

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

ANJA HREN

Mentor: doc. dr. PETER STANKOVIČ

**TV SLOVENIJA – IZOBRAŽEVALNI
PROGRAM**

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana, 2004

KAZALO

1. UVOD	6
2. NASTANEK TELEVIZIJE	7
3. JAVNA TELEVIZIJA	9
3.1. OPREDELITEV IN ZNAČILNOSTI JAVNE TELEVIZIJE	9
3.2. JAVNA TELVIZIJA KOT JAVNO DOBRO	11
4. KRIZA JAVNE TELEVIZIJE	14
5. SLOVENSKA JAVNA TELEVIZIJA: JAVNI ZAVOD RTV SLOVENIJA	16
5.1. RTV SLOVENIJA	16
5.2. DEJAVNOST RTV SLOVENIJA	16
5.3. TV SLOVENIJA	18
5.4. RADIO SLOVENIJA	19
5.5. PROGRAMI RTV SLOVENIJA	20
5.6. ZAKON O RTV SLOVENIJA	22
5.7. ORGANIZACIJA IN FINANCE	26
5.7.1. FINANCE RTV SLOVENIJA	27
5.8. POKLICNA MERILA IN NAČELA NOVINARSKE ETIKE V PROGRAMIH RTV SLOVENIJA	29
6. KRIZA TV SLOVENIJA	32
7. IZOBRAŽEVALNI PROGRAM TV SLOVENIJA	34
7.1. PRVE IZOBRAŽEVALNE ODDAJE NA SLOVENSKEI TELEVIZIJI	34
7.2. IZOBRAŽEVALNI PROGRAM TVS DANES	35
7.3. GLEDANOST LASTNIH IZOBRAŽEVALNIH ODDAJ NA TV SLOVENIJA	39
7.3.1. LETO 2002	39
7.3.2. LETO 2003	40
7.4. ANKETA MED USTVARJALCI V PROGRAMU	41
7.4.1. REZULTATI ANKETE	41
8. ZAKLJUČEK	48
9. LITERATURA IN VIRI	52

KAZALO TABEL

<u>Tabela 5.1.: Izraz prihodkov za leto 2002</u>	<u>26</u>
<u>Tabela 5.2.: Izraz odhodkov za leto 2002</u>	<u>27</u>
<u>Tabela 5.3.: Izraz prihodkov za leto 2003</u>	<u>28</u>
<u>Tabela 5.4.: Izraz odhodkov za leto 2003</u>	<u>28</u>
<u>Tabela 7.1.: Programska ponudba TV Slovenija v letu 2002</u>	<u>36</u>
<u>Tabela 7.2.: Nacionalni programi TV Slovenija v letu 2002- TV SLO 1</u>	<u>37</u>
<u>Tabela 7.3.: Nacionalni programi TV Slovenija v letu 2002 – TV SLO 2</u>	<u>37</u>

KAZALO GRAFOV

<u>Graf 7.1.: Programska ponudba TV Slovenija v letu 2002</u>	<u>36</u>
<u>Graf 7.2.: Pomembnost izobraževalnega programa</u>	<u>41</u>
<u>Graf 7.3.: Primarna naloga izobraževalnega programa</u>	<u>41</u>
<u>Graf 7.4.: Izpolnjevanje primarne vloge izobraževalnega programa</u>	<u>42</u>
<u>Graf 7.5.: Tip oddaj v izobraževalnem programu</u>	<u>42</u>
<u>Graf 7.6.: Ocena izobraževalnih oddaj</u>	<u>43</u>
<u>Graf 7.7.: Izboljšanje pogojev dela v izobraževalnem programu</u>	<u>44</u>
<u>Graf 7.8.: Izboljšanje oddaj v izobraževalnem programu</u>	<u>44</u>

1. UVOD

Kaj napisati v uvodu? S tem vprašanjem se vedno srečujem tudi pri mojem vsakdanjem novinarskem delu, ki ga na TV Slovenija opravljam že šest let. Veliko sem razmišljala o različnih temah in na koncu prišla do zaključka, da bom diplomu posvetila mojemu dosedanjemu delu na TV Slovenija v izobraževalnem programu in sodelavcem, ki so me naučili mnogo več kakor fakulteta. To si upam trditi. V tem delu sem se našla in to je to, kar si v življenju želim početi. Ta diplomska naloga pa je le pot k lažjemu doseganju ciljev.

Zakaj ne bi diplomske naloge obrnila sebi v prid in jo napisala tako, da mi bo v pomoč pri nadaljnjem delu na TV Slovenija. In če mi uspe, bo morda v pomoč še komu drugemu.

Na začetku naloge bom pogledala najprej v samo zgodovino javne televizije. Kakšne so njene naloge znotraj neke države, kako nagovarja državljane in kakšne so njene lastnosti? Potem bom obdelala Javni zavod RTV Slovenija kot primer slovenske javne televizije. Ali RTV Slovenija izpolnjuje naloge kot javna televizija, kako se financira, kakšne programe nudi svojim gledalcem in kakšna je prihodnost zavoda v slovenskem prostoru? V samem jedru naloge pa bom podrobneje opisala izobraževalni program TV Slovenija. Najprej bom pogledala v njegovo zgodovino, se posvetila sedanosti in seveda tudi prihodnosti. Z anketo med sodelavci v izobraževalnem programu bom skušala izvedeti, kakšno je njihovo mnenje o programu, kaj si mislijo o njegovi vlogi znotraj TV Slovenija, kakšna je primarna naloga izobraževalnega programa in ali jo izobraževalni program na TV Slovenija izpolnjuje? Povprašala jih bom tudi o njihovi viziji prihodnosti programa in kako bi ga naredili boljšega. Ob koncu bi si želela priti do nekaterih zaključkov, kako lahko skupaj s sodelavci naš program naredimo boljši, uspešnejši in po meri gledalca, ki ga te vsebine zanimajo. V zaključku bom podala moje mnenje o prihodnosti izobraževalnega programa in oddaj, ki bi ga približale gledalcem.

2. NASTANEK TELEVIZIJE

Televizija ima kar veliko prednosti v primerjavi z drugimi mediji. Te prednosti so hkratnost, sintetičnost in prezentnost (Erjavec, Volčič, 1999a: 26). Predvsem hkratnost je tisto, kar televizijo najbolj loči od ostalih medijev. Neposredni prenos slike in zvoka je tisto, kar občinstvu pred malimi zasloni lahko pričara le televizija. Gledalci imajo občutek, da so del dogodka.

Komuniciranje na daljavo je popolnejše, če omogoča podaljšanje delovanja obeh naših poglavitnih čutov, sluha in vida (Pohar, 1993: 10). Zato je ključno vprašanje ob koncu 19. stoletja postalo, kako poleg prenosa zvoka zagotoviti tudi hkraten prenos slike na daljavo. Prvo mehansko napravo za prenos slike na daljavo je leta 1884 izdelal fizik Nipkow. Po istem načelu kot Nipkowova plošča so delovale tudi izpopolnjene mehanske naprave angleškega izumitelja J.L. Bairda. Podobno napravo, a kakovostnejšo, je izdelal tudi ljubljanski izumitelj, baron Anton Codelli, in jo leta 1928 patentiral v dvanajstih državah.

Za izumitelja televizije pa velja ruski emigrant iz Amerike Vladimir Zworykin, ki je izumil tudi prvo kamero – ikonoskop in predvajalec slike – kinoskop. Leta 1931 pa je bila na berlinski televiziji prvič predstavljena javnosti (Erjavec, Volčič, 1999a: 25). Druga svetovna vojna je sprva zaustavila razvoj televizije, kasneje pa je z radarskimi raziskavami njen razvoj celo pospešila (Pohar, 1993: 11).

Medtem ko je televizija v zgodnji petdesetih letih naglo osvajala svet, pa v Sloveniji in Jugoslaviji še ni zaživela. Jugoslavija je bila med zadnjimi državami v Evropi brez lastnega televizijskega programa (Pohar, 1993: 21).

V Sloveniji so se s televizijo prvič seznanili leta 1953, ko so obiskovalci razstave na Gospodarskem razstavišču lahko videli snemanje s televizijsko kamero. Leta 1953 je v Jugoslaviji zaživel tudi prvi televizijski program, v Sloveniji pa leto dni kasneje. Februarja 1957 je Radijski svet ustanovil posebno službo, ki naj bi poskrbela za izvedbo prvega slovenskega programa.

Ker v Ljubljani niso imeli studia, so javnost 12.maja 1957 prvič nagovorili kar iz zagrebškega. Ljubljančani so ta dogodek lahko spremljali na osmih televizijskih sprejemnikih, ki so jih prav v ta namen postavili na javna mesta.

Jeseni 1958 so tehniki končali montažo naprav v prvem TV-studiu v petem nadstropju radijskega doma. 11.oktobra 1958 je bilo vse nared in začeli so. V Ljubljani je stekel eksperimentalni program. »Plavž« se odtlej ni več ugasnil, začel se je čas televizije. Novi medij je prišel v Slovenijo 20 let za britanskim – prvim rednim televizijskim programom na svetu (Pohar, 1993: 38).

3. JAVNA TELEVIZIJA

Javna televizija se je začela razvijati v Evropi, zato je v tem predelu sveta tudi najbolj definirana. Prvo javno televizijo so leta 1936 ustanovili v Veliki Britaniji. Televizija je bila do petdesetih let v senci radia. Od takrat naprej pa se je televizija prebila in tudi ostala v ospredju v večini evropskih držav. Tako so po celotni Evropi začeli ustanavljati javne radiotelevizijske hiše.

3.1. OPREDELITEV IN ZNAČILNOSTI JAVNE TELEVIZIJE

Javni medij pomeni široko zavezanost zagotavljanju in zaščiti raznorodnih in dopolnjujočih se programskih sporedov. Vključuje tudi zavezanost določenim manjšinskim programom in, kolikor je to mogoče, pokrivanju različnih žanrov programskega ustvarjanja. V vsakem žanru – naj gre za drame, informativne oddaje, komedijo, program za otroke ali permanentno izobraževanje – obstaja cela paleta programov, ki so med seboj zelo različni. Javno radiodifuzijo vodijo višji cilji, kot samo zagotavljanje zabavo. Javna radiodifuzija je poskus ustvarjanja kvalitetnih popularnih programov. Človeškim izkušnjam daje polno priznanje, ne posreduje zgolj stereotipov. Prispeva h kvaliteti življenja ljudi. Njeni programski žanri odslikavajo kompleksnost ljudi (Keane, 1992: 110). Javni radiodifuzni servis služi interesu javnosti in je po definiciji javna storitev. Program, ki ga oddaja na določenem območju, pa je na tem območju dostopen vsakomur, ki ima radijski ali televizijski sprejemnik.

Javni medij (radio ali televizija) obvezujejo tri široko opredeljene naloge: informirati, izobraževati in zabavati, s tem pa služiti in koristiti javnosti, ne pa kakršnimkoli komercialnim, političnim ali parcialnim interesom (Oseli, 2000: 5).

Osnovna načela, pod katerimi naj bi delovala javna radiotelevizija je leta 1985 v svojem dokumentu postavila Broadcastin Research Unit (Raboy, 1997: 80, Wheeler, 1997: 88):

1) Univerzalna dostopnost:

Javna radiotelevizija mora biti dostopna vsem državljanom, tako da si jo lahko privošči vsak kjerkoli v državi. Pokritost s signalom naj bi bila stoo odstotna. Poleg radijskega in televizijskega sprejemnika ter plačevanja naročnine uporabnik ne potrebuje ničesar in ne plačuje dodatnih storitev, ki jih mogoče ponuja javna radiotelevizija.

2) Univerzalni apel:

Zastopani so vsi interesi in okusi. Vsak gledalec mora najti nekaj zase. Naloga javne radiotelevizije ni ustreči vsem istočasno, pač pa ustreči občinstvu ob različnem času. Poudarjena je tudi kvaliteta programskih vsebin.

3) Posebna pozornost manjšinam

Predvsem se namenja posebna pozornost nepriviligiranim ljudem. Oblikovan mora biti poseben program, ki je namenjen narodnostnim manjšinam in vsem drugim skupinam, ki so v primerjavi s celotnim narodom v manjšini.

4) Prispevati k občutku nacionalne identitete in skupnosti:

Nacionalna radiotelevizija naj bi spodbujala ljudi k zavedanju lastne identitete in občutku pripadnosti. Gojiti mora javno sfero, ki služi za javno dobro, kajti le skozi javno sfero posamezniki delujejo kot državljani, pripadniki ene skupnosti. Spodbujati mora poslušalce in gledalce, da delujejo kot državljani in ne kot potrošniki.

5) Neodvisnost od posebnih interesov

Nacionalna radiotelevizija naj bi bila neodvisna od političnih, ekonomskih in podobnih pritiskov. Ta neodvisnost se nanaša tako na način financiranja kot na imenovanje vodilnih organov.

6) Direktno financiranje in univerzalnost plačila

Financira se preko sistema plačevanja naročnin. Vsak uporabnik, ki ima radijski ali televizijski sprejemnik in ga uporablja, mora plačevati naročnino.

7) Kakovosti in ne količina programa

Pomembna je kakovost samega programa, ne pa število ljudi, ki določen program spremlja.

8) Vodila, ki osvobajajo in ne omejujejo programske urednike

Na nacionalni radioteleviziji mora biti omogočeno delovanje urednikov z različnimi idejami in interesi, ki producirajo programe za najrazličnejša občinstva. Spodbuja pa naj se inovativnost in eksperimentalnost.

9) Izobraževanje javnosti

Občinstvo se naslavlja kot državljane, kot racionalna bitja, ki so sposobna učenja, zato je naloga javne radiotelevizije posredovati izobraževalne vsebine.

3.2. JAVNA TELVIZIJA KOT JAVNO DOBRO

Javna radiotelevizija je javno dobro. Javno dobro je dobrina, pri kateri nihče ne more biti izvzet iz njegove uporabe. To javno dobro pa omogočajo ustanove, ki jih ne vodi marketinški mehanizem in niso distribuirane preko tržnih mehanizmov (Breger, 1990: 128, v Raboy, 1997: 86). Torej je v najširšem pomenu funkcija javne radiotelevizije služiti za javno dobro

oziroma javnemu interesu. S tem pa je postavljena tudi temeljna razlika med javno in komercialno radiotelevizijo.

Javno dobro označujeta dve razločevalni karakteristiki:

- neekskluzivnost
- netekmovalnost.

Neekskluzivnost pomeni, da je težko pripraviti ljudi, da plačujejo dobrine oziroma storitve, do katerih nimajo izključnih pravic.

Netekmovalnost pa pomeni, da potrošnja teh dobrin ne vpliva na dobrine same. Zaradi neekskluzivnosti dobrine oziroma storitve le-te ne moremo prilagoditi izključno eni osebi oziroma tistemu, ki dobrino troši. V primeru dobrine so, tisti ki trošijo gledalci (Škrabec, 2001: 9).

Javno dobro kot narava javne radiotelevizije je v tem, da je družbena vrednost programa rezultat skupne vrednosti interesov vseh ljudi, ki imajo možnost gledati program, ni pa nujno, da ga dejansko gledajo. Ti ljudje morajo imeti ves čas možnost, da si ogledajo program, torej mora biti program ves čas na voljo komurkoli (Škrabec, 2001: 9).

Torej smisel in delovanje javne televizije je namenjeno izpolnjevanju omenjenih načel in z njimi povezanih nalog. To pomeni, da javna televizija deluje in obstaja zaradi potreb javnosti oziroma državljanov, katerim mora biti omogočeno sprejemanje storitev javne televizije. Iz tega se nadaljuje tudi načelo, da mora javna televizija ponujati najrazličnejše vsebine, s katerimi mora zadovoljiti različne okuse širokega občinstva. Pri tem ne sme zanemariti potreb manjšinskega občinstva. Ne samo, da jih ne sme zanemariti, pač pa mora za njih pripraviti posebne programe.

Storitve in programi javne televizije morajo prispevati k občutku nacionalne identitete in pripadnosti. Javna televizija mora presegati vodilo ustvarjanja kapitala in ponujanja popularnih vsebin. Izpolnjevati mora predvsem svojo družbeno in kulturno poslanstvo. Potrebe občinstva niso le zabava in sprostitvev. Ker javna televizija naslavlja občinstvo kot državljane, kot

racionalna bitja, ki so sposobna učenja in razvoja, mora posredovati tudi izobraževalne in informativne vsebine. Tako bo občinstvo obveščeno in sposobno sodelovati v demokratičnem procesu.

Da lahko javna televizija realizira to poslanstvo, mora biti neodvisna od političnih in ekonomskih pritiskov, kar pomeni, da mora biti direktno financirana od univerzalnega plačila.

4. KRIZA JAVNE TELEVIZIJE

Obstoj javne televizije, ki so ji postavili temelje ob začetku dvajsetega stoletja, ob silovitem razvoju multimedijske tehnologije in ob poplavi komercialnih televizijskih postaj postaja vse bolj vprašljiv. Ideja javne televizije je bila ustvarjena v zgodnjem obdobju 20. stoletja na osnovi aristokratskih in vladnih načel, ki so izvirala še iz 19. stoletja. Tak koncept javne televizije v 21. stoletju ne more preživeti (Tracey, 1998: 33).

Tracey nadalje izpostavlja značilnosti prihajajočega (in sedanjega) medijskega okolja, ki so javne televizije pripeljale do tega, da se soočajo s številnimi težavami in zato oblikujejo načrte o preoblikovanju in ponovni opredelitvi lastne identitete organizacije:

- medijev bo vse več in zato bo konkurenca vse večja, pomembno pa bo le kdo bo dosegel več občinstva;
- mediji bodo izpolnjevali želje in ne potreb občinstva (zaradi tega imajo javni mediji težave z lastno identiteto, saj se pojavljajo vprašanja, zakaj sploh obstajajo);
- komercialni prihodki in neposredno plačevanje programa bodo glavni vir medijev, javno financiranje pa bo vse bolj redko;
- vlade bodo zaradi novih komunikacijskih tehnologij vse manj sposobne regulirati medijske vsebine in kulturo. Mediji niso več nacionalni, vse več medijskih vsebin pa je multimedijsko prisotnih;
- informativne in izobraževalne vsebine bodo imele vse manj občinstva (občinstvo si želi le zabave in mediji jim to nudijo, kje je torej osnovna vloga javnih medijev?)
- trg ustvarja kulturo, le ta pa ni več kultura v pravem pomenu, torej značilnost racionalne, obveščene življenjske prakse, ki bi bogatila človeka (kot opozorilo Tracey navaja ameriško kulturo, ki se vse bolj širi, ki pa ni več kultura, je le odraz ekonomsko oziroma tržno pogojene izkoriščevalske in zavajajoče prakse);

- tržni model je model prihodnosti, kar vsekakor je zaskrbljujoče, dodaja Tracey.

Vse bolj pa je razširjena tudi miselnost, da ima mesto v prihodnosti le individualni program, torej plačljivi dostop do programa, ki je prikrojen izključno posamezniku, ki ga bo plačal. V primeru, da se bo tak način res uveljavil pomeni to boljšo prihodnost za javne radiotelevizije, saj jim daje možnost, da bodo kakovostne informacije in zabavne, kulturne, izobraževalne, otroške programe lahko ponujali za vse tiste, ki si plačljivih programov ne bodo mogli ali ne bodo želeli privoščiti. Hkrati pa bi bila nacionalna radiotelevizija zadolžena za medijsko opismenjevanje svojega občinstva.

5. SLOVENSKA JAVNA TELEVIZIJA: JAVNI ZAVOD RTV SLOVENIJA

5.1. RTV SLOVENIJA

RTV Slovenija se je ob nastanku zgledovala po programskih izhodiščih in načelih BBC, kljub temu, da sta delovali v različnih političnih sistemih. Lado Pohar v opisu zgodovine TV Slovenija pravi, da so glede programskih izhodišč sledili BBC-jevim navodilom in si zadali cilj, da bi postali nacionalna, nekomercialna televizija, ki se bo vzdrževala pretežno iz sredstev naročnin. Zato naj bi tudi bila v prvi vrsti odgovorna svojim naročnikom. Svojemu občinstvu naj bi posredovala programe, s katerimi jih bo obveščala ter jim nudila izobraževanje in razvedrilo (Pohar, 1993: 34).

Tri leta po osamosvojitvi države je bil na novo opredeljen tudi položaj RTV Slovenija oziroma TV Slovenija, ki se je spremenil tudi zaradi delovanja komercialnih televizij.

5.2. DEJAVNOST RTV SLOVENIJA

Radiotelevizija Slovenija je javna, neprofitna organizacija, ki opravlja radijsko in televizijsko dejavnost in druge dejavnosti z zakonom določenih družbenih potreb, opredeljuje pa jo posebni Zakon o Radioteleviziji Slovenija. V duhu zakona, statuarnih aktov in določil mora RTV Slovenija spoštovati objektivnost in uravnoteženost ter mnenjski in vrednostni pluralizem (RTV Slovenija: Dejavnost, 2004: <http://www.rtv slo.si>).

RTV Slovenija je torej javnopravna ustanova po splošnih evropskih standardih. Ni edina, je pa največja javna radijska in televizijska ustanova v Sloveniji in edini radiodifuzni zavod nacionalnega pomena.

V zameno za pravico financiranja iz naročnine, ki pomeni največ (65 odstotkov) celotnega prihodka (ostalo je prihodek iz komercialne dejavnosti), je dolžna ponujati vsestranske programe, spodbujati kulturno ustvarjalnost in identiteto, oblikovati in predvajati programe za vse vrste ciljnih publik in manjšin, zagotavljati regionalno uravnoteženost in medijski eksperiment - vse to pa z lastno produkcijo in obveznim pritegovanjem samostojnih produkcijskih skupin ter čedalje večjim krogom zunanjih sodelavcev.

V osmih organizacijskih enotah (TV Slovenija, Radio Slovenija, Radio Maribor, Radio Koper/Capodistria, TV Koper/Capodistria, Glasbena produkcija, Založba kaset in plošč ter Oddajniki in zveze) je stalno zaposlenih okoli 2.500 delavcev. RTV Slovenija pokriva področje 550.000 naročnikov oziroma gospodinjstev, njeni programi pa segajo tudi čez slovenske meje.

Upravljanje RTV Slovenija je javno (Svet RTV Slovenija določa in imenuje slovenski parlament), vodilni in odgovorni delavci ustanove pa po Statutu RTV Slovenija, ki velja od 27. 3. 1992, ne smejo biti vodilni funkcionarji političnih strank. Po zakonu mora RTV Slovenija spoštovati objektivnost in uravnoteženost, mnenjski in vrednostni pluralizem.

Na ravni vodstva RTV Slovenija se povezujejo in koordinirajo vse pomembnejše dejavnosti sistema, tu se zlasti načrtuje strategija in razvoj, medtem ko je sprotna dejavnost stvar medijske avtonomije (RTV Slovenija: Dejavnost, 2004: <http://www.rtv slo.si>).

RTV Slovenija je članica evropske radiodifuzne unije (EBU), deluje v številnih mednarodnih medijskih organizacijah in konzorcijih, je soustanoviteljica radijskega in televizijskega sodelovanja na področju Alpe-Donava-Jadran, deluje v srednjeevropskem prostoru in je odprta za vse oblike mednarodnih kooperacij in koprodukcij.

RTV Slovenija ima poleg produkcijskih in medijsko specializiranih dopisniških središč v Sloveniji tudi skupno dopisniško mrežo v tujini. Stalne dopisnike ima v Washingtonu, Moskvi, Bruslju, Berlinu, Zagrebu, Beogradu in Rimu ter v obmejnih središčih v Italiji in Avstriji. Med pomembne skupne dejavnosti sodi še povezovanje s slovenskimi izseljenci po svetu in obveščanje tuje javnosti.

RTV Slovenija se vključuje tudi v satelitsko radiotelevizijo, tako da redno sodeluje v tujih programih, pa tudi zakupuje satelitske kanale (RTV Slovenija: Dejavnost, 2004: <http://www.rtv slo.si>).

5.3. TV SLOVENIJA

TV Slovenija je javna televizija, ki skuša s široko paletto programov zajeti kar največ interesov javnosti. Na TV Slovenija je še vedno največ dobrih novinarjev, urednikov, scenaristov, režiserjev, snemalcev in drugih profilov za posredovanje informacij in ustvarjanje izobraževalnih, kulturnih, razvedrilnih, športnih in drugih vsebin.

Vsi ustvarjalci delajo program, ki je namenjen gledalcem. Vsem, tudi tistim s posebnimi interesi za tehnično in vsebinsko prilagojeno sporočanje. Televizijski signal pa se ne ustavlja na državnih mejah, vsebinsko in stvarno seže do zamejskih Slovencev, prek satelita pa pride tudi do naših rojakov čez lužo. TV Slovenija v svojih programih posebno skrb posveča slovenskemu jeziku in kulturi. Programsko se drži evropskih standardov, saj je v paleti ponudbe, ki jo oddaja, ogromno evropskega programa, ki se je, glede na raziskave gledanosti, udomačil tudi pri slovenskih gledalcih.

Trend gledanosti javnih televizij v svetu kaže, da gledalci želijo gledati kvalitetnejše in zahtevnejše programe in trendu sledijo tudi gledalci v Sloveniji, zato je toliko pomembneje, da program TV Slovenija sledi misli: »Javna radiodifuzija je poskus ustvarjanja kvalitetnih popularnih

programov... Ne posreduje zgolj stereotipov. Prispeva h kvaliteti življenja ljudi. Njeni programski žanri odslikavajo kompleksnost človeških bitij« (RTV Slovenija: O RTV Slovenija, 2004 <http://www.rtv slo.si>).

5.4. RADIO SLOVENIJA

Leta 1928 je kot Radio Ljubljana prvič poslal v svet slovensko besedo in pesem. Na podlagi tradicije in dobrega imena se je v 75 letih obstoja dokončno izoblikoval v samostojni Sloveniji, saj so ga prelomni dogodki, tudi ob pomoči Radia Slovenija, pomembno povezali v celoto. Postali so nacionalna, evropska radijska postaja.

Ustvarjalci programa se vsak dan posebej zavedajo odgovornosti za kar najboljše, najhitrejše in najžlahtnejše oblikovanje 72 ur trajajočega oddajanja na treh konceptualno dopolnjujočih se programih. Na I., II., in III. programu zato sooblikujejo informativne, resne, razvedrilne glasbenogovorne in športne vsebine. Hkrati sledijo tudi zahtevam sladokuscev na kulturnoumetniškem področju. So za čim širšo demokratično fronto pokrivanja vsega, kar se je dogajalo, se dogaja ali se bo zgodilo. Obveščajo javnost in hkrati ustvarjajo svoj program. So najhitrejši medij. Hočejo biti objektivni, informativni, barviti. Zavedajo se, da lahko obstanejo le kot pluralni medij. Kot celovita, neprofitna ustanova s planetarnim stanjem duha, ki na odprt način poroča o tehtnih vsebinah in dogodkih (RTV Slovenija: O RTV Slovenija, 2004: <http://www.rtv slo.si>).

5.5. PROGRAMI RTV SLOVENIJA

RTV Slovenija ustvarja in oddaja naslednje programe:

Televizijski programi:

- SLO 1

Je nekomercialni televizijski program, ki pokriva predvsem informativne, igrane, izobraževalne, mladinske in razvedrilne programe.

- SLO 2

Je nekomercialni televizijski program, ki pokriva programe s področja kulture, umetnosti, poljudne znanosti in športa.

- TV KOPER – CAPODISTRIA

Je regionalni in zamejski nekomercialni televizijski program, pokriva pa področja informiranja, kulture in športa.

(RTV Slovenija: O RTV Slovenija, 2004: <http://www.rtv slo.si>)

Radijski programi:

- Prvi program – Program A1

Program oblikujejo kot splošni politično informativni program, ki spremlja politiko, gospodarstvo, mednarodne odnose, kulturo in druga družbena dogajanja. Njegovo ogrodje so sprotne poročila ter predvsem razširjene mnenjske in analitične oddaje. Poleg tega seveda tudi servisne rubrike ter oddaje za izseljence, zdomce, kmete, upokojence in informacije v tujih jezikih ter razvedrilne oddaje.

Glasba na I. programu je takšna, da jo sprejema najširši krog poslušalcev, prednost ima slovenska glasbena ustvarjalnost. Pomembna je tudi kulturnoumetniška vloga tega programa in to z informacijami, radijskimi igrami, literarnimi večeri in nočnimi.

- Drugi program – VAL 202

Drugi program - Val 202 - se je uveljavil kot program, ki ob obveščanju tudi svetuje in sprošča - pravijo mu rekreativno-servisni program - in je med poslušalci zelo priljubljen. Za vse to si prizadeva z obravnavanjem velikih in majhnih tem s stališča posameznika. Izjemno pomemben del drugega programa je glasba, ki predstavlja predvsem novosti, popularno glasbo, posreduje koncertne dogodke in portretira glasbene osebnosti.

Na Valu 202 je več oddaj tipa dvosmernega radia, ki temeljijo na soočanju različnih mnenj, njegov pomemben del pa so tudi satirične in druge rubrike ter seveda šport.

- Tretji program – program ARS

Program ARS oblikujejo kulturno informativne, umetniške, izobraževalne in znanstveno esejistične vsebine. V medijskem prostoru Slovenije je zato svojevrstna kulturna ustanova in poljudnoznanstvena radiofonska revija. Hkrati je tretji program tudi največji slovenski glasbeni avditorij z več tisoči poslušalcev ob posamezni oddaji. Resne glasbene zvrsti izpolnjujejo tri četrtine programa, pri čemer je naravni cikel menjav programske sheme povezan s spomladansko in jesensko koncertno in operno sezono ter z datumi festivalov, glasbenih taborov in drugih kulturnih dogajanj.

- Radio Koper

Namenjen je poslušalcem na Primorskem in zamejskim Slovencem v Italiji. Pripravljajo ga v studiih v Kopru in v regionalnem studiu Nova Gorica. Opravlja pomembno vlogo pri ohranjanju skupnega kulturnega prostora primorskih Slovencev, ki jih je razdelila meja. Je najbolj poslušan program na vsem Primorskem, tu in onstran slovensko italijanske meje. Veliko poslušalcev ima tudi v hrvaški Istri.

- Radio SI – Radio Slovenia International

Radio Slovenia International je program, ki ga v skladu z zakonskimi in statutarnimi določili oddajajo kot program za informiranje tuje javnosti. To je sodobno oblikovan program z izbrano slovensko, evropsko in svetovno

glasbo, ki predstavlja več kot 85 odstotkov programskega časa. V informativnih oddajah je osrednja pozornost namenjena aktualnim političnim, gospodarskim, kulturnim ter športnim dogodkom v Sloveniji in svetu. Dobrašen del ostalih programskih vsebin je namenjen promociji Slovenije, njenih naravnih, kulturnih in zgodovinskih znamenitosti. Poslušalcem pa posredujemo tudi aktualne informacije o vremenu, prometu, kulturnih, športnih, rekreativnih in turističnih prireditvah.

Program Radia SI je pisan tudi po svoji jezikovni podobi. Največ govornega programa je v angleškem jeziku.

- Radio Maribor – regionalni radijski program

Največjo pozornost namenjajo informiranju o vsem pomembnem dogajanju v tem delu Slovenije, tako v okviru regionalnega programa kot tudi v okviru slovenskih nacionalnih programov. Informativne oddaje so na sporedu vsako uro med 6.00 in 17.00 uro. Obširnejši informativni oddaji sta ob 12.00 in 17.00. Poleg tega je močno poudarjena tudi lastna programska produkcija. V studiih in s pomočjo mobilne radijske tehnologije ustvarijo veliko lastnega umetniškega in razvedrilnega programa, od radijskih iger do posnetkov resne in zabavne glasbe ter javnih in razvedrilnih oddaj.

- MMR – Pomurski madžarski program

MMR je radijski program za madžarsko narodno skupnost v Sloveniji. Program MMR obsega otroške in mladinske oddaje, kulturne, zgodovinske, gospodarske, kmetijske in druge teme, veliko prijetnih glasov iz madžarskega glasbenega sveta, iz zabavne in ljudske glasbe, operet in narodno zabavne glasbe in še marsikaj drugega.

5.6. ZAKON O RTV SLOVENIJA

Zakon o Radioteleviziji Slovenija (Uradni list Republike Slovenije, št. 18/1994) opredeljuje status, dejavnost, način financiranja, upravljanja, vodenja in nadzorovanja javnega zavoda Radiotelevizija Slovenija (RTVS).

Dejavnost: »Javni zavod RTVS opravlja javno službo na področju radijske in televizijske dejavnosti, določeno s tem zakonom, ter druge dejavnosti, v skladu z zakonom in statutom.«

Javna služba po tem zakonu obsega ustvarjanje, pripravljanje in oddajanje:

- dveh nacionalnih televizijskih programov,
- treh radijskih programov
- po enega radijskega oziroma televizijskega za italijansko oziroma madžarsko narodno skupnost,
- radijskih in televizijskih programov za slovenske narodnostne manjšine v sosednjih državah,
- radijskih in televizijskih programov regionalnih centrov v Kopru in Mariboru.

V teh programih RTVS zagotavlja:

- kakovostne in raznovrstne informativne, kulturne, izobraževalne in razvedrilne vsebine,
- ustvarjanje in posredovanje kulturno-umetniških del,
- oddaje za slovenske narodnostne manjšine v sosednjih državah, slovenske izseljence in zdomce,
- uresničevanje ustavnih pravic italijanske in madžarske narodnostne skupnosti na področju radijskega in televizijskega obveščanja,
- enakopravno obveščanje o dogajanjih v vseh delih Slovenije,
- obveščanje o življenju in delu slovenskih narodnih manjšin v sosednjih državah,
- vključevanje nekomercialnih programov drugih radijskih in televizijskih organizacij ter drugih producentov v Republiki Sloveniji ter vključevanje kakovostnih tujih RTV programov, posebej iz evropskih držav,
- obveščanje tuje javnosti o dogajanjih, dosežkih v Republiki Sloveniji ter uveljavljanje slovenske radijske in televizijske ustvarjalnosti v tujini.

Radio televizija Slovenija mora pri ustvarjanju in pripravljanju programov:

- spoštovati človekovo osebnost in dostojanstvo, načela nepristranskosti in resničnosti informacij, mnenjskega, svetovnonazorskega in verskega pluralizma ter politične neodvisnosti in avtonomnosti,
- zagotavljati celovito in nepristransko obveščenost ter svobodno oblikovanje mnenj,
- promovirati slovensko kulturo, spodbujati kulturno ustvarjalnost in svobodo umetniškega ustvarjanja,
- izobraževati in razvijati jezikovno kulturo,
- varovati otroke in mladino pred vsebinami, ki bi lahko škodljivo vplivale na njihov duševni in telesni razvoj,
- zadovoljevati interese posameznih skupin gledalcev in poslušalcev in omogočati njihov dostop v programe.

Nacionalni program mora pokrivati ozemlje, kjer živi najmanj 90 odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, oziroma 90 odstotkov ozemlja, kjer živijo pripadniki italijanske in madžarske narodne skupnosti, kadar gre za narodnostni program.

Zakon tudi podrobneje določa strukturo programskega časa v programu RTV Slovenija (najmanj 50 odstotkov programskega časa mora obsegati lastna produkcija, naročena produkcija ali koprodukcija informativnih, izobraževalnih, kulturnih in razvedrilnih vsebin; obseg oglasov in drugih plačanih obvestil pa lahko znaša največ 15 odstotkov programskega časa dnevno (oziroma največ 12 minut na uro), in prepoveduje tako versko kot politično propagando (le ta je dovoljena v času volilne kampanje, ki je prav tako natančno opredeljena).

Poleg ustvarjanja programov RTV Slovenija izvaja tudi naslednje dejavnosti:

- opravlja naloge v zvezi z izgradnjo, vzdrževanjem in obratovanjem objektov, naprav in opreme, ki so namenjeni sprejemu, oddajanju in

razširjanju programov RTV Slovenija ter programov drugih organizacij in skrbi za zagotavljanje vidnosti in slišnosti programov, ki jih oddaja oziroma razširja ter skrbi za tehnično posodabljanje in usklajenost omrežja z radiodifuznimi omrežji evropskih držav,

- druge programske storitve (ki niso navedene v 3. členu),
- založništvo glasbenih in govorno video in avdio proizvodov ter knjižno založništvo v okviru svoje radijske in televizijske dejavnosti,
- koncertno dejavnost,
- organiziranje javnih prireditev v okviru svoje dejavnosti,
- druge dejavnosti v skladu s statutom opredeljenem z zakonom.

Zakon opredeljuje način pridobivanja sredstev za ustvarjanje, pripravljanje in razširjanje programov RTVS, in sicer:

- iz plačil naročnine za programe RTV Slovenija,
- iz prej navedenih dejavnosti (12. in 13. člen zakona),
- iz sredstev državnega proračuna,
- z oglaševanjem in objavljanjem drugih plačilnih obvestil, sponzoriranjem in iz drugih virov.

Za vsak vir je tudi natančno določen namen, in sicer za katere dejavnosti se določena sredstva uporabljajo. Presežek prihodkov nad odhodki iz dejavnosti 12. in 13. člena se nameni opravljanju in razvoju dejavnosti iz 3. člena (torej ustvarjanju, pripravljanju in oddajanju različnih programskih vsebin).

Naročnino je dolžan plačevati vsak uporabnik radijskega ali televizijskega sprejemnika, ki ima sedež ali prebivališče na območju Republike Slovenije kjer so zagotovljeni tehnični pogoji za sprejem vsaj enega programa RTV Slovenija, naročnina pa je enaka za vse naročnike (razen za javno rabo RTV sprejemnikov ali v primeru olajšav za posamezne skupine naročnikov, ki jih lahko sprejme Svet RTV Slovenija).

5.7. ORGANIZACIJA IN FINANCE

Javni zavod RTVS sestavlja osem organizacijskih enot: TV Slovenija, Radio Slovenija, Radio Maribor, Radio Koper/Capodistria, Glasbena produkcija, Založba kaset in plošč ter oddajniki in Zveze.

Upravljanje in vodenje RTV Slovenija je javno, organ upravljanja je Svet RTV Slovenija in šteje 25 članov, ki ga imenuje parlament. Pet članov imenuje Državni zbor RS (upoštevajoč proporcionalno zastopanost), petnajst članov pa je predstavnikov civilne družbe, in sicer: po enega člana imenujeta madžarska in italijanska narodna skupnost, po enega člana neposredno imenujejo: Univerzi v Ljubljani in Mariboru, SAZU, različna društva, reprezentativni sindikati, verske skupnosti in tri člane izvolijo zaposleni v RTV Slovenija med seboj. Člani Sveta RTV Slovenija ne morejo biti poslanci, člani državnega sveta, državni funkcionarji in člani vodstev političnih strank ter oseb, ki so ali so bile zaposlene v RTV Slovenija. Vodilni in odgovorni delavci javnega zavoda RTV Slovenija pa ne smejo biti vodilni funkcionarji političnih strank.

Svet RTV Slovenija imenuje in razrešuje generalnega direktorja RTV, direktorje posameznih dejavnosti oziroma področij in odgovorne urednike; določa višino naročnine, morebitne olajšave in način prijavljanja/odjavljanja RTV sprejemnikov; sprejema finančni načrt ter odloča o uporabi morebitnega presežka; določa programske standarde, programske zasnove in letne programske sheme. Delo Sveta RTVS vodi predsednik ali njegov namestnik, ki ju z večino glasov imenuje Svet izmed svojih članov.

Generalni direktor organizira in vodi delo in poslovanje javnega zavoda RTVS, predstavlja in zastopa zavod in je odgovoren za zakonitost dela zavoda, imenuje vodje organizacijskih enot in usklajuje delo slednjih z delom direktorjev programov. Direktor programa vodi strokovno programsko delo zavoda in usklajuje delo odgovornih urednikov. Nadzorni odbor RTV Slovenija, ki šteje sedem članov (pet jih imenuje državni zbor, dva sta

izvoljena med delavci zavoda) nadzira poslovanje zavoda. Na ravni vodstva RTV Slovenija se povezujejo in koordinirajo vse pomembnejše dejavnosti sistema, tu se načrtuje predvsem strategija in razvoj, medtem ko je sporna dejavnost stvar medijske avtonomije.

5.7.1. FINANCE RTV SLOVENIJA

Finančno poročilo za leto 2002 je pokazalo, da poslovanje javnega zavoda v tem letu ni bilo v skladu s sprejetim Programsko-poslovnim načrtom. Manjša je bila predvsem realizacija prihodkov od oglaševanja, manjša pa je bila tudi realizacija prihodkov od sofinanciranj (po zakonu in zunaj zakona). Glede odhodkov je bila manjša realizacija skupnih variabilnih stroškov, veliko višji pa so bili stroški dela, kamor sodijo predvsem nerealizirana izločitev dejavnosti varovanja premoženja ter izplačevanje odpravnin ob upokojevanju zaposlenih. Poslovni rezultat pa je dodatno obremenila še povišana amortizacija, ki je obračunana v skladu z Navodilom o načinu in stopnjah odpisa neopredmetenih dolgoročnih sredstev... (Ur. l. RS, št. 54/02), ki je bila kar za 742 milijonov tolarjev višja od načrtovane. Ob upoštevanju vseh teh in drugih podatkov je javni zavod poslovno leto 2002 končal z 5.573 milijonov tolarjev presežka odhodkov nad prihodki, kar je razvidno tudi iz spodnjih tabel (glej tabeli 5.1. in 5.2.).

IZRAZ PRIHODKOV ZA LETO 2002

Tabela 5.1.: Izraz prihodkov za leto 2002

	V milijonih tolarjev:
Prihodki iz poslovanja	23.384
Prihodki iz financiranja	886
Izredni prihodki	785
CELOTNI PRIHODKI	25.055

IZRAZ ODHODKOV ZA LETO 2002

Tabela 5.2.: Izraz odhodkov za leto 2002

	V milijonih tolarjev:
Stroški materiala in storitev	9.893
Stroški dela	11.335
Amortizacija	2.894
Preostali drugi stroški	1.527
Odhodki od financiranja	4.802
Izredni odhodki	176
CELOTNI ODHODKI	30.627

Presežek odhodkov nad prihodki je znašal 5.572 milijonov tolarjev.

Vir: Finančno poročilo za leto 2002

Tudi finančno poročilo za leto 2003 ni prineslo posebnih sprememb v poslovanju Javnega zavoda RTV Slovenija, ki je tudi v tem letu posloval z izgubo. Res pa je, da je bila izguba manjša (glej tabeli 5.3. in 5.4.).

Leto 2003 je bilo za RTV Slovenija leto začetka velikih sprememb, zlasti z vidika racionalizacije poslovanja. Programsko produkcijski načrt je vseboval sanacijske ukrepe tako na programskem kot na drugih področjih. Cilji so bili postavljeni zelo visoko in zato v celoti niso bili uresničeni. Kljub temu pa so se pokazali učinki zlasti na področju nabave, pri zmanjševanju oziroma prestrukturiranju kadrov in pri povečanih prihodkih iz izterjave RTV prispevka. Razliko med prihodki in odhodki je na eni strani povečal upad oglaševalskih prihodkov, na drugi strani pa preseganje variabilnih stroškov in amortizacije. Največji vpliv je tudi v tem letu imelo breme davčne obveznosti v višini 963 milijonov tolarjev. Osrednja pozornost je bila v letu 2003 namenjena obvladovanju stroškov dela. Čeprav so zaradi višjega števila zaposlenih stroški presegli načrt, se je na tem področju z dodatnimi ukrepi prihranilo toliko, da se je neugodni odmik skorajda izničil.

Glede na navedeno je Javni zavod RTV Slovenija poslovno leto 2003 končal z 2620 milijoni tolarjev presežka odhodkov nad prihodki.

IZRAZ PRIHODKOV ZA LETO 2003

Tabela 5.3.: Izraz prihodkov za leto 2003

	V milijonih tolarjev:
Prihodki iz poslovanja	23.722
Prihodki iz financiranja	1.337
Izredni prihodki	975
CELOTNI PRIHODKI	26.034

IZRAZ ODHODKOV ZA LETO 2003

Tabela 5.4.: Izraz odhodkov za leto 2003

	V milijonih tolarjev:
Stroški materiala in storitev	9.895
Stroški dela	11.829
Amortizacija	2.834
Preostali drugi stroški	83
Odhodki od financiranja	3.447
Izredni odhodki	566
CELOTNI ODHODKI	28.654

Presežek odhodkov nad prihodki je znašal 2.620 milijonov tolarjev.

Vir: Finančno poročilo za leto 2003

5.8. POKLICNA MERILA IN NAČELA NOVINARSKE ETIKE V PROGRAMIH RTV SLOVENIJA

»Če imajo mediji veliko družbeno moč potem ima med njimi televizija gotovo največjo moč, saj na svoje številne gledalce sočasno vpliva s tekstom in sliko in jim posreduje informacije, stališča in celo načine razmišljanja. Zato je

določitev pravil igre, opredelitev civilizacijskih razsežnosti svobode informiranja in svobode javne besede izjemno zahtevna naloga. Iskati je potrebno razmerja, da ne bi svoboda enega ogrozila svobodo drugega. Ko širimo meje svobode, je treba širiti in zaščititi svobodo vseh in vsakogar. Zato pa niso potrebne samo bogate izkušnje in znanje, ampak tudi precej poguma.»

mag. Janez Kocjančič

predsednik Sveta RTV Slovenija

v Poklicnih merilih in načelih novinarske etike v programih RTV Slovenija

RTV Slovenija je leta 2000 sprejela »Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija«, ki se začne z zgornjo izjavo mag. Janez Kocjančiča (Poklicna merila in načela: <http://www.rtv slo.si>). S temi načeli RTV Slovenija očitno posnema britanski BBCjev dokument o merilih in načelih in ravno to je njegova največja napaka. Namesto, da bi napisali popolnoma nov, slovenskemu prostoru prilagojen dokument, je v nekaterih poglavjih celo dobesedno preveden BBCjev pravilnik. V programskih načelih RTV Slovenija je opazno zgledovanje po BBCjevem modelu javne televizije, ki naj bi služila javnemu interesu ter promovirala domačo kulturo. A te zakonske določbe so preveč togo in idealistično opredeljene.

Dejansko stanje v Zavodu se zelo težko približa takšnim idealističnim načelom in zato bi bilo veliko boljše uvesti neke vrste interni pravilnik ustvarjanja programa v nacionalni RTV hiši, ki bi bil prirejen tudi sami organizaciji in načinu dela, ki pa se prav gotovo močno razlikuje od delovnega procesa na BBC.

Dokument Poklicna merila in načela novinarske etike je razdeljen na veliko število poglavji in zdi se, da bi lahko bila nekatera tudi izpuščena iz samega dokumenta, saj v naslovih izpostavljajo vrednote novinarskega dela, ki jih vsebuje že Kodeks novinarjev in bi se jih slovenski novinarji morali že v osnovi držati.

Kodeks obsega:

- opis poklicnih meril, ki jih morajo novinarji oziroma programski ustvarjalci upoštevati pri poročevalskih zvrsteh in vrednot poslušalcev, ki jih mora medijsko sporočilo spoštovati in upoštevati;
- način sporočanja s poudarkom na uravnoveženosti in vsestranskosti vsebin, legitimne oziroma dovoljene tehnike snemanj ter dovoljene in nedovoljene načine pridobivanja in oblikovanja informacij;
- merila za pripravo in izvedbo programa, pri katerih gre za opis novinarskih zvrsti, način izplačevanja honorarjev sodelavcem in virom informacij, opis zbiranja podatkov z anketami in glasovanjem ter opis nekaterih specifičnih programskih elementov, kot je črna kronika in poročanje o protestih ter o terorizmu;
- specifičnost spremljanja predvolilne kampanje in dnevne politike;
- pravila v odnosih novinarjev in urednikov do vojaških in policijskih organov;
- pravila raziskovalnega novinarstva, v katerih poudarjajo vrline, s katerimi se mora odlikovati raziskovalni novinar;
- programe posebnega pomena in odnos do posebnih skupin občinstva;
- vsebuje tudi institucijo internega varuha pravic, ki naj bi skrbel tako za pritožbe gledalcev kot tudi delavcev RTVS;
- posebno poglavje o oglaševanjih in sponzorjih v programih;
- etiko nastopanja in oblačenja;
- in še posebno poglavje o navzkrižnih in osebnih interesih, ki lahko pridejo do izraza pri oblikovanju vsebin, nanaša pa se predvsem na zagotavljanje nepristranskosti.

Dokument je po mojem mnenju zastavljen precej ambiciozno, moti pa me to, da se v njem prevečkrat pojavljajo pravila, ki so že uzakonjena (v Zakonu o javnih glasilih, Zakonu o RTV, Zakonu o volilni kampanji,...) ali zapisana v drugih dokumentih (Kodeks novinarjev Republike Slovenije,...).

Namesto navajanja že uzakonjenih in napisanih pravil bi bilo za ustvarjalce programov verjetno bolj uporabno, če bi dokument vključeval vsebinske

lastnosti pravil in načel, ki jih morajo upoštevati in morda tudi kakšne praktične primere.

6. KRIZA TV SLOVENIJA

Leta 1992, ko je Mediana, zasebni inštitut za raziskovanje medijev opravil prvo raziskavo branosti, gledanosti in poslušanosti slovenskih medijev, je poleg TV Slovenija deloval le Kanal A, ki je pokrival le Ljubljano z okolico in zato ni predstavljal večje konkurence TV Slovenija. Prvi program je imel takrat v najbolj gledanem terminu med 19:00 in 20:00 uro skoraj 1.100.000 gledalcev. Drugi program pa okoli 50.000 gledalcev.

V naslednjih leti pa se je gledanost zaradi vse večje ponudbe konkurenčnih televizij zmanjševala. V letu 1995, ko so oddajale lokalne komercialne televizijske postaje Kanal A, Tele 59 in MMTV, je imela TV Slovenija v istem terminu le še 920.000 gledalcev na prvem programu, na drugem pa še vedno 60.000.

Največji upad občinstva je viden v letu 1996, ko je začela oddajati komercialna televizija POP TV. Tako je v letu 1996 prvi program TV Slovenija v najbolj gledanem času gledalo le še dobrih 600.000 gledalcev, drugi program le še 20.000 (Raziskave branost, gledanost, poslušanost, Mediana od leta 1992/2 do 1999/2). Poleg gledalcev pa komercialne televizije nacionalni odvzemajo tudi oglaševalce.

Kriza javne televizije pa se kaže tudi v samem pregledu predvajanja programa na TV Slovenija. Po osamosvojitvi se je TV Slovenija srečala s problemom, ki jo je zelo obremenil. Do leta 1991 je bila namreč vsa jugoslovanska proizvodnja v okviru JRT (Jugoslovanske radiotelevizije) lastna proizvodnja, za tem pa je sodila v tujo. Tako je morala TV Slovenija čez noč zagotoviti lastno produkcijo (Pak, 2000: 45).

Po zakonu o RTV Slovenija 6. člen zahteva, da lastna produkcija, koprodukcija in naročena produkcija informativnih, kulturnih, izobraževalnih in razvedrilnih vsebin, obsega najmanj 50 odstotkov programskega časa oziroma najmanj dve uri na dan (Predpisi o novinarjih in medijih, 1995: 90). V lastni produkciji je največ aktualno – informativnih oddaj, ki predstavljajo okoli 30 odstotkov lastnega programa TV Slovenija. Na drugem mestu so razvedrilne oddaje, sledijo jim glasbeni programi. Na četrtem mestu lastne produkcije je šport, na petem pa so dnevno – informativne oddaje, ki predstavljajo okoli 8 odstotkov lastne produkcije. Šele na naslednjih mestih sledijo dokumentarne in izobraževalne oddaje, ki jih je komaj za nekaj več kot 5 odstotkov.

Leta 1996 ko se je na slovenskem medijskem prostoru pojavila televizija POP TV so tudi na slovenski nacionalni televiziji poskušali posnemati program komercialne televizije zato, da ne bi izgubljali občinstva, kar pa je po mnenju mnogih bila napaka.

Iz vseh zgoraj napisanih dejstev je razvidno, da TV Slovenija svoje gledalce najprej obvešča, jih zabava in šele nato izobražuje.

7. IZOBRAŽEVALNI PROGRAM TV SLOVENJA

7.1. PRVE IZOBRAŽEVALNE ODDAJE NA SLOVENSKE TELEVIZIJI

»Izobrazbi smo namenili poseben poudarek. V otroških in mladinskih oddajah smo bili morda nekoliko preresni v primerjavi z današnjo sproščenostjo in razvedrilnostjo oddaje te vrste.« (Pohar, 1993: 42).

Iz zgornje izjave je razvidno, da v prvih letih televizije ni bilo programa, ki bi se imenoval izobraževalni. So pa tako mladinske, otroške in tudi informativne oddaje vsebovale izobraževalne vsebine. Prve otroške-mladinsko izobraževalne oddaje so ustvarjali Boris Kuhar, Marja Cerkovnik, Miša Grčar, pozneje pa tudi Herman Škofič in Neža Maurer (Pohar, 1993: 42).

»Gledalci, ki so spremljali oddaje so bili veseli, ker niso bile zgolj zabavne. Želele so jim nekaj povedati, jih o čem poučiti. Zakaj poučevati? Zato ker smo z vizualnimi sredstvi lahko pokazali naše izjemne talente. Mladinska redakcija je bila zares udarna...urednik je imel vedno pred očmi otroke, hkrati pa ni želel, da bi med igro pozabili, kaj jih čaka v življenju« (Grčar, 1993: 172).

Oddaje, o katerih govori gospa Grčar v zgornjem odstavku so bile: Pionirski mozaik, ki je obsegal nekakšna mladinska poročila in pa marsikaj drugega od reje žab, do učenja plesa in marsičesa; Tik tak, oddaja, ki jo je pripravljala Milena Ogorelec. Potem je bila tu še oddaja Družinski magazin, ki je bila »ženska oddaja«, tako so ji rekli moški. In sicer predvsem zato, ker so v njej obravnavali teme, zdravje, socialna vprašanja, šolstvo in vzgoja. Področja, ki jih opazimo le, če manjkajo. »Ne prinesejo niti slave niti denarja, zato jih od »prazgodovine« naprej pripravljamo izključno ženske« (Cerkovnik, 1993: 176).

V tedanjih »izobraževalnih« oddajah so nastopali zdravniki, medicinske sestre, vzgojiteljice iz otroških vrtcev in učiteljice. Vsi iz poklicev za katere je bilo značilno odklanjanje populistične dejavnosti. Ena prvih televizijskih zvezd je bil kuharski mojster Ivan Ivačić, ki je gledalce spretno uvajal v umetnosti kuhanja. Potem je bila tu učiteljica Milica Bartenjeva, ki je lajšala staršem vzgojne skrbi. Komunicirala je s starši preko pisem in odgovorila na čisto vsa vprašanja, ki so ji jih zastavili. Zdravstvenih tem sta se lotila medicinska sestra Majda Musek, ki je pripravila ciklično oddajo o negi bolnika na domu in pa dr. Milan Hodalič, ki je bil hkrati tudi začetnik kasnejših daljših in zelo temeljitih zdravstvenih ciklov. Več kot dve desetletji jih je več kot uspešno snoval novinar Peter Ovsec. Nasploh so bile zdravstvene oddaje zelo hvaležna snov, saj se Slovenci zelo zanimamo zanje.

Vse zgoraj napisano so prvi začetki izobraževalnega programa, ki je še danes eden najpomembnejših televizijskih programov. V opisanih oddajah, ki so stare že več kot 40 let pa najdemo mnogo podobnosti za današnjimi oddajami izobraževalnega programa.

7.2. IZOBRAŽEVALNI PROGRAM TVS DANES

Izobraževalni program, ki zaseda približno 12 sob v drugem nadstropju televizijske hiše na Kolodvorski ulici v Ljubljani je še dandanes, kot je ugotovila že gospa Marja Cerkovnik, večinoma sestavljen iz žensk, vsaj kar se tiče novinarjev in urednikov oddaj. Od sedemnajstih novinarjev, ki stalno delamo v izobraževalnem programu je le 5 moških. Program, ki je sestavni del Informativno-izobraževalnega uredništva, vodita urednica in producentka programa. Prva bdi nad programskim delom, druga pa nad financami, ki jih je vedno in povsod seveda premalo. V programu ustvarjamo okrog 10 rednih mesečnih oddaj in izredne projekte, kot so posamezni dokumentarni filmi in podobno.

Oddaje delimo na:

- Izobraževalno – svetovalne oddaje
- Izobraževalne oddaje z zahtevnejšo vsebino
- Izobraževalno – dokumentarne oddaje

V prvo skupino bi spadale oddaje kot so Recept za zdravo življenje, ki je posvečena zdravstvu in obstaja že od leta 1996, oddaja Barve jeseni, ki je namenjena starejši populaciji ali »upokojencem«, oddaja Modro, ki govori o vseh vrstah izobraževanja za otroke, šolarje, študente in odraslo populacijo, potem je tu še oddaja Resnična resničnost, ki je posvečena računalništvu, tako računalniškemu opismenjevanju ljudi, kot tudi nadgradnji računalniškega znanja in oddaja Vem več, ki odpira različne teme od šolskih, zdravstvenih, do družinskih in evropskih. Gre za oddajo, ki znotraj izobraževalnega programa pokriva aktualno problematiko.

V drugo skupino sodijo oddaje tipa Zenit, ki gledalcu na prijazen način predstavlja znanost ter oddaja Humanistika, ki odpira različne teme s področja humanističnih ved.

V tretjo skupino pa sodijo dokumentarne oddaje in dokumentarni filmi, ki jih je bilo v zadnjem času narejenih kar precej. Od oddaje Volja najde pot, ki se je iz mozaične oddaje preoblikovala v dobro dokumentarno oddajo, ki odpira teme s področja invalidov in močno telesno ter duševno prizadetih ljudi, do filmov, ki so prejeli tudi številne mednarodne nagrade.

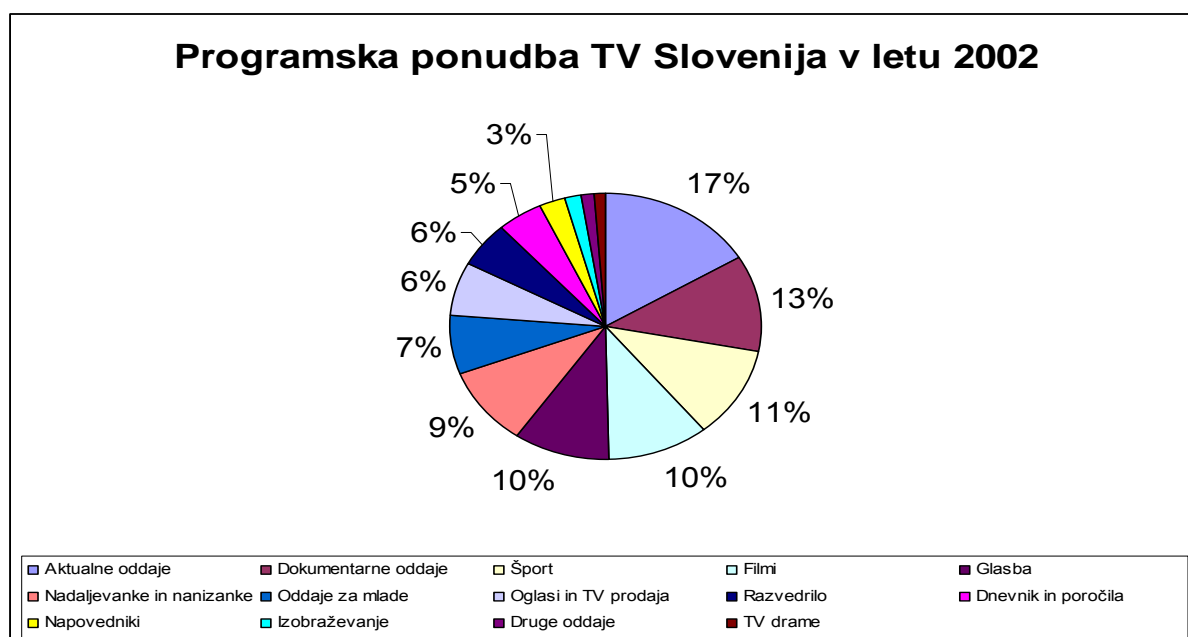
Iz Letnega poročila za leto 2002 je razviden delež programa, ki ga v celotni programski ponudbi TV Slovenija zaseda izobraževalni program (glej tabele 7.1., 7.2., 7.3. in graf 7.1.).

Programska ponudba TV Slovenija v letu 2002

Tabela 7.1.: Programska ponudba TV Slovenija v letu 2002

TIP ODĐAJ:	URE:	ODSTOTKI:
Aktualne oddaje	2.233	17%
Dokumentarne oddaje	1.570	13%
Šport	1.526	11%
Filmi	1.404	10%
Glasba	1.386	10%
Nadaljevanke in nanizanke	1.267	9%
Oddaje za mlade	990	7%
Oglasi in TV prodaja	871	6%
Razvedrilo	748	6%
Dnevnik in poročila	645	5%
Napovedniki	384	3%
Izobraževanje	195	1%
Druge oddaje	195	1%
TV drame	159	1%
SKUPAJ:	13.573	100%

Graf 7.1.: Programska ponudba TV Slovenija v letu 2002



Nacionalni programi TV Slovenija v letu 2002

TV SLO 1

Tabela 7.2.: Nacionalni programi TV Slovenija v letu 2002 – TV SLO 1

TIP ODDAJ	URE	ODSTOTKI
Aktualne oddaje	1.817	21 %
Dokumentarne oddaje	1.176	14 %
Oddaje za mlade	868	10 %
Filmi	737	9 %
Nadaljevanke in nanizanke	641	8 %
Dnevniki in poročila	636	7 %
Razvedrilo	598	7 %
Glasba	431	5 %
Šport	422	5 %
Oglasi in TV prodaja	391	5 %
Napovedniki	222	3 %
Izobraževanje	191	2 %
Drame	139	2 %
Verske oddaje	86	1 %
Druge oddaje	69	1 %
Skupaj	8.424	100 %

TV SLO 2

Tabela: 7.3.: Nacionalni programi TV Slovenija v letu 2002 – TV SLO 2

TIP ODDAJ	URE	ODSTODKI
Šport	1.104	22 %
Glasba	955	19 %
Filmi	667	13 %
Nadaljevanke in nanizanke	626	12 %
Oglasi in TV prodaja	480	9 %
Aktualne oddaje	416	8 %
Dokumentarne oddaje	394	8 %

Napovedniki	162	3 %
Oddaje za mlade	122	2 %
Razvedrilo	120	2 %
Druge oddaje	103	2 %
Skupaj	5.149	100 %

Iz zgornjih tabel je lepo razvidna trditev, ki sem jo zapisala že v poglavju o krizi nacionalne televizije, da TV Slovenija svoje gledalce najprej zabava in obvešča ter šele nato izobražuje. Delež izobraževalnih oddaj tako tujih kot tudi lastnih se giblje le nekje okrog 2 %, seveda pa je k temu deležu potrebno dodati še nekaj odstotkov od dokumentarnih oddaj, tako da se povzpnejo nekje na približno 5 % celotnega programa.

7.3. GLEDANOST LASTNIH IZOBRAŽEVALNIH ODDAJ NA TV SLOVENIJA

7.3.1. LETO 2002

Redne izobraževalne oddaje kot so Modro, Humanistika, Zenit, Resnična Resničnost in podobne, imajo ustaljeno povprečno gledanost 3 odstotke. Redne izobraževalne oddaje, ki imajo bolj ozko zastavljene ciljne skupine, kot so na primer Recept za zdravo življenje, Volja najde pot, Dober večer/Barve jeseni in Vem več, imajo malo višjo povprečno gledanost okoli 3,5 odstotka.

V letu 2002 pa je bilo nekaj med premierno predvajanimi oddajami lastne produkcije nekaj oddaj, ki so izstopale iz povprečja in sicer:

	gledanost
- Katastrofa na jezeru Kivu	8,3 %
- Pumovci	8,1 %
- Gobe na slovenskem	7,7 %
- Skale kot odprta knjiga	7,4 %

- Razgledi slovenskih vrhov	7,2 %
- Mednarodno leto gora	6,8 %
- Pozabljeno bogastvo vezenin	5,9 %
- Naravni parki Slovenije	5,7 %
- Slovenija na bilanci	5,7 %
- Mejice	5,3%
- Izurjeni za boj proti terorizmu	5 %
- V restavratorjevem kraljestvu	5 %

Iz zgoraj naštetih oddaj je razvidno, da imajo gledalci najraje oddaje, ki so narejene kot dokumentarni film in da vsebinsko najraje gledajo filme in oddaje o naravi, o naravni in kulturni dediščini Slovenije, seveda pa pogledajo tudi aktualno zasnovane oddaje, kot je bila na primer Izurjeni za boj proti terorizmu.

7.3.2. LETO 2003

Redne izobraževalne oddaje (Modro, Humanistika, Zenit, Resnična resničnost, Zgodbe o knjigah) imajo tudi v letu 2003 ustaljeno povprečno gledanost okrog 3 odstotke. Ostale redne izobraževalne oddaje, ki imajo svojo ciljno skupino (Recept za zdravo življenje, Volja najde pot, Barve jeseni in Vem več), spremlja v primerjavi z letom 2002, povprečno nekoliko več gledalcev in sicer 3,7 odstotka

V letu 2003 pa so med premierno predvajanimi oddajami lastne produkcije v odstotkih gledanosti izstopale oddaje:

- Naprodaj – trgovanje z albanskimi otroci	13,3 %
- Gorniška pot od Planice do Pokljuke	9,1 %
- Sadovi narave	8,1 %
- Gorska jezera	8,0 %
- Zlati maturantje – pet vprašanj in pet odgovorov	8,0 %
- Bela magistrala na smučeh čez Julijce	7,7 %

- Terske doline in gore	7,4 %
- Življenje in gore	7,0 %
- Življenje v gorah	6,9 %
- Svetloba temnih obrazov	6,0 %
- Kako živijo slovenski gradovi	6,0 %

Struktura najbolj gledanih oddaj lastne produkcije izobraževalnega programa je ostala enaka v primerjavi z letom 2002. Še vedno ljudje najraje gledajo dokumentarne oddaje o naravi in o naravnih ter kulturnih lepota Slovenije. V letu 2003 so močno izstopale oddaje o gorah, najbolj gledana pa je bila aktualna oddaja dokumentarnega žanra o prodaji albanskih otrok.

7.4. ANKETA MED USTVARJALCI V PROGRAMU

Da bi o samem delu v izobraževalnem programu izvedela kaj več, sem med sodelavci naredila anketo o oddajah, o pogojih dela ter o njihovi viziji izobraževalnega programa.

Sodelavci so mi odgovarjali na 11 vprašanj (glej prilogo A), ki sem jim jih zastavila in moram reči, da imajo v veliki večini zelo dobro mnenje o samem programu.

7.4.1. REZULTATI ANKETE

Na prvo vprašanje o tem, kako pomemben je izobraževalni program znotraj nacionalne televizije je velika večina delavcev odgovorila, da je pomemben.

Graf 7.2.: Pomembnost izobraževalnega programa



Na vprašanje o primarni nalogi izobraževalnega programa so odgovarjali, da je njegova glavna naloga predvsem ljudi izobraževati in jim svetovati ter da jih je potrebno ob izobraževanju tudi zabavati in jih obveščati o izobraževanju. Izpostavila bi misel ene od zaposlenih, »da je potrebno ljudi izobraževati na prijeten in zabaven način«.

Graf 7.3.: Primarna naloga izobraževalnega programa



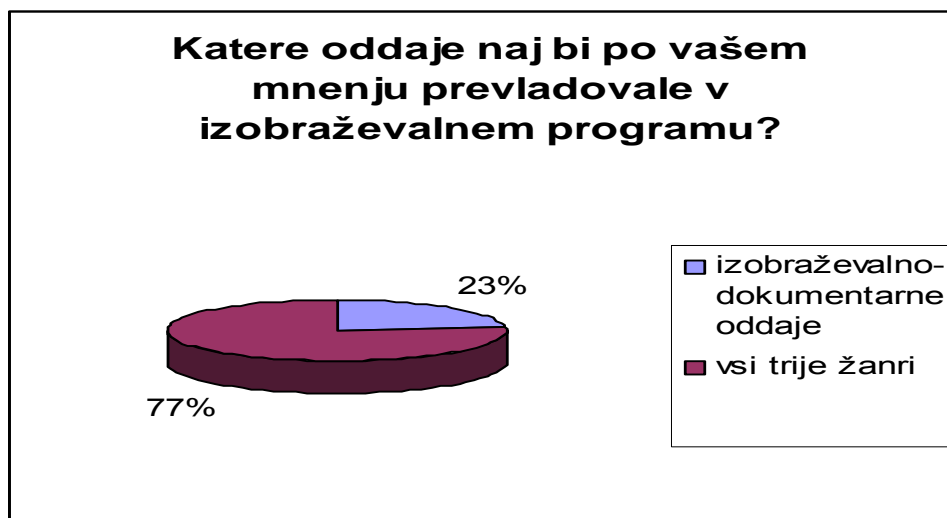
Zanimivo je, da v veliki večini delavci v programu menijo, da izobraževalni program na TV Slovenija dobro izpolnjuje svojo primarno vlogo, čeprav iz Letnega poročila za leto 2002 lahko ugotovimo, da v celotnem obsegu programske ponudbe obsega le kakšne 4-5 odstotkov.

Graf 7.4.: Izpolnjevanje primarne vloge izobraževalnega programa



Tudi glede tipa oddaj, ki naj bi prevladovale v izobraževalnem programu TV Slovenija, so delavci zelo enotni, saj jih 23 odstotkov meni naj prevladujejo izobraževalno – dokumentarne oddaje, vsi ostali pa so mnenja, naj bodo bodo vsi trije žanri oddaj enakovredno zastopani, torej izobraževalno – svetovalne oddaje, izobraževalne oddaje z zahtevnejšo vsebino in izobraževalno dokumentarne oddaje.

Graf 7.5.: Tip oddaj v izobraževalnem programu

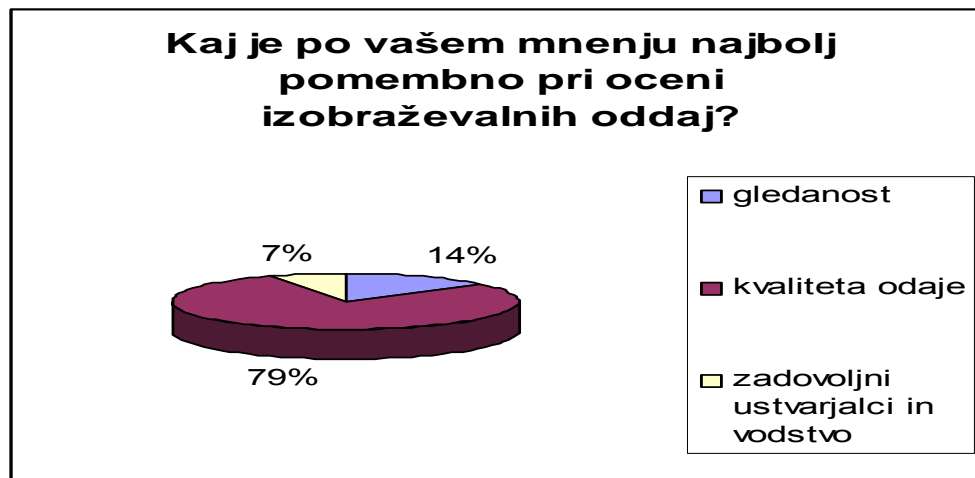


Sodelavce sem vprašala tudi, kako naj bi po njihovem mnenju ocenjevali oddaje oziroma kaj je tisto, kar je pri oddajah merilo, da je neka oddaja lahko označena kot »dobra«.

Na to vprašanje so v glavnem vsi odgovorili, da je sama kvaliteta oddaje najpomembnejša. Na drugo mesto so postavili gledanost, na tretje pa

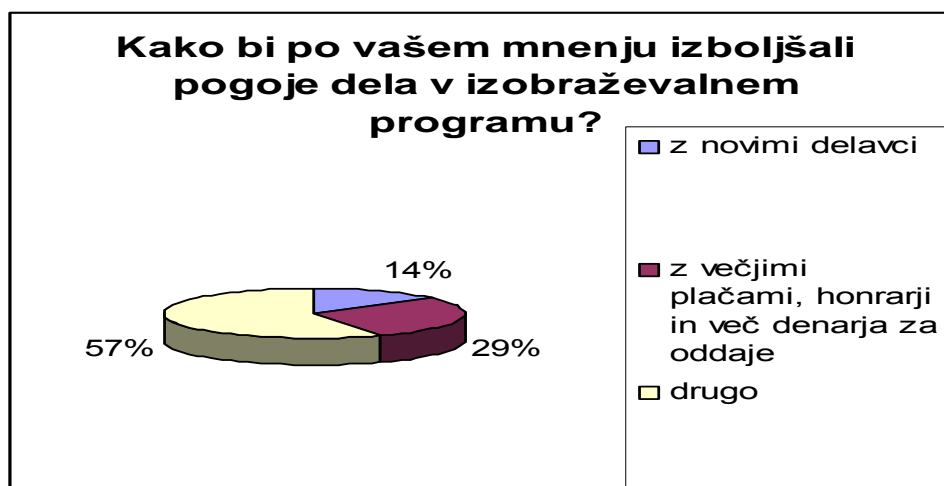
zadovoljne ustvarjalce in vodstvo programa. Medtem ko se za nagrado kot merilo dobre oddaje ni opredelil nihče. V neformalnih pogovorih s sodelavci sem večkrat slišala, da je nagrado lepo dobiti in da je neke vrste potrdilo za dobro opravljeno delo. So pa po večini mnenja, da so žirije, ki podeljujejo nagrade, večkrat pristranske pri podeljevanju nagrad in da dobljena nagrada še ne pomeni dobre oddaje ali obratno. Če nagrade ne dobiš, še ne pomeni da nisi dobro ali celo odlično opravil svojega dela.

Graf 7.6.: Ocena izobraževalnih oddaj

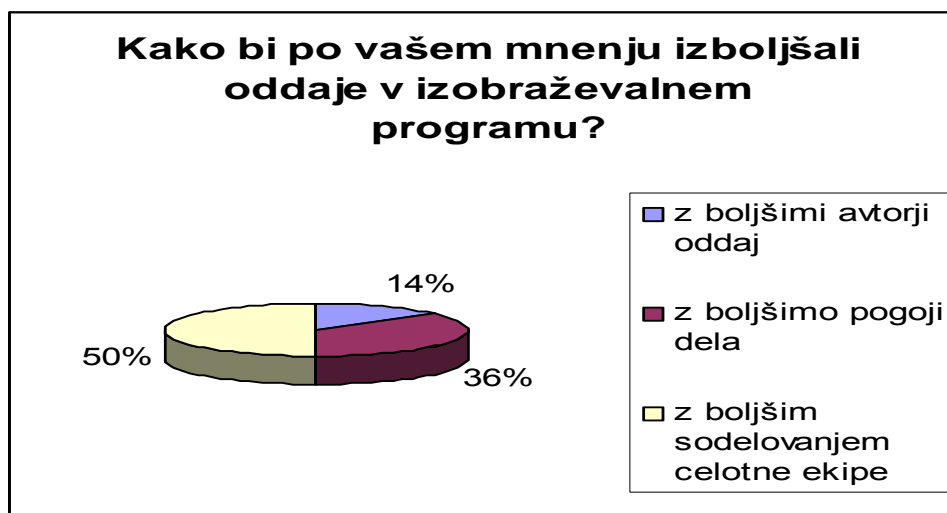


Na vprašanje, ali so s svojim delom v programu in pogoji dela zadovoljni, je 29 odstotkov delavcev odgovorilo, da z delom in pogoji niso zadovoljni, ostalih 71 odstotkov pa jih je zadovoljnih. Popolnoma zadovoljen ali popolnoma nezadovoljen ni nihče.

Graf 7.7.: Izboljšanje pogojev dela v izobraževalnem programu



Graf 7.8.: Izboljšanje oddaj v izobraževalnem programu



Ob odgovorih na zgornji vprašanji sem dobila vtis, da smo si skoraj vsi zaposleni v nečem edini. In sicer v tem, da je za dobre oddaje v izobraževalnem programu nacionalne televizije premalo denarja. Tu ne gre za plače in honorarje, čeprav se več denarja nihče ne bi branil. Gre za čisto vsakdanje stvari, s katerimi se pri svojem vsakdanjem delu srečujemo. Gre za to, da imamo za oddaje premalo snemalnih dni, premalo montaž, da je grafična služba preslabo opremljena, da bi lahko v izobraževalnih oddajah sledili svetovnim trendom in oddajam, ki jih gledalci lahko spremljajo na programih televizije National Geographic, Animal Planet, Discovery in nenazadnje na BBCjevih programih.

Poleg denarja pa se pri nastajanju oddaj pojavlja še en ključni problem. Gre za timsko delo. Timsko delo je že dolgo časa šibka točka nacionalne televizije, ki ga številni delavci izpostavljajo v svojih odgovorih na vprašanja o izboljšavi pogojev dela in samega programa. Problemi se pojavljajo predvsem na produkcijskem nivoju nastajanja oddaje. Če scenaristi, novinarji, uredniki in režiserji med seboj dobro sodelujemo, se na projekte primerno pripravimo, uskladimo pričakovanja in želje, pa se ponavadi zatakne že na samem snemanju, ko se srečamo z ostalimi ustvarjalci. Celotna snemalna ekipa (snemalec, asistent snemalca, snemalec zvoka, asistent snemalca zvoka in osvetljevač) so namreč največkrat samemu projektu oziroma oddaji dodeljeni povsem naključno in velikokrat se seznanijo z načrti dela šele na prvem snemalnem dnevu. Praviloma se snemalna ekipa menja tudi med snemanji tako, da je pol oddaje posnete z eno ekipo, pol oddaje z drugo ekipo ali pa je teh sodelavcev še več. Izjema so le posebni in bolj težavni projekti, kjer se stvari uredijo že nekaj mesecev vnaprej. Ko se oddaja preseli v montažo se zgodba ponavlja. Danes en montažer, jutri drugi, pojutrišnjem tretji. Ponovno pa so izjema bolj zahtevni in večji projekti.

Vse to seveda nič ne pripomore h kvalitetni oddaji, saj razen režiserja, scenarista, novinarjev in ostalih ki so pri oddaji od začetka, nihče od sodelujočih ne razvije nikakršnega občutka pripadnosti nekemu projektu. Zato so oddaje velikokrat posnete in zmontirane povprečno, ustvarjalci (snemalci, asistenti, »tonci«, »lučkarji«, montažerji) pa si jih, ko so narejene včasih niti ne pogledajo. Rada pa bi poudarila, da tu ne gre za kritiko samih delavcev pač pa za tiste, ki postavljajo pravila dela, ki izdelujejo letne, mesečne in dnevne načrte dela. Mislim, da je ravno timsko delo tisto področje, kjer bi se dalo veliko narediti. Če bi ljudje ob delu začutili tudi nekaj pripadnosti določenemu projektu, da bi lahko bili tudi s svojimi zamislimi v njih prisotni, bi bil končni rezultat veliko boljši.

Ob koncu ankete sem sodelavce povprašala tudi o viziji izobraževalnega programa v naslednjih petnajstih letih. Na žalost je kar nekaj delavcev odgovorilo, da vizije nima, da se boji, da bodo izobraževalni program ukinili

ali pa jih prihodnost preprosto ne zanima. Naj citiram enega bolj črnogledih odgovorov »Dejansko se bojim, da bodo izobraževalni program ukinili. Zakaj pa bi ljudi izobraževali, ko pa si želijo le kruha in iger.« Zanimiva je podobnost s Tracejevimi ugotovitvami glede krize javne televizije.

Moram pa reči, da se z zgornjim odgovorom ne morem strinjati, saj menim, da so gledalci, kar se medijskih vsebin tiče, mnogo bolj zahtevni, kot so bili včasih. Gledalce si je potrebno pridobiti in to lahko storimo z dobrimi oddajami. Če si gledalec želi kruha in iger, mu to dajmo, a zraven ga še kaj naučimo, ali kot je povedala ena od mojih sodelavk, »gledalce je potrebno učiti na zabaven način«.

Veliko delavcev v izobraževalnem programu ima lepo vizijo in mislim, da so za njeno uresničitev pripravljene tudi mnogo storiti. Program vidijo nadgrajen z novimi mediji, vidijo večjo vpletenost gledalcev v same oddaje tako »v živo« kot tudi preko računalnikov, želijo si boljših dokumentarno – izobraževalnih oddaj v stilu tujih izobraževalnih programov, kot so Discovery, National Geographic in BBCjeve oddaje. V tempu življenja, ki ga živimo se jim zdi izobraževanje zelo pomembno, saj za učenje v vsakdanjem življenju zmanjkuje časa. Televizija pa lahko nekaj nauči na zabaven, nevsiljiv in poljuden način. In naj ob koncu citiram še našo urednico: »Ustvarjati si želim program, ki bo zavoľjo kvalitete, postal referenca«.

8. ZAKLJUČEK

Skozi raziskovalno delo pri diplomski nalogi sem prišla do številnih zaključkov. Če gremo od razvoja javne televizije naprej, bi izpostavila dejstvo, da je izobraževanje ena od treh glavnih nalog javne televizije, ki so: informirati, izobraževati in zabavati. Zato bi po mojem mnenju tudi izobraževalni program znotraj Zavoda RTV Slovenija moral imeti enakovredno vlogo, kot ga imata razvedrilni in informativni. A to na »nacionalki« ni tako. Izobraževalni program je le del informativno – izobraževalnega uredništva in je močno podrejen interesom informativnega programa. Velikokrat prihaja do različnih trenj znotraj obeh programov in ponavadi, zaradi mnogokrat tudi političnih interesov, prevlada informativna vsebina nad izobraževalno.

Vloga izobraževalnega programa se nadalje kaže tudi iz pregleda programske ponudbe TV Slovenija v letih 2002 in 2003, kjer je razvidno, da izobraževalni program obsega le dobre 4 odstotke programa, medtem ko je programa z informativnimi vsebinami več kot 20 %. Tako da se tudi znotraj same programske ponudbe vidi razmerje treh glavnih nalog nacionalne televizije. Slovenska nacionalna televizija svoje gledalce najprej informira, nato jih zabava in šele na koncu izobražuje.

Če se vrnem na samo vprašanje iz uvoda, ali je izobraževalni program pomemben del nacionalne televizije in ali je sploh potreben, bi na obe vprašanji odgovorila pritrdilno. Izobraževanje je ena temeljnih nalog nacionalne televizije in prav je, da je tako. Trditev, da gledalci hočejo samo še kruha in iger, je zelo napačna, saj je raziskava o gledanosti TV programov pokazala, da veliko število slovenskih gledalcev spremlja tuje programe, kot so National geographic, Discovery channel, Animal planet in podobne programe, ki imajo večino programa zasnovanega na izobraževalnih vsebinah. Torej lahko ugotovimo, da si tudi gledalci, tako kot mi, ustvarjalci, želijo takšne oddaje.

Kakšen je torej recept za dobro izobraževalno oddajo, na katero bi bilo avtorji ponosni, gledalci pa bi si jo z veseljem ogledali in ob njej uživali?

Zadeva na žalost ni tako preprosta, da bi vzeli ščepec izobraževalne vsebine, jo pomešali z žličko humorja in dodali 200 gramov slikovitih in nazornih posnetkov ter pekli na 24 fremov*¹ dobrih 50 minut.

Ne! Za dobro izobraževalno oddajo je potrebno mnogo več. Najprej potrebujemo, kakor rada izpostavi naša urednica, dober scenarij. Dober scenarij je namreč temelj vsake televizijske oddaje. Ko je scenarij postavljen in sprejet s strani vodstva, scenarist/ka potrebuje dobre sodelavce/ke od režiserja/ke, preko snemalca/ke, tajnika/ce režije, organizatorja/ke do montažerja/ke, glasbenega/e opremljevalca/ke in vseh ostalih, ki delajo na določenem projektu. Le dobro delo vsakega od teh sodelavcev in njihovo dobro sodelovanje je ključ do res dobre oddaje.

A tudi to mnogokrat ni zadosti. Kaj je torej narobe? Gledalci si želijo dobrih izobraževalnih oddaj, ustvarjalci bi jih z veseljem delali, a pravih rezultatov ni. Morda bo zvenelo malce klišejsko, a zatakne se pri denarju.

Če navedem le primer iz zgodovine izobraževalnega programa. Zagotovo se vsi gledalci še spomnijo oddaj Gore in ljudje, ki jih je pripravljala gospa Marjeta Keršič Svetel in so bile ene najbolj gledanih oddaj na nacionalni televiziji. In tudi iz Letnega poročila za leto 2003 je razvidno, da so bile različne oddaje o gorah najbolj gledane oddaje izobraževalnega programa. Ta serija oddaj je bila ukinjena zaradi finančnih razlogov, ali povedano preprosto, ker zanjo ni bilo dovolj denarja. Je pa še mnogo projektov, ki se niso realizirali ravno zaradi pomanjkanja denarja. Torej finance so bile in ostajajo eden ključnih problemov pri nastajanju dobrih oddaj.

Seveda pa v denarju ni vse. Osebno mislim, da ima »nacionalka« večkrat zelo mačehovski odnos do samega izobraževalnega programa in da nanj večkrat celo pozabi ali ga odloži na stranski tir. Mnogo več se govori in vlaga v informativne, razvedrilne in podobne oddaje, medtem ko se na izobraževanje

¹ Televizijska slika sekund nima razdeljenih v stotinke, pač pa je sekunda razdeljena na 24 fremov, kar pomeni da se v sekundi lahko teoretično na ekranu zamenja 24 slik. Še zanimivost: Človeško oko enega fremu ne zazna. Vidi le od dveh fremov naprej.

večkrat pozablja. Menim, da bi lahko bilo tudi denarja za marsikateri projekt dovolj, če bi le bilo dovolj volje in interesa.

Izobraževanje je poleg obveščanja in zabavanja ena temeljnih nalog javne televizije. Zato se nam za njegov nadaljnji obstoj na TV Slovenija ni treba bati. Na nas pa je, kako pomembno vlogo bo v prihodnosti imel. Ali bo postal zgolj spremljevalec vsega ostalega programa v obsegu 4 odstotkov lastne produkcije s povprečno gledanostjo okrog 3 odstotkov ali bomo iz njega naredili nekaj več? Moje mnenje je, da to zmoremo. Posvetimo se gledalcem, prisluhnimo jim in jim dajmo tisto, kar jih najbolj zanima. Lahko postanemo njihov sopotnik, njihov zaveznik v težavah in rešitelj problemov s katerimi se srečujejo iz dneva v dan.

Menim, da moramo v prihodnosti nadgraditi nekatere oddaje z zahtevnejšo izobraževalno vsebino in poskrbeti tudi za različne bolj specifične ciljne publike. Predvsem pa je po mojem mnenju naloga programa, da gledalcem svetuje, jih izobražuje, jih seznanja s trendi, novostmi ter da jih hkrati opozarja tudi na napake. Potrebujemo več oddaj, ki bi se približale ljudem v vsakdanjih opravilih od oddaj za ženske (lepota, zdravje, estetika,...), oddaj za moške (sam svoj mojster,...) ter oddaje, ki nimajo specifičnih ciljnih publik, ki pa jih je nešteto področji (kuhanje, vrtnarstvo, notranja oprema, medosebni odnosi, vzgoja,...). Ključ do uspeha pa seveda leži tudi v gledalcu vsečnih voditeljih/cah oddaj in v samem načinu podajanja vsebine. Oddaje morajo biti preproste in za gledalca zanimive. Če bi analizirala, kaj je toliko boljše v oddajah BBCja, Discoveryja in podobnih bi rekla, da je skrivnost ravno v načinu podajanja vsebine. Menim, da je eden najboljših načinov podajanja informacij skozi igrane prizore s katerimi se gledalec lahko identificira. Klasične studijske pogovorne oddaje pa so gledalcu nezanimive in dolgočasne in iz televizije večkrat delajo radio. Televizija temelji na sliki in zato mora predvsem slika govoriti sama. Tekst pa je le podkrepitev dejstev, ki jih gledalec vidi in zazna z očesom.

Naj opišem po mojem mnenju eno boljših serij o zdravstvu, ki so jo naredili na angleškem BBCju Zgodba o telesu. Ker se tudi sama ukvarjam z oddajami

o zdravstvu, me je ta vsebina še toliko bolj pritegnila. Že sam naslov serije pove, da je oddaja zgodba in res je. Posamezna oddaja je bila zasnovana na zgodbi, ki se pripeti enemu človeku. Zgodi se mu prometna nesreča, piči ga osa, dva najstnika odraščata in podobno. Nato naslednjih 20 minut sledimo toku dogodkov, kot v kakšni akcijski nadaljevalki ali nanizanki, le da so vse stvari, ki se dogajajo v telesu obravnavanega posameznika opisane z medicinskega vidika in podkrepljene s čudovitimi tridimenzionalnimi grafičnimi animacijami. Oddaja je zanimiva in hkrati zelo poučna, stvari so razložene na enostaven način, a vseeno dovolj dobro, da ob koncu razumemo mehanizem alergijske reakcije, proces telesnega odraščanja najstnikov ali okrevanje po hudi prometni nesreči in celjenje notranjih ran. Po mojem mnenju je to eden boljših načinov kako gledalcu na zanimiv in gledljiv način podati izobraževalno vsebino.

Takšna je moja vizija modernega izobraževalnega programa za 21. stoletje. Vsega seveda ne bomo mogli uresničiti, medtem ko se na nekaterih področjih stvari že udejanjajo. Še naprej se bomo trudili po najboljših močeh, gledalci pa bodo nenazadnje tisti, ki bodo povedali če gremo v pravo smer.

9. LITERATURA IN VIRI

- 1) Bates, Anthony (1984): Broadcasting in education. Constable, London.
- 2) Cerkovnik, Marja (1993): »Nekoč sta bili leti 1958 in 1962«. Televizija prihaja, str. 175-179, RTV Slovenija uredništvo Kričača, Ljubljana
- 3) Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999a): Odraščanje z mediji. Rezultati raziskave »Mladi in mediji«, ZPMS, Ljubljana.
- 4) Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): Moč in nemoč televizije. Rokus, Ljubljana.
- 5) Finančni kontroling RTV Slovenija, Pregled prihodkov in odhodkov. RTV Slovenija (1999), Ljubljana.
- 6) Grčar, Miša (1993): »Se še spominjaš«. Televizija prihaja, str. 171-175, RTV Slovenija uredništvo Kričača, Ljubljana.
- 7) Keane, John (1992): Mediji in demokracija. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- 8) Košir, Manca in Ranfl, Rajko (1996): Vzgoja za medije. Državna založba Slovenija, Ljubljana.
- 9) Letno poročilo 2002, RTV Slovenija, Ljubljana.
- 10) Letno poročilo 2003, RTV Slovenija, Ljubljana.
- 11) Luthar, Breda (1992): Čas televizije. Znanstveno publicistično središče, Ljubljana.

- 12) Mediana (1993/2, 1994/2, 1995/2, 1996/2, 1997/5 (polletje, 1998/2 polletje, 1999/2 polletje): Gledanost, branost, poslušnost; Raziskava medijev v Sloveniji. Inštitut za raziskovanje medijev Ljubljana.
- 13) McQueen, David (1998): Televizija. Clio, Beograd.
- 14) Oseli, Petra (2000): Zaton javne televizije? Diplomsko delo, Ljubljana.
- 15) Pak, Lidija (1999): Prihodnost javne televizije. Diplomsko delo, Ljubljana.
- 16) Pohar, Lado (1993): »Začetki radia in televizije v svetu in pri nas«. Televizija prihaja, str. 7-12, RTV Slovenija uredništvo Kričiča, Ljubljana.
- 17) Pohar Lado (1993): »Televizija prihaja v Slovenijo«. Televizija prihaja, str. 21-48, RTV Slovenija uredništvo Kričiča, Ljubljana
- 18) Pohar, Lado (1999)«Kako smo odprli okno v svet«. Radar št. 249, Ljubljana.
- 19) Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija (2000), www.rtv slo.si, Ljubljana.
- 20) Poler, Melita (1997): Novinarska etika. Magnolija, Ljubljana.
- 21) Predpisi o novinarjih in medijih (1995). Uradni list RS, Ljubljana.
- 22) Prisljan, Nataša (2000): Kakovost otroškega programa na TV Slovenija. Diplomsko delo, Ljubljana.

- 23) Raboy Marc (1997): Public service broadcasting: the challenges of the twenty-first century. Unesco, Paris.
- 24) Škrabec, Klara (2001): Britanski in ameriški model javne televizije: Predstavitev in primerjava. Diplomsko delo, Ljubljana.
- 25) Tracey, Michael (1998): The decline and fall of public service broadcasting. University press, Oxford.
- 26) Zbornik Televizija prihaja (1993). RTV Slovenija uredništvo Kričiča, Ljubljana.
- 27) Zakon o Radioteleviziji Slovenija (1994), Uradni list RS, Ljubljana.
- 28) Wheeler, Mark (1997): Politics and the mass media. Blackwell, Oxford, Cambridge.

DRUGI VIRI

Elektronski naslovi:

- 1) <http://www.rtv slo.si> [22.7.2004]
- 2) <http://ww.bbc.co.uk> [15.7.2004]

- Anketa med delavci izobraževalnega programa
- Neformalni pogovori z delavci in urednico izobraževalnega programa
- Opazovanje z udeležbo (6 letne izkušnje pri delu v izobraževalnem programu TV Slovenija)