

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jasmina Arko

Primerjava oddaje informativne zvrsti iz ruske nacionalne javne državne  
televizije z oddajo informativne zvrsti iz ruske javne komercialne televizije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jasmina Arko

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljevič

Primerjava oddaje informativne zvrsti iz ruske nacionalne javne državne  
televizije z oddajo informativne zvrsti iz ruske javne komercialne televizije

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

## **Primerjava oddaje informativne zvrsti iz ruske nacionalne javne državne televizije z oddajo informativne zvrsti iz ruske javne komercialne televizije**

Diplomska naloga v grobem sestoji iz jedra iz dveh delov. V prvem delu je predstavljena teorija, s pomočjo katere so razjasnjeni pojmi za lažje kasnejše razumevanje primerjave dveh televizijskih informativnih oddaj. Ta primerjava je zajeta v drugem delu jedra diplome, ki je ključen, saj je cilj diplomske naloge na tem mestu predstaviti dve osrednji informativni oddaji, ki sta nastali znotraj dveh različnih ruskih televizij, nacionalne državne televizije in komercialne. S sedemdnevno primerjavo obeh osrednjih informativnih oddaj sem primerjala njune skupne točke in razlike. V sklepnem delu diplomskega dela sta postavljeni dve hipotezi, ki ravno tako kažeta na njune razlike. Ruski televiziji sta bili izbrani predvsem zato, ker je bilo do sedaj malo diplomskih del, ki bi se ukvarjala z mediji na evrazijskem področju. Večina raziskovalnih nalog pri nas je namreč namerjenih na ameriški in zahodnoevropski medijski trg. Pomembno je tudi dejstvo, da tekoče govorim ruski jezik in so zato vse informacije in dejstva v diplomski nalogi podani natančno.

Ključne besede: Komercialni medij, nacionalni državni medij, osrednja informativna oddaja in televizija.

## **Comparison of a news programme from the Russian national public channel with a news programme from a Russian public commercial television channel**

The body of graduation thesis is roughly comprised of two parts. In the first part I strived to present some of the theoretical background, describing and explaining the key terms for easier understating of comparison of the two TV news programmes. In the second part of the thesis this comparison is of the key importance – there are two evening news programmes, created by two different Russian television stations, one national and one commercial. The 7-day survey was basis for identify the common characteristics and differences between the programmes. The conclusion of the thesis contains two hypotheses, which also point to their differences. The Russian TV stations were chosen, because there are only a few graduation theses that examine the media from the Eurasian territory, since the majority of studies here deals with the American and Western European media markets. It is important to note also that I had no difficulties with the Russian language and that is the reason of exact interpretation of graduation facts.

Keywords: commercial medium, national medium, evening news programme and television

## KAZALO

1 UVOD .....	6
2 METODOLOŠKI OKVIR.....	7
2.1 Predmet preučevanja.....	7
2.2 Hipotezi.....	7
2.3 Metodologija.....	7
2.4 Struktura diplomskega dela.....	8
2.5 Cilji diplomskega dela.....	8
3 NORMATIVA TELEVIZIJSKIH POROČIL.....	9
4 TELEVIZIJSKI INFORMATIVNI PROGRAMI IN NJIHOVE ODDAJE.....	12
4.1 Dnevnoinformativna oddaja.....	12
5 NORMATIV JAVNEGA RTV SISTEMA IN NASTANEK KOMERCIALIZACIJE V MEDIJSKEM PROSTORU .....	17
5.1 Jasni televizijski sistem.....	18
5.2 Komercialni televizijski sistem.....	23
6 TELEVIZIJSKI SISTEM V RUSIJI.....	26
6.1 Kanal 1.....	27
6.2 NTV.....	29
7 KDO IMA VPLIV NA PRODUKCIJO TELEVIZIJSKIH NOVIC V RUSIJI..	31
8 PRIMERJALNA ANALIZA DVEH RUSKIH OSREDNJEINFORMATIVNIH TV ODDAJ.....	35
8.1 Kratka predstavitev informativnega programa obeh ruskih televizijskih postaj.....	35
8.2 Izbira vzorca.....	37
8.3 Ravni analize.....	38
8.4 Oddaje in segmenti.....	39
8.4.1 Oddaje.....	39
8.4.2 Segmenti oddaj.....	42
8.5 Tematski sklopi.....	44
8.5.1 Tematski sklopi in njihova notranja razdelitev.....	44
8.5.2 Analiza po tematskih sklopih.....	46
8.6 Poročanje novinarjev.....	48

8.7 Vloga voditeljev.....	52
9 VERIFIKACIJA HIPOTEZ.....	55
10 SKLEP.....	56
11 LITERATURA.....	57

## SEZNAM SLIK

Slika 6.1: Prvi kanal.....	28
Slika 6.2: NTV.....	30
Slika 8.1: Začetna špica osrednjeinformativne oddaje »Čas«.....	36
Slika 8.2: Začetna špica osrednjeinformativne oddaje »Danes«.....	37
Slika 8.3: Začetna špica nedeljske različice osrednjeinformativne oddaje »Čas«...	40
Slika 8.4: Začetna špica nedeljske različice osrednjeinformativne oddaje »Danes«	41
Slika 8.5: Ruski predsednik v sliki poročila iz oddaje »Danes«.....	51
Slika 8.6: Voditelja Olga Belova in Aleksander Jakovenko v studiu NTV-ja.....	52
Slika 8.7: Voditelj Vitalij Elisejev v studiu Prvega kanala.....	52
Slika 8.8: Neposredni pogovor med voditeljem oddaje »Danes« in novinarjem na terenu .....	54

## SEZNAM TABEL

Tabela 8.1: Delitev prispevkov obeh oddaj po tematskih sklopih.....	48
Tabela 8.2: Skupno število prispevkov v obeh oddajah.....	48

## 1 UVOD

Odraslih ljudi, ki bi ne vedeli, kdaj se na njihovem televizijskem programu prične osrednja informativna oddaja, je verjetno malo. Glede na to, da smo v času informacijske dobe in so najnovejše informacije skoraj povsod dostopne, je pri večini ljudi navada, da ob koncu dneva sedejo pred televizijo in si v približno enourni oddaji pogledajo aktualne novice dneva, oziroma novosti in zadnja dogajanja. Te osrednje informativne oddaje so lahko merilo ugleda celotne televizijske postaje. V mnogih državah, predvsem pa to velja za Rusijo, vsaj tako pravita Oatesova in Rosellejeva v svoji razpravi, je televizija največji in najvplivnejši medij, ki ljudem podaja informacije (Oates in Roselle 2000, 31).

Televizija je še danes najpomembnejši in najmočnejši elektronski medij, saj se tv sprejemnik nahaja v vsakem domu. Po besedah Tomaža Peroviča ter Špele Šipek pravi ta, za razliko od fotografije in filma, bolj kot podaljšek vida, ustvari iluzijo podaljška tipa, ki terja spremljavo vseh čutil. Zato se televizija imenuje dionizični medij. Gledalca izzove na aktivno sodelovanje, hkrati pa ga na svoj način tudi pasivizira. Televizijci se morajo zavedati, da je od njihovega dela in podajanja odvisen kakovosten in pravilen sprejem njihovega prispevka pri gledalcih. Menjavanje kadrov in zvoka namreč na gledalca naredi močnejši vtis, kot prebran časopisni članek (Perovič in Šipek 1998, 16). Z novimi tehnikami se razvija nova, hitrejša možnost posredovanja prispevkov. Mediji imajo v družbi ključno vlogo, saj si večina ljudi z njihovo pomočjo izoblikujejo svojo predstavo o svetu. Mediji lahko tudi določajo, kaj je prav in kaj ni. Politične in ekonomske elite se moči medijev zavedajo, zato si z njihovo pomočjo pomagajo nadzorovati družbo. Kot pravi Volčičeva, je za svoj vpliv potrebno nadzorovati informacije, zato se ločnice med javnim RTV sistemom in komercialnim medijskim sistemom brišejo (Erjavec in Volčič 1999, 35). Kako je organizirana notranja ter zunanja struktura informativne oddaje na nacionalni državni televiziji in kako na komercialni televiziji v Rusiji? Kako so prispevki v njunih dnevno-in formativnih oddajah tematsko predstavljeni, kako svoje delo opravljajo novinarji in kaj je posebnega v delu voditeljev teh oddaj? To so ključna vprašanja, ki bodo predmet raziskovanja diplomske naloge.

## **2 METODOLOŠKI OKVIR**

### **2.1 Predmet preučevanja**

Vsebina diplomskega dela je v glavnem že razvidna iz samega naslova. Gre za sedemdnevno primerjavo dveh osrednjih informativnih oddaj, ki jih pripravljata dve različni ruski televiziji, pri katerih je ključnega pomena, da ena predstavlja javni komercialni medij in druga javni državni medij. Kontinuiran raziskovalni fenomen skozi nalogo bo, kaj imata skupnega in različnega informativna oddaja na nacionalnem državnem televizijskem programu in informativna oddaja na komercialni televiziji, glede na to da imata oba medija svoje zapovedi in pravila, kako ustvariti glavni povzetek dnevnih novic. Pričakovati je veliko podobnosti pri izbiri tematike, več odstopanj pa pri posredovanju teh informacij svojim gledalcem in pri zunanji zgradbi samih oddaj.

### **2.2 Hipotezi**

Hipoteza št. 1:

Javna komercialna televizija gledalcem ponudi v svojih dnevno-informativnih oddajah več neposrednih vklopov novinarjev, ki s terena poročajo v samo informativno oddajo.

Hipoteza št. 2:

Na javni državni televiziji je v osrednji informativni oddaji več prispevkov, ki poročajo o zunanji politiki.

### **2.3 Metodologija**

Hipotezi se bosta potrdili ali ovrgli s pomočjo primerjave v analizi vseh 14-ih informativnih oddaj. V primerjalni analizi sem uporabila metodologija primerjalne analize Marka Prpiča, ki jo je predstavil v svoji knjigi Primerjalna analiza osrednje

televizijskih informativnih oddaj 24 ur in Dnevnik. Za povezovanje naloge v smiselno celoto pa bo uporabljena deskriptivna metoda, ki bo nastala s pomočjo prebrane literature.

#### **2.4 Struktura diplomskega dela**

Diplomsko delo je sestavljeno iz uvoda, metodološkega okvirja, jedra, ki vsebuje teoretičen del ter primerjalno analizo 14-ih osrednjih informativnih oddaj, in zaključka, v katerem sta verificirani v uvodnem delu postavljeni hipotezi in navedena sklepna spoznanja.

#### **2.5 Cilji diplomskega dela**

Z diplomskim delom bom bralcem predstavila razlike in skupne točke glavnih informativnih oddaj na dveh najbolj gledanih ruskih televizijah, da bi lahko ozavestili značilnosti komercialnega kot tudi nacionalnega medija in da bi spoznali nekatere značilnosti normativnega televizijskega in ruskega televizijskega prostora.



### 3 NORMATIVA TELEVIZIJSKIH POROČIL

Kot pravi Labanova, je razvoj televizije kot medija v tesni povezavi z razvojem radija kot medija, vendar pa je nujno televizijo zaradi združitve govora, slike in zvoka razumeti kot edinstven, poseben medij in se temu primerno prilagoditi specifičnemu načinu sporočanja in uporabe jezikovnih sredstev, ki jih televizija zahteva (Laban 2007a, 21).

Televizijsko poročanje se od drugih vrst novinarskega sporočanja poleg pogloblitve komponente, to je uporaba slike, razlikuje tudi po tem, da dober televizijski prispevek potrebuje sodelovanje skupine ljudi, ki so usposobljeni za pripravo televizijskega poročanja. Poleg novinarja, ki poskrbi za besedilo poročila, je nepogrešljiva pomoč urednika, snemalca, grafika, montažerja in realizatorja, ki obvlada najsodobnejše tehnike za izmenjavo slike, izmenjavo samega prispevka in tridimenzionalno grafiko (Boyd 1998/2004). Zaradi svoje kompleksnosti je televizijsko poročilo tako že sporočilo samo po sebi (Perovič in Šipek 1998, 16–20).

Če pogledamo sam televizijski žanr, vidimo, da je konvencionalen način proizvodnje, ki ga prepoznajo bralci in producenti skozi določene tipe programov (Luther 1992).

Vsi televizijski kanali so opredeljeni skozi del pripovednih oblik, kar pomeni, da so novice na televiziji bolj povezane v celoto kot novice v časopisih. Še več; televizijske novice omogočajo odprt konec zaporedja naracije (zgodbe), da jo lahko uporabijo v nekoliko dopolnjeni oziroma spremenjeni obliki v kasnejši informativni oddaji (Bajt in drugi 2009, 60–63). Ker so novice kratke, je podoba, ki je posredovana skozi zgodbo, neizrazita; zato jo je potrebno dopolniti z dodatno razlago, npr. z izjavo ali komentarjem. Pri novicah gre za poročevalski stil, zato je pomembna nepristranskost poročevalca. Pri ustvarjanju novic gre za namišljeno povezavo med dogodkom in sprejemnikom tega dogodka skozi poročilo, ki ga posreduje poročevalec. Šele takrat, ko se dogodek poveže z določeno predstavo, postane neka novica zgodbo. Hartley napisano pojasnjuje z definicijo diskurza (ta je sestavljen iz različnih jezikovnih sistemov in družbenih okoliščin), ki je razumljiv samo, če so poznane politične, družbene in zgodovinske okoliščine jezika (Hartley 1982/1989). Enako velja za dogodek, ki po poznavanju oziroma po predstavi novinarskega pogovora postane novica. Ta predstava je nacionalno oziroma družbeno pogojena (Bajt in drugi 2009, 62). To ne velja le za televizijska poročila, ampak za vse izdelke v medijih. S pomočjo

opredelitve novinarskih žanrov, ki jih Fiske razume ko dinamično kategorijo, ki se vedno oblikuje glede na medij (Fiske 1987/2003), se lahko te novinarske izdelke oziroma tekste razdeli v skupine po skupnih značilnostih (podrobno razdelitev je napravila Koširjeva).

Pri televizijskih poročilih gre za poročevalsko vrsto, za katero je značilno, da vsebuje poročila novinarskega sporočanja informativne zvrsti, ki obvešča o poteku dogajanja preteklih, predvidljivih in samih po sebi razumljivih dogodkov (Košir 1998).

Teoretiki ločijo tri vrste televizijskega poročila. Prvo je poročilo, kjer poročevalec dogodek opisuje po kronološkem zaporedju dogajanj, njegova zgradba pa je skladna z dramaturškimi pravili. Drugo je komentatorsko poročilo, ki ima poleg poročevalske tudi komentatorsko vrednost. Na ta način novinar nakaže gledalcem neko ozadje, ki ni nujno neposredno vezano na sam dogodek, vendar je ključnega pomena za razumevanje dogajanja. Komentar mora biti jasno ločen od objektivno hladnega opisa poročevalca. Tretje pa je reportersko poročilo, za katerega je značilno, da je sporočanje v živo (iz samega kraja dogajanja), saj ima namen, da gledalcu posreduje čimbolj pestro, verodostojno in doživeto dogajanje iz njegove okolice (Perovič in Šipek 1998, 41–42).

Ker se diplomsko delo nanaša predvsem na televizijska poročila v dnevnoinformativnih oddajah, so razdeljena poročila tudi po vsebini. Perovič in Šipkova predstavita naslednje tipe tv poročil:

1. Poročilo nenapovedanih dogodkov; ta poročila ne zahtevajo veliko priprave, ampak hitro reagiranje in jasen jezik. Ti dogodki so največkrat povezani z naravnimi nesrečami, nasiljem in nepričakovanimi gestami ljudi, na primer politikov.
2. »Težka« poročila; njihova vsebina je politične, gospodarske ali sodne narave in nasilje. Zahtevajo dobro pripravo poročevalca.
3. »Mehka« poročila; njihova vsebina je zabavna in popestri naše življenje. Gre za poročanje iz življenja slavnih ali pa čisto običajnih ljudi.
4. Televizijsko poročilo o dogajanjih v ozadju nekega dogodka; ta pomagajo gledalcu osvetliti dogodek, o katerem so že poročali v obliki običajnega poročila. Lahko gre za ozadje nekega pojava, osebe ali skupine ljudi. Lahko je vsebovan v isti informativni oddaji kot objavljeno poročilo ali pa v naslednji.
5. Televizijska poročila kot serije; gre za serijo poročil, ki jih urednik objavlja v določenem časovnem obdobju in govorijo o aktualni temi trenutnega obdobja. Pred objavo poskrbijo za promocijo prispevkov, saj so ugotovili, da se v času teh poročil gledanost povečuje.

6. Poročilo kot zgodbe; to so poročila s humoristično, duhovito vsebino. Največkrat jih predvajajo na koncu informativnih oddaj.

7. Zasledujoče poročilo; to je tip poročil, kjer se več dni zaporedoma spremlja nek dogodek. Njihova vsebina se v večini nanaša na kriminalna dejanja, ki se zaključijo s sodno razpravo. Lahko trajajo tudi več let. S tem, ko novinarji in uredniki objavljajo takšna poročila, pokažejo gledalcem, da dosledno spremljajo to zgodbo (Perovič in Šipek 1998, 42–45).

Tako kot za katerokoli novinarsko poročilo, je tudi za kvalitetno televizijsko poročilo pomembna jasnost, jedrnatost, nepristranskost, resnicoljubnost ter slikovitost. Poslednji kriterij poročila je za tv prispevek dvopomenski. Lahko ga razumemo kot barvitost samega besedila ali kot samo sliko, ki že sama po sebi pripoveduje gledalcu neko zgodbo (Perovič in Šipek 1998, 45–47).

## **4 TELEVIZIJSKI INFORMATIVNI PROGRAMI IN NJIHOVE ODDAJE**

Obstajajo različne televizijske postaje. Za nekatere je karakteristično, da imajo celotni program namenjen informacijam (CNN), tiste, ki imajo pestrejšo programsko ponudbo, pa imajo na svojem sporedu natančno določen čas, kdaj se bodo predvajale informativne oddaje oziroma, kdaj bo na sporedu osrednja dnevno-informativna oddaja. Vsaka informativna oddaja ima določeno strukturo, ki se dnevno nekoliko spreminja. Ta struktura v 40-ih in 50-ih letih ni bila enaka današnji; v teh letih so bile namreč na televiziji posredovane kratke novice, ki jih niso vodili novinarji ali voditelji. Šele v 60-ih letih prejšnjega stoletja lahko govorimo o vzponu razvoja informativnih oddaj. V 80-ih in 90-ih letih je h kvalitetnejšemu oddajanju informacij pripomogel razvoj novodobnih tehnik, ki omogočajo še hitrejšo obveščenost in vzpostavitev živega stika novinarske ekipe na terenu s televizijskim studiem (Perovič in Šipek 1998, 85–86).

Danes poznamo več tipov informativnih oddaj:

1. Kratke novice; tu je poudarek na novicah, ki so se pravkar zgodile ali se še dogajajo. To so približno do dve minuti trajajoče vesti dneva, ki jih televizijski programi predvajajo ob polnih urah.
2. Dnevno-informativne oddaje; te so v nadaljevanju naloge podrobneje obravnavane.
3. Informativne dokumentarne oddaje; z novicami se ukvarjajo globlje in niso odvisne od vsakodnevnih novic, kot že zgoraj omenjeni oddaji (Perovič in Šipek 1998, 83–85).

### **4.1 Dnevnoinformativna oddaja**

Večina dnevno-informativnih televizijskih oddaj po interpretaciji Šipkove in Peroviča predstavlja mozaik različnih novinarskih žanrov (Perovič in Šipek 1998, 89). Labanova jih niza po Koširjevi razporeditvi časopisnih žanrov. To so: televizijska vest, televizijska kratka vest, televizijska razširjena vest, televizijska vest v nadaljevanju, televizijsko poročilo, ki je najpogostejše, televizijska izjava, anketa, intervju, televizijski pregledni prispevek, televizijska reportaža in televizijska zgodba, ki je redka v dnevno-informativnih oddajah (Laban 2007a, 95–149).

Običajno dnevnoinformativna oddaja traja 30 minut in predvaja največ televizijskih poročil. Osnovni koncept dnevnoinformativne televizijske oddaje naj bi vseboval:

1. Napovednik, ki se predvaja tik pred špico same oddaje ali za njo. V njem voditelji napovejo glavne teme poročil, ki so jih novinarji in uredniki izbrali za objavo. Namen napovednika je pridobivanje gledalcev.

2. Prva poročila (od 2 do 3) v oddaji so ponavadi tista, ki se ukvarjajo s ključnimi dogodki dneva. Gre za novice, ki poročajo o dogodkih iz bližnje okolice. Šele kasneje pridejo na vrsto najpomembnejše novice iz sveta. V drugem delu oddaje so poročila, ki jih uredniki uvrstijo v oddajo glede na koncept njihove oddaje. To so lahko poročila kulturne vsebine, poročila iz družabnega življenja ali tematsko opredeljena poročila (zdravstvo ali kriminal). 3. Zadnji del oddaje je namenjen lahkotnim, razvedrilnim prispevkom. Poudariti je potrebno, da neke stroge norme, kakšne bi te oddaje morale biti, ni, saj si vsak dnevni urednik po kriterijih lastne televizijske postaje in po konceptu same oddaje zamisli njen potek in vsebinsko pripravo (Perovič in Šipek 1998, 89–90).

Ker je v času predvajanja teh oddaj največja gledanost, so v sklop poročil vključeni tudi najbolj plačani oglasi (Perovič in Šiprk 1998).

Koširjeva poročilo uvršča v poročevalsko vrsto, ki »obvešča o poteku dogajanja preteklih dogodkov, praviloma predvidljivih dogodkov, večjih in po obsegu širših ter samih po sebi razumljivih, tako da poveže dejstva iz prve podatkovne sheme v dogajalni lok, ki zbudi pri naslovniku občutek bližine dogajanja in celovite informiranosti o tem, kaj se je zgodilo« (Košir 1988, 77). Poročilo ima lahko kronološki vrstni red, ali pa si poročila sledijo po pomembnosti. Prvi del poročila je napoved, ki jo prebere voditelj. Napoved lahko stoji samostojno, kar pomeni, da je poročilo le ena napoved. Nekateri imajo napoved za kratek hibridni novinarski žanr, ki je od ostalega novinarskega besedila vsebinsko neločljivo povezan (Laban 2007a, 110). Njena glavna funkcija je pritegnitev in ohranjanje gledalčeve pozornosti. Napoved se vizualizira:

- neposredno branje voditelja brez vizualnih podob,
- neposredno branje voditelja v kamero, napoved je vizualizirana s sotvorbo ob voditelju,
- delno vizualizirana napoved z gibljivimi podobami in grafiko (Laban 2007a, 110–111).

Napoved vsebuje osnovne informacije o dogodku in pogosto tematsko povezuje med seboj sledeča si poročila. Poznamo pa tudi primere, kjer napoved deluje kot atraktivna pritegnitev gledalčeve pozornosti, tako da voditelj ne izda razpleta dogodka (Laban 2007a, 111–112). Voditelji imajo pri svojem delu veliko svobode, vendar se morajo zavedati, da je v večini od njih odvisen vtis celotne oddaje, kar pomeni, da imajo

voditelji velik vpliv na gledalčev sprejem oddaje, ali bo gledalcu zanimiva in verodostojna ali le dolgočasno enaka drugim informativnim oddajam. V raziskavi voditelji v napovedi prispevka predstavijo z imenom in priimkom odgovornega novinarja napovedanega poročila.

Začetek poročila se neposredno navezuje na napoved. Velikokrat voditelj po svoje preoblikuje napoved, ki jo je že napisal novinar (velikokrat mu ga oblikuje tudi lektor). Pri tem prihaja do ponavljanj informacij, kar je za gledalca moteče in časovno neekonomično, saj so novice tempirane in omejene. V poročilu je pomembna vpeljava tonskih izsekov z besedilom in sliko. Gre za govorno predstavitev, ki ponazarja zanesljivost in legitimira poročilo (Caldas-Coulthard 1994, 303) oziroma za posnete tonske izseke izjave govorca ali pogovora med virom in novinarjem. Ti so podobni besednim navedkom v tiskanih medijih. Pri tonskih izsekih se lahko posreduje osebne izkušnje sogovornikov, vrednotenje problemov, približevanje sogovornikov gledalcem ter predstavitev mnenj ter možnih rešitev problemov. Njihova uporaba povečuje verodostojnost besedil, jim podeljuje značaj nevtralne predstavitve, avtentičnost in pritegne pozornost, saj je z njimi besedilo bolj živahno. Novinar lahko tonske izseke v branem besedilu verbalno preoblikuje, npr. s preubeseditvijo vprašanja, z napovedjo, s preoblikovanjem izjave sogovornika, ... . Vpeljava tonskih izsekov lahko poteka tudi prek vizualnih podob (Laban 2007b, 132–135). Poročilo se tudi zaključí. Glavni tipi so:

- napovedni zaključek (novinar napove prihodnje dogajanje),
- povzermalni zaključek (novinar povzame bistvo dogodka),
- informativni zaključek (novinar pove informacije podobnega dogodka),
- interpretativni zaključek (predstavi gledalcu najbolj zaželeno interpretacijo),
- zaključek z neodgovorjenimi vprašanji (gledalcu pove ali nakaže, do katerih podatkov se ni uspel dokopati),
- nagovorni zaključek (novinar poda napotek oziroma opozorilo) in
- identifikacijski zaključek (novinar je poudarjeno verbalno in vizualno identificiran) (Laban 2007b, 138–139).

Po zaključku poročila sledi odpoved televizijskega poročila. Voditelj prebere v kamero največ dva stavka. Njena funkcija prinaša počitek gledalčevi koncentraciji. Omogoča, da se gledalec pripravi za novo poročilo. Gre za ločnico med poročili, ki ni vedno prisotna. Labanova našteje pet tipov odpovedi. Ažurna odpoved vključuje najnovejše informacije, ki jih je uredništvo dobilo v času poteka oddaje. Informativna odpoved je tista, kjer voditelj pove informacije, ki niso bile podane v sklopu poročila. V

interpretativni odpovedi voditelj poda svoj komentar. Pripominjajoča odpoved je, kadar voditelj zaključi s svojo (hudomušno) pripombo. Napovedna odpoved je, ko voditelj navaja sorodne oddaje in gledalce vabi k ogledu (Laban 2007b, 137–138).

Vsi ustvarjalci dnevno-informativnih oddaj želijo, da bi njihova oddaja imela velik ugled med občinstvom, saj gledalci televizijsko postajo največkrat ocenjujejo po identiteti njihove dnevno-informativne oddaje. Zato je izrednega pomena medsebojno sodelovanje celotne ekipe, ki je odgovorna za ta izdelek. Za samo prepoznavnost oddaje so lahko zaslužni voditelji, ki morajo odsevati avtoritarnost, kredibilnost, profesionalnost, jasnost v svojem branju poročil, dober glas, prijetno in urejeno zunanost. Ti kriteriji veljajo tudi za vremenske in športne voditelje, ki s svojim neposrednim nagovorom ustvarjajo pri gledalcu občutek domačnosti, zaupnosti; gre za iluzijo intimnega odnosa med gledalcem in televizijsko osebnostjo v studiu (Laban 2007b, 91–92). Pomembni so tudi ljudje, ki jih pred kamero ni videti, skrbijo pa za ozadje oddaje. To so že omenjeni odgovorni uredniki, dnevni (turnusni) in uredniki novic, producenti in organizatorji dnevno-informativnih oddaj, lektorji, poročevalci, snemalci in njihovi asistenti ter montažerji. Za dobro oddajo pa je poleg sodelovanja potrebna tudi kakovostna oprema in primeren računalniški program (Perovič in Šipek 1998, 96–106).

Televizijska informativna oddaja lahko vsebuje poročila, novice, komentarje, izjave ali intervjuje. Vse to so zvrsti, ki se jih poslužujejo poročevalci in voditelji, da bi njihovi gledalci dobili jasnejše sporočilo. Vse te tehnike mora spremljati ustrezna slika. Tako se lahko uporabi grafično opremljeno novico (ali ustrezna slika iz arhiva), ki opisuje dogodek, za katerega še ni bila posredovana prava slika. Tudi izjava je žanr, ki je še posebej pri zapletenih dogodkih nepogrešljiva, zato jo ima skoraj vsaka dnevno-informativna oddaja (Perovič in Šopek 1998, 130–132).

Labanova navaja, da dnevno-informativne oddaje temeljijo na gledalčevem občutku takojšnosti in neposrednosti. Velikokrat je neposredni vklop novinarja že vnaprej posnet, v živo gre le govor voditelja. Ta tehnika pripomore k občutku navidezne resničnosti in spontanosti, gledalec je prepričan, da se to, kar trenutno gleda in kar kamera prenaša, dogaja ravno zdaj. Tako naj bi se televizijske postaje borile s 24-urnimi televizijskimi informativnimi programi (Laban 2007b, 91).

Ker se prva hipoteza nanaša na neposredni vklop novinarja v oddajo, je to v naslednjem odstavku teoretično predstavljeno. Pozitivna lastnost tehnike neposrednega vklopa je kredibilnost in občutek, da je gledalec seznanjen z najnovejšo informacijo. Za Labanovo

je seznanjenost z najnovejšo informacijo vprašljiva, saj se dogaja, da se novinar pripravlja na 15 minut na poročanje v živo, v teh minutah njegove priprave pa pridejo še novejša informacije, s katerimi se poročevalec ni seznanil (Laban 2007b, 105–106).

Za informativne oddaje je pomemben tudi tempo. Ta mora biti hiter, saj gre za oddajo z ažurnimi novicami. To lastnost lahko dosežejo z neposrednimi vklopi novinarja, predvsem takim, ki je vizualiziran z gibljivo sliko ali grafiko, kjer novinar poišče sogovornika, uporabi posneto gradivo, se neposredno pogovarja z voditeljem oddaje ali se telefonsko neposredno vklopi v oddajo (kar režija pokrije z ustrezno sliko iz arhiva). Labanova pove, da neposredni vklop novinarja voditelj vedno napove, ali s kratko vestjo ali govorom. Za tem se na ekranu pojavi dvojni grafični okvir, vsak je poudarjen z napisom, ki identificira kraj dogajanja, oddajo in novinarja oziroma voditelja. Dvojni grafični okvir omogoča neprekinjenost toka dnevno-informativne oddaje. Večji del poročila gledalec vidi le novinarja na terenu. Na koncu pa se zopet prikaže dvojni grafični okvir, kjer se voditelj zahvali novinarju za prispevek. Neposredni vklop, ki je pretežno ali delno vizualiziran z grafičnimi ali gibljivimi podobami, se od prej navedenega vklopa razlikuje le po tem, da je večji ali manjši vmesni del besedila, ki ga novinar govori v kamero, tu vizualiziran, ponavadi s svežo gibljivo sliko dogodka, ki ga novinar običajno na pamet napoveduje. Govorjenje na pamet ima spontano in bolj pogovorno strukturo, ki daje bralcu vtis ažurnosti. Ob sebi lahko novinar predstavi tudi sogovorca in z njim naredi kratek intervju. Gledalec lahko vidi na ekranu oba ali pa se pozornost preusmeri le na intervjuvanca. Pri vklopu novinar lahko napove svoj posnetek izjav, ki jih je že pripravil, lahko z voditeljem vzpostavi dialog, kjer ponavadi voditelj postavi vprašanje ali začne novico, ki jo novinar potrdi, ovrže in jo podrobneje razdela. Tako gledalec doživi novinarja kot dobrega poznavalca tematike. Neposredni telefonski vklop novinarja običajno naredi zunanji dopisnik. Gledalec na ekranu lahko prebere njegovo ime, priimek ter kraj, iz katerega se javlja. Vizualna grafika pa pogovor opremi tudi s fotografijo novinarja. Kot pravi Labanova, je tak vklop predvsem analitičen in pojasnjevalen, saj dopisnik pogosto nastopa v vlogi poznavalca, ki pojasnjuje okoliščine, vzroke in posledice (Laban 2007b, 107–111).



## **5    NORMATIV    JAVNEGA    RTV    SISTEMA    IN    NASTANEK KOMERCIALIZACIJE V MEDIJSKEM PROSTORU**

Zadnjih dvajset let je v svetovni medijski prostor prineslo veliko sprememb. Predvsem razvitejše in modernejšie tehnike so pripomogle h globalizaciji, transnacionalizaciji in mednarodnim medijskim povezavam. Kot rezultat teh sprememb se je zrušil stari normativni medijski sistem, ki je bil izrazito nekomercialen, z javnim značajem in ki si ga je vsaka država po svojih privilegijih prilagodila. Gre predvsem za zgodovinske posebnosti, institucionalni ustroj države ter socialnopolitično in ideološko podlago v posamezni državi (Ang 1991, 28).

Za radio in televizijo je bilo, za razliko od tiska, pomembno omejevanje frekvenc. To podeljevanje frekvenc je omogočalo elemente monopola pri posameznih medijih, saj je nad frekvencami imela nadzor državna institucija, ki je v večini evropskih držav status monopola podelila nacionalni televiziji (Erjavec in Volčič 1999, 35–36). Da bi javni televizijski servis in komercialni televizijski servis delala pravilno in učinkovito, so strokovnjaki Evropske unije ter še nekaterih evropskih držav, ki se zavzemajo za boljše pogoje na področju medijev, izpostavili nekaj področij, ki potrebujejo večjo pozornost. V Evropi je tako celoten medijski (tudi televizijski) prostor omejen s pravili uradnih evropskih organov. Najpomembnejši med njimi so: World Trade Organization, United Nations (obe sta svetovni organizaciji), European Union ter Council of Europe. Pomembni pravilnik je tudi Zakon o človekovih pravicah ter pravilnik Organizacije za varnost in sodelovanje v Evropi (Open Society Institute 2005).

Ti organi so na prvem mestu izpostavili potrebo po povečanju izobraževanja in profesionalnega razvoja na področju obeh sistemov: oba, tako javni televizijski sistem, kot tudi komercialni televizijski sistem morata povečati izobraževanje znotraj sebe, nato pa se še posvečati izobraževanju skupne institucije. Mednarodna in nacionalna združenja novinarjev morajo skrbeti za redno programsko izobraževanje novinarjev, lastnikov obeh televizijskih hiš in vseh, ki imajo stik z medijsko institucijo (Open Society Institute 2005).

Na področju profesionalne etike morajo mednarodna in nacionalna združenja novinarjev skupaj z lastniki medijev in medijskimi strokovnjaki bolje skrbeti za informiranost o sami vsebini etičnih pravil in opozarjati na nepravilno etično prakso (Open Society Institute 2005).

Oba sistema se morata pravilno prilagoditi medijski industriji in spoštovati posamezne zakone, pri tem pa gledati na zaščito javnosti.

Javni servis mora biti zaščiten s strani vseh evropskih držav kot glavni kulturni dosežek in kot institucija, ki je pogoj za politično ureditev, kot je demokracija.

Evropska komisija mora poskrbeti za transparentni seznam lastnikov privatnih komercialnih televizijskih hiš. EU mora ustanoviti neodvisno agencijo, ki bo kontrolirala medijski trg in medijsko koncentracijo, ki kaže svoj vpliv na celoten globalni trg (Open Society Institute 2005).

Evropska komisija mora z ostalimi evropskimi državami, ki še niso članice Unije, skrbeti za zaščito medijskega pluralizma. Ta je tako pomemben kot osnovna človekova pravica do svobode govora.

Pomembno je tudi delo vlade, ki bi morala nadaljevati s podporo javnega servisa kot vitalnega elementa demokracije. Politika in zakonodaja lahko zaščitita javni servis pred pritiski trga. Ravno tako mora vlada zagotoviti transparentno, neodvisno in pošteno zakonodajo, ki določa, kdo je primeren za članstvo ter, kdo je primeren za glavnega direktorja javnega televizijskega sistema. Zakonodaja mora zagotoviti transparentnost dela, ki ga opravljajo člani odbora javnega televizijskega sistema skupaj z generalnim direktorjem, da ne bi prišlo do koristoljubja in izkoriščanja.

Javni servis mora biti omejen in zavezan zakonodaji, ki določa njegov program, pri tem pa ne sme spreminjati pravil zaradi konkurence komercialne televizije.

Vlada mora zagotoviti potrebno zakonodajo tudi za komercialni medijski servis, predvsem mora imeti vpogled v lastništvo in vlagatelje tega medija. Kot zadnjo predpostavko, ki jo izpolnjuje vlada, pa je skrb za socialno zaščito zaposlenih tako v javnem, kot tudi v komercialnem medijskem prostoru (Open Society Institute 2005).

## **5.1 Javni televizijski sistem**

Po Evropi je javni televizijski sistem svojstven element v medijskem prostoru. Na primer v Franciji, Nemčiji, Italiji, Poljski in v Veliki Britaniji zavzema 40 odstotkov medijskega prostora. Za razliko od komercialnih televizijskih postaj se mora javni sistem preživljati samostojno, kar pomeni, da je omejen pri številu sponzorjev in oglaševalcev, na primer v Veliki Britaniji pa je oglaševanje zakonsko prepovedano. Proračun javnih servisov polnijo davkoplačevalci (Open Society Institute 2005).

Njegovo legitimnost predpisujeta Evropska unija in Svet Evrope. Kljub temu da imajo v posameznih državah tudi svoja pravila, se morajo vse do neke mere držati predpostavk teh dveh organizacij. Njuna najpomembnejša zahteva je, da se omogoči javnemu servisu neodvisno delovanje od države, poleg tega more uprava javnega servisa strmeti k neodvisnosti svojih zaposlenih znotraj organizacije, saj bodo le tako uredniki in novinarji profesionalni, kar bo prineslo medijski instituciji pravilno avtonomijo. Pomembna pa je tudi finančna neodvisnost javne televizijske organizacije (Open Society Institute 2005).

Prvi problemi pa se pojavijo že pri prvi zahtevi po neodvisnosti, saj mora imeti država po drugi strani tudi vpogled v organizacijo javnega sistema (Splichal 2005). Kakšen delež vpletenosti oziroma odgovornosti ima država pri javnih servisih, predpisuje Evropska komisija s pravili. Ti pravijo, da morajo biti vsi prispevki javnega servisa določeni na podlagi nacionalne avtoritete in hkrati služiti generalnim ekonomskim interesom, oddajanje mora imeti uradno zaupanje klavzuli tega servisa, država pa ne sme pretiravati pri zahtevi vlaganja javnega servisa v državna finančna sredstva. Z drugimi besedami je davek, ki ga plačujejo naročniki televizijskega programa, namenjen za proračun javne televizijske postaje. V nekaterih državah je ta davek zaračunan poleg porabe elektrike pri vsakem gospodinjstvu. Za nadzor je potrebna transparentnost plačevanja. Za slabše razvite države je značilno, da gre davkoplačevalski denar, ki ga zaračuna javna tv postaja, v sklad z ostalim davkoplačevalskim denarjem. Tega ima v lasti država, ali pa mora celo sama javna televizijska postaja plačati davek, ker obratuje, kljub temu da ni po pravilih profitna organizacija. Kadar davek nalaga parlament oziroma vlada, obstaja tudi večja grožnja za vpletanje države v javni servis. Ravno zaradi tega ima Nemčija neodvisni Komite za razvoj in obdavčenje organizacij v javnem medijskem servisu. Javna televizija z najstarejšo tradicijo na svetu BBC pravi, da je uredniška politika neodvisnosti te tista, ki je povezana s finančno neodvisnostjo ter menedžersko neodvisnostjo; koncept »čiste pravičnosti«, ki ga podpira program vodje z natančnostjo, poštenostjo in spoštovanjem do resnice.

Javni televizijski servis zapade pod močan vpliv lokalnih standardov. Le nekaj je največjih televizijskih servisov, ki jih resnično vzdržuje javnost. Za razliko od komercialnega servisa, ima javni servis veliko več zaposlenih. Njegov proračun polnijo davkoplačevalci, nakazila države in komercialni dohodki oglaševalcev, obvezne objave, donacije ter oddaja tehnične opreme drugim naročnikom (Open Society Institute 2005).

Javni servis naj bi nadzorovali trije sloji: odbor nadzornikov, menedžerski sloj ter generalni direktor. Zbor je odgovoren za generalno organizacijo, pregled nad proračunom ter za aktivnosti. Menedžerski sloj je odgovoren za vsakodnevno organizacijo oddajanja. V njegovo sestavo spadajo televizijski profesionalci, to so direktorji vseh oddelkov (uredništev), ki jih je predlagal generalni direktor oziroma imenoval Odbor javnega servisa (Open Society Institute 2005).

Generalno gledano Odbor javnega servisa šteje od 9 do 15 članov. Njihov mandat traja od 3 do 6 let. V večini člani odbora imenuje parlament in imajo največjo moč pri nadzoru (tu se zopet pojavi problem prevelikega političnega oziroma strankarskega vpliva na delo odgovornih in zaposlenih v javnem televizijskem servisu). Takšna je situacija v večini evropskih držav, najdejo pa se tudi države s svojo ureditvijo. Medtem ko naj bi javni medijski servis nadzoroval zgoraj predstavljeni nadzorovalni model, je nadzor in odgovornost za regulacijo komercialnega sistema prevzelo Ministrstvo za kulturo (Open Society Institute 2005). Kljub političnemu nadzoru, bi morali biti akterji obeh strani - tako zaposleni v javnem televizijskem servisu, kot tudi politiki v odboru - iskreni in pravični. Predvsem bi morali na odgovornih mestih sedeti tisti, ki nimajo nobenih vzrokov za osebne privilegije. Konflikti interesov zaposlenih so danes velik sovražnik neodvisnosti v medijih nasploh, ne samo v javnem sistemu. Potrebno je postaviti prave standarde in od njih ne odstopati (Milosavljevič 1996).

Prva dolžnost javnih nekomercialnih televizij naj bi bila, da ne ustvarjajo profita z reklamami in s sponzorskimi oddajami, saj jim delovanje omogoča denar iz naročnin in iz državnega proračuna. Po Gornhamu je moč javnih televizij v načinu, kako v praksi poskušajo razviti družbene odnose, ki niso gospodarske, ampak politične narave, in kako se poskušajo izmakniti državnemu in političnemu nadzoru, saj so ljudje oziroma gledalci obravnavani kot racionalna politična bitja in ne kot potrošniki (Gornham 1986, 45). Javna televizija ima raznoliko programsko ponudbo, saj naj bi ravno ta vzgajala dobre, razgledane državljane in se izogibala lahkotnim programskim vsebinam, ki jih želi občinstvo. Program javne televizije naj bi bil informativne, kulturne, izobraževalne narave. Določala naj ga bi vladajoča elita, saj bi tako ustvarjala in vzdrževala nacionalno identiteto in kulturo ljudi ter s tem pripomogla tudi k aktivni javnosti, kar je po besedah mnogih teoretikov pogoj za demokratično ureditev države (Splichal 1995, 3). Občinstvo ni trg, ki ga je treba osvojiti, ampak javnost, ki ji je treba služiti (Erjavec in Volčič 1999, 41).

Skoraj večina javnih servisov evropskih držav še vedno vztraja pri pogojih, ki jih je zapisal Oddelek za raziskave RTV sistema iz leta 1985 pri BBC-ju:

- zemljepisna univerzalnost, kar pomeni, da je dostop do istih storitev omogočen vsem
- oddajanje za vse interese in okuse
- oddajanje za manjšine: RTV organizacije imajo odgovornost, da vsem, še posebej prezrtim manjšinam, pokažejo, da pripadajo isti nacionalni skupnosti z istimi identitetami
- oddajanje za »nacionalno identiteto in skupnost«
- neodvisnost od posebnih interesov in vlade
- konkurenčno tekmovanje glede kakovostnih oddaj in ne kvantitativnih oddaj
- smernice v prid osvobojanju oblikovalcev programa in ne k njihovem omejevanju (Broadcasting Reseach Unit v Erjavec in Volčič 1999, 37–38).

Splichal navaja podobne temeljne funkcije javnega RTV sistema:

- občinstvu mora nuditi izobraževanje, obveščanje in zabavo
- služiti mora tako nizkim (manj zahtevnim), kot tudi visokim okusom
- zagotavljati mora univerzalno dostopnost po vsem ozemlju
- zagotavljati mora programsko ponudbo za manjšine – etnične, jezikovne, starostne, regionalne in verske (Splichal 1995, 4).

Kriza javnega RTV sistema je nastopila v 80-ih letih prejšnjega stoletja. Problem, ki ga danes vsi izpostavljajo, je izguba prepoznavnosti javnega servisa. Ena izmed pomembnih definicij javnega servisa je bila, da je ta vitalni element demokracije in kulturna dediščina moderne evropske družbe. Temelji predvsem na transparentnosti, neodvisnosti in profesionalnosti. Ima točno določeno ekonomsko zakonodajo in programsko zakonodajo. Je znatno bolj omejen kot komercialni medijski sistem, ki predstavlja veliko grožnjo delovanju javnega sistema. Izguba identitete javnega servisa je predvsem v tekmovalnosti z drugimi privatnimi servisi. Velik pokazatelj boja med komercialno televizijo in javno televizijo je izbira televizijskega programa. Ta se spreminja oziroma prilagaja okusu publike, industrijskim inovacijam ter konkurenčnosti. Televizijski program javne televizije postaja vedno bolj podoben programu televizijskega komercialnega medija. Na komercialni televiziji ponujajo tabloidne vsebine, saj te privlačijo občinstvo (Trček 2009). Predvsem gre za spreminjanje oblike: vedno več je hibridnih prispevkov, ki so narejeni tako, da bodo gledalca čim bolj pritegnili (Kalin, Golob in Poler, Kovačič 2005). Gre za mešanje

informativnih in zabavnih zvrsti v televizijskem novinarstvu (Dahlgren 1995) Za primer naj navedem poročanje o resni tematiki, v ozadju pa zvok sproščujoče glasbe, ali pa resne pogovorne oddaje z lahkotno zabavnim pristopom. Novice gradijo na senzacionalističnih in grotesknih prvinah. Tipični žanri komercialnega televizijskega programa so nizko proračunski žanri: resničnostni šovi, komercialni filmi, razne lahkotne nanizanke, limonadnice, kvizi, lokalno zabavni program ter oglaševanje. Programski zakon javne televizije zahteva: program za manjšine, program za otroke, kulturni program, resnejše raziskave, izobraževalni program, raziskovalno novinarstvo, regionalne novice, ki jih na komercialni televiziji skoraj ni. Javna televizija naj bi služila različnim interesom ljudi in naj bi ne bila podrejena ekonomskemu trgu. V nekaterih državah je komercialni televizijski program zelo neopredeljen, tako kot tudi program javnega servisa. Gre za države: Bosna in Hercegovina, Bolgarija, Litva, Latvija, Makedonija, Poljska in Slovaška. V Nemčiji ter Veliki Britaniji ima komercialna televizija enake programske zahteve kot jih ima program javne televizije.

Kar se tiče neodvisnosti novic in novic z resnejšo raziskovalno tematiko, sta si obe televiziji podobni. Obe sta, sicer že pod manjšim pritiskom, kot sta bili včasih, vendar še vedno podležeta lastnikom oziroma vlagateljem, političnim strankam in trgu. Količina novic z raziskovalno tematiko pa je minimalna, saj so take novice zahtevnejše, časovno daljše ter dražje.

V bivših socialističnih državah (po razpadu komunističnega sistema), kjer si zdaj svoja vrata odpira kapitalizem, vzpodbujajo sistem javne televizije. Zahteve kapitalizma se namreč ne ujemajo s predpisi javne televizije. Evropejci, še posebej samostojni podjetniki, so vzor urejenosti javne televizije videli v ameriškem komercialnem sistemu. Naj poudarim, da državna in družbena lastnina nista nujni pogoj za javni RTV sistem, saj lahko ta sistem tudi v zasebni lasti izpolnjuje obveznosti. Deregulacija oziroma svobodno podeljevanje prostih frekvenc je privatnikom še povečalo možnost registracije svojega lastnega televizijskega medija. To pa po mnenju teoretikov še zdaleč ni največji problem. Kot že navedeno, je zanje glavni problem ta, da javne televizije postajajo vse bolj podobne komercialnim. Namesto da bi ponujale raznolik program, predvajajo cenene ameriške, mehiške in podobne nadaljevanke (soap), v občinstvu vidijo predvsem potrošnika, saj neprestano predvajajo oglasna sporočila, lastnega programa je malo (Erjavec in Volčič 1999, 41–47).

Vesna Laban konkretnije predstavi načine približevanja javne televizije komercialni, in sicer se v televizijskih oddajah z resnejšo vsebino, kot so npr. informativne oddaje,

pojavnajo spremembe stila in načina napovedovanja informacij. To se kaže v uvedbi voditeljskih parov, oglaševanju teh voditeljev kot zvezdnikov, pomenkovanju, vpeljevanju dramaturških tehnik pripovedovanja zgodb ter večjem vključevanju mnenj »ljudi z ulice« v novinarska besedila, ki gledalcem dajejo možnost identifikacije (Laban 2007b, 17).

## **5.2 Komercialni televizijski sistem**

Pogoj za neodvisno in zaupanja vredno komercialno televizijsko postajo je transparenten pogled v lastništvo same postaje. Največji problem komercialnega sistema je v nekvalitetnem televizijskem programu, kar je le posledica želje po velikem prihodku. Da bi pri zaposlenih omejili želje po čim večjem zaslužku, ima tudi komercialni sistem predpise. Te obveznosti so vezane na specifično zakonodajo oddajanja programa in na licenco oddajanja. Tako javna kot tudi komercialna televizija sta vezani na splošne zahteve oddajanja programa, ki naj bi ščitil manjšine, se izogibal nasilju in erotičnim vsebinam pred deveto uro zvečer, posebno pozornost pa namenjal oddajam z etično in religiozno vsebino. Večina teh predpostavk izhaja iz pravilnika EU television. V nekaterih državah komercialna televizija s soglasjem regulacije oddajanja dobi dovoljenje za status privatne televizije.

Kot v vsakem poslu, je tudi v privatnem medijskem sistemu pomemben vodja. Da bi zaslužili denar, mora vsaka komercialna televizijska postaja s svojim ustvarjenim oglaševanjem in izdelki pritegniti občinstvo. Vendar pa se televizija ne more primerjati z drugimi podjetji, saj tako kot država nosi širšo odgovornost za celotno družbo; s svojo distribucijo namreč vpliva na razvoj in miselnost javnosti.

V komercialnem sektorju je največ negativnega povzročila liberalizacija koncentracije lastništva, ki tvega televizijsko raznovrstnost ter pluralizem v uredniški neodvisnosti (Bašič-Hrvatini 2005). Če je koncentracija lastništva v rokah enega lastnika, je večja možnost za politično, osebno, ideološko in komercialno korist v medijski sferi. Zadnje desetletje se je v medijski industriji utrdilo nekaj ogromnih medijskih oblasti preko kontinenta in lokalnih trgov, ki so prišle v roke le parim medijskim skupinam. Tudi tam, kjer je zakonodaja usmerjena proti medijski monopolizaciji, je televizijska korporacija izkoristila svobodni zakon šibke regulacije in tako še povečala lastniško sfero. Običajno privatniki, ki imajo v lasti ogromno medijskih podjetij, skrijejo sledi o lastništvu s pomočjo zunanjega prava, ki zagovarja skrivnost lastništva ali pa najamejo prebrisano

lastniško strukturo, ki se izogiba kakršnikoli preiskavi regulacijskih organov (Open Society Institute 2005).

Višja stopnja koncentracije lastništva je v Zahodni Evropi. Posamezni lastniki so izkoristili tudi mlajši medijski trg v Vzhodni in Centralni Evropi, saj so investirali v kar nekaj televizijskih postaj. Nekatere države, kot na primer Slovenija, so se ustrašile tujih vlagateljev in s tem povzročile, da je medijska koncentracija v rokah malo številčnih domačih lastnikov (Bašič-Hrvatina in Milosavljevič 2001). Države si prizadevajo da bi vpliv lastništva omejile z zakonom, ki prepoveduje sporazume z istim lastnikom. Ponavadi medijsko podjetje ne sme poslovati z dvema istima lastnikoma ali oddajati na istem geografskem prostoru. Na primer zakonodaja prepoveduje operirati z dvema nacionalnima televizijskima postajama oziroma z dvema nacionalnima radijskima postajama. V nekaterih državah je prepovedano imeti lastništvo nad tiskanimi in hkrati nad elektronskimi mediji (Bašič-Hrvatina 2004). V Bolgariji, Litvi in na Poljskem ni omejitev za lastništvo. Poseben primer je Estonija, ki se brani na račun majhnosti, saj lastništvo ne vidijo kot grožnja, ampak kot edino možnost za preživetje medijskega podjetja (Open Society Institute 2005).

Če ni lastništvo transparentno javnosti, ta ne more presoditi, ali je delo medijskega podjetja profesionalno ali je podrejeno interesom posameznih voditeljev in nenazadnje tudi zaposlenih v njem.

Ena izmed glavnih razlik med javnim in komercialnim televizijskim sistemom komercialnim je zagotovo financiranje servisov. Komercialni sistem se financira izključno z oglaševanjem in drugimi komercialnimi dohodki, kot so sponzoriranje in televizijska prodaja. Na medijskem trgu televizijski medij prevladuje v količini predvajanja oglaševanja nad radijskim in tiskanim medijem. Kljub temu da je Zahodna Evropa po razvitju medijskega trga na splošno glede oglaševanja v medijih v prednosti, ji Vzhodna in Centralna Evropa naglo sledita (Open Society Institute 2005).

Porast privatnih televizijskih postaj je bistveno spremenil celotno televizijsko podobo v prej navedenih državah, saj je prisilila tvorce državnega medijskega sistema, da pomladijo svoje predpise, če želijo preživeti v boju s komercialnimi televizijskimi postajami. Zato Dahlgren ugotavlja, da je televizijsko novinarstvo v fazi intenzivnega spreminjanja in preizkušanja (Dahlgren 1995). V zgodnjih časih svojega delovanja so komercialne postaje v teh državah začele predvajati dinamične novice, politične vsebine in uvedle preiskovalno novinarstvo, danes pa se je vsebina zamenjala z lahkotnim, zabavnim programom in senzacionalno narejenimi novicami. Samoregulacija v



komercialni televizijski sferi v prehodnih državah (države v razvoju) je minimalna. Največkrat zapade pod posredni in neposredni pritisk politike in preveliko ekonomsko odvisnost. Pravilna regulacija trpi v večini držav. Poleg tega pa so novinarji premalo plačani in morajo molče sprejeti delovne ponudbe in pogoje ter nižji standard posameznih televizijskih postaj, saj se bojijo izgubiti zaposlitev (Open Society Institute 2005). Skoraj v vsaki Evropski državi prihaja tudi do skrajnih primerov, ko je življenje novinarjev celo ogroženo (World Press Freedom Review 2006).

## 6 TELEVIZIJSKI SISTEM V RUSIJI

Televizija je prevladujoč medij na ruskih tleh. Pravijo, da se je razvijala kot propagandno orožje v času Sovjetske zveze. Raziskave iz leta 1995 kažejo, da je imelo takrat 98,8 odstotkov gospodinjstev doma televizijski sprejemnik. Po razpadu Sovjetske zveze je moralo veliko ljudi iz večjih mest v manjša nerazvita mesta, da bi tam pomagali izboljšati infrastrukturni in ekonomski položaj. Zanje je bila televizija edini vir informacij (Oates in Roselle 2000, 31).

V večini postkomunističnih držav je javna televizija tudi glavna državna televizija, ki jo nadzira aktualna vladajoča politična stranka (Open Society Institute 2005) Primer za takšno situacijo je ravno v današnji Rusiji.

Po letu 1991 je bilo medijsko poročanje svobodnejše. Novinarji so lahko opozarjali na napake takratnih vladajočih. Tudi delež lastništva je bil jasno določen. Problem neodvisnosti je nastopil zaradi pomanjkanja financ in tako je medijskim televizijskim hišam svojo pomoč ponudila država oziroma poslovna podjetja, kjer ima večinski delež država. V Sovjetski zvezi se je najbolj vpliven državni Kanal 1 preimenoval v Javno rusko televizijo (Občestvenoe Rossiiskoe teledidjenje oziroma ORT), ki je v 51-ih odstotkih v lasti državnih agencij, ostalo pa so komercialni vlagatelji. Ta medijska hiša ima v rokah največji tv kanal v Rusiji. Poleg te državne televizije je bila na ruskem trgu tudi javna komercialna televizija NTV. Direktor je bil Igor Malašenko, njen vlagatelj pa direktor bančnega podjetja »MOST« Vladimir Gusinski. Njen program se je hitro razvijal. To je bila televizija, kjer je bil stil oddaj in poročil podoben evropskim. Odlikovala se je predvsem po nepristranskosti in si tako pridobila skoraj polovico takratnega ruskega prebivalstva (Oates in Roselle 2000, 31–32). Med televizijskima hišama se je vzpostavil boj, ki si ga raziskovalci razlagajo kot produktivno tekmovanje med privatno javno televizijo in državno javno televizijo.

Kot sta v svoji raziskavi pokazali Oatesova in Resejeva, je NTV vse do leta 1995, še posebej se je to dobro videlo v času parlamentarnih volitev, dajala manj podpore takratni vladajoči vladi. Njena poročila so bila v času volitev namenjena vsem konkurenčnim političnim strankam, medtem ko je bila na državni televiziji vidna naklonjenost vladajočim in njej sorodnim strankam. Dober primer je bilo tudi različno poročanje v času vojne s Čečenijo, kjer je državna televizija delala propagando svoji vladajoči vladi, NTV pa se je osredotočala na politične probleme, ki so nastali zaradi spora med državama. Leta 1996 pa se je na kampaniji za predsedniške volitve zgodila

nepričakovana sprememba; privatna televizija je namreč pokazala naklonjenost vladajočim in njihovemu kandidatu. Mnogi namigujejo na to, da je NTV morala tako delovati, saj je bila to njena edina možnost za obstanek na ruskem televizijskem trgu. Tudi leta 1999 se ni nič spremenilo. Obe televiziji sta bili podpornici iste politične stranke in sta bili v svojih oddajah ignorantski do drugih kandidatk. V svoj program sta vključevali kratke propagandne novice in posredno začeli nasprotovati tekmujočim strankam. Prav tako Oatesova in Rosellejeva zapišeta, da je kasneje prišlo tudi do obračuna med tema dvema televizijama, in sicer je ORT podprl kremeljsko Združeno stranko, NTV pa njenega največjega tekmeca Domovina - Vsa Rusija, in to samo zato, da bi omilila nepravilno in pristransko poročanje; ni pa se zavzela tudi za druge stranke, ki so kandidirale istočasno. Od takrat pa vse do danes obe najvplivnejši ruski javni televiziji nista več nepristranski, kar je za gledalce slabo (Oates in Roselle 2000, 46–48).

## **6.1 Kanal 1**

Kot je napisano na spletni strani Prvega kanala, je Prvi kanal najbolj razširjen državni televizijski medij v Rusiji. S sedežem v Moskvi njegov signal pokriva 98,8 odstotkov naseljenega ozemlja, kar pomeni, da je tudi najbolj gledan televizijski kanal v Rusiji. Ker gre za ogromno ozemlje - Rusija se namreč razprostira skozi 11 različnih časovnih pasov- je Kanal 1 ruski evrazijski del razdelil na štiri cone. Vsaki coni je prilagodil svoj program (Pervij kanal).

Slika 6.1: Prvi kanal



Vir: Pervij kanal (1. maj 2010)

Na njegovi spletni strani predstavijo tudi svoje zgodovinske in sedanje podatke. Kot drugod po svetu v Evropi, na Bližnjem Vzhodu, v Aziji, Avstraliji, srednji Afriki in severni Ameriki, je tudi na lastnem ozemlju v območju Evrazije njihov televizijski program dostopen preko satelita. Državno televizijsko medijsko podjetje »Sovjetska televizija«, ki je bilo ustanovljeno že v 50-ih letih 20. stoletja in je predvajalo prvi televizijski program, se je po razpadu Sovjetske zveze preimenovalo v »Kanal Ostankino«. Leta 1991 sta ga prevzeli dve privatni televizijski podjetji, in sicer NTV ob večernih urah, in Telekanal 2x2 čez dan. Leta 1995 se je državno televizijsko medijsko podjetje »Sovjetska televizija« ponovno preimenovalo v »ORT«, to je javna ruska televizija. Gre za državno televizijsko podjetje, ki si je po njihovih besedah z raznoliko programsko ponudbo, kjer je poleg masovnega občinstva pomembna tudi bolj zahtevna publika, zopet pridobilo vodilni položaj v sferi televizijskih medijev. Leta 2002 se je preimenovalo v »Prvi kanal«. Njegov prvi direktor je bil Vladislav Listjev, eden najbolj znanih televizijskih novinarjev. Danes je program Kanal 1 sestavljen iz 20 minutnih novic, ki jih predvajajo vsake tri ure. Poleg novic, oddaj, avtorskih oddaj, publicističnih oddaj, ki jih lahko uvrstimo v informativni program, ima Prvi kanal večino vsebin namenjenih sprostitvi. Gre za pogovorne in razvedrilne oddaje (eno izmed njih vodi tudi najpopularnejša ruska pevkva Alla Pugačova), nadaljevanke, nanizanke in večerne filme. Nekaj sprememb programa opazimo v soboto zjutraj, ko predvajajo risanke in

mladinske filme, ter v nedeljo, ko predvajajo druge pogovorne in razvedrilne oddaje (Pervij kanal).

## 6.2 NTV

Podatki, ki nam jih NTV predstavi na svoji spletni strani, so med drugim tudi zadnje raziskave o gledanosti za obdobje od septembra 2008 do julija 2009. Pokazale so, da izmed 14-ih kanalov različnih televizijskih hiš NTV-ju pripada tretje mesto najbolj priljubljenih oziroma gledanih televizijskih kanalov v Rusiji, kar pomeni 14,1 deleža gledanosti. Prvo mesto pripada že zgoraj predstavljeni državni televiziji, ki ima 21 odstotkov gledanosti, z 18,3 odstotki ji sledi drugi državni kanal »Rusija«. NTV je največja javna ruska neodvisna televizija (NTV). Uradno se je registrirala julija 1993. 10. oktobra 1993 je začela s prvim oddajanjem svojega večernega programa na »V kanalu«, ki so ga sestavljale družbeno in politično naravnane novice. Danes ima status najbolj napredne ruske televizijske postaje.<sup>1</sup>Njen program lahko gledajo v vseh bivših državah Sovjetske zveze, v Avstraliji, v Evropi, na Bližnjem vzhodu, v Ameriki, v Kanadi in kar 84 odstotkov prebivalcev v Rusiji. Njena kratica »NTV« po besedah njenega prvega direktorja Igorja Malašenka, ki si je to ime tudi zamislil, ne pomenijo nič trajnega, saj lahko prvo črko N razumemo kot naša, neodvisna ali nedržavna televizija. Od leta 2001 pa naj bi to bila Novoe televidenie - nova televizija. To obdobje je v vodstvo prineslo spremembo. Njenega vlagatelja Vladimira Gusinskega je generalni tožilec junija 2000 obtožil goljufije v njegovih poslovnih sferah. Po prestani zaporni kazni je Vladimir Gusinski zapustil Rusijo in se preselil v Španijo, hkrati pa je na zahtevo takratnega ministra za medije moral svoje podjetje po že določeni ceni prodati drugemu, plinskemu podjetju. Ravno tako je znotraj zaposlenih novinarjev NTV-ja prišlo do razkola, saj so ostali delničarji direktorja zamenjali. Tega naj bi postavil sam Putin, saj je bila ta televizija zanj preveč kritična. Veliko novinarjev je zapustilo svoje mesto na NTV-ju in odšlo na druge televizijske postaje. Veliko jih je protestiralo. Ti protesti so bili politično obarvani. V maju leta 2001 pa je novi plinski vlagatelj izbral ameriškega državljana Borisa Jordana za njenega direktorja; tega so po dveh uspešnih letih zamenjali, češ da je program precej obarvan z dokumentarnimi oddajami o ruski zgodovini, zato naj bi se finančno stanje televizijske postaje poslabšalo. Uredniki so

---

<sup>1</sup> Ker na uradni spletni strani NTV-ja ni skoraj nič objavljenega o preteklosti te produkcijske hiše, so podatki in njen razvoj povzeti iz ruske wikipedije.

bili prisiljeni spremeniti svojo programsko ponudbo. Namesto poučnih nacionalnih oddaj so prišle na spored nadaljevanke (Wikipedia).

Danes so novinarji tega privatnega televizijskega podjetja izredno dobro podkovani, kar nam lahko potrdijo številne nagrade, ki so jih prejeli v zadnjih letih. Tako so po profesionalni plati vzor drugim državnim in privatnim televizijam (NTV).

Slika 6.2: NTV



Vir: NTV (1. maj 2010)

## 7 KDO IMA VPLIV NA PRODUKCIJO TELEVIZIJSKIH NOVIC V RUSIJI

Kot pravi Downing je ruski medijski trg »tekmovalni pluralizem moči« (Downing 1996, 145). Elena Kolcova v svojem članku definira moč kot restriktivno ali produktivno dejanje proti volji medijskih uslužbencev oziroma njihovem končnemu izdelku (Koltosova 2001, 321). Za izhodiščno točko pri svoji nalogi, kjer si prizadeva pojasniti vplive na produkcijo novic na ruskih televizijskih kanalih, si vzame Shoemaker-Reesevo shemo, ki pravi, da se vse v ruskem medijskem svetu podreja interesom elite (Shoemaker in Reese 1996). Kot poudarja Bašič-Hrvatina je v post-komunističnih državah problem, da pri odpiranju novih trgov prihaja do naveze »zasebni kapital-država«, kar se v Rusiji kaže tako, da prevladuje državni televizijski sistem, neodvisne medije pa ukinjajo (Bašič-Hrvatina 1993, 1195).

Razpad Sovjetske zveze je na medijski trg zdajšnji Rusiji prinesel velike spremembe. Za post socialistične države velja, da so bile v času socializma televizijske postaje v rokah ali na strani vodilne politične stranke oziroma so služile vodilnim v stranki. Po padcu komunizma so se začele države vzhodne Evrope zgledovati po zahodni Evropi. Tudi na področju medijev. Veliko medijskih hiš je prišlo v privatne roke. Medijski trg je postal bolj neodvisna institucija. Začel se je uveljavljati komercialni televizijski sistem. Pojavljale so se medijske vojne med političnimi elitami in novinarskimi združenji, vsakdo je hotel večji nadzor in vpliv na medije (Open Society Institute 2005).

V nekaterih postsocialističnih državah so spremembe v televizijskem sektorju povzročile kaotično stanje, brez izoblikovane zakonodaje in jasno zastavljenega legalnega ogrodja. V takšnih situacijah je prišlo do eksplozije nelegalnih televizijskih licenc (Open Society Institute 2005).

Delujoča sfera, ki je v Sovjetski zvezi oblikovala medijski pravilnik predvsem tako, da je uvajala različne cenzure, je razpadla na večje število posameznikov, ki se danes borijo za svoj vpliv na množične medije. Gre za podjetnike, poslovneže in lastnike raznih družb, ki si s pomočjo medijev želijo ustvariti ali še povečati svoj kapital. Kot pravi Kolcova, so ljudje priča pravi informativni vojni. Vsak vplivnež se bori za še več premoženja. V Rusiji so skoraj vsi mediji, vključno s privatnimi medijskimi hišami, tako imenovanega zunanjega tipa; to pomeni, da denar, ki ga je prislužila določena televizijska postaja, ni namenjen za kasnejše ustvarjanje in medijsko produkcijo televizijskega programa, ampak gre v žep lastnika (Kolcova 2001, 321–322). Poljska, Madžarska, Slovaška, Češka, Hrvaška, Makedonija in Albanija- države, ki so imele v

preteklosti komunistično ureditev, imajo, kot pravi Bašič-Hrvatina, skupne značilnosti: močno tuje lastništvo, tesna povezanost med zasebnimi lastniki in nosilci ekonomske ter politične moči, šibak javni servis oziroma monopolna javno komercialna televizija, naraščajoče število komercialnih radijskih in televizijskih postaj (Bašič-Hrvatina 1993, 1194). Ruski medijski trg je poln lastnikov, ki jim ni pomembna kvaliteta izdelkov, ampak skozi medij ustvarjajo svoj poslovni ter politični vpliv. Kolcova pravi, da gre najpogosteje za bogate ljudi, ki finančno pomagajo medijskim hišam in za to zahtevajo povratne usluge. Če se z medijem ne uskladita, ga lahko posameznik izsiljuje, saj je obstoj medija odvisen od njegove finančne pomoči. To nam potrjuje tudi primer Borisa Brezovskega, ki je imel vpliv na prvi nacionalni televizijski kanal. Veliko medijev je v privatnih rokah podjetnika, vendar je na papirju lastnik novinar, ki je pravemu lastniku podrejen, država in drugi ljudje pa zmanipulirani. Tako se skrije nadzor in vpliv pravega direktorja. Ta s svojimi omejitvami in predpisanimi temami zahteva od urednika kot tudi od novinarjev, da se jih upoštevata in jih mora televizija objavljati. Na neki televiziji je urednikom celo prepovedan pogovor s konkurenčno politično stranko v njihovih pisarnah (Kolcova 2001, 321–325).

Oglaševanje je precej prikrito. Država ne kontrolira oglasov, vsak program lahko predvaja vse, samo da investira v državne obveznosti. Veliko novic je plačan prikrit oglas. Da bi ta početja še bolj prikrili pod »novico«, grafično napišejo besedo »zakaz«, kar v ruskem jeziku pomeni, da gre za naročeno novico. Kot navaja Kolcova, te oglase medijske hiše prostovoljno posredujejo. V večini primerov jih ne naroči oglaševalska agencija. Navadno so taki oglasi predstavitve raznih organizacij ali podjetij, ki potrebujejo nekaj več kot samo reklamo. Tako novinarji naredijo pozitiven prispevek, ki ga uredniki uvrstijo v program dnevno-informativne oddaje. Dober primer je navedla Kolcova, ki je napisala, da je nek novinar v času božiča želel na televiziji predstaviti delavca, ki je zaposlen v tovarni, kjer izdelujejo novoletne jelke. Vendar se je novinar lahko z njim pogovarjal le pod pogojem, da predstavi poleg dela delavca tudi njegovo podjetje. Ker novinar tega ni želel, ni dobil od direktorja dovoljenja za objavo tega prispevka (Kolcova 2001, 321–324).

Obstajajo pa tudi takšna podjetja, ki imajo svojo oddajo na televiziji. V Moskvi celo fakulteta, ki v svoji oddaji nagradi zmagovalce, bodoče študente, tako da jim ni potrebno opraviti zaključnih izpitov (Kolcova 2001, 324–325).

Naslednja kategorija, ki ima moč, je »država brez države«. Gre za izvršilne in zakonodajne državne organe, kot so policija, politiki, državna uprava, državne



izobraževalne institucije in zdravstvene organizacije. Problematično je predvsem to, da ljudje, ki naj bi delali v dobro države, svoj položaj izrabljajo za svoje privatne namene in ne za državo samo. Leta 1998 so regionalna elita Dume, moskovski župan, guverner v St. Peterburgu in namestnik ministra za kulturo tekmovali, kdo bo pokrovitelj sankt-peterburške televizije Kanal 5. V Evropi imajo z zakonodajo določene pogoje, kdaj lahko država vstopi v sfero medija, medtem ko v Rusiji vplivne skupine prodrejo na vrh medijev neformalno, saj so pri tem svobodni. Država ima negativno strategijo za sankcioniranje, saj ni pravila. Kaznuje po svoji izbiri in najpogosteje le tiste medije, ki objavijo nepravilnosti v zakonodaji. Državni zastopniki smejo uporabiti vse institucijske vire za svoj vpliv v medijih. Država velikokrat nagaja neposlušnim medijskim hišam. Lahko jim zaračuna najemnino, lahko jim izklopi vodo, elektriko, lahko jih izseli iz prostorov, jih prijavi sodišču zaradi obrekovanja... Zanje medijske hiše ne plačajo, ampak povečajo objavo prispevkov, ki so v korist države. Država ima možnost, da mediju prepreči delovanje. Edina privatna nacionalna televizija NTV je bila denarno sankcionirana, ker je delovala po normativih Evrope, to pomeni, da je svoj denar vlagala v kakovostno televizijsko produkcijo. Dogaja se tudi, da se medij proda neki državni organizaciji. V večini organizacije dajejo novinarjem odprt, prijateljski videz in jih na tak način pretentajo (Kolcova 2001, 325–326).

Mediji oziroma zaposleni v medijih, predvsem poročevalci so velikokrat izpostavljeni nasilju. Grozijo jim kriminalci pa tudi razne službe, kot so policija, vojska, tajne službe in celo mafija. Te ne dovolijo objave določenih tem. Uničujejo kamere, izsiljujejo, grozijo po telefonu. Včasih policija novinarje celo pridrži v priporu. Kot poudarja avtorica tega članka, Koltsova, se to dogaja povsod po svetu, razlika med Rusijo in drugimi evropskimi državami je le v ideologiji. V drugih državah lahko govorimo o hegemoniji, medtem ko za Rusijo to ni moč trditi, saj ta nima enotnega centra in bazičnih vrednot, ki so pogoj zanjo. Posledica takšne politike je slabo upoštevanje občinstva. Mediji ustvarjajo zase, saj so podrejeni ljudem, ki jim je mar le lastna kariera (Kolcova 2001, 326–327).

Pritiski se izvajajo tudi znotraj same medijske hiše. Večina novinarjev je podrejenih svojim direktorjem. Ti direktorji zaposlujejo urednike in novinarje, ki jim zaupajo. Gre za pritisk, ki je navidezno odsoten, pravi Koltsova. Veliko je tako imenovanega političnega nadzora, ki poleg poročevalskih standardov novinarje nadzoruje in omejuje. V Ameriki so novinarji svobodnejši, kar se kaže v njihovi nadvladi v svojih prispevkih (Kolcova 2001, 327–329).

Več moči imajo novinarji v odnosu s svojimi viri informacij. Vendar je več odprte podkupnine med samim vodstvom medija in virom, kot pa med posameznim novinarjem in virom. Primer so že omenjeni prikriti oglasi. Odnos novinar-vir je v drugih evropskih državah vzajemen, ampak to ne velja za Rusijo. Kot zapiše Kolcova, tu viri niso avtonomni oziroma med seboj enakovredni. Novinarji upoštevajo vire po stopnjah moči. Zanje niso pomembni kot pomoč pri informaciji, ampak jih ocenjujejo po njihovem statusu. Viri informacije so tudi bolj skrivnostni pri posredovanju nekaterih dokumentov ali pa ne želijo govoriti o določenih temah. Spet drugi viri, npr. uslužbenci pri stikih z javnostjo ali raziskovalci molčijo ali prekinejo raziskovanje, ker jim ne namenijo dovolj denarja za raziskavo in ker so zelo malo plačani (Koltsova 2001, 329–333).

Že pokojna novinarka Ana Politkovska je v svoji knjigi izredno kritična do Putinove oblasti. Med drugim ga obtožuje, da preko državne televizije pere možgane ruskemu prebivalstvu, saj naj bi ta poročala enostransko in nepravilno. Namesto da bi Putinovi sodelavci (sodniki, generali in podjetniki) odgovarjali za svoje zločine, jih na nacionalni televiziji, ki je last države, predstavijo kot nedolžne, neškodljive in dobre ljudi. Druga obtožba Politkovske govori o popolni ignoranci urednikov informativnih oddaj, ki v svoj sklop ne vključujejo problematičnih dogodkov, ki bi škodile vladi, ampak poročajo o čisto drugih stvareh. Za primer navaja poročanje televizij po terorističnem napadu na rusko osnovno šolo v Beslanu: »Prebivalci Beslana so dobili občutek, da so nanje pozabili. Televizija je poročala samo o dobrih novicah, o pomoči, ki so jo dobili talci, o kupih sladkarij in igrač, ki so jim jih poslali. Nihče se ni vprašal, kaj se je zgodilo s tistimi, ki so izginili brez sledu.« (Politkovska 2007, 261). Boris Čibej tudi opozarja, da je v današnji Rusiji zelo razširjena oblika manipulacije v politični komunikaciji (manipuliranje s stališči gledalcev, bralcev in poslušalcev, skratka vseh tistih, ki so uporabniki medijskih vsebin). Te vsebine oblikujejo politični akterji sami. Za primer prav tako Politkovska navaja poročanje državnih televizij ob napadu teroristov na osnovno šolo v Beslanu v Severni Osetiji. Pravi, da je le televizija NTV poročala neposredno iz kraja dogodka, medtem ko so druge televizije predvajale holivudske filme (Čibej 2004, 4).

## **8 PRIMERJALNA ANALIZA DVEH RUSKIH OSREDNJEINFORMATIVNIH TV ODDAJ**

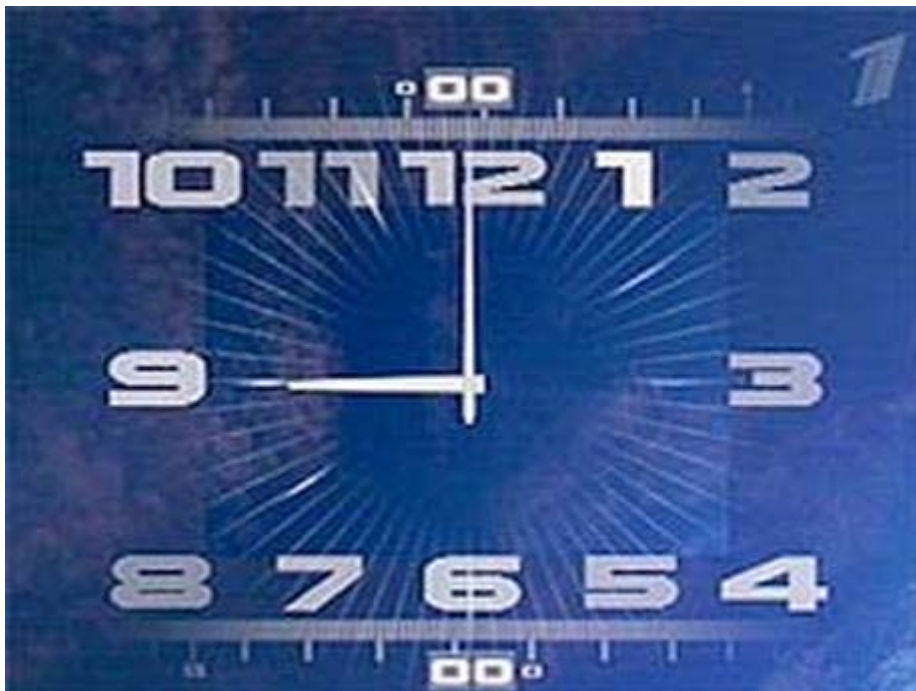
### **8.1 Kratka predstavitev informativnega programa obeh ruskih televizijskih postaj**

Na obeh ruskih televizijah nisem opazila osrednje informativne oddaje oziroma dnevno-informativne oddaje, ki bi bila povzetek vseh dnevnih novic, kot smo navajeni pri nas, kjer imata obe naši glavni televiziji pripravljen svoj televizijski program, tako da ob 19.00 naredijo povzetek vseh pomembnih dnevnih dogodkov, o katerih so že ali pa še niso poročali. Tako imamo na slovenski javni nacionalni televiziji vsaki dve uri možnost spremljati pomembne dogodke iz Slovenije in iz tujine. Te kratke oddaje trajajo petnajst minut, saj ob 19.00 namenijo celo uro osrednji informativni oddaji. Nekoliko razširjena je še večerna informativna oddaja Odmevi ob 22.00, saj vanjo vključijo tudi goste. Prav tako je na naši komercialni televiziji POP TV. »24 UR« je enourna dnevnoinformativna oddaja. Na sporedu je za kratko petnajstminutno informativno oddajo, ki je na sporedu ob 17.00, ter pred polurno večerno informativno oddajo, v kateri okoli 22. oziroma 23. ure predvajajo še zadnje novice dneva.

Na najbolj gledanih ruskih televizijah ni tako, saj njihov program ne predvaja informativne oddaje, ki bi bila daljša od dvajset minut. Vse informativne oddaje so enako dolge, na sporedu pa jih lahko gledamo na vsaki dve uri ali na vsake tri ure. Govorim o poročevalski oddaji, ki nam posreduje novice iz Rusije in sveta.

Na Prvem kanalu se novice predvajajo že ob treh zjutraj, sledijo jim novice še ob petih zjutraj. Čez dan je še sedem dvajset minutnih informativnih oddaj. Točno ob 21.00 je na sporedu že tradicionalna informativna oddaja »Время«, kar v našem jeziku pomeni »Čas«. Gre za oddajo, ki je na sporedu že 40 let. Vse od leta 1968 je to najbolj priljubljena informativna oddaja v Rusiji. V letih 2002, 2006 in 2007 je bila celo nagrajena kot najboljša informativna oddaja v Rusiji. Tudi ta oddaja traja čez teden in ob sobotah samo od petnajst do trideset minut, ob nedeljah pa je enourna z naslovom »Nedeljski čas«, saj je poleg novic vključena še analiza dogodkov celega tedna (Pervij kanal).

SLIKA 8.1: Začetna špica osrednjeinformativne oddaje »Čas«



Vir: Pervij kanal (1. maj 2010)

Na komercialni televiziji NTV se jutranji program - razen ob sobotah in nedeljah - začne ob 6.00 s kratkimi novicami, ki jih predvajajo skozi vse jutro. Naslednje novice so ob 10.00, 13.00, 16.00, 19.00 in 23.00 (slednje ob petkih ni). Vmes med njimi na NTV-ju ob 15.30 in ob 18:30 namenijo za neobičajne ali izredne dogodke, ki so se zgodili po svetu ali doma. Ob koncu tedna je jutranji program namenjen otrokom in mladini, tako da so prve novice šele ob osmih zjutraj, naslednje pa ob 10.00, 13.00, 16.00 in 19.00. Pomembno se mi zdi, da je v nedeljo večerna informativna oddaja dolga kar 55 minut, za njo pa ob 20:55 predvajajo tudi tedensko poročilo o izrednih dogodkih. Vse informativne oddaje trajajo pol ure in se imenujejo »Сегодня«, kar pomeni »Danes«. Analizirala bom informativno oddajo, ki je na sporedu vsak dan ob 19:00, le ob nedeljah, kot sem že prej omenila, je malo drugačna, in sicer gre za pregled najpomembnejših dogodkov v skoraj enourni tedenski informativni oddaji »Сегодня. Итоговая программа«, kar pomeni »Danes. Izidi«. Oddaja svoje gledalce seznanjanja z aktualnimi dogodki. Pomembna je ažurnost, zato te oddaje dogodek le na kratko predstavijo, vendar ga ne analizirajo. Kot pravijo na svoji spletni strani, je vsakodnevna informativna oddaja njihova vizitka. Z oddajanjem novic so začeli leta 1993 v Sankt-Peterburgu in kmalu postali priljubljena domača informativna oddaja. Njihovi dopisniki

po vsem svetu poročajo o politiki, gospodarstvu, kulturi, športu ter o zanimivih dogodkih doma in po svetu (Pervij kanal). Pomembno je tudi, da ima NTV prilagojen program novic, in sicer ene ureja redakcija iz Moskve, druge pa redakcija iz Sankt-Peterburga. Analiza zajema novice iz moskovske redakcije.

SLIKA 8.2: Začetna špica osrednja informativne oddaje »Danes«



Vir: NTV (1. maj 2010)

## 8.2 Izbira vzorca

Z vzorec je določenih štirinajst naključno izbranih oddaj informativnega programa dveh različnih ruskih televizij. Gre za oddaje, ki so bile predvajane:

v nedeljo, 4. oktobra

v torek, 6. oktobra

v sredo, 7. oktobra

v četrtek, 8. oktobra

v torek, 13. oktobra

v sredo, 14. oktobra

v petek, 23. oktobra.

Prva osrednja informativna oddaja je polurna oddaja »Čas«, ki je na sporedu vsak dan ob devetih zvečer na ruski državni televiziji, druga pa je dvajset minutna osrednja informativna oddaja »Danes«, ki jo predvaja vsak dan ob sedmih zvečer ena izmed najbolj gledanih komercialnih televizijskih postaj NTV.

### 8.3 Ravni analize

V vzorec je zajetih sedem oddaj »Danes« in sedem oddaj »Čas«, kar je skupaj štirinajst oddaj. Po času analiza obravnava šestkrat po dvajset minut programa med tednom in šestdeset minut programa med vikendom na komercialni televiziji, k temu pa se prišteje še šestkrat po trideset minut programa med tednom in devetdeset minut programa med vikendom na državni televiziji. Vsota celotnega časa oddaj je štiristo petdeset minut. Nujno je opozoriti, da analiza ne vsebuje natančne meritve časa vseh prispevkov (segmentov), ampak je čas zaokrožen na polne minute. Ravno tako nisem analizirala slike, saj to ni nujno potrebno za razvrščanje dogodkov v tematske sklope, kot tudi ne pri ostalih ravneh v analizi. Tako analiza temelji na govorjeni besedi in ne na prikazani sliki. V analizi oddaj je bila osredotočenost usmerjena na tri elemente:

- Vsak prispevek (segment) je glede na tematiko uvrščen v tematske sklope, saj je bilo potrebno poiskati odgovor na vprašanje v drugi hipotezi. Primerjava rezultatov bo pokazala, kateri tematski sklopi so bili v analiziranih oddajah deležni večje oziroma manjše pozornosti.
- Način podajanja novic oziroma govor ter poročanje novinarjev v njihovih prispevkih je analizirano tako, da se osredotoči predvsem na sam jezik, kjer se išče segmente senzacionalizacije in dramatiziranja v nasprotju z golim objektiviziranim poročanjem. Pozornost je bila usmerjena sem na to, ali so se novinarji izogibali prikritemu oglaševanju, ali je bilo veliko prispevkov iz tujine, kako so pripravili prispevek (na primer z uporabo osebnih zgodb, virov, identifikacija oseb in virov informacij v prispevkih s kriminalno ali sodno tematiko), katere izjave ljudi so novinarji vključili v svoje prispevke, način podajanja informacij (tabele, grafi, odigrani prispevki) ... Prav tako se je spremljalo prispevke, ki so bili strankarsko obarvani. Analiza namreč vsebuje tudi primere, kjer se kaže politična predanost vladajoči stranki zdajšnjega ruskega predsednika Dmitrija Medvedjeva in premiera Vladimirja Putina. Predvsem je nenavadno, kako pogosto se pojavljata v prispevkih.

- Vloga voditelja oziroma voditeljev skozi oddajo. Način njihovega povezovanja oddaje in s tem njihovi posegi v prispevek, vmesni dialog, prispevek tretjega voditelja v studiu, njihov govor ter učinek, ki ga ob gledanju oddaje dobi občinstvo.

## **8.4 Oddaje in segmenti**

### **8.4.1 Oddaje**

»Nedeljski čas« na državni televiziji Prvi kanal

Gre za informativno oddajo v živo, ki povzema najpomembnejše dogodke preteklega tedna. Poročila so obsežna, v nekaj primerih gre celo za reportažo. Informativna oddaja traja 90 minut. Sestavljena je iz dveh delov. Ne vsebuje vremenske napovedi, športa in zabavnih vsebin. Povezuje jo urejen moški srednjih let, Peter Tolstoj. Stalni voditelj skozi vso oddajo sedi za pultom, na katerem je prenosni računalnik. V ozadju lahko vidimo veliko računalnikov ter televizijskih ekranov (monitorjev). Barve studia so močno hladne in tople. Izstopa rdeča. Skozi oddajo je opaziti, da je na ekranu vedno označeno, če gre za arhiv in pri vsakem poročilu je v levem zgornjem kotu naveden kraj oziroma občina, v kateri se je zgodil pomemben dogodek. Tujcev, ki v poročilih dajejo izjavo, ni veliko, kadar pa so, ni podnapisov, ampak jih sinhronizirajo. Vedno navedejo ime, priimek ter vlogo človeka, ki govori. Zanimivo pa je, da niso v nobenem poročilu navedli imena predsednika Rusije Dmitrija Medvedjeva. Na koncu vsakega poročila preberejo imena novinarjev, ki so poročilo pripravili. Vsa poročila so vezana na Rusijo, kar pomeni, da tudi poročanje iz tujine navežejo na rusko tematiko. Pred nekaterimi poročili je vmesna najavna špica z naslovom, ki napove vsebino samega poročila. Oddaja se začne z napovednikom.

SLIKA 8.3: Začetna špica nedeljske različice osrednje informativne oddaje »Čas«



Vir: Pervij kanal (1. maj 2010)

#### »Danes. Izidi.« na komercialni televiziji NTV

Napovednik petinpetdeset minutne informativne oddaje se pojavi že med zadnjimi oglasi predhodne nanizanke. Oddaja je iz dveh delov, ki ju ločujejo oglaševalska sporočila. Začetna špica oddaje je kader njenega sponzorja Rostbanke, nato ji sledi ura, ki odštevava sekunde do 19. ure. Oddajo vodi stalni voditelj Kiril Pozdnjakov. Večino oddaje vodi sede za novinarskim pultom. Na mizi ima računalnik in zapiske. V ozadju spremljamo na tv ekranu kadre iz prispevkov (ki se menjujejo) in hladne barve (zelena in modra). Med povezovanjem prispevkov voditelj lahko vstane, tako da vidimo v ozadju dva različna kadra, med katerima stoji voditelj sam. Poročila so včasih med seboj ločena s kadrom, na katerem je napisan njegov naslov. Levo zgoraj vedno napišejo kraj, iz katerega poročajo. Vse tuje izjave tolmačijo (sinhronizirajo). Podnapisov ni. Poročila niso le novice, ampak gre za krajše reportaže, ki največkrat vsebujejo izjave ljudi. Tudi dopisniki oziroma poročevalci večkrat v kamero govorijo svoje besedilo. Na koncu poročila preberejo vse reporterje prispevka, glavnega pa že v napovedniku vsakega poročila, ki ga bere voditelj. Vsa poročila se vežejo na Rusijo, kar pomeni, da ni poročil, ki bi poročala izrecno o dogodku iz tujine. Če poročajo iz tujine, dogodek takoj povežejo z Rusijo. V studiu ni komentatorjev, niti nobenega vklopa v živo.



SLIKA 8.4: Začetna špica nedeljske različice osrednje informativne oddaje »Danes«



Vir: NTV (1. maj 2010)

»**С**ас« ali »**В**ремя« je tedenska polurna informativna oddaja na državni televiziji Prvi kanal, ki se začne točno ob 21.00. Začetna špica je vedno tiktakajoča ura na modri podlagi, v ozadju se sliši glasba. Na začetku nas pozdravi voditelj, ki prebere tudi napovednik, v katerega je vključenih povprečno osem glavnih prispevkov poročevalcev. Oddajo povezujeta voditelja, ki se menjata vsak teden. Prvi teden je oddajo vodil Vitalij Jelisejev, drugi teden pa je v studiu povezovala Jekatarina Andrejevna. Imena novinarjev- avtorjev posameznih novic na koncu preberejo. Levo zgoraj na ekranu je pri vsakem poročilu napisan kraj, kjer se je dogodek zgodil. Voditelj sedi za voditeljskim pultom, v ozadju je mešanica barv. Ker so nekatera poročila relativno dolga za tako kratko informativno oddajo (sami novinarji jih poimenujejo reportaža), voditelji kot tudi poročevalci v kamero in skozi poročilo govorijo izredno hitro. V povprečju poročilo traja od tri do pet minut, najdaljše celo do sedem minut. V oddaji ni oglasnega bloka. Tudi posebne športne rubrike ni. Vreme se v zadnjem poročilu izpisuje spodaj na ekranu in vključuje večja ruska mesta, njihovo temperaturo ter vremenske simbole.

## »Danes« na komercialni televiziji NTV

Večerno informativno oddajo »Сегодня« si gledalci lahko ogledajo vsak dan med tednom in še v soboto. Začetna špica je namenjena njenemu pokrovitelju Gazpromu. Dolga je od dvajset do triindvajset minut. Oddaja poteka v živo, kar nakazuje tudi njena začetna špica s tiktakanjem ure in začetkom točno ob 19.00. Napovednik v povprečju vsebuje izseke šestih poročil, naslovljene »Teme dneva«. Oddajo začne voditeljski par, urejena moški in ženska, stara okoli 40 let. Vsakodnevno se jima je pri statističnem poročilu v studiu pridruži še moški srednjih let, ki svoje poročilo vedno popestri z grafi in tabelami. Tretjemu voditelju v studiu je ime Igor Poletajev. Studio je opremljen s pultom, za katerim sedita oba voditelja, v ozadju lahko opazujemo hladne modre in zelene barvne odtenke. Pri vsakem prispevku sta spodaj v desnem kotu izpisana ime oddaje in kraj, iz katerega poročajo. Vsi viri oziroma tisti, ki so novinarjem posredovali informacije ali izjave, so predstavljeni z imenom, priimkom in položajem (za otroke napišejo samo ime). Poročila so kratka, oglasnega premora ni. Vsako poročilo začneta voditelja, vedno pa preberejo njegove ustvarjalce. Po končani oddaji so kratki oglasi ter vremenska napoved, ki še sodi v sklop oddaje »Danes«.

### 8.4.2 Segmenti oddaj

Obe oddaji sta si po notranji zgradbi zelo podobni. Predvsem je to značilno za oddaje med delovnimi dnevi, medtem ko je nedeljska oddaja drugače strukturirana. Zato sta nedeljski oddaji obeh televizijskih postaj obravnavani posebej.

Petnajst minut pred sedmo na komercialni televiziji predvajajo prvi napovednik osrednje oddaje »Danes«, prav tako na državni televiziji petnajst minut pred deveto uredniki oddaje izberejo v povprečju pet izsekov najpomembnejših dnevnih poročil. Točno ob polni uri voditelj oziroma voditelja izmenično prebereta napovednik, ki vsebuje kratko predstavitev od šest do devet poročil dneva. Manjša razlika med oddajama je v tem, da oddaja »Danes« svoj napovednik naslovijo s »Teme dneva«. Vmesnih napovednikov ni, saj sta obe oddaji časovno omejeni. Prav tako oddaji ne vključujeta oglaševalskega bloka. Vremenske napovedi, kot posebnega segmenta, v oddaji »Čas« ni, saj se ta izpisuje z vremenskimi simboli spodaj na ekranu pri zadnjem poročilu, medtem ko jo na komercialni televiziji predvajajo po kratkem oglasnem bloku že po poslovitvi voditeljev oddaje. Prav tako ni posebnega segmenta, ki bi podajali

športne novice. Športu so namenili čas v zadnjem poročilu, opozoriti pa je potrebno, da je šlo za čas kvalifikacij za svetovno prvenstvo v nogometu, drugih športnih dogodkov ni bilo omenjenih. Po zadnjem poročilu je sledila napoved drugih oddaj in nadaljnega programa. Ta je na komercialni televiziji najpogosteje posneta v obliki pogovora med voditeljema osrednje dnevno informativne oddaje ali voditelj na državni televiziji le prijazno povabi gledalce, da še nadalje spremljajo njihov program. Ni bilo primera, kjer bi se voditelj informativne oddaje neposredno pogovarjal z voditeljem oddaje, ki bo sledila.

Izstopajoča razlika v strukturi oddaj med tednom je stalno poročilo tretjega stalnega voditelja v oddaji na komercialni televiziji. Ta vodi svoj nenaslovljeni del oddaje in vsak dan predstavi statistiko raznih tem, na primer v enem izmed njegovih poročil je bil objavljen grafični prikaz vrednosti dolarja, nafte in zlata na trgu.

Nedeljski oddaji sta od tedenskih oddaj časovno daljši za kar trikrat. Prav tako sta si podobni po strukturi. Obe oddaji »Danes. Izidi.« in »Nedeljski čas« sta na polovici prekinjeni z oglasi, ki zasedejo do pet minut programa. Petnajst minut pred oddajama predvajajo njun napovednik. Razlika, ki je očitna pred začetkom obeh oddaj, je oglas sponzorja Rostbank. na komercialni televiziji, medtem ko državna televizija nikoli pred osrednjo informativno oddajo ni pokazala svojega sponzorja (najverjetneje ga nima). Pred oddajo »Danes« in oddajo »Danes. Izidi.« pa vedo predvajajo sponzorja. Obe nedeljski oddaji se pričneta z napovednikom, kjer predstavijo vsa poročila prvega dela oddaje. V oddajah med tednom v napovedniku niso predstavljeni vsi izseki poročil, ki jih nato predvajajo v sami oddaji. V oddaji sta dva do tri poročila več, kot jih voditelj napove v napovedniku. Po oglasih sledi drugi napovednik poročil in sicer za drugi del oddaje. Za razliko od tedenskih oddaj so v nedeljski oddaji ločila. Gre za kratke spote, ki so umeščeni v oddajo in so namenjeni njeni vizualni in zvočni identifikaciji, dolgi pa so le nekaj sekund. Prpič pravi, da ločila uredniku in voditelju pomagajo premostiti prehod med dvema novicama ali temama (Prpič 2009, 90). Ločila v obeh nedeljskih oddajah vsebujejo tudi naslov prispevka.

Posebej naslovljenih stalnih rubrik oddaja na državni televiziji ne vsebuje. Na komercialni televiziji pa je zadnje poročilo v nedeljski oddaji vedno namenjeno trem osebam, ki so zaznamovale pretekli teden. Ta stalni segment oziroma rubrika se imenuje »Imena tedna«. Poročila so v nedeljskih oddajah - za razliko od tedenskih oddaj - daljše reportaže, saj vsebujejo tudi analizo dogodkov.

Skupna točka, ki jo imajo oddaje med tednom in v nedeljo, je ta, da na koncu vsakega prispevka preberejo imena vseh odgovornih novinarjev. Prav tako pred vsakim poročilom voditelj oddaje na državni televiziji prebere ime in priimek glavnega dopisnika ali poročevalca.

## **8.5 Tematski sklopi**

Delitev po tematskih sklopih in po podsklopih znotraj posameznega sklopa omogočajo v oddajah obravnavane teme, združene v smiselne kategorije. Za razdelitev tem in dogodkov v tematske sklope, kot pravi Prpič, ni ustaljenih pravil, saj si vsak raziskovalec poišče svojo rešitev, ki najbolj ustreza njegovim potrebam (Prpič 2009, 93). Uporabljeni so Prpičevi kriteriji, ta pa se je naslanjal na izkušnje Inštituta za civilizacijo in kulturo –ICK.

Naj še omenim, da v času monopola javnih tv servisov ni bilo veliko različnih informativnih oddaj. Večja paleta različnih informativnih oddaj se je pojavila, ko so na trg prišle komercialne oziroma privatne televizijske postaje. Vse TV postaje so se borile za gledanost svojih osrednjih informativnih oddaj, zato so začele na drugačen način razvrščati teme in dogodke in uvajati različne načine vodenja in nagovora občinstva (Prpič 2009, 94).

### **8.5.1 Tematski sklopi in njihova notranja razdelitev:**

- drugo
- družba/religija
- Rusija<sup>2</sup>
- gospodarstvo/gospodarska politika
- javni servis/socialna država/humanitarno delo
- kultura/zabava/šport/prosti čas
- notranja politika
- sodstvo
- vojne/konflikti/kriminal/varnost
- zunanja politika (Prpič 2009, 94–95).

---

<sup>2</sup> V raziskavi Marka Prpiča je tretji sklop Evropska unija. Raziskava je prilagojena analizi, zato je namesto sklopa EU sklop Rusija.

1. Tematski sklop »drugo« zajema izredne dogodke, raziskave javnega mnenja ter teme, ki so značilne izključno za Rusijo. Ta sklop je bil narejen zato, ker v druge tematske sklope dogodki niso sodili.
2. V tematskem sklopu »družba/religija« so zabeležena poročanja o verskih obredih, praznikih in dogodkih, delovanje civilnodružbenih skupin in pravice posebnih družbenih skupin.
3. »Rusija« - to so poročila o delovanju ruske države, tista, ki so spremljala splošno rusko politiko ali poročajo o odnosih med posameznimi regijami Rusije (gre za državo ogromne površine, kjer je po novem še devet časovnih pasov), poročila o dogajanju v posameznih regijah, odnos teh regij do glavne moskovske oblasti in njenih ustanov. Tu gre tudi za odnos med rusko ustavo in rusko politiko. Posebna pozornost je na ruski kmetijski in zunanji politiki.
4. Gospodarstvo in gospodarska politika – gre za poročila o borzi in vrednostnih papirjih, poročila o delovanju gospodarskih zbornic, o dogajanju v finančnem sektorju (banke), o gospodarskem kriminalu, o gospodarskem položaju države, podjetja, posamezne panoge ali regije, o gospodarstvu na splošno, o industriji, o informacijsko – komunikacijski tehnologiji, o kmetijstvu, ribištvu in lovstvu, o nadzoru dela v podjetjih in na borzi, o odpuščanju delovne sile, o stanju podjetij v državni lasti, o prometu, o sejnih in prireditvah, o sindikalni dejavnosti, o stavkah, o storitvah, o turizmu ter rekreaciji, o zamenjavah v upravi oziroma v nadzornem svetu, o zaposlovanju in zavarovalnicah.
5. Javni servis/socialna država/humanitarno delo – sem so umeščena poročila, ki so se nanašala na delovanje humanitarnih organizacij, na invalide, na javni gospodarski servis, na osnovno in srednje šolstvo, na stavke v javnem sektorju, na višje ter visoko šolstvo, na zaposlovanje ter brezposelnost, na zasebno šolstvo, na zdravstvo ter veterino, na javno zdravstvo in znanost.
6. Kultura/zabava/šport/prosti čas – tu so poročila o delovanju kulturnih institucij, o kulturnih dogodkih ter prireditvah, o kulturi na splošno, o medijih, o športu ter športnih prireditvah, o zabavi na splošno ter zabavnih prireditvah, o javnih medijih in zvezdnikih ter in estradnih dogodkih.
7. V notranjo politiko spada veliko podsklopov – gre za poročanja o človekovih pravicah, o davčni politiki, o dogajanju v strankah, o imenovanju in razrešitvah funkcionarjev, o izobraževanju in znanosti, o kmetijski politiki, o korupciji političnih

akterjev, o lokalni politiki, o manjšinah, o nadzoru delovanja notranjepolitičnih akterjev, o notranji politiki v Rusiji in na splošno, o obrambni politiki, o okoljski politiki, o prometni politiki, o proslavah, o socialni politiki, o volitvah in o zdravstveni politiki.

8. Sodstvo – to so prispevki o delovanju sodstva, o sodiščih ter njihovem nadzoru, o posameznih sodnih primerih in o razsodbah ustavnega sodišča.
9. Vojna/konflikti/kriminal/varnost – sem so uvrščena poročila o dejavnosti varnostnih služb, policije in vojske, o kriminalu (kraje, ropi, vlomi ter goljufije), o kriminalu (nasilna kazniva dejanja), o mirnih protestih oziroma demonstracijah, o naravnih in drugih nesrečah, o neredih, o prometni varnosti, o konkretnih prometnih nesrečah, o protestih/demonstracijah/nasilju, o spopadu med državama, o terorističnem dejanju znotraj države, o varnosti na splošno in o vojnih zločinih.
10. Zunanja politika – to je zadnji tematski sklop, v katerega so vključeni novinarski prispevki o bilateralnih odnosih z drugimi državami, o delovanju v mednarodnih organizacijah, o mirovnih procesih, o multilateralnih odnosih države, o nadzoru delovanja zunanje političnih akterjev, o ruski zunanji politiki in o zunanji politiki na splošno (Prpič 2009, 95–101).

### **8.5.2 Analiza po tematskih sklopih**

Prispevki iz obeh osrednjih informativnih oddaj so razvrščeni po tematskih sklopih, ki veljajo za vse države, vendar je pri razvrščanju upoštevana le glavna tema. Skoraj v vsakem poročilu so novinarji poročali o glavni temi, ki so ji dodali še podteme. Za primer si natančneje pogledimo opisan prispevek iz torkove oddaje, ki ga je predvajala državna televizija. Gre za peto poročilo po vrsti, in sicer govori o nasilju nadrejenih v vojski. Nadrejeni vojaki naj bi se s pretepanjem izživiljali nad mladimi začetniki. Prikažejo osebni primer vojaka, ki je pobegnil iz vojašnice. Novinar objavi izjavo mladega marinca, ki potrdi nasilje. Škandal je povzročil oče pretepenega in pobeglega vojaka, ki se je namerno zaletel v avtomobil vojske, ki je hotela pobeglega na silo vrniti v vojsko. Oče se je zaletel vanje zato, da niso sina odpeljali nazaj v vojsko, so pa očeta odpeljali v bolnišnico. Poročilo vsebuje izjavo očeta, ki leži v bolnišnici. Ta potrdi, da se sin skriva pri prijateljih. Slišimo tudi izjavo vojaškega sodišča. Njegov predstavnik po telefonu omeni še drugi pobeg. Naslednja informacija je dogajanje na zabavi, kjer so pijani vojaki pretepli novince. Za konec je dodana izjava direktorja vojaškega tožilstva

v leningrajskem vodstvu, ki obsoja taka dejanja ter obljubi, da bo sledila kazen. Novinar v kamero pove, da že potekata dva kazenska postopka. Torej iz prispevka razberem glavno temo. To je problem nasilja v vojski, nadalje se ta prispevek umesti v tematski sklop Vojne/konflikti/kriminal/varnost. Iz poročila lahko razberemo tudi drugo temo; gre za drugi tematski sklop Sodstvo, saj v prispevku novinar na konkretnem, osebnem primeru pretepenega vojaka, pojasni, kako bo sodišče reševalo prekršek.

V vseh sedmih oziroma šestih (oddaje v sredo, 14. oktobra, ni bilo, ker so predvajali nogometno tekmo med rusko in azerbajdžansko reprezentanco) oddajah državne televizije je bilo skupaj 76 novinarskih prispevkov (poročil). Na komercialni televizijski postaji pa so predvajali 64 poročil v sedmih oddajah. Vseh skupaj je bilo torej 140 poročil (glej Tabelo 8.5.2.2). Vsaka oddaja »Danes« je predvajala devet poročil, izjema je bila le sredina oddaja 14. oktobra, v kateri so posredovali deset poročil. Vseh skupaj je bilo torej 64 prispevkov. To pomeni, da so na državni televiziji v povprečju predvajali štiri poročila več kot na komercialni televiziji.

V oddajah komercialne televizije sta prevladovala dva tematska sklopa, v katerih je bilo zajetih 12 prispevkov. To sta tematski sklop Gospodarstvo/gospodarska politika in Vojne/konflikti/kriminal/varnost. Slednji je na državni televiziji s 17-imi prispevki najbolj predvajani tematski sklop, saj je za 5 prispevkov prehitel drugo uvrščenega. Gre za tematski sklop Javni servisi/socialna država/humanitarno delo. Ta je na komercialni televiziji z desetimi predvajanimi poročili tretji najbolj predvajani tematski sklop. Tretje mesto na državni televiziji si z enajstimi prispevki delita tematski sklop Gospodarstvo/gospodarska politika ter Kultura/zabava/šport/prosti čas. Slednji zaseda skupaj s tematskim sklopom Zunanja politika in Notranjo politiko četrto mesto. Ti trije sklopi so bili kot glavne teme v osmih poročilih. Ravno tako je osem poročil zajemal tematski sklop Notranja politika v oddaji na državni televiziji. Tematski sklop s šestimi prispevki iste televizije je Zunanja politika, ravno tako ima tematski sklop Drugo šest prispevkov, na komercialni televiziji pa le štiri. Vsi do sedaj naštetih tematski sklopi so bili prevladujoči v obeh oddajah. Sledijo tisti, ki so na obeh televizijah predvajali le po dva oziroma po en prispevek. To so tematski sklop Republika Rusija; na komercialni televiziji je bil en tak prispevek, medtem ko sta bila na državni televiziji dva. Popolnoma enako statistiko ima tematski sklop Sodstvo. Najmanj prispevkov je bilo na temo družbenih skupin oziroma verske tematike, ki so podsklopi sklopa Družba/religija. V oddaji »Čas« na državni televizijski postaji Prvi kanal je bil tej temi namenjen le en

prispevek, medtem ko v oddaji »Danes« na komercialni televizijski postaji NTV na to temo ni bilo nobenega prispevka (glej Tabelo 8.5.2.1).

Tabela 8.1: Delitev prispevkov obeh oddaj po tematskih sklopih

<b>Tematski sklop</b>	<b>»Danes« in »Danes. Izidi.«</b>	<b>»Čas« in »Nedeljski čas«</b>
Drugo	6	4
Družba/religija	1	0
Republika Rusija	2	1
Gospodarstvo/ gospodarska politika	11	12
Javni servisi/socialna država/humanitarno delo	12	10
Kultura/zabava/šport/prosti čas	11	8
Notranja politika	8	8
Sodstvo	2	1
Vojne/konflikti/kriminal/varnost	17	12
Zunanja politika	6	8

Tabela 8.2: Skupno število prispevkov v obeh oddajah

<b>Oddaja</b>	<b>Število prispevkov</b>
»Danes« in »Danes izidi«	64
»Čas« in »Nedeljski čas«	76
Skupaj	140

## 8.6 Poročanje novinarjev

Pri spremljanju posameznih oddaj se je sledilo delu in končnemu izdelku novinarjev oziroma poročevalcev. Nekaj prvin v njihovih poročilih je bilo zbranih in se jih je med seboj primerjalo. Rezultat te primerjave je ugotovitev, da so poročevalci oziroma uredniki oddaj določili, da bodo poročali večinoma iz Rusije oziroma, če bodo poročali iz tujine, bodo to navezali na problem Rusije oziroma na samo tematiko Rusije. Ponazorim z naslednjim primerom: v poročilih iz Indonezije, kjer je bil potres, niso v ospredju posledice potresa, ampak ruski prostovoljci, ki so prišli v Indonezijo pomagat. V obeh oddajah so se novinarji korektno odzivali na pravilo prikritega oglaševanja. V dveh poročilih bi lahko prepoznali gradbena podjetja, ki so pripravljala enega večjih



projektov v Rusiji, vendar tega niso izvedli. Spodrsnilo je le novinarjem komercialne televizijske postaje, saj so v prispevek vključili izjavo lastnice trgovine z nakitom, ki se je zapletla v kriminalno dejanje. V tej izjavi je obsojena lastnica povedala, kako njihovo podjetje deluje, hkrati pa je izjavo izkoristila v svoj prid.

Podoben način poročanja imajo poročevalci obeh televizij. V obeh oddajah je zaslediti, da k informacijam, ki opredeljujejo samo poročilo, dodajo osebno zgodbo posameznika, kar poročilo naredi še bolj verodostojno. Za primer naj opišem prispevek iz oddaje na državni televiziji. Ko so novinarji oddaje »Čas« poročali o bodočem zakonu o obvezni uporabi varčnih žarnic, so del prispevka posneli pri običajnem človeku doma, kjer jim je ta pokazal svoje stanovanje in razsvetljavo. Novinarjem je v izjavi povedal, kako je zadovoljen, saj so se mesečni stroški vidno zmanjšali. V drugem primeru, kjer so novinarji obeh oddaj poročali o istem osebnem problemu svojega vira informacij, je objavljeno poročilo o starejši ženski, ki je prostovoljno postala rejnica petletne deklice. Skupaj s skrbništvom pa je dobila tudi kredite dekličine biološke matere.

Obe oddaji, tako »Čas« kot tudi »Danes«, v poročilih o kriminalnih dejanjih popolnoma identificirajo udeležence kaznivega dejanja, njihove žrtve in morebitno vpletene. Tako so s sliko, imenom in priimkom predstavili dekle, žrtev svojega fanta. Za novinarje je bilo namreč zanimivo, da je fant policist. Z objavo poročila so na obeh televizijskih postajah odprli problem profesionalne zahteve, da ima vsak policist orožje. Šlo je namreč za mladega neizkušenega moškega, ki je iz ljubosumja s svojo službeno pištolo ustrelil svoje dekle in sebe.

V poročilu na državni televiziji zasledimo odigran prispevek, kar tudi vpliva na večjo verodostojnost in lažje razumevanje. Za primer lahko navedem prispevek iz oddaje »Nedeljski čas«, kjer so novinarji poročali o nesreči v hidroelektrarni. Odigrali so prizor, kjer preplašeni delavci tečejo pred deročo vodo.

Pri enem od prispevkom dobimo občutek, da gre za preiskovalno novinarstvo, saj je novinar sodeloval kot vir informacije pri svojem poročanju. V svojem poročilu o novem izumu vodke v prahu je namreč sam zmešal prah z vodo in to popil pred kamero. Poleg sebe je v poročilo vključil še izumitelja.

Glede objektivnega oziroma nepristranskega poročanja se pri obeh oddajah zazna, da si novinarji prizadevajo pridobiti in pojasniti obe plati poročila. Kot primer naj predstavim poročilo o ruski estradnici, ki se bori za skrbništvo svojega sina z bivšim možem. V poročilu je kup izjav tistih, ki so na njeni strani in tudi tistih, ki so ne strinjajo.

V oddaji komercialne televizije je bilo v posameznih prispevkih zaznati čustven način komunikacije novinarjev. Kot primer: v obeh nedeljskih oddajah so poročali o nesreči v hidroelektrarni. Na komercialni televiziji se je prispevek začel z jokajočo žensko, medtem ko so na državni televiziji pokazali izjave direktorja elektrarne in grafični prikaz poteka nesreče. To poročilo je delovalo bolj uradno, na komercialni TV postaji pa bolj osebno in dramatično.

Nekaj posebnega je že omenjeno stalno statistično poročilo iz oddaje »Danes«, ki ga tretji voditelj v studiu prebere sam. Teme so stalne, govori o stanju svetovne borze. Take rubrike v oddaji na državni televiziji nimajo.

Novinarji se v svojih poročilih izogibajo osebnim ocenam. Lahko pa navedem dva tematsko enaka poročila, ki sta ju objavili obe televiziji. Na državni televiziji so prikazali problem stanovanj kot pohvalo zdajšnji vladi, na komercialni televiziji pa kot negativno točko vlade. Poročilo iz oddaje »Čas« je rešitev stanovanjskega problema veččlanske družine predstavilo pozitivno: vidimo, kako presrečne otroke in starše obišče župan Moskve. Govorijo otroci, ki razkazujejo svojo novo sobo. Na drugi strani pokažejo tričlansko družino, ki živi v eni sobi in tudi že veselo čaka na svoje stanovanje. Predstavijo tudi nove projekte gradnje stanovanj. Gre torej za izredno pozitivno in pohvalno poročilo ruski oblasti. Poročilo iz oddaje »Danes« prav tako govori o stanovanjskem problemu. Kritika leti na rusko vlado, ki ne kaznuje investitorjev. Ti delajo nekakovostno ali pa so gradnjo ustavili, ker so denar namenili za nekaj drugega. Kadri kažejo napol razbite hiše, ruševine, stare ljudi, ki jim voda pušča zaradi nekvalitetne gradnje, pri čemer ne morejo pokrivati tako visokih stroškov vzdrževanja. Novinar se pošali in prikaže sliko zapora, vanj pa posadi nekatere odgovorne. Vključene so tudi izjave investitorjev, češ da država nič ne pomaga in izjave prikrajšanih stanovalcev.

V torkovi oddaji »Danes«, 6. oktobra, je bil prvi prispevek predstavljen v slogu problematičnega zakona za Ruse in prav tako ukrajinske učitelje ter njihove učence, ki so bili navajeni pri svojem pouku uporabljati ruski jezik. Ukrajinska vlada se je namreč odločila, da v šolah, razen v tistih, ki so namenjene poučevanju drugih tujih jezikov, uvede obvezno uporabo ukrajinskega jezika. V prispevku prikažejo osnovno šolo, ki se nahaja v nekem ukrajinskem mestu tik ob ruski meji. Ko novinar sprašuje učiteljico, mu ta odgovarja v ukrajiniščini, nato pa ruski novinar ironično komentira, da se je ta ukrep že začel veljati, saj je učiteljica govorila počasi in z naglasom. Pokažejo tudi izjavo predstavnika ukrajinske vlade. Zadnji kadri prikazujejo, kako se pri športni vzgoji

učenci v času igranja nogometa pogovarjajo med seboj po rusko. Ta prispevek je poročal iz tujine, vendar se je zopet navezoval na Rusijo. Narejen je bil v slogu predstave nesmiselnega ukrajinskega zakona, kar pomeni, da se je iz besedila lahko prepoznalo mnenje novinarjev.

Presenetljivo je bilo število poročil, v katerih kot glavna vira informacij sodelujeta Vladimir Putin in Dmitrij Medvedjev. Vsota vseh poročil iz obeh oddaj je 140, od tega je število komentarjev teh dveh politikov v oddaji komercialne televizije 14 in državne 23. Skupaj torej 37 prispevkov. Za devet poročil več kot v oddaji na komercialni TV postaji.

SLIKA 8.5: Ruski predsednik v sliki poročila iz oddaje »Danes«



Vir: Yandex (1. maj 2010)

V oddaji komercialne televizije sem zabeležila dva vklopa v živo oziroma dva neposredna pogovora voditeljev v studiu z novinarjem na terenu, medtem ko tega v oddaji na državni televiziji ni bilo.

Po pričakovanju v nobeni oddaji ni bilo prispevka, ki bi bil senzacionalistično usmerjen. Vsa poročila so imela najprej namen seznaniti gledalca z najnovejšo informacijo.

## 8.7 Vloga voditeljev

V analizi je preostala še zadnja raven. Opazovala sem nastope treh voditeljev v informativnih oddajah »Čas« in »Nedeljski čas« na državni televizijski postaji Prvi kanal. Prav tako sem spremljala nastope petih oziroma šestih voditeljev oddaj »Danes« in »Danes.Izidi«.

SLIKA 8.6: Voditelja Olga Belova in Aleksander Jakovenko v studiu NTV-ja



Vir: Yandex (1. maj 2010)

SLIKA 8.7: Voditelj Vitalij Jelisejev v studiu Prvega kanala



Vir: Yandex (1. maj 2010)

Po pričakovanjih imajo voditelji na obeh televizijah več skupnega kot odstopanja. Njihovi nastopi so prepričljivi in v večini profesionalni, kot se pač v informativni oddaji pričakuje. Prav tako je profesionalen njihov zunanji izgled. Vsi voditelji so stari nad štirideset let. Moški so oblečeni v obleke s kravatami, ženske v kostime. Njihove pričeske so urejene.

Odlikuje jih seveda čista dikcija besed, ni zatikanj ali nerazumljivosti, moteče pa je prehitro branje voditeljev na komercialni televizijski postaji. Verjetno sta glavna voditelja časovno bolj omejena kot v oddaji »Čas« na državni televiziji, saj je njuna oddaja deset minut krajša.

V nedeljskih oddajah, kjer so poročila daljša (nekatera so celo reportaže, ki sodijo ne le v informativno novinarstvo, ampak v njegovo podpanogo, to je v preiskovalno novinarstvo, kjer novinarji analizirajo dogodek in ne podajajo samo pomembnih informacij), imata tudi voditelja obeh oddaj več časa in možnosti, da s svojim mnenjem začneta ali končata poročilo. Predvsem je voditelj na komercialni televizijski postaji znan po svojih ironičnih govorih, za razliko od njegovega kolega Petera Tolstoja na državni televiziji, ki je pri svojih komentarjih bolj zadržan. Kot primer lahko navedem prisposobi, ki ju je uporabil voditelj oddaje »Danes. Izidi.«: *moldavska kuhinja in kam piha veter sprememb*. Prvo je uporabil v napovedi poročila o novi moldavski vladi, drugo pa ob koncu poročila, ki govori o Putinovem novem ruskem proračunu za nove gradnje.

Večjo razliko je zaznati v oddajah med tednom. Ta je vidna predvsem v sestavi voditeljev; in sicer v studiu Prvega programa sedi le en voditelj, medtem ko v studiu komercialne televizije voditeljski par, ki se pridruži stalni voditelj statističnega poročila. Vsak teden se v obeh oddajah menjata voditeljska para: tako imamo prvi teden Olgo Belovo in Aleksandra Jakovenko, drugi teden pa nas skozi oddajo »Danes« vodita Lilija Giljejeva in Aleksej Pivovarov. Prav tako se vsak drugi teden menjata voditelja oddaje »Čas«. Prvi teden je povezoval Vitalij Jelisejev, drugi teden pa Jekatarina Andrejevna.

Vsi voditelji na začetku oddaje gledalce pozdravijo z ustaljeno frazo. Vsak ima svojo, vendar je ne spreminjajo. Vsak uvod v poročilo preberejo voditelji, v oddaji »Čas« pred predvajanjem prispevka voditelj prebere ime in priimek odgovornega novinarja. Razlikujeta se tudi napovednika oddaj, saj voditelja na komercialni televiziji sama prebereta napovednik, medtem ko izseke poročil v napovedniku na državni televiziji predstavi odgovorni novinar. Naslednja naloga voditeljev v studiu je zaključiti poročilo,

vendar takšnega primera v oddaji »Čas« ni bilo, v oddaji »Danes« pa dvakrat. Več primerov, ko voditelj v kamero prebere celotno poročilo, je bilo na komercialni televiziji. To so bila kratka poročila, predvsem ko so poročali o govoru predsednika ali premiera. Bolj sproščena atmosfera je zagotovo v studiu oddaje »Danes«, saj voditelja vzpostavljata v vsaki oddaji kratek dialog s tretjim voditeljem, prav tako tudi med seboj na koncu oddaje. Tretji voditelj svoje poročilo zaključi s stalno frazo «У меня все», kar pomeni »to je vse z moje strani«. Pri uvodu v poročila se voditelja izmenjujeta. Na državni televiziji dialoga med voditelji ni. Dvakrat je bilo opaziti neposredni pogovor med voditeljico v studiu in novinarjem na terenu, medtem ko v oddaji »Čas« takšnega pogovora ni bilo.

SLIKA 8.8: Neposredni pogovor med voditeljem oddaje »Danes« in novinarjem na terenu



Vir: Yandex (1. maj 2010)

## 9 VERIFIKACIJA HIPOTEZ

Prva hipoteza lahko potrdim, saj v sedmih naključno izbranih analiziranih oddajah »Čas« na nacionalni državni televiziji ni bilo niti enega vklopa neposredno v oddajo, ki poteka v živo. Dva vklopa sem zabeležila v informativni oddaji »Danes« na komercialni televiziji. Pri prvem vklopu je novinar poročal iz pravkar zaključenega srečanja med predsednikom Rusije in ameriško zunanjo ministrico, drugi vklop je bilo javljanje novinarja izpred moskovskega gledališča, kjer je potekala baletna predstava. Morda na državni nacionalni televiziji ni bilo nobenega neposrednega vklopa, ker ni bilo dogodka, ki bi se odvijal v času informativne oddaje, saj ta tudi poteka v živo oziroma neposredno. V glavnem gre za že objavljene novice, ki so si jih gledalci lahko ogledali v kratkih informativnih oddajah čez dan.

Druga hipotezo, ki predpostavlja, da ima oddaja »Danes« na komercialni televizijski postaji manj prispevkov iz tematskega sklopa Zunanja politika, se ovrže. V času spremljanja naključno izbranih oddaj je bilo namreč v oddajah »Čas« in »Nedeljski čas« na državni televiziji predvajanih le šest prispevkov s temo zunanje politike, medtem ko sta bila v oddajah na komercialni televiziji predvajana dva prispevka več. To pomeni, da je bilo v oddajah »Danes« in »Danes. Izidi.« predvajanih osem poročil s tematiko, ki se po kriterijih analize uvršča v tematski sklop Zunanja politika.

## 10 SKLEP

V svojem diplomskem delu sem želela poiskati skupne točke in odstopanja dveh ruskih informativnih oddaj na dveh različnih televizijskih postajah. Primerjalna analiza je pokazala, da imata oddaji organizacijsko, strukturalno ter tematsko podobne lastnosti. V obeh oddajah močno prevladuje tematski sklop Vojne/konflikti/kriminal/varnost. Za njim sledi tematski sklop Gospodarstvo/gospodarska politika (ni naključje, saj so te teme najbolj brane, gledane in poslušane povsod po svetu). V nekaterih oddajah je bilo tudi po pet poročil enakih, včasih je to predstavljalo skoraj polovico oddaje. Malo je bilo poročanj iz tujine, skoraj vsa poročila so se vezala na Rusijo. Med posameznimi poročili so bile tudi skupne točke: na primer v obeh oddajah so o istem dogodku objavili iste izjave ljudi. Organizacijsko sta bili oddaji različni glede voditeljev. V oddajo na komercialni televiziji se je za poročanje o svetovni borzi vključil tretji stalni voditelj, medtem ko v oddaji »Čas« sploh ne poročajo o svetovni borzi. Pričakovano je, da je na komercialni televiziji večja sproščenost v studiu, predvsem zaradi voditeljev. Tako jih tudi gledalci raje spremljajo, čeprav moram priznati, da sem sama lažje spremljala oddajo na državni TV postaji, predvsem zaradi počasnejšega branja novinarjev in govora voditeljev. Verjetno je prehitro branje povezano s količino predvajanih prispevkov, ki je bila v oddaji na komercialni televiziji manjša od predvajane količine prispevkov v oddaji državne televizije. Oddaja komercialne televizije je bila namreč za deset minut krajša.

Predvsem me je presenetilo, da med obema oddajama ni bilo oglasnega bloka; verjetno zaradi časovne stiske. Še bolj nenavadno se mi je zdelo, da ni ne športne rubrike, ne rubrike iz sveta slavnih in ne ločene rubrike o vremenu na Prvem kanalu. Zanimivo je, če primerjam obe ruski informativni oddaji z našima slovenskima osrednjima informativnima oddajama: obe oddaji nam vsak dan v eni uri predstavita dogodke dneva iz tujine in doma, le redko je oddaja »24 UR« na slovenski komercialni televizijski postaji odpadla zaradi kakšnega športnega prenosa. Ali so jo prestavili pred športni prenos ali pa so jo predvajali po prenosu. Še manj možnosti za odpoved oddaje je na naši nacionalni državni televiziji RTV. Prvi kanal pa je svojo najvažnejšo informativno oddajo zaradi prenosa nogometne tekme kar izbrisal iz programa.

Po tehniki sta oddaji enakovredni. Med njima ni razlike, saj si ruska javna televizija prizadeva biti moderna, komercialna pa že dolgo išče vzornike pri evropskih televizijskih hišah.



## 11 LITERATURA

1. Ang, Ien. 1991. *Desperately Seeking the Audience*. New York: Routledge.
2. Bajt, Veronika, Sabina Mihelj in Miloš Pankov. 2009. Television news, narrative conventions and national imagination. *Discourse & Communication* 3 (1): 57–78.
3. Bašič-Hvatin, Sandra. 1993. Globalni mediji v lokalnih medijskih okoljih. *Teorija in praksa* 30 (11–12): 1189–1199.
4. --- in Marko Milosavljevič. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih: regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mirovni institut.
5. Bašič-Hrvatin, Sandra. 2004. *Medijsko lastništvo: vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem v Sloveniji in drugih post-socialističnih državah*. Ljubljana: Mirovni institut.
6. --- 2005. *Monopoli: družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Maska.
7. Boyd, Andrew. 1998/2004. *Broadcast journalism: Techniques of radio and television news*. Oxford: Focal Press.
8. Caldas C., Carmen Rosa. 1994. On reporting reporting: the representation of speech in factual and factional narratives. V *Advances in written text analysis*, ur. Malcolm Coulthard, 295–308. London, New York: Routledge.
9. Čibej, Boris. 2004. Rusija pred volitvami. Vsi za enega, eden brez vseh. *Delo*, 4 (17. februar).
10. Dahlgren, Peter. 1995. *Television and the public sphere*. London. Thousand Oaks, New Delhi: sage.
11. Downing, John. 1996. *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture: Reflections on Media in Russia, Poland and Hungary, 1980-95*. London: Sage.
12. Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 1999. *Odraščanje z mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
13. Fiske, John. 1987/2003. *Television culture*. London. New York: Routledge. Taylor and Francis Group.
14. Garnham, Nicholas. 1986. The Media and the Public Sphere. V *Communicating Politics*, ur. Peter Golding, Graham Murdock in Philip Schlesinger, New York- Holmes and Meier.
15. Hartley, John. 1982/1989. *Understanding news*. London, New York: Routledge.
16. Kalin Golob, Monika in Melita Poler Kovačič. 2005. Med novinarskim stilom in etiko: senzacionalizem brez meja. *Družboslovne razprave* 21 (49/50): 289–393.

17. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
18. Koltsova, Olessia. 2001. News Production in Contemporary Russia: Practise of Power. *European Journal of Communication* 16 (3): 315–333.
19. Laban, Vesna. 2007a. *Osnove televizijskega novinarstva*. Ljubljana: FDV.
20. --- 2007b. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: FDV.
21. Luther, Breda. 1992. *Čas televizije*. Ljubljana; Znanstveno in publicistično središče.
22. Milosavljevič, Marko. 1996. *Vplivi medijskih korporacij na pozornost občinstva*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
23. NTV. 2009a. *Itogovaja. Programma*. Moskva, 4. oktober.
24. --- 2009b. *Segodnja*. Moskva, 6. oktober.
25. --- 2009c. *Segodnja*. Moskva, 7. oktober.
26. --- 2009č. *Segodnja*. Moskva, 8. oktober.
27. --- 2009d. *Segodnja*. Moskva, 13. oktober.
28. --- 2009e. *Segodnja*. Moskva, 14. oktober.
29. --- 2009f. *Segodnja*. Moskva, 23. oktober.
30. ---. Dostopno prek: [www.ntv.ru](http://www.ntv.ru) (1. maj 2010).
31. --- 2010. /NTV/ Dostopno prek: [en.wikipedia.org/w/index.php?title=Special%3ASearch&redirs=0&search=ntv&fulltext=Search&ns0=1](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Special%3ASearch&redirs=0&search=ntv&fulltext=Search&ns0=1) (1.maj).
32. Oates, Sarah in Laura Roselle. 2000. Russian Elections and TV News: Comparison of Campaign News on State- Controlled and Commercial Television Channels. *The Harvard International Journal of Press/Politics* 5 (2): 30–51.
33. Open Society Institute. 2005. *Television across Europe: regulation, policy and independence: summary*. Budapest, New York: Open Society Institute: EU monitoring and advocacy program, Network media programm.
34. Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba..
35. Pervij kanal. 2009a. *Voskresnoe vremja*. Moskva, 4. oktober.
36. --- 2009b. *Vremja*. Moskva, 6. oktober.
37. --- 2009c. *Vremja*. Moskva, 7. oktober.
38. --- 2009č. *Vremja*. Moskva, 8. oktober.
39. --- 2009d. *Vremja*. Moskva, 13. oktober.
40. --- 2009e. *Vremja*. Moskva, 14. oktober.
41. --- 2009f. *Vremja*. Moskva, 23. oktober.

42. *Pervij kanal*. Dostopno prek: [www.1tv.ru](http://www.1tv.ru) (1. maj 2010).
43. Politkovska, Ana. 2007. *Putinova Rusija*. Tržič: Učila.
44. Prpič, Marko. 2009. *Primerjalna analiza osrednje televizijskih informativnih oddaj 24 Ur in Dnevnik*. Ljubljana: ICK.
45. Shoemaker, Pamela J. in Stephen D. Reese .1996. *Mediating the Massage*. New York: Longman.
46. Splichal, Slavko. 1995. Prihodnost javnih medijev v Sloveniji. V *Slovenija po letu 1995*, ur. Veljko Rus, 2–20. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
47. Splichal, Slavko. 2005. *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
48. Trček, Eva. 2009. *Tabloidizacija informativnih oddaj na javni in komercialni televiziji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
49. World Press Freedom Review. 2006. *IPI Report*. Vienna: IPI Headquarters.
50. *Yandex*. Dostopno prek: [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) (1. maj 2010).