

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Klajder

**IMPLEMENTACIJA INTERNETA V MEDIJSKE HIŠE – PRIMER:
RADIO TELEVIZIJA SLOVENIJA**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2007

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Klajder

Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak Črnič

**IMPLEMENTACIJA INTERNETA V MEDIJSKE HIŠE – PRIMER:
RADIO TELEVIZIJA SLOVENIJA**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2007

Implementacija interneta v medijske hiše – primer: Radio televizija Slovenija

Rojstvo interneta so izkoristili tudi klasični množični mediji. Začeli so izkoriščati nove možnosti, ki jih ta ponuja. Ob tem so se morali naučiti, kako novo tehnologijo izkoristiti ne samo kot novo platformo za distribucijo vsebin, ampak spoznati in razumeti njene nove zmogljivosti, s katero lahko svojo dejavnost oplemenitijo. Javni mediji pa morajo ob tem skrbeti tudi za to, da ob spremembah v načinih komuniciranja, ki jih povzroča nov medij, ne zanemarijo svojega osnovnega poslanstva in ohranijo kakovost vsebin v skladu z načeli. Predstavila bom kritičen pogled na konkreten primer spletnega medija: portala RTV Slovenija. RTV Slovenija se je v preteklosti že srečevala s krizo identitete, ko je v boju za gledanost začela tekmovati s komercialnimi televizijami in proizvajati množično popularne vsebine, ki niso v splošnem interesu javnosti. Preverila bom, kako portalu RTV Slovenija uspe ohranjati kakovost vsebin skladno z načeli javnega servisa. Podala bom predloge za izboljšavo njegove kakovosti, s čimer želim prispevati k zagotavljanju delovanja javnega servisa v skladu z načeli.

Ključne besede: internet, splet, mediji, mediji na spletu, RTV Slovenija.

Implementation of internet in slovenian media – case study: Radio televizija Slovenija

The birth of internet was noticed by mass media too. They began exploiting new possibilities it can offer. Therefore, they had to learn how to use new technology not just as a new platform for distribution, they also had to learn and understand the possibilities it has to offer, which can improve their own work. When adopting new working processes, they should always keep in mind their fundamental principals and therefore adjust their work according to new ways of media communication to sustain quality. I'm introducing a critical view on a concrete case of web media: RTV Slovenija. In past, the public TV has already suffered an identity crisis while competing for audience with commercial televisions and by producing content of mass popularity, which is not in public interest. By offering suggestions on how to improve its quality I want to contribute to a public service, run according to principals of public service. Online too.

Keywords: internet, web, media, online media, RTV Slovenija.

Kazalo

UVOD	7
1. ZDRUŽITEV TRADICIONALNIH MEDIJEV IN INTERNETA	10
1.1 INTERNET IN TISK	11
1.2 INTERNET IN RADIO	13
1.3 INTERNET IN TELEVIZIJA	14
2. INTERNET KOT MEDIJ	17
2.1 ZMOGLJIVOSTI INTERNETA	17
2.2 NOVE MOŽNOSTI KOMUNICIRANJA	18
2.2.1 Hipertekstualnost	19
2.2.2 Interaktivnost	22
2.2.3 Konvergenca medijev	24
2.2.4 Konvergenca v širšem kontekstu	25
3. RADIO TELEVIZIJA SLOVENIJA KOT JAVNI SERVIS	26
3.1 TEMELJNA NAČELA IN POGOJI JAVNEGA SERVISA	27
4. ANALIZA SPLETNEGA PORTALA RADIA TELEVIZIJE SLOVENIJA	31
4.1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE, STRUKTURA ANALIZE IN METODE ZBIRANJA PODATKOV	31
4.2 PRIKAZ ANALIZE NA RAVNI PRODUKCIJE	33
4.2.1 Postavitev in vzdrževanje portala	33
4.2.2 Produkcija vsebine	34
4.2.3 Obiskanost	35
4.3 ANALIZA STRUKTURE PORTALA	36
4.3.1 Spletna pasica	39
4.3.2 Iskalnik	39
4.3.3 Osnovna navigacija	39
4.3.4 Leva navigacija	40
4.3.5 Anketa	41
4.3.6 Videonovice	41
4.3.7 Pravkar na sporedu	41
4.3.8 Osrednji del: <i>Novice</i>	42
4.3.9 E – novice	42
4.3.10 O RTV Slovenija	42
4.3.11 Imenik RTV oddaj	43
4.3.12 Novice zavoda RTV Slovenija	43
4.3.13 Podstran Sporedi	43
4.3.14 Podstran TTX	44

4. 3. 15 Podstran audio/video	44
4. 3. 16 Podstran forumi	44
4. 3. 17 Zaključek: kaj to pomeni za uporabnike?	45
4. 4. ANALIZA VSEBIN NA SPLETNEM PORTALU RTV SLOVENIJA	46
4. 4. 1. 1 Izkoristek hipertekstualnosti	47
4. 4. 1. 2 Izkoristek interaktivnosti	48
4. 4. 1. 3 Izkoristek multimedijalnosti	49
4. 4. 2. OCENA NOVINARSKEGA PISANJA	49
4. 4. 2. 1 Nove novinarske strategije	51
4. 4. 3. PRIMERJAVA VSEBIN NA SPLETNEM IN TELEVIZIJSKEM MEDIJU	52
4. 4. 3. 1 Naslovnica vs. napovednik	53
4. 4. 3. 2 Teme spletnih novic vs. teme televizijskega dnevnika	54
5. SKLEP: KRIZA IDENTITETE JAVNE TELEVIZIJE NA SPLETU	57
6. LITERATURA	59
7. PRILOGE	61

Seznam slik

<i>Slika 4.3.1 : Vstopna stran RTV SLO.....</i>	<i>38</i>
<i>Slika 4.3.2 : Osnovna navigacija RTV SLO.....</i>	<i>39</i>
<i>Slika 4.3.3 : Leva navigacija RTV SLO.....</i>	<i>40</i>

Seznam tabel

<i>Tabela 4 4.3.1.1 : Primerjava objav med naslovnico novičarskega dela spletnega portala RTV Slovenija in napovednikom Dnevnika na RTV Slovenija.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabela 4.4.3.2.1 : Primerjava vsebin med novičarskih delom spletnega portala RTV Slovenija in televizijskim Dnevnikom.....</i>	<i>66</i>

Priloge

PRILOGA A: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (6. 5. 2006)

PRILOGA B: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (7. 5. 2006)

PRILOGA C: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (8. 5. 2006)

PRILOGA D: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (9. 5. 2006)

PRILOGA E: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (11. 5. 2006)

PRILOGA F: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (12. 5. 2006)

PRILOGA G: Analiza vsebin portala RTV Slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (17. 5. 2006)

UVOD

Informacijska tehnologija se nenehno razvija in izboljšuje ter tako v naša življenja prinaša novosti, ki imajo pomembne učinke na naše življenje in delovanje. Tudi Peters (2003: 29) navaja, da če je »včasih veljalo, da tehnologija podpira spremembe, velja danes, da spremembe ustvarja«. Tehnologija je torej pomembno orodje, ki je močno spremenilo načine našega delovanja in hitrost izvrševanja novih sprememb.

Informacijska tehnologija je sodoben primer tovrstne tehnologije. O njej Antwar (v Steward in drugi 2001: 64) pravi, da »ustvarja pogoje za nove načine izražanja in večjo neodvisnost misli in dejanj«, in dodaja, da »se s pomočjo informacijske tehnologije rojeva nova kultura, *kultura napredka*«.

Internet je spremenil razumevanje sveta, načine komuniciranja in sprejemanja informacij. Odpravil je geografske, jezikovne in kulturne pregrade med ljudmi in omogočil preprosto in relativno ugodno povezovanje ljudi preko celega sveta. Omogočil je dostop do širokega in raznovrstnega vira informacij, ki so dostopne v realnem času. Večina ljudi razvitega sveta si življenja brez interneta ne zna več predstavljati, saj mu ta služi kot orodje za delo, učenje in zabavo.

Rojstvo interneta so izkoristili tudi klasični množični mediji.¹ Začeli so izkoriščati nove možnosti, ki jih ta ponuja. Ob tem so se morali naučiti, kako doseči kar najbolj produktivno sinergijo stare in nove tehnologije.

Kot pravi Jones (v Steward in drugi 2001: 64), je »učinek na kakovost življenja od vsake tehnološke spremembe odvisen od tega, kako je ta tehnologija uporabljena«. Tudi klasični mediji so lahko svojo dejavnost nadgradili bolj ali manj uspešno, odvisno od njihovega poznavanja in razumevanja novih tehnologij ter uspešne implementacije le-te v svoje delovanje.

¹ S to besedno zvezo označujem množične medije, ki so nastali pred pojavom interneta.

Lahko rečem, da portale različnih spletnih medijev pogosto uporabljam in da so zame osebno postali tudi delni nadomestek klasičnih medijev. Med uporabo medijskih spletnih portalov sem lahko »v živo« spremljala njihov razvoj, bila priča ne ravno uspehim poskusom ter slepim ulicam kot tudi korakom, za katere je bilo takoj jasno, da peljejo v pravo smer. Pogosto sem sama pri sebi razmišljala o projektih medijskih hiš na spletu, ki bi jih lahko izpeljali bolje ali drugače. Ko sem se zavedela svojega položaja tihega opazovalca in komentatorja, se je porodila tudi ideja o temi moje diplomske naloge. V njej želim predstaviti svoj pogled na konkreten primer spletnega medija in njegovega delovanja: portala RTV Slovenija. Podati želim predloge za izboljšavo njegove kakovosti in s tem prispevati k zagotavljanju delovanja javnega servisa kot takega.

Diploma je razdeljena na dva dela. V prvem delu sem predstavila spremembe, ki jih je sprožil prihod nove tehnologije. Novi procesi, združeni v konceptu konvergence medijev, namreč ne vplivajo samo na medijsko izkušnjo, temveč na celotno družbo.

Razvoj digitalne tehnologije je v družbi že povzročil določene spremembe, ki jih bom skušala kar se da široko orisati in se pri tem osredotočiti tudi v prihodnost. Na tem mestu želim poudariti, da se zavedam, da je kakršnokoli natančno napovedovanje prihodnosti nemogoče, saj je ta zaradi vpliva neskončne množice dejavnikov popolnoma nepredvidljiva. Kljub temu pa želim izpostaviti možne scenarije, ki so jih predvideli nekateri teoretiki in na ta način poudariti pomembnost položaja, v katerem se nahajajo vsi, ki se ukvarjajo z internetom.

Drugi del diplome je namenjen empirični raziskavi, v kateri sem preverjala, kako je zmogljivosti, ki jih ponuja nov medij, izkoristila javna televizija Radio Televizija Slovenija (v nadaljevanju RTV Slovenija). Zanimalo me je, ali je Multimediskemu centru RTV Slovenija (MMC) uspelo izkoristiti tehnološke zmogljivosti, ki jih ponuja internet ter kako so glede na to prilagodili svojo dejavnost na spletu.²

² Na tem mestu ugotavljam potrebo po definiciji mojega razumevanja terminov *splet* in *internet*, saj jih razumem pomensko različno in ju bom kot taka skozi diplomu tudi uporabljala. Internet razumem kot telekomunikacijsko strukturo, v okviru katere obstaja vrsta različnih medijev. Gre za računalniško omrežje, infrastrukturo, ki omogoča obstoj svetovnega spleta. Svetovni splet (v nadaljevanju splet) je aplikacija na internetu, ki omogoča množično deskanje po informacijah znotraj njega. V nadaljevanju diplomskega dela bom navedena termina uporabljala v skladu z zapisanim opisom.

Ker je temeljno poslanstvo RTV Slovenija ustvarjanje vsebin v skladu z načeli javnega servisa bom skozi analizo skušala tudi ugotoviti, ali spletni portal RTV Slovenija ustreza pojmovanju javnega servisa. S tem bom skušala odgovoriti na moje raziskovalno vprašanje, s katerim izražam dvom v ustreznost delovanja portala RTV Slovenija v skladu z načeli javnega servisa.

1. ZDRUŽITEV TRADICIONALNIH MEDIJEV IN INTERNETA

Da bi lahko ocenila kakovost javnega servisa v okvirih novega medija je potrebno v prvem delu diplome najprej izpostaviti ključne spremembe, ki so se vzpostavile s pojavom interneta. Te bom za začetek prikazala preko primerjave s tradicionalnimi mediji.

Kljub temu, da so bile medijske hiše do implementacije interneta v svoje delovanje sprva skeptične, saj so se bale nedonosnih spletnih verzij, ki pa lahko prevzamejo velik del občinstva, so danes spletne različice postale del *mainstreama* medijske distribucije (glej Kawamoto 2003). Večina medijskih hiš je implementirala spletno različico svojih medijev in ob tem ohranila klasični format. Veliko časopisov, radijskih in televizijskih postaj ima svojo spletno mesto, preko katerega distribuirajo informacije, ki so objavljene v klasični različici, ter prav tako nove vsebine, prilagojene izključno spletu - ta se v tem primeru uporablja kot dodatek, ki s pomočjo tehnoloških prednosti dopolnjuje klasičen format in zapolnjuje nove niše. Spletna in klasična verzija med seboj ne tekmujeta, temveč sta si postala komplementarna, »delata v tandemu, sodelujeta in si podajata člane občinstva med seboj«, pravi Kawamoto (2003: 11). Internet je torej nova stopnja v evoluciji medijev, ki je od vseh vpletenih v proces medijske produkcije zahtevala pridobitev novih znanj in sposobnost prilagajanja.

Vsak množičen medij je v svojem času omogočil nove načine komunikacije in je imel zato v tistem trenutku med množičnimi mediji status primarnega medija. »Najsi gre za film, televizijo, radio ali internet, pravzaprav vsak komunikacijski medij, ki sloni na tehnologiji, bo v nekem trenutku obsojen na to, da bo povzročil revolucijo«, je zapisal Jones (1997: 7). Kljub temu pa pojav novega medija ni nikoli pomenil propada starega. Mnogo avtorjev meni, da komunikacijska tehnologija na današnji stopnji razvoja v tehnološkem smislu sicer lahko ponudi več, a uporabnika vseeno prikrajša za del neke izkušnje, ki jo nudi stari, klasični medij. Pri tem velja tudi omeniti, da novi medij ne pomeni popolnega nadomestka starega medija, temveč »integrira vidike starega, pri čemer posnema njihovo obliko in žanr z določenimi modifikacijami v okviru novega konteksta«. Tako skuša »preseči ovire, s katerimi se je srečeval stari medij, a se s tem že srečuje z novim opredeljevanjem položaja medija samega« (Fornas in drugi 2002: 3).

Glede na povedano bi se bilo smiselno posvetiti nastanku posameznih množičnih medijev, izpostaviti njihove uporabniške prednosti ter prikazati že nastalo povezavo med njimi in internetom.

1.1 INTERNET IN TISK

Tisk je prvi množični medij, ki je ponudil možnost prenosa večje količine natipkanih informacij do večjega občinstva.

Posebnost modernega tiska je neoviran čas uporabe. Beremo ga lahko takrat, ko želimo, vsak članek lahko preberemo ponovno in če nam ni všeč, obrnemo stran in izberemo novo vsebino. Tega nista omogočala niti radio in televizija, ki sta se razvila kasneje, saj je distribucija vsebine pri obeh časovno determinirana. S pojavom interneta pa časopis ni več edini medij z neoviranim časom uporabe. Danes to omogočajo tudi spletni časopisi.

Kot navajajo viri (Katz v McNair 1998: 133), so se prvi dnevni spletni časopisi pojavili v 90-ih letih prejšnjega stoletja. Do konca stoletja je na svetovnem spletu zaživel prek 700 časopisov, po tem pa je število spletnih časopisov raslo še hitreje. Danes je spletno mesto običajna domena večine dnevnih časopisov. Kot napoveduje Boynton (2000), bodo časniki in časopisi v prihodnje živeli dvojno življenje, v spletni in tiskani različici, vsaka od njiju pa bo ponujala informacije v drugačni obliki: spletna stran naj bi ponujala krajše, ažurne novice, tiskana različica pa daljše zgodbe, kar je posledica različnosti načinov uporabe teh dveh medijev (lažje in hitrejše branje s tiskanega formata kot z zaslona, izkoriščanje hipertekstualnosti, itd.).

S pojavom interneta so se v javnosti in v strokovnih krogih pojavili dvomi o nadaljnji usodi tiskanega časopisja, ki jih poznamo že iz časov radia in televizije. Philo (Internet 5) je zapisal, da bodo na račun interaktivnih aktivnosti na spletu trpeli vsi klasični mediji, saj bodo uporabniki več časa posvetili elektronskim skupnostim in multimedijskim aktivnostim. Podoben pomislek izraža tudi Bolter (2001: 6), ko pravi, da se tiskani formati s prihodom interneta srečujejo z dvojnim izzivom: poleg že omenjene tekme večpredstavnostnih zmogljivosti digitalne tehnologije s prozaičnim tiskom, se Bolter navezuje tudi na hipertekstualnost, ki uporabniku ponuja nelinearno, samostojno in vsakič drugačno izbiro

informacij. K temu dodaja še zmogljivost digitalne platforme, ki bralcu zagotavlja večjo fleksibilnost zaradi »možnosti kopiranja, primerjanja in odstranjevanja nepotrebnega teksta z dotikom parih gumbov, pri čemer pa je naš končni izdelek še vedno lahko potiskan papir« (Bolter 2001: 9).

Obstajajo tudi teorije, po katerih bodo tiskovine vselej ohranile del svojega občinstva. Katz meni, da tako kot izum televizije ni povzročil propada radia, tudi »internet ne bo nikoli nadomestil posebnih užitkov, ki jih omogočata nakup in branje tiskovin v lokalih ob kavi ali na pivu, na podzemni železnici ali avtobusu na poti v službo ali med malico«, saj »ga ne bo nikoli mogoče zviti v rolo in pospraviti v žep, občutiti papirja ali tipografije in si umazati rok s črnilom od tiskanja« (Katz v McNair 139: 1998). Bolter pa (2001: 8) k prednostim tiskanih formatov dodaja še enostavnost prenašanja, neodvisnost od energetskih virov, cenovno ugodnost in lažjo berljivost tiskane besede v primerjavi z branjem z ekrana.

Ravno udobne in nostalgичne okoliščine uporabe zaenkrat še zmanjšujejo grožnjo tisku. Lahko je pričakovati, da se bo s časom tehnologija izboljševala in bodo spletni formati postajali bolj dostopni in uporabnejši. Elderkin (Internet 5) tako meni, da bodo prenosni računalniki in dlančniki v prihodnosti vedno bolj namenjeni prenašanju informacij. Te male enote bodo lahko prenesle vedno večjo količino informacij, zato je Elderkin prepričan, da se bo tisk kmalu razvil v tovrstne formate, vedno bolj podobne navadnemu papirju. D'Amico (1996) ob tem poudarja, da »tovrstni formati ne bodo resnično zamenjali tiska, dokler ne bodo popolnoma mobilni in preprosti za uporabo, kar pomeni, da jih bo uporabnik lahko vzel s seboj na vlak, letalo, avtobus ali v kopalnico« (Internet 5). Obstajajo aplikacije, ki s svojimi zmogljivostmi že predstavljajo določeno grožnjo papirnim formatom³ in tako bi si lahko nekoč v prihodnosti predstavljali tudi tako oboževani papirni format časopisa, ki bo

³ Rocket eBook je informacijska aplikacija, hibrid med računalnikom in tiskovino, ustvarjen z namenom, da zamenja običajno tiskovino. eBook vključuje veliko fizičnih značilnosti, kot tudi "interface" tradicionalne knjige. Je lahek in enostaven za prenašanje, uporabniki lahko na njegov rob zapisujejo in "lepijo" označbe in opazke ter podčrtavajo poglavja, kot v tiskanem formatu. Za razliko od običajnih notesnikov, želi eBook posnemati tradicionalni format in poleg tega ponuditi še več. Omogoča pretvorbo kateregakoli teksta v hipertekst, kar uporabniku omogoča, da preveri pomen besede ali fraze v celotnem tekstu, ki postane razpoložljiv na način, ki ga knjiga ne omogoča. Ključna zmogljivost pa je seveda povezava eBooka z internetom, ki predstavlja povezavo z neomejenim svetom knjig in komplementarnih informacij v uporabnikovi roki. (Bolter 2001: 8).

uporabniku ponujal novejši zmogljivosti informacijske tehnologije, obdržal pa bo le svojo obliko.

Nekateri pa ostajajo skeptični tudi do ohranjanja tovrstnih bralnih navad. Birkets (v Bolter 2001: 5) fatalistično napoveduje, da tiskana beseda postaja arhaični del naše družbene ureditve, od katere se odmikamo stran, po izbiri in kot posledica družbenih pritiskov. »Ta premik se dogaja skozi in počez v naši kulturi, nas ločuje od navad in vzorcev uporabe tiska ter odpira vrata novemu svetu, ki se zanaša na digitalne komunikacije« (Birkets v Bolter 2001: 5). Morda bo takrat tisk, kot ga poznamo danes, le še prijetna nostalgija.

Vse to pa so zgolj predpostavke o tem, kaj bi se v prihodnosti lahko zgodilo. Verjamem, da se bo komunikacijska tehnologija v prihodnosti še razvijala in da se bo s tem izboljševala uporabnost spletnih časopisov, zelo vprašljiva pa se mi zdi verjetnost, da bi se spletni tisk razvil v obliko klasičnih formatov. Gre namreč za obliki medijev, pri katerih se prednosti in načini uporabe zelo razlikujeta. Zato predvidevam, da bo tisk ohranil svojo obliko, spletni tisk pa se bo razvijal v takšno, ki je zanj najbolj primerna.

1. 2 INTERNET IN RADIO

Popularnost časopisa kot sredstva za širjenje in sprejemanje informacij je rasla tja do sredine 19. stoletja, ko se je pojavil nov medij, ki je bil v tistih časih revolucionarno odkritje na področju tehnologije. Razvil se je kot naslednji korak od odkritja telegrafa: potreba po odkritju načina za pošiljanje telegrafskih signalov preko vode brez kabelskih povezav.

Radio je povzročil tudi spremembe v odnosu med medijem in prejemniki informacij. Tudi radijski poslušalci so še vedno deloma nemi prejemniki informacij, je pa radijski medij odprl novo dimenzijo. Zvočna tehnologija je uporabnikom omogočila nov način sprejemanja informacij – preko sluha - in s tem prispevala k večji fleksibilnosti vsakdanjega življenja ljudi. Poslušalcem se med sprejemom informacij ni treba osredotočiti zgolj na uporabo medija, ampak se lahko ob tem ukvarjajo z drugimi opravili.

Bistveni doprinos interneta k radiu vidim v dodatni infrastrukturi, preko katere je možno poslušati radijski program. Internet kot dodatni medij se lahko uporablja tudi za arhiviranje delov programa, do katerih lahko uporabniki ponovno dostopajo ob kateremkoli času.

Pojavilo se je nekaj novih aktivnosti, ki ne spadajo k osnovni dejavnosti radia, ampak so se izoblikovale šele s pojavom interneta: pogovor (ang. »chat«) poslušalcev, glasovanje za glasbene lestvice, nakup glasbe, dostop do datotek iz arhiva in podobno. S pojavom interneta je torej radijska dejavnost dobila dodatno platformo za distribucijo svojih vsebin ter mnogo priložnosti za oplemenitenje svoje dejavnosti. Nekatere radijske postaje so internet sprejele kot dodatek in ga implementirale v svoje delovanje, obstaja pa tudi mnogo radijskih postaj, ki delujejo izključno preko interneta⁴.

Sobivanje radia in interneta bo v prihodnosti v določenem segmentu še naprej gotovo dobro izkoriščeno: v situacijah brez radijskega sprejemnika, kadar je poslušanje preko spleta bolj priročno ter ob poslušanju geografsko oddaljene radijske postaje, vse ostalo pa bo odvisno od interesov in vloška radijske postaje v razširitev dejavnosti na spletu. V prihodnosti, ko bo računalniška tehnologija tako dobro izpopolnjena, da bo oddajala tako dober zvok in bila priročna za uporabo kot radijski sprejemnik pa lahko pričakujemo, da se bo radio kot medij preselil iz radijskega sprejemnika v digitalno infrastrukturo. Vse kaže na to, da lahko v prihodnosti pričakujemo popolno konvergenco kanalov distribucije, oz. tehnološko infrastrukturo, ki bo omogočala visokokakovosten sprejem radijskega programa preko internetne povezave, s čimer bodo danes klasični radijski sprejemniki romali med naše zbirke starin.

1.3 INTERNET IN TELEVIZIJA

Korak naprej se je zgodil s pojavom televizije, ki je ponudila tudi slikovno predstavitev informacij in tako združila in nadgradila vse zmogljivosti svojih predhodnikov.

Današnja televizija je s pomočjo nove digitalne tehnologije že doživela nadaljnji razcvet. Preko internetnega protokola lahko telefoniramo, poslušamo radio in celo gledamo televizijo. Preko interneta lahko glasujemo in sodelujemo v t. i. resničnostnih šovih. V omejenem obsegu je na internetu uporabniku na voljo tudi izbira vsebin, ki so bile v klasičnem televizijskem mediju na voljo le ob določenem času. Preko interneta je namreč mogoče

⁴ Na primer, radio Supreme FM je slovenski spletni na radio. Deluje izključno preko spleta na spletnem naslovu www.supreme.fm. Radio Slovenija 1 pa je slovenska radijska postaja, ki oddaja tudi preko interneta.

dostopati do večjih zvočnih in video datotek, ki jih ponudniki klasičnega medija arhivirajo na spletu.

Ob tem naj omenim digitalno storitev, t. i. TiVo®⁵, ki nam, kadarkoli želimo, omogoča ogled zamujenega programa, ki so ga ponudili ponudniki posameznih televizijskih hiš na zelo širokem časovnem intervalu (podobna storitev, ki omogoča samostojen izbor vsebin se imenuje PodCast⁶). To je zametek digitalnih medijev prihodnosti, ki bodo omogočali večjo interaktivnost, s pomočjo katere uporabnik ne bo več omejen s časom, temveč bo lahko preko mreže gledal televizijski program ali poslušal radijske oddaje, zabeležene v bazi ponudnika. Pri ponudbi zabavnih in časovno nedeterminiranih vsebin morda sploh ne bo več tako pomemben program na neki časovni premici, pač pa bodo ponudniki preprosto ponudili obstoječe vsebine v izbor. Damien Eames (Internet 7) pravzaprav meni, da današnji programi (spoređi) obstajajo le zaradi omejenih tehnoloških zmogljivosti. Z razvojem tehnologije se to spreminja in po njegovem naj bi uporabniki v kratkem postali tudi *izbiralci* vsebin.

Takšna prihodnost sploh ni daleč, saj že danes lahko uporabljamo kar nekaj sorodnih konvergenčnih praks. Harcup (2004: 148) tu celo navaja primer športnih oddaj na televiziji, kjer je zaslon razdeljen na več sklopov, pri čemer en prikazuje samo športno dogajanje, drug rezultate in tretji ankete. Shemo, ki spominja na grafični prikaz računalniškega monitorja lahko vidimo tudi pri DVD-predvajalnikih ter vmesnikih ponudnikov televizijskih storitev (na primer *Siol*). Pri tem pa se mi poraja vprašanje, kako pogosto bo takšna praksa pri uporabniku zaželena. Kot pravi Neuman (v Castells 1996: 330), moramo razumeti da so »ljudje nagnjeni k poti, ki zahteva minimalni napor«. Korenine take naravnosti pa ne gre iskati v človeški naravi, pač pa v pogojih, ki jih ustvarja življenje v času kapitalizma; ko se po dolgih napornih dnevih v službi brez energije vrnemo domov v osebno življenje in zaradi pomanjkanja alternativ za osebno in kulturno udejstvovanje (glej Castells 1996: 330 – 331). Kot še navaja Newman (glej Castells 1996: 331), naj bi raziskave na primer pokazale, da le majhen del ljudi izbere televizijski program vnaprej, večji del se jih najprej le odloči, da bodo gledali televizijo, potem pa pregledujejo programe, dokler ne izberejo najbolj privlačnega, ali, pogosteje, manj dolgočasnega. Poleg tega McLuhan navaja (glej v Castells 1996: 334), da so

⁵ TiVo je storitev, ki na avtomatiziran način najde in posname do 300 ur televizijskega programa.

⁶ Podcasting je sistem za distribucijo audio in video programov preko spleta, ki uporabniku omogoča, da se naroči na določeno število datotek, ki jih lahko kasneje pogleda ali posluša kadarkoli hoče.

klasični mediji, predvsem radio in televizija, postali nekakšno *audiovizualno okolje*, v katerega smo vključeni neprestano in avtomatično. Funkcija medijev se pogosto meša z domačimi opravili in socialnimi interakcijami. Medij je nekakšno ozadje, za katerega se odločimo in mu prepustimo izbiro vsebine.

Na podlagi tega lahko sklepam, da bodo tradicionalni mediji v nekaterih situacijah, kljub pojavu novih medijev, vselej prisotni, predvsem zaradi naših navad, prilagojenih tradicionalnim medijem, ki so se razvijali skozi celo 20. stoletje, skozi 3 generacije in so zato toliko bolj trdni.

Morda se bodo navedene konvergenčne spremembe v uporabi medijev v večji meri zgodile v mlajši generaciji, ki je bolj navajena tehnoloških sprememb in spreminjanja navad. Kot pravi Deibert (1997: 177), so spremembe konceptov, ki jih povzročajo nove komunikacijske tehnologije, običajno resnično bolj medgeneracijske, kot notranje psihološke.

2. INTERNET KOT MEDIJ

Internet je nova tehnološka revolucija, ki je v zadnjih letih prinesla ogromno vplivov na vsa življenjska področja. »Internet je najbolj močan, najbolj globalen in najbolj revolucionaren komunikacijski medij v svetovni zgodovini«, pravi Don Middleberg (2000: 9). Močan vpliv interneta poudarja tudi B. L. Ochman, ki pravi, da je »internet medij neprestane komunikacije, konstantnih sprememb in velike hitrosti« (Ochman 2000).

Vir moči tega novega medija je informacijska tehnologija - računalniško okolje in internet - ki omogoča več, ali pa združuje vse tisto, kar so individualno ponujali starejši množični mediji. Gre za množico sprememb in izboljšav, ki jih bom poskušala zajeti v nadaljevanju. Pri tem se bom v večji meri osredotočila na ključne faktorje, zaradi katerih lahko internet označim kot pomemben korak v razvoju medijev; to so ključne zmogljivosti (hipertekst, interaktivnost, multimedijalnost, arhivskost) ter medijska konvergenca, za katero lahko predvidevamo, da bo nekoč omogočila popolno združitev medijev in medijskih praks.

2.1 ZMOGLJIVOSTI INTERNETA

Internet je zadnji večji evolucijski korak na področju medijev. Kot nov medij ima mnogo značilnosti, ki ga ločijo od tradicionalnih medijev in prinašajo nove možnosti za komuniciranje. Ključne zmogljivosti interneta navajajo različni avtorji (Fawkes in Gregory 2000: 111, Škerlep 1998: 26, Kawamoto 2003: 4, Oblak in Petrič 2005: 82):

- *interaktivnost*, omogoča interakcijo med uporabniki, stroji in besedilom;
- *hipertekstualnost*, omogoča povezovanje in nizanje digitalnih informacij skozi nelinearno hierarhično strukturo oz. dovoljuje *nelinearnost*, fleksibilen sistem razvrščanja informacij, ki ne sledi tradicionalni, kronološki ali konvencionalni logiki branja zgodb;
- *multimedijalnost* omogoča uporabo enega ali več kanalov znotraj enega medija.

Podrobnejši opis ključnih zmogljivosti interneta sledi v nadaljevanju poglavja.

Poleg omenjenih glavnih značilnosti navedeni avtorji med prednosti interneta uvrščajo tudi izjemen doseg medija, saj dostop do njega ni odvisen od lokacije, temveč je virtualno mogoč na vseh delih sveta, časovno neomejenost ter možnost večje personalizacije, ki omogoča

večjo stopnjo izbire v primerjavi s tradicionalnimi množičnimi mediji, tako pri izboru načina komuniciranja, kot pri izboru obravnavanih tem.

Internet razumem kot nov medij, ki z uporabniškega vidika omogoča veliko več kot klasični mediji. Čeprav lahko sklepam, da sta bila radio in televizija kot množična medija do naših čutov bolj revolucionarna, saj sta prvič odprla dimenziji sprejemanja informacij (zvok in vid), pa kljub temu menim, da je internet z novim elektronskim komunikacijskim sistemom povzročil še večje in širše spremembe, ki so že in še bodo povzročile globlje spremembe v naši družbi in kulturi. »Integracija teksta, vizualnih podob in zvoka v enem sistemu, ki je odprt in dostopen ter deluje na neštetihih koncih, v realnem času prek globalne mreže, je korenito spremenila naravo komunikacij«, pravi Castells (1996: 328). Ravno komunikacija pa je tista, ki oblikuje kulturo, saj, kot dodaja Postman (v Castells 1996: 328), »realnost ni taka, kot jo vidimo mi, realnost je taka, kot jo mi komuniciramo«. Kultura je namreč oblikovana in se izraža preko komuniciranja, ki je bistveni element kulture, ki jo dojemamo tudi in predvsem skozi jezik.

2. 2 NOVE MOŽNOSTI KOMUNICIRANJA

Internet je spremenil mnogo sfer in relacije znotraj njih. Zaradi same moči medijev, ki so ključno komunikacijsko sredstvo naše družbe, je vpliv razvoja digitalne tehnologije nanje vreden posebne pozornosti. Prav mediji imajo namreč to moč, da spreminjajo kulturo in družbo, saj je komuniciranje njun bistven element.

Internet predstavlja novo stopnjo v razvoju medijev. Klasičnim medijem je bila ponujena možnost, da svojo dejavnost razširijo na dodaten medij in jo oplemenitijo na podlagi zmogljivosti, ki jih ta ponuja. Poleg tehnoloških prednosti novega medija, ki omogoča nove načine in kanale distribucije, se kot njihova posledica rodijo tudi komunikacijske spremembe. Castells (2001) govori o »novem komunikacijskem sistemu«, s katerim opisuje okoliščine bistvenih komunikacijskih sprememb, nastalih v soodvisnosti z razvojem digitalne tehnologije. Novi komunikacijski sistem naj bi integriral vse obstoječe forme človeškega komuniciranja: pisnega, verbalnega in audiovizualnega, hkrati pa predstavljal prostor družbenega delovanja, interakcij, druženja, koordiniranja, spoznavanja, tekmovanja in reševanja konfliktov (v Oblak in Petrič 2005: 24).

Že v prejšnjem poglavju sem naštel, kateri so ključni potenciali, ki jih prinaša nova digitalna tehnologija. Določene izmed njih lahko na podlagi skorajšnjega konsenza mnogih avtorjev uvrstim med najpomembnejše. Tako tudi Deuze (Internet 1) in Dahlgren (glej 1996: 64), izpostavljata tri karakteristike, ki predstavljajo “dodano vrednost” interneta, če so le pravilno izkoriščene: hipertekstualnost, interaktivnost in multimedijalnost⁷, Dahlgren pa k temu dodaja še arhivskost⁸. Ker je cilj moje naloge raziskati, kako je te zmogljivosti uspela izkoristiti RTV Slovenija ter kako so se nastale komunikacijske posledice manifestirale v okviru delovanja medija in na medijskem prizorišču, se mi zdi v predhodnem poglavju smiselno narediti podrobnejši oris ključnih prednosti, ki jih omogočajo nove digitalne tehnologije. Ob tem bom skušala te potenciale povezati z delovanjem medijev ter tudi z ostalimi ravni življenja in tako ugotoviti njihov vpliv na širši družbeni kontekst.

Po mnenju Dahlgrena in tudi drugih avtorjev (glej Oblak in Petrič 2005: 83) je ena najpomembnejših značilnosti nove “kibertekstualnosti” hipertekstualnost, saj povzroča spremembe, ki lahko pomenijo razvoj morebitnega novega obdobja v zgodovini komuniciranja. Začela bom z opisom tega potenciala.

2. 2. 1 Hipertekstualnost

Hipertekst je način zapisovanja besedil in organiziranja informacij skozi nelinearno hierarhično strukturo, ki je ponavadi blizu asociativnemu delovanju človeških možganov (glej Deibert, Nelson, Landow v Oblak in Petrič 2005: 29). To pomeni predvsem medsebojno povezljivost različnih spletnih strani, preko teksta ali grafičnih elementov, katerih začetek in konec nista jasna oziroma eksplicitno določena. Fornas in drugi (2002: 21) pravijo, da hipertekst ni nov pojav, saj so tudi tiskovine s pomočjo intertekstualnih referenc na druga tiskana dela, notranjimi in zunanjimi povezavami na reference, opombami, kazali in indeksi, hipertekstualne. Bolter (2001: 27) to povezljivost povezuje z opombami (ang. “footnote”),

⁷ Multimedialnost razumem kot pojem, ki označuje spremembe na ravni tehnološke povezljivosti različnih formatov, in s tem predstavlja samo eno od ravni, na katerih se dogaja konvergenca. Zato je ne bom vključila v oris ključnih prednosti in njihovih vplivov na komunikacijske procese, pač pa bom o njej govorila v naslednjem poglavju, kjer se bom osredotočila na konvergenco medijev v širšem kontekstu.

⁸ Dahlgren k naštetemu dodaja tudi arhivskost. Ker bom pri orisovanju zmogljivosti interneta segala predvsem na področje komunikacijskih sprememb, ki jih te zmogljivosti povzročajo, bom slednjo iz orisa izpustila, saj menim, da v tem kontekstu ni relevantna, saj kot ena izmed lastnosti interneta omogoča predvsem dostop do neskončnega arhiva podatkov, pri čemer ne vidim neposrednih vplivov na komunikacijski proces.

uporabljenimi v tiskanih formatih, ki bralcu ponudijo delček dodatnih informacij, a še zdaleč ne toliko, kot jih omogoča spletno prostranstvo.

Deuze (Internet 1) v svojih raziskavah omenja dve vrsti hipertekstualnosti. Prva, interna povezanost, se navezuje na druga besedila znotraj danega besedilnega polja, eksterna pa se navezuje na besedila, razvrščena kjerkoli drugje v kibernetnem prostoru.

Hipertekstualna strukturiranost je povzročila razvoj novih načinov zapisovanja besedil. Landow (v Bolter 2001: 44) je celo zapisal, da hipertekst, ki spreminja načine obstoja teksta in načine branja zato zahteva novo retoriko in stilistiko. Simboli, ki jih uporabljamo za označevanje povezav, dobijo dvojne pomene: prvi predstavlja bazično konotacijo označenega simbola ali besede, drugi pa pomeni smerokaz do nove vsebine, umeščene nekje v virtualnem prostoru. Landow tu izpostavlja retorično dimenzijo, ki jo dobi reakcija odhoda z enega spletnega mesta in prihod na drugega; prisotnost povezave uporabnika namreč napelje k razumevanju, da druga stran na nek način pomeni dodatno razlago k prvi strani (Landow v Bolter 2001: 38). Spletne strani tako predstavljajo osnovno vsebino, delujejo pa tudi kot »mesta na poti«, s čimer se »bralec spremeni v popotnika v tem prostoru« (Bolter 2001: 28).

V spremembi stila zapisovanja tekstov Dahlgren vidi potencialno grožnjo, ki se kaže v t. i. »pristranski zgoščenosti« (ang. »a bias toward terseness«), kar se manifestira v vse krajših tekstih in hitrejših rezih in ritmih (glej Dahlgren 1996: 65) in bi lahko vplivalo na samo jezikovno in stilistično bogatost ter kakovost besedil.

Namesto uniformiranih in linearnih struktur besedila omogoča hipertekst neskončno število poti, usmerjenih kamorkoli v virtualni prostor. »Svetovni splet in računalniški sistemi so tekstovni prostor spremenili v mrežo oziroma hipertekst, ki je zaradi svoje razvejane arhitekture visoko asociativen« (Bolter 2001: 34), poleg tega pa daje priložnost za bolj svobodno izbiro, saj »bralec v izkušnji branja tekstov ni ujet v kakšno specifično obliko organizacije ali hierarhije, nasprotno, omrežna struktura množstva avtorjev z decentralizirano močjo ustvarjanja pomena omogoča osvoboditev idiosinkratičnosti in anarhijo« (Oblak in Petrič 2005: 32).

Ker je mogočih poti neskončno veliko, izbira posameznika po svobodna, lahko rečemo, da hipertekst vpliva na spremenjene odnose med bralcem in tekstom (glej Bolter 2001: 35). Moč

odločanja o kakovosti vsebine v komunikacijskem procesu se zaradi svobode izbire namreč prenaša iz zapisovalca besedil v prejemnika. Za razliko od tiska, kjer ima bralec na voljo le nekaj različnih poti, omogoča hipertekst veliko bolj svobodno asociativno izbiro in sestavljanje informacij glede na lastne interese.

Različna psihološka ozadja uporabnikov se seveda manifestirajo v različnih asociacijah, na podlagi česar sklepam, da informiranost bralcev postaja precej manj uniformirana, saj lahko ti določeno stran kadarkoli zapustijo, z branjem nadaljujejo drugje in tako doživijo popolnoma individualno ter unikatno izkušnjo sprejemanja informacij. »Hipertekstualni sistem omogoča bralcu, da sam izbere svoj center raziskovanja ali izkušnje« (Mitra in Cohen v Oblak in Petrič 2005: 32), »pri čemer je končna pot bralca skozi omrežje, ki je rezultat njegovih odločitev, enkratni produkt; pomen, ki izvira iz te izkušnje, pa je v veliki meri neodvisen od avtorja« (Landow v Oblak in Petrič 2005: 32). Deibert (1997: 197) pojav, kjer različni bralci vsebino izbirajo individualno, poimenuje »*de-masifikacija*« medijskega okolja.

Kljub temu to ne pomeni, da je avtorjev doprinos pri izbiri informacij nepomemben. Kot poudarja Engelbart (v Bardini 2000), mora biti avtor teksta odgovoren do bralca in tvoriti tekst in smiselne povezave na druge dele teksta v omrežju. Podobno mnenje si delijo tudi Fornas in drugi (2002: 21), ko menijo, »da se lahko bralec v primeru, da avtor ne ponudi logičnih povezav, zaradi tega počuti celo manj svobodnega v izbiri in izgradnji čtiva, saj se izgubi v goli konstrukciji prostorov.«

Sama informacijska platforma torej ponuja le zmogljivost, dejansko izkoriščanje potenciala hipertekstualnosti pa je še vedno do neke mere odvisno tudi od avtorja, ki lahko bralcu iskanje dodatnih poti olajša, ali pa tudi ne. De-masifikacija se torej lahko z raznovrstno ponudbo izbire kanalov in interaktivnostjo komunikacijskega procesa še dodatno krepi v smereh, ki bodo koristne za interese posameznega bralca⁹ (glej Deibert 1997: 197).

Povezave v hipertekstu so podobne asociativnim povezavam v naših možganih (Deibert 1997). Landow (v Oblak in Petrič 2005: 32) zato meni, da bo hipertekst razbil običajne načine

⁹ Kot primer Deibert (1997: 197) izpostavlja personalizacijo novic na spletu, ki uporabnikom ponuja hitre dostope do sorodnih ali z osnovno zgodbo povezanih novic ter tudi možnost nastavitve personalizirane in avtomatizirane dostave vsebin glede na interese.

razumevanja, kar Ryan (v Oblak in Petrič 2005: 32) vidi kot posledico večje prilagojenosti hiperteksta inspirativnemu razmišljanju, ki omogoča rast idej na bolj naraven način (Ryan v Oblak in Petrič 2005: 32). Diebert (1997: 177) se tu opre na socio-epistemološka dognanja, ki pričajo, da spremembe v komunikacijskih procesih povzročajo konceptualne spremembe v naši družbi in s tem uokvirjajo razmišljanje in delovanje ljudi v določenem času. V svojih špekulacijah gre še dlje in »na osnovi analogije z revolucionarnimi posledicami iznajdbe pisave argumentira, da bo hipertekst dvignil abstraktno mišljenje na višji nivo« (Deibert v Oblak in Petrič 2005: 32).

Ob načrtovanju strukture diplomskega dela sem se že seznanila s širino obravnavane teme, zato sem se pri analizi načrtno osredotočila izključno na analizo delovanja spletnega portala RTV Slovenija, ne pa tudi njegovih uporabnikov. Večine tu navedenih sprememb na konkretnem primeru RTV Slovenija zato ne bom preverjala, saj bi zahtevale obširnejšo empirično raziskavo med uporabniki, kar odpira novo poglavje, ki ni del moje naloge. Lahko pa bom preverila, kako dobro je RTV Slovenija izkoristila potencialne, ki jih ponuja hipertekst, da bi s tem bralcu omogočila čim bolj kakovostno in svobodno izkušnjo.

2. 2. 2 Interaktivnost

Interaktivnost temelji na sistemu baz in podatkov, ki omogočajo shranjevanje velikih količin podatkov, do katerih vstopajo posamezniki in na podlagi teh tudi izvajajo nadaljnjo komunikacijo. To omogoča mnogo večjo interakcijo med uporabniki, stroji, strojno opremo in teksti, kot so to omogočali starejši množični mediji (glej Fornas in drugi 2002: 23).

Tradicionalni komunikacijski modeli množičnega komuniciranja so se v osnovi ukvarjali z različnimi vrstami enosmernih kanalov komuniciranja (glej Burnett in Marshal 2003: 48), interaktivnost pa na drugi strani zahteva in omogoča dvosmeren model komunikacije. Omenjeno razliko v komunikacijskih poteh omenjata tudi Rafaeli in Sudweeks: v enosmernem komuniciranju vir postavi prednostno agendo, ne da bi nanjo prejel kakršenkoli odziv, v dvosmernem komuniciranju pa sporočila pošiljata obe strani (v Oblak in Petrič 2005: 88). V interaktivnem internetnem okolju se torej »še bolj razvidno prepletajo različne ravni komuniciranja in brišejo meje med tradicionalnimi ločnicami. V tem smislu predstavlja splet sodoben konglomerat različnih oblik in stilov komuniciranja« (Oblak in Petrič 2005: 60).

Tudi tradicionalni mediji so interaktivni. Tiskane izdaje medijev ponujajo neposredne odgovore na vprašanja in komentarje bralcev, vendar je ta ponudba precej bolj omejena. Lahko rečem, da je ta zmogljivost šele v novem mediju dobila večje razsežnosti, ki so znatneje vplivale na komunikacijske procese in navade uporabnikov ter ponudnikov.

Fornas in drugi (glej 2002: 23) govorijo o več vrstah interaktivnosti. Lahko se nanaša na družbeno interakcijo med medijskimi uporabniki (družbena interaktivnost), interakcijo med stroji in uporabniki (tehnološka interaktivnost) in interakcijo med odnosi in besedilom (kulturna interaktivnost). Vse tri vrste interaktivnosti implicirajo spremembe na različnih ravneh.

Ključni učinek intraktivnosti se zgodi v prejemniku, ki postane aktiven udeleženec v komunikacijskem procesu. Ljudje informacije iščejo in niso več samo prejemniki informacij, posredovanih s strani vratarjev (ang. „gatekeeper“). Uporabniki dobijo večji vpliv na izbiro tistega, kar jim bo posredovano. Jensen je kot predlog za definicijo interaktivnosti celo zapisal: »Interaktivnost je merilo medijskega potenciala, da uporabniku omogoči vpliv na vsebino in/ali obliko posredovanja komunikacije« (v Fornas 2002: 24), kar predstavlja precej bolj demokratično izbiro vsakega posameznika.

Kot pravijo Kenney in drugi (Internet 2), zaradi možnosti hitre povratne informacije med enakovrednimi partnerji koncept množičnih medijev in množičnega občinstva postaja vedno bolj arhaičen.. »Novinarji ne morejo več usmerjati istega sporočila homogeni publiki, sestavljeni iz sicer heterogenih in anonimnih, a neinteraktivnih posameznikov« (McQuail v Internet 2). Ravno zaradi interaktivnosti postajajo nekateri prejemniki posredno vedno bolj povezani in si delijo skupne informacije. Danes bi zato morali novinarji in drugi ustvarjalci vsebin v novem mediju svoj način komunikacije z uporabniki prilagoditi manjšim segmentiranim interesnim skupinam prejemnikov.

Ugotavljam, da tako hipertekstualnost kot interaktivnost omogočata večjo svobodo uporabnikov pri izbiri informacij in segmentacijo uporabnikov. Te spremembe bom v analizi RTV Slovenija podrobno opisala tudi na konkretnih elementih, ki jih nudi spletni portal.

2. 2. 3 Konvergenca medijev

Evolucija medijev se je do nastanka interneta dogajala skozi niz novih medijev, ki so temeljili na svoji razlikovalni značilnosti (prednosti). Vsaka od njih je determinirala različnost načina in namena uporabe posameznega medija. Novo kompleksno komunikacijsko orodje pa omogoča **konvergenca različnih medijev**, ki je povzročila, da postajajo meje med posameznimi mediji vedno bolj zabrisane. Konvergenco je še pred razmahom interneta, leta 1983, v knjigi »*The technology of freedom*« omenjal Pool (v Kawamoto 2003: 60), kjer je opisal idejo kot »prihodnost, kjer bodo vse vsebine shranjene v digitalnem formatu, dostavljene preko mreže, do katere bomo dostopali preko elektronskih naprav«.

Internet ni le en sam oziroma enoten komunikacijski (množični) medij, temveč tvori digitalno telekomunikacijsko infrastrukturo, v okviru katere soobstaja cela vrsta različnih medijev (Škerlep 1998: 24), kar Oblakova in Petrič opisujeta kot *konvergenca* na ravni medijski formatov oz. oblik, prek katerih mediji posredujejo svoje vsebine. Iz praktične rabe uporabnikov je internet torej »integralen komunikacijski medij oziroma metamedij, ki sestoji iz različnih medijev«, kot pravi Morris v Škerlep (1998: 25). Čas, način in namen uporabe različnih klasičnih medijev se bodo tako vedno manj ločevali, saj se je s prihodom interneta pojavila nova, *skupna* dimenzija uporabe množičnih medijev. Evolucija medijev bo s pojavom interneta močno spremenila svojo dosedanjo pot. Preko interneta se bodo namreč vsi mediji nekoč lahko združili v popolno konvergenco in se razvijali na skupni poti.

2. 2. 4 Konvergenca v širšem kontekstu

Oblakova (2004: 6) govori o tem, da »pojav medijske konvergence bistveno presega preprosto vprašanje o tehnični povezljivosti različnih medijskih formatov med seboj«, ker »jo je smiselno razumeti tudi kot reflektirano stapljanje medijskih praks«. Pri tem omenja člane občinstva, ki niso le uporabniki, pač pa tudi »producentje novih vsebin« (Oblak 2004: 6), oz. aktivni iskalci informacij. Kawamoto (2003: 5) jih opisuje kot »iskalce informacij, seznanjene z iskalnimi in navigacijskimi strategijami na internetu ter tudi z ostalimi vidiki računalniško-posredovane komunikacije«, ki jim omogoča interaktivno sodelovanje in soustvarjanje v medijskem procesu.

O stapljanju medijskih praks pa v kontekstu potrošnje govori Castells (1996: 371), ki meni, »da bo ta pojav pri članih občinstva povzročil integracijo vseh sporočil v skupen kognitivni vzorec«. Dostop do različnih zvočnih in slikovnih novic ter zabavnih ali izobraževalnih vsebin v enem samem mediju nas pripelje korak bliže k brisanju mej med njimi. Med različnimi komunikacijskimi oblikami prihaja zaradi sobivanja v istem mediju do menjave njihovih kodov. Sporočila ohranjajo svojo vlogo in distinktivnost kot sporočila (ni medij tisti, ki sporoča), zato postajajo njihovi kodi, medtem ko so združena skupaj v komunikacijski proces, zamegljeni. Takrat nastaja multidimeznionalni semantični kontekst, sestavljen iz naključnih mešanic različnih pomenov (povzeto po Castells 1996: 371).

3. RADIO TELEVIZIJA SLOVENIJA KOT JAVNI SERVIS

»Zadovoljevanje javnega interesa je ključni element legitimiranja za delovanje javnih RTV servisov«, pravi Sandra Bašič Hrvatina (2002: 6). Predvidevam, da je v interesu vseh gledalcev, poslušalcev ali internetnih uporabnikov, da imajo preko javnega servisa dostop do kakovostnih storitev, zato lahko kot zadovoljevanje javnega interesa opredelim tudi doseganje kakovosti.

Za analizo portala v kontekstu poslanstva javne televizije sem se odločila iz dveh razlogov:

- **Ker je splet vplival na spremembe pri distribuciji vsebine.** RTV Slovenija je javni medij, ki deluje v interesu javnosti, iz česar sklepam, da je obvezan k zagotavljanju kakovostnih vsebin. Splet pa deluje na podlagi predhodno opisanih zmogljivosti (interaktivnost, hipertekstualnost, multimedijanost, arhivskost), ki jih je treba kot take tudi uporabljati in izkoristiti v prid doseganju kakovosti. Skozi analizo bom zato preverila, kako je RTV Slovenija uspelo izkoristiti ključne značilnosti interneta, da bi s tem dosegli kakovost in zagotovili kakovostno medijsko izkušnjo.
- **Ker je splet vplival na načine poročanja.** Ena ključnih nalog javne televizije je zagotavljati raznovrstne informacije, ki so družbenega pomena za celotno javnost neke države. Splet kot medij pa zaradi predhodno opisanih karakteristik, ki implicirajo tudi drugačne navade uporabnikov, vpliva na spreminjanje tako načinov poročanja, kot same vsebine, ki mora biti večkrat prilagojena specifičnemu obnašanju uporabnikov na spletu. Skušala bom ugotoviti, v kolikšni meri je ustvarjalcem vsebin uspelo ohranjati ločnico med zahtevami novega medija in načeli javne televizije, ki zahtevajo novinarsko kakovost.

Služenje javnemu interesu je najširše opredeljena in najbolj poenostavljena funkcija javnega servisa, ki velja vedno in povsod. V literaturi, ki se ukvarja z javnimi mediji, pa je moč najti širšo definicijo javnega servisa oz. 9 načel in pogojev, ki jim mora zadostiti javni servis, če zanj rečemo, da je v službi javnosti. Predmet moje analize zavzema le spletni portal javne televizije RTV Slovenija. Ugotavljam, da nekatera načela za analizo spletnega medija niso relevantna ali se nanj zaradi specifičnih značilnosti ne nanašajo. Zato v analizi spletnega portala RTV Slovenija ne bom uporabila vseh načel. Razlago mojega vidika uporabnosti teh načel bom opisala v nadaljevanju.

3. 1 TEMELJNA NAČELA IN POGOJI JAVNEGA SERVISA

(Povzeto po Svet Evrope, v Bašič Hrvatini 11: 2002)

1. **Geografska univerzalnost oz. univerzalna dostopnost:** Načelo narekuje, da bi moral biti nacionalni servis dostopen vsem državljanom, predvsem tako, da si lahko njegovo ponudbo privošči vsakdo, kjerkoli v državi, in da razen televizijskega/radijskega sprejemnika in plačevanja prispevka občinstvo ne potrebuje dodatne opreme za sprejemanje programov oz. ne plačuje posameznih storitev, ki jih javni servis ponuja.

Če ne upoštevamo dejstva, da je načelo pisano za delovanje tradicionalnih medijev (televizija, radio) in če predpostavljam, da lahko v tem primeru pod »sprejemnik« štejem tudi računalnik, še vedno ugotavljam, da nacionalni servis na spletu zahteva dodatne stroške. V raziskavi RIS-a (2004: 145) skoraj polovica anketirancev brez dostopa do interneta kot eno glavnih ovir za dostop do interneta v lastnem gospodinjstvu navaja previsoke stroške. Kar 38 % anketirancev namreč pravi, da nima dostopa do interneta zaradi previsokih mesečnih stroškov, 32 % pa jih kot vzrok navaja predrago začetno priključnino. Spletni portal RTV Slovenija torej že v osnovi ne izpolnjuje tega načela, zato ga izključujem iz nadaljnje analize.

2. **Zastopanost vseh interesov in okusov:** Programi (vsebine) javnega servisa morajo ustrezati vsem okusom in interesom, torej mora vsak gledalec najti program (oz. programske vsebine), ki mu ustrezajo; ni pomembno, koliko gledalcev gleda kakšno vsebino in ali jo sploh kdo namerava gledati, pomembno je le, da je kakovostna (in na voljo - če je vsebina dostopna, lahko potegne gledalca, ki je sicer nikoli ne bi nameravala spremljati ali si je celo želel videti); naloga javnega servisa torej ni ustreči čim večjemu številu gledalcev hkrati, temveč vsem gledalcem ob različnem času, vodi pa ga tudi načelo, da »popularne vsebine naredi dobre in dobre vsebine popularne« (Tracey 27: 1998).

Načelo je vsekakor ustrezno za preučevanje v kontekstu interneta kot javnega servisa. Internet že sam s svojimi zmogljivostmi (hipertekstualnost, interaktivnost) omogoča večjo zastopanost interesov in okusov. Kot sem zapisala v prvem delu diplome, pa je kakovost ponudbe še vedno v veliki meri odvisna od avtorja vsebin, ki mora vzpostavljati primerne povezave med vsebinami. Kako je to uspelo avtorjem spletnega portala RTV Slovenija ter kako s tem zagotavljajo zastopanost vseh interesov in okusov, bom preverila v analizi.

3. Plačevanje po načelu enakosti: Plačniki naj bi bili vsi uporabniki televizije in plačilo naj bi bilo enako za vse; sem bi mogli uvrstiti tudi širše načelo javnega financiranja javne televizije (pri naročnini jo namreč dejansko financira njeno občinstvo).

Tega načela spletni portal RTV Slovenija že v osnovi ne more izpolnjevati, saj dostop do interneta v Sloveniji geografsko ni izenačen. Ponudniki širokopasovnega dostopa do interneta ne pokrivajo celotnega območja države enakomerno, ponekod je celo edini možen dostop preko telefonskega kabla. Prav tako tega načela ne bom vključevala v nadaljnjo analizo, ker samo delovanje spletnega portala in njegove vsebine ni povezano s plačljivostjo dostopa do interneta.

4. Nepristranskost oz. neodvisnost od kakšnihkoli parcialnih interesov (političnih in ekonomskih): Načelo je najbolj povezano z viri financiranja (naročnina naj bi bila sredstvo, ki omogoča popolno neodvisnost javnega medija in zavezanost javnosti) pa tudi z imenovanjem vodilnih organov javnega servisa.

Tega načela v analizi ne bom preučevala, saj se nanaša na RTV Slovenija kot celoto in ne zgolj na spletni portal, izpolnjevanje tega načela pa niti ni odvisno od medija samega.

5. Izobraževanje javnosti: Pojmovati občinstvo kot državljane in kot racionalna, zrela bitja, ki so se zmožna učiti in razvijati na najrazličnejše načine in v skladu s tem pojmovanjem zagotavljati najrazličnejše izobraževalne vsebine, ki niso le dopolnilo izobraževalnemu sistemu.

Načelo bom pri analizi portala upoštevala, saj naj bi spletni portal, kot del ponudbe RTV Slovenija, prav tako ponujal različne izobraževalne vsebine, še več, z možnostjo vzpostavitve hiperpovezav na vsebine zunaj portala, lahko to storitev oplemeniti celo bolj, kot to zmore televizijski medij.

6. Posebna skrb za manjšine, predvsem depriviligirane skupine: Program javnega servisa mora zagotavljati vsebine, namenjene tako narodostnim manjšinam, kakor vsem drugim skupinam ljudi, ki so manjšine glede na celotno populacijo.

Izpolnjevanje tega načela se mi zdi odvisno predvsem od politike urednikov portala, manj pa od zmogljivosti interneta, z izjemo izkoristka hipertekstualnosti in interaktivnosti. Preverila bom torej, ali so vsebine, namenjene manjšinam, vključene tudi na spletnem portalu in v kolikšni meri ter tudi, kako raznolika je ponudba teh vsebin; če ponuja povezave na sorodne teme ter možnost javne razprave ali povratne informacije, ki je morda v primeru manjšin precej relevantna.

7. Spodbujanje konkurenčnosti pri kakovosti, ne pa količini programov: Pomembna je kakovost ponujenih (predvajanih) vsebin, ne glede na to, koliko ljudi jih gleda; produkcija ali nakup kakovostnih vsebin je povezana z višjimi stroški, zato Tracey (1998: 31) opozarja, da odvisnost od komercialnih ali državnih virov financiranja onemogoča udeležanje tega načela. Zato naj bi se javni servis večinoma financiral iz javnih sredstev (javnih prispevkov).

To načelo je vsekakor primerno za analizo spletnega portala RTV Slovenije. Tu lahko spodbujanje kakovosti pred količino programov primerjamo s spodbujanjem kakovosti pred prilagajanjem čim širši množici. Uporabniki spleta so specifični uporabniki, zato obstaja nevarnost, da bi se z vsebinami spletnega portala želeli prilagajati njihovem okusu ter ponujati množično popularne vsebine, ne pa kakovostnih vsebin, ki ustrezajo javnemu servisu.

8. Javne radiodifuzna organizacije se morajo usmerjati k liberalizaciji in ne k omejevanju programskih producentov: Omogočeno mora biti delovanje producentov z različnimi idejami in interesi, ki lahko producirajo programe za najrazličnejše skupine občinstva; naloga vodilnih je, da zaposlenim omogočijo izkoristiti lastne potencialne in ustvarjalno delovanje, k temu pa sodi tudi spodbujanje inventivnosti in eksperimentalnosti.

Načelo vsekakor vključuje dejstva, ki so pomembna tudi delovanje spletnega portala, saj morajo biti vsi, ki so vključeni v proces ustvarjanja vsebin, pri svojem delu inventivni in morajo znati izkoristiti potencialne, ki jih ponuja internet. Za to pa morajo seveda imeti tudi primerna znanja.

9. Služenje (interesom) javnosti oziroma vzpostavljanje povezave z nacionalno identiteto in skupnostjo (spodbujati ljudi k zavedanju lastne identitete in občutka pripadnosti). Javni servis mora torej gojiti javno sfero, ki služi javni blaginji, saj posamezniki le v javnosti delujejo kot

državljeni, pripadniki skupnosti. Javni servis mora spodbujati občinstvo, da delujejo kot državljani (in se zavedajo tako svojih dolžnosti, kot svojih pravic) in ne kot potrošniki.

To načelo bom v analizi upoštevala, saj gre za načelo, ki ga s ponudbo vsebin, ki so relevantne za nacionalno identiteto, lahko izpolnjuje tudi spletni portal. Internet poleg tega ponuja tudi interaktivnost, kar omogoča vzpodbujanje in gojenje javne razprave, v kateri posamezniki delujejo kot državljani.

Nekatera od načel za analizo spletnega portala niso relevantna ali pomembna, zato bom pri analizi portala upoštevala le naslednja načela:

- Ali so z vsebino spletnega portala **zastopani vsi okusi in interesi** ter kakšna je kakovost vsebin glede na dane zmogljivosti novega medija?
- Ali je vsebina spletnega portala namenjena tudi **izobraževanju javnosti** ter ali je ta oplemenitena s povezavami zunaj portala, ki jih omogoča novi medij?
- Ali je poskrbljeno za **raznolikost vsebin, namenjenim tudi manjšinam** in depriviligiranim?
- Ali vsebina ostaja **kakovostna in se pretirano ne prilagaja množičnemu okusu** spletnih uporabnikov?
- Ali vzpodbujajo **inventivnosti in ekperimentalnost** ustvarjalcev portala?
- Ali skrbi za krepitev **nacionalne identitete**?

4. ANALIZA SPLETNEGA PORTALA RADIA TELEVIZIJE SLOVENIJA

Nove računalniške tehnologije zdaj že vrsto let vzpodbujajo klasične medije k implementaciji svoje dejavnosti v nov medijski prostor - kibernetški prostor- čemur se mediji, če želijo ostati konkurenčni, ne smejo upirati. V zadnjih letih smo bili lahko priča velikim spremembah na področju selitve dejavnosti tradicionalnih medijev na splet, imeli smo priložnost opazovati rojstva njihovih spletnih različic, bolj ali manj uspele poskuse prenosa vsebin in izkoriščanja novih potencialov. Kot pravita Oblak in Petrič (2005) v okviru svoje študije o slovenskih spletnih medijih, »težave nastanejo, če se k spletu pristopa zgolj kot instrumentu, ki omogoča dosedanje večje (ekonomske) učinkovitosti, ob tem pa pozablja na njegove emancipatorne učinke.« Na spletu namreč veljajo posebni pogoji, skladni s potenciali, ki jih ponuja informacijska tehnologija. Zgolj prenos vsebin iz tradicionalnega medija bi težko obrodil dolgoročne sadove. Spletni format mora ponuditi več vsebin, jih prilagoditi zahtevam spletnega medija, ustvariti povezave med njimi ter ponuditi več različnih formatov, kanalov in načinov distribucije. Predvsem pa se mora tudi navezovati na vsebine zunaj meja lastne produkcije ter tako dopuščati možnost, da se nove zmogljivosti uporabijo kot orodje, ki omogoča bolj interaktivno ter svobodnejšo izbiro informacij. V nasprotnem primeru splet (p)ostane neproduktiven dodatek tradicionalnemu mediju, brez kakršnekoli dodatne vrednosti.

Ko sem kot uporabnik medijskih portalov opazila razlike v uspešnosti izkoristka digitalne tehnologije, sem se odločila, da bom v svoji diplomski nalogi skušala preučiti, kako je zgoraj navedeno uspelo pri implementaciji medijskih vsebin RTV Slovenija.

4. 1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE, STRUKTURA ANALIZE IN METODE ZBIRANJA PODATKOV

Raziskala bom, ali je RTV Slovenija pri implementaciji interneta v svoje delovanje dobro izkoristila zmogljivosti, ki jih ta ponuja. Na podlagi tega bom sklepala, ali je uresničila načela javnega servisa in zagotovila kakovost svoje storitve tudi na spletu.

Ne želim se osredotočiti samo na izkoristek tehnoloških potencialov, pač pa želim analizirati spremembe na področju vsebin ter načinov podajanje vsebine, ki se dogajajo tako v novem kot v tradicionalnem mediju. Javna televizija se je že v preteklosti srečevala s problemi, ki jih lahko zajamem pod terminom kriza identitete. S pojavom dodatne platforme za distribucijo

vsebin – internet – pa se mediji ponovno soočajo z nevarnostjo, da svojo dejavnost odmaknejo stran od svojih načel. Po besedah Tanje Oblak (2006: 26) »se spletne izdaje različnih tradicionalnih medijev pretirano prilagajajo povprečnemu okusu, saj želijo biti všečne vsem« in dodaja, da si »vsaj javni mediji zdrsa v množično popularnost ne bi smeli privoščiti«. Zato je ponovno napočil čas za redefinicijo nalog in umestitev spleta znotraj okvirov poslanstva javnega servisa.

Analizo portala bom glede na ocenjevane kriterije razdelila v tri poglavja:

1. V prvem poglavju se bom osredotočila na produkcijsko raven spletnega portala. Analiza bo obsegala štiri področja: postavitve in vzdrževanje spletnega mesta, vsebino in produkcijo vsebine, obiskanost ter uporabnost spletnega mesta.

2. V drugem poglavju bom naredila analizo strukture spletnega portala. Zanimalo me bo, kako je RTV Slovenija implementirala svojo vsebino na splet ter kako jim je z uporabo nove medijske platforme uspelo zadovoljiti uporabniško izkušnjo¹⁰. Preverila bom, kam so postavili mejo med uporabnostjo in kreativnostjo in se konkretno posvetila vsakemu elementu oziroma orodju spletnega mesta ter analizirala njegovo ustreznost. Ker gre za portal, katerega vsebino urejajo novinarji, bom skušala oceniti tudi, kako so novemu mediju prilagodili oblikovanje in pisanje sporočil, saj tudi ti vplivajo na kakovost izkušnje uporabnika.

Strukturna analiza portala bo temeljila na podlagi teoretičnega znanja, s katerim sem se seznanila preko različnih avtorjev (glej Mervar in Čosić 2005, Nielsen 2002 in Kawamoto 2003), ter praktičnega znanja, ki sem ga pridobila s snovanjem in vzdrževanjem spletnega mesta www.radiohit.si.

3. Tretji del je namenjen analizi vsebin in primerjavi spletne vsebine z vsebino v klasičnem mediju. Preko analize vsebin bom ugotavljala, kako je portalu uspelo izkoristiti ključne zmogljivosti, ki jih ponuja nova digitalna tehnologija (hipertekstualnost, interaktivnost,

¹⁰ Uporabniška izkušnja je »celota vseh interakcij, ki jih ima uporabnik s podjetjem/organizacijo« (Mervar, Čosić, 2005: 22). Organizacija mora načrtno vplivati na izkušnjo, ki jo ima uporabnik pri vseh, tudi interaktivnih srečanjih z njo, pri čemer mora biti pozorna na širok splet dejavnikov kot so uporabnost, identiteta podjetja, informacijska infrastruktura in vizualna podoba (Internet 8).

multimedijalnost). Z vsemi temi spremenljivkami želim podati oceno o kakovosti spletnega medija kot dela servisa javne televizije, katere glavno merilo pri ustvarjanju vsebin bi moralo biti doseganje kakovosti. Drugi del analize vsebin bo zato že del novega poglavja, v katerem bom analizo vsebine postavila v kontekst javne televizije in tako ugotavljala skladnost vsebin portala RTV Slovenija z načeli in poslanstvom javne televizije.

4. 2 PRIKAZ ANALIZE NA RAVNI PRODUKCIJE

Analizo produkcije sem naredila na osnovi kvalitativne raziskave (odprt vprašalnik), saj sem želela priti do podrobnejših informacij o delovanju MMC-ja in tudi do osebnega mnenja in stališč intervjuanca. Vprašanja sem zastavljala tako, da bi iz odgovorov dobila čim širši vpogled v delovanje spletnega servisa. Vodji MMC-ja, Zvezdanu Martiču, sem vprašalnik poslala po elektronski pošti, 10. marca 2006, 16. marca sem po elektronski pošti prejela izpolnjen vprašalnik. Ker so moja vprašanja zajemala celotno področje produkcije sem predvidevala, da bo vodja centra tista oseba, ki bo znala odgovoriti na vsa vprašanja. Odgovori so bili žal nepopolni, zato sem poskušala g. Martiča ponovno nagovoriti. Poslala sem dodatna podvprašanja, na katera ni bil več pripravljen odgovarjati. Opozoriti želim na to, da sem se zaradi navedenega dejstva morala pogosto zanašati zgolj na lastno oceno ustreznosti nekega elementa, ki pa žal ni bil potrjen, zanikan ali komentiran s strani g. Martiča, ki mu je ta možnost bila ponujena.

4. 2. 1 Postavitev in vzdrževanje portala

Spletni portal RTV Slovenija je bil ustanovljen pod okriljem Multimedijskega centra RTV Slovenija, ki portal tudi vzdržuje in razvija. Vodi ga g. Zvezdan Martič.

V skladu s smernicami EBU-ja (The European Broadcasting Union), da naj se javne radiotelevizije razvijajo iz mono- v multimedijske organizacije, je RTV Slovenija konec leta 2001 ustanovila Multimedijski center. Osnovne naloge MMC-ja so razvijanje multimedijskih aplikacij, interaktivna podpora radijskim in televizijskim oddajam, spremljanje razvoja na multimedijem področju, v okvir MMC-ja pa sodijo tudi uredništvi za internet in teletekst, uredništvo za podnaslavljanje oddaj za gluhe in naglušne ter wap. MMC od maja 2004 namesto videostrani pripravlja tudi infokanal ter zabavni in otroški infokanal.

Vir: www.rtv slo.si, 9. 2. 2006.

V sodelovanju s programerji in oblikovalci je MMC razvil CMS (content management system), ki omogoča enostavne vnašanje novic, ki jih vpisujejo spletni novinarji. Martič poudarja, da delo s tem nikakor ni bilo končano, saj je posodabljanje spletnega mesta proces, ki nenehno traja. Število programerjev, ki se ukvarjajo s spletnim mestom je torej ves čas od 2 do 4. Ob vprašanju o najpogostejših težavah, s katerimi so se srečevali na začetku, je izpostavil predvsem nerazumevanje okolice do zahtev novega medija ter občutek strahu pred novim. Danes zanj to ni več nov medij, saj se z njim ukvarja že od začetka 90-ih let.

4. 2. 2 Produkcija vsebine

Strukturo in vsebino portala določa Martič sam, v dogovoru z uredniki in novinarji ter pri tem poudarja, da redakcija MMC-ja deluje ločeno od televizijske redakcije.¹¹ Novinarji, ki ustvarjajo vsebino portala, večinoma niso novinarji, ki pripravljajo prispevke za televizijski medij, pač pa gre ponavadi za študente in mlade diplomante, ki ob delu na internetu dobivajo prve izkušnje z novinarstvom. Tako najprej postanejo spletni novinarji, še preden imajo izkušnjo s kakšnim drugim medijem.¹² Tak sistem se mi vsekakor zdi sporen, saj kaže na nerazumevanje zahtev novega medija, ki ne le da zahteva enako stopnjo novinarskega znanja, temveč tudi dodatna komunikološka znanja, ki bi jih moral imeti vsak spletni novinar. Sem sodijo tudi "izkušnje in znanja s področja povezovanja, organizacije, gibanja med in znotraj sklopov informacij ter komunikacija z ljudmi različnih okolij" (McAdams v Internet 9) ter, na koncu koncev, poznavanje računalništva, spleta in njegovih zakonitosti. Le tako bi lahko novinarji v samem procesu posodabljanja spletnega portala imeli ključno vlogo, s katero bi lahko prispevali več kot le naročeno vsebino.

Vsebinsko in prioriteto objav tako kot v ostalih medijskih kanalih RTV Slovenija določajo uredniki v sodelovanju z novinarji. Pravil glede tega, v katerem mediju bi morala biti neka

¹¹ Zaradi okrnjenega odgovora na to vprašanje žal ne morem oceniti, ali je način izbire vsebine in določitve strukture portala ustrezen, posledično bo moja ocena tega lahko temeljila le na podrobni analizi strukture in vsebine v nadaljevanju diplomskega dela (analizi strukture se bom posvetila že v tem poglavju, ustreznost spletne vsebine pa bom preverjala skozi prizmo poslanstva javne televizije v naslednjem poglavju) .

¹² Tudi sama sem v času študija opravljala študentsko delo kot novinarka na dotični organizaciji in sem tako imela priložnost spremljati, kako poteka izbor debitantov v novinarske kroge. Spletni novinarji so tisti študentje, ki jim na avdiciji ne uspe "priti v naslednji" krog, kar pomeni, da se niso izkazali pri pripravi prispevka ali z nastopom pred kamero. Ti študentje dobijo možnost sodelovanja v MMC-ju.

novica objavljena prej, načeloma ni, saj gre za dva ločena medija. Spletni medij na splošno izkorišča svojo prednost ažurnosti. Le izjemoma, ko ima televizija ekskluzivno novico, se ta na spletu ne objavi pred objavo na televiziji. Dejstvo, da v procesu priprave novic sodelujejo večinoma neizkušeni novinarji ter da si televizija še vedno pridružuje pravico do objave ekskluzivne novice, pri čemer je hitrost medija, tudi po besedah g. Martiča, ključna prednost spletne različice, me napeljujeta k zaključku, da je spletno mesto RTV Slovenija obravnavano kot podaljšek primerne medija.

4. 2. 3 Obiskanost

Glede obiskanosti portala Martič navaja, da so najbolj obiskane strani s športno in zabavno vsebino ter črno kroniko. Pregled povezave *Najbolj brane novice* na spletnem portalu RTV Slovenija to potrjuje, saj lahko razberemo, da daleč najbolj prednjači ogled črne kronike, ki ji sledita šport in rumene novice.

Martič navaja, da se spletni uporabniki od uporabnikov televizijskega medija razlikujejo predvsem po starosti, saj so nekoliko mlajši, poleg tega pa so bolj seznanjeni s tehnološkimi novostmi in trendi, so zahtevnejši¹³ in izkazujejo večje zanimanje za zabavne vsebine.

Na splošno pa Martič ocenjuje, da je celotna medijska hiša RTV Slovenija s prihodom spletne različice pridobila na uporabnikih, saj so jih na spletu dobili več, kot so jih drugje izgubili.

Tudi Martič zaključuje, da je novi medij vsekakor pustil spremembe v delovanju starega. Televizijske oddaje lahko izkoriščajo interaktivne storitve, ki jih ponuja splet (naprimer glasovanje), zato je stik z gledalci/poslušalci boljši. Na spletu najdemo tudi dodatne vsebine, povezane z oddajami (ankete, napovedniki, recenzije), poleg tega pa so se, zaradi spremembe navad uporabnikov, spremenile tudi televizijske oddaje, kar se opazi predvsem v skrajševanju informacij in večji hitrosti podajanja.

¹³ Sklepam, da se to nanaša na prejšnji del stavka, ko Martič navaja, da so bolj seznanjeni s tehnološkimi novostmi, zaradi česar jih mora MMC tudi zagotavljati, če želi ugoditi svojim uporabnikom.

4. 3 ANALIZA STRUKTURE PORTALA

Domače spletno mesto (ang. »home page«) je trenutno eno od najpomembnejših predstavitvenih materialov, ki jih podjetje uporablja za svojo predstavitev širšemu okolju. Spletna mesta so postala osebne izkaznice podjetij. Uporabniki, kupci, prodajalci in poslovni partnerji si svoj prvi vtis o podjetju oblikujejo tudi na podlagi njegove predstavitve na domačem spletnem mestu. Če je zasnovano slabo in pri uporabnikih povzroča zmedo, ker ne vedo, kaj na strani početi in kako priti do zelenih informacij, ali pa za to porabijo preveč časa, uporabniki spletno mesto pod slabim vtisom kmalu zapustijo in se redko vrnejo.

Zasnova spletnega mesta mora biti v prvi vrsti prilagojena spletnemu uporabniku. Ko so se začele pojavljati prve spletne podobe, se je pogosto dogajalo, da je bila zasnova spletne strani podrejena estetski podobi in tehnološki dovršenosti. Tako se je v prvih letih obstoja korporativnih spletnih strani pojavilo mnogo podjetij in posameznikov, ki so svojo domače spletno mesto hotele spremeniti v televizijo (Nielsen 2002: 1). Ti so se pri izgradnji osredotočili na videz in delovanje strani, na koncu pa se je začela vnašati vsebina. Večina uporabnikov pa prihaja na splet po »instant« informacije oziroma vsebino, le redke izjeme pridejo občudovati oblikovne in tehnološke presežke. Uporabnike na spletu preplavi val informacij, med katerimi mora izbrati tiste, ki so zanj pomembne.

Tako Mervar in Čosić (2005: 19) spletne uporabnike z eno besedo označujeta kot *nestrpne*. Njihovo specifično obnašanje na spletu sta strnila v nekaj vrsticah:

- Najprej preberejo naslove in podnaslove,
- pogledajo, kam vodijo povezave,
- preverijo ključne besede in številčne podatke,
- preletijo grafe in tabele,
- se za trenutek posvetijo izbranemu delu besedila, ...
- ... in že iščejo novo vsebino.

Spletna mesta morajo biti torej narejena tako, da omogočajo čim lažji dostop do informacij. V primeru, da se izgled in struktura delovanja ne prilagajata informacijam in je dostop do njih otežen, se lahko zanimanje obiskovalcev za spletno mesto dokaj hitro izgubi.

Ne zanikam, da izgled in funkcionalnost spletnega mesta nista pomembni. Nasprotno, kot je dejal Deuze (1998), je spletno mesto sestavljeno iz treh, med seboj odvisnih elementov: vsebine, videza in tehnologije. Po njegovem mnenju teh treh elementov ni mogoče ločiti med seboj, saj je » .. .na internetu vse vsebina« (Deuze 1998). Že slaba oblika ali preveč zahtevna tehnologija pri uporabniku povzroči vtis, da gre za prezahtevno in posledično slabo spletno mesto.

Nanizane kriterije dobre spletne strani lahko zajamem pod terminom *uporabnost* («ang. usability»). Uporabnost je lastnost spletne predstavitve, ki priča o tem, kako dobro, hitro in uspešno, lahko njeni uporabniki uporabljajo spletne funkcije. Gre za vprašanje uporabe (grafičnega) vmesnika, s pomočjo katerega uporabnik izkorišča funkcije spletne predstavitve. Vezana je na neposredno interakcijo človeka z računalnikom (glej Maligoj in Kragelj 2002: 226). Kot sem omenila, pa je uporabno spletno mesto rezultat mnogih dejavnikov.

V analizi strukture se bom izognila podrobnemu ocenjevanju vizualne podobe in uporabljene tehnologije, ker bi ocena v tem primeru zajemala subjektivne estetske kriterije, ali pa bi segala na področja, ki se nahajajo izven meja družboslovja. Moj cilj je preučiti kako uspešno in na kakšen način je RTV Slovenija implementirala vsebine klasičnega medija na splet, kako je razvrstila vsebine v novem medijskem formatu ter kako dobro je izkoristila platformo (uporabniški vmesnik), ki jo ponuja internet. V ta namen bom najprej analizirala strukturo portala ter tako skušala oceniti, kako dobro ta služi uporabnikom, oziroma kakšno uporabniško izkušnjo ponuja.

Kvalitativno analizo spletnega mesta bom izvedla na podlagi prikazov spletnih strani (ang. »screenshot«), narejenih 9. februarja 2006. Vanjo bom zajela ključne elemente spletnega mesta. Skušala jih bom kvalitativno oceniti oz. označiti njihovo primernost glede na kakovost uporabniške izkušnje, ki jo ponujajo. Pri ocenjevanju bom predstavila kritike in hkrati zapisala predloge za izboljšanje.¹⁴

¹⁴ Že po končani analizi je MMC objavil novo podobo portala z nekaj manjšimi spremembami, ki sem jih glede na moje kritike in predloge v analizi nakldano ocenila in jih vključila v analizo.

Za jasen prikaz ocenjevanih elementov je potreben prikaz vstopne strani spletnega mesta.

Slika 4.3.1: Vstopna stran RTV SLO

Za vsako bolezen obstaja rožca na tem svet! **Vabljeni na klepet**

RTV SLO
 O RTV Slovenija | Sporedi | Novice | TTX | Audio/Video | Forumi | Kontakti | English

NOVICE
 Slovenija
 Svet
 Evropska unija
 Gospodarstvo
 Kultura
 Sport
 Črna kronika
 Okolje
 Zdravstvo
 Znanost in tehnologija
 Šolsko
 Ture avanture
 Zabava
 Najbolj brane novice
 Zadnje novice
 Seznam zgodb
 Arhiv novic

AKTUALNO **Naročite se na tedenski časopis svetovnih dogodkov**
Ogenj bo prižgala Belmondova
 Slovenska zastava v rokah Brankovičeve
 S slovesnostjo ob odprtju se v Torinu začnejo 20. zimske olimpijske igre. Slovensko zastavo nosi biatlonka Tadeja Brankovič. >>>

AVDIO / VIDEO
 O čem sanja Milan Dekleva

ZADNJA NOVICA (20:21)
 Zveza Nato naj še ne bi imela dovolj vojakov, da bi enoto za hitro posredovanje oktobra razglasila za polno operativno.

VREMENSKA NAPoved
 Sob Ned Pon Tor
 4 ~ 11 7 ~ 11 4 ~ 11 7 ~ 11

HITRE INFORMACIJE
 Novice dneva - Pregled tedna
 Snežne razmere
 Ceste - Letala - Zelošnice

USoda Kosove komisije zapečatena
 Poslanci so potrdili zakon o nezdržljivosti opravljanja javne funkcije s pridobitno dejavnostjo, ki ukinja Kosovo komisijo. >>>

Besedni dvoboj urada in ministrstva
 Na ministrstvu za pravosodje so zankali, da bi bila izjava ministra Šurma o pomilostitvi treh prepredajalcev mamli zavajajoča. >>>

V Celju bo odmeval smeh
 Prostore Slovenskega ljudskega gledališča v Celju bo napojival smeh. Začel se je namreč gledališki festival Dnevi komedije. >>>

SPORT
Enipčani petič afriški prvaki
 V finalu 25. afriške prvenstva je Egipt po strojanju enajstmetrovk ugnal Šibonkočeno obalo s 4:2. >>>

IZJAVA DNEVA
 Ni prav, da je to storil. Še toliko bolj, kar je vmes že jasno... >>>

FOTO DNEVA **FOTOZGODBA** **RAZVEDRILLO** **POVEDALI STE**
 Horoskop igre na srečo Klic
 pineapple "Ok, čestitke Profesornim nagradincem! Pa da bi se kaj kulture prineslo tudi v dialog med slovenskimi politik!"
 ...
 Kaj menijo nekateri ob slovenskem kulturnem prazniku

ZABAVA
Pomembna obletnica TV Koper
 Gledalci televizije Koper so si 10. februarja 1976 lahko prvič ogledali oddajo v slovenskem jeziku. To je bila oddaja Odprta meja. >>>

KAM BI ŠLI DANES ZVEČER ? ? ?

SLOVENIJA
 • Balut: Leto natročjih izrbov
 • Vzajemna snubi nekdanje zavarovance
 • S fanatičnimi vzkliki nad slovenskega patra

SVET
 • Nov postil ugrabljene novinarke
 • Sešitu novi kosovski predsednik
 • Rusi prepredil zaletje talcev na šol?

EVROPSKA LINIJA
 • Behnov obisk v znamenju širitve
 • EU ne bo posredoval v sporu
 • Avstrija vztraja pri zaprtem trou

GOSPODARSTVO
 • Oba vodila indeksa najprijše letos
 • Zaradi razprodaj malica niše cene
 • Hrvanje od Avstrije zahtevalo Bevoča

KULTURA
 • Fotozgodba: Novinarska fotografija
 • Predstava o filozofu in alpinistu
 • Fotografija matematičnih idej

ŠPORT
 • Iz četverice izpadel Šinkovec
 • Kolibu drugi trening smuka in 4. mesto
 • 12 tekačev suspendiranih

ČRNA KRONIKA
 • Stojin Auer še ne gre v zapor
 • Aretirani štirje zoroedilalci
 • Osumilencu ropa odredil pripor

OKOLJE
 • Švedska se bo kot prva odsvodredala nafli
 • Ozračje nalpotešilo v 1.200 letih
 • Predelava odpadne elektronike

ZDRAVSTVO
 • Afrika ni pripravljena na izrbuh
 • Antidrespreji nevarni za nosečnice
 • Klub steki bodo nevrologi delali

ZNANOST IN TEHNOLOGIJA
 • Kitovo meso na pasjih krožnikih
 • Na pohodu "olimpijski" virus
 • Za T-2 se obetalo boljši čas

ŠOLSTVO
 • Bodoči bruci preplavili univerze
 • Šolniki zaradi okrožnice na ceste?
 • Lani manj osnovnošolskih otrok

TURE AVANTURE
 • Sneha na Kilmandžaru hitro izginja
 • Fotozgodba: Potovanje z vlakom
 • Kaj skrivna Dolina temeljev?

ZABAVA
 • Teden mode v New Yorku se končuje
 • Ljudsev in njemu možki...
 • Tit odvrzel drapocen del plana

PRIREĐITVE
 • Lepa Anka o ljepotah Belk krajine
 • H.komu so šli tarji?
 • Ob Berlinu 2006

PRAVKAR NA SPREJEDU
 TV Slovenija 1 od 21:10
 TURISTIKA [P] [T]
 sledi ob 21:40
 POGLED NA ROMANSKI ROKOPISI IZ STIČNE.
 PONOVI TEV [P]
 od 19:55
 ZIMSKE OLIMPIJSKE IGRÉ - TORINO 2006.
 OTVORITVENA SLOVESNOST, PREENOS
 sledi ob 23:00
 POZDRAVI IZ KAŠMIRJA, NEMŠKI FILM

E-NOVICE
 Naročite se na e-časopis
 Naročite se na spored
 Nastavilo www.rtvsl.si
 za domačo stran
 Naročite se na RSS-
 novice
 RSS ohranjevalnik
 zastava

O RTV SLOVENIJA
 O RTV Slovenija
 About RTV Slovenija
 Radio Slovenija
 Televizija Slovenija
 Marketing
 Radiska produkcija
 Televizijska produkcija
 Glasbena produkcija
 RTV Koper/Capodistria
 RTV Maribor
 Oddalniki in zveze
 Založba kaset in plošč
 Naročila razpisni natečaj
 Poklicna merila
 RTV-prispevek
 Multimedijski center
 Projekti

IMENIK RTV ODĐAJ
 A B C D E F G H I
 J K L M N O P R S Š
 T U V Z Ž ostalo

Iskanje RTV oddaj:

Tednik
 Studenčki val
 Turistika

Vaš spletni strani
NOVICE ZAVODA RTV
 Razpis za generalnega direktorja
 Obrazci za RTV-prispevek
 Slovenska polka in valček 2006

© RTV Slovenija (ISSN 1581-372X) | FAQ | 1999 - 2006 | Vse pravice pridržane
 O RTV Slovenija | Sporedi | Novice | TTX | Audio/Video | Forumi | Kontakti | English | Kazalo strani

Vir: www.rtvsl.si, 09. 02. 2007.

4. 3. 1 Spletna pasica

Element je namenjen samopromociji. Moj pomislek je, da so se uporabniki že naučili, kako ingorirati spletne oglase. Ponudba spletne strani televizijske hiše je vsekakor velika, zato bi morali paziti na bolj ekonomično izrabo prostora, ki bi zagotovila čim več bistvenih informacij, ki so del ponudbe javnega servisa, znotraj vidnega okvirja strani.

4. 3. 2 Iskalnik

Iskalnik je tehnološka prednost tega medija, zato jo je smiselno uporabiti, saj uporabnikom omogoča lažje iskanje informacij po spletnemu mestu. Postavljen je na dobro in opazno mesto.

4. 3. 3 Osnovna navigacija

Slika 4.3.2: Osnovna navigacija RTV SLO



Vir: www.rtv slo.si, 09. 02. 2007.

Osnovna navigacija je postavljena na dovolj vidno mesto, neposredno nad glavno vsebino. Nekateri elementi, izbrani v tej navigaciji, bi po mojem mnenju to mesto morali odstopiti drugim vsebinam. Kot prva povezava v vrsti je navedena povezava *O RTV Slovenija*, ki je del samopromocije, namesto da bi ključno mesto zasedala katera od vsebin, ki naj bi jih zagotavljal javni servis. Sporedi sicer so pomemben del vsebine, a morda ne tako pomemben kot novice, ki se nahajajo šele na tretjem mestu.

V novi podobi portala je bilo zgornji navigaciji dodani nekaj povezav, ki so se prej nahajale v levi navigaciji, vrstni red povezav pa je spremenjen tako, da *Novice*, ki so ključni del javnega servisa, zasedajo primarnejšo mesto, manj pomembna področja, kot je *O RTV Slovenija*, pa so pomaknjene na konec navigacije. Spremembe so dobrodošle, saj so izboljšale tudi preglednost leve navigacije in s tem celotne strukture.

4.3.4 Leva navigacija

Slika 4.3.3 : Leva navigacija RTV SLO



Vir: www.rtv slo.si, 09. 02. 2007.

Leva navigacija zajema povezave do posameznih področij novic. Posameznih povezav je preveč, kar zahteva preveč »klikanja«. Bolje bi bilo, če bi skušali združiti več povezav skupaj in ustvariti smiselna poimenovanja, iz katerih bi uporabniki razumeli, kaj se pod povezavo nahaja.

Z novo podobo so na portalu napredovali v zagotavljanju kakovostne uporabniške izkušnje, saj so vsaj področja posameznih novic (Slovenija, Svet, EU in Gospodarstvo) združili v povezavo Novice in tako oklestili število povezav na vstopni strani. Na podstrani Novice pa po ponovno najdemo vse omenjene povezave na posamezna področja.

4. 3. 5 Anketa

Anketa s trenutno aktualnim vprašanjem, ki se tiče slovenske javnosti, je glede na dejavnost in poslanstvo RTV Slovenija sicer primeren element spletnega mesta, ki pa bi lahko bil bolje izkoriščen. Če predvidevamo, da anketa sama po sebi vzbuja interes in sodelovanje, bi lahko njen položaj izkoristili za ponudbo bližnjic do vsebin, povezanih s tematiko, o kateri govori anketno vprašanje.

Anketa bi lahko bila postavljena na mestu, namenjenemu bolj zabavnim in interaktivnim vsebinam in bi tako odstopila to ključno pozicijo navigacijskim vrsticam. Vsi pomembnejši elementi bi se namreč na strani morali videti "nad obzorjem" (brez premikanja strani), kar v tem primeru ne drži, saj anketa pa zaseda še zadnji vidljivi prostor.

Na novi podobi so anketo premaknili s položaja, ki je najbolj primeren za osnovno navigacijo na desno stran zaslona, kar je precej bolj ustrezno.

4. 3. 6 Videonovice

Prikaz povezav v navigacijskem meniju je dober, saj vsebino poleg zgovornih naslovov novic razkrivajo tudi posnetki zaslona posameznih video novic in s tem povečujejo interes po ogledu novice.

Ta element so na novem portalu premaknili na spodnji rob strani. Verjetno so zabeležili premajhno povpraševanje po videonovicah iz te smeri, saj se po mojem mnenju večina uporabnikov za ogled videonovice verjetno odloča takrat, ko že preberejo del novice in nato ocenijo, da bi bil relevanten tudi ogled videoposnetka.

4. 3. 7 Pravkar na sporedu

Tudi ta vsebina je postavljena izven vidnega okvirja, čeprav je, glede na dejavnost, aktualni spored ena bistvenih informacij, ki bi uporabnike lahko zanimala. Ker je dostop do sporeda ponujen že preko povezave v osnovni navigaciji (*Sporedi*), bodo uporabniki verjetno do sporeda dostopali preko omenjene povezave, še preden bodo opazili vsebino na dnu strani. Žal bodo za to porabili klik več.

4. 3. 8 Osrednji del: *Novice*

Pohvalim lahko funkcijo, ponujeno ob vsakem članku, ki uporabniku omogoča, da si članek tudi natisne in si tako omogoči kasnejši vpogled v članek ali olajša branje. Uporaba enotnega označevanja za povezave (podčrtano) je primerna. Tudi navedbe, iz katerih vodijo povezave na druge strani, so kratke, jasne, a dovolj informativne, da nakažejo bistveno vsebino. Posamezni sklopi vsebin so pregledni, ob naslovu vsake novičke pogrešam le označbo, ki bi povedala, v kateri sklop novic nas pripelje klik na posamezno novico.

Z novo podobo so uvedli tudi oznake področja, v katerega spada posamezna novica. Te so ustrezno nanizane nad naslovi novic. K posamezni novici so dodali tudi neposredno povezavo do naročanja na RSS, s čimer so uporabniki ponudili bolj asociativen dostop do storitve.

Ker je vsebina osrednjega dela sestavljena iz novic, ga bom ocenjevala v naslednjem poglavju, ko bom ugotavljala, ali RTV Slovenija s svojo dejavnostjo na spletu ustreza načelom javne televizije.

4. 3. 9 E – novice

E – novice so interaktivna storitev, ki omogoča večjo personalizacijo, saj se uporabnik lahko naroči na tiste novice, ki ga zanimajo. Možnost različnih načinov sprejema *E – novice* je ponudba tehnoloških novosti, ki lahko olajšajo uporabnikovo sprejemanje informacij, zato bi lahko bila bolj izpostavljena in vizualno ločena od ostalih povezav v tem sklopu.

Z novo podobo so poimenovanje tega sklopa preimenovali v Moj RTV, kar je glede na obstoječo vsebino sklopa bolj smiselno. Odstranili so tudi naročanje na RSS novice in to povezavo postavili k vsaki novici posebej.

4. 3. 10 O RTV Slovenija

V navigaciji je preveč povezav. Iz njihove razvrstitve je težko razbrati kakšno logično zaporedje, zaradi česar postane navigacija nepregledna. Ker je povezav veliko bi jih bilo bolje združiti v več vsebinskih sklopov.

Še večja zmeda nastane s klikom na katero od teh osnovnih povezav in s tem prehodom na podstran *O RTV Slovenija*, pri čemer se cela navigacija premakne na levo stran, kar lahko pri uporabniku povzroči izgubo orientacije na strani.

V novi podobi je navigacija smiselno združena v eno samo povezavo, ki šele nato pripelje do podstrani z vso dodatno ponudbo.

4. 3. 11 Imenik RTV oddaj

Abecedni iskalnik po oddajah RTV Slovenija je koristen za uporabnike, ki obiščejo spletno mesto z jasnim ciljem o tem, katero oddajo si v določenem trenutku želijo pogledati. Z izkoristkom medija so uporabnikom omogočili personalizirano izbiro vsebin, ki ni omejena s časom.

Cela navigacija bi lahko bila postavljena nekam višje, na bolj opazno mesto, saj so lastne oddaje pomemben del dejavnosti RTV Slovenija.

Na novi podobi je bila navigacija premaknjena celo nižje spodaj, kar se mi iz že navedenih argumentov ne zdi ustrezno.

4. 3. 12 Novice zavoda RTV Slovenija

Povezave v navigaciji so poudarjene z grafičnimi ikonami, navigacija je postavljena na najmanj opazen prostor na spletni strani, kar se mi ne zdi sporno, glede na to, da je ta vsebina namenjena ozkemu krogu uporabnikov in ne zajema ponudbe javnega servisa.

Na novem portalu so opaznost teh povezav še zmanjšali, ker so odstranili grafične ikone, kar se mi zdi primerno, glede na to, da je vsebina namenjena le ozkemu krogu uporabnikov.

4. 3. 13 Podstran sporedi

Podstran sporedi je vsebina, ki se je iz tiskanega medija preselila tudi na splet, kjer je dobila ustrezno nadgradnjo, ki jo omogočajo zmogljivosti interneta. Iskalnik omogoča enostavno pregledovanje sporeda po dnevih in programih. Pod njim je enostavna preslikava sporeda, ki je opremljena s hipertekstualnimi povezavami na opise oz. spletne strani posameznih oddaj,

na katerih najdemo tudi povezave do audio/video vsebin posamezne oddaje. Pot do multimedijskih povezav bi lahko poenostavili z uporabo smiselnih ikon, ki bi jih postavili že ob ime posamezne oddaje.

4. 3. 14 Podstran TTX

Podstran teletekst vsebuje ponudbo, ki sega v 70. leta prejšnjega stoletja, kar pomeni da gre za relativno staro tehnološko storitev, ki iz grafičnega in uporabniškega vidika omogoča veliko manj kot internet, zato ne vidim potrebe po preslikavi teleteksta na splet, saj splet sam ponuja precej več.

Sicer pa je grafično in opravično reven teletekst, ki ga ponuja RTV Slovenija, v primerjavi z naprednejšo obliko teleteksta, imenovano »digitalni teletekst«, ki ga že od leta 1998 ponujajo nekatere tuje televizije (BBC Tekst, Sky tekst), bolj kot ne zastarela storitev. Pojavljajo se celo domneve, da bo v tej obliki slej kot prej izginil, saj ga bodo nadomestile novejšje oblike, ki bodo ponujale večjo ločljivost in uporabnost (glej Brown v Internet 10).

4. 3. 15 Podstran audio/video

Podstran predstavlja smiseln in nujen izkoristek hipertekstualnosti. Audio in video posnetki oddaj RTV Slovenija sicer predstavljajo preslikavo matične dejavnosti javnega servisa na splet, pri čemer internet omogoča, da uporabnik ponudbo sprejme takrat, ko sam želi.

Omenim naj, da tovrsten sklop, v katerem najdemo le povezave do vseh video datotek na enem mestu ni tako interesanten, kot bi bil v primeru, če bi bila povezava do posameznih posnetkov postavljena ob vsakem tekstovnem članku (to se zgodi samo v posameznih primerih); tak način je logičen in bolj prilagojen načinu branja. Z asociativno povezavo ob tekstovni novici lahko uporabniku že nakažemo ali v celoti predstavimo vsebino in tako vzbudimo interes po ogledu posnetka.

4. 3. 16 Podstran forumi

Ta storitev je glede na poslanstvo RTV Slovenija primerna, saj omogoča izmenjavo mnenj o aktualnih temah. Forumi so primerno razdeljeni v sklope glede na področja novic. Menim, da

bi moral biti dostop do posameznega foruma omogočen tudi z druge smeri, se pravi, pri posameznih novicah.

Na novem spletnem mestu so podstran forum združili na podstrani Moj sklop, kjer lahko uporabniki ustvarijo svoj profil in blog, kamor dodajajo različne vsebine, kot so slike in videi, med seboj pa lahko tudi klepetajo preko foruma, klepetalnice ali privatnih sporočil. Sklop ponuja številne interaktivne in multimedijske storitve.

4. 3. 17 Zaključek: kaj to pomeni za uporabnike?

Splet ni več nepredvidljivo okolje, v katerem bi se ustvarjalcem vsebin lahko dopuščale napake in eksperimentiranje. Kot že večkrat povedano, ima splet svoje zakonitosti in načela, ki jim je potrebno slediti, če želimo biti uspešni v zagotavljanju kakovostne uporabniške izkušnje in doseganju visokega obiska.

Skozi analizo strukture portala sem naletela na kar nekaj napačnih ali napačno uporabljenih elementov, ki bi lahko slabo vplivali na uporabniško izkušnjo. Strnem jih lahko v treh alinejah:

- Celotna struktura portala (ne-novičarski del) je dokaj nejasna in nepregledna. Razvejanost strani je pogosto neasociativna, sezname povezav predolgi, posamezna poimenovanja področij pa so brez podrobnega pregleda med seboj težko ločljiva, tako zaradi okornih poimenovanj, kot zaradi slabo prepoznavnih in pomanjkljivih grafičnih elementov. Ni potrebno, da je organizacijska struktura podjetja vidna iz strukture strani (temu lahko preprosto nameni eno stran), struktura strani bi morala biti načrtovana glede na dejanja, ki jih bodo uporabniki na strani izvajali.
- Večina tekstov, ki na spadajo v sredinski del z novicami, je predolgih in preveč kompleksnih, kar ni v skladu z naravo in obnašanjem povprečnega spletnega uporabnika.
- Izkoristek ključnih prednosti interneta je sicer prisoten, vendar menim, da bi lahko bil v nekaterih primerih bolj izkoriščen in predvsem bolj asociativen. Interaktivne in hipertekstualne povezave bi lahko bile pogostejše ponujene na mestih, kjer jih uporabnik potrebuje ali pričakuje.

Struktura vsebin portala je dokaj obsežna in kompleksna, zaradi česar portal zahteva skrbno preiščljeno načrt o strukturiranju vsebin ter dobro oblikovno podporo, ki bi uporabniku omogočala hitrejše razlikovanje med ponujenimi vsebinami in lažje iskanje poti do zelenih informacij. Menim, da ima portal RTV Slovenija na tem področju še veliko možnosti za izboljšavo.

Z novo podobo je MMC uvedel kar nekaj sprememb v strukturo in videz portala. Večino ocenjujem pozitivno, kot sem že zapisala skozi analizo. Osnovna struktura spletne strani je postala bolj pregledna, izkoristek nekaterih prednosti medija večji, še vedno pa ostajajo malenkosti, ki bi potrebovale dodatni razmislek, predvsem pri izkoristku hipertekstualnosti in interaktivnosti.

4.4 ANALIZA VSEBIN NA SPLETNEM PORTALU RTV SLOVENIJA

Tako radio kot televizija imata svoja merila za ustvarjanje kakovostnih programov v okviru svojega medijskega kanala. Z razvojem interneta pa so se ustvarjalci medijskih vsebin soočili z novimi zmogljivostmi, ki zaradi drugačnega obnašanja uporabnikov narekujejo drugačen način ponudbe vsebin. Hrvatinova pravi, da »je poleg gledanosti in poslušnosti posameznih oddaj (op.p*: in uporabi internetnih vsebin) pomemben tudi vpliv, ki ga te imajo na gledalce oz. na javno življenje« (2002: 7). Tako kot drugi imajo tudi spletni mediji velik vpliv na družbo. V nadaljevanju bom zato preverila, kako so ustvarjalci portala RTV Slovenija uspeli izkoristiti zmogljivosti nove tehnologije za doseganje načel svojega temeljnega poslanstva.

Analiza je potekala na treh ravneh. Skozi analizo izkoristka hipertekstualnosti bom preverila, v kolikšni meri so vsebine portala povezane z ostalimi vsebinami na portalu, z drugimi spletnimi viri ter z viri izven spleta. Skozi analizo interaktivnosti bom preverila, s katerimi mehanizmi spletno mesto omogoča interaktivnost, kakšne vrste interaktivnosti omogoča, kakšne so možnosti za povratno informacijo ter kakšen je vpliv uporabnikov na samo vsebino in način sprejema informacij. Skozi analizo multimedijalnosti pa bom pregledala izkoriščenost multimedijskih potencialov, ki se nanašajo predvsem na izkoristek tehnološke konvergence.

4. 4. 1. 1 Izkoristek hipertekstualnosti

Znotraj besedilnega polja člankov povezav na katerekoli vire ni. Ob vsakem članku je uporabniku ponujena povezava do zadnjih 5 sorodnih novic, pod člankom pa so običajno nanizane še tri novice, ki prav tako spadajo v sklop, znotraj katerega je članek objavljen. Povezave na katerekoli druge vire na spletu ne obstajajo.

Glede na omenjene ugotovitve lahko zapišem, da je izkoriščenost hipertekstualnosti na portalu RTV Slovenija zelo šibka. Razen povezav do sorodnih člankov, drugih povezav na besedila znotraj spletnega portala ali kamorkoli drugam na spletu ni. Široke možnosti, ki jih ponuja hipertekstualnost so s tem ostale neizkoriščene.

Glede na status javnega servisa se mi zdi to nedopustno, saj bi lahko portal glede na zmogljivost tehnološke platforme zagotavljal bolj kakovostne storitve. Kot sem zapisala, je v hipertekstualni logiki avtorjev doprinos zelo pomemben, saj bi moral ponuditi smiselne povezave na dele teksta kamorkoli v omrežju in tako zagotoviti dostop do dodatnih izobraževalnih vsebin. Kot rečeno, zahteva splet kot medij s svojimi specifikami uporabe drugačno konstrukcijo tekstov, ki se lahko odraža v slabši kakovost besedil ("pristranska zgoščenost"). Za ohranitev kakovosti besedil na spletu je izkoriščanje hipertekstualnosti torej nujno. Dolžina in slog tekstov na spletnem portalu RTV sta prilagojeni mediju ter predhodno opisanim značilnostim in navadam uporabnikov, ker pa teksti niso obogateni s hipertekstualnimi povezavami, lahko zapišem, da je kakovost zgodb v tem mediju osiromašena.

Žal v tem primeru opažam, da so uporabniki prepuščeni lastni iniciativi po iskanju dodatnih informacij, ki v rigorozni konstrukciji strukture portala RTV Slovenija zlahka zamre. Možnost svobodne izbire vsebin na portalu ni dodatno podkrepljena s hipertekstualnimi viri, ki bi okrepili interes posamezne skupine po dodatnih informacijah iz tematskega področja.

4. 4. 1. 2 Izkoristek interaktivnosti

Uporabo elementov interaktivnosti na spletnem portalu RTV bom preverjala na treh ravneh interaktivnosti, kot jih je definiral Fornas (glej 2002: 23): družbena, tehnološka in besedilna interaktivnost.

Družbeno interaktivnost omogoča interakcijo med posamezniki ali skupinami. Portal RTV Slovenija vključuje forum, ki posameznikom omogoča javno razpravo in s tem ustreza poslanstvu javnega medija, ki je »odprt komunikacijski prostor, komunikacijska vez, ki združuje posameznike v družbi in jim omogoča, da primerjajo različna mnenja« (Hrvatini 2002: 17).

Povezava med posameznimi temami na forumu in novicami na portalu bi lahko bila bolj neposredna. Povezava na debato v forumu že kar ob določeni novici bi vzpodbujala interaktivnost uporabnikov in s tem sodelovanje v javni razpravi o družbeno relevantnih temah, ki naj bi jih zajemal novičarski del. To bi predstavljalo dober izkoristek interaktivnosti v korist izobraževanja celotne družbe.

Družbeno interakcijo omogočajo tudi blogi, v katerih lahko uporabniki podajajo mnenja o posameznih temah in komentirajo menja drugih piscev blogov. Med pisci so tudi številni gostje, ki vzpodbujajo razpravo o različnih temah z bolj množično popularnih področij. Možnost razprave je sicer ponujena, nihče pa je ne usmerja v smer, ki bi bila bolj družbeno relevantna in izobraževalna.

Omenim naj tudi klepetalnice, ki tudi niso regulirane, ter možnost pošiljanja privatnih sporočil med uporabniki.

Tehnična interaktivnost je sposobnost medija, da omogoča uporabniku upravljanje s tehnološkim ozadjem preko spletnega vmesnika. Portal RTV Slovenija tako ponuja možnost avtomatizirane dostave e-novic, podcastov in RSS-novic, kar ocenjujem kot pomemben korak na področju interaktivnosti, ponovno pa poudarjam, da bi morala možnost za naročanje nanje biti ponujena na bolj interaktivnem mestu, ob samem članku znotraj interesne teme (op.p.* ob prenovi portala je bilo to tudi storjeno).

Besedilna interaktivnost omogoča interakcije med uporabniki in tekstom. Na portalu RTV Slovenija možnost poseganja v besedila ali formo člankov ni mogoča, dovoljeni pa so komentarji na posamezne članke.

Celotno interaktivno ponudbo portala RTV Slovenija lahko označim za dokaj ustrezno, izpostavila pa bi ključen manjko, ki bi pomenil velik korak naprej v personalizaciji in avtomatizaciji vsebin in s tem segmentaciji občinstva. Preko *personalizacije spletne strani* bi namreč vsak uporabnik hitreje prišel do novic, za katere je v preteklosti izrazil zanimanje. Glede na njihove interese bi se samooblikovale skupine s sorodnimi interesi. S spremljanjem teh dejanj teh bi lahko prišli do dodatnih podatkov o njihovih interesih in okusih, prilagajanje načina komuniciranja glede na posamezen segment pa bi izboljšalo možnosti za bolj kakovosten sprejem informacij za posameznike v vsakem segmentu.

4. 4. 1. 3 Izkoristek multimedijalnosti

Izkoriščenost multimedijalnosti je največja pri objavi fotografij. Ob vsakem na novo objavljen članku je objavljena tudi fotografija, ki je narejena v produkciji RTV Slovenija ali pridobljena od drugih dobaviteljev fotografij. Pogosto se fotografije ob članku tudi menjajo po določenem intervalu.

Nekatere novice (tiste, ki so bile objavljene tudi v televizijskem mediju) imajo ob sebi ponujeno možnost za ogled prispevka preko video zahteve. Enako velja za zvočne zapise, z razliko, da ti nikoli niso ponujeni ob sami novici, ki se dotika določene teme, kot alternativna možnost za sprejem novice, ampak so povezave do izbranih zvočnih datotek z radijskega programa ponujene zgolj preko podstrani Audio/Video.

Multimedijski potenciali so dokaj slabo izkoriščeni, saj so, razen fotografij, ponujeni le, kadar so bili že predhodno ustvarjeni za radijski ali televizijski medij. Video in audioprodukcija samo za spletni medij ne obstajata, prav tako na portalu ni povezav na audio ali video prispevke na drugih spletnih mestih. Dejstvo priča o tem, da se spletni portal uporablja le kot dodatek k osnovnemu mediju in ne kot samostojna entiteta, ki bi uporabniku omogočila multimedijski ogled novic zgolj preko spleta.

4. 4. 2 OCENA NOVINARSKEGA PISANJA

Deuze meni, da je spletno novinarstvo zgolj ena od oblik novinarstva, zato ga je treba kot takega tudi obravnavati (Deuze 1998). Zato bi morali tudi spletni novinarji ravnati kot vsi novinarji, ki pri pisanju za spletne formate upoštevajo temeljna novinarska načela in norme.

Poudariti je treba, kot pravi Deuze (Internet 1), da je internet pustil vpliv tako na samem delovnem procesu novinarjev, predvsem njihovem namiznem delu, hkrati pa se je zaradi specifik novega medija rodil nov tip profesionalnega novinarstva. V naslednjih vrsticah se bom posvetila pregledu teh sprememb.

Tehnološka platforma interneta kot medija je drugačna od vseh ostalih medijev, kar hkrati narekuje drugačnost uporabniške izkušnje. Način sprejemanja informacij preko spleta je unikaten in za ta medij značilen. Spletni novinarji morajo zato, ob upoštevanju splošnih novinarskih norm, upoštevati tudi pravila, ki veljajo za pisanje na spletu. Kot sta zapisala Mervar in Čosić, »so ta pravila po naravi zelo absolutna, zato so koristna samo, kadar jih uporabljamo dovolj kritično in jih prilagajamo posebnostim obravnavanega primera« (Mervar in Čosić 2005). Na tovrsten način bom tudi sama ocenila kakovost spletnega pisanja na portalu RTV Slovenija.

Način pisanja po načelu obrnjene piramide novinarji že poznajo. Tudi na spletu je tak način pisanja dobrodošel, saj se uporabniki interneta v večji meri posvetijo tistemu, kar je zgoraj, na vidnem delu strani (ang. »above the fold«), redki pa preberejo celotno vsebino. Pri obravnavanem spletnem portalu je to pravilo v novičarskem delu precej dosledno upoštevano, saj so novice sestavljene iz naslova, uvoda, ki na kratko povzema vsebino celotne novice ter celotnega besedila, ki je razdeljeno na vsebinsko smiselno zaokrožene in podnaslovljene odstavke.

Vsebini spletne strani, ki ni del novinarskega servisa, pa žal ni moč podati take ocene. Pogosto so besedila predolga, nepiramidalno strukturirana in pretežno linearna. Predolge odstavke bi lahko skrajšali tudi z uporabo alinej in številčnih seznamov, da bi uporabnik lažje preletel in razbral sporočilo. Kvantitativne in druge strukturirane informacije bi lahko predstavili z grafi, shemami, skicami in drugimi vizualnimi pripomočki, s čimer bi izboljšali preglednost in olajšali razumevanje. Linearna besedila bi lahko z izkoristkom hipertekstualnosti strukturirali v krajša besedila oz. interesna poglavja. Zaradi neizvirnosti v podajanju besedil so ti videti kot preslikava suhoparnih in težko berljivih dokumentov na splet. Splet ni prostor, namenjen daljšim podrobnim opisom, saj je način sprejemanja informacij preko spleta drugačen, predvsem hitrejši in bolj asociativen. Izbrati je treba le ključne informacije in te podati na način, ki omogoča hitro razumevanje.

4. 4. 2. 1 Nove novinarske strategije

Deuze (Internet 1), govori o treh novih novinarskih strategijah, ki so se pojavile z prihodom spleta. V naslednjih delih jih bom skušala opisati in preveriti, če se izvajajo tudi pri delu novinarjev portala RTV Slovenija.

a) Poročanje z razlago (ang. »annotative reporting«)

Medijski raziskovalci, med njimi Lapham (Internet 1) poudarjajo, da so novinarji s prihodom spleta izgubili položaj edinih posrednikov informacij, kajti tudi splet sam je eno veliko morje neomejenih in dostopnih virov. Tako Poynter's Nora Paul opaža nov model novinarstva, osnovan na hiperpovezavah, kjer občinstvo niso več pasivni, temveč aktivni iskalci informacij, kar »zahteva novo kategorijo ustvarjalcev, zaposlenih v interaktivnih medijskih redakcijah« (Internet 1). Ti bi občinstvu s pomočjo hiperpovezav lahko vedno ponudili razlago objavljenih informacij, s tem obogatili medijski proces in občinstvu omogočili poglobljen in bolj kritičen pogled do tematik¹⁵. Kot sem zapisala v poglavju o hipertekstualnosti novinarji portala RTV to zmogljivost premalo uporabljajo, saj ponujajo premalo povezav na katerekoli vire v spletnem prostoru.

b) Odprti tip novinarstva (ang. "open source journalism")

Odprti tip novinarstva označuje tip novinarstva, ki temelji na odprtosti tehnološkega sistema, ki bi omogočal vpoglede, komentarje in popravke na obstoječe novinarske članke, pred njihovo končno objavo. Deuze (Internet 1) odprti tip novinarstva vidi kot napredno obliko družbene, javne in skupnostne komunikacije, ki občinstvo vključuje v proizvodnjo novic in ustvarja uporabniško generirane vsebine spletnih strani. Na portalu RTV Slovenija je sicer dopuščena možnost komentarjev na članke in bloge, niso pa dovoljeni komentarji znotraj samih tekstov. Mnenja, sem, da je glede na javni status medija to tudi nujno, saj bi se narava člankov lahko spremenila do te mere, da bi zmanjšala njihovo ustreznost načelom javnega servisa.

¹⁵ To annotate (ang.) = dodati razlago

a. Hiperadaptivne novičarske strani (ang. "hiperadaptive news sites")

Pod pojmom hiperadaptivnosti Guay (Internet 1) opisuje konvergenco hipertekstualnosti, multimedijalnosti in interaktivnosti. Gre za novinarstvo, ki je v interakciji z okoljem brez omejitev v medijskih formatih. Gre torej za distribucijo istih vsebin, ki so lahko s pomočjo novega medija hkrati posredovane v različnih medijskih formatih. V primeru RTV Slovenije lahko rečem, da je hiperadaptivnost njihovih spletnih strani šibka.

4. 4. 3 PRIMERJAVA VSEBIN NA SPLETNEM IN TELEVIZIJSKEM MEDIJU

V okviru analize spletnih strani sem teden dni zapored, od 6. do 12. maja 2006, spremljala objavo novic v obeh medijih. Za analizo sem uporabila oddajo Dnevnik na 1. programu RTV Slovenija ter objavljene novice na spletnem portalu www.rtv slo.si istega dne, vsak dan ob 20. uri. Pridobljene podatke sem nato primerjala in analizirala s pomočjo kvantitativne analize¹⁶. S tem sem želela ugotoviti, v kolikšni meri se vsebina spletnega portala zaradi posebnih značilnosti interneta in njegovih uporabnikov s svojo vsebino temu prilagaja ter v kolikšni meri so ob tem upoštevana načela javne televizije.

Naredila sem primerjavo odstotkov objavljenih vsebin glede na tematsko področje, v katerega spadajo. Ob tem sem daljše in krajše prispevke na spletu oz. prispevke in vesti v Dnevniku seštevala kot enakovredne novice, ki pa jih nisem razdelila glede na žanr.¹⁷ Analizo sem razdelila na primerjavo naslovnice spletnega portala in napovednika televizijskega Dnevnik ter primerjavo celotne vsebine novičarskega dela portala in cele oddaje.

¹⁶ Primerjala sem odstotek objavljenih novic s posameznega področja novic, objavljenih na spletnem portalu in v televizijskem Dnevniku v istem dnevu. Dobljene rezultate oz. razlike sem komentirala glede na ustreznost načelom javnega medija..

¹⁷ Moj namen v analizi je bil namreč ugotoviti, koliko objav spada v posamezno tematsko področje. Primerjavi žanrske raznolikosti sem se izognila namerno, saj sem mnenja, da posebnosti spleta jasno kažejo na to, da določene žanrske zvrsti v svoji klasični obliki za splet niso primerne (predvsem zaradi svoje dolžine), zaradi česar te spremenljivke ne morem vnesti v analizo. To okrnjenost vsebin zaradi pristranske zgoščenosti lahko delno nadomesti izkoristek zmogljivosti interneta (interaktivnost, hipertekstualnost, multimedijalnost) kar sem tudi analizirala v prejšnjem poglavju.

4. 4. 3. 1 Naslovnica vs. napovednik

S primerjavo vsebinske naravnosti novic, ki jih spletni portal objavi na prvi strani, ter novic, ki so v televizijskem dnevniku objavljene v napovedniku, želim ugotoviti, kakšna je razlika v stališčih uredništev obeh medijev glede pomembnosti vsebin. Naslovnica oziroma napovednik se mi zdita dovolj reprezentativen element za tovrstno oceno, saj lahko že na podlagi analize uredniške izbire naslovnih novic postavljamo domneve o tem, kako uredništvi dojemata razlike med obema medijema.

Po podatkih, ki sem jih dobila v analizi (glej tabelo 4.4.3.1.1 in priloge) je jasno razvidno, da se vsebinska naravnost pri obeh medijih bistveno razlikuje. Napovedniki enega tedna pri Dnevniku so tako vsebovali največ, kar 70,6 % napovedi novic s področja Slovenije, medtem ko je pri spletnem mediju ta delež le 28,6 % in ga napovedi novic o športu po številu objav celo prehitevajo.

Tabela 4.4.3.1.1: Primerjava objav med naslovnico spletnega portala RTV Slovenija in napovednikom Dnevnika na RTV Slovenija.

	WWW	TV
SLOVENIJA	28,6 %	70,6 %
SVET	11,9 %	23,5 %
EU	/	2,9 %
GOSPODARSTVO	/	/
KULTURA	/	/
ŠPORT	35,7 %	3 %
ČRNA KRONIKA	4,8 %	/
OKOLJE	/	/
ZDRAVSTVO	/	/
ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	/	/
ŠOLSTVO	/	/
ZABAVA	19 %	/
Skupaj:	100 %	100 %

Televizijski medij je med pomembne novice, ki spadajo v napovednik, glede na analizo uvrstil tudi novice iz sveta (23,5 %) in Evropske unije (2,9 %), le enkrat pa se je v napovednik uvrstila tudi športna novica, ker je bila očitno ocenjena kot pomembna za slovenski šport¹⁸. Vsebina novic, objavljenih v napovedniku Dnevnika torej kaže, da uredništvo pri izbiri novice sledi načelom javne televizije in zagotavlja družbeno relevantne informacije splošnega javnega interesa.

¹⁸ Šlo je za zmago gimnastičarja Mitje Petkovška na svetovnem prvenstvu.

Glede na analizo lahko zapišem, da so novice, ki so v tednu analize zavzemale naslovnico spletnega medija bolj množično popularne ter manj izobraževalne in splošno družbeno pomembne. Največ objav na naslovnici so imele športne novice (35,7 %), sledijo jim novice iz Slovenije (28,6 %), nato novice iz zabave (19 %), novice iz sveta (11,9 %) ter črna kronika (4,8 %). Večina novic, izpostavljenih na naslovnici spletnega portala ni splošnega družbeno relevantnih, pač pa bi jih lažje uvrstili v popularno zvrst novic.

Martič sicer v intervjuju kot večinski segment uporabnikov, ki po informacije prihajajo na splet, navaja mlajše uporabnike, ki izkazujejo večje zanimanje za zabavne vsebine, temu pa naj bi bila prilagojena tudi vsebina spletnega portala. Vendar pa menim, da velja ravno obratno.

Mediji konstruirajo realnost. S tem, ko uredništvo spletnega portala določene novice izpostavlja že na naslovnici, te novice uvrsti med najpomembnejše. Uredništvo samo namerno privablja občinstvo, ki ga zanima bolj popularne novice, in s tem pridobiva na številu uporabnikov. Hkrati pa z objavo množično popularnih novic željo po njih tudi konstruira.

4. 4. 3. 2 Teme spletnih novic vs. teme televizijskega dnevnika

Že prvi pogled na rezultate analize je pokazal, da so razlike glede vsebinske naravnosti izbranih novic med obema medijema precejšnje (glej tabelo 4.4.3.2.2).

V televizijskem mediju so največji delež objav zavzemale domače novice (32,8 %), ki so jim že kmalu sledile športne novice¹⁹ (26,34 %) ter novice iz sveta (17,74 %). Večje odstotke objave so dosegle še novice iz kulture (8,06 %) in gospodarstva (5,91 %), novice iz ostalih tem pa so imele le nekaj odstotne objave.

¹⁹ Tu moramo kljub vsemu vzeti v zakup, da je med športnimi novicami izjemno veliko krajših novic oziroma vesti o rezultatih.

Tabela 4.4.3.2.1: Primerjava vsebin med spletnim portalom RTV Slovenija in televizijskim Dnevnikom.

	WWW	TV
SLOVENIJA	11,98 %	32,8 %
SVET	19,01 %	17,74 %
EU	3,13 %	2,15 %
GOSPODARSTVO	8,59 %	5,91 %
KULTURA	7,81 %	8,06 %
ŠPORT	21,09 %	26,34 %
ČRNA KRONIKA	4,95 %	0,54 %
OKOLJE	0,26 %	1,61 %
ZDRAVSTVO	2,6 %	1,61 %
ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	4,69 %	0 %
ŠOLSTVO	2,6 %	1,61 %
ZABAVA	13,28 %	1,61 %
Skupaj:	100 %	100 %

V spletnem mediju so mesto z največjim deležem objav zasedle športne novice²⁰ (21,09 %), takoj zatem so jim sledile novice iz sveta (19,01 %), nato novice iz zabave (13,28 %) ter šele nato domače novice (11,98 %). Tudi vsa naslednja mesta so si sledila z manjšimi razlikami med odstotki: gospodarstvo (8,59 %), kultura (7,81 %), črna kronika (4,95 %), znanost in tehnologija (4,69 %), EU (3,13 %), zdravstvo in šolstvo (2,6 %) in okolje (0,26 %).

Rezultati nam pokažejo, da obstaja velika razlika v razgibanosti tem. Televizijski medij daje (če zanemarimo športne novice) veliko več poudarka temam, ki imajo močnejši družbeni pomen in gledalcu nudijo informacije, ki so pomemben del javne sfere (domače in tuje gospodarske ter politične novice), veliko manj pozornosti pa namenja ostalim temam. Teme pri spletnem mediju so bolj enakomerno razpršene, gospodarske in politične novice pa zavzemajo manjši del objav. Največji del objav zasedajo športne novice, ki niso splošnega družbenega pomena. Objavljenih je več novic iz sveta kot domačih novic, vendar tudi te s še vedno relativno nizkim odstotkom glede na ostale novice in v primerjavi s televizijskim medijem. Precej velik del zajemajo tudi novice iz zabave.

Na podlagi rezultatov bi lahko rekla, da želi uredništvo MMC-ja ustrezati množičnemu okusu in s tem pridobiti čimveč spletnih uporabnikov. Kot sem že omenila, pa tu ne gre le za prilagajanje interesom in navadam večine spletnih uporabnikov. Portal RTV s ponudbo svojih

²⁰ Pri čemer ne gre za krajše vesti, temveč v večini kar konkretne novinarske prispevke.

vsebin ustvarja medijsko realnost, ki postane v večji meri sestavljena iz zabavnih in športnih vsebin.

5. SKLEP: KRIZA IDENTITETE JAVNE TELEVIZIJE NA SPLETU?

Skozi analizo sem ugotovila, da spletni portal RTV Slovenija odstopa od načel javnega servisa. Rezultat utemeljujem z dvema temeljnima ugotovitama:

- Podatki analize jasno kažejo, da se vsebina spletnega portala prilagaja množično popularnemu okusu in ga tudi konstruira,
- zmogljivosti interneta niso dobro izkoriščene, zato kakovost ponudbe ni tako visoka, kot bi lahko bila.

Trenutna vsebina portala načelom javnega servisa ne ustreza v vseh navedenih točkah:

- Z vsebino spletnega portala bi morali biti zastopani **vsí okusi in interesi**, ne zgolj okus povprečnega obiskovalca. Na spletnem portalu so ponudbo športnih in zabavnih novic precej oplemenitili glede na ponudbo televizijskega medija, pri družbeno relevantnih novicah pa temu ni tako, saj so ta področja bolj ali manj preslikave iz televizijskega medija, ali pa je novic celo manj.
- Vsebina spletnega portala mora biti namenjena tudi **izobraževanju javnosti**, oplemenitena s povezavami znotraj in zunaj portala, kar v primeru portala RTV Slovenija ni dovolj izkoriščeno. Portal uporabniku ne ponudi možnosti za hipertekstualen dostop do vsebin, ki bi to lahko ponudile. Tudi med objavljenimi vsebinami je več popularnih, kot izobraževalnih.
- Poskrbljeno bi moralo biti za **raznolikost vsebin, namenjenim tudi manjšinam** in depriviligiranim. Posebnih sklopov, ki bi bile namenjen tem skupinam, ni.
- Vsebina bi morala ostati **kakovostna in se ne pretirano prilagajati množičnemu okusu** spletnih uporabnikov, kar že na podlagi zgoraj navedenih dejstev ne drži.
- Z vsebino portala bi morali skrbeti za krepitev **nacionalne identitete**, na primer z vzpodbujanjem vključevanja v javno razpravo. Kot sem navedla, bi bile možnosti za javno razpravo lahko bolj izkoriščene, saj trenutno niso ponujene dovolj asociativno, niti niso vodene v relevantno smer.

Kot je pokazala raziskava (Vehovar in drugi 2003: 45) gledalci televizije v veliki meri uporabljajo tudi internet. Tam pa lahko v primeru RTV Slovenija poleg dodatne ponudbe rumenih, športnih novic ter novic iz črne kronike, naletijo le še na prispevke, katerih novinarska vrednost je pod primežem pristranske zgoščenosti močno okrnjena. Spletni format

javnega medija bi lahko ponudil precej več. Same zmogljivosti ponujajo veliko večji izkoristek, s čimer bi lahko zagotovili večjo širino ponudbe, skladne z načeli javnega servisa.

Na podlagi raziskanega sem si ustvarila mnenje, da bi RTV Slovenija lahko našla način, kako biti inventivna in napredna pri izkoriščanju zmogljivosti spleta. Odločiti bi se morala za drugačno strategijo in vsebine portala bolj načrtno zastavljati kot podaljšek klasičnemu mediju, pri čemer bi se v večji meri osredotočala na razširitev vsebin, ki ustrezajo načelom javnega servisa, in ne samo na razširitev zabavnih in športnih vsebin. To bi lahko dosegla z boljšim izkoristkom hipertekstualnosti, interaktivnosti in multimedijanosti ter tako zagotovila dodatne storitve, lastne le novemu mediju.

Spletni portal bi lahko ponudil dodatne poglobljene informativne vsebine s hipertekstualnimi povezavami na druge spletne vire, sorodne zgodbe iz arhiva, drugačne, multimedijske načine distribucije teh vsebin, prostor za javno razpravo in podobno. S tem bi prispeval k širšemu in poglobljenemu znanju posameznika in družbe. Le z resnično kakovostnim izkoristkom spleta kot orodja bi spletni portal lahko upravičil status javnega medija, katerega poslanstvo je zagotavljati kakovostno in družbeno relevantno ponudbo.

Javna televizija je enkrat že padla v krizo identitete, ko je morala z novonastalimi komercialnimi televizijami tekmovati za gledalce, ob tem pa je zanemarila svojo bistveno vlogo in poslanstvo in padla v pasti *infotainmenta*. A vendar gledanost oziroma obiskanost nista ključnega pomena za javno televizijo. Kot že rečeno, je doseg javne televizije, njen vpliv, večji od njene gledanosti, zato je pretirano podrejanje tipičnemu spletnemu uporabniku ali celo konstruiranje interesa po popularnih vsebinah v boju za uporabnike nedopustno.

Menim, da bi portal RTV Slovenija tudi na spletu lahko v večji meri ohranil svojo identiteto, ob tem pa obstoječo vsebino z izkoristkom zmogljivosti medija nadgradil in predvsem poglobil. Novi in stari mediji si postajajo komplementarni, vendar tu ne gre zgolj za delitev vsebin, temveč predvsem za delitev načina podajanja informacij ter njihovo nadgradnjo, poglobljenost in razčlenjenost.

6. LITERATURA

1. Bašič Hrvatini, Sandra (2002): *Državni ali javni servis: perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
2. Bolter, J. David (2001): *Writing space : computers, hypertext, and the remediation of print*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
4. Briggs, Asa (2002): *Socialna zgodovina medijev: od Gutenberga do Interneta*. Ljubljana: Sophia.
5. Burnett Robert in Marshall P. David (2003): *Web theor : an introduction*. London, New York: Routledge.
6. Castells, Manuel (1996): *The rise of network society*. Cambridge (Mass.), Oxford: Blackwell.
7. Dahlgren, Peter (1996): Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics. *Javnost* 3(3), 59 – 72.
8. Deibert, Ronald J. (1997): *Parchment, Printing and Hypermedia: Communication in World Order Transformations*. New York: Columbia University Press.
9. Fornas, Johan (2002): *Digital borderlands : cultural studies of identity and interactivity on the Internet*. New York: Peter Lang.
10. Harcup, Tony (2005): *Journalism : principles and practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi : Sage.
11. Jones, Steven G.: *Virtual culture : identity and communication in cybersociety*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
11. Kawamoto, Kevin (2003): *Digital journalism : emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham (Md.): Rowman & Littlefield.
12. Maligoj in Kragelj (2002): Uporabnost spletnih strani: testiranje uporabnosti spletnih strani vlade Republike Slovenije. V Dnevi slovenske informatike: *Zbornik posvetovanja, 255-261*. Ljubljana: Slovensko društvo Informatika.
13. Mervar, Dušanka in Čosić, Vuk (2005): *Pisanje.com*. Ljubljana: GV Izobraževanje: Siol.
14. Nielsen, Jacob (2002): *Homepage Usability: 50 websites deconstructed*. Indianapolis: New Riders.
15. McNair, Bryan (1998): *The sociology of journalism*. London: Arnold.

16. Oblak, Tanja (2004): Konvergenca medijev: lastnosti medijskega prostora na spletu in njegovi učinki. *CRP Konkurenčnost Slovenije 2001-2006*, Ljubljana: Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije.
17. Oblak, Tanja in Petrič, Gregor (2005): *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
18. Oblak, Tanja (2006): Ne vemo vsi, da splet lahko širi znanje. *Delo, Sobotna priloga* 58, 26 – 27.
19. Škerlep, Andrej (1998): Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu. V Vehovar, Vasja: *Internet v Sloveniji: projekt RIS '96-'98*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
20. Vehovar, Vasja, Kronegger, Luka, Lavtar, Darja (2003): *Raba interneta 2001 po www: Klasični mediji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
21. Vehovar, Vasja, Tina Ostrež, Darja Lavtar in Alenka Bučan (2004): RIS 2004 - Dostop do interneta, *RIS - Raba Interneta v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

INTERNETNI VIRI:

1. Internet 1: Deuze, Mark (2001): Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday*, 6(10). Dostopno na http://www.firstmonday.org/issues/issue6_10/deuze/index.html (12. maj 2006).
2. Internet 2: Kenney, Keith, Alexander Gorelik in Sam Mwagi (1999): Interactive Features of Online Newspapers. *First Monday* 5(1). Dostopno na http://www.firstmonday.org/issues/issue5_1/kenney/index.html (25. april 2006).
3. Internet 3: Barber, Phil, John Bethelsen, Edward C. Lindoo in Robert J. Pfeffer: Newspapers: A brief history. *World Association of Newspapers*. Dostopno na http://www.wan-press.org/article.php3?id_article=2821 (15. februar 2006).
4. Internet 4: *Editor&Publisher Interactive 1996*. Dostopno na www.mediainfo.com (1. november 2006).
5. Internet 5: Lindoo (1995): *The Future of Newspapers*. Dostopno na <http://www.localfreepress.com/admin/research/review.htm> (21. maj 2005).
6. Internet 6: *The Arbitron/Edison Internet Study II 1999*. Dostopno na www.edisonresearch.com/internet1.htm (1. november 2005).

7. Internet 7: Eames, Damien (2000): *Television on the internet*. Dostopno na http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0FQP/is_4496_129/ai_64270402 (2. novembra 2005).
8. Internet 8: Garret, Jesse James (2004): *The Elements of User Experience*. Dostopno na <http://www.jjg.net/elements/> (15. februar 2006).
9. Internet 9: Kenney, Keith, Alexander Gorelik in Sam Mwangi: *Interactive features of online newspapers*. Dostopno na http://www.firstmonday.org/issues/issue5_1/kenney/index.html (15. februar 2006).
10. Internet 10: Brown, Mike: *Teletxt then and now, The teletext museum*. Dostopno na <http://teletext.mb21.co.uk/> (25. maja 2005).
11. Internet 11: *RTV Slovenija*. Dostopno na www.rtv slo.si (09. 02. 2007)

PRILOGE

PRILOGA A: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (6. 5. 2006)

ZDRAVSTVO	OKOLJE	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
Sintetični in dostopnejši tamiflu	Razdrobljen slovenski prostor	Streliški obračun v Novi Gorici	V živo: prva slovenska nogometna liga	Teden evropskih koprodukcij	Novi zakon o kolektivnih pogodbah	Eurobarometre r: Ustava ni pomembna	Chenney na obisku v Dubrovniku	Množica na jubilejnih pohodu	Množica na jubilejnih pohodu
		V Dragonji naši pogrešano	Zgodovinski dvoječek Bavarna	Vedno prisotna senca Freudovega			V Iraku sestrelili britanski	Protestni shod zaradi medvedov	Chenney na obisku v Dubrovniku
			Alonso prvič letos s prvega mesta	Spet bodo padale glave!			Nemiri ob protestih v Atenah	Čebelji pogin na severovzhodu	Streliški obračun v Novi Gorici
			Savoideli že pokazal mišice	Nightwatchman u ni vseeno			Bo Blair napovedal datum	Mineva 30 let od potresa v Posočju	V živo: prva slovenska nogometna
			Sprehod Spursovo, Jones lunak				Egipt za spremembe časovnega		Savoideli že pokazal mišice
			Črn dan vratarja Senatorjev				ARD: Vlada plačala oodkupnino		Halo, draga, me vzameš za moža?
			Proti Čehom bo v vratih Glavič				Požar na potniški ladjii pogašen		
			Gatlinov cilj je svetovni rekord				V Afganistanu umrlo deset tujih vojakov		
			Domžale v enem tednu od +4 do -2				Primer Hlebnikov brez obsodbe		
			Robert Markoja slavil na Češkem				Papež bo sprejemal le še voditelje		
			Rusi po šestih letih spet na vrhu				Darfur: Arnan želi podpis vseh		
1	1	2	11	4	1	1	11	4	6

ZABAVA	Lindsay: Bogata sem, tako bogata! Halo, draga, me vzameš za moža? Fotografija: Odrasli otroški zvezdniki Demi prodira tudi v svet kozmetike	ŠOLSTVO	ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	2
				1
				4

TV:

NAPOVEDNIK:	Pot ob žici slo/Novi director Cie_svet/Priprave na evro_slo/Potres 1976_slo/96 m v globino_SLO
Slovenija	Pot ob žici
Svet	Nemiri v Basri
Svet	
Svet	V Iraku sestrelili britanski helikopter
Svet	Poziv generalnega sekretarja OZN
Svet	Novi director Cie
Svet	Protesti proti globalizaciji v Atenah
Svet	Chenney na obisku v Dubrovniku
Gospodarstvo	Priprave na evro_slo
Okolje	Jo, kam bi del (razgradnja avtomobilov)
Slovenija	Potres 1976_slo
Slovenija	Intervju-obnova potresnih območij
SLOVENIJA	Tone Pogačnik, 96 m v globino (43 let pozneje)
Slovenija	Turizem na koroškem
Zabava	Tekma elastomobilov
Zabava	Guinnessov record v SG
	UTRIP
	VREME
Šport	Hokej tekma s Čehi
Šport	KOLESARSTVO GIRO 89
Šport	NOGOMET SLOVENIJA 31. KOLO
Šport	NOGOMET DOMŽALE
Šport	NOGOMET NEMČIJA
Šport	ROKOMET SLOVENIJA
Šport	FORMULA 1
Šport	PRIPRAVE NA SVETOVNO PRVENSTVO NOGOMET
SLOVENIJA	4
SVET	6
GOSPODARSTVO	1
OKOLJE	1
ZABAVA	2
ŠPORT	8

PRILOGA B: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (7. 5. 2006)

ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	ZDRAVSTVO	OKOLJE	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
Concorde dobi večjega naslednika	/	Vulkan Merapi vse bolj nevaren	Ceste terjale dve življenji	Peitkovšek prvak, Pegan sedmi	Slavje bi trajalo vse leto	Obseg pravične trgovine se veča	Posredovalnic a zaposlitev v EU-ju	Cheney po 100. letu širitve Nata	V spomin na žrtve taborišča Mauthausen	Peitkovšek prvak, Pegan sedmi
Zvok in silka, kot se še bolj šika			Napačna smer skozi Kastelec	Risi namučili tudi Češko	Brazilska strast in žalost Mónice			V Srbiji vneto iščejo Mladica	Bohinj v pričakovanju turistov	Cheney podprl novo širitev Nata
			Starejši moški umri v požaru	Schumi doma pometel z Alonsom	Ulično gledališče ali teroristični nanad			Iran grozi z odstopom od NPT-ja	Erjavec: Nov zagon za Slovenijo	V spomin na žrtve taborišča Mauthausen
				Jereb v nedeljo ujel pravi ritem	Kaiser Chiefs pred Rolling Stones			Sedem dni skozi objektiv	Množica na jubilejnem pohodu	Risi namučili tudi Češko
								Nasilna izselitev judovskih		
								Peking odgovarja		
								Egelanda pričakali protestniki		
								Huda nesreča avtobusa v Mehiki		
								Nova krvava nedelja v Iraku		
								Nemčija odpira nacistične arhive		
								Brazilijska tehnologija za bogatenje urana		
2	0	1	3	4	4	1	1	11	4	4

PRILOGA C: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (8. 5. 2006)

ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	ZDRASTVO	okolje	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
Začetek Imagine Cupa v Mariboru	O operacijskih mizah po reviziji	/	Ogenj zajel jeseniški Kovinar	Obramba pomembnejša od napada	Znani so letošnji Plečnikovi	Huda podražitev bencina	/	Na čelu Cie bo general Hayden	Prodaja državnega premoženja	Huda podražitev bencina
Beatesi izgubili bitko za Jabaloka	Oporočne suhe fige		Trčenje z vlakom	Za Schumacherja	Mladi vizionarji	Cene nafte ogrožajo stabilnost		Italija voli novega predsednika	Partnerji določili seznam	Partnerji določili seznam
Vesoljcevi ni, so le naravni pojavi			Eriksson izbral tudi Rooneyja	Urednik Bono na poti v pisarno	Rast nafte obeta povišanje cen			Blair zavrača pozive k takojšnjemu	Sviz poziva Zvera k premisleku	Za Schumacherja dan ni bil
			Fotografija: Slavje po katalonsko	Fotografija: Slavje po katalonsko	Stingu se zdi primernejši Novi Sad	Kad in Sod se počasi umikata		Egeland ušel pred jeznimi begunci	Hrvaška mora umakniti korita	Ogenj zajel jeseniški Kovinar
			Boca Juniors spet na vrhu	Boca Juniors spet na vrhu		Petrol tudi v nov teden rekordno		Stalne članice VS-a o Iranu	Neenotnost socialnih partnerjev	Eriksson izbral tudi Rooneyja
			Luca Toni ne gre nikamor	Luca Toni ne gre nikamor		WAZ prihaja na slovenski trg		Za poboj Muslimanov	Slovesnost na Stolnem vrhu	Gwenina znamka
			Bo Ševčenko do mundiala nared?	Bo Ševčenko do mundiala nared?		Bo Hrvaška zabredla v dolžniško		Zumo opustili posilstva		
			Kdo bo dobil finale novincev?	Kdo bo dobil finale novincev?				Chavez sledi potezam Moralesa		
			Jesenice brčkone v avstrijski ligi	Jesenice brčkone v avstrijski ligi				Ognjeni zubji zahtevali 8 žrtev		
			Novinec nepremagan že 220 minut	Novinec nepremagan že 220 minut				Liberija se ne more otresti zarab		
			Nash MVP drugič zapored	Nash MVP drugič zapored				Na Tajskem razveljavljene volitve		
			Veteran unovčil svoje izkušnje	Veteran unovčil svoje izkušnje				Novi spopadi Fataha in Hamasa		
			Zizou je na Santiagu rekel: "Adieu!"	Zizou je na Santiagu rekel: "Adieu!"				Bush za zaprje Guantanamo		
3	2	0	13	4	7	0	13	6	6	6

ZABAVA	Keithu Richardsu odstranili Gwenina znamka L.A.M.P. so Forbes izbral najvarnejša vozila Pobegli tiger prestraši sprehajalce Policija nad romantični parček Praznik olivnega olja in rebula Brad išče počitniško domovanje Liz ostaja zvesta Estee Lauder Fotografija: Avtomobil zvezdnikov Zeliščna kopel vas bo osvežila Rezanci s tofujem in kozicami Zgodilo se je 8. maja leta ...	ŠOLSTVO	Največ omejitev vpisa v gimnazije Matura: Najprej itovazni.acoi
12			2

TV:

NASLOVNICA	SESTANEK PARTNERSTVO ZA RAZVOJ/ZAVAROVANCI TRIGLAV/PODRAŽITEV NAFTE/JORAS DOBIL SODBO/IRANSKA VLADA BUSHU PREDLAGALA REŠITEV JEDRSKEGA SPORA
Slovenija	Kolegij vrha vlade o privatizaciji podjetij
Slovenija	Svet partnerstva za razvoj
Slovenija	Intervju Janez Janša o svetu partnerstva
Gospodarstvo	Podražiteve naftnih derivatov
Slovenija	Prevsem evra pod preizkušnjo inflacije
EU	Ugodna napoveda rasti inflacije za EU
Slovenija	Joško Joras dobil sodbo za prehod meje na Piranskem sodišču
Svet	Iranska vlada bushu predstavila rešitev jedrskega spora
Svet	Predlog za novega direktorja Cie
Svet	V Italijanskem parlamentu glasovali o novem predsedniku države
Svet	Blair zavrnil pozive članov stranke o svojem odstopu
Svet	Spopadi na jugu Gaze
Zdravstvo	V Darfurju v demonstracijah napadli člane združenih narodov
Slovenija	Operacijske mize – Drnovšek zahteval preklic naročila
Šolstvo	Sindikat zbira podpise proti spremembam v šolstvu
Šolstvo	Začetek mature
Šolstvo	Omejitev vpisa na osnovne šole
Gospodarstvo	Prihaja nemški založnik WAZ v lasti Styrie
Slovenija	Na CNN prvič predvajan oglas za slovenski turizem
Slovenija	Pogin čebel na ptujskem
Slovenija	Požar v ind. objektu Kovinar
Slovenija	Podatki SURS o aprilski inflaciji
Gospodarstvo	BORZA
Kultura	Baket Sari v veselje v Cankarjevem domu
Kultura	Parada slonov v Parizu
Kultura	Razstava fotografij potresa v beneški galeriji
Šport	Mitja Petkovšek in Matjaž Pegan doma
Šport	Hokej Slovenija
Šport	3. etapa Gira
Šport	Tenis turnir Masters v Rimu
Šport	Zizou odigral zadnjo tekmo
Šport	Nogometna parada v Barceloni
Šport	Afera z vstopnicami v nogometu
Slovenija	10
Svet	5
Gospodarstvo	3
EU	1
Šolstvo	3
Kultura	3
šport	7

PRILOGA D: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija (9. 5. 2006)

ZNANOST IN TEHNOLOGIJO	ZDRAVSTVO	OKOLJE	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
Tudi delfini imajo imena	Ministrstvo želi	/	Tri leta in pol zapora za	Risi ponovno v boj za	Zdaj gre zares: Slovo od	Nafta in kurilno olje	Evropske slaščice v	Fotozgodba: 9. maj - dan	Telekom in NKBM na	Telekom in NKBM na
Dve različici PlayStation 3	Najbolj ogroženi novorojenčki v		Streljanje na Taboru v Ljubljani	Koper prvi finalist pokala	Umetnikom univerzitetna priznanja	Adidas pripravljen na poročevalni SP	Estonija ratificirala ustavo	Italija: Tudi drugi krog neuspešen	Soglasja o višini regresa še ni	Fotozgodba: 9. maj - dan zmaare
			Vlak pokosil medvedjo družino	McEwen zlatka opravil s takmoči	Francoška revolucija televiziv	Popravek navzdol za BDP Italije	Odlog vstopa novih članic?	Ubit vodja napadov v Dababu	Predlog za deloščakov	Risi ponovno v boj za abebanek
				Kata pokazala bojevniški duh	Na kulturno izobraževanje na Obalo	Na čelu Adrie Airways Tadej Tufak	Stanišev poziva Bruselj k razmisleku	Prvo sojenje za pokol v Sabzevalci	Blejski otok še v rokah Čadku	Zdaj gre zares: Slovo od Anžela
				Čebular tri leta v Tivoliju	Kino Otok bo pokazal barve			Brez soglasja velesil o Iranu	Vročje prodajanje	McEwen zlatka opravil
				Vloga favoritnij				Reforma španskega		Odprla se je 11.
				Namesto na počitnice kar na mundial				Irška vlada bo kmalu oblikovana		
				Sodnik Mejuto Gonzalez brez SP-ja				Dosmrtna ječa za nemškega kanibala		
				Barca ostaja brez reklame na				Novi spopadi ataha in		
				Tim Howard posojen v Everton				Rudarja končno na vagon		
				Felix Magath spil kozarec praveč				Za poboj /Muslimanov 12 pot zapora		
				Mrežice povsem bromele Miami						
				Hurikani do zmage z veliko črača						
				Kdo bo dobil finale novinarov?						
				Ronald Koeman iz Benfice v PSV						
				Belorusi pošteno amučiji Ruse						
2	2	0	3	16	5	4	4	11	5	6

PRILOGA E: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (11. 5. 2006)

ZDRAVSTVO	OKOLJE	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
/	/	Policeje nad otroško	Kronometer CSC-ju, Gontčar v rožnatem	Lovšin: Dovolj je dobrih	KBC brez vpliva v NLB-	Napoved širitve	Za londonske napade kriv	Vlada potrdila privatizaciji	Vlada potrdila privatizaciji
		O bombi obvestila kar	Olimpijske igre? Brez veze	Praga se je poklonila	Gospodarska rast v	Merklova za obnovo Unije	Ostre besede Ahmadinežada	Pogačnik: Prodaja dobra	Registracija vozil prek
		V prometni nesreči umrl 36-letnik	Ivo Jan bi rad iskal nove talente	Novi val izraelskega filma	Portoroško sonce prenamilo	Barroso ni obupal nad ustavo	Na juhu Nigerije ugrabili tuje	Lastništvo NLB-ja kot pogoj EU-ja	O bombi obvestila kar iz Koloseja
			Risi imajo na Dance lepe spomine	Čudni finančni posli Filmskega	Na seji NLB-ja tudi o vlogi		Morales ima dovolj tujega	V SNS-u se počutijo	Ivo Jan bi rad iskal nove
			Rusi nastresli pol ducata		Največja jeklarja pred		Američani vztrajajo pri	Ne za poskusno	McEwen zlahka opravil
			Klepet s Primožem Brezcem		V konkurenčnost		Tamilski samomorilci	Schüsslova topografska	Odprla se je 11.
			Kradli karte za finale A pokala				Kolumbiji dež, poplave in plazovi	nvič Slovenec v alijanski vladi	
			Pripravljeni na kvalifikacije				V Kolumbiji dež, poplave in plazovi	Negospodarnost družbe Stadion	
			Barcelona pričakuje zmago Alonsa				Evropski Korejci bodo dobili hrano		
			Advocaat meri na presenečnje				Šapad na policijsko akademijo		
			Artizan se je razšel z oberjem				Eksplozija inkerja na ljubljanih		
			Rvi nosilci vzhoda pred padom				Boj islamistov in proritertistov		
			se je povedal že začetek						
			Risi imajo na Dance lepe spomi						
			Milija Peitkovšek						
			Šport v zgodovini 11. aja						
0	0	3	16	4	7	3	12	8	6

ZABAVA	ŠOLSTVO	ZNANOST IN TEHNOLOGIJ
Nagajiva zabava	/	Registracija vozil prek
Mali močri angelček		Američani proti domeni
Deklico rodila kar v avtomobilu		Tekmovanje Robot 2006 v Mariboru
Ashlee govorico		Ženske med moškimi
Prenosi maš molijo signal		
Škisova tržnica letos		
Richards je prišel iz bolnišnice		
Z RSX-om nad cestne dirkače		
remagajte pomladansko zabavo		
Mleto meso s korenčkom		
Zgodilo se je 11. maja leta ...		
11	0	4

TV:

NAPOVEDNIK:	
	Lastništvo NLB in KBC/sodni zaostanki/ljubljanski stadion/spomenik Plečniku v Pragi
Slovenija	Lastništvo NLB
Slovenija	Lastništvo NLB –komentarji
Slovenija	Privatizacija Telekoma in mariborske banke
Slovenija	Sprejet predlog za sprejem ustave (sodni zaostanki)
Slovenija	Ustavna komisija zavrnila predlog SNS (sodni zaostanki) - vest
Slovenija	SOD zavrača očitke preiskovalne komisije o sporni prodaji Mercatorja
Slovenija	Negativno mnenje računskega sodišča MOLu za nakup zemljišča, namenjeno gradnji stadiona
Slovenija	Uredbe dvojezičnih napisov
Svet	Dunaj – srečanje evropske skupine za razvoj
Svet	Evropsko poročilo o Bolgariji in Romunija slabo
Svet	Angela Merkel predstavila stališča o predsedovanju uniji
Svet	Nesreča helikopterja v ruskem morju - vest
Zdravstvo	Operacijske mize
Zdravstvo	Slaba opremljenost slovenskih bolnišnic
Gospodarstvo	Rok za oddajo vlog za kmetijske subvencije
Slovenija	Gradnja šole Majšperk
Slovenija	Spomenik Jožetu Plečniku v Pragi
Gospodarstvo	BORZA
	VREME
Kultura	Razstava skrinj v muzeju
Kultura	V mehiki našli 30-tonski monolit, ki so ga uporabljali za lunin koledar
Kultura	Oživili dr. Živaga v Rusiji
Šport	SP hokej na ledu
Šport	Giro'd Italia
Šport	Kvalifikacije v rokometu
Šport	Prvi pokal UEFA v Španijo
Šport	Ronaldo ima novo spletno stran
SLOVENIJA	9
SVET	4
GOSPODARSTVO	2
ZDRAVSTVO	2
KULTURA	3
ŠPORT	5

PRILOGA F: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (12. 5. 2006)

ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	ZDRAVSTVO	OKOLJE	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
Poseben rod za optice kipunji	Mednarodni dan medicinskih		Pes v Postojni napadel deklico	Branila rešila pomembno točko	37 kandidatov za zmago na Evrosongu	Opozicija zahteva odgovore za	Janiša z mehiškim predsednikom	Na obrobju Lagosa razneslo	Zagreb: Plovanija je na Hrvaškem	Opozicija zahteva odgovore za
Od kloniranja do obtožbe tožilstva			Češki alpinist podlegel poškodbam	Alonso dopolnje jurišal skozi	109-krat v vrsto za nakup vstopnic	Centromerkur zapira vrata		Srbski radikali proti izročitvi	Haider nasprotuje novemu	Na obrobju Lagosa razneslo
Kitajci s svojo različico Wikipedia			Vlomi v grosupeljsko banko	Sotlar: Točka je velika kot zmaca	Z barvo nad Dominiqua de Villepina	Temeljiti popravek pri Petrolu		Šest dni nasilja in 133 mrtvih v	Operacijske mize na tožilstvu	Branila rešila pomembno točko
			Aretirali osumljenega za požare	Tudi letos v Šanghaju dež	Depeche Mode je utisalo vneje orla	Za izboljšanje odnosov z Bolgarijo		Skrivnostne eksplozije v Adis Abebi	Avtocestna obnova tudi med sezono	Češki alpinist podlegel poškodbam
				Se Ševčenko seli na Otok?				Ahmadinežad: Napada ne bo	Znak za družinam prijazna	Alonso dopolnje jurišal skozi
				Navijačem Interja pokal ni dovolj				Hrvatje z moderno vojsko v Nato	Različni odzivi na nove table	Reese: Moj zakon je trden
				Brazilci se ne bojijo eifa				Napad na priseljence v Belgiji	Všče število slovenskih družin	
								Spet poziv zaradi karikaturne preroka	SV bo v Darfur poslal dva vojaka	
								Pogejanja za iriško vlado lažja		
								Duhovnik obsojen umora nune		
								Po napadu pogovori s tamilskimi tigri		
								Anonimni porotnik ploti smrti		
								Bo priseljski zakon le blažji?		
3	1	0	4	7	4	4	1	13	8	6

ZABAVA	Nadišavite se s smrdljivim sirom	Gylenhaallova romanca z deskarko?	Reese: Moj zakon je trden	Madžari predstavili superavtomob	Izpovedi nekoga fetišista ...															5	1	
ŠOLSTVO	Flexibilni predmetniki v OŠ-jih																					

TV:

NAPOVEDNIK:	KBC se umika iz lastninjenja NLB/Plovanja na Slovenskem ozemlju/ Eksplozija v Lagosu/Delavcem invalidskega podjetja grozi odpust/15-let slovenska vojske
Gospodarstvo	KBC se umika iz lastninjenja NLB
Slovenija	Plovanja na Slovenskem
Slovenija	Postavitve dvojezičnih tabel
EU	Zasedanje o prepadu med EU in latinske amerike
Svet	Eksplozija v Lagosu
Svet	Spustili iz zapora Milingijeviča v Minsku
Svet	Pohod v Belgiji v protest rasizmu
Slovenija	Teden EVrope – predsedovanje Slovenije v Evropi
Slovenija	Operacijske mize
Slovenija	Delavcem invalidskega podjetja grozi odpust
Slovenija	Primerjava študijskih naslovov -Bolonjski študij
Slovenija	Članstvo v GZS
Slovenija	Slovesnost ob15-let slovenske vojske
Slovenija	Usklajevanje slo in hr policije za turistično sezono
Slovenija	Delo na cesti tudi med sezono
Slovenija	Protest za zaprtje železniške proge
Svet	Pogin čebel v jeruzalemu
Gospodarstvo	BORZA
Zabava	12. teden mladih
Zabava	Razsava fotografa Bevka
Zabava	Umetniški videofilmi na ulicah v Madridu
Zabava	Romski trobentači v Križankah
Šport	Hokejska tekma proti Dancem
Šport	Kolesarski giro
Šport	Kajakaška prireditev
Šport	Trenja v klubu Juventus
Šport	Razstava pokala SPv nogometu
Slovenija	11
Svet	4
EU	1
Gospodarstvo	2
Zabava	4
Šport	

PRILOGA G: Analiza vsebin portala RTV slovenija in oddaje Dnevnik na RTV Slovenija, (17. 5. 2006)

ZNANOST IN TEHNOLOGIJA	ZDRAVSTVO	OKOLJE	ČRNA KRONIKA	ŠPORT	KULTURA	GOSPODARS TVO	EU	SVET	SLOVENIJA	NASLOVNICA
Nikamor brez mobilnega telefona	Seznam zdravil kar na kartici		60-letnika pokopal kuponek	Barca drugič ali Arsenal	Festival pod Da Vincijevo tektiko	Mali delničarji dovolj glasni	Nepravilno podeljevanje sredstev?	Prodi že oblikoval oblikoval	Janša: Večje zanimanje za NLR	Mali delničarji dovolj glasni
Nišli mumijo, stari 1.500 let	Nove žrtve pičje gripe v Indoneziji		Umrli v bobnu balirmega stroja	V živo: Prva nogometna liga	Valvasorjeva nagrada Jasni Hovrat	Višji dobiček slovenskih družb	Parlament je potrdil nespokotivo	Koštnica proti ločitvi Črne nove	Za predsedovanj	Premier opozarja na nužnost reform
Apple na sodišču zaradi iPoda			Celje: Našli človeško okostje	Risi v dobrem "štartnem" položaju	Evrosong: Zdaj gre zares	EBRD prodaja svoj delež v NLR		Nesreči vlakov v Mariboru	Terminali končno zbudili Slovenijo	Prodi že oblikoval oblikoval
Vesoljsko plovilo trčilo v satelit			V Celju moški umrl nasilne smrti	Švedska za razred boljša od ZDA	Letošnji nominiranci za desetnico	ZDA presenetila ameriška javnost		V Turčiji streli na sodnike	Premier opozarja na nužnost reform	V živo: Prva nogometna liga
			Udarni napad je bil neobčutljiv	Udarni napad je bil neobčutljiv	Slovenski film se na ogled postavi	Popravka konec na velikem obdobju		Ahmadinežda d zavrnil		Risi v dobrem "štartnem" položaju
			Ivica piše o nacističnih znanjih	Ivica piše o nacističnih znanjih		Proti dvojnemu obdobju		Iraški parlament v sobota o vladi		Bush in Madonna najinocista
			Cilji so medalje na velikih tekmovanjih	Cilji so medalje na velikih tekmovanjih				Sedem mrtvih v napadu v Izraelu		
			Lahm poškodoval kanalec	Lahm poškodoval kanalec				Jair podpira drsko energijo		
			Gatlin uradno "le" srekorder	Gatlin uradno "le" srekorder				Kvador po poti olivje?		
			Zadnja lestvica pred dvadesetimi leti	Zadnja lestvica pred dvadesetimi leti				Vahovič dovoljen s sponzorstvom		
			Berbatov prva okrepitev Soursov	Berbatov prva okrepitev Soursov				Objavljen posnetek panade na panade		
			Dwiane Wade prebral Jasna Kridla	Dwiane Wade prebral Jasna Kridla				apolitano mandat podeliti		
			szplet po okusu pala in Osasune	szplet po okusu pala in Osasune						
			Neumnost ga je drago stala	Neumnost ga je drago stala						
			Žudežen majski tečer na Nou Camou	Žudežen majski tečer na Nou Camou						
4	2		4	15	5	6	2	12	4	6

ZABAVA	ŠOLSTVO
Bush in Madonna najpogostejše ...	Študenje in vlada spet za mizo
Nuša Derenda ima najraje domačo gosteljo	
Paul McCartney se ločuje	
Bogat vladar revne dežele cigar	
S čistim kisikom nad utrujenost	
Letos že 20. lampiončki	
Poročni zvonovi za Kidman	
Cavalli predstavil vodko	
Bavarci s polno nagrad	
na odlični naravn	
5	1
10	1

TV:

NAPOVEDNIK:	Evropska banka za obnovo in razvoj prodaja delež NLB/Italija spet levosredinsko vlado / Načrti za plinski terminal / rušenje apartmajskega naselja na Hrvaškem/O zdravih na zdravstvenih karticah
Gospodarstvo	Evropska banka za obnovo in razvoj prodaja delež NLB
Slovenija	Skupščina zavnila predlog o zaprti dokapitalizaciji
Slovenija	Nova pogodba o nakupu operacijskih miz?
Slovenija	Razprava ekonomistov o izvedbi reform
Svet	Romano Prodi prisegel
Slovenija	Načrti za plinski terminal
EU	Potrdili dogovor o finančni perspektivi EU
Slovenija	Slovensko predsedovanje EU
Slovenija	Preiskava evropske komisije o upravičenosti državnih pomoči v Sloveniji
Slovenija	Ponudba evropske trojke Iranu o opustitvi pridobivanja urana
Slovenija	Rušenje nezakonito zgrajenih apartmajskega naselja na Hrvaškem
Slovenija	Revizija holdinga Slovenskih železnic potrdila nepravilnosti pri poslovanju
Slovenija	Pogajanja vlade s študenti
Zdravstvo	Vpisovanje zdravih v zdravstvene kartice
Slovenija	Intervju z Borutom Miklavčičem (ZZZS)
Slovenija	Pomurci dobili svoj praznik
Slovenija	Našli telefonske pogovore obtožnenih za bobne napade na Rome
Slovenija	Nov adriana povezava v Italijo
Gospodarstvo	Borza
Zabava	Začel se je Canski filmski festival
Kultura	Zbirka poezij Vitomila Zupana
Zabava	Ocene jazzovskih stvaritev
Šport	Festival Jazz Cerkno
Šport	
Šport	
Šport	
Šport	
Slovenija	
Svet	
EU	
Gospodarstvo	
Zabava	
Šport	