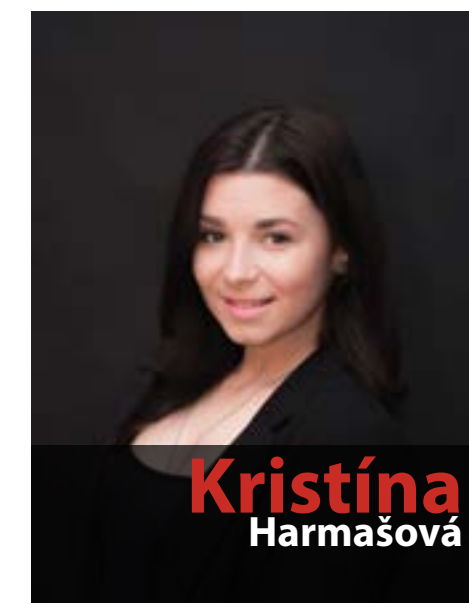


Júlia
Jamrichová

Bežný deň mladej influencerky

Fanúšikom ráno v desiatich „storkách“ oznámim, že som vstala a spolu si pripomenieme, čo ma dnes čaká. Som veľmi zaneprázdnená, nič nestíham. Robím si kávu v kávovare značky Y a raňajky dokonale nastajlujem. Možno ich zje mama, mne nechutia. Vypijem práškový kolagén a vitamín V s olejom. Natočím sa, aby moji fanúšikovia vedeli, že aj keď je to odporné, som ochotná pre krásu trpieť. Oblečiem sa, označím značku čiapky, kabátu a šiat. Som na káve. Hashtag coffeetime, kaviareň a krásny deň. Pri nasadaní do auta ma opäť niekto „náhodou“ vyfotí. Čas na fitko, keď už mám od sponzora tie legíny a gumených medvedíkov

na chudnutie! V šatni nikto nie je, takže si môžem v pokoji spraviť dvanásť dokonale naličených svojok. Takmer by som zabudla! Tenisky mám z obchodu F a rovnaké môžete mať aj vy so zľavovým kódom UTEKAJ! Po fitku si dávam iba nutričný nápoj a tyčinku. Možno potom zájdem do mekáča, to nenatočím. Konečne večer tohto náročného dňa. Musím fanúšikom povedať, že som v neskutočnom strese z mojich povinností. Odličujem sa. Aj keď sa ma nikto nepýtal, začínam vetou: „Všetci sa ma pýtate, čím sa odličujem.“ Uf, vďaka bohu za Instagram. Kedy by som medzi tým všetkým stihla chodiť do práce?

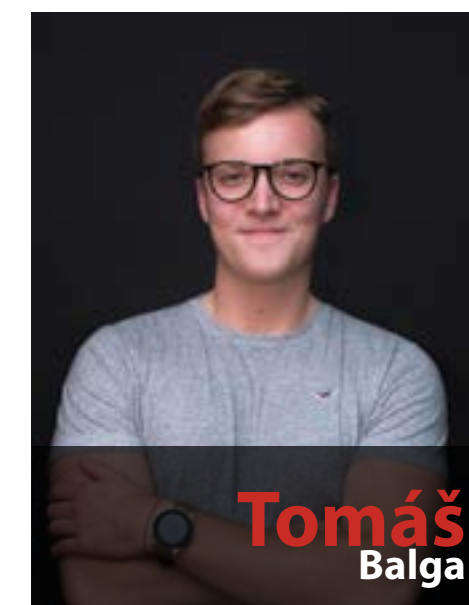


Kristína
Harmašová

Rozpočet nehrá rolu

Mal som tú možnosť precestovať Balkán, Ameriku, Kanadu, Anglicko, Karibik a strednú Európu. Každý preferuje vlastný typ letného dovolenkového odpočinku od každodennej rutiny. Ja osobne neuznávam cestovanie do vopred turistickej „overených“ destinácií a týždenného vylihovania na pláži. Musí to byť o nepoznanom! Z finančného hľadiska sa chudobnému študentovi cestuje trochu náročnejšie, ale dá sa to. Netreba cestovať len tou najpohodlnejšou dopravou! Zábava je vtedy, keď idete cez Apeniny autom z roku Pána bez posilňovača a bŕzd, ktoré zhoreli už na predošlej zákrute. Oplatí sa tiež zmeňovať leteckú dopravu za pohodlný vlak, ktorý

má devätnásťkrát menšiu produkciu skleníkových plynov ako lietadlo a vypustí tridsaťkrát menej oxidu uhličitého. Výhody vlakov sú nespočetné, od pohodového obeda s čapovaným pivkom až po spací vagon s pohodlnou posteľou. Pokiaľ chcete ušetriť, nemôžete spať v niekoľko hviezdíkovom hoteli. A niekedy si budete musieť stoličkou zapierať dvere, lebo budete spať v takom, akoby vystrihnutom z amerického hororu uprostred kanadskej prírody. Vždy to bolo a aj bude o tom nepoznanom. O tom, ako veľmi ste ochotní obetovať svoje pohodlie za nepoznaný výhľad alebo večerný poldecák s Mexičanom.



Tomáš
Balga

Najnáročnejšie sa informácie získavajú od ľudí vo veku 18 až 29 rokov, hovorí šéf Focusu Slosiarik

V predvolebnom období sme najmä zo strany médií zasypávaní prieskumami o predbežných výsledkoch a aktuálnych pozíciách jednotlivých politických strán. Za nimi sa však skrýva náročný proces získavania dát, súčasťou ktorého je niekoľkočlenný tím. O jednotlivých metódach, ale aj prieskumoch ako takých nám rozprával riaditeľ agentúry Focus MARTIN SLOSIARIK.

Tvrdíte, že prieskumy sú fotografiou aktuálneho stavu. Skúste nám popísať ako taká fotografia vzniká. Akým spôsobom zberáte dáta?

Fotografia môže vzniknúť rôznymi spôsobmi. Záleží od techniky alebo metódy, ktorú využijete. Najčastejšie vo svojej praxi využívame osobné dopytovanie. Dáta sa samozrejme dajú získavať aj inými spôsobmi, napríklad formou telefonátu.

„Viem, že škola by podľa mnohých mala byť apolitická. To však nie je pravda.“

Taktiež existuje aj možnosť webových dotazníkov, vďaka ktorým vidíte všetky otázky pekne pred sebou. Ako vravím, štýlov je viacero. Niekedy sa dokonca využíva aj mix týchto metód. Zber dát prispôbujeme cieľovej skupine, čo znamená, že mladšej generácii ponúkame skôr internetové ankety, kým starších sa snažíme zastihnúť pri telefonickom alebo osobnom dopytovaní.

Akú metódu najčastejšie využívate pri politických prieskumoch?

V prípade parlamentných volieb najčastejšie realizujeme prieskumy prostredníctvom osobného dopytovania. Máme teda približne 250 až 300 spolupracovníkov, ktorí majú jasné inštrukcie súvisiace s vyhľadávaním konkrétnych cieľových skupín. Odpovede následne

zaznamenávajú do tabletov. Čo sa ale týka komunálnych volieb, väčšinou využívame iný postup, a tým sú telefonické prieskumy, nakoľko je tam lepšia miera dostupnosti. Pri tomto druhu dopytovania, však musíme rátať aj s odmietnutím respondentov reagovať na položené otázky. Vo väčšine prípadov sú najjednoduchšie zasiahnuteľné staršie ročníky, konkrétne ženy. Naopak, najnáročnejšie sa informácie získavajú od ľudí vo veku 18 až 29 rokov.

Keď sa bavíme o voľbách, kto si v tomto prípade u vás prieskumy objednáva? Jednotlivé strany alebo médiá?

Ak hovoríme o volebných preferenciách, akými sú jednotlivé rebríčky politických strán, musím povedať, že tu si ich vo väčšine prípadov neobjedná nikto. Sú skôr súčasťou multiklientskeho prieskumu.

„Dôležitou otázkou je, prečo sa mladí ľudia utiekajú k extrému.“

Práve tie slúžia ako zrkadlo spoločnosti, na základe ktorého máme možnosť rozpoznať aktuálnu situáciu v krajine. Samozrejme, potom sú tu špecifické prieskumy, kde sú zadávateľmi buď politické strany, alebo jednotlivé médiá. Naše rebríčky sú viditeľné napríklad v relácii Na telo s Michalom Kovačičom, ktorá naše produkty zverejňuje. V tomto prípade by bola zadávateľom televízia Markíza. Ako vravím, zadávateľov môže byť mnoho.

Média si zväčša nedávajú vytvárať rozsiahle prieskumy a zaujíma ich pár konkrétnych otázok. Naopak, politické strany majú záujem o všeobecný prehľad situácie.

Neobáva sa agentúra, akou je Fokus, že v deň volieb budú výsledky odlišné od predčasných prieskumov?

To je práve problém špecifikácie agentúry, akou sme my. Ak niekto robí marketingové prieskumy, súčasťou ktorých sú hodnotenia ponúkaných produktov, nikto nad sebou nemá povestný Damoklov meč. My ho však máme. Preto tvrdím, že ak budeme porovnávať výskum, ktorý bol robený niekoľko mesiacov pred voľbami s aktuálnym stavom, výsledky sa pravdepodobne odlišovať budú. Je to ale prirodzené, nakoľko sa spoločnosť aj jej názory menia. Ďalším faktom je, že kampaň jednotlivých politických strán je trváca, čo znamená, že na jej základe ľudia svoje názory prehodnocujú. Ak by tak nerobili, je dosť vysoká pravdepodobnosť, že kampane konkrétnych strán sú neúčinné. Jediná situácia, z ktorej máme obavy sú výsledky exit pollu. To sú prieskumy, ktoré sú vykonávané v momente, keď ľudia vychádzajú z volebných miestností a my sa ich pýtame, akú politickú stranu volili. Na základe spomínaného exit pollu sú potom po 22. hodine zverejňované predbežné výsledky. To je jediný moment, kedy by nastal problém v tom, ak by naše výsledky nesedeli s reálnymi výsledkami volieb.

Venujme sa dôveryhodnosti, práve vaše prieskumy patria k najvyužívanejším. Ako ste nadobudli dôveru u širokej verejnosti?

Osobne si myslím, že veľkú rolu zohráva aj vek našej agentúry, predsa len sme pomerne starou spoločnosťou a budeme oslavovať 30 rokov pôsobenia na trhu. Za tak dlhú dobu si dôveru nadobudnete. Získavame ju však aj prácou, ktorú odvádzame pre rôzne spoločnosti či už komerčného, alebo akademického charakteru. Veľkou výhodou je, že naše metódy a dáta sú transparentné a dostupné. Dôvera sa teda nebuduje len tým, že dokážete správne odhadnúť výsledok volieb. Buduje sa kvalitným vykonávaním jednotlivých procesov ako takých.

Slúžia vám ostatné agentúry podobného druhu ako zrkadlo nejakej prieskumov alebo ich skôr vnímate ako svoju konkurenciu?

Oni sú prirodzenou konkurenciou, ale to neznamená, že nám neslúžia ako naše zrkadlo. Ja som veľmi rád, že na trhu pôsobia aj iné agentúry. Je dobré, keď prieskumy realizuje aj niekto iný, aby sme si overili správnosť našich výsledkov.

„Mladšej generácii ponúkame skôr internetové ankety, kým starších sa snažíme zastihnúť pri telefonickom alebo osobnom dopytovaní.“

Vždy treba sledovať nejaké iné trendy, či už je to telefonické dopytovanie alebo osobné. My nemáme žiaden konkurenčný vzťah s inými agentúrami. Práve naopak, tvoríme Slovenskú asociáciu výskumných agentúr, v ktorej riešime spoločné programy. Ako príklad by som uviedol riešenie problému spojeného s 50-dňovým moratóriom. Riešime, aké stanovisko zaujať a diskutujeme aj o tom, ako zlepšiť jednotlivé procesy.

Je samozrejmé, že na základe prieskumov politické strany menia svoje nasledujúce kroky. Máte pocit, že svoje postoje menia aj voliči?

To je presne otázka, ktorú sa snaží riešiť aj literatúra či samotné prieskumy verejnej mienky. Prirodzene, ak je publikovaný nejaký prieskum a následne sa dostáva na verejnosť, stretá sa s určitou formou osobnej interpretácie. Je teda jasné, že ľudia, ktorí sa o politiku nezaujímajú sa môžu rozhodnúť tak, že zvolia stranu, ktorá sa v prieskumoch drží na popredných priečkach. Opačný typ vplyvu je však taký, že sú znevýhodnené strany, ktoré majú v prieskumoch pod 5 percent. Ľudia vraj nemajú tendenciu odovzdať hlas takejto strane. Ja s tým však nesúhlasím. Nie je to tak, že ak má niekto 4,8 percenta, tak voliči od neho

utekajú. Môže to byť presne naopak, niekto sa rozhodne túto stranu zachrániť a potiaha ju do parlamentu. Tie efekty sú prirodzené a priame, nie je to žiadna manipulácia voliča.

Myslíte si, že plánovaný zákon o volebnom moratóriu je zásahom do ľudským práv z hľadiska získavania informácií?

Vždy pred odpoveďou na podobnú otázku tvrdím, že nie som právnik, ale ako občan mám na to svoj názor a ten je taký, že zákon zasahuje do práva na slobodné získavanie informácií. Je to na zvážení každého občana, či podobné informácie, ktoré poskytujú prieskumy, využiť chce alebo nie. Mal by mať možnosť rozhodovať sa medzi toľkým množstvom informácií. Neviem si predstaviť, že pri výbere nejakého produktu si dá človek 50 dní voľna, aby o ňom nezískal žiadne informácie, a následne by sa mal bez prítomnosti podobných vedomostí rozhodnúť, ktorý produkt si vyberie.

Zruší nová vláda podobný zákon?

Ja si nemyslím, že je to len o vláde. Rozhoduje o tom aj Ústavný súd a ten by mal rozhodovať nezávisle od toho, či je vláda v aktuálnom zoskupení alebo sa zmení. V priestore Európskej únie vidíme, že štáty, akými sú napríklad Slovensko či Maďarsko, podobné iniciatívy neschválili. Podobný zákon nás posúva niekde za hranice Latinskej Ameriky a podobné typy spoločenského zriadenia.

Nedávno na námestiach mladí ľudia pochovali v rámci iniciatívy Za slušné Slovensko a aj napriek tomu by podobná veková kategória volila pána Kotlebu. Nemáte pocit, že sa tieto názory rozchádzajú?

Nie, nerozhádzajú sa. Treba to brať trochu inak. V poslednom prieskume, ktorý robila Rada Mládeže Slovenska sa preferencie pána Kotlebu zastavili niekde na úrovni devätnástich percent. Nie je to viac ako 50 percent, čo znamená, že to nepredstavuje ani len polovicu voličov. Preferencie iných opozičných strán dokonca výrazne prevýšili preferencie pána Kotlebu. Treba tu skôr pátrať po tom, čo vedie mladých ľudí k tomu, aby volili práve takto. Dôležitou otázkou je, prečo sa mladí ľudia utiekajú k extrému. Prečo chcú, aby vládla v spoločnosti podobná autorita.

Podobný výskum bol realizovaný na stredných školách. Aj tam zvíťazil pán Kotleba. Čo si o tom myslíte?

Viem, že škola by podľa mnohých mala byť apolitická. To však nie je pravda, pretože sa potom dostávame do podobných situácií. Škola by mala byť hlavne nestranická, čo znamená, že by nemala preferovať konkrétnu

politickú stranu. Kde sa však potom majú mladí dozvedieť informácie o spoločenskom dianí, ak nie práve v škole na hodinách občianskej výchovy, prípadne dejepisu? Myslím si, že práve na dejepise by sa malo dbať aj na nové dejiny. Prirodzene, v škole by sme sa mali ku podobným informáciám dostávať.

Môže Mazurek zo 150. miesta kandidátnej listiny odobrať strane určité percentá?

Nemyslím si, že toto je faktor, ktorý Kotlebovcom nejako na percentách uberie. Milan Mazurek je pre voličov skôr symbolom toho, že náš súdny systém je taký, aký je. Jeho voliči sa budú snažiť, práve vďaka podobnej kauze, sa s ním zosobniť. Toto bude ten faktor, ktorý ho z toho 150. miesta dostane do NR SR. Média sa tejto téme intenzívne venujú a práve vďaka tomu sa dostáva do povedomia voličov.

Ako si vysvetľujete, že na čele preferencií je neustále SMER? Nepoučili sa už ľudia dostatočne zo všetkých káuz?

Myslím si, že tieto kauzy nie sú pre ich voličov smerodajné. Musíme mať na zreteli fakt, že je to momentálne asi najstaršia strana, a to je dôležité. Ich voliči sú často staršej generácie a pamätajú si predchádzajúci režim. Pamätajú si ešte obdobie socializmu aj to, že im režim garantoval nejaké sociálne práva. SMER dnes ide na vlve podobnej sociálnej politike a túto situáciu tak vnímajú aj dôchodcovia. Dôležité je, že populácia starne a SMER vytvára program práve pre podobného voliča, ktorý zabúda na kauzy a hľadá to, čo mu garantuje strana. Druhá vec je, že Robert Fico sa postupne stiahol a SMER má inú jednotku - Petra Pellegriniho.

autor: Júlia Jamrichová, Marek Bajči
foto: Foto N – Tomáš Benedikovič,
archív respondenta



MARTIN SLOSIARIK (44)
Martin Slosiarik vyštudoval sociológiu na Filozofickej fakulte UK. Aktuálne zastáva post riaditeľa agentúry Focus.

Tá má za sebou takmer 30-ročnú históriu a vďaka nej má širokú verejnosť dostupnú nielen politické, ale aj akékoľvek iné prieskumy, ktoré nastavujú zrkadlo spoločnosti. Patrí medzi rešpektovaných odborníkov a osobne sa zúčastňuje viacerých rozhlasových i televíznych relácií.

Tajomstvá môjho rodného kraja

V dnešnej dobe ľudia radšej objavujú zákutia zahraničných štátov než krásy toho, v ktorom sa narodili. Myslia si, že všetko zaujímavé už videli alebo že na Slovensku nie je toľko miest vhodných povšimnutia ako v zahraničí. Vybrali sme pre vás preto zaujímavých domácich fotogenických lokalít, ktoré verejnosti nie sú veľmi známe.

Grafitové steny

Steny s grafitmi nájdete na Kamennom námestí v Bratislave. Od prvého spomínaného miesta sú len na skok. Aj keď si mnohí pomyslí, že grafity nie sú prevratným

objavom, toto miesto vás zaujme pre ich netradičnosť a nápaditosť. Okrem toho sa s nimi dajú spraviť zaujímavé fotky!

foto: Filip Cepka



Svetelná stena

Stena sa nachádza v hlavnom meste v budove Mestského divadla P. O. Hviezdoslava hneď vedľa Galérie Nedbalka, neďaleko Námestia SNP. Je to veľmi zaujímavé miesto uprostred centra, o ktorom vie iba malá hŕstka ľudí. Odporúčame prehliadku vo večerných hodinách.

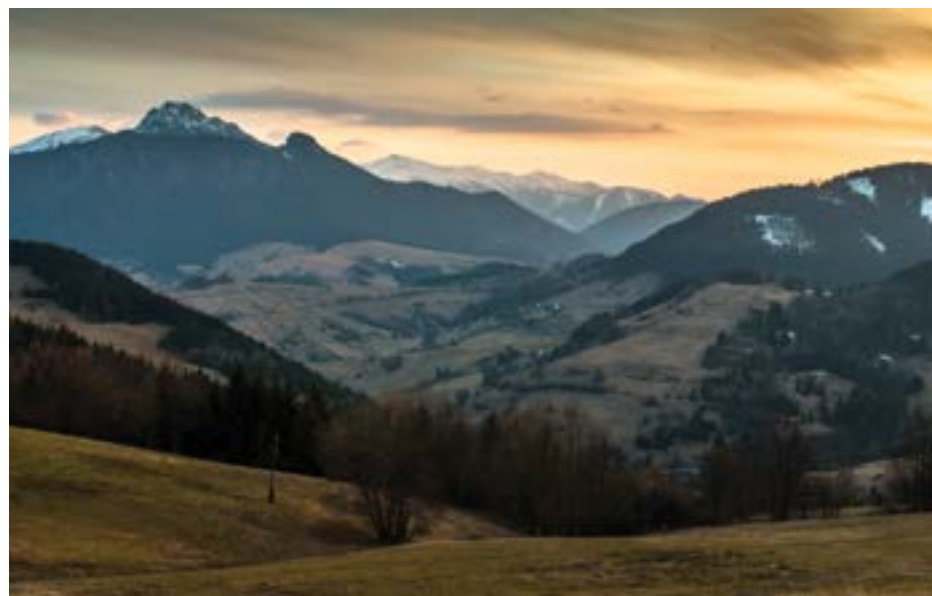
foto: Filip Cepka



Pohorie Malá Fatra

Nielen mestské zaujímavosti, ale aj prírodné úkazy stoja za to! Pokiaľ máte radi prírodu a šport, turistika sa rýchlo stane vašou obľúbenou aktivitou. Z množstva slovenských pohorí sme vybrali Malú Fatru. Z vrcholov kopcov sa vám naskytne nádherný výhľad na ostatné pohoria a západ slnka. Fotografia vznikla za kopaničiarskou dedinou Terchová.

foto: Andrej Greguš



Kamenný mlyn

Nachádza sa na okraji Trnavy, zhruba hodinu chôdze od centra mesta. V lesoparku nájdete náučný chodník, rybníky, detské ihrisko, reštauráciu a v lete tu funguje aj kúpalisko. Ku „Kamenáču“ sa dá jednoducho a bezpečne dopraviť na bicykli. Vede k nemu cyklochodník.

foto: Katarína Hrabušová



Chmarošský viadukt

Toto miesto je jedno z najznámejších a zároveň i najkrajších technických pamiatok na Slovensku. Nachádza sa pri Brezne, priamo pod vrchom Kráľova hoľa a je historicky prvou členenou oblúkovou konštrukciou zo železobetónu v Československu. Možno budete mať pri prechádzke k nej šťastie a uvidíte po vysokej stavbe prechádzať vlak.

foto: Beáta Sedláková



Stratenský tunel

Opäť sme pri vlakoch, študentmi často diskutovanej téme. Šesticu zaujímavých miest uzatvára železničný tunel medzi obcami Stratena a Telgárt v okrese Rožňava na východe krajiny. A vraj tam nič nie je! Zaujímavá je na ňom hlavne jeho dĺžka, priamota a symetria osvetlenia, ktorá pôsobí veľmi lichotivo na fotografiách.

foto: Katarína Hrbková



Diplomovka bez stresov

 **od 9,90 €**

**garancia dodania do 3 dní
+ 50 čiernobielych strán
ZADARMO**

