

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

DENIS OŠTIR
TATJANA PIRC

VLOGA LOKALNIH RADIJSKIH POSTAJ V SLOVENIJI

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana, 2003

Kazalo

Kazalo.....	1
1. Uvod.....	3
2. Značilnosti radia.....	6
3. Delitev radijskih postaj v Sloveniji	11
3.1. Radijski programi javnega zavoda RTV Slovenija.....	11
3.2. Lokalni radijski programi	12
3.3. Regionalni radijski programi.....	13
3.4. Študentski radijski programi.....	14
3.5. Nepridobitni radijski programi.....	14
3.6. Drugi ali komercialni radijski programi.....	15
4. Zakonska ureditev statusa lokalnih radijskih postaj	16
4.1. Zakon o medijih (Ur. l. RS, št. 35/2001)	16
4.1.1. Kaj je lokalna radijska postaja.....	16
4.1.2. Zakonske olajšave za lokalne radijske postaje	18
4.1.3. Splošne omejitve za lokalne radijske postaje.....	19
4.1.3.1. Programski deleži	19
4.1.3.2. Oglaševanje.....	20
4.2. Zakon o telekomunikacijah (Ur. l. RS, št. 30/2001).....	21
4.3. Pravilnik o programih posebnega pomena (Ur. l. RS, št. 85/2002).....	23
4.4. Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Ur. l. RS, št. 77/2002).....	25
4.5. Pravilnik o merilih za financiranje programskih vsebin radijskih ali televizijskih programov s statusom lokalnega, regionalnega ali študentskega značaja (Ur. l. RS, št. 109/2002).....	26
4.6. Metodologija nadzora programskih vsebin radijskih in televizijskih programov	27
5. Razmere na radijskem trgu danes	28

6. Namen lokalnih radijskih postaj	31
7. Poslušnost lokalnih radijskih postaj	41
8. Lastništvo lokalnih radijskih postaj	45
9. Primerjava komercialnih in lokalnih radijskih programov.....	47
a. Radio Celje	47
b. Moj Radio	48
c. Radijski programski shemi	49
9.3.1. Analiza RPS Radia Celje.....	49
9.3.2. Analiza RPS Mojega radia	54
9.3.3. Primerjava programov	56
d. Oglaševanje	58
10. Zaključek	61
11. Viri.....	63
a. Pisni viri.....	63
b. Drugi viri.....	64
c. Spletni viri	65
12. Priloge	66
a. Priloga 1 – RPS Radia Celje.....	66
b. Priloga 2 – RPS Mojega radia	68
c. Priloga 3 – 24 ur radijske novice za dan 7. februar 2003.....	70

1. Uvod

Ni daleč nazaj, ko so poslušalce v Sloveniji precej motile dokaj neurejene razmere na radijskem trgu na zahodu, konkretno v Italiji. Radijske postaje so v frekvenčnem spektru razmaknjene na vsega desetino ali dve megaherca. Na primorskem je tako rekoč nemogoče najti slovensko radijsko postajo, ne da bi med iskanjem desetkrat ali dvajsetkrat naleteli na italijanske komercialne radijske postaje, ki se nekontrolirano širijo tudi preko meja. Takšno stanje se v zadnjih letih ni izboljšalo, temveč so s razmere v Italiji še poslabšale.

Zdaj smo v enaki godlji pri nas. Po osamosvojitvi je država frekvence delila nekontrolirano. Rasle so radijske postaje po garažah, dnevnih sobah, celo premične postaje naj bi oddajale z zadnjih sedežev večjih avtomobilov¹. Izgledalo je, da vsak z nekaj več kot 25 tisoč evri, kolikor je stala osnovna oprema za radijski postajo (oddajnik, solidna zbirka pesmi in računalnik) lahko začne z oddajanjem lastnega radijskega programa. Stare radijske postaje so bile izpostavljene konkurenci, ki je delovala predvsem na načelu "low cost – high profit²", ne ozirajoč se na kakovost programa, izobraženost govorcev ali vsebino. Program je sestavljala zgoščena glasba slabše kakovosti z računalnikov, mali oglasi in glasbene želje. Govorci so govorili v drugačnem jeziku, kot so ga bili na radijskih programih RTV Slovenije vajeni poslušalci³. Predvsem ulični jezik in poplava tujk sta pomenila enkratni kulturni šok za slovenski medijski prostor. V njihovo izobraževanje se ni vlagalo ničesar. Ljudje so bili čez dan natakari in delavci v avtomehaničnih delavnicah, popoldne ali zvečer pa so v prijateljevi garaži sedli za mikrofona kot zvezde lokalne radijske scene, izbirali glasbo, prebirali novice in kramljali s sosedi preko telefona in radijskih valov.

Lokalne (takrat še nekomercialne) radijske postaje, do takrat institucije med radijskimi postaji in kredibilni viri za lokalne prebivalce, so postale žrtve

¹ Uradno sicer primer iz Savinjske doline ni bil nikoli potrjen.

² Nizki stroški, visok dobiček.

predatorskih in dumpinških cen. Postale so okorni fosili "prejšnjega sistema", posmeh tistih, ki so komercialne programe oddajali iz preurejenih vinskih kleti ali lokalov. Da bi bila mera polna, je država leta 1994 sprejela Zakon o javnih glasilih, ki je po zagotovilih urednikov lokalnih postaj, programom nalagal zgolj obveznosti, medtem ko pravic skoraj ni bilo. Število postaj, ki so delovale kot lokalne nekomercialne radijske postaje, se je zmanjševalo. Prav tako se je pošteno zmanjšalo število zaposlenih na postajah. Zadnji udarec "lokalcem" pa predstavlja Zakon o medijih.

Status lokalnih radijskih postaj v Sloveniji ni primerno urejen. Zakonska osnova sicer obstaja, dodeljen jim je 3-odstotni delež RTV prispevka, ki ga država namenja zgolj programom posebnega pomena, vendar v praksi stvari ne živijo. V dveh letih in pol država v skladu z Zakonom o medijih (Zmed) ni dodelila niti enega samega statusa programa s posebnim pomenom in zato ni lokalnim radijskim programom podelila niti enega samega tolarja državne pomoči. Zakaj doslej statusov še niso podelili, vsak od vpletenih zagovarja po svoje. Programi so vloge, tako trdijo, Ministrstvu predložili pravočasno. Izdajatelji programov naj bi večkrat urgirali, vendar se stvari ne premaknejo. Svet za radiodifuzijo zagotavlja, da dela na meji zmožnosti, ter da bi s takšno kadrovske sestavo in odmerjenimi sredstvi statuse do konca lahko podelili v petih letih. Na Agenciji za telekomunikacije, ki za Svet nadzoruje radijske postaje, zagotavljajo, da nadzor opravljajo. Ko bodo odrejeni tudi posebni nadzori za lokalne radijske postaje, jih bodo tudi opravili. V tem tamponskem območju so lokalni radijski programi zdaj izpostavljeni trgu in konkurenci, hkrati pa morajo, da bi status pridobili, proizvajati več in bolje. In do sedaj za to še niso dobili ničesar.

Postavlja se torej vprašanje, kaj država sploh želi. Ali gre pri lokalnih radijskih postajah res za programe posebnega pomena ali zgolj za priveske in fosile preteklosti? Ali želi da lokalni programi v duhu regionalizacije Evrope, ki poudarja pomen lokalnih skupnosti, preživijo in zaživijo, ali pa jih želi na ta način prisiliti, da ugasnejo?

³ Na Radiu Slovenija gojijo zborni in splošno pogovorni jezik. Ulična govorica s slengizmi in

Namen te naloge je predstaviti položaj, ki ga imajo, ali bi ga vsaj morale imeti lokalne radijske postaje v slovenskem medijskem prostoru. Zato sem v prvem delu temeljito preučili vse pravne akte, ki opredeljujejo delo lokalnih radijskih postaj ter analiziral poglede teoretikov glede pomena, vloge in dejavnosti lokalnih radijskih postaj tako v Sloveniji, kot v svetu. Drugi del je namenjen analizi razlik in podobnosti med dvema programoma, lokalnim in komercialnim, ki delujeta na istem območju a s povsem drugačnim pristopom. Prikazal bom razlike v radijskih programskih shemah, informativnih vsebinah, tipih govorcev in oglaševanju na obeh radijskih postajah.

Pri pripravi naloge sem analiziral pravne in teoretične vire, ki govorijo o lokalnih radijskih postajah, njihovi nalogi, namenu, vlogi in poslanstvu na medijskem trgu. Poleg tega sem se pri pripravi naloge pogovarjal z akterji, to je lastniki in zaposlenimi na lokalnih radijskih postajah, kot tudi z lastniki njim konkurenčnih komercialnih radijskih postaj.

Pomembno je tudi poudariti, da bom v vsej diplomski nalogi kot lokalne radijske postaje opredeljeval vse radijske postaje, ki so po Zakonu o javnih glasilih, to je pred sprejetjem Zakona o medijih – Zmed, imele status lokalnih nekomercialnih radijskih postaj. Vse te radijske postaje⁴ so namreč povečini že vložile vloge za pridobitev statusa lokalnih radijskih postaj. Poleg tega programsko v veliki meri uresničujejo v Zmed zapisano poslanstvo in izpolnjujejo predpisane obveznosti. Ker jim torej do statusa lokalnih radijskih postaj manjkajo zgolj odločbe pristojnega organa, ki jih bodo najverjetneje prejeli v prihodnjem letu, jih bom v tem diplomskem delu opredeljeval kot takšne. Ker je diplomsko delo nastajalo v obdobju, ko so se statusi šele podeljevali, hkrati pa se je zakonodaja šele uveljavljala, vsi podatki veljajo za sredino leta 2003, ko je naloga nastajala.

tujkami v programih ni dovoljenja.

⁴ Njihovo število je bilo ob sprejemanju Zmed 20. Od tega sta bila dva študentska, radio MARŠ pa je medtem prenehal z oddajanjem, vendar se znova ustanavlja. V diplomskem delu bomo torej kot relevantno jemali število 18.

2. Značilnosti radia

Radio kljub pojavu drugih elektronskih medijev brez dvoma ostaja elektronski medij, ki je ključno zaznamoval dovršen del dvajsetega stoletja. Vse do pojava televizije (predvsem pa njene razširitve med ljudi, ki je zaradi zahtevnejše tehnologije in predvsem višje cene trajala dlje kot pri radiu) je imel radio monopol na področju elektronskih medijev, hkrati pa konkurenčno prednost pred prej poznanimi oblikami množičnega komuniciranja. Radio še vedno velja za najhitrejši medij. Je dostopen, neposreden, splošno uporaben in dovzeten. Njegova največja prednost je ravno hitrost, s katero lahko doseže občinstvo (Fink, 1992: 10).

Zagotovo najbolj razvpit primer, ki dokazuje moč radia, njegovo prednost pred ostalimi mediji in njegovo verodostojnost v očeh javnosti, je dogodek iz leta 1938. 30. oktobra 1938 zvečer je redni program – na radiu Columbia Broadcasting Station (CBS) so na noč čarovnic vrteli resno glasbo – prekinili z nujnim obvestilom, poročanjem v živo, ter oglašanjem dopisnikov z zahodnega dela ZDA. Poročali so o napadu marsovcev. Program se je nato, tako kot se je začel, tudi končal, na CBS-u pa so nadaljevali program z resno glasbo. 6 milijonov poslušalcev (Drnovšek, 2002: 4) naj bi takrat poslušalo radio. Nato so preko večera program še večkrat prekinili s podobnimi flash⁵ novicami, celo z zaigranim govorom predsednika države Roosevelta. Newyorška policija je v studio CBS poslala policiste, ki so v živo spremljali dramatično dogajanje (Simmons, 1995: 12), kjer še sami niso vedeli, ali gre za res, ali pa je vse skupaj potegavščina. Ljudje so predvsem na zahodnem delu Združenih držav Amerike panično zapuščali domove. Šele pozneje so dognali, da je Orson Wells pripravil radijsko dramatizacijo igre H. G. Wellsa Vojna svetov.

Če kaj, potem je Wellsova potegavščina dokazala moč radia, da z enega mesta s svojim sporočilom doseže celoten narod. Orson Wells, avtor potegavščine, je

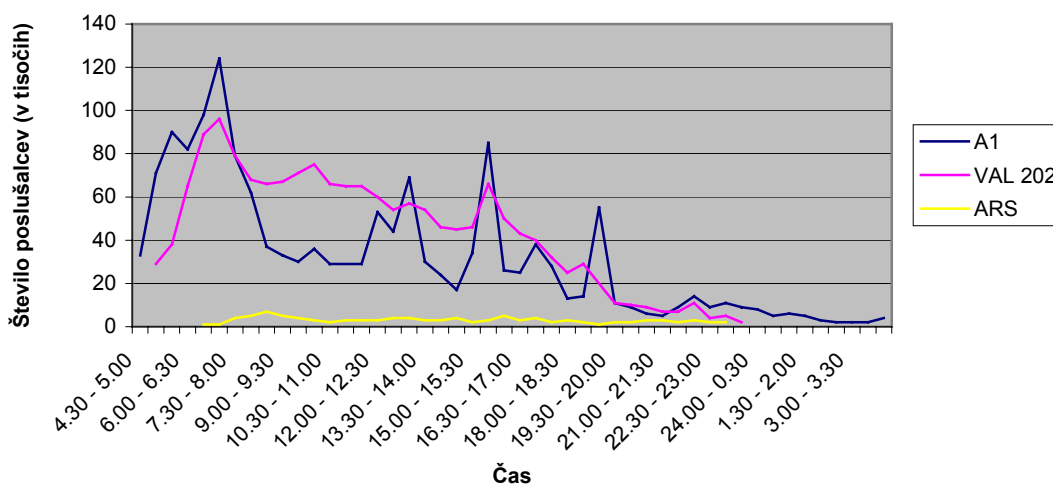
⁵ Bliskovite novice – kratko, zgoščeno poročanje o aktualnem dogodku, običajno v živo.

nameraval dokazati in na koncu uspel, da bi ljudje verjeli (to je vsemu), kar bi slišali na radiu. (Simmons, 1995: 12)

Resda se je vloga radia skozi čas spreminjala, vendar kljub napovedim, da bo ob pojavu televizije izgubil na pomenu, to ne drži. Uporabniki medijev še vedno kar osmimo dneva (to je 3 ure dnevno) posvetijo poslušanju radia; televizija je deležna pozornosti okrog 160 minut dnevno (2 uri in 40 minut); dnevni časopisi dobijo vsega 15 minut dnevne pozornosti; še slabše se godi revijam (tednikom in mesečnikom), ki jim ljudje vsak dan v povprečju namenijo vsega 6 minut. (Mediana 2002)

Spremenila se je tudi časovna razporeditev, kdaj se ljudje posvečajo posameznim medijem. Poslušanje radia se tako vse bolj pomika proti jutru in dopoldnevu. Svoj dnevni vrh doseže, kot ugotavlja Krišelj (1994), okoli 16. ure, medtem ko se nato poveča gledanost televizijskih programov. Tako je očiten predvsem trend razmeroma ostrega padanja števila poslušalcev skozi dan. To potrjujejo tudi kasnejše raziskave, denimo Mediana 2001 ter raziskave poslušnosti in gledanosti programov Oddelka za raziskovanje programov in občinstva RTV Slovenija (2001). S poštnimi anketami so izdelali zelo natančno shemo in pregled poslušnosti radijskih programov skozi ves dan. Podatke so zbirali na podlagi polurnih intervalov.

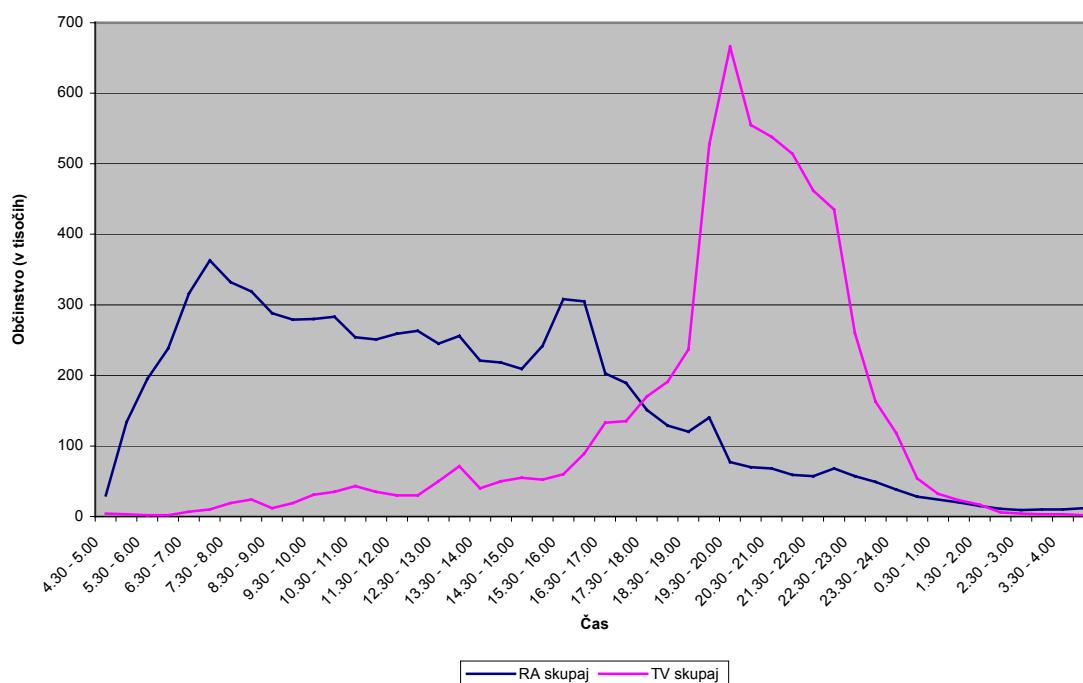
Graf 2.1.: Poslušanost programov Radia Slovenija



Iz grafikona so prejšnje navedbe povsem jasno razvidne. Velika večina ljudi radio posluša zjutraj in ob dopoldnevih. Najvišji vrh poslušanost doseže v terminu med sedmo in pol osmo dopoldne, to je v času informativne oddaje Druga jutranja kronika Radia Slovenija. Naslednji vrh se pojavi okrog 13. ure, ko je na sporedu informativna oddaja Danes do 13. in nato še ob obeh naslednjih informativnih oddajah, to je Dogodkih in odmevih, ki so na sporedu ob 15.30 ter Radijskem dnevniku, ki je na sporedu vseh treh programov Radia Slovenija⁶ ob 19. uri. Zanimivo je, da število poslušalcev prvega programa Radia Slovenija doživlja precejšnje vzpone in padce, medtem ko je število poslušalcev ostalih dveh programov razmeroma ustaljeno.

Če v graf vključimo še gledanje televizijskih postaj, kar je RTV Slovenija v svoji raziskavi (2001) prav tako merila, je trend premikanja publike z radia k televiziji še toliko bolj očiten. Za primerjavo smo vrednosti vseh radijskih postaj (tako tistih, ki jih oddaja javni zavod RTV Slovenija, kot lokalnih in tujih) in televizijskih postaj (RTV Slovenija in drugi) združili v en sam delež⁷.

Graf 2.2.: Radio vs. Televizija



⁶ To je na programih A1, Val 2020 in ARS.

⁷ RA pomeni radio, TV televizijo.

Premik je tu očiten. Ob 17.30 uri število gledalcev televizije prehiti število poslušalcev radia in ostane nad njim do zgodnjega jutra. Iz tega je moč sklepati, predvsem zaradi časa, kdaj ljudje poslušajo radio⁸, da radio postaja pasivni medij – medij drugega plana. Radio tako namesto informativnega medija postaja medij zabave, ljudje pa mu ob poslušanju ne namenjajo več vse svoje pozornosti, temveč je zanje le zvočna kulisa, ko se denimo vozijo v avtomobilu, delajo v službi ali doma pripravljajo kosilo. Prav prvo, to je poslušanje v avtomobilu, postaja po zadnjih raziskavah RTV Slovenija (2002), eden najpomembnejših načinov poslušanja radia. Zanimiva je primerjava podatkov med letoma 1999 in 2002, ko so anketirancem zastavili enako vprašanje: Kje poslušate radio? Odgovori so zbrani v naslednji tabeli.

deleži v odstotkih	december 1999	november 2002
doma	78	73
v službi	17	20
v avtomobilu	43	50
drugje	4	2
ne poslušam radia	5	9
brez odgovora	3	2
število anketirancev	289	326

Tabela 2.1.: Rezultati ankete o poslušanju radia.

Tudi tu je trend zelo jasno viden. Že tako razmeroma visok delež tistih, ki so leta 1999 odgovorili, da radio poslušajo v avtomobilu (43%) se je v letu 2002 povečal še za dodatnih 7 odstotkov (50%).

Prodor radijskih sprejemnikov v avtomobilih je po nekaterih podatkih proizvajalcev avtomobilov kar 95 odstotna. In radio – večina komercialnih, do neke mere pa tudi lokalni in celo javni Radio Slovenija – so se temu dejstvu

⁸ Časi se prekrivajo z jutranjo vožnjo v službo. Poleg tega je najvišja poslušanost radia v dopoldanskih urah, ko so ljudje v službi, na delovnem mestu, in torej radio nedvomno uporabljajo za zvočno kuliso.

prilagodili. Prometne informacije in informacije za voznike tako predstavljajo dobršen del programa vseh radijskih postaj, močno pa so vpete tudi v informativne programe radijskih postaj. Vprašljiva pa je kakovost takšnih informacij. Pri posredovanju takšnih vrst informacij imajo lokalne radijske postaje konkurenčno prednost. Medtem ko denimo Radio Slovenija v svojih programih obravnava zgolj glavne prometnice⁹, lokalne radijske postaje podajajo bolj natančne informacije o konkretnih zaporah na konkretnih prometnicah na območju slišnosti posamezne radijske postaje.

Ugotovimo lahko, da radio kljub pojavu novih tehnologij (televizija ali internet) ostaja ključni igralec med elektronskimi mediji. Še več. Radio je v konvergenci z novimi tehnologijami naredil korak naprej. Večina radijskih postaj v Sloveniji že oddaja 24 ur dnevno tudi preko interneta¹⁰, tako da je poslušanje možno povsod, kjer je omogočen vstop v medmrežje in svetovni splet. Radio Slovenija dva svoja programa oddaja tudi preko satelita. Tudi drugje po svetu se kaže, da radio ohranja svoj položaj med elektronskimi mediji. William A. Hachten (1998: 90) trdi, da je radijski medij (posebej poročila) danes močnejši kot kadarkoli v zadnjih 15 ali 20 letih. In to kljub temu, da je vsebina radijskih poročil močno okleščena. Tako se radijske postaje v ZDA pod pritiskom komercializacije vedno bolj zanašajo na agencijske novice in druge agencijske vsebine (Hachten 1998: 91). Kljub temu torej, da bo radio kmalu praznoval svoj 110. (ali 85.) rojstni dan¹¹, nič ne kaže, da bi kmalu izumrl.

⁹ Predvsem se glavnim prometnicam posvečajo zaradi praktičnih razlogov. Posredovanje vseh informacij, bi namreč vzelo preveč programskega časa.

¹⁰ Tako imenovani "streaming". Radijski signal je s pomočjo posebne programske opreme računalniško obdelan – zgoščen – in z nekaj sekundnim zamikom predvajan v intranet.

¹¹ Prva radijska postaja, radio KDKA, je v Pittsburgu v zvezni državi Pensylvania v ZDA, začela redno oddajati leta 1920. Kanadski in nizozemski zgodovinarji sicer poudarjajo, da so v obeh državah imeli obstoječe in delujoče radijske postaje že leta 1919, vendar trdnih dokazov o tem ni. Prvi prenos radijskih programov sploh je 7. maja 1895 v Rusiji opravil Aleksander Popov. (Simmons, 1995: 11)

3. Delitev radijskih postaj v Sloveniji

V grobem lahko v Sloveniji opredelimo 6 tipov radijskih programov. Tako jih opredeljuje tudi Zakon o medijih – Zmed (Ur. l. RS, št. 35/2001):

- radijski programi Radiotelevizije Slovenija
- lokalni radijski programi
- regionalni radijski programi
- študentski radijski programi
- nepridobitni radijski programi
- drugi, ali komercialni radijski programi

Prvih 5 tipov radijskih programov po Zmed štejemo med tako imenovane programe posebnega pomena.

3.1. Radijski programi javnega zavoda RTV Slovenija

Radiotelevizija Slovenija pripravlja tri radijske programe. Prvi program je večinoma namenjen resnejšim vsebinam, z rednimi, tudi poglobljenimi dnevnoinformativnimi oddajami. Ker gre za program v okviru javnega zavoda, je Prvi program prilagojen kar najširši publiki. Programska shema obsega žanre in tematske oddaje, ki zadovoljujejo potrebe in okuse večine prebivalstva, vendar je poslušalstvo programa povečini starejše. Velik del predstavljajo izobraževalne oddaje, oddaje o kulturi ter oddaje namenjene otrokom in mladostnikom, prav tako pa osrednji del Prvega programa tvori spremljanje aktualnih dogodkov z uporabo tako rekoč vseh radijskih zvrsti. Pomembno je poudariti, da večino glasbenega programa obsega glasba slovenskih avtorjev in izvajalcev, vključuje pa kar najširši možni spekter glasbe. Drugi program, popularno imenovan tudi Val 202, je kontaktni program z lahkotnejšimi vsebinami ter popularno glasbo. Iz programske sheme je moč razbrati, da njegova ciljna publika zavzema demografsko skupino 18-49. Program je najbolj prilagojen novim trendom v radiu, ki so opisani v prejšnjem poglavju. Val 202

večinoma oddaja v živo. Tretji program ARS je namenjen predvajanju kulturno informativnih, umetniških in esejističnih vsebin ter resne glasbe, s poudarkom na glasbi slovenskih avtorjev in interpretov. Program je namenjen specifičnemu občinstvu – je usmerjen razmeroma ozko – in ima zato tudi nekoliko nižjo poslušanost od ostalih (posebej Vala 202) radijskih programov javnega zavoda (Priročni podatki 2001).

Država mora vsem državljanom Republike Slovenije, ki živijo na območju Republike Slovenije omogočiti sprejem radijskih programov Radiotelevizije Slovenije. Za sprejem programa se plačuje mesečna pristojbina v obliki RTV prispevka (vplačani znesek dobi javni zavod RTV Slovenija ter ga porazdeli med obe enoti – radio in televizijo). Dodatna sredstva za delovanje javnega zavoda in s tem posredno tudi obstoj vseh treh programov Radia Slovenija, se dodeljujejo tudi iz državnega proračuna Republike Slovenije iz postavke Ministrstva za kulturo.

Poleg teh Radio Slovenija pripravlja tudi dva programa v regionalnih studiih v Kopru in Mariboru, ki sta za razliko od treh osrednjih programov vsebinsko naravnana kot regionalna programa. Radio Slovenija pripravlja tudi radijska programa za madžarsko in italijansko manjšino v Sloveniji.

Te programe javni zavod RTV Slovenija pripravlja na podlagi posebnega Zakona o javnem zavodu RTV Slovenija (Ur. l. RS, št. 18/1994). V njem so pristojnosti in programske usmeritve zavoda opredeljene bolj natančno.

3.2. Lokalni radijski programi

Lokalni radijski programi za razliko od Radia Slovenija, ki mora zagotavljati pokritost s signalom na celotnem ozemlju Republike Slovenije, delujejo na omejenem območju. Tudi vsebine, objavljene na lokalnih radijih, so prilagojene lokalnemu poslušalstvu. Zakon o javnih glasilih – ZJG (Ur. l. RS, št. 18/1994), ki ga je nadomestil Zmed, je za lokalne radijske postaje uporabljal drug termin: lokalne nekomercialne radijske postaje. Zakonodajalec se je za drugačno

poimenovanje odločil, kot je zapisano v komentarju Zmed, zaradi narave medijev samih. Odstotek pridobljenega denarja iz sredstev oglaševanja namreč v celotnem prihodku lokalnih radijskih postaj predstavlja bistven del, zato je njihova nekomercialnost vprašljiva.

Na dan 23. oktober 2003 v razvidu medijev, ki ga vodi Ministrstvo za kulturo, ni vpisana nobena lokalna radijska postaja.

Tudi lokalni radijski programi se financirajo iz sredstev proračuna, prav tako pa se zanje namenja zakonsko določen odstotek pobranega RTV prispevka.

3.3. Regionalni radijski programi

Če so lokalni radijski programi namenjeni razmeroma ozkemu krogu poslušalcev znotraj posameznih lokalnih skupnosti, so regionalni programi namenjeni širšemu krogu poslušalcev, to je prebivalcem določene regije. V skladu z merili, zapisanimi v Zmed, so regionalni radijski programi tisti, ki pokrivajo med 10 in 50 odstotki prebivalstva.

Tu zakon nekatere medije postavlja pred dilemo, saj denimo v Ljubljani obstoj lokalnih radijskih programov "de iure" ni mogoč. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije namreč v Ljubljani živi nekaj več kot 350 tisoč ljudi¹², kar pomeni, da vsi lokalni radijski programi v Ljubljani v resnici spadajo v kategorijo regionalnih radijskih programov. Tudi v Mariboru radijska postaja, ki pokriva širše mariborsko območje, doseže več kot 200 tisoč poslušalcev. Ko bo Svet za radiodifuzijo podeljeval statuse lokalnih radijskih postaj bo v večini primerov deloval v nasprotju z Zmed, saj večina postaj, ki so po ZJG imele status nekomercialne radijske postaje, dejansko pokriva večji del prebivalstva, kot je predvideno z Zmed. De facto bodo tako radijski programi delovali kot regionalni, čeprav jim bo dodeljen status lokalnih radijskih programov.

¹² To predstavlja okrog 17 odstotkov prebivalcev vse Slovenije.

Tudi regionalni radijski programi so programi posebnega pomena, zato se zanje namenljajo sredstva državnega proračuna in del pobranega RTV prispevka.

Na dan 23. oktober 2003 sta bila v razvidu medijev vpisana 2 regionalna radijska programa v okviru RTV Slovenija. Poleg teh ni bil ostalim radijskim programom doslej podeljen še noben status regionalnega programa.

3.4. Študentski radijski programi

Status študentskega radijskega programa se po Zmed podeli radijskim programom, katerih izdajatelji so študentske organizacije. Program študentskih radijskih programov je prilagojen študentski populaciji in večinoma vsebuje izobraževalne, znanstvene, strokovne kulturne in druge vsebine, prilagojene študentski javnosti.

V Sloveniji delujeta dve študentske radijske postaje, to sta Radio študent iz Ljubljane in Radio MARŠ (Mariborski radio študent). Ta je sicer zaradi neurejenega financiranja in lastninskih razmerij sredi leta 2002 za nekaj časa prenehal z oddajanjem programa.

Študentski radijski programi so programi posebnega pomena za Republiko Slovenijo. Zanje se namenja denar iz proračuna Republike Slovenije in RTV prispevka.

3.5. Nepridobitni radijski programi

Nepridobitni radijski program sme v skladu z Zmed presežek prihodkov nad odhodki nameniti zgolj za opravljanje dejavnosti. Poleg tega za nepridobitne radijske programe veljajo tudi omejitve pri plačah sodelavcev.

V Sloveniji po podatkih Ministrstva za kulturo nimamo nepridobitnih radijskih programov. Nepridobitni radijski programi so programi posebnega pomena, zato zanje sredstva namenja država.

3.6. *Drugi ali komercialni radijski programi*

Komercialni radijski programi so vsi programi, ki iz sredstev državnega proračuna ali sredstev pobranega RTV prispevka ne dobivajo nikakršnih sredstev. Gre torej za radijske programe, ki se financirajo izključno iz sredstev, ki jih pridobijo s prodajo oglasnega prostora v svojem oddajnem času.

Vsebina programa komercialnih radijskih programov je povečini prilagojena prej omenjenemu dejstvu, da se namreč financirajo le s prodajo oglasnega prostora. Zato njihov namen ni pripravljati kakovostne vsebine, temveč vsebine, ki so po godu kar najširšemu krogu poslušalcev. To izhaja iz analogije "večja kot je poslušanost, višja je cena oglasnega prostora ... višja kot je cena oglasnega prostora, večji je dobiček radijskega programa." Vsebine komercialnih radijskih programov so zato povečini pripravljene s kar najmanjšimi finančnimi sredstvi, ob kar najmanjši tehnični zahtevnosti, s kar najmanj ljudmi.

Žal gre pri komercialnih radiih velikokrat za tako imenovane džuboks postaje, ki jih upravlja računalnik, programi pa so sestavljeni iz pretežno glasbe in oglasov. Z enim zaposlenim in studiem v kleti (znan je celo primer radia, ki oddaja iz domače kuhinje) zmanjšajo stroške delovanja in s tem povezano ceno oglasnega prostora na minimum. (Gerl, 1998)

Se pa tudi te radijske postaje zavedajo svoje vpetosti v lokalno okolje, zaradi česar dajejo pomen tudi lokalno obarvanim temam. Veliko število jih tako prenaša ali vsaj spremlja lokalno športno dogajanje, večina pa se jih zadnje čase posveča tudi lokalnim prometnim informacijam, ki v radijskih programih vseh radijskih postaj pri nas zelo pridobivajo na pomenu.

4. Zakonska ureditev statusa lokalnih radijskih postaj

4.1. Zakon o medijih (Ur. l. RS, št. 35/2001)

4.1.1. Kaj je lokalna radijska postaja

V leta 2001 sprejetem Zakonu o medijih so lokalne nekomercialne radijske postaje opredeljene v tretjem oddelku o radijskih in televizijskih programih posebnega pomena. 77. člen Zmed tako lokalne radijske programe opredeljuje kot:

"... program, ki je namenjen prebivalcem ene ali več lokalnih skupnosti oziroma pokrivanju območja, na katerem živi največ deset (10) odstotkov prebivalstva Republike Slovenije, in ki v oddajnem času med 6. in 20. uro obsega najmanj trideset (30) odstotkov lokalnih vsebin lastne produkcije."

V četrtem odstavku 77. člena Zmed je zapisano, da lahko status lokalnega radijskega programa pridobi tudi program, ki ne zagotavlja zadostnega odstotka lokalnih vsebin lastne produkcije, pod pogojem, da opravlja dejavnost na demografsko ogroženem področju. Prav tako lahko status pridobi radijska postaja, če na območju, kjer deluje, ni drugega lokalnega radijskega programa.

Status lahko pridobi tudi radijski program, ki izpolnjuje posebne pogoje iz 78. člena Zmed:

- zagotavljanje objektivnega in nepristranskega obveščanja prebivalcev lokalne skupnosti
- uravnoteženo predstavljanje različnih mnenj in stališč o
 - a. političnih,
 - b. kulturnih,
 - c. verskih,
 - d. gospodarskih in drugih vprašanjih;

- da je imenovan programski odbor, v katerem so zastopani interesi lokalne skupnosti (gospodarstvo, kultura, izobraževanje, šport) ter interesi izdajatelja programa
- objavljanje pretežno lokalnih vsebin, ki jih sooblikujejo prebivalci lokalne skupnosti
- razširjanje vsebin iz življenja Slovencev v zamejstvu, pripadnikov narodnostnih manjšin v Sloveniji, Romov; če so slišne na območjih, kjer te skupnosti živijo
- da je v primerjavi z ostalimi programi, ki izpolnjujejo kriterije, v dnevnem času zagotovljen večji delež lokalnih vsebin

Odločbo o dodelitvi statusa lokalnega radijskega programa izda Agencija za telekomunikacije, radiodifuzijo in pošto po predhodnem soglasju Sveta za radiodifuzijo. V primeru, da lokalni radijski program ne izpolnjuje več predpisanih kriterijev, lahko Agencija status z odločbo tudi odvzame. O tem mora obvestiti pristojno ministrstvo.

V tem kontekstu je pomembno omeniti še eno telo – Svet za radiodifuzijo. Njegove naloge so natančneje opredeljene v 6. oddelku Zmed. Svet za radiodifuzijo je namreč tisto telo, ki Agenciji predlaga podelitev oziroma odvzem statusa lokalnega radijskega programa. Hkrati v sodelovanju s pristojnim ministrstvom Svet pripravlja podrobnejša merila za opredelitev lokalnih vsebin ter postopek in pogoje za pridobitev statusa programov posebnega pomena.

Težava Sveta za radiodifuzijo je, da je pod masko demokratizacije, kot pišeta Bašičeva in Milosavljevič (2001), država marca 1993 množično delila frekvence predvsem komercialnim radijskih postajam. Do leta 1994 so vse pomembne frekvence tudi podelili, novoustanovljeni svet pa je podedoval izčrpan frekvenčni fond, neurejene lastniške razmere v novih medijih in neveljavne programske načrte, na podlagi katerih so posamezne postaje pridobile dovoljenja. Svet ima tako kljub formalnim pravicam dejansko zvezane roke in svoje funkcije ne more opravljati.

4.1.2. Zakonske olajšave za lokalne radijske postaje

Zakonodajalec je v 82. členu Zmed jasno opredelil, da programi posebnega pomena za državo predstavljajo nacionalni interes. Mednje poleg programov RTV Slovenija, regionalnih, študentskih in nepridobitnih sodijo tudi lokalni programi. Tudi zato se zanje, za razliko od komercialnih medijev, namenjajo sredstva iz državnega proračuna. Zmed je uveljavil tudi novost, ki je bila v javnosti med sprejemanjem zakona deležna precej burne razprave. V drugem odstavku 82. člena namreč zagotavlja, da se poleg odmerjenih proračunskih sredstev za pripravo vsebin regionalnih, lokalnih in študentskih radijskih ter televizijskih programov namenijo tudi trije odstotki pobranega RTV prispevka.

Vendar se ta del zakona v tem trenutku ne izvaja. Na Ustavnem sodišču Republike Slovenije je bil namreč 17. maja 2001 vložen ustavni spor glede 2. odstavka 82. člena, ki opredeljuje 3-odstotni delež vplačanega RTV prispevka namenjen programom posebnega pomena. Ustavni sodniki so o ustavnem sporu že razpravljali, vendar v več kot dveh letih dokončne odločitve še niso sprejeli. Tudi zato se denar ne steka na poseben račun, namenjen programom posebnega pomena. Kdo je ustavni spor sprožil na Ustavnem sodišču do konca postopka v skladu z Zakonom o Ustavnem sodišču – ZUstS ne smejo razkriti, neuradno pa naj bi pobudo vložil javni zavod RTV Slovenija, saj plačilo 3-odstotnega deleža bremeni sredstva, ki so bila doslej namenjena temu zavodu.

Kot dodatno olajšavo pripravljavcem lokalnih radijskih programov Zmed predvideva tudi dodatna sredstva iz državnega proračuna za izgradnjo, vzdrževanje in obratovanje oddajno prenosnega omrežja programov posebnega pomena. Poleg tega imajo pripravljavci programov posebnega pomena pravico do največ 20-odstotnega popusta (nižja tarifa) pri plačilu avtorskih pravic. Prav avtorske pravice pa so področje, kjer so si radijski programi, ne glede na status, razmeroma blizu. Tako rekoč vsi namreč svojih obveznosti do SAZAS-a – avtorjev in izvajalcev glasbe – ne izpolnjujejo.

Dodatna olajšava lokalnih radijskih programov je zapisana tudi v 107. členu Zmed. Vsi izdajatelji radijskih in televizijskih programov morajo namreč plačevati letno pristojbino za razširjanje programskih vsebin. Višina pristojbine je odvisna predvsem od velikosti območja, ki ga program pokriva, ter števila prebivalcev na pokrivanem območju. Lokalni radijski programi v skladu s tretjim odstavkom 107. člena Zmed plačujejo pristojbino po znižani stopnji.

Poleg znižane pristojbine imajo izdajatelji lokalnih radijskih programov v skladu z Zmed tudi pravico do brezplačnega razširjanja njihovih programov. Vsak operater¹³ mora namreč lokalnim radijskim programom omogočiti neodplačno razširjanje programa, če obstajajo tehnične možnosti za kakovosten sprejem signala v glavni sprejemni postaji operaterja, in sicer tako, da so dostopni vsem uporabnikom njegovih storitev. Storitve mora operater nuditi brezplačno, z izjemo obveznosti kolektivnega varstva in avtorskih pravic.

4.1.3. Splošne omejitve za lokalne radijske postaje

Za lokalne radijske postaje načeloma veljajo vsa določila, ki veljajo tudi za komercialne radijske programe, le da so v nekaterih delih zaradi prej omenjenih bonitet, nekoliko strožja. Zakonodajalec je skušal lokalne radijske programe, vsaj kar se omejitev in višjih standardov tiče, približati javnemu zavodu Radiotelevizija Slovenija, saj se v nekaterih delih določbe, ki veljajo za RTV Slovenija, po analogiji uporabljajo tudi za programe posebnega pomena.

4.1.3.1. Programski deleži

Splošno določilo o deležu lastne produkcije¹⁴ radijskih programov je zapisano v 85. členu Zmed. Za vse radijske postaje, ne glede na njihov status, je tako

¹³ Operater je pravna oseba, ki prenaša in oddaja radiodifuzne programe po prizemeljskih omrežjih, ali prek satelitov, preko kabelskih distribucijskih ali kabelsko komunikacijskih sistemov, ali na kakšen drug način, in tako tehnično omogoča izdajateljem medijev razširjanje programskih vsebin do zainteresirane javnosti.

¹⁴ Za programske vsebine, nastale v lastni produkciji, štejejo informativne, kulturno-umetniške, izobraževalne, zabavne in kontaktne oddaje, komentirane glasbene, športne in druge oddaje ter

določeno, da morajo vsaj 30 odstotkov oddajnega časa vsake radijske postaje predstavljati vsebine lastne produkcije. Ponovitve, z izjemo prve, so iz kvote programov lastne produkcije izvzete. 86. člen Zmed opredeljuje tudi, da mora vsak radijski program zagotavljati vsaj 10 odstotkov glasbe slovenske produkcije. Tudi predvajanje glasbe slovenskih izvajalcev se lahko prišteje kvoti za lastno produkcijo, vendar ne več kot 20 odstotkov dnevnega oddajnega časa. To določilo torej omejuje, da bi denimo radijska postaja s celodnevnim predvajanjem slovenske glasbe lahko zapolnila z zakonom predpisano kvoto lastne produkcije. Takšna radijska postaja mora namreč še vedno zagotavljati najmanj 10 odstotkov drugih programov, ki jih pripravijo v lastnem uredništvu. Oglasne vsebine, vključno z radijsko prodajo, ter neplačana obvestila se ne štejejo za programske vsebine nastale v lastni produkciji.

Posebnih določil, ki bi denimo lokalne radijske programe zavezovale k več lastne produkcije v Zmed ni.

4.1.3.2. Oglaševanje

Zmed za vse radijske programe¹⁵ v tretjem pododdelku pri oglaševanju v programih navaja naslednje omejitve:

- oglasi morajo biti ločeni od ostalih vsebin in objavljeni v programskih sklopih ali blokih;
- prepovedano je oglaševanje med prenosom državne proslave ali verskega obreda;
- prepovedano je oglaševanje med informativnimi, dokumentarnimi, verskimi in otroškimi oddajami, ki so krajše od 30 minut.

Dodatne omejitve za posebne radijske in televizijske programe so zapisane v 94. členu Zmed. Tako lokalni radijski programi (na podlagi tretjega odstavka 94.

druge izvirne programske vsebine, katerih producent je izdajatelj programa sam ali pa so bile izdelane po njegovem naročilu in za njegov račun. (Zmed, 67/1)

¹⁵ Za televizijske programe se določbe uporabljajo po analogiji, le da zanje veljajo še nekateri dodatni, nekoliko bolj restriktivni kriteriji.

člena, kjer je zapisana analogija uporabe člena tudi za lokalne radijske programe) ne smejo prekinjati radijskih enot z oglasi, kadar gre za:

- radijske igre ali druge oblike režiranih radijskih oddaj¹⁶;
- radiofonske eseje¹⁷;
- oddaje, ki imajo kulturni, umetniški, znanstveni ali izobraževalni značaj.

Zanimivo je, da prepoved velja ne glede na dolžino oddaje, četudi je ta razdeljena na več posameznih programskih enot.

Poleg omejitev oglaševanja znotraj posameznih oddaj Zmed omejuje tudi obseg oglaševanja v celotnem dnevnem oddajnem času. Ta v skladu z 97. členom ne sme presegati 20 odstotkov celotnega dnevnega oddajnega časa, kot tudi ne 20 odstotkov v celi uri. Izjema je tako imenovano informativno oglaševanje¹⁸, ki se vključuje zgolj v dnevno kvoto, medtem ko 20-odstotna omejitev znotraj ure zanj ne velja.

Za lokalne radijske programe, tako kot za regionalne, študentske in nepridobitne, velja strožja omejitev, saj obseg oglasov in drugih plačanih obvestil ne sme presegati 15 odstotkov dnevnega oddajnega časa in ne 12 minut na uro. Poleg tega je radijska prodaja na lokalnih radijskih programih prepovedana.

4.2. Zakon o telekomunikacijah (Ur. l. RS, št. 30/2001)

Zakon o telekomunikacijah – Ztel, ki ga je državni zbor sprejel leta 2001, sicer ne govori konkretno o vsebini lokalnih radijskih postaj ali njihovih pristojnostih,

¹⁶ Radijske igre so danes povečini rezervirane izključno za program Radiotelevizije Slovenija, v programu ostalih radijskih programov pa jih tako rekoč ni več mogoče zaslediti. Ta omejitev se "de facto" nanaša zgolj na RTV Slovenija in ne toliko na lokalne radijske postaje.

¹⁷ Tudi esejev v programih lokalnih radijskih programov skoraj ne opazimo več.

¹⁸ Informativno oglaševanje je odplačno predvajanje radijskih programskih vsebin, ki prek obveščanja oziroma seznanjanja javnosti o splošno zanimivih temah posredno oglašujejo določeno podjetje, storitve ali izdelke. (Zmed, 95/6)

temveč bolj o tehnični naravi komunikacij nasploh. Tudi radijskih. Zato so v kontekstu tega diplomskega dela ključne predvsem opredelitve pojmov v drugem členu Ztel, ter 5. poglavje, ki govori o radiokomunikacijah.

Ztel opredeljuje naslednje pojme, ki posredno vplivajo na delovanje vseh, tudi lokalnih radijskih postaj, s katerimi se bomo srečevali tudi v tem diplomskem delu.

Telekomunikacije

... so vsak prenos, oddajanje ali sprejemanje znakov, signalov, pisane besede, slike, zvoka ali sporočil po žičnih, radijskih, optičnih ali drugih elektromagnetnih sistemih.

Kabelske distribucijske storitve

... so storitve prenosa signalov radijskih in televizijskih signalov in z njimi povezanih informacij, oddajanih z nekega osrednjega mesta uporabnikom, ki so z njimi posamič povezani s kablom ali drugimi elektromagnetnimi sistemi.

Radiodifuzija

... je oddajanje in razširjanje zvokovnih oziroma televizijskih programov ali določenih signalov, namenjenih za neposreden javen sprejem v odprtem prostoru.

Radiofrekvenčni spekter

... je naravno javno dobro, ki je niz vseh radijskih frekvenc in katerega uporaba je možna na način in pod pogoji, ki jih določa ta zakon.

Radijska postaja

... je eden ali več oddajnikov ali sprejemnikov ali kombinacija oddajnikov in sprejemnikov z eno ali več antenami in drugo pripadajočo opremo, potrebnimi na enem mestu za opravljanje radiokomunikacijskih storitev. Sprejemniki, namenjeni izključno za sprejem zvokovnih oziroma televizijskih programov, se ne štejejo za radijske postaje.

20. člen Ztel opredeljuje tudi dolžnosti vseh izvajalcev in uporabnikov telekomunikacijske opreme v primeru naravnih ali drugih nesreč, ob katerih so ogrožena življenja ljudi, varnost države ali premoženje večje vrednosti. Takrat morajo vsi uporabniki, vključno z lokalnimi radijskimi postajami dati prednost znakom za nevarnost in klicu v sili ter prenosom obvestil, ki opozarjajo na morebitne nevarnosti. Ztel za prenašanje takšnih sporočil ne predvideva nobene finančne kompenzacije.

Medtem ko Zmed v 107. členu producentom radijskih in televizijskih vsebin nalaga plačilo pristojbine za razširjanje vsebin, Ztel v 25. členu istim subjektom¹⁹ poleg te nalaga še plačilo pristojbine za uporabo radijske frekvence. Njeno višino določi vlada Republike Slovenije glede na namen uporabe, širino radiofrekvenčnega pasu ter število prebivalcev na pokrivanem območju. Pristojbina, ki jo predvideva Zmed, je za programe posebnega pomena obračunana po posebni, znižani stopnji. Pristojbina, ki jo radijskim programom nalaga Ztel, je za vse enaka, ne glede na status ali poseben pomen posamezne radijske postaje.

V razdelku 5. radiokomunikacije je natančno opredeljen tudi postopek za pridobitev radijskega dovoljenja, ki ga na ozemlju Republike Slovenije potrebuje vsaka fizična ali pravna oseba ter radijska postaja, preko katere želijo ti subjekti uporabljati radiofrekvenčni spekter. Radijsko dovoljenje ni prenosljivo, Agencija Republike Slovenije za telekomunikacije pa lahko izdajo dovoljena, če niso izpolnjeni pogoji za pridobitev dovoljenja, zapisani v Ztel, zavrne ali radijsko dovoljenje tudi prekliče.

4.3. *Pravilnik o programih posebnega pomena (Ur. l. RS, št. 85/2002)*

Pravilnik je bil sprejet na podlagi Zmed, ki Svetu za radiodifuzijo nalaga pripravo pravilnika, ki natančneje opredeljuje merila, na podlagi katerih lahko radijske in televizijske postaje pridobijo status programov posebnega pomena – to je

status lokalnih, regionalnih, študentskih ali nepridobitnih programov. Poleg tega pravilnik opredeljuje tudi postopek in definira vsebine, ki se po Zmed štejejo kot lokalne ali regionalne vsebine.

Pravilnik v drugem členu navaja, da je namen programa lokalnih, regionalnih, študentskih in nepridobitnih programov:

- zagotavljanje objektivnega poročanja prebivalcev o vprašanih, pomembnih za njihovo življenje in delo;
- uravnovešeno zastopanje vseh legitimnih interesov v dani skupnosti;
- predvajanje izvirne produkcije slovenskih del;
- razvoj kulture in ohranjanje kulturne dediščine;
- izobraževanje;
- spodbujanje dialoga in sožitja med ljudmi;
- negovanje kulture govora in izražanja.

Če gre pri prej omenjenem bolj za splošna, ideološka načela, na podlagi katerih bi morali delovati programi posebnega pomena za Republiko Slovenijo, je pravilnik bolj konkreten pri programskih zahtevah. Tako se pri vlogah za pridobitev statusa upoštevajo zlasti (i) obseg lastne produkcije, (ii) obseg produkcije lastnega informativnega značaja²⁰, (iii) obseg produkcije slovenskih avdiovizualnih ali radiofonskih avtorskih del ter (iv) žanrska in tematska raznolikost programske ponudbe.

V pravilniku so ponovljeni v Zmed zapisani posebni pogoji, ki jih morajo izpolnjevati lokalni oziroma regionalni programi.

Postopek za pridobitev statusa je določen v členih 10. do 16. Eden najpomembnejših poudarkov pravilnika izdajatelju (v tem primeru prosilcu za pridobitev statusa) nalaga pripravo tedenske programske sheme in aktualnega tedenskega sporeda programa. Na podlagi tega nato Agencija za

¹⁹ Poleg izdajalcev radijskega in televizijskega programa tudi drugim subjektom, ki za svoje delovanje uporabljajo radiofrekvenčni spekter, denimo operaterjem mobilne telefonije.

²⁰ Pomembno je poudariti, da mora biti kar največji del informativnih vsebin lastne produkcije lokalnega, regionalnega ali značaja, pomembnega za status posameznega radijskega programa.

telekomunikacije, radiodifuzijo in pošto opravi nadzor posameznega programa in poročilo o nadzoru posreduje Svetu za radiodifuzijo. Ta na podlagi analize status bodisi dodeli ali zavrne.

Svet za radiodifuzijo je v svojem Poročilu (2002) zapisal, da je takšno določilo zanj nesprejemljivo, saj Svet ne razpolaga s primerno tehnično opremo, zaradi česar bi bilo snemanje, analizo in s tem nadzor, nemogoče opraviti. Četudi bi denimo kupili najnujnejšo tehnično opremo, bi ob enakem številu zaposlenih za nadzor samo 30 predvidenih programov posebnega pomena²¹ porabili približno dve leti. To pomeni, da bi bili zadnji statusi podeljeni kar dve leti po prejemu prve vloge, s čimer bi bilo kar dve leti ovirano financiranje programov posebnega pomena, kot to predvideva Zmed.

4.4. *Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije (Ur. l. RS, št. 77/2002)*

Pravilnik opredeljuje, katere programske vsebine lahko izdajatelji posameznih radijskih in televizijskih programov upoštevajo kot lastno produkcijo v okviru kvot, ki jih opredeljuje Zmed. Tako kot vsebine lastne produkcije opredeljuje identične vsebine kot Zmed, le da jih natančneje opredeljuje. Za primer:

Če Zmed pojasnjuje, da se v kvoto lastne produkcije všttevajo vse informativne vsebine, pojasnjuje pravilnik, da informativne vsebine obsegajo:

- dnevnoinformativne oddaje, vesti, poročila, dnevnike;
- informativne magazine;
- aktualne intervjuje, omizja, razprave, pogovore;
- problemske reportaže, komentarje, izjave;
- preglede športnih dogodkov;
- vremenska poročila in napovedi;

²¹ Tu gre zgolj za nadzor programov, ki za status zaprosijo. K temu je potrebno prišteti še redne monitoringe TV programov z nacionalno pokritostjo ter vse izredne monitoringe na podlagi pritožb poslušalcev in gledalcev ter zaradi ugotovljenih kršitev.

- poslovne vesti;
- prometne informacije.

Tako opredeljuje tudi ostalih 8 vsebinskih sklopov, ki se v skladu z Zmed in pravilnikom štejejo za vsebine lastne produkcije.

4.5. *Pravilnik o merilih za financiranje programskih vsebin radijskih ali televizijskih programov s statusom lokalnega, regionalnega ali študentskega značaja (Ur. l. RS, št. 109/2002)*

Pravilnik opredeljuje način in pogoje, pod katerimi se med programe posebnega pomena razdeli v Zmed predvideni 3-odstotni letni delež pobranega RTV prispevka. Pravilnik predvideva, da ministrstvo, pristojno za kulturo, vsako leto pripravi javni razpis, na katerega se lahko prijavijo vsi izdajatelji programskih vsebin, ki imajo v skladu z Zmed status programa posebnega pomena.

Pri izbiri med predlaganimi programskimi vsebinami se upoštevajo naslednja merila, ki se točkujejo:

- pomen programskih vsebin za zadovoljevanje informativnih, izobraževalnih, znanstvenih, strokovnih, umetniških, kulturnih in drugih potreb lokalnih, regionalnih ali študentskih javnosti;
- kakovost avtorskega pristopa;
- izvirnost avtorskega pristopa;
- aktualnost avtorskega pristopa;
- pomen projekta za razvoj slovenske kulture, slovenskega jezika in ohranjanje kulturne dediščine;
- pomen realizacije v projektu predlaganih programskih vsebin za razvoj slovenske medijske krajine.

O izboru (in s tem o količini sredstev, ki se posameznim medijem namenijo iz sklada) odloča posebna strokovna komisija, ki jo sestavlja pet²² strokovnjakov s področja medijev. Na podlagi njihove odločitve nato ministrstvo z zbranimi izdajatelji programov podpiše pogodbo, ki je podlaga za izplačilo v 82/II. členu Zmed predvidenega zneska. Zavezanec za plačilo je RTV Slovenija.

4.6. Metodologija nadzora programskih vsebin radijskih in televizijskih programov

Metodologija, sprejeta je bila šele v začetku leta 2003, je zadnji v vrsti dokumentov, ki Svetu za radiodifuzijo omogočajo z Zmed predvideno nadzorno funkcijo. Agencija je metodologijo izdelala na podlagi Zmed. Ta v svojem 109. členu predvideva, da Agencija za telekomunikacije, radiodifuzijo in pošto Republike Slovenije opravlja strokovno nadzorstvo nad izvajanjem določb zakona na osnovi pobud Sveta.

Tako mora Agencija nadzorovati izvajanje programskih zahtev in omejitev, ki veljajo za radijske in televizijske programe v skladu z veljavno zakonodajo in sprejetimi mednarodnimi konvencijami. Hkrati mora nadzirati tudi izvajanje zakonskih določb programov posebnega pomena.

Za vzorec je v metodologiji predviden tridnevni program radia oziroma televizije, ker ta že daje dovolj izčrpno sliko o programu, obenem pa je tak način primeren z vidika ekonomike postopka. Vsaka programska enota (oddaja) se nato ovrednoti z naslednjimi spremenljivkami:

- začetek;
- trajanje;
- naslov;
- vrsta;
- lokalnost;

²² Po enega predstavnika predlagajo Svet za radiodifuzijo, Kulturna zbornica, Društvo

- produkcija;
- izvor (*le za televizijo*);
- sponzorirano;
- predvajanje;
- tema;
- kršitev;
- slovensko avdiovizualno delo (*le za televizijo*).

Za naš primer je pomembna predvsem spremenljivka lokalnost. Dokazuje namreč, kateri ciljni skupini je programska vsebina namenjena, ali je (1) lokalna, (2) regionalna ali (3) študentska. Z analizo te spremenljivke lahko Svet ugotavlja, ali programi posebnega pomena izpolnjujejo svojo vlogo in ali morebitne kršitve lahko pomenijo zadostne razloge za odvzem statusa.

Pomembna je tudi spremenljivka produkcija, kjer ATRP ugotavlja, kdo je avtor ali po naročilu koga in za čigav račun je bila posamezna programska vsebina izdelana. Na podlagi teh podatkov je moč ugotoviti, ali posamezni programi izpolnjujejo v Zmed predpisane norme lastnih vsebin. Kategorizacija pri tej spremenljivki je nekoliko bolj zapletena, saj predvideva vse od 1 do 10 koproducentov²³, kot tudi kupljene vsebine.

Na podlagi teh vprašalnikov in nadzorov ATRP izdela poročila, omenjena v Pravilniku o programih posebnega pomena, na podlagi katerih Svet izdaja soglasja k pridobitvi statusov programov posebnega pomena. Metodologijo uporablja tudi v primeru izrednih nadzorov.

5. Razmere na radijskem trgu danes

Razmere, ki vladajo ta hip na radijskem trgu danes najbolje opisuje Poročilo sveta za radiodifuzijo za leto 2001 in 2002. V razdelku pet predsednica Sveta ugotavlja:

novinarjev Slovenije, Gospodarska zbornica Slovenije in Ministrstvo za kulturo.

"Svet za radiodifuzijo ugotavlja, da je zaradi neobstoja nacionalne strategije razvoja radijskih in televizijskih programov v preteklosti prihajalo do neusmerjenega, stihijskega podeljevanja radijskih frekvenc. Rezultat tega pa je za državo, kot je Slovenija, razmeroma veliko število radiodifuznih medijev." (Poročilo 2002)

Da je število radijskih postaj, ki ima pri nas frekvence in radijska dovoljenja, res preveliko, ugotavlja tudi Gerl (1998) z zanimivo primerjavo. Bavarska ima z 11 milijoni prebivalcev 57 radijskih programov (pri nas 59²⁴), München pa ima 6 radijskih postaj (Ljubljana 10).

Poročilo še opozarja, da po podatkih Agencije prostih radijskih frekvenc za opravljanje radiodifuzije, ki omogočajo pokrivanje območij primerne velikosti za radijsko dejavnost, skorajda ni več. Čez dve do tri leta naj bi bilo praktično nemogoče najti novo frekvenco za opravljanje RTV dejavnosti v analogni tehnologiji. (Poročilo 2002)

Poleg tega se tako komercialni kot lokalni radii spopadajo z zmanjševanjem oglaševalskega denarja. Oglaševanje je v recesiji, tako da naj bi bilo denimo leta 2003 za oglaševanje namenjenega približno 10 odstotkov manj denarja kot v letu 2002, oglaševalski kolač pa naj bi se tudi naprej nekoliko manjšal. Navzlic zmanjševanju oglaševalskega denarja pa se stroški programa večajo. Posebej so zato na udaru lokalni radii, ki zaposlujejo večje število ljudi, cena delovne sile pa v primerjavi z ostalimi stroški nominalno najbolj raste. Posledice tega se lahko odražajo, kot ugotavlja Poročilo (2002), v povečani komercializaciji programske ponudbe in v povezovanju v programske mreže, kar lahko v končni posledici vodi v lastniško povezovanje.

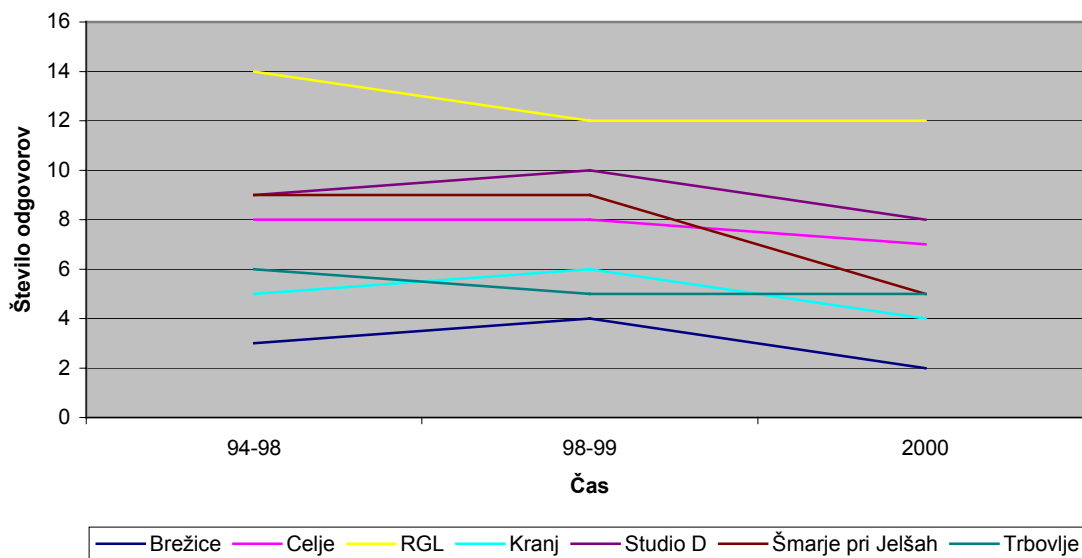
²³ Glede na število koproducentov jim pripada enakovreden delež produkcijskega časa, ki ga lahko vštejejo v kvoto lastne produkcije. Pri dveh koproducentih tako vsak dobi polovico oddajnega časa programske vsebine, pri desetih pa vsak le 10 odstotkov časa.

²⁴ Ker je bil prispevek spisan leta 1998, je pomembno poudariti, da je stanje na dan 23. oktober 2003 drugačno. Dejansko pri nas deluje 82 radijskih programov, med katerimi imata 2 radia dovoljenje za izvajanje radijske dejavnosti brez uporabe frekvence. Poleg teh je v razvid medijev vpisanih še najmanj 8 radijskih programov, ki ne razpolagajo z odločbami o dodelitvi

Kljub že omenjenim podatkom, da poslušanost radia ne pada, je pomembno razmere pogledati tudi z druge perspektive. Če se ob enakem številu poslušalcev poveča število radijskih postaj (kar se od leta 1993 brez dvoma je zgodilo), to pomeni manj poslušalcev na posamezni radio. V marketinškem smislu to pomeni nižjo ceno oglasnega prostora.

Najbolj pomembno je poudariti, da so tu na udaru predvsem radijske postaje, ki so na trgu že dlje časa. Mlade radijske postaje so namreč na trg prinesle novosti in drugačen pristop radijskemu programu, medtem ko se stare radijske postaje izzivu razvoja niso prilagodile. Praviloma pa so vse lokalne radijske postaje tiste, ki so na trgu prisotne že dvajset ali več let, in prav njihova poslušanost na račun novih radijskih postaj najbolj trpi. To potrjuje tudi raziskava Radia Slovenija na podlagi poštne ankete med leti 1994 in 2000.

Graf 5.1.: Poslušanost lokalnih postaj



Iz grafa je razvidno, da je večini lokalnih radijskih postaj poslušanost padla, kar pomeni, da ob pojavu novih radijskih postaj niso našle svoje tržne niše.

radijskih frekvenc in tudi še niso zaprosili za dovoljenje za dejavnost brez uporabe frekvenc. (Poročilo 2002)

6. Namen lokalnih radijskih postaj

Medijske vsebine se globalizirajo, še posebej s pojavom novih tehnologij. Radio in film se že od svojega začetka ne menita za meje (Cohen, 1995: vii). Z razvojem satelitskih povezav in povečevanjem števila dogovorov med subjekti je mogoče, da je tako rekoč v trenutku neki informaciji izpostavljeno občinstvo po vsej zemlji. Informacije so postale globalno blago in medijski prostor "Globalna medijska redakcija" (Cohen, 1995: vii). Vendar se ob tem poraja vprašanje, ali takšne medijske vsebine bralce, poslušalce in gledalce sploh zanimajo? Ali so takšne vsebine narejene po meri moderne publike?

V okviru projekta Global Newsroom²⁵ je skupina avtorjev pod vodstvom Akibe Cohena z Univerze v Jeruzalemu leta 1990 opravila zanimivo primerjalno študijo, da bi ugotovili pomen novic iz tujine pri gledalcih. V petih državah – treh članicah EBU, Izraelu in Združenih državah Amerike – so sestavili po šest skupin, ki jih je sestavljalo med 9 in 12 ljudi različnih poklicev in različnih starosti. Tako so dobili reprezentativen vzorec 277 gledalcev.

Na vprašalnik so, da bi ugotovili razmerje med pomembnostjo domačih in tujih novic, zapisali 10 tematskih sklopov²⁶ ter jim, tako za domač kot tuj dogodek, dodali pomembnost. Odgovori so bili lahko: sploh me ne zanima, me ne zanima, me zanima in zelo me zanima.

Kot smo pričakovali, navaja Cohen (1995: 108), je tendenca v vseh petih državah enaka. Ljudje namreč splošno kot bolj pomembne in zanimive razumejo domače dogodke, medtem ko dogodki iz tujine zanje niso tako pomembni. Največji razkorak je bilo mogoče opaziti pri anketirancih iz ZDA,

²⁵ Projekt Global Newsroom je analiza delovanja Evrovizijske novičarske mreže, ki deluje v okviru European Broadcasting Union (EBU). Raziskava je bila sicer narejena za televizijski medij, vendar jasno kaže odnos publike do globalnih in lokalnih vsebin.

²⁶ Tematski sklopi so bili: pravni spori; mednarodni odnosi; politična srečanja; šport; kultura in umetnost; nesreče in naravne katastrofe; slovesnosti in proslave; notranja politika; reportaže; ter znanost ter medicina.

najmanjšega pa pri tistih iz Francije. Tudi analiza po področjih (ko je šlo za 10 tematskih sklopov) kaže na prej omenjeno tendenco. Prav pri nobenem sklopu v nobeni državi tujih novic in dogodkov niso ocenili kot pomembnejših od domačih. Največji razkorak je bilo moč opaziti, kot so raziskovalci pričakovali, pri notranji politiki, med tem ko so bili dosežki tujih znanstvenikov in strokovnjakov s področja medicine po pomembnosti po mnenju anketiranih novičarsko dokaj enakovredni tistim iz domače države.

Če lahko potegnemo vzporednice tudi na ravni posamezne države, je torej iz zgoraj omenjene študije moč zaznati, da ljudi bolj zanimajo dogodki, ki so jim blizu, ki se torej zgodijo v njihovem okolju. Zakonodajalec je takšno interpretacijo podal tudi pri sprejemanju Zmed, kjer lokalnim in regionalnim medijem daje poseben pomen in s tem povezana (producenti vsebin sicer pravijo da premajhna) finančna sredstva.

Lokalne vsebine se tako pojavljajo kot protiutež globalnim informacijam. Za razliko od teh so lokalne informacije povezane z okoljem v katerem jih lokalni mediji izdajajo. Upošteva razolikost medijev, tudi radijskih postaj, je torej smiselno, da lokalne radijske postaje izpolnjujejo svojo v zakonu zapisano nalogo. V primerjavi s ponudbo regionalnih novic ali novic nacionalnega pomena morajo večino programskih vsebin predstavljati lokalno obarvane teme.

Ključno je, da vlogo lokalnih radijskih postaj ločimo od vloge komercialnih radijskih postaj. Iz programskih shem je namreč razvidno (predvsem delež glasbe in razvedrilnih vsebin), da je namen komercialnih radijskih postaj zabavati, medtem ko v programih lokalnih radijev prednjači informativna vloga. Tako skoraj vse lokalne radijske postaje vsaj enkrat dnevno pripravljajo informativno oddajo z lokalno obarvanimi novicami (dolgo med 10 in 20 minut), lokalne novice pa posredujejo tudi ob drugih terminih in med ostalimi novičarskimi bloki.

Barbook (1987: 127) vlogo lokalnih radijskih postaj²⁷ opisuje v naslednjih točkah:

- namenjen je geografsko razpoznavnim skupnostim;
- omogočajo razvoj prejemnikov informacij v komunikatorje; zadovoljujejo njihove specifične komunikacijske in kulturne potrebe; spodbujajo njihovo sodelovanje v programu in oblikovanju programa;
- posebej spodbujajo medijsko izobčene ali odmaknjene dele skupnosti;
- zagotavlja pluralistično in strpno programsko politiko in zastopanost vseh družbenih skupin;
- ohranja različnost mnenj znotraj posamezne skupnosti;
- zagotavlja pravico odgovora vsakemu posamezniku;
- teme za program črpa iz okolja, kjer se ustvarja.

Tako imenovani skupnostni radio²⁸ Združenje skupnostnih radijskih postaj (AMARC) opredeljuje kot obliko lokalnega javnega radiodifuznega servisa, neodvisnega od komercialnih in državnih interesov: ne vodi ga želja po dobičku, nadzoruje ga skupnost, ki ji služi. (Oseli, 2001)

Tudi AMARC ima izdelane kriterije in načela na podlagi katerih bi morali delovati skupnostni radii. Evropska sekcija AMARC je leta 1994 sprejela listino o evropskih skupnostnih radijskih programih (The Community Radio Charter for Europe), v kateri so ti cilji tudi zapisani. Ključna načela so:

- pravica do komuniciranja;
- prost pretok informacij in mnenj;
- svoboda izražanja, demokracije in pluralizem;
- ohranjanje lokalnih tradicij;

²⁷ Barbrook uporablja termin "Community radio" ali Skupnosti radio. Opredelitev skupnostnega radia je načeloma blizu našim lokalnim radijskim postajam, vendar obstajajo razlike. Skupnostni radio je, tako kot lokalni, namenjen podajanju lokalnih informacij za lokalno prebivalstvo, vendar je v ZDA in Veliki Britaniji nepridobiten radio, namenjen najširšemu krogu poslušalcev v skupnosti. Tako imajo svoj programski čas na radiu dodeljene poklicne, interesne in druge skupine, ki delujejo v lokalni skupnosti. Skupnostni radio se v ZDA financira s posebno naročnino, vsi sodelavci radia pa delo opravljajo brezplačno.

- razvoj in dobrobit poslušalcev;
- reprezentativna lastniška struktura;
- uredniška neodvisnost od vladnih, komercialnih, verskih in političnih institucij;
- dostop manjšinskih in marginaliziranih skupin do javne sfere;
- kulturna in jezikovna raznolikost;
- preverjenost in razpršenost virov informacij;
- pravica do odgovora;
- finančna neodvisnost in nepridobitno delovanje;
- zaposlovanje prostovoljcev;
- nediskriminatorska upravljavska, programska in zaposlitvena politika;
- odgovornost do donatorjev, zaposlenih in prostovoljcev;
- medsebojno komuniciranje in izmenjava skupnostnih radijskih postaj;
- prizadevanje za mir, toleranco, demokracijo in razvoj. (Oseli, 2001)

Tudi temeljne značilnosti lokalnih radijskih postaj (Pišlar, 1998: 25) so v skladu z Barbookovim načeli in temeljnimi načeli skupnostnih radijev:

- pokrivanje ene ali več lokalnih skupnosti;
- mešano financiranje;
- lasten informativni program;
- vsebinska raznovrstnost;
- več zaposlenih;
- slabše organiziran marketing.

Z izjemo zadnjih dveh alinej se opredelitev lokalnega radia in njegove temeljne značilnosti skoraj pokrivajo z Barbookovo definicijo skupnostnega radia. Bistvena razlika med lokalnimi in skupnostnimi radii je tako v virih financiranja, s čimer je povezan predvsem namen njihovega obstoja.

Če strnemo: namen lokalnih radijskih postaj pri nas bi tako v skladu s prej omenjenim moral biti predvsem obveščanje o lokalnih dogodkih na način,

²⁸ Skupnostni radio in lokalni radio je moč opredeliti tudi kot tako imenovani "tretji radijski

primeren za neko lokalno skupnost. Vendar se s pojavom konkurence in zaradi neurejenosti statusa lokalnih radijskih postaj ta namen umika goli potrebi po preživetju na trgu. Namesto želje po kakovostnem podajanju relevantnih vsebin se tako lokalni radii zaradi konkurenčnih zavor²⁹ soočajo z bitko z bankrotom. Tudi zaradi tega se bodo morale lokalne radijske postaje prilagoditi pravilom trga in izkoristiti prednosti, ki jih imajo, predvsem v človeškem potencialu. Komercialne radijske postaje ne zaposlujejo formalno izobraženih ljudi, mnogi niso niti izšolani govorci, kar vpliva na kakovost radijskega programa. Sedanja pravna ureditev ne določa nikakršnih ekonomskih ali kadrovskih pogojev za opravljanje radiodifuzne dejavnosti, pristojnem organu (Svetu za radiodifuzijo) pa ne omogoča arbitrarno posegati v dogajanje in omejiti števila postaj na določenem območju. (Gerl, 1998)

Lokalne radijske postaje bi tako po Ogrizkovi (1998: 49) morale zagotavljati:

- poročanje v živo;
- inovativne reportaže;
- prodorne studijske intervjuje;
- novinarske predstavitve lokalnih dogodkov in ljudi;
- originalnost in relevantnost;
- inteligentnost in zrelost.

S tem bi se vzpostavilo ravnovesje med lokalnimi radijskimi postajami, ki so glede na programske sheme namenjene nekoliko starejšemu občinstvu, ter komercialnimi programi, ki s svojim pogosto "instant" programom v večini ciljajo na nekoliko mlajše poslušalstvo.

Tudi odgovorna urednica Radia Triglav z Jesenic Rina Klinar³⁰, ki je po ZJG imel status lokalne nekomercialne radijske postaje in po Zmed že zaprosil za

sektor", to je sektor med javnim servisom in povsem komercialnim radiem. (Oseli, 2001)

²⁹ Lokalni radii v tržne razmere nosijo breme prejšnjih ureditev. Povečini tako zaposlujejo neobičajno veliko število – ponavadi predragih – ljudi, imajo neurejene marketinške oddelke, prav zato pa zaradi pritiska komercialnih rivalov (dumpinške cene oglaševanja) ne morejo pokriti niti osnovnih stroškov.

³⁰ Pogovor z Rino Klinar, 11. februarja 2003.

status lokalnega radijskega programa, opozarja, da morajo lokalne radijske postaje prilagoditi svoje programe in ciljati na ljudi predvsem s kakovostnimi lokalnimi vsebinami. Opozarja tudi, da sedanji sistem, kjer stvari niso urejene in statusi ne podeljeni, lokalne radijske postaje sili v stihijo. Je pa res, opozarja Klinarjeva, da takšen status večini, z izjemo lokalnih radijskih programov, odgovarja. RTV Slovenija, dokler statusi ne bodo podeljeni, ni treba odvajati 3. odstotkov pobranega RTV prispevka za radijske programe posebnega pomena, Svetu za radiodifuzijo in Agenciji ni potrebno opravljati posebnega nadzora nad radijskimi programi posebnega pomena, vladi pa iz državnega proračuna ni potrebno zagotavljati dodatnih sredstev za izvajanje programov.

Klinarjeva opozarja, da mora država čimprej doseči, da Zmed v praksi zaživi. Nato mora sklad, v katerega se vplačuje 3-odstotni delež pobranega RTV prispevka, objaviti javne razpise za podajanje vsebin v medijih. Tu naj ne bi šlo za neposredno pomoč države medijem, temveč vzajemno korist. Država bi z razpisi in dodeljenim denarjem dosegla, da se o temah, o katerih se v medijih povečini ne govori in za katere ni komercialnega interesa ali pa je njihova produkcija predraga, denimo zdravstvo, kultura, sociala ali lokalne informacije, spregovori v javnosti. Tako bi stimulirala lokalne radijske postaje, sredstva pa bi bila porabljena bolj smotrno.

Ključno vprašanje, ki se še poraja pri opredeljevanju vloge lokalnih radijskih postaj, je njihova povezava z javnim zavodom RTV Slovenija. V začetkih izgradnje in ustanovitve mreže lokalnih nekomercialnih radijskih postaj so postaje tesno sodelovale z RTV Slovenija, tako programsko, tehnično kot na področju izobraževanja, pojasnjuje Klinarjeva. Sredi osemdesetih sta kolegialnost in sodelovanje poniknila. Danes pravega sodelovanja ni več. Radio Slovenija ima izdelano lastno dopisniško mrežo, katere vzdrževanje je razmeroma drago. Edino sodelovanje je, da nekatere izmed lokalnih postaj danes še vedno v živo prenašajo osrednje informativne oddaje Radia Slovenija, drugače pa na trgu delujejo kot konkurenti. Klinarjeva ugotavlja, da bi bilo sodelovanje koristno za obe strani, saj se lahko oboji veliko naučijo.

Poleg že omenjene družbene in informativne vloge je prav tako pomembna a mnogokrat pozabljena tudi jezikovna vloga radijskih programov. Pri tem lokalni in komercialni radijski programi ne smejo biti izjema. Kot pravi Ajda Kalan³¹, dobra poznavalka kulture radijskega govora in ena največjih poznavalk govorjenega jezika v Sloveniji³², te vloge ne smemo zanemariti, čeravno so prav ti mediji najbolj izpostavljeni pritisku družbe (in kapitala) ter morajo zato mejo radijskega govora premikati in prilagajati okolju. Kot je mogoče videti v nadaljevanju naloge obstaja razlika med načinom učenja govora na komercialnih in lokalnih radijskih programih, čeprav je potrebno poudariti, da ne ena ne druga šola govora nikakor nista primerljivi s šolo govora RTV Slovenija. Tako lokalne radijske postaje, ki po tradiciji izhajajo iz nekomercialnih radijskih postaj (posredno povezane z RTV Slovenija) bolj negujejo govorjeno besedo, kot na njihovih konkurenčnih komercialnih radijskih programih. Vendar, pravi Kalanova, tudi lokalne radijske postaje temu delu izobraževanja posvečajo premalo časa, zaradi česar je tudi na lokalnih radijskih postajah nivo govora včasih razmeroma nizek. Pri izobraževanju je po njenem premalo poudarka na tehnikah govora, ki predstavljajo osnovo radijskega govora. V tem smislu pravi, da govorno izobraževanje ni uničevanje govorčevega narečja ali melodije, saj bi bilo takšno delo brezplodno, temveč zgolj zagotavljanje enega cilja: da poslušalci ob radijskih sprejemnikih razumejo govorca.

Kalanova meni, da je ključno pri izpolnjevanju obeh vlog teh radijskih postaj (poleg ohranjanja lokalnih govoric, narečij, tudi negovanje pravilnega govora slovenskega jezika) lastništvo posameznih postaj. V primeru, da se lastnik zaveda in je osveščen o družbenem in izobraževalnem pomenu (radio je po Kalanovi jezikovno socializacijski medij) radijskega programa in pomenu, ki ga pri tem igra pravilna govorica, potem vlagajo v izobraževanje radijskih govorcev. To je pomembno, saj je drugače, kot je primer pri prenekateri radijski postaji v Sloveniji, nivo govora povsem neprimeren radijskemu mediju, je prepričana Kalanova.

³¹ Ajda Kalan je zaposlena na Radiu Slovenija.

³² Intervju z Ajdo Kalan 11. septembra 2003.

Radijski program ima, pravi Kalanova, določen krog poslušalcev. Mnogi so zvesti posamezni radijski postaji in ostalih programov ne poslušajo, tudi Radia Slovenija, zato njihov stik z govorjenim jezikom pomenijo prav lokalne radijske postaje. Zanimivo je, poudarja Kalanova, da ravno nekatere lokalne (ali komercialne) radijske postaje ciljajo na določen segment prebivalstva s ponudbo ostalih vsebin, predvsem glasbe. Tu je po njenem za lokalne radijske programe skrit največji izziv, saj z glasbenim programom ciljajo na mlade, hkrati pa zaradi pomanjkanja posluha za izobraževanje govorcev ne opravljajo svoje jezikovno izobraževalne vloge. Pravi, da bi bilo smotrno uvesti določene omejitve za radijske govorce, saj se po njenih izkušnjah lastniki in govorce sami zavedo pomena svoje socializacijske vloge šele, ko jim nekdo postavi jasne omejitve in jasna merila. Določeni izrazi in "pacanje jezika", kot pravi Kalanova, za radijski in noben drug avdiovizualni medij niso primerni in ravno v tem smislu bi bile omejitve primerne.

Ključno vprašanje, ki se pojavlja pri dilemi lokalnih radijskih postaj je, kje je meja? Kaj se sme in kaj ne? Do kod sega prag, kaj je nedopustno in kaj dopustno? Kalanova opozarja, da je pomembno ločiti med narečji in pacanjem. Eno je (i) melodija in lokalni značaj govorce, drugo (ii) osnove medijskega govora. Glede prvega Kalanova ne postavlja nikakršnih omejitev. Celozdravljiva različnost posameznih govorcev, seveda ob predpostavki, da posamezni govorec obvlada prvine medijskega govora, da torej glasove izgovarja v skladu s pravili in ne "paca". Trdi, da bi bilo smešno, da bi denimo lokalna radijska postaja uporabljala zborni jezik osrednjega slovenskega govornega prostora. Jezik naj bo barvit, je prepričana Kalanova, v njem naj bodo narečni izrazi, ki pa jih je potrebno pravilno umestiti v govorjeno besedo. Kalanova je prepričana, da se na lokalnih programih mora ohranjati narečna govornica in melodija, saj gre za bogatenje in ne siromašenje jezika, ki hkrati pripomore tudi k sprejemu govorjene besede pri občinstvu.

Prav tako je potrebno ločevati tudi med (i) informativnimi in (ii) kontaktnimi oddajami na lokalnih radijskih postajah, meni Kalanova. Pri informativnih oddajah so merila strožja, je prepričana, zato je vsakršen odklon od zborne slovenščine nedopusten. Tako jezik, kot naglaševanje in melodija morajo biti tu

brezpogojno v skladu s pravili zbornega jezika. Pri kontaktnih oddajah pa je odmik od zbornega jezika dovoljen. Vendar Kalanova poudarja, da je tudi pogovorni jezik pri nas normiran, tudi v primeru kontaktnih oddaj pa morajo govorci ta pravila spoštovati. Prepričana pa je, da tudi spoštovanje norm pogovornega jezika radijskih govorcev ne omejuje, saj lahko iz množice normiranih izrazov in besed izluščijo tiste, ki so jim najbližje in jim po lastnem prepričanju dajejo osebno noto. Vendar je tudi v tem primeru potrebno poznavanje prvin pogovornega jezika, ki niso zgolj omejevalne narave (ne gre zgolj za redukcije, temveč je teh prvin več). Kalanova meni, da bi bila idealna kombinacija za pogovorne oddaje uporaba knjižnega pogovornega jezika z uporabo narečne melodije.

V tej luči je zanimiv primer Radia Murski val, radia iz Murske Sobote, ki je po Zakonu o javnih glasilih imel status nekomercialnega radijskega programa in je vsebinsko brez dvoma eden najbolj kakovostnih lokalnih programov pri nas³³. Na radiu Murski val imajo namreč tudi oddaje v prekmurskem narečju. Ena od takšnih je humoristična oddaja Fordjanek ali Lujzekova nedeljska ordinacija, ki je na sporedu vsako nedeljo ob 20.00. Kljub tej posebnosti (oddaja je pripravljena povsem v prekmurskem narečju) je med poslušalci po prepričanju snovalcev programa zelo priljubljena in je zato ne nameravajo ukiniti. Vendar tudi tu obstajajo omejitve. Zaradi oddajanja programov preko radijskega spektra namreč meja slišnosti posameznega radijskega programa ni definirana s črto ali opredeljena z administrativnimi mejami oziroma mejami posameznih narečnih skupin. Zato izdajatelji radijskih programov, kjer je krajevne govorce preveč, tvegajo samoomejevanje poslušnosti zgolj na območju, kjer se krajevna govorica uporablja. Tudi Kalanova takšne oddaje pozdravlja in jih razume kot bogatenje slovenskega jezika. Postavlja pa se ji vprašanje, zakaj je takšna vrsta radijskih oddaj omejena samo na radio Murski val, saj bi bilo po njenem prepričanju zanimivo videti podobne oddaje tudi denimo na Radiu Kranj ali na Radiu Koper.

³³ To dokazujejo priznanja s srečanj lokalnih nekomercialnih radijskih programov Slovenije. Radio Murski val je na srečanjih glede na podeljene nagrade, ki jih podeljuje stanovsko združenje, vedno med najuspešnejšimi programi v Sloveniji nasploh.

Vendar so radijske postaje hkrati vedno postavljene tudi pred tako imenovano komercialno dilemo. Tipičen primer, kjer se lokalne in komercialne radijske postaje morajo prilagajati, so komercialne oddaje. Ena takšnih so radijske čestitke, ki so predvsem na lokalnih radijskih postajah zelo priljubljene. Tu je potrebno razumeti, da izgovorjava ne more vedno slediti pravopisnim pravilom. Težko si namreč predstavljamo, da bi denimo na Štajerskem tisti, ki radijske čestitke naročajo in plačujejo, pristali na pravopisno izgovorjavo Antón in ne Ánton, kot je na Štajerskem običajno. Drug podoben primer je izgovorjava krajevnih imen. Tako Kalanova prav tako dopušča možnost in povsem razume, da se na lokalnih ali komercialnih radijskih programih nekatera krajevna imena uporabljajo in sklanjajo na podlagi lokalne govorice. Tako dopušča denimo možnost, da se Beltinci na radijskem programu v Murski Soboti ali drugje v Prekmurju v rodilniku izgovarjajo kot Beltinec in Beltincev, kot narekuje pravopis. Kalanova pravi, da je tu smiselno popuščati zaradi krajevnih navad, tudi zaradi lokalne prakse, ki jo je kljub pravopisnim pravilom smotrno upoštevati.

7. Poslušnost lokalnih radijskih postaj

Z merjenjem poslušnosti radijskih postaj se pri nas ukvarja vrsta ustanov. Poleg inštituta za javnomnenjske raziskave Mediana (ta rezultate o poslušnosti programov proti plačilu objavlja vsako leto), tudi center Cati in Služba za raziskovanje programov in občinstva RTV Slovenija. Zanimivo je, da so podatki med raziskavami tako rekoč neprimerljivi, saj so razlike med dognanji velike. Trend in ključne postaje (vodilne) pa so podobni.

Pri naši primerjavi smo upoštevali zgolj lokalne in komercialne radijske programe. Podatki različnih raziskav so v odstotkih podani v spodnjih tabelah.

	CATI ³⁴	RTV Slovenija ³⁵	Mediana ³⁶	Radiometrija ³⁷
Murski val	2,3	5	5,9	2,3
Šmarje pri Jelšah	2,2	5	8,8	2
RGL	1,8	12	-	1,8
Studio D	1,8	8	4,6	1,6
Koroški radio	1,7	7	4,1	1,5
Celje	1,6	7	6,2	1,4
Kranj	1,5	10	4,9	1,2
Število anketirancev	54.348	629	3.882	15.000

Tabela 7.1.: Primerjava raziskav poslušnosti lokalnih radijskih postaj

Iz zgornje tabele je moč razbrati trend, kljub temu, da so podatki različni. Tako je radio Murski val iz Murske Sobote v dveh od štirih raziskav najbolj poslušani radijski program, tudi Mediana pa mu pripisuje tretje mesto med lokalnimi radijskimi postajami. Edino občutno odstopanje je meritev RTV Slovenija, ki pa

³⁴ Cati v svoji metodologiji meri dnevni doseg posamezne radijske postaje.

³⁵ RTV Slovenija meri odstotek anketirancev, ki radijsko postajo poslušajo.

³⁶ Mediana meri najširši krog poslušalcev v posameznem letu.

je bila narejena na tako majhnem vzorcu (vsega 629 ljudi), da je takšno odstopanje možno že zaradi števila izprašanih anketirancev. Vendar je pomembno tudi, da namen raziskav RTV Slovenija ni raziskovanje poslušnosti lokalnih radijskih programov, temveč raziskovanje poslušnosti programov RTV Slovenija. Podatki o lokalnih radijskih programih so tako zgolj postranski podatki, saj pridobivanje teh podatkov ni osnovni namen raziskav.

	CATI	RTV Slovenija	Mediana	Radiometrija
Hit	5,1	10	10	4,8
City, Maribor	2,9	12	9,5	3,4
Salomon	3	8	-	3,1
Krka	2,6	5	6,5	3,1
Ognjišče	2,3	14	-	3,1
Maxi	2,2	2	4,5	2,1
NET FM	2,1	-	3,4	0,8
Število anketirancev	54.348	843	3.882	15.000

Tabela 7.2.: Primerjava raziskav poslušnosti komercialnih radijskih postaj

Tudi pri tej tabeli je opazen trend. Najbolj poslušana radijska postaja med komercialnimi je pri vseh anketah radio Hit iz Domžal. Spet je vidno odstopanje pri meritvah RTV Slovenija, kjer zaradi razmeroma majhnega vzorca obstaja večja možnost večjih odstopanj.

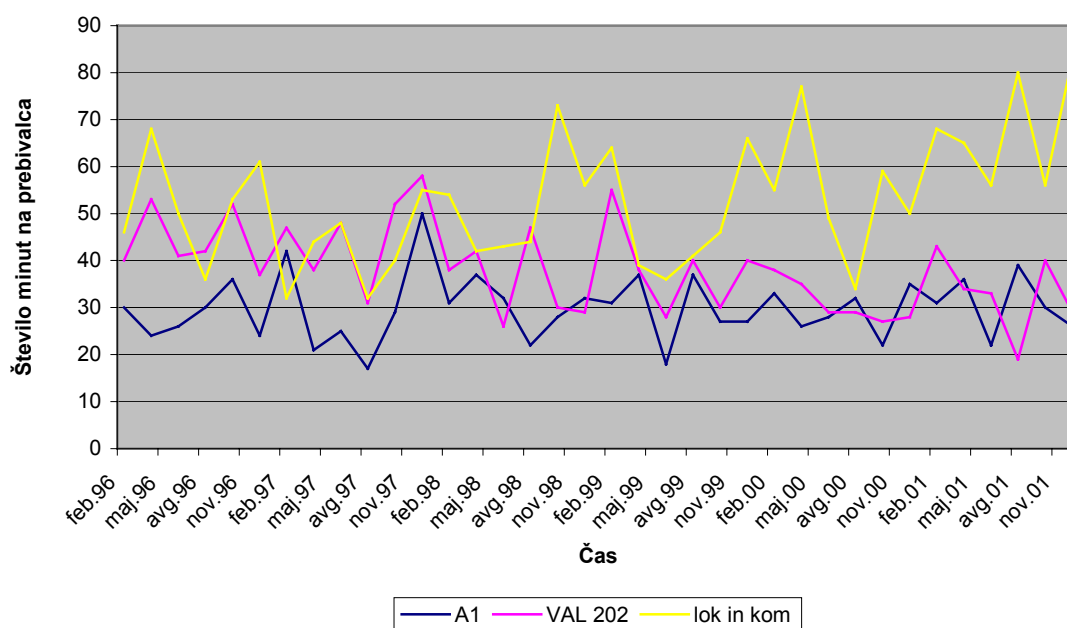
Zanimiva je primerjava med poslušanjostjo lokalnih in komercialnih radijskih postaj. Iz zgornjih tabel je namreč razvidno, da so prve štiri najbolj poslušane radijske postaje komercialne, medtem ko Murski val zaseda šele peto mesto.

Zanimiva je tudi časovna primerjava poslušnosti javnih radijskih programov RTV Slovenija in lokalnih ter komercialnih radijskih postaj. Lokalne in

³⁷ Radiometrijo opravlja Media pool.

komercialne radijske postaje so namreč povečale svoj krog poslušalcev – dnevno jih poslušajo okrog 446 tisoč oseb starejših od 13 let – povečale so tudi trajanje poslušanja na okrog 68 minut na dan. Zanimivo je predvsem, da nobena od lokalnih ali komercialnih radijskih postaj v zadnjih letih ni bistveno napredovala (Radio Slovenija 2001), kar kaže, da je medijski trg prenasičen in da se s pojavom novih medijev poslušalci zgolj razporejajo med nove radijske postaje. To potrjuje tudi dejstvo, da so denimo ljudje leta 2000 v anketah poleg nacionalnih programov navedli 39 radijskih postaj, leto po tem že 48.

Graf 7.1.: Poslušanje radijskih programov



Tudi iz te tabele je trend, ki ga opisujejo analitiki RTV Slovenija opazen. Radio ima sicer sezonske vzpone in padce, vendar se razmerje med radijskimi programi od leta 1996 opazno spreminja v prid lokalnim, predvsem pa komercialnim radijskim programom. To je moč razbrati iz vrhov nihanj. Leta 1996 so tako lokalnim radijskim postajam prebivalci vsak dan namenili okrog 68 minut, konec leta 2001 je bila številka že 83 minut. Medtem se je poslušanost drugega programa Radia Slovenija z okrog 53 minut dnevno zmanjšala na okrog 40 minut.

V našem kontekstu je zanimiva tudi raziskava, ki jo je Radio Slovenija opravil leta 2000. Če je trend odmikanja od lokalnih radijskih postaj h komercialnim

radijskim postajam jasen, je ključno vprašanje, zakaj poslušalci spremljajo komercialne radijske postaje? Odgovori 570 anketirancev so podani v naslednji tabeli.

zaradi glasbe	42
zaradi informacij	24
zaradi več glasbe	15
zaradi voditeljev in voditeljic	8
zaradi dobrega zvoka	2
zaradi oglasov	2
zaradi česar drugega	1
ne vem	3
ne poslušam komercialnih postaj	24
ni odgovora	25

Tabela 7.3.: Zakaj ljudje spremljajo komercialne radijske postaje? (v odstotkih)

Če je moč verjeti rezultatom te ankete je ključni razlog za spremljanje komercialnih radijskih postaj najprej boljša glasba kot na lokalnih radijskih postajah in programih RTV Slovenija. Glede na strukturo glasbe, ki je na komercialnih radijskih postajah bolj usmerjena v popularno kot resno glasbo, bolj v tujo kot domačo, je mogoče ugotoviti, da bi lokalne radijske postaje s spremembo glasbenih vsebin lahko pridobile večje število poslušalcev.

Ista raziskava prav tako ugotavlja, da med programi po glasbi poslušalcem najbolj ustrezajo prav komercialni radijski programi. Na vprašanje, kateri radijski programi so po glasbi anketiranim najbolj všeč, je prvi lokalni radio šele na osmem mestu. Pred Koroškim radiem Slovenj Gradec so tako radijski programi Hit, City Maribor, Salomon, Ognjišče, NET FM, Veseljak in Fantasy. Tudi pri anketah iz leta 1998 in 1999 so bili podatki podobni in vrstni red skoraj enak, kar brez dvoma dokazuje, da so vsaj glede glasbenega programa komercialni radijski programi poslušalcem bližje.

Zanimivo je, da so anketirani na drugo mesto med razlogi, zakaj so jim komercialni radijski programi bliže, navedli informacije. Kot bomo lahko videli v nadaljevanju tega diplomskega dela, je količina in kakovost informacij, posredovanih v komercialnih radijskih programih, manjša in slabša, predvsem pa neprimerno manj naravnana v lokalne informacije od informacij posredovanih na lokalnih radijskih postajah.

8. Lastništvo lokalnih radijskih postaj

Čeravno Zmed lastnike medijev, tudi lokalnih radijskih postaj, precej omejuje, je dejanska lastniška struktura večine medijev povsem drugačna od tiste, ki je priglašena v uradnih evidencah. Medije prodajajo in kupujejo, menjajo se lastniki, novinarji o tem poročajo, uradni podatki pa ostajajo nespremenjeni (Freedom Forum 1999). Predsednica Sveta za radiodifuzijo dr. Sandra Bašič-Hrvatina nejasno lastniško strukturo naših medijev (posebej pri radijskih postajah) opozarja že vse od svojega imenovanja na to mesto. Največja težava je, da država kljub privatizaciji preko paradržavnih skladov še vedno ostaja večinski lastnik večine medijev. Tudi druge družbe, denimo Kmečka družba Holding, kot ugotavljata Bašičeva in Milosavljevič (2001: 37), ne upoštevajo zakonskih omejitev pri lastništvu. Tako KD Holding poleg večine v Kmečkem glaslu nadzoruje Radio Kranj, Radio Brežice, Koroški radio, Radio Sora in Radio štajerski val. Vsi omenjeni so bili lokalni nekomercialni radijski programi, torej programi posebnega pomena za državo Slovenijo, zaradi česar bi država morala posebej nadzorovati, kaj se dogaja z njihovim lastništvom, vendar od leta 2000 do danes še ni storila ničesar.

Kot primer neuspele protikoncentracijske politike države in nadzornikov Bašičeva in Kučič (2002) navajata primer iz leta 1998. Svet za radiodifuzijo je sprejel sklep, da se družbi Laser d.o.o. prekliče radijsko dovoljenje za oddajanje radijskega programa Radio Laser na frekvenci 105,2 MHz. Svet je takrat ugotovil, da je lastnik družbe Laser d.o.o. kršil 40. člen Zakona o javnih glasilih – ZJG (Ur. l. RS, 18/1994), saj je imel poleg približno 45-odstotnega deleža v

družbi Laser d.o.o. tudi 25-odstotni delež v podjetju Radio Alfa d.o.o., ki prav tako na območju Koroške pripravlja radijski program Radio Alfa na frekvenci 107,8 MHz. Ugotovljeno je bilo, da Radio Laser deluje in oddaja nezakonito ter da se izdajatelj izbriše iz registra in likvidira v skladu z 88. členom ZJG. Marca 1999 je Uprava za telekomunikacije izdala pravnomočno odločbo o preklicu radijskega dovoljenja družbi Laser d.o.o. Radio Laser danes še vedno nelegalno oddaja, vključen je v radijsko mrežo 24ur ter se kljub veljavni odločbi celo oglašuje v drugih medijih. (Bašič in Kučič, 2002)

Tudi poročilo Sveta za radiodifuzijo za leti 2001 in 2002 opozarja, da mora Ministrstvo, pristojno za kulturo, ki po Zmed vodi razvid medijev, razvid uskladiti z dejanskim stanjem. Svet je med izrednim nadzorom radijskih programov namreč odkril, da se prijavljeni podatki o lastništvu v razvidu ne skladajo s podatki iz sodnega registra. Skupaj z nepravilnostmi pri programskih zasnovah, ki med drugim zahtevajo podatke o predvidenem obsegu lastne produkcije, produkcije slovenskih avdiovizualnih del ter izhodiščne deleže evropske avdiovizualne produkcije, so namreč podatki iz razvida ključni za ocenjevanje programov kandidatov za radijske frekvence. Poleg tega samo pravi podatki omogočajo strokovni nadzor programskih vsebin. (Poročilo 2002)

Rina Klinar (Radio Triglav) na drugi strani takšnim navedbam, vsaj kar se lokalnih radijskih postaj, združenih v Gospodarsko interesnem združenju lokalnih nekomercialnih radijskih programov tiče, oporeka. Trdi namreč, da lokalne radijske postaje težav z lastništvom niso imele. Tako lastniki naj ne bi politično vplivali na vsebino radijskih programov. Postavlja se sicer vprašanje, zakaj so se lokalne radijske postaje preoblikovale v gospodarske družbe, pravi Klinarjeva, saj dejansko opravljajo več nalog javnih zavodov.

9. Primerjava komercialnih in lokalnih radijskih programov

Pri primerjavi radijskih programskih shem radijskih postaj smo izbrali dve radijski postaji, ki oddajata na enakem območju: Radio Celje, ki je po ZJG imel status lokalnega nekomercialnega radijskega programa, medtem ko mu status lokalnega radijskega programa po Zmed še ni bil podeljen, in Moj Radio, ki deluje povsem kot komercialen radijski program.

a. *Radio Celje*

Radio Celje je radijska postaja z več kot štiridesetletno tradicijo in širokim radijskim krogom rednih in občasnih poslušalcev vseh starosti, kot je navedeno na njihovi predstavitveni strani na internetu³⁸. Slišnost radijske postaje zajema večino Štajerske, Prekmurja, slišen je v celotni celjski regiji ter Savinjski dolini do Logarske doline. Njegova glasbena podoba je prilagojena zelo različnim glasbenim okusom, v programu pa je precej oddaj, ki imajo specializiran krog poslušalcev.

Radio Celje oddaja 24ur dnevno na štirih frekvencah: 95,1; 95,5; 100,3; in 90,6 MHz, oddajnike pa ima postavljene na Boču, Maliču, Golovcu in Krašici.

Lastnik Radia Celje je podjetje NT&RC, podjetje za časopisno in radijsko dejavnost d.o.o. Celje³⁹. Lastništvo izdajatelja Radia Celje, to je podjetja NT&RC⁴⁰, je zelo razdrobljeno. Po podatkih iz sodnega registra ima radio kar 33 lastnikov in ustanoviteljev. Večinoma gre za zaposlene in bivše zaposlene na radiu, ki so lastniki podjetja postali z notranjim odkupom deležev v podjetju. Med institucionalnimi lastniki je potrebno poudariti pooblaščen investicijsko družbo (PID) Atena ena d.d. in podjetje Delo-Tisk časopisov in revij d.d.. Poleg navedenih je svoj delež v NT&RC ohranil tudi Slovenski odškodninski sklad.

³⁸ <http://www.nt-rc.si>

³⁹ Matična številka podjetja v registru je 5500168.

NT&RC je organiziran kot družba z omejeno odgovornostjo, po zadnjih podatkih pa zaposluje 44 delavcev. Poleg redno zaposlenih⁴¹ sodeluje pri pripravi programa Radia Celje po navedbah odgovornega urednika Kamila Lorencija⁴² še približno 15 honorarnih sodelavcev, povečini napovedovalcev in tonskih tehnikov.

Radio Celje je v Slovenskem prostoru ena redkih radijskih postaj, z izjemo radijskih programov javnega zavoda RTV Slovenija, ki ima zaposlene glasbene urednike. Takšno politiko uveljavljajo vse od začetka. Poleg tega ločujejo vloge znotraj radijskega programa, tako da običajno ekipo poleg prej omenjenih glasbenih urednikov sestavljajo še tonski mojster, napovedovalec, običajno pa imajo na voljo tudi dežurnega novinarja, ki pripravlja izključno informativne vsebine.

Na Radiu Celje veliko pozornosti posvečajo kakovosti govorcev v etru. Tako vse napovedovalce in novinarje šolajo po programu, ki ga za šolanje govorcev uporabljajo na RTV Slovenija.

b. Moj Radio

Moj radio je ena najmlajših radijskih postaj v Sloveniji. Radijsko dovoljenje in frekvenco je izdajatelj dobil šele leta 2000. Lastnik Mojega radia je samostojni podjetnik Boris Sušin, oddajajo pa na frekvenci 107,0 MHz s Svetega križa nad Topolšico. Moč oddajnika je 1kW, s signalom pa pokrivajo vso Šaleško dolino, Celjsko kotlino ter večino Savinjske doline.

Za razliko od Radia Celje na Mojem radiu, kot na večini drugih komercialnih radijskih postaj, zaradi stroškovne usmerjenosti združujejo vloge. Tako večino programa pripravijo tako imenovani "one man bandi", kjer je posameznik v

⁴⁰ Podjetje NT&RC izdaja na celjskem lokalni tednik Novi tednik in pripravlja program Radio Celje. Začetnice časnika in radia tvorijo ime NT&RC.

⁴¹ Pomembno je poudariti, da gre pri Radiu Celje in Novem tedniku za združeno redakcijo. Novinarji, ki pišejo za Novi tednik, sodelujejo tudi v programu Radia Celje in obratno.

⁴² Pogovor s Kamilom Lorencijem 10. februarja 2003.

studiju v vlogi napovedovalca, voditelja, tonskega mojstra in glasbenega urednika.

Na radiu so redno zaposleni 4, pri pripravi programa pa sodeluje okrog 15 ljudi.

Po zagotovilih lastnika Borisa Sušina⁴³ tudi na Mojem radiu govorce šolajo po posebnem programu. Pri tem jim pomaga svetovalec za govor Boštjan Rupnik iz Raven na Koroškem.

c. Radijski programski shemi

Po Krišlju (1994) je radijska programska shema (RPS) sistematiziran zapis poteka radijskega programa posamezne radijske postaje. V njem so opredeljene radijske oddaje, njihovo trajanje ipd. RPS zagotavlja poslušalcem kontinuiteto ter možnost izbire posameznih radijskih oddaj, ker lahko na podlagi RPS ugotovijo (in pričakujejo) kdaj so posamezne oddaje določene radijske postaje na sporedu. Vendar RPS zagotavljajo tudi dramaturgijo radijskega programa kot celote. Ne samo, da ima dramaturgijo posamezna radijska oddaja ali blok radijskih oddaj v določenem časovnem obdobju. Zaradi izoblikovanih RPS je dramaturgija prenesena tudi na nivo radijskega programa.

Zaradi lažje primerjave smo izbrali RPS obeh radijskih postaj za isti dan, to je petek 7. februarja 2003.

9.3.1. Analiza RPS Radia Celje

Celotna radijska programska shema Radia Celje s časovnimi okviri posameznih oddaj je priložena diplomski nalogi⁴⁴.

⁴³ Pogovor z Borisom Sušinom 11. februarja 2003.

⁴⁴ Priloga 1

Radio Celje začne oddajati ob 5. uri z jutranjim programom. Vsebina jutranjega programa je povečini, kot zagotavlja odgovorni urednik programa Kamilo Lorenci, prepuščena moderatorjem. Gre za mešanico informativnih vsebin in moderiranega programa v živo. V jutranjem programu je šest oddaj z informativnimi vsebinami.

Poročilo AMZS

Vsebuje servisne informacije Avto moto zveze Slovenije o razmerah na cestah po Sloveniji. V poročilu vodje izmene je poleg razmer na cestah po Sloveniji nekoliko večji poudarek namenjen razmeram na cestah v okolici Celja.

Poročilo OKC

V poročilu Operativno komunikacijskega centra so zbrani podatki o kaznivih dejanjih in prekrških, ki jih je policija obravnavala v preteklih 24 ur.

Druga jutranja kronika Radia Slovenija

Radio Celje v skladu z dogovorom z Radiem Slovenija v živo prenaša osrednjo jutranjo informativno oddajo javnega radia.

Tečajnica

Voditelj programa pripravi pregled tečajev tujih valut po menjalnicah in bankah. Gre za servisne informacije, čeprav oddajo pripravljajo v sodelovanju z bankami in menjalnicami, tako da ima oddaja tudi pridih komercialnega obvestila.

Poročila

Poročila so prva lokalna informativna oddaja dneva. V njej so zbrani izključno dogodki z območja 32 občin, kjer je mogoče poslušati Radio Celje. Večino Poročil predstavljajo (tonski) prispevki novinarjev Radia Celje s čimveč izjavami vpletenih ljudi.

Poročilo PU Celje

Za razliko od poročila OKC, kjer so povzeti dogodki iz celotne Slovenije, so v poročilu Policijske uprave Celje zbrana kazniva dejanja in prekrški ter zanimivosti izključno s celjskega področja.

V jutranjem programu sta tudi dve zabavni oddaji: Narodno zabavna melodija tedna ter Dnevni horoskop.

Dopoldanski program Radia Celje je zaradi poslušanosti radia v tem terminu v veliki meri namenjen komercialnim oddajam. Vsaka oddaja, skupaj jih je 5, je dolga približno 5 minut.

Po definiciji, zapisani v šestem odstavku 95. člena Zmed, gre pri teh oddajah za tako imenovano informativno oglaševanje⁴⁵, ki je dovoljeno tudi v programih posebnega pomena. Je pa takšno oglaševanje na meji legalnega za lokalne radijske postaje, saj denimo gosti takšnih oddaj ne smejo pozivati ljudi k nakupu izdelkov ali storitev. Pomembno je, da ima takšna oddaja informativno vrednost, sicer gre za tako imenovana radijsko prodajo⁴⁶, ki pa je v skladu z 6. odstavkom 98. člena Zmed v programih posebnega pomena prepovedana. Če denimo predstavnik posameznega podjetja na lokalni radijski postaji omeni telefonsko številko, na kateri je mogoče (v konkretnem primeru gre za informativno oglaševanje naravnih zdravilišč) rezervirati sobo v hotelu ali se naročiti na masažo, je radijska postaja storila prekršek.

Seveda je potrebno znova poudariti, da Radio Celje, čeprav je po ZJG imel status nekomercialnega radijskega programa, po Zmed statusa lokalnega programa še ni dobil, zato "de iure" te določbe Zmed ne more kršiti.

Poleg komercialnih oddaj sta v jutranjem programu tudi dve informativni oddaji ob 10. in 12. uri. Gre za krajši informativni oddaji, kjer so s kratkimi vestmi podane pomembnejše novice iz sveta, države in lokalne skupnosti. V obeh informativnih oddajah tonskih prispevkov novinarjev praviloma ni, če pa gre za

⁴⁵ Informativno oglaševanje je odplačno predvajanje radijskih programskih vsebin, ki prek obveščanja oziroma seznanjanja javnosti o splošno zanimivih temah posredno oglašujejo določeno podjetje, storitve ali izdelke. (Zmed, 95/7)

⁴⁶ Za radijsko prodajo se po analogiji uporablja definicija TV prodaje, opredeljena v Zmed (95/1). Tako je radijska prodaja oglaševalska vsebina, ki v zameno za plačilo ponuja javnosti možnost neposrednega nakupa ali najema posameznih proizvodov, nepremičnin, opravljanje storitev oziroma prenos pravic ali obveznosti.

pomembne dogodke brane vesti dopolnijo s tonskimi izjavami odgovornih ali vpletenih oseb.

Ob 12.15 je na sporedu oddaja Tarča, prav tako informativna oddaja, ki pa ne spada v kategorijo dnevnoinformativnih oddaj temveč je bolj magazinsko naravnana. Novinarji si izberejo temo in jo nato obdelajo z več ravni. Novinar poišče nasprotna mnenja in jih sooči. Gosti Tarče so ljudje iz javnega življenja, ki so o posameznih temah dobro poučeni in v njih kar najbolj vpleteni. Na dan, ko smo analizirali program Radia Celje, je bila tema Tarče svoboda govora na internetu.

Na dan, ko primerjamo RPS obeh radijskih postaj, so se v dopoldanski program Radia Celja za kratek čas večkrat v živo oglasili novinarji s terena. Poročali so o podelitvi priznanj najboljšim športnikom, športnicam in trenerjem leta 2002 na celjskem, ki je tisti dopoldan potekala v enem od celjskih hotelov. Novinarji so se v program med 11. in 14. uro v živo oglasili petkrat. Poleg poročil s prireditve so v programsko shemo vključili tudi intervjuje z zmagovalci in organizatorji prireditve. Tudi ta javljanja bi lahko opredelili kot informativne vsebine, saj so se s terena oglašali novinarji Radia Celje, po Krišlju (1994) pa je po obliki šlo za radijsko poročilo, javljanje v živo oziroma radijski intervju.

V popoldanskem programu – drugače kot dopoldan – znova prevladujejo informativne vsebine (6 oddaj).

Utrip s celjskega

Gre za informativno oddajo, ki je po svoji vsebini in obliki podoba oddaji Danes do 13., ki jo pripravljajo na Radiu Slovenija. V njej je povzeto dogajanje na celjskem do 14. ure. V oddajo so vključeni tonski novinarski prispevki, izjave in javljanja v živo.

Šport danes

Šport danes je specializirana oddaja za športne navdušence. V njej so povzeti vsi pomembnejši športni dogodki zadnjih 24 ur, to je tudi dogodkov, ki so se zgodili prejšnji dan. Tudi v tej oddaji je mogoče zaznati lokalno noto, saj v njej z

gosti v prispevkih poročajo tudi o rezultatih lokalnih športnikov ter športnih prireditvah lokalnega značaja.

Dogodki in odmevi Radia Slovenija

Radio Celje v skladu z dogovorom z Radiem Slovenija prenaša osrednjo dnevnoinformativno oddajo javnega radia.

Kronika

Kronika je osrednja dnevnoinformativna oddaja Radia Celje. Gre za najobsežnejšo informativno oddajo, ki jo pripravljajo novinarji Radia Celje. V njej so zbrani vsi pomembnejši dogodki s celjskega. V oddaji prevladujejo vesti, razširjene vesti in poročila, včasih pa so v njih vključena (čeprav redko) tudi komentirana poročila in komentarji. V uredništvu Radia Celje težijo k temu, da prispevki niso le branje napovedovalcev, temveč da so opremljeni tudi z izjavami in da besedilo prispevkov preberejo avtorji, torej novinarji sami.

Poleg teh informativnih oddaj sta bili na sporedu še dve ad hoc informativni oddaji. Ob 16.15 so predvajali posnetek razglasitve športnikov leta 2002 na celjskem, ob 17.30 pa se je v živo s Celjske koče oglasila novinarka, ki je poročala o medobčinski smučarski tekmi na tamkajšnjem smučišču.

Zabavne vsebine v popoldanskem času so večinoma glasbenega značaja. Tako sta bili na sporedu dve glasbeni oddaji: Izbor melodije popoldneva in 20 vročih. Poleg teh je bila popoldne na sporedu tudi zabavno/komercialna nagradna igra Jackpot.

Tudi večerni program je bil v znamenju informativnih vsebin. Z izjemo oddaje Študentskega servisa, ki velja za informativno oglaševanje, ima blok med 19. in 22. uro informativen pridih. Novice ob 19. uri so kratke "flash" novice iz sveta, tujine in lokalne skupnosti. Novice sestavljajo kratke vesti, v primeru pomembnejših dogodkov pa tudi razširjene vesti ali krajša poročila. Večino večernega programa sestavljajo javljanja novinarjev iz Slovenskega ljudskega gledališča Celje, kjer so potekali dnevi komedije. Novinarji so se oglašali s

poročili, komentiranimi poročili ter intervjuji z igralci, kritiki, obiskovalci in organizatorji prireditve.

Nočni program pripravljajo lokalne in regionalne postaje enotno. Gre za izmenjavo vsebin. Program večinoma sestavljajo daljše, poglobljene pogovorne oddaje z enim ali več gosti v studiu. Poleg tega v nočnem času objavljajo tudi poročila s pomembnejšimi vestmi iz sveta in Slovenije.

9.3.2. Analiza RPS Mojega radia

Celotna radijska programska shema Mojega radia s časovnimi okviri posameznih oddaj je priložena diplomski nalogi⁴⁷.

Moj radio prične oddajati program v živo (pred tem med 3. in 6. uro oddajajo glasbo z računalnika) ob 6. uri. Jutranji program je večinoma moderiran program, ki ga razmeroma samostojno oblikuje voditelj jutranjega programa. Poleg glasbe sestavljajo jutranji program večinoma servisne informacije o stanju na cestah.

Informacije o stanju na cestah, predvsem opozorila o policijskih in radarskih kontrolah ali prometnih nesrečah, na Mojem Radiu objavljajo nenapovedano skozi ves dan. Kot večina komercialnih radijskih postaj imajo objavljeno telefonsko številko⁴⁸, na katero lahko poslušalci sporočajo svoja opažanja v prometu. Voditelji nato sporočila objavljajo v eter.

Moj radio je del radijske mreže 24ur radijske novice. Gre za komercialne novice, kot ugotavljata Bašičeva in Kučič (2002), ki jih od 18. septembra 2000 predvajajo radijske postaje po vsej Sloveniji. V mrežo je vključenih 18 radijskih postaj. Sodelovanje med radijskimi postajami in osrednjo redakcijo 24ur v

⁴⁷ Priloga 2

⁴⁸ V njihovem primeru 041 37 11 11.

Ljubljani⁴⁹ naj bi bilo obojestransko. Medtem, ko v redakciji v Ljubljani pripravljajo novice, naj bi lokalni novinarji z dobrim poznavanjem lokalne problematike centralno redakcijo oskrbovali z lokalnimi novicami.

Vendar analiza novic za dan, za katera primerjamo radijski programski shemi, na dvosmernost informacij ne kaže. Novice so namreč na vseh radijskih postajah, z izjemo aviza, ki je prilagojen vsaki postaji in daje občutek individualnosti, povsem identične, tudi lokalnih novic pa je v njih razmeroma malo⁵⁰. Pravzaprav lokalnih novic v pravem pomenu besede ni. Izjema so novice črne kronike in takšne z elementi aferštva, ki pa imajo zaradi svoje vsebine namesto lokalnega že nacionalni pomen ter jih ne moremo opredeliti kot prave lokalne novice. V Prilogi 3 so trije takšni primeri. Poročanje o nesreči rudarjev v Premogovniku Velenje bi na podlagi geografskega kriterija umestili med lokalne novice, vendar zaradi obsega tragedije (dva rudarja sta v nesreči umrla, še osem se jih je hudo poškodovalo) dogodku lahko pripišemo nacionalni pomen. Druga zgodba, ki se pojavlja v radijskih novicah mreže 24ur, pa je zgodba o SIB banki iz Ljubljane. Ta zgodba ima več elementov lokalnosti, saj prizadeva manjši krog ljudi (zgolj prebivalce mestne občine Ljubljana), vendar gre pri njej za domnevne nepravilnosti, ki v denarju pomenijo nekaj milijard tolarjev. Zaradi tega tudi te zgodbe ne bi mogli umestiti med lokalne informacije.

Drugih rednih oddaj v jutranjem programu Mojega Radia ni.

Dopoldanski program je, podobno kot pri Radiu Celje, namenjen rednim komercialnim oddajam. Tako dvakrat v dopoldnevu pokličejo Restavracijo Mami in predstavijo dnevno gostinsko ponudbo restavracije. Med 11. in 12. uro so na sporedu glasbene želje poslušalcev. Te sprejemajo po telefonu v živo ali na telefonskem odzivniku. Program je, tako kot jutranji, moderiran v živo iz studia.

Edina lastna informativna oddaja je oddaja Moda. Gre za pregled modnih trendov ter prebiranje modnih novic preteklega tedna. Oddaja je dolga pol ure,

⁴⁹ 24ur radijske novice pripravlja ločena redakcija, ki pa pri pripravi programa tesno sodeluje z novinarji, ki pripravljajo televizijsko oddajo 24ur.

⁵⁰ Priloga 3.

med posameznimi novinarskimi prispevki (gre zgolj za branje besedila brez izjav ali ostalih tonskih vložkov) vrtijo glasbo. Zanimivo je, da je edina informativna oddaja prav oddaja o modi, ki je radiu izrazito nenaklonjena tema. Upal bi si celo trditi, da je moda ena izmed najbolj neradijskih tem, podobno kot slikarstvo. Gre za izrazito vizualno temo. Tudi zato podajanje mode preko radia zahteva posebej veččega novinarja in govorca, zaradi česar je umestitev takšne vsebine v program komercialnega radia⁵¹ zelo presenetljiva.

Popoldanski program se začne z uro glasbenih želja in nadaljuje z dvema nagradnima igrama, ki sodita med komercialne vsebine. Informativnih oddaj, z izjemo 24ur radijskih novic, ki jih vrtijo vsako polno uro, ni.

Večerni program je obarvan predvsem glasbeno. Med 20. in 21. uro je na sporedu oddaja Moja kanta. Voditelja v živo vrtita glasbene želje, ki jih poslušalci pošiljajo po elektronski pošti. Med 21. in 23. uro je na vrsti naslednja glasbena oddaja Veseli petek. Gre za kontaktno glasbeno oddajo. Med 23. in 3. uro zjutraj pa program poteka v živo iz enega od velenjskih lokalov. Gre za glasben program, ki ga povezuje voditelj. Ta poleg glasbe občasno opiše vzdušje v lokalih. Oddaja sodi med zabavne vsebine, vendar nastaja v sodelovanju z gostinskim lokalom, zato ji lahko pripišemo komercialni značaj.

9.3.3. Primerjava programov

Že na prvi ogled je razlika med enim in drugim programom več kot očitna. Če ima Radio Celje razmeroma natančno izdelano RPS, ki razmeroma veliko pozornost posveča informativnim vsebinam, je programska shema Mojega radia mnogo bolj ohlapna. Lastnih informativnih vsebin Moj radio nima, medtem ko so prav te rdeča nit programa Radia Celje.

Struktura (zelo groba) obeh programov je sicer dokaj podobna. Jutranji program je pri obeh v veliki meri prepuščen posameznim povezovalcem programa. Oba

⁵¹ Če seveda ne gre denimo za prikrito oglaševanje.

radia zjutraj oddajata v živo s poudarkom na servisnih informacijah. Radio Celje ima tudi ta del programa bolj strukturiran, vendar je vsebina obeh programov podobna, če ne celo enaka.

Tudi dopoldanski del programa, to je med 9. in 14. uro, obe radijski postaji namenjata vsebinam, ki jih Zmed opredeljuje kot informativno oglaševanje. Nekoliko več časa za to odmeri Radio Celje, ki ima za to odmerjenih 5 terminov, Moj radio le 2. Lahko bi trdili, da je program lokalnega radia v tem delu celo bolj komercialen od svojega komercialnega konkurenta. Mogoče je, da smo za primerjavo izbrali napačen dan, vendar tudi groba primerjava RPS za ostale dneve kaže na komercialno usmerjenost dopoldanskega programa lokalne radijske postaje. Moj radio v dopoldanskem času prvič objavlja glasbene želje.

Obrazložitev takšne podobnosti med obema radijskima programa v dopoldanskem času je mogoče iskati v strukturi poslušalstva dopoldanskih programov. Dopoldan lahko radio poslušajo zgolj ljudje, ki so ob dopoldnevih prosti in doma, torej upokojniki in gospodinje. Ti radio poslušajo med svojimi dopoldanskimi opravki, zaradi česar so lahko vsebine lahkotnejše in razmeroma nezahtevne za poslušalce. Obe radijski postaji omenjeno posebnost dopoldanskega programa upoštevata in zato pripravljata razmeroma podoben program.

Največje razhajanje je moč opaziti v popoldanskem času. Radio Celje ima program v tem terminu najbližje tistemu, ki ga teoretiki opredeljujejo kot lokalni ali skupnostni radio. Kar 6 oddaj informativnega značaja, od katerih je večina naravnanih lokalno in vsebuje poročila in vesti s širšega celjskega območja, je v terminu med 14. in 19. uro. Radio Celje tu dejansko izpolnjuje svojo v Zmed zapisano vlogo, da lokalno skupnost in prebivalce obvešča o dogajanju v svoji okolici. Moj radio na drugi strani ima popoldanski program usmerjen povsem zabavno. Rdeča nit so znova glasbene želje, ki jim med 14. in 15. namenjajo kar eno uro. Poleg njim sta na sporedu še dve nagradni igri. Večino drugega časa zapolnita glasba in prometne informacije. Za razliko od dela komercialnih radijskih programov, ki v svoje programe uvrščajo tudi male oglase, Moj radio brezplačnih malih oglasov nima.

V večernem in nočnem programu se oba radijska programa znova zblížata. Večino obeh predstavlja glasba, ki je glede na zvrsti primerljiva. Radio Celje je sicer na dan, ko primerjamo shemi, v program vključil vrsto javljanj v živo, vendar njihova običajna petkova shema tega ne predvideva. Oba programa imata tudi večerni program moderiran v živo. Edina razlika so znova glasbene želje, ki jim Moj radio namenja eno uro programa.

d. Oglaševanje

Ključni element, ki vpliva na kakovost in vsebino programa radijskih programov, je oglaševanje. Oglasi pomenijo prihodek posamezni radijski postaji, ki ga lahko ta namenja za dvig kakovosti radijskih programov ali za povečanje dobička družbe. Zato je tudi ta primerjava med komercialnimi in lokalnimi radijskimi programi primerna.

Komercialne radijske postaje pogosto obtožujejo dumpinga⁵² cen, saj so cene oglasnega prostora komercialnih radijskih postaj občutno nižje od tistih na lokalnih postajah. To se je pokazalo tudi pri primerjavi cen oglasnega prostora Radia Celje in Mojega radia. Primerjava cen oglaševalskega prostora je objavljena v spodnji tabeli.

⁵² Oblikovanje nestroškovno naravnanih cen, kjer cena ne odraža stroškov produkcije.

Vrsta oglasa	Radio Celje	Moj Radio
sekunda oglasnega spota	200	120
komercialne objave do 30 besed	4.000	2.000
pokroviteljstvo oddaje (60 minut)	100.000	40.000
humanitarne objave	brezplačno	brezplačno
izdelava enostavnega spota	15.000	3.000
izdelava zahtevnejšega spota	35.000	6.000

Tabela 9.1.: Primerjava cen oglaševanja

Iz tabele je razvidno, da je oglaševanje na komercialnih radijskih postajah v povprečju kar za polovico cenejše od oglaševanja na lokalnih radijskih postajah.

Komercialne radijske postaje takšne cene dosežejo zaradi manj zahtevne produkcije programa, manj zaposlenih in, gledano kar najbolj široko, cenejšega delovanja. Takšne cene brez dvoma gredo na roko oglaševalcem, saj ti dobijo oglasni prostor razmeroma poceni, posredno pa nizke cene oglasnega prostora pomenijo tudi pritisk na lokalne radijske postaje, da zaradi konkurenčnosti svoje cene oglasnega prostora spustijo pod nivo stroškovne upravičenosti.

Zelo pomemben vidik prihodkov tako komercialnih kot lokalnih radijskih programov je prikrito oglaševanje. Takšna vrsta oglaševanja je sicer po Zmed strogo prepovedana v vseh radijskih programih, saj krši temeljno načelo, da morajo biti oglasne vsebine ločene od informativnih. Vse radijske postaje se kljub temu zatekajo k prikritemu oglaševanju, kar je razvidno tudi iz obeh obravnavanih primerov. Radio Celje se denimo na obravnavani dan večkrat v živo vključuje na dneve komedije v Celju. Kljub temu, da načeloma gre za informativno vsebino, obstaja velika verjetnost, da je v ozadju javljanja komercialni dogovor med Radiem Celje in organizatorjem prireditve. Vendar je takšne trditve zelo težno dokazati tudi morebitnim medijskim inšpektorjem ali Svetu za radiodifuzijo. Tudi v programu Mojega Radia sta v dopoldanskem programu dve oddaji, kjer obstaja možnost prikritega oglaševanja. Klicanje

restavracije, v kateri predstavijo ponudbo konkretnega dne (kakšna je ponudba kosil in ostale hrane na posamezen dan) bi težko umestili med informativno oglaševanje, saj razliko med govejo ali zelenjavno juho težko opredelimo kot informacijo, ki je pomembna za poslušalce. Druga takšna oddaja je oddaja Moda, vendar je tudi v teh dveh primerih prikrito oglaševanje razmeroma težko dokazati.

Da cene, ki so v tabeli zapisane pri Radiu Celje ne zagotavljajo stroškovne pokritosti, pričajo tudi finančni podatki podjetja NT&RC d.o.o., ki je izdajatelj programa Radia Celje. V letu 2001 (podatki za leto 2002 v javno dostopnih bazah še niso na voljo) je podjetje pri 406 milijonih tolarjev prihodkov pridelalo za nekaj manj kot 23 milijonov tolarjev izgube⁵³.

Finančni podatki za Moj radio, ker gre za samostojnega podjetnika, niso dosegljivi, zato ni mogoče ugotoviti, ali ta komercialna radijska postaja deluje z dobičkom. Je pa zanimivo, da večina izdajateljev ostalih komercialnih radijskih programov v javno dostopnih bazah podatkov ne dovoli objave svojih finančnih podatkov. Tak primer je denimo lastnik Radia Fantasy, ki je po Bašičevi in Kučiču (2002) povezan z Leopoldom Oblakom⁵⁴. Izdajatelj programa je podjetje Šprah Marketing in storitve k.d., ki nima zaposlenih. Njegova lastnika sta Robert Šprah in podjetje Radio FM d.o.o., ki je prav tako v lasti Roberta Špraha, vendar, tako je zapisano v spletni bazi GVIN, gospodarska družba ni dovolila objave podatkov o poslovanju za izbrano leto.

⁵³ <http://www.gvin.com>

⁵⁴ Oblak naj bi bil, tako Bašičeva in Kučič, lastniško povezan z vsaj 27 radijskimi postajami v Sloveniji. Vse postaje sodelujejo v radijski mreži z izmenjavo novic.

10. Zaključek

Ključno vprašanje, ki se zastavlja ob koncu tega diplomskega dela je, ali država z lokalnimi radijskimi programi sploh misli resno?

Lokalni radii so ključno vplivali na pluralizacijo medijskega prostora pri nas. Bili so prvi, ki so na področju elektronskih medijev rušili monopol RTV Slovenija. In RTV Slovenija (takrat še RTV Ljubljana) so lokalne radijske postaje najbrž tudi zaradi tega najprej šle v nos. Zanimiv je primer Radia Šmarje pri Jelšah, našega prvega lokalnega radijskega programa, ki so ga po diktatu iz Ljubljane (takrat je sicer res deloval piratsko) zaprli in zapečatili. Nato so svoje stališče omehčali in pod okriljem javnega zavoda so ljudem predstavili drugačen program, program, ki jim je bil bližje in je poročal tudi o rečeh, ki se jih je RTV Slovenija s svojimi radijskimi programi načeloma izogibala v velikem loku. Naenkrat so otvoritve cest, novih odsekov kanalizacije in težave lokalnih knjižnic postale snov za medije. In trideset let je bila vloga lokalcev jasna.

Tudi danes lokalne radijske postaje imajo svoj položaj na medijskem trgu. Država jih je sicer preoblikovala v gospodarske družbe in zdaj pustila na suhem, vendar lokalci še vedno opravljajo vlogo, ki jim je bila zaupana. Kot je pokazala analiza in primerjava programov komercialne in lokalne radijske postaje, je razlika med eno in drugo več kot očitna. Če komercialni radijski program res deluje, kot navaja Gerl (1998), kot instant ali džuboks program, ima lokalni radio brez dvoma bolj kakovosten program. Tudi dinamike je v programu lokalnega radia občutno več. Mnogo več je različnih vsebin, mnogo več je javljanj v živo, prav tako je občutno več informativnih oddaj. Programa ne ustvarja računalnik, niti ne temelji na odkupljenih novicah, glasbenih željah poslušalcev in malih oglasih. Gre za radijske programe v pravem pomenu besede.

In kot takšnim jim država mora zagotoviti prihodnost. Ljudje lokalne radijske postaje, kot smo lahko videli, poslušajo. Nihanja sicer so, vendar del publike ostaja zvest. In če država zagotavlja delu prebivalcev pravico dostopa do

čimveč medijskih vsebin (kar jo je leta 1993 gnalo k razprodaji frekvenčnega spektra), mora drugim zagotoviti dostop do lokalnih informacij ter možnost sodelovanja na javnih tribunah, ki jih komercialne radijske postaje ne zagotavljajo. Ljudje si želijo izražati svoje mnenje, pojasnjuje Rina Klinar. To dokazuje odziv na pogovorne oddaje v programu Radia Triglav, ki preseneča tudi ustvarjalce radijskega programa.

V tem trenutku se, kot je iz zapisanega razvidno, status lokalne radijske postaje enostavno ne spleča. Preveč je obveznosti in premalo bonitet, ki bi jih s statusom pridobili. Še več. Statusov in z njimi povezanega denarja sploh ni, tako da radiji, ki so bili prej nekomercialni, zdaj zgolj opravljajo svoje dolžnosti, kakšnih posebnih bonitet pa zaradi opravljanja svojih dolžnosti, to je objavljanja lokalnih informacij in drugih lokalnih vsebin, nimajo.

Zdaj je na vrsti država. Statuse mora podeliti in nato razdeliti tudi denar. Vprašanje je samo, koliko radijskih programov bo ob razmerah, ki vladajo sedaj, sploh še želelo status lokalnih radijskih programov. Odgovorna urednica Radia Triglav Jesenice Rina Klinar je prepričana, da niti 18 radijskih programov, ki so po ZJG imeli status lokalnih nekomercialnih radijskih programov, pod takšnimi pogoji ne bo želelo nositi bremena lokalnih radijskih programov. Raje bodo program poenostavili, na koncu pa bomo, če se bo mačehovski odnos države do lokalcev nadaljeval še naprej, poslušali 84 džuboksov, kjer bodo napovedovali slabo plačani in za to delo povsem neprimerno izobraženi mehaniki, natakarji in gospodinje; pacali bodo slovenski jezik; vsa poročila, ki jih bodo dobili od drugih bodo govorila o krizi na bližnjem vzhodu ali dogajanju v državnem zboru; pa še glasba, ki jo bodo vrteli, bo enaka in po možnosti predvajana v enakem vrstnem redu. Dober namen, ki ga je imela vlada, to sta demonopolizacija in liberalizacija medijskega trga, bosta ob takšnem tempu pomenila monopolizacijo trga, poslušalci pa bodo zaradi nje samo še na slabšem.

11. Viri

a. Pisni viri

- Barbrook, Richard (1987). *A new way of talking: Community radio in 1980 in Britain*, Science as Culture, str. 81-129.
- Bašič, Sandra in Kučič, Lenart J. (2002) *Monopoly - družabna igra trgovanja z mediji*. Medijska preža, zima 2002.
- Bašič, Sandra in Milosavljevič, Marko (2001). *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Cohen, Akiba A. (1995). *Global Newsroom, Local Audiences: A study of the Eurovision News Exchange*. London: John Libbey & Company Ltd.
- Fink, Conrad C. (1992). *Introduction to professional newswriting*. London: Longman.
- Gerl, Matjaž (1998). *Gneča v Etru*. Medijska preža, poletje 1998.
- Hachten, William A. *The troubles of journalism*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1998.
- Krišelj, Marijan (1994). *Javna občila in komunikacijska tehnologija. Radio: skicirano gradivo predavanj za študente - novinarje na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani in na Radiu Slovenija*. Ljubljana: Radio Slovenija.
- Media at the Millenium: Europe* (1999). Berlin: The Freedom Forum.
- Metodologija nadzora programskih vsebin radijskih in televizijskih programov* (2003). Ljubljana: ATRP.
- Ogrizek, Saša (1998). *Temeljne značilnosti slovenske radijske publicistike: diplomsko delo*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani - FDV.
- Oseli, Petra (2001). *Ima tretji radijski sektor v Sloveniji prihodnost*. Medijska preža, poletje-jesen 2001.
- Pišlar, Marko (1998). *Radio v prostoru: diplomsko delo*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani - FDV.
- Poročilo sveta za radiodifuzijo za leto 2001 in 2002* (2002). Ljubljana: Svet za radiodifuzijo.

Pravilnik o merilih za financiranje programskih vsebin radijskih ali televizijskih programov s statusom lokalnega, regionalnega ali študentskega značaja. Ur. l. RS 109/2002.

Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije. Ur. l. RS, št. 77/2002

Pravilnik o programih posebnega pomena. Ur. l. RS, št. 85/2002

Priročni podatki o poslušalcih v 1000 (2001). Ljubljana: RTV Slovenija - Raziskovanje programov in občinstva.

Radio - televizija - časopisi in revije 1996 – 2001 (2001). Ljubljana: Radio SLOvenija - Raziskovanje programov in občinstva.

Raziskava poslušnosti Radia Slovenija (2002). Ljubljana: RTV Slovenija - Raziskovanje programov in občinstva.

Simmons, Bernie (2002). *How to get into radio.* London: How to books Ltd, 1995.

Raziskava branosti, poslušnosti in gledanosti medijev v Sloveniji v letu 2001 (2002). Ljubljana: Mediana.

Vodopivec, Barbara (2003). *Ali sploh poslušamo radio, zakaj menjamo radijske postaje ...* Ljubljana: Marketinški fokus.

Zakon o javnem zavodu RTV Slovenija. Ur. l. RS, št. 18/1994.

Zakon o javnih glasilih. Ur.l. RS, št. 18/1994.

Zakon o medijih. Ur. l. RS, št. 35/2001.

Zakon o telekomunikacijah. Ur. l. RS, št. 30/2001.

Zakon o ustavnem sodišču. Ur. l. RS, št. 15/1994.

b. Drugi viri

Pogovor z odgovornim urednikom Radia Celje Kamilom Lorencijem 10. februarja 2003.

Pogovor z lastnikom in odgovornim urednikom Mojega Radia Borisom Sušinom 11. februarja 2003.

Pogovor z odgovorno urednico Radia Triglav Jesenice Rino Klinar 11. februarja 2003.

Pogovor z Ajdo Kalan, Radio Slovenija, 11. septembra 2003.

c. Spletni viri

<http://www.atrp.si>

<http://www.dz-rs.si>

<http://www.gov.si>

<http://www.gov.si/srd>

<http://www.gvin.com>

<http://www.mojradio.com>

<http://www.media-forum.si>

<http://www.nt-rc.si>

<http://www.rtv slo.si>

12. Priloge

a. Priloga 1 – RPS Radia Celje

Jutranji program	5.00	Pozdrav jutranje ekipe
	5.30	<u>Narodno zabavna melodija tedna</u>
	5.50	Poročilo AMZS
	6.00	Poročilo OKC PP Celje
	6.45	<u>Horoskop</u>
	7.00	Druga jutranja kronika Radia Slovenija
	7.40	Tečajnica
	8.00	Poročila
	8.25	Poročilo PU Celje
	8.40	<i>Jackpot (nagradna igra)</i>
Dopoldanski program	9.00	Pozdrav dopoldanske ekipe
	9.20	<i>Javljanje iz turistične agencije Dober dan</i>
	9.40	<i>Halo, zdravilišče</i>
	10.00	Novice
	10.10	<i>Halo Terme Zreče</i>
	11.00	Podoba dneva
	11.15	<i>Informacije Zavoda za turizem Celeia</i>
	12.00	Novice
	12.15	Tarča – Svoboda govora na internetu
	13.40	<i>Halo Zdravilišče Laško</i>
Popoldanski program	13.55	Pozdrav popoldanske ekipe
	14.00	Utrip s celjskega
	14.30	<u>Izbor melodije popoldneva</u>
	15.00	Šport danes
	15.30	Dogodki in odmevi Radia Slovenija
	16.15	Razglasitev športnikov leta – posnetek

	17.00 Kronika
	17.30 Javljanje s smučarske tekme
	17.45 <i>Jackpot (nagrada igra)</i>
	18.00 <u>20 vročih</u>
Večerni program	19.00 Novice
	19.05 Javljanje z Dnevov komedije SNG Celje
	19.30 <i>Študentski servis</i>
	21.00 Javljanje z Dnevov komedije SNG Celje
Nočni program	24.00 <u>SNOP – skupni nočni program lokalnih in regionalnih radijskih postaj Slovenije</u>

Legenda:

Krepko – Informativne oddaje

Podčrtano – Zabavne oddaje

Poševno – Komercialne vsebine

b. Priloga 2 – RPS Mojega radia

Jutranji program	6.00 24ur radijske novice
	6.05 <u>Moderiran program</u>
	7.00 24ur radijske novice
	8.00 24ur radijske novice
Dopoldanski program	9.00 24ur radijske novice
	9.05 <u>Moderiran program</u>
	9.30 <i>Restavracija Mami</i>
	10.00 24ur radijske novice
	10.30 <i>Restavracija Mami</i>
	11.00 24ur radijske novice
	11.05 <u>Glasbene želje</u>
	12.00 24ur radijske novice
	12.30 Moda
Popoldanski program	13.00 24ur radijske novice
	13.05 <u>Moderiran program</u>
	14.00 24ur radijske novice
	14.05 <u>Glasbene želje</u>
	15.00 24ur radijske novice
	16.00 24ur radijske novice
	17.00 24ur radijske novice
	17.30 <i>Nagradna igra</i>
	18.00 24ur radijske novice
18.30 <i>Nagradna igra</i>	
Večerni program	19.00 24ur radijske novice
	20.00 24ur radijske novice
	20.05 <u>Moja kanta – glasbene želje</u>
	21.00 24ur radijske novice

21.05 Veseli petek – kontaktna glasbena oddaja

23.00 My way – kontaktna glasbena oddaja

3.00 Konec programa v živo

Legenda:

Krepko – Informativne oddaje

Podčrtano – Zabavne oddaje

Poševno – Komercialne vsebine

c. Priloga 3 – 24 ur radijske novice za dan 7. februar 2003

Novice si sledijo, kot so si sledile v posameznih oddajah 24ur radijske novice. Številka nad spiskom novic in kratkim opisom pomeni uro predvajanja posameznega sklopa novic.

6.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Seja ustavne komisije

Iraška kriza – ZDA

Iraška kriza – Italija

Šport – smučanje; kombinacija St. Moritz

7.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Seja državnozbornske komisije o referendumu

Afera Sunčani Hvar

Iraška kriza – zaslišanje iraških strokovnjakov

Šport – košarka Evroliga

8.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Afera Sunčani Hvar

Iraška kriza – Bush v Varnostnem svetu

Kulturni dan – napoved osrednje proslave

Šport – mladinsko svetovno prvenstvo v smučarskih skokih

9.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Seja ustavne komisije

Afera Sunčani Hvar

Zapleti z radiom na Avstrijskem Koroškem

Šport – napoved hokejskega turnirja v Beljaku

10.00

Nesreča v Premogovniku Velenje
Seja državnozbornske komisije o referendumu
Iraška kriza – Bush v Varnostnem svetu
Varnostna konferenca v Münchnu
Šport – Davisov pokal v Zagrebu

11.00

Nesreča v Premogovniku Velenje
Iraška kriza – Velika Britanija
Iraška kriza – Avstralija
Mednarodno kazensko sodišče v Haagu
Šport – Davisov pokal AUS – GBR

12.00

Nesreča v Premogovniku Velenje
Iraška kriza – pregled
Volitve v Črni gori
EU konferenca v Portorožu
Šport – hokej SLO : GBR

13.00

Nesreča v Premogovniku Velenje
Novi zakon o prekrških
Iraška kriza – Rusija
Kulturni praznik
Šport – trening smuka za ženske

14.00

Nesreča v Premogovniku Velenje
NEK – hrvaški sabor
Iraška kriza – Bush v Varnostnem svetu
Nesreča raketoplana Columbia

Šport – reli

15.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Iraška kriza – Italija

Stališče Vatikana do ustave EU

Afera SIB banka Ljubljana

Šport – rezultati treningov smuka

16.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

NEK – hrvaški sabor

Iraška kriza – pregled

Slovenski avtomobilski grozd

Šport – Martina Hingis se poslavlja

17.00

Pogajanja SLO – EU, kmetijstvo

Iraška kriza – EU

Jugoslovanski potni listi

Romi na dolenskem

Šport – sankanje na naravnih progah

18.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Iraška kriza – Bush v Varnostnem svetu

Položaj Kosova v Jugoslaviji

Afera SIB banka, Ljubljana

Šport – streljanje

19.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

NEK – hrvaški sabor

Iraška kriza – Bush v Varnostnem svetu

Južna Koreja

Kulturni praznik

Šport – košarka Union Olimpija

20.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Iraška kriza – Hans Blix

Zapleti z radiom na Avstrijskem Koroškem

Jugoslovanski potni listi

Šport – nogomet Olympiakos

21.00

Nesreča v Premogovniku Velenje

Pogajanja SLO – EU, kmetijstvo

Iraška kriza – pregled

Nesreča raketoplana Columbia

Šport – formula 1, Ferrari