

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Bizilj

Otroci in mladostniki na radiu
Primer: Program za mlade na 1. programu Radia Slovenija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Bizilj

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljević

Somentor: asist. Peter Čakš

Otroci in mladostniki na radiu

Primer: Program za mlade na 1. programu Radia Slovenija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

*Zahvaljujem se svojemu očetu,
mami, bratu in sestri, ki so mi ob
pisanju diplome stali ob strani,
me spodbujali in verjeli vame.*

Otroci in mladostniki na radiu

Primer Program za mlade na 1. programu Radia Slovenija

V diplomskem delu bom raziskovala in ugotavljala, kakšen odnos imajo v današnjem svetu ob poplavi novih medijev otroci in mladostniki do radia. Zanimale me bodo navade mladostnikov pri poslušanju radia, kdaj in s kom ga poslušajo in kaj je tisto, čemur najraje prisluhnejo. Ob tem bom preverila njihovo poznavanje radijskih postaj in oddaj, ki so jim namenjene.

Zaradi svojih opazanj pri delu v medijih predpostavljam, da je za otroke in mladostnike radio medij, ki ga ne poznajo dovolj, prav tako poslušanju ne namenijo veliko časa. Ciljno občinstvo, s katerim se bom ukvarjala v nalogi, radio najverjetneje posluša naključno, svojo najljubšo radijsko postajo pa izberejo na podlagi glasbe in radijskih voditeljev, ki jih pritegnejo. Predpostavljam, da bodo mladostniki, ki bodo doživeli osebni stik z radiem in voditelji otroških in mladinskih oddaj, dobili pozitiven odnos do radia in ga posledično poslušali bolj pogosto. Moj končni cilj diplomske naloge je rezultate in raziskave naloge vpeljati v delo in programsko shemo Programa za mlade na 1. programu Radia Slovenija.

Ključne besede: otroci, mladostniki, mediji, radio, nacionalni radio.

Children and adolescents on the radio

Example of a youth program on the 1. program of Radio Slovenia

In my thesis I will explore and identify what kind of attitude children and adolescents have towards the radio in today's media filled world. I will be interested in the radio listening habits of adolescents, when they listen to it, who they listen it with and what do they like listening to. At the same time I will also be ascertaining their knowledge of radio stations and programs that are intended for their population.

Because of my observations while working in the media I assume that the radio is a media that children and adolescents are not really familiar with and do not spend a lot of time listening to. The target audience, which will be the focus of my task, probably listens to the radio unintentionally, their favourite radio station is determined by the music it plays and the radio host. I am assuming that young people who will get a personal experience with the radio and the hosts of the children's and youth programs, will get a positive attitude towards the radio and as a result will listen to it more often. My ultimate goal is that the results and research of the thesis are integrated into the program schedule of Program for the youth on the 1. channel of Radio Slovenia.

Keywords: children, youth, media, radio, national radio.

Kazalo

1	UVOD.....	8
1.1	Opredeleitev problema in hipoteze	9
2	RADIO	12
2.1	Začetki radia.....	12
2.2	Radio na Slovenskem.....	12
2.3	Radio v minulem desetletju.....	14
3	POSEBNOSTI RADIA	15
3.1	Radijske značilnosti.....	15
3.2	Funkcije radia.....	16
3.3	Radijski program.....	17
3.4	Radijski govor	19
3.5	Radijske novinarske zvrsti	21
4	OTROCI IN MLADOSTNIKI.....	31
4.1	Razvojnopsihološka delitev razvojnih obdobij	31
4.1.1	Zgodnje otroštvo (od tri do šest let)	33
4.1.2	Srednje in pozno otroštvo (od šest let do začetka pubertete)	33
4.1.3	Mladostništvo in adolescenca (od 11.–12. do 22.–24. leta)	34
5	OTROCI IN MLADOSTNIKI V MEDIJIH	37
6	RADIO SLOVENIJA.....	40
6.1	Skrb za mlade poslušalce	40
6.2	Radijske oddaje za otroke in mladostnike na 1. programu Radia Slovenija	42
6.3	Radijske oddaje za otroke in mladostnike na Drugem programu Radia Slovenija	43
6.4	Radijske oddaje za otroke in mladostnike na Tretjem programu Radia Slovenija.....	44
7	PROGRAM ZA MLADE NA 1. PROGRAMU RADIA SLOVENIJA.....	46
7.1	Oddaje Programa za mlade	47

7.1.1	Dobro jutro, otroci.....	47
7.1.2	Violinček	47
7.1.3	Lahko noč, otroci!	48
7.1.4	Gymnasium	48
7.1.5	Radijski ringaraja	48
7.1.6	Hudo!.....	49
7.1.7	Kulturomat	49
7.1.8	Gori, doli, naokoli	50
7.2	Analiza oddaje Radijski ringaraja	50
7.3	Analiza oddaje Hudo!.....	52
7.4	Novinarske delavnice – Radio Hudo!	55
8	RADIO NA OSNOVNI ŠOLI.....	58
8.1	Vzgoja za medije.....	59
8.1.1	Zakaj vzgoja za medije.....	59
8.1.2	Vzgoja za medije: Radio	60
9	RADIO MED MLADOSTNIKI.....	61
10	SKLEP	88
11	LITERATURA.....	91

Priloge

PRILOGA A:	Poslušnost radijskih blokov.....	97
PRILOGA B:	Poslušnost radia med mladostniki	97
PRILOGA C:	Intervju z urednico Programa za mlade, Jano Bajželj	97
PRILOGA Č:	ANKETNI VPRAŠALNIK.....	100

Tabele in grafi

Tabela 6.1: Delež oddaj za otroke in mladostnike na 1. programu Radiu Slovenija 2007 - 2010 (v urah).....	42
Tabela 6.2: Delež oddaj za otroke in mladostnike na 2. programu Radiu Slovenija 2007 - 2010 (v urah).....	43
Tabela 6.3: Delež oddaj za otroke in mladostnike na 3. programu Radiu Slovenija 2007 - 2010 (v urah).....	44
Slika 8.1: Količina poslušanja radia mladostnikov na dan.....	61
Slika 8.2: Količina radijskih sprejemnikov v gospodinjstvih.....	62
Slika 8.3: Naprave za poslušanje radia.....	63
Slika 8.4: Radijske postaje	64
Slika 8.5: Najljubša radijska postaja	65
Slika 8.6: Kdaj mladostniki poslušajo radio.....	66
Slika 8.7: Prostor za poslušanje radia.....	67
Slika 8.8: S kom mladostniki poslušajo radio	68
Slika 8.9: Kaj mladostniki poslušajo.....	72
Slika 8.10: Poznavanje oddaj 1. programa Radia Slovenija.....	74
Slika 8.11: Katere oddaje na 1. programu Radiu Slovenija poznajo mladostniki	75
Slika 8.12: Poslušnost nacionalnega radia.....	76

1 UVOD

Z gotovostjo smemo reči, da radio sodi med največje iznajdbe sodobne tehnike. Gre za iznajdbo, ki pomeni eno največjih tehnoloških revolucij ob koncu 19. in na začetku 20. stoletja ter novo obogatitev življenja. Bistvo radia je v tem, da je kot prva oblika tehnološke komunikacije poslušalcem ene združene skupnosti na obsežnem območju, do kjer segajo njegovi signali, omogočil spremljanje programov in poslušanje v istem hipu, kot poteka oddajanje. Iz tega bistva izhajajo vse tiste zakonitosti, ki iz njega napravljajo uglednega posrednika sporočil, idej in vrednot. V tem smislu je njegova družabna veljava bila in ostaja neprecenljiva (Brojan 1999, 9).

Radio je zaradi rabe govorno-slušnega prenosnika povsem specifičen medij, saj ga ni mogoče videti, ampak le slišati. Kljub novim medijem, ki so prišli v zadnjem času v ospredje, je radio še danes med najhitrejšimi prenosniki informacij. Gre za medij, ki je lahko dostopen, neposreden, splošno uporaben in dovzeten. V trenutku lahko informacijo v zelo kratkem času sporoči širokemu občinstvu (Erjavec in Volčič 1999a, 21).

Funkcije radia so se s pojavom televizije nekoliko spremenile. Televizija je svojemu občinstvu ponudila nekaj več, ogled slike, ker pa je radio audiomedij, s tem neposredno ni mogel konkurirati televiziji, kljub temu pa je lahko uveljavil prednosti, ki jih pred njo ima. Poleg hitrega sporočanja informacij oziroma ažurnosti je radijska prednost v cenovni dostopnosti, saj je v primerjavi z drago tehnično opremo televizije cenejši medij. Tretja prednost radia je vsekakor neomejen programski čas, saj lahko radio, dosti lažje kot televizija, spremeni programsko shemo. Če moramo zaradi izrednih dogodkov spremeniti shemo, večkrat objaviti poročila, to ne povzroči večjih težav. Od skoraj povsod je možno dobiti poročilo ali živo, neposredno oglašanje, saj lahko telefonski pogovor poteka brez dodatnih tehničnih pripomočkov (Pirc 2005, 15). Vsekakor pa ostaja temeljna prednost radijskih novinarjev pred novinarji drugih medijev ta, da lahko kar najbolj skrajšajo čas od dogodka do objave novic.

Radio je najbolj poslušan v zgodnjem jutranjem in dopoldanskem terminu. Poslušnost radia sicer v dopoldanskih urah strmo pade, a se začne nato v poznem popoldnevu zopet dvigovati (priloga A). Za mnoge poslušalce je radio dnevni spremljevalec.

Radijska tehnologija je dostopna širokemu krogu ljudi in ravno to je razlog, da lahko radio poslušamo kjerkoli, ga imamo za družbo ali zvočno kuliso in je ob tem del življenja posameznika bolj kot katerikoli drugi medij (Crissell 1994, 12–13). Največkrat si radio prižgemo kar v avtomobilu ter pri opravljanju službenih ali domačih opravil. Radio nas obvešča in zabava. Življenje brez njega si težko predstavljamo še danes, kljub temu da imamo internet, ki nas »popelje« v svet, pa brezplačne častnike, ki nas zjutraj pričakajo na poti v službo in televizijske novice, ki jih lahko zasledimo že skoraj vsako uro. Toda prav radio je medij, ki dosti bolj, kot vsi drugi, deluje zelo osebno. Zaradi intimnosti, ki lahko nastane med radijskim govorcem in poslušalcem, podaja posebna doživetja in občutke (Pirc 2005, 9–10). Kljub hudi konkurenci je tako radio sposoben preživeti, saj v času globalizacije komunikacij ostaja lokalni medij. Poslušamo ga, da izvemo, kakšno bo vreme in slišimo prometne novice, ali pa zato, ker smo se navezali na določenega radijskega voditelja (Močnik 2007, 93). Radijski novinarji imajo pri svojem delu posebno nalogo. Zavedati se morajo, da je življenjska doba radijskega izdelka zelo kratka in da je njihovo delo neponovljivo. V časopisu si nerazumljiv stavek lahko preberemo še enkrat, na televiziji nas na pomembno vsebino napeljujejo vizualni apeli, radijski poslušalec pa možnosti ponovitve nima. »Če preslišimo njegovo sporočilo, gre to mimo nas« (Rustja 2009, 10). Prav zato morajo radijski novinarji paziti, da njihov jezik ni prazen in brez smisla, ampak dober, bogat in prilagojen sposobnostim sprejemanja občinstva. Tudi to je radijska posebnost, ki jo morajo ustvarjalci oddaj, poročil, reportaž in drugih radijskih izdelkov upoštevati pri svojem delu.

1.1 Opredelitev problema in hipoteze

V svoji diplomski nalogi bom raziskovala, kako otroci in mladostniki sprejemajo medij radio. Jim je blizu ali si brez težav predstavljajo svet brez radia? Ankete o poslušnosti radijskih postaj med mladostniki sicer kažejo na zanemarljive odstotke, presenetljiva pa je bila raziskava, ki je pokazala, da se je delež najmlajših poslušalcev med 10. in 14.

letom od marca leta 2009 do marca leta 2010 na 1. programu Radia Slovenija dvignil skoraj za polovico, z 1,4 % na 2,6 %, delež mladostnikov, starih od 15. do 19. let pa kar za 100 %, z 1,6 % na 3,2 % (priloga B).

Radio je medij, ki sicer otrokom in mladostnikom namenja (pre)malo vsebin. Govorni program je najmlajšim poslušalcem največkrat nerazumljiv, otroških in mladinskih oddaj je malo. Še tiste, ki so namenjene mlademu občinstvu, pa so precej nesistematično razporejene po radijski shemi. Zavedati se moramo, da otroci niso tipično radijsko občinstvo – med mediji so jim zagotovo bližje televizija, internet, tudi nekateri časopisi in revije.

Hipoteze, ki jih bom skušala potrditi v diplomski nalogi:

- ❖ Otroci in mladostniki radio najpogosteje poslušajo v avtomobilih med vožnjo.
- ❖ Otroci in mladostniki na radiu najraje prisluhnejo glasbi in oddajam, namenjenim njihovi populaciji.
- ❖ Mlade poslušalce na radiu pritegne humor, odbije pa jih resnost radijskih voditeljev.
- ❖ Mladostniki radio poslušajo tudi na računalniku ali na telefonu na poti v šolo/popoldansko dejavnost ali iz nje.
- ❖ Otroci in mladostniki niso tipično radijsko občinstvo – so le naključni radijski poslušalci.
- ❖ Otroci in mladostniki radiu najpogosteje prisluhnejo v jutranjih urah.
- ❖ Mladi poslušalci raje prisluhnejo komercialnim radijskim postajam kot programom nacionalnega radia.
- ❖ Otroci in mladostniki ne poznajo njim namenjenih oddaj na 1. programu Radia Slovenija.
- ❖ Profesorji v šolah dajejo pri predmetu Vzgoja za medije premalo poudarka radiu, več pozornosti pa posvečajo drugim medijem, predvsem televiziji. Do tega prihaja zaradi pomanjkanja in poznavanja zanimivih učnih vsebin, povezanih s tem medijem.

- ❖ Otroci in mladostniki, ki bodo doživeli osebni stik z radiem ter voditelji otroških in mladinskih oddaj, bodo dobili pozitiven odnos do radia in ga posledično poslušali bolj pogosto.

Cilji diplomske naloge:

- Ugotoviti navade poslušanja radia otrok in mladostnikov.
- Spoznati, koliko otroci in mladostniki poznajo vsebine in oddaje, ki so jim namenjene na 1. programu Radia Slovenija.
- Ugotoviti, kako in s čim pritegniti mlajšo populacijo k poslušanju radia.
- Ugotoviti, katerim radijskim voditeljem in voditeljicam otroci in mladostniki najraje prisluhnejo.
- Izvedeti, s čim je pogojeno poslušanje določene radijske postaje pri otrocih in mladostnikih.
- Ugotoviti, ali je radio v današnjem svetu medij prihodnosti ali medij, ki bo odšel v pozabo.
- Vpeljati rezultate diplomske naloge v shemo in oddaje Programa za mlade na 1. programu Radia Slovenija (Radijski ringaraja, Hudo!, Violinček, Dobro jutro, otroci, Gymnasium ...).

2 RADIO

2.1 Začetki radia

Zgodovina radia za čas njegovega nastanka navaja letnico 1896. Takrat je italijanski fizik in Nobelov nagrajenec Guglielmo Marconi uspel z letom poprej izumljeno ozemljeno oddajno anteno brezžično prenašati signale 1,6 km daleč. Le nekaj let kasneje, točneje leta 1902, je Marconiju uspelo redno prenašati sporočila preko Atlantika. Po iznajdbi elektronike za ojačitev električnih signalov in proizvodnje visokofrekvenčnih nihanj, so se po prvi svetovni vojni v Evropi in ZDA že začele pojavljati prve radijske postaje (Golčar 2003, 11).

Hitremu razvoju radijskega medija je sledila množična proizvodnja radijskih sprejemnikov in rodil se je medij, ki je omogočil do tedaj neslutene možnosti: prenos zvoka in s tem širitev glasbe med množice, napovedal pa je tudi nove možnosti tako v ekonomiji in politiki kot na številnih drugih družbenih področjih delovanja (Golčar 2003, 12).

V tehničnem pomenu je bil pojav radia pravo čudo. Radijski sprejemnik je kmalu postal član vsake družine, spreminjal je miselnost in navade ljudi, posegel je v družabno življenje, pomanjšal svet, skrajšal pot informacijam ter postal sestavni del in gibalno kulturne ustvarjalnosti. Radio je prinesel še eno novost - nenehno navzočnost medijev v človekovem vsakdanjiku. Oblikoval je novo javnost, ki ni bila povezana le geografsko, nacionalno ali fizično. Njen skupni imenovalc je morda bilo le znanje jezika ali navdušenje nad glasbo, sicer pa so bili poslušalci razkropljeni po skorajda vsem svetu (Pirc 2005).

2.2 Radio na Slovenskem

Radijsko novinarstvo na Slovenskem je z vidika žanrske raznolikosti, predvsem pa z vidika tehničnih možnosti in zmožnosti radia, relativno neraziskano. Na to jasno kaže pomanjkanje literature, s čimer se soočajo ne le radijski teoretiki, temveč predvsem radijski novinarji. Če področje zgodovine radia še ponuja nekaj literature, pa pregled nad teorijo radijskega novinarskega diskurza ni tako obširen.

Oče slovenskega radia je bil inženir Marij Osana, strokovnjak za elektrotehniko, uslužbenec ministrstva za pošto in telegraf, ki sta ga zanimali brezžično radijsko zaznavanje in pošiljanje sporočil, med prvimi radijskimi navdušenci na naših tleh pa najdemo še Albina Belarja, profesorja na ljubljanski realki, inženirja Antona Codellija in še mnoge druge (Pirc 2005, 38).

28. oktobra 1928 so slovesno odprli radijsko oddajno postajo v Ljubljani. Ta je imela v prvi vrsti izobraževalno vlogo, šele kasneje so se prilagodili željam in zahtevam poslušalcev. Za njih so pripravljali predavanja, jezikovne tečaje, otroške, mladinske, ženske, šolske in nacionalne ure ter radijske igre. V otroških urah so nastopali, dostikrat kar skupaj z otroki, bolj ali manj redni znanci malih poslušalcev. Najpogosteje so bile to »radijske tetke« S. Vencajzova, M. Grošljeva in M. Komanova, ki so pripovedovale pravljice. Za otroke so pripravljali tudi kratke radijske igre, jim brali pesmi, izvajali zanje posebne koncerte in primerna predavanja, na primer o varstvu živali. Leta 1938 so uvedli celo oddaje otroškega romana v nadaljevanjih, ne daljših od deset minut. V studiu so leta 1939 pripravili tudi lutkovni oder. Lutke, znane kot Pavlihova družčina, so bile izdelane po zamisli N. Kureta, predstave so oddajali »v živo«, obiskovali pa so jih otroci iz vrtca (Bezljaj Krevel 1998, 80).

Ne le najmlajšim, tudi mladostnikom so ustvarjalci radijskega programa že v prvih letih predvajanja Radia Ljubljana namenili posebno pozornost. Zanje so pripravljali mladinske ure z vrsto najrazličnejših, predvsem vzgojno poučnih predavanj, recitacijskih ur in mladinskih iger. Leta 1937 so uveljavili še redne tedenske pogovore o ročnih delih. Šolske ure je bila radijska uprava že od začetka pripravljena prepustiti šolskim oblastem. Od šolskega leta 1931 do 1932 so bile na programu dvakrat na teden. Na pobudo Prosvetne zveze in na poziv dravske banovine jih je vodil odbor za šolski radio pri učiteljskem združenju (Bezljaj Krevel 1998, 80).

Leta 1991 je z osamosvojitvijo Slovenije Radio Ljubljana postal Radio Slovenija s tremi nacionalnimi programi ter dvema regionalnima RTV-centroma v Kopru in Mariboru.

2.3 Radio v minulem desetletju

S pojavom televizije so radiu napovedovali smrt, a je uspel redefinirati svojo vlogo v širšem medijskem kontekstu. Izkoristil je fleksibilnost in se prilagodil razmeram na trgu in medijskemu okolju. Šest temeljnih sprememb, ki jih je doživel v minulem desetletju:

1. Iz načrtnega (prosti čas) v sekundarno, naključno in občasno »kulisno« poslušanje.

Navade poslušalcev so se spremenile, posledično tudi radijski format.

2. Iz družinskega v individualni medij.

Včasih so radio poslušali skupinsko, v družinskem krogu, danes pa je to individualni intimni akt, ni več tema družinskega diskurza. Vsak posameznik na svojem radijskem sprejemniku posluša svoj program.

3. Prevzem novih nalog z rastjo pomena televizije.

Radio je fleksibilen, »žepni« medij, poslušamo ga povsod in kadarkoli. Omogoča sekundarno poslušanje, hkrati lahko počnemo kaj drugega, kar pri televiziji ali drugih medijih ni mogoče.

4. Ustanavljanje komercialnih postaj kot servisnega radia.

Poslušalci si poleg glasbe želijo servisnih in drugih informacij – komercialne postaje nastajajo kot skupek vsega tega.

5. Prehod v generacijski medij.

Konkurenca je vidna znotraj medija samega, predvsem z vidika trendovskega poslušanja radia, kjer prevladujeta glasba in kontakt s poslušalci.

6. Dosledna uporaba radijskega formata.

Radijski format je programska shema, struktura. Svobodna (zvočna kulisa) in klasična (aktivna) oblika. Krišelj ju poimenuje intenzivno in ekstenzivno poslušanje. Je glavno merilo izbire radijskega programa (Oehmichen v Pišlar 1998).

3 POSEBNOSTI RADIA

3.1 Radijske značilnosti

Radio je zaradi rabe govorno-slušnega prenosnika povsem specifičen medij, saj ga ni mogoče videti, ampak le slišati. Mnogi zato pravijo, da je radio slepi medij, saj sporočil ne moremo videti, ker so sestavljena le iz glasu in tišine (Crissell 1994, 3). Posebna vloga radia je torej v tem, da informacije vidnega sveta preoblikuje v zvočno podobo, poslušalec pa tem informacijam dodaja vidno predstavo na podlagi svojih vizualnih izkušenj, spominov, zaznav.

Z razvojem je radio prevzel predvsem funkcijo ažurnega informiranja poslušalcev v obliki kratkih novic in funkcijo zabave, predvsem z glasbo, ter tako mnogim postal zvočna kulisa pri vsakodnevnih opravilih. »Večini ljudi radio deluje pristno, lepo in jim omogoča svet nemega odnosa med piscem – govornikom in poslušalcem« (McLuhan 1964). Tudi Pirčeva (2005, 15) se strinja, da radio zaradi človekovega glasu daje občutek iskrenosti, ustvarja vtis bližine med radijskim govorcem in poslušalcem, česar ne moreta doseči ne časopis ne televizija. »Časopis je mrtva črka na papirju, televizija je obremenjena s sliko, lepoto, dovršenostjo, lučmi ... Radio pa zjutraj vstopi v naše življenje in nas spremlja do večera, povezuje nas s svetom, z drugimi ljudmi, njihovimi težavami, mnenji, uspehi ...« (Pirc 2005, 15).

Radio je tako vpet v naše življenje, da tega velikokrat niti ne opazimo. Še vedno je med najhitrejšimi mediji in služi kot prenašalec aktualne informacije. Njegove osnovne prednosti so hitrost posredovanja informacij, primarna aktualnost, fleksibilnost in neposrednost.

Radio je medij, ki je lahko dostopen, od nas ne zahteva kakšnega posebnega napora, obenem pa je tudi najbolj prilagodljiv in sposoben prilagajanja spremenjenim razmeram. Neprecenljiva lastnost radia je tudi ta, da pride tja, kamor drugi mediji ne morejo. Pri poslušalcu ne zahteva stoddotne pozornosti, saj lahko ob poslušanju nekdo kuha kosilo, drugi pometa, tretji pa se v avtomobilu pelje na izlet.

3.2 Funkcije radia

Vloga radia v družbi je bila in ostaja močna, so se pa zato funkcije radia skozi desetletja spreminjale. Lasswell (Lasswell v Splichal 1999, 79–89) je tako opredelil univerzalne funkcije množičnega komuniciranja in jih prenesel v radijsko okolje.

1. Možnost nadziranja okolja - zbiranje in distribucija informacij o dogodkih v okolju znotraj ali zunaj katerekoli družbe

- primer je popularno novičarsko delo

Gre za svarila pred neposrednimi grožnjami ali nevarnostmi v svetu, ki so posredovana množični populaciji. Vzbujajo lahko tudi funkcijo družbene enakosti in vsakdanjega zadovoljevanja potreb. Nadziranje je tako disfunkcionalno ali funkcionalno - spomnimo se Wellsove panike ob radijski igri *Invazija z Marsa*, kar lahko vodi v zasebnost, strah ali povzroča apatijo, saj se ljudje raje nahajajo v okolju, ki ga laže nadzorujejo.

2. Povezovanje delov družbe v soodnosnost (korelacije) pri odzivanju na okolje - interpretacija informacij o okolju in usmerjanje vedenja kot odziva na te dogodke

- primer so umetniški komentarji in propaganda

Glavna naloga je, da se skuša nezaželene posledice množičnega sporočanja novic preprečiti. To pa je možno s predčasno interpretacijo in predpisovanjem, urednikovanje je obvezno.

3. Prenos družbene oziroma kulturne dediščine z ene generacije na drugo – prenos znanja, vrednot in norm

- primer je izobraževalna dejavnost

Gre za disfunkcionalno, ki je razosebljanje socializacije.

De Fleur zgoraj zapisanim funkcijam dodaja še eno, temeljno.

4. Zabava oziroma razvedrilo - ne glede na morebitni instrumentalni učinek

Razvedrilo vpliva na popularno kulturo.

S tem dobimo klasifikacijo glavnih sporočanjских dejavnosti. Lasswell s tem opredeli naravo in funkcije sporočanja, ki je ključen proces za človekovo preživetje in življenje. Tako namreč člani družbe dosežajo konsenz o družbenem redu. Množično sporočanje je posebna vrsta družbenega sporočanja, ki vključuje značilne okoliščine delovanja:

- naravo občinstva, ki je raznolika, velika in anonimna,
- naravo sporočanje izkušnje, saj je množično sporočanje javno (ne zasebno), hitro (sporočila skušajo doseči velika občinstva čimprej) in minljivo (vsebina namenjena takojšnji uporabi) in
- naravo sporočevalca (množično sporočanje je organizirano sporočanje, sporočevalec dela v kompleksni organizaciji, z ustrezno delitvijo dela in ravnjo stroškov) (Lasswell v Splichal 1999, 79–89).

Na podlagi navedenih funkcij lahko natančneje opredelimo posebne funkcije programov v različnih dnevniških pasovih. To nam pomaga pri oblikovanju programa, da torej v določenem časovnem pasu zadovoljimo čim večje število poslušalcev.

3.3 Radijski program

»Radijski program je skupek glasbene in govorne ponudbe na določeni radijski frekvenci, nastaja skladno z bolj ali manj uveljavljeno uredniško politiko, je določen s programskim načrtom in radijsko shemo, ta pa je odvisna od tega, kakšna je radijska postaja, ki program oddaja oziroma pripravlja« (Pirc 2005, 51).

Radijski program se razlikuje glede na radijsko postajo, občutna razlika je vidna oz. slišna predvsem med programi javnih in komercialnih radijev. Radijske sheme so lahko na eni strani zastavljene zelo natančno, celo do sekunde ali po drugi strani zelo fleksibilno, večina pa jih vključuje govorni del, glasbo in oglasna sporočila. Medtem ko se morajo komercialne radijske postaje prilagajati glasbenemu okusu poslušalcev in zahtevam oglaševalcev, javne radijske postaje v svoji shemi stremijo k ohranjanju nacionalne in kulturne identitete.

Radijski program zaznamuje »dvojček« živo – posneto. Kateri del programa poteka v

živo in kaj je posneto, določa programska shema. Tatjana Pirc (2005, 54–57) radijski program glede na delitev živo – posneto deli v tri kategorije. Program lahko poteka ali v živo, ali je programska vsebina v celoti pripravljena vnaprej, lahko pa radijska shema vsebuje kombinacijo obeh prvin, torej del programa v živo, drugi del pa je posnet. Ravno živ program radijske postaje slednji daje prednost pred postajami, ki predvajajo posnet program: radijski program v živo je lahko aktualen, sposoben sprejemati hipne odzive poslušalcev, spontan, a obenem v živo obstaja večja verjetnost spodrseljajev in napak. Posnet program je na drugi strani lahko bolj dodelan, premišljen, napak praviloma ne bi smelo biti, nima pa tistega čara, ki ga ima program v živo.

Sklenemo lahko, da predvsem živ program omogoča sledenje aktualnim dogodkom, omogoča hitro informiranje svojih poslušalcev, z neposrednim sodelovanjem v kontaktnih oddajah poslušalce ne le privablja, ampak jim daje občutek stopanja iz anonimnosti in možnost posredovanja svojih lastnih mnenj. Kljub ažurnosti informacij, hitrosti sporočanja in možnosti sodelovanja širše javnosti pa so vsebine živih radijskih postaj minljive in neponovljive.

Radijska shema je vodilo poslušalcu, je kot knjižno kazalo, zapisano v zavest poslušalca neke radijske postaje, saj mu pove, kaj in kdaj pričakovati, koliko časa pričakovati neko vsebino in ali mu dopušča sodelovati v živo. Ustvarjalci radijskega programa ves čas presojujejo, kakšno je primerno razmerje med govornim in glasbenim delom v govornih radijskih oddajah, kdaj je najboljši čas za objavo kakšnega prispevka in nenazadnje, kako dolgi so pravzaprav lahko določeni govorni deli, da poslušalca ne začnejo dolgočasiti. Prav hitro se namreč lahko zgodi, da radijski poslušalec ob predolgem prispevku izgubi koncentracijo in zato raje prestavi na drugo radijsko postajo, kjer vrtijo le glasbo.

Obstaja radijski aksiom, ki pravi, da naj bi bil program zasnovan v razmerju 70 : 30 odstotkov v korist glasbe. A tega nenapisanega pravila ne moremo vedno upoštevati; včasih je bolje, če je glasbe v programu več, včasih trenutek zahteva samo govor, zlasti, če za določeno temo obstaja velik interes (na primer ob izrednih razmerah zaradi naravne nesreče ali vojne) (Pirc 2005, 58). Glasbeni izbor ustreza programski shemi,

celostni podobi radia in ciljnemu občinstvu, ki mu je program namenjen. Radio je zaradi cenovne dostopnosti tehnologije glasbo naredil dostopno na vsakem koraku, jo pripeljal v vsakdanje življenje, hkrati pa je glasba zaradi količine zasedanja programskega prostora v radijski shemi postala in ostala eno od najpomembnejših izraznih sredstev radia. Med radijskimi poslušalci je največ tistih, ki imajo radio za zvočno kuliso, posledično ima takšen namen tudi glasba v kombinaciji z govornimi prvinami radijskega programa. Med vsemi radijskimi vsebinami glasba najbolj »vpliva na celostno podobo radijske postaje oziroma njen stil in je močno odvisna od tega, katerim skupinam je namenjen radijski program« (Golčar 2003, 77).

3.4 Radijski govor

Radio velja za množično občilo (Zakon o medijih, 2005), kot tako pa uporablja jezik, ki nam omogoča, da nadzorujemo in smo nadzorovani. Kot razmišljajo mnogi strokovnjaki z različnih področij, jezik predstavlja moč in instanco oblasti, zato ga lahko uporabljamo za vplivanje, prepričevanje, upravljanje, nadzorovanje, dominiranje (Ule 2005, 134). Vendar pa gre za neprestano spreminjajoč se, živ organizem, ki se razvija in prilagaja. Po poklicnih merilih in načelih novinarske etike v programih RTV Slovenija mora biti jezik jasen, preprost, jedrnat in nedvoumen. Bralci, voditelji oddaj in novinarji (pa tudi redni in pogodbeni delavci) so dolžni dosledno uporabljati slovenski knjižni jezik ali knjižni jezik narodnih skupnosti; poklicni bralci in novinarji govore zborni jezik, pri vodenju programa pa je dopusten splošni pogovorni jezik.

Današnja tehnologija omogoča, da ima lahko že skoraj vsak posameznik svojo radijsko postajo. Preko svetovnega spleta se lahko vsakdo odloči za izdelavo spletnega radia, na katerem ima možnost vrtenja glasbe. A brez govora in komunikacije radio kar nekako izgubi svoj pravi pomen. Prav govor je namreč temeljni element prepoznavnosti radijske postaje, ki programu doda svojo identiteto.

Govor je temeljni kamen radia. Brez njega bi radijski program izgubil pomen in obliko. Kljub temu da je v programu dejansko več glasbe kot besed, bi radio brez govora izgubil komunikativnost, vsebino, razumljivost, in sporočilnost. Čeprav obstajajo tudi glasbeni radiji, ki so za marsikoga izziv, saj na njih lahko vrtijo glasbo po svojem okusu

in izbiri, pa prav ti radiji ne pokažejo nobene osebnosti, živega elementa, povezovalnosti, ki jih temu mediju lahko da le radijski voditelj s svojim glasom in govorom. Glasbo lahko danes poslušamo na številnih napravah in za dober radio je potrebno več kot le predvajati dobro glasbo. Poslušalci namreč poleg glasbe želijo slišati veliko servisnih in drugih informacij. Ni pa pomembno na radiu le o čem govorimo, temveč tudi, kako govorimo. Z govorom v radijskem mediju posredujemo informacije, obveščamo, po njegovi zaslugi v posebnem radijskem trenutku nastane specifično medsebojno razmerje, razpoloženje med tistimi, ki govor »proizvajajo«, in vsemi onimi, ki ga sprejemajo in se nanj odzivajo (Pirc 2005, 70–75).

Govor je poleg glasbe najpomembnejši del radijskega programa. Nekateri teoretiki govora opozarjajo na to, da je pojav elektronskih medijev na nek način govoru povrnil pomembno vlogo, kot jo je ta imel že nekoč. To potrjuje dejstvo, da novinarju ni treba znati le dobro in pravilno pisati, temveč tudi govoriti. Radijski in televizijski poklicni govorniki morajo zelo dobro poznati pravila in načela pravorečja, zlasti pa poznati funkcijske zvrsti, da lahko znotraj različnih žanrov ustvarijo optimalno komunikacijo s poslušalci, tako pa ohranijo njihovo navzočnost in pozornost ter s tem povečajo stik z njimi. To lahko dosežejo tudi z duhovitim, poetičnim in afektiranim govorom, nadvse uspešno pa še s preklapljanjem med različnimi socialnimi zvrstmi, ki ustrezajo določenemu žanru.

Radijski govorec mora torej znati med mnogimi jezikovnimi kodami izbrati tisto, ki je najprimernejša za konkretno komunikacijsko dejanje. Govoriti mora jasno, preprosto in skladno z jezikovnimi pravili. Uporabljati mora neposreden in nezapleten govor, saj so besede v radijskem etru neponovljive, enkratne, nemogoče jih je preverjati pa tudi vidne frekvence tu ni. Kot pravi Pirčeva (2005, 73), lahko po jeziku oziroma govoru takoj spoznamo, kakšen radijski program poslušamo, ali je to strog javni (nacionalni) program, ki dosledno zahteva uporabo knjižnega jezika, ali smo ujeli frekvenco študentskega radia, pri katerem so norme liberalnejše.

Čeprav je govor primarno sredstvo radia, vsebino sporočila določajo, bogatijo in izražajo tudi neverbalni radijski elementi: zvok, glasba, šumi, tišina. Radijska slika je

zaradi njih popolnejša, izražajo globino, podrobnosti, okoliščine, so impulzi, ki spodbujajo našo domišljijo in zbujejo predstave in čustva. Ko jih zaslišimo, začnemo preverjati povezanost radia z resničnostjo. Brez njih bi bil radio steril (Pirc 2005, 115). Govora, glasbe in neverbalnih radijskih elementov na radiu ni mogoče obravnavati ločeno. Glasba sama zase brez govora in ostalih zvočnih dodatkov ne sporoča dosti, tudi sam govor brez glasbe ne bi bil poslušljiv. »V bistvu je kontekst ključen pri razumevanju radijskih zvokov, glasbe in tišine – tudi pri uporabi takšnih sredstev se kontekst zanje v glavnem vzpostavlja z govorom« (Crissell 1994, 53). Prav zato je glavni kod radia govor, saj v kontekst postavlja preostale zvočne elemente. Radio je zato treba gledati kot celoto, kot zmes govora, glasbe, zvokov in zvočnih ločil, saj vsaka kategorija zase ne pove prav dosti oziroma je njena sporočilna vrednost omejena. Skupaj v okviru programske sheme predstavljajo celoto, ki cilja na določeno občinstvo s sebi lastnimi značilnostmi in navsezadnje tudi svojo (radijsko) identiteto.

3.5 Radijske novinarske zvrsti

Radijska novinarska besedila niso le del radijske sheme, ampak tudi novinarskega diskurza. Po Manci Košir (1988) je novinarski diskurz z resničnostjo povezan dvojno. V prvi vrsti je del javnega komuniciranja prek množičnih medijev, sistem množičnih medijev pa ni avtonomen, temveč deluje kot podsistem dominantnih sfer, kot sta politika in ekonomija. »To dejstvo najusodnejše vpliva na drugi način vpetosti novinarskega diskurza, na njegovo referenco, odnos do stvarnosti« (Košir 1988, 11). Del novinarskega diskurza je tudi mit o novinarski objektivnosti, čeprav novinarsko sporočanje kot tako nikoli ne more biti objektivno, saj realnosti ne odseva, ampak jo interpretira. Novinarsko besedilo naslovniku posreduje novinarjevo interpretacijo stvarnosti, saj novinar ne izbere le dogodka, o katerem bo poročal, temveč njegovo sporočilo kaže tudi novinarjev odnos do stvarnosti in jezikovno predstavitev sporočila, ki je novinarjevo delo. Četudi se novinar do sporočenega vrednostno ne opredeljuje in uporablja stilno nevtralne izraze, je njegov izdelek stvar njegove lastne odločitve. Novinarski diskurz temelji na želji po razumljivosti, resničnem poročanju, relevantnosti in preverjenosti informacij, saj naslovnik takšno poročanje v novinarskih (radijskih) vsebinah pričakuje (Košir 1988, 11–13).

Sestavni del novinarskega diskurza so novinarski žanri, novinarske vrste in zvrsti. »Novinarski žanr je tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna določena tipična forma, v kateri je upovedana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo tipičnimi jezikovnimi sredstvi« (Košir 1988, 31). Širša kategorija od žanra je novinarska vrsta: vrsta je družina žanrov, ki imajo določene skupne lastnosti, ki jih druga družina nima. To pomeni, da ima žanr vse lastnosti vrste, a te lastnosti se pri posameznih žanrih določene družine kažejo na različne načine. Zvrst pa je razširjena družina, v kateri se družijo posamezne vrste, za katere je značilna skupna dominantna oziroma prevladujoča funkcija (Košir 1988, 31–32). Po Manci Košir je novinarska vrsta stabilnejša kategorija od žanra. Žanri so bolj dinamični, fleksibilnejši, hitreje se spreminjajo, odmirajo in se pojavljajo novi. In ker je vrsta stabilnejša kategorija, je lažje poiskati njene konstante in po njih opredeljevati posamezne novinarske vrste. Žanre na podlagi tega potem opazujemo kot variacije vrstnih konstitutivnih prvin (Košir 1988, 32).

Različni avtorji navajajo različne klasifikacije novinarskih žanrov.

3.5.1 Vest

Kratka vest je »kraljica radijskega programa« (Milenković 1987, 43). Vesti oziroma več vestem je podrejen celoten radijski program, saj so vesti na sporedu ponavadi ob točno določeni uri in na kratko povzamejo najpomembnejše dogodke dneva (Slavković 1988, 92).

Kratka vest je najkrajša v družini, odgovarja le na omenjena štiri vprašanja (kaj, kje, kdaj, kdo) in zapisuje vir informacij. Po Manci Košir (1988, 72) je vest najbolj šablonizirana in avtomatizirana oblika novinarskega sporočanja, enostavno strukturirana in upovedana v preprosti, enodelni shemi. Jezik je stvaren in jedrnat, avtor vesti v tekstu ni prisoten, njegova drža je nevtralna.

Radijske vesti morajo biti kratke, enopomenske, razumljive, jedrnate, saj poslušalec vesti ne more slišati dvakrat, tako kot jo prebere v časopisu (Slavković 1988, 131). Z

radijsko vestjo torej želimo poslušalcu sporočiti nekaj novega, bistvo tega novega (dogodka), s tem pa tudi vzbuditi njegovo zanimanje.

Razširjena vest je od kratke vesti nekoliko daljša in pojasnjuje ozadje nekega dogodka, vendar ga avtor ne interpretira kor pri prej omenjeni interpretativni vesti. Tako bi vprašalnicam, ki določajo vsebino vesti (kaj, kje, kdaj, kdo), dodali še kako je nekaj potekalo in zakaj – tako izvemo tudi vzroke dogodka in posledico. Sestavljena je lahko tudi iz več odstavkov (Košir 1988, 72).

Vest v nadaljevanju je na radiu precej pogost pojav, značilen predvsem za ta medij, predvsem zaradi ažurnega spremljanja dogodkov in hitrega posredovanja informacij o spremembah svojim poslušalcem. Praviloma obvešča o velikem dogodku, z več prvinami, o katerem ne zmore povedati vseh podatkov iz prve podatkovne sheme naenkrat, zato jih niza v nadaljevanjih. Kot sama je nesamozadostna in se v medijih pojavlja predvsem zaradi ažurnosti poročanja. Za vest v nadaljevanju je značilno, da se začne z informacijami, ki jih naslovnik že pozna, zato jih novinarju ni potrebno znova pojasnjevati, nadaljuje pa z naslovniku neznanimi podatki (Košir 1988, 73).

Vest v okviru radijskih žanrov Biziljeva (2003, 151) poimenuje radjska novica, za katero so značilne aktualnost, splošno zanimanje, razumljivost, objektivnost in nedvoumnost. Temelj vsake novice je informacija, dogodek, ki se je zgodil, se dogaja ali se bo zgodil, novica nima dramaturškega loka, ne interpretira dogodka, ne uči poslušalcev in se ne sprašuje o posledicah. Radijska novica je lahko standardna, fleš ali razširjena novica.

Tudi Pirčeva (2005, 129) med radijskimi žanri prepozna radijsko novico, ki je kot vrsta sporočanja za radio še posebej uporabna, ker je kratka, razumljiva in jo lahko hitro posredujemo. Radio pripoveduje, kaj se dogaja zdaj, kaj se je dogajalo pred petimi minutami in kaj se bo zgodilo čez pet minut. Kaj se je dogajalo včeraj, za radijske poslušalce ni zanimivo.

Radijska vest doseže svoj namen, če jo poslušajo in predvsem, če jo slišijo. Zato mora biti povezana z interesi poslušalcev in zanimiva. Pirčeva (2005, 131) ob tem izpostavi

tudi merila za presojo, ali je novica vredna objave ali ne po Andrewu Boydu, in sicer so to pomembnost, tragičnost, nenavadnost, aktualnost, zanimivost, protislovnost, ironičnost in dogodek, ki se je zgodil prvič.

Pirčeva (2005, 133) dodaja še, da je najpomembnejši pri radijski vesti prvi stavek – ta ima namreč vlogo naslova. V trenutku se mora zasidrati v poslušalčevo zavest, da ta takoj ve, zakaj je informacijo vredno slišati, hkrati pa se mora novinar truditi, da ne bi kar takoj povedal preveč.

3.5.2 Poročilo

Manca Košir (1988, 65) poročilo uvršča v poročevalsko vrsto, prepozna pa običajno poročilo, komentatorsko poročilo in reportersko poročilo.

Običajno poročilo v kronološkem ali pomembnostnem redu poroča o poteku različnih sestankov, srečanj, obiskov (Košir 1988, 77).

Komentatorsko poročilo se od običajnega razlikuje po tem, da poleg prevladujoče informativne funkcije opravlja tudi komentatorsko (Košir 1988, 77).

Reportersko poročilo se uporablja za poročanje z dramatičnih prizorišč in je razmeroma pogost za televizijski in radijski medij. Dogodek približa naslovniku tako, da sporočevalec opisuje dogajanje v živo, se posveča podrobnostim, zapisuje pogovore oziroma opisuje vzdušje. Za to uporablja jezikovna sredstva, ki niso značilna za druge poročevalske žanre: ekspresivno izrazje, slikovite, plastične opise, žargonske besede itd (Košir 1988, 77).

Radijsko poročilo po Biziljevi (2003, 151) poleg tega, da posreduje osnovno informacijo o dogodku, dogodek lahko tudi razloži in ga podkrepi z izjavo, anketo ... in drugimi radiofonskimi prvinami, ki dogodek bolj približajo recipientu.

Pirčeva (2005, 135) radijsko poročilo označuje kot povzetek, oris dogajanja, razširjeno novico, ki bolj razburka poslušalčevo domišljijo. Na radiu pogosto vsebuje tudi kratke

tonske inserte, ki so za poslušalca dodatna informacija: udeleženci dogodkov opisujejo razloge, posledice, svoja mnenja. Pirčeva (2005, 136) še dodaja, da morajo biti v poročilu navedena le dejstva. Avtorjeve osebne vrednote, razmišljanja in mnenja ne smejo biti skrita pod navidezno objektivnostjo.

3.5.3 Reportaža

Klasična reportaža po Koširjevi (1988, 79) najdosledneje uresničuje lastnosti reportažne vrste. Avtor je v tekstu nevtralen v vrednostnem smislu in izrazito prisoten z originalnim stilom in uporabo posebnih, zaznamovanih jezikovnih sredstev. Poleg informativne funkcije, ki je prevladujoča, uresničuje tudi estetsko, zato mnoge klasične reportaže najdemo tudi v zgodovini književnosti. Za glavo ima namreč uvod, ki mu sledi jedro z zapletom, vrhom in razpletom ter zaključkom, v katerem se izraža poanta (Košir 1988, 80).

Radijska reportaža je po Biziljevi (2003, 164) lahko »montirana«, vnaprej pripravljena. To velja tudi za pravo radijsko reportažo, lahko je improvizirana, torej neposredna, posredovana s kraja dogodka, torej »živa« reportaža, kar se pogosto uvršča v neposredno radijsko poročilo; nekateri tudi neposredni radijski prenos uvrščajo v vrsto improvizirane reportaže. Klasična radijska reportaža uporablja tonske posnetke in zvočne učinke, je kombinacija novinarjevega besedila in tonskih posnetkov (govora, izjav, pogovorov, anket, zvočnih učinkov, glasbe). Učinek reportaže je odvisen od tega, koliko je novinar sposoben dobro opazovati, kako dobre sogovornike je našel in kako dobri so posnetki. Avtor reportaže z montažo ustvari stvarnost, kakor jo sam vidi ali kakor jo sam želi videti.

Tudi Pirčeva (2005, 171) omenja radijsko reportažo, za katero pravi, da sodi med zanimivejše radijske zvrsti, ki zaradi zvoka dobijo veliko zgovornih izraznih sredstev. Je zelo zahtevna, saj od ustvarjalca zahteva bogat besedni zaklad za opis dogodka in pisanje vmesnih besedil. Obenem mora imeti novinar tudi dar za opazovanje, ko skuša s snemanjem akterjev, opazovalcev, z njihovimi izjavami ter pogovori ujeti izbrani trenutek. Pirčeva (2005, 172) med zahtevne radijske reportaže uvršča žive prenose in za njih pravi, da so zvočno ogledalo dogodka, ki poteka hkrati. Poleg prenosov državnih

proslav, prireditve, političnih dogodkov, koncertov so najpogostejši prenosi športnih tekmovanj.

3.5.4 Intervju

Manca Košir (1988, 82) intervju uvrsti v pogovorno vrsto. Poznamo dve vrsti intervjujev: osebne ali biografske in tematske. Pri prvem je v ospredju javnosti zanimiva oseba, njeno življenje, delo, pri drugem pa relevantna tematika, za katero je intervjuvanec kompetenten. Intervju je v radijskem mediju zelo prisoten, novinar pa s svojimi mnenji ne sme biti pretirano navzoč, čeprav lahko že izbor njegovih vprašanj zavzema določeno držo.

Radijski intervju je lahko po Biziljevi (2003, 160) informativni, osebni, zabavni, polemični, lahko je pogovor z eno ali z več osebami, v okolju sogovornika, v studiu, na kraju dogajanja, po telefonu ... Posebnost radijskega intervjuja je stvarna prisotnost sogovornikovega glasu, govora v mediju. Intervju je pogosta radijska zvrst, lahko je povsem klasičen, ko kompetentno osebnost sprašujemo o stvareh, za katere je odgovorna - lahko na kraju dogodka, lahko v studiu (posnet ali živi intervju), lahko je tudi posnet oz. živ telefonski intervju, kar je vedno pogostejša radijska oblika, ko gre za razjasnitev določenih dogodkov.

Pirčeva (2005, 137) intervju označi za pogosto radijsko novinarsko zvrst, ki ponuja ustvarjalcem široko paleto možnosti, obdelav in pristopov, saj je prav pogovor osnova radijskega dela. Radijski intervju poteka med dvema ali več govorcei. Za radio še posebej velja, da mora biti intervju aktualen, konkreten in privlačen. Pirčeva (2005, 157) opozarja, da intervjuje omenjajo tudi Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija. Strinja se s pravilom, da mora novinar izbranega intervjuvanca prej obvestiti, zakaj namerava uporabiti pogovor z njim, dvomi pa o tem, da je mogoče intervju skrajšati samo z dovoljenjem intervjuvanca. V radijskih razmerah, ko je treba deset minut trajajoči pogovor pripraviti za objavo v pol ure, takih soglasij ni mogoče pridobiti.

3.5.5 Komentar

Po Koširjevi (1988, 85–86) običajni komentar pojasnjuje vzroke in ozadje nekega dogodka, ki naslovniku ni doumljiv in mu da občutek, da mu je sedaj vse jasno. Avtor je s svojim mnenjem prisoten, svoje razlage pa interpretira toliko, kolikor se mu zdi potrebno, da poslušalca prepriča v svoj prav glede razlage dogodkov. Novinarji, ki pišejo komentarje, morajo zaradi hitre reakcije in ažurnosti dobro poznati določeno temo in področje, zato navadno komentarje pišejo izkušeni novinarji, ki so specialisti za svoja področja (politika, ekonomija, šport ...).

Komentar Biziljeva (2003, 157) opredeli kot eno najzahtevnejših novinarskih vrst. Radijski komentar je neposredni odziv na aktualni dogodek oz. pojav, je analiza nekega dogodka, pojava ..., z razkrivanjem ozadij, torej sporoča novo vedenje o že znani novici, seveda skozi komentatorjevo osebno noto. Radijski komentar ima osebno noto, je izrazito avtorsko determiniran že s komentatorjevo govorno osebnostjo, dodatno avtorsko ga komentator lahko podkrepí tudi z izjavami, radiofonskimi prvinami, z glasbo ... Radijski komentar ima poleg verbalnih elementov vedno tudi tonski oz. zvočni podton, je avtorjev dialog z recipientom.

Radio mora po navedbah Pirčeve (2005, 168) prvi komentirati. Gre za nizanje podatkov, ugotovitev, stališč, ki jih mora avtor podpreti z dokazi, podatki in številkami. Radijski komentarji so ponavadi krajši kot časopisni, tudi prepričljivejši, saj govorjeni besedi navadno bolj verjamemo kot tiskani. Radijski komentar pripoveduje nekdo, ki dobro pozna problem, je bil na kraju dogodka in ga je preučil. Komentar je sestavljen iz treh nepogrešljivih delov: eksponiranja teme, dokazovanja oz. negiranja teme in sinteze s sklepom (Pirc 2005, 169).

3.5.6 Anketa

Anketa je med pogostejšimi radijskimi žanri. Ker je radio ažuren medij in želi kar najhitreje novice prenesti do naslovnikov, želi tudi najhitreje dobiti povratne odgovore na te informacije. Tako radijski novinarji vsakodnevno iščejo mnenja različnih ljudi na takšna in drugačna vprašanja.

Koširjeva (1988, 88) anketo opredeli kot novinarski žanr, ki predstavlja različna mnenja različnih ljudi (slojev, starosti, lokalne pripadnosti, poklicev, spolov) o aktualnem in zanimivem vprašanju.

Tudi Biziljeva (2003, 163) definira anketo kot zbir izjav različnih predstavnikov javnosti o določeni temi, najpogosteje je montirana, lahko pa poteka tudi v živo. Vseeno ni neposredno, neodvisno nagovarjanje širše javnosti s strani predstavnikov te javnosti, ni odraz javnega mnenja, marveč je odraz skupne odločitve anketiranca in anketiranega, saj je praviloma izbor izjav odvisen od novinarja in od temeljnega cilja, ki mu sledi novinarjevo sporočilo.

Pirčeva (2005, 163) radijsko anketo uvršča v okvir radijskega intervjuja. Opredeli jo kot mozaik izbranih odgovorov, iztočnico, izziv, popestritev, svojevrstno manipulacijo, temu primerno pa se jo lahko vključi v program ali radijski prispevek.

3.5.7 Okrogla miza

Okrogla miza po Koširjevi (1988, 82) poroča o pogovoru različnih, večinoma drugače mislečih udeležencev o družbeno pomembni tematiki.

Tudi Biziljeva (2003, 160) med radijskimi žanri prepozna okroglo mizo, ki jo omeni v okviru intervjuja, zanjo pa pravi, da v posebnih radijskih terminih v okviru informativnega programa pri določeni temi, dogodku, problemu sprašujemo in soočamo različne ljudi.

Okroglo mizo Pirčeva (2005, 166) opredeljuje kot pogovor z več gosti, ki jih ponavadi izberemo iz več strok. Pomembno je, da pripadajo različnim profilom, mnenjskim skupinam in da nimajo podobnih ali enakih mnenj, saj prav polemičnost pogovora povečuje zanimivost okrogle mize. Radijske okrogle mize so za poslušalce vznemirljive, saj niti voditelj niti poslušalci ne morejo vedeti, kako se bo razprava razvijala in kako končala.

3.5.8 Radijski žanri, značilni za otroške in mladinske oddaje

Otroške in mladinske oddaje na 1. programu Radia Slovenija¹ so sestavljene iz različnih radijskih žanrov, med katerimi prevladujeta radijska anketa in radijski intervju. Okroglo mizo, komentar in poročilo bomo v tovrstnih oddajah zasledili zelo redko.

Pri oddajah, kjer so ciljno občinstvo najmlajši otroci, od vrtca pa nekje do konca prve triade osnovne šole, ustvarjalci stremijo k cilju, da so vsebine čim bolj razgibane. To pomeni, da v njih ni posnetkov, daljših od treh minut. Ker je z najmlajšimi težko pripraviti anketo, v kateri bi nanizali le njihove kratke odgovore, zato prevladujejo predvsem pogovori novinarjev z najmlajšimi. Teme pogovorov so različne, prilagojene starostni stopnji otrok, njihovemu interesu, letnemu času in dejavnostim, s katerimi se ukvarjajo v vrtcu ali šoli. Pri oddajah v živo, kot je na primer Radijski ringaraja, je prisoten tudi telefonski intervju z otroki, v katerih se najmlajši poslušalci v živo pogovarjajo z voditeljem oddaje. Večkrat v tovrstnih oddajah zasledimo tudi radijsko reportažo, ko novinarji obišejo otroke na dogodku ali prireditvi.

V oddajah, ki so na 1. programu Radia Slovenija namenjene starejšim osnovnošolcem in srednješolcem, v okviru radijskih žanrov skoraj vedno najdemo anketo. Z njo se oddaja ponavadi začne - napove glavno temo oddaje in tako predstavi različne odzive na to temo. Anketa v teh oddajah služi kot iztočnica za nadaljnje pogovore v studiu ali nadaljnje prispevke v oddaji. Različna mnenja v njej spodbudijo mlade poslušalce, da se v oddaje vključijo preko telefonskega sporočila, elektronske pošte ali telefona. Tako je tudi tukaj pogosto prisoten intervju s poslušalci preko telefona.

Poleg ankete in intervjuja preko telefona v oddajah, namenjenih mladostnikom, večkrat zasledimo tudi radijske intervjuje in radijske reportaže. Ustvarjalci oddaj pri vsaki temi prvotno poiščejo mnenja in odzive ciljnega občinstva, torej mladostnikov, praviloma pa za razlago, odziv ali mnenje v krajšem intervjuju povprašajo tudi strokovnjaka. Reportaža v tovrstnih oddajah za mladostnike ponavadi naleti na najboljši odziv, predvsem zato, ker dobra radijska reportaža ponese poslušalca na kraj dogodka. Ker je

¹ Uradno ime radijske postaje, zapisane v Razvidu medijev, je Prvi program Radia Slovenija – A1. V vseh internih aktih na RTV-ju pa je zapisano ime 1. program Radia Slovenija.

radio slušni medij, mora dobra radijska reportaža vsebovati veliko različnih zvokov iz okolja, s čimer pritegne mlade poslušalce.

Vest je še zadnji žanr, ki je razmeroma pogosto zastopan v otroških in mladinskih oddajah. Tukaj ne gre za vest istega tipa, kot je na primer v poročilih, temveč za kratko, zanimivo, aktualno radijsko novico, ki se nanaša na glavno temo oddaje in je primerna ter pomembna za mlade poslušalce.

4 OTROCI IN MLADOSTNIKI

Ko govorimo o otrocih in mladostnikih na radiu, ne moremo mimo določitve teh dveh pojmov. Kdo so v današnjem svetu otroci in kdo mladostniki? Kaj jih opredeljuje in uvršča v enega od teh dveh pojmov? Tako otroštvo kot mladostništvo sta kategoriji, ki se skozi čas spreminjata skupaj z življenjem, družbo in svetom. Tudi če pogledamo pojma v enakem časovnem obdobju, bomo v različnih družbah in kulturah naleteli na različno pojmovanje koncepta »otrok« in »mladostnik«.

Če najprej pogledamo neko splošno definicijo prvega od obeh pojmov, ki ga opredeljuje *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah*. V prvem členu *Konvencija* določa, da s pojmom »otrok« označujemo »vsako človeško bitje, mlajše od 18 let, razen če zakon, ki se uporablja za otroka, določa, da se polnoletnost doseže že prej«. *Konvencija* kot temeljna listina o otrokovih pravicah (kar seveda vključuje tudi otrokove komunikacijske pravice) pojem »otrok« veže predvsem na nepolnoletnost, neodraslost; pojem »otrok« je torej nasprotje pojma »odrasel človek«.

Vsekakor se moramo ob tem zavedati, da pojem »otrok«, kakor ga navaja *Konvencija*, zajema različna razvojna obdobja. Pri nadaljnji razlagi pojmov »otrok« in »mladostnik« se bomo tako oprli na spoznanja razvojne psihologije - znanstvene discipline, ki opisuje, razlaga in napoveduje človekov psihični razvoj v posameznih obdobjih (Zupančič 2004a, 13).

4.1 Razvojnopsihološka delitev razvojnih obdobj

Po Zupančičevi (2004a, 10) razvojna psihologija na podlagi skupnih značilnosti posameznikov, ki pripadajo določenim starostnim skupinam, razvoj deli na več razvojnih obdobj. To so:

- prednatalno obdobje (ki traja od spočetja do rojstva),
- obdobje dojenčka in malčka (ki traja od rojstva do treh let),
- zgodnje otroštvo (ki traja od treh do šestih let),
- srednje in pozno otroštvo (ki traja od šestih let do začetka pubertete),

- mladostništvo (ki traja od začetka pubertete do približno 22.–24. leta),
- zgodnja odraslost (ki traja od približno 22.–24. leta do 40.–45. leta),
- srednja odraslost (s tem pojmom označujemo obdobje med 40.–45. in 65. letom) in
- pozna odraslost (pojem, s katerim označujemo razvojno obdobje od 65. leta do smrti).

Zupančičeva ob tem opozarja, da so razvojne stopnje zaradi individualnih razlik le približne, enako velja tudi za Piagetovo (v Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 44) razlago razvojnih stopenj.

Prvo razvojno stopnjo je Piaget poimenoval »zaznavno-gibalna stopnja« (ta razvojna stopnja je značilna za starost od 0 do 2 let). Tipične značilnosti te razvojne stopnje so »razumevanje sveta preko gibalnih in zaznavnih dejavnosti, ki jih otrok izvaja na predmetih, svojem lastnem telesu, na drugih osebah. Razvoj poteka na šestih podstopnjah, od preprostih refleksov do organiziranih shem in mentalne reprezentacije«.

Drugo razvojno stopnjo, t. i. »predoperativno stopnjo«, je Piaget postavil v obdobje med približno 2. in 6. letom otrokove starosti. Za to stopnjo sta značilna razvoj in raba simbolov (gest, besed, odloženega posnemanja, igre, risanja). Otrokova komunikacija je na tej razvojni stopnji še egocentrična.

Tretjo razvojno stopnjo je Piaget poimenoval »konkretno operativna stopnja« in naj bi trajala od 6.–7. do 11.–12. leta otrokove starosti. Na tej stopnji »otrok razvije logične strukture, ki mu na ravni miselnih operacij omogočajo reševanje nalog, kot so konzervacija, razredna inkluzija, razumevanje pojmov časa, prostora itd.«.

Naslednjo stopnjo Piaget imenuje »formalno operativna stopnja«, v kateri se nahajajo mladostniki od 11.–12. do 15. leta starosti. Na tej stopnji »miselne operacije niso več omejene s konkretnimi predmeti«; mladostnikovo razmišljanje postane »abstraktno in hipotetično v kontekstu jezikovnega in logičnega sistema«.

V nadaljevanju bomo skušali povzeti nekaj najpomembnejših lastnosti razvojnih obdobjih otrok in mladostnikov.

4.1.1 Zgodnje otroštvo (od tri do šest let)

Razvojnopsihološko obdobje v človekovem življenju, ki ga Zupančičeva (2004) imenuje zgodnje otroštvo, ustreza Piagetovi »predoperativni stopnji mišljenja«, za katero je značilno simbolno mišljenje (Marjanovič Umek 2004a, 291). Tovrstno mišljenje se na tej stopnji otrokovega razvoja »kaže v odloženem posnemanju, simbolni igri, ki je pogostejša in poteka tudi na višjih razvojnih stopnjah«. Poleg tega Marjanovič Umekova (2004a, 291) navaja, da se simbolno mišljenje na tej razvojni stopnji kaže tudi v likovnem izražanju in v rabi govora ter v povečani fleksibilnosti otrokovega mišljenja – otrok na tej stopnji razvoja že razmišlja o preteklih in prihodnjih dogodkih.

Na področju čustev je otrokov napredek opazen v razvoju prepoznavanja in razumevanja tako temeljnih kakor tudi sestavljenih čustev. Poleg tega otrok napreduje v nadzoru nad čustvenim doživljanjem in izražanjem, ki »postaja vse bolj uravnoteženo in socialno sprejemljivo« (Kavčič in Fekonja 2004, 334). Za socialni razvoj v tem zgodnjem otroštvu so značilne nove oblike socialnih interakcij in socialnih kompetentnosti. Na tem mestu velja izpostaviti razvoj otrokove sposobnosti komuniciranja, recipročnosti, empatije in skupnega reševanja problemov (Marjanovič Umek 2004b, 363). Značilnostim otrok na tej stopnji razvoja pa Levin in Rubin (v Marjanovič Umek 2004b, 363) dodajata še ugotovitev, da starejši predšolski otroci z rabo govora laže dosegajo svoje socialne cilje.

4.1.2 Srednje in pozno otroštvo (od šest let do začetka pubertete)

Otroci od starosti šestih oz. sedmih let pa vse do začetka pubertete so v razvojnopsihološki fazi srednjega in poznega otroštva, kar v Piagetovi teoriji ustreza »konkretno operativni stopnji«. Otrokovo mišljenje na tej razvojni stopnji je logično in fleksibilno, saj lahko na tej stopnji že razmišlja in upošteva več vidikov istega problema, vendar pa si mora pri mišljenju pomagati s predstavljanjem konkretnih situacij. Za otroke, starejše od sedmih let, je značilno, da njihova pozornost postaja vse bolj stalna. Razvijajo se njihove govorne sposobnosti, zlasti otrokove komunikacijske

sposobnosti postajajo bolj razvite, kar otroku omogoča večjo mero sposobnosti za delo v skupini (Marjanovič Umek in Svetina 2004, 416).

Besednjak otrok na razvojni stopnji srednjega oz. poznega otroštva vsebuje veliko besed, ki jih manjkrat slišijo, se pa pogosteje uporabljajo v pisnih besedilih. Poleg tega otroci že razumejo in tudi pogosto uporabljajo primere in metafore oz. prisposobe (Marjanovič Umek in Svetina 2004, 417). Stavki, ki jih uporabljajo otroci na tej razvojni stopnji, so vse bolj elaborirani, njihovo razumevanje pa se razširi tudi na stavke z relativno zapleteno stavčno konstrukcijo (Marjanovič Umek in Svetina 204, 418). Čustveni napredek na razvojni stopnji srednjega oz. poznega otroštva je opazen v vse bolj prosocialnem vedenju otrok. Slednje »postane v tem obdobju otrokovega razvoja prevladujoča značilnost stabilnih vrstniških odnosov« (Fekonja in Kavčič 2004, 435). Že omenjeno prosocialno vedenje na tej stopnji otrokovega razvoja postaja tudi vse bolj učinkovito (Fekonja in Kavčič 2004, 436).

4.1.3 Mladostništvo in adolescenca (od 11.–12. do 22.–24. leta)

Nastran Uletova (1996, 10) pravi, da pojma mladost in mladina predstavljata kompleksni družbeni, pojmovni, ideološki in simbolni konstrukciji, s katerima skuša družba opredeliti proces prisvajanja in sprejemanja obstoječe kulture in družbe pri novih generacijah, pa tudi člani teh generacij skušajo s temi pojmi razumeti sami sebe in svoj življenjski proces. S pojmom mladina sociologija označuje generacijsko oz. družbeno skupino, ki se je »konstituirala in odigrala pomembno družbeno vlogo v družbenem življenju 20. stoletja, ob koncu 20. stoletja pa se je začela stapljati z drugimi generacijskimi in družbenimi skupinami« (Ule 2000a, 17). Eisenstadt (v Ule 2000a, 25) ugotavlja celo, da o »mladini« in »mladinskih problemih« danes sploh ne moremo govoriti več, saj ne gre za homogeno družbeno skupino, ki bi se soočala z družbo. Sodobne mladosti sociologija torej ne obravnava več kot predhodnice odraslosti, temveč kot biografsko dimenzijo, ki je vse bolj odvisna od »samodefinicije posameznika ali posameznice, ne pa od utrjenih družbenih konvencij in definicij« (Eisenstadt v Ule 2000a, 25). Tako spodnjo kot zgornjo mejo mladostništva je težko določiti, predvsem zaradi individualnih razlik, kot tudi zaradi različnih meril v različnih strokah. V naši družbi je mladost večinoma predstavljena kot prehodno obdobje med otroštvom in

odraslostjo (Roche in Tucker 1997, 24).

»Mladostništvo ali s tujko adolescenca je razvojno obdobje med koncem otroštva in začetkom zgodnje odraslosti, torej med približno 11.–12. in 22.–24. letom starosti. To razvojno obdobje se začne s predpuberteto in puberteto, obdobjem pospešenega telesnega razvoja, vključno z razvojem reproduktivne zrelosti, ki sledi intenzivni telesni rasti, in se nadaljuje v zgodnja dvajseta leta« (Marjanovič Umek in Zupančič 2004, 511).

Ker gre za razmeroma obsežno razvojno obdobje, ki obsega več specifičnih obdobj, delimo mladostništvo na:

- zgodnje mladostništvo (do približno 14. leta starosti),
- srednje mladostništvo (do približno 17.–18. leta starosti) in
- pozno mladostništvo (do približno 22.–24. leta starosti).

Na spoznavnem področju prihaja v razvojnem obdobju mladostništva do pomembnih kakovostnih in količinskih sprememb. Ta razvoj se kaže v logičnem mišljenju, kapaciteti obravnave informacij ter v razumevanju predmetnega in socialnega okolja. Količinske spremembe v mišljenju se odražajo v mladostnikovi naraščajoči kompetentnosti pri reševanju intelektualnih problemov, v njihovi hitrosti in moči mišljenja, medtem ko se kakovostne spremembe izražajo kot spremembe v načinu mišljenja (Zupančič in Svetina 2004a, 525).

Na področju komuniciranja je pri mladostnikih opazna sprememba k dejavnejšemu komuniciranju ne le z vrstniki, starši in sorejenci, ampak tudi s širšim socialnim okoljem. Mladostniki tako v socialnih stikih pridobivajo nova spoznanja in spretnosti, preizkušajo različne vloge, opredeljujejo svoje življenjske cilje, prepričanja, vrednote in tako oblikujejo tudi svojo identiteto (Zupančič in Svetina 2004b, 589).

Konec 90. let 20. stoletja v Sloveniji opravljene raziskave kažejo, da so mladi v Sloveniji dejansko razmeroma pasivna generacija, ki preferira mirno, manj razburljivo življenje. Poleg tega je za to generacijo značilno umikanje iz javnih prostorov,

obračanje k fantazijskim svetovom in beg od realnosti ter velika občutljivost za nova tveganja (Ule 2000b, 177). Vse navedeno kaže na to, da so bili mladi v Sloveniji ob koncu 90. let 20. stoletja skupina s tipičnimi karakteristikami (post)moderne mladine (Ule 2000b, 179).

Fasick (v Zupančič 2004b, 512) sklepa, da konec zadnjega obdobja mladostništva, tj. obdobja »poznega mladostništva«, nastopi takrat, ko posameznik prevzame eno od odraslih nalog.

Opisana razvojnopsihološka obdobja in s tem značilnosti njihovih predstavnikov bi morali predstavljati pomembno izhodišče oblikovanja programa, namenjenega otrokom in mladostnikom. Ustvarjalci radijskih programov za otroke in mladostnike bi vsekakor morali biti seznanjeni z besednim, čustvenim in socialnim razvojem otrok in mladostnikov na posameznih stopnjah, opisane karakteristike posameznega obdobja pa bi jim bile lahko v pomoč pri sestavi njihovega programa.

5 OTROCI IN MLADOSTNIKI V MEDIJIH

Participacija otrok in mladostnikov v medijih je pomembna iz več razlogov. S participacijo v medijih pridobijo ponos, občutek moči, samozavest, kritično razumevanje medijev, postanejo bolj medijsko kompetentni in pismeni, naučijo se razumeti svojo in druge kulture, bolj si želijo postati del lokalne skupnosti in v njej aktivno sodelovati (Von Feilitzen in Bucht 2001, 73). Poleg tega naj bi postali bolj odgovorni, se naučili časovnega planiranja, dela v skupini in učinkovitega komuniciranja oz. sporočanja svojih idej (Kinkade in Macy 2003, 25). Obenem je aktivno sodelovanje v medijih tudi njihova temeljna pravica, zapisana v *Konvenciji o otrokovih pravicah*.

Koliko pa otroci in mladostniki v Sloveniji dejansko sooblikujejo medije, namenjene njim? Koliko sploh je v Sloveniji medijev, ki bi tej populaciji ponudili možnost sodelovanja? Eden izmed takih, ki so po Zakonu o Radioteleviziji Slovenija iz leta 2005 (4. člen) mladostnikom dolžni ponuditi kakovosten program, je nacionalni medij. RTV Slovenija tako »zagotavlja visoko kakovostno lastno produkcijo, namenjeno otrokom, mladostnikom in starostnikom« (Zakon o Radioteleviziji Slovenija, 2005). Mnogi avtorji (npr. Splichal 1995, 173, Lessler 1996, 3 ter Blumler in Hoffmann-Reim 2002, 209) opozarjajo, da je javni servis dolžan zagotavljati posebno skrb starostnim manjšinam, torej tudi otrokom in mladostnikom. Lessler (1996, 3) idejo še potencira, saj trdi, da je zagotavljanje visoko kvalitetnih programov za otroke »privilegij in obveza javnih RTV sistemov«. Te naloge javnega servisa je smiselno izpostaviti v zlasti sodobnem obdobju krize javnih medijev, saj se le-ta pogosto kaže tudi v krčenju otroškega programa (Bašić Hrvatinić 2002, 63–64).

Otroci in mladostniki so eno najštevilčnejših medijskih občinstev, a zaradi svoje nezrelosti tudi najbolj občutljivi. Od dneva, ko se otrok rodi, pa do dneva, ko ga družba proglasi za odraslega, je podvržen in dovzeten za številne vplive iz svoje okolice. Prek medijev velika večina zunanega sveta vstopa v domove otrok. Otrokom je tako na voljo vedno več informacij, ki lahko odločilno vplivajo na njihov intelektualni in osebni razvoj, saj so v času svojega odraščanja najbolj ranljivi in vodljivi.

Radio je medij, ki pri otrocih in mladostnikih opravlja mnogo funkcij za zadovoljevanje potreb. Ti radio ponavadi poslušajo, ko se počutijo osamljeni ali pa v trenutkih, ko bi radi imeli malo miru. Vsekakor vidijo prednosti radia v tem, da ga lahko poslušajo skorajda že povsod (v avtu, na mobilnem telefonu, MP3 predvajalniku ...) in kadarkoli ter da lahko ob poslušanju delajo še druge stvari (pospravljanje, pisanje domače naloge, branje revije ...). Večina otrok in mladostnikov radia ne posluša redno in ob določenem času, največkrat si ga prižgejo, da bi poslušali glasbo. Govorni program je otrokom največkrat nerazumljiv, otroških oddaj je malo, najbolj žalostno pa je obenem to, da se raziskovalci z mlajšimi radijskimi poslušalci največkrat sploh ne ukvarjajo, saj ti niso tipično radijsko občinstvo (Pirc 2005, 207).

Otrokom in mladostnikom je treba prisluhni in jim dati priložnost, da izražajo svoje mnenje. Najhujša možna pot pri nerazumevanju te populacije je njihovo ignoriranje. Vsekakor pa vključevanje otrok in mladostnikov v medije ne pomeni, da mora biti vse, kar oni povedo, nekritično in brezpogojno sprejeto ali da lahko delajo, kar želijo. O koristni participaciji govorimo takrat, ko odrasli razvijajo neke rešitve skupaj z mladimi in se pri tem ne pretvarjajo, da poznajo vse odgovore. Čeprav je poudarek na avtonomiji mladih, naj bi ti večkrat sodelovali z odraslimi. Predvsem je pri tem pomemben dialog med mladimi in odraslimi, izmenjava mnenj, izražanje potreb, da lahko mladi nato sprejmejo odgovornosti, postanejo aktivni, tolerantni in demokratično delujoči.

Povečana participacija otrok v medijih bi pomenila tudi povečano medijsko pismenost. Poleg tega bi delovala proti napačnemu predstavljanju otrok v medijskih vsebinah in bi pomenila začetek pozitivne spirale. Nezadovoljive medijske podobe otrok bi lahko bile izboljšane z razumevanjem pravice otrok do svobode izražanja mnenj in njihove pravice do participacije v medijih in družbi. Poleg tega primeri iz prakse kažejo, da uspešnost medijskega projekta pomeni, da odrasli ne le poslušajo otroke in mladostnike, temveč z njimi sodelujejo kot enakovredni partnerji (Von Feilitzen in Bucht 2001, 73).

Stranski, a prav tako zelo pomembni učinki participacije mladih v medijih so pridobivanje dragocenih veščin, kot so kritično mišljenje, samozavest, odgovornost,

časovno planiranje, sposobnost dela v skupini in učinkovito komuniciranje oz. sporočanje svojih idej (Kinkade in Macy 2003, 25).

6 RADIO SLOVENIJA

Nacionalni radio ima tri programe, Prvi program – A1, Drugi Program – Val 202 in Tretji program – Ars.

6.1 *Skrb za mlade poslušalce*

Zakon o Radioteleviziji Slovenija iz leta 2005 narekuje, da morata tako javni radio kot televizija v svojih programih in shemah zagotavljati kvaliteten program tudi za otroke in mladostnike. Poleg tega Zakon o Radioteleviziji Slovenija podobno kakor Zakon o medijih vsebuje določila, ki naj bi varovala otroke in mladostnike pred določenimi vsebinami – za kar naj bi najbolj skrbeli novinarji in novinarke. Slednji naj bi pri svojem delu (tako 5. člen Zakona o Radioteleviziji Slovenija) varovali »otroke in mladino pred vsebinami, ki bi lahko škodljivo vplivale na njihov duševni in telesni razvoj« ter varovali »obče človeške vrednote« (prav tam).

Tudi s stališča novinarske etike so merila v programih RTV Slovenija, ki se nanašajo na otroke in mladostnike, zelo jasna. V 13. členu Poklicnih meril in načel novinarske etike v programih RTV Slovenija so naštetih načini vključevanja otrok in mladostnikov v programe. Poleg vloge otrok in mladostnikov kot sogovornikov, udeležencev ali »predmeta obravnave« (Kocijančič 2000) dokument predvideva tudi (občasno) vlogo otrok in mladostnikov kot »oblikovalcev programa« (prav tam), s čimer predpostavlja možnost aktivne participacije otrok in mladostnikov v programih RTV Slovenija. Dokument v 3. odstavku 13. člena določa, da je treba za intervjuvanje otrok oz. za njihovo vključevanje v oddaje zagotoviti dovoljenje staršev oz. zakonitih skrbnikov (prav tam), kar lahko obravnavamo kot varovalo pri ščitenju otrokovih pravic. Načela intervjuvanja otrok so skrbneje obravnavana v 12. odstavku 13. člena, ki med drugim vključuje zahtevo, da se programski delavci pri intervjuvanju do otrok ne smejo vesti pokroviteljsko (prav tam). Poleg naštetega dokument opozarja programske delavce RTV Slovenija na skrbnost pri njihovem delu glede vpliva programa na otroke (prav tam), pri čemer (7. odstavek 13. člena) določa, da se morajo programski delavci o sodelovanju otrok posvetovati tudi s poklicnimi vzgojitelji in strokovnjaki (prav tam).

Sklepamo, da bi morala biti tudi ta določila skrbno izpolnjevana in da bi vplivi teh posvetovanj morali imeti dovoljšno težo pri oblikovanju programa Radia Slovenija. Poklicna merila in načela novinarske etike tako obširno in podrobno obravnavajo otrokove komunikacijske pravice v programih RTV Slovenija in bi kot taka morala predstavljati osnovo za delo programskih delavcev RTV Slovenija. Vendar zaradi neustreznega sankcioniranja ob kršitvi novinarske etike in poklicnih meril ter načel nemalokrat prihaja do kršitev zgoraj omenjenih pravil. Mnogi novinarji se namreč ne zavedajo pomembnosti pravilnega pristopa do mladega poslušalca. Novinarji pri delu mladega poslušalca velikokrat »ponižujejo« in ga imajo za manjvrednega. Do njega se obnašajo pokroviteljsko in jasno pokažejo na to, da so kljub temu da je vsebina namenjena mladim, glavni oni. To se nemalokrat pojavi oz. vidi in sliši tudi v primerih, kjer nevešči novinarji otrokom in mladostnikom postavljajo besede v usta, kar pa vsekakor ni v skladu z etičnimi načeli. Nekateri radijski novinarji namreč pri svojem delu slepo sledijo politiki radia in svojim nadrejenim, in v primerih, ko ti želijo slišati točno določeno izjavo otrok, se bodo ti novinarji poslužili prav teh, neprimernih pripomočkov. Iz mladih poslušalcev bodo zmanipulirali odgovor, ki ga želijo, kar pa ne bo vedno isto tistemu, kar otrok zares misli in želi povedati. Ob tem je potrebno omeniti tudi to, da Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija v 13. členu (Kocijančič 2000) točno opredelita obnašanje novinarjev do otrok:

Sodelovanje otrok v programu terja zelo skrben odnos do njih; za programske delavce pa je včasih težavno doseči ravnovesje med nasprotujočimi si interesi otrok, staršev in gledalcev. Intervjuji z otroki terjajo posebno skrb. Otroke je lahko voditi z vprašanji in pogosto so dovzetni za namig. Še zlasti majhni otroci imajo lahko težave pri ločevanju med stvarnim in domišljijским. Programski delavci morajo paziti, kako usmerjajo otroke, in jim morajo dovoliti, da govorijo v svojem imenu. Otrok ne smemo prekinjati ali se do njih vesti pokroviteljsko.

Jasno je, da nekateri novinarji ne upoštevajo etičnih navodil tudi v primerih odnosa z otroki, kar pa ponavadi žal ostane skrito javnosti.

V nadaljevanju bomo pogledali, katere oddaje so na Radiu Slovenija namenjene otrokom in mladostnikom, kakšna je participacija otrok in mladostnikov v sooblikovanju medijskega diskurza, termine predvajanja oddaj in podatke o poslušanosti.

6.2 Radijske oddaje za otroke in mladostnike na 1. programu Radia Slovenija

Prvi radijski program pokriva predvsem informativno, politično, kulturno, vzgojno-izobraževalno in rekreativno področje (Bezljaj Krevel 1998, 89). Program sestavljajo številna uredništva - Izobraževalno, Glasbeno, Večerno, Dnevno-aktualno, Dokumentarno-feljtonsko ter Program za mlade. V Programu za mlade ekipa mladih novinarjev skrbi, da tudi najmlajšim na nacionalnem radio ponudijo kakovosten in pester radijski program. Svoje delo jemljejo zelo resno, saj je delo z otroki in mladostniki zagotovo eno najtežjih in najodgovornejših del. Strinjajo se, da pred radijski mikrofoni v pogovor z otroki in mladostniki res ne sodi prav vsak novinar.

Na 1. programu Radia Slovenija Program za mlade skrbi za oddaje, namenjene otrokom in mladostnikom. Med njimi so trenutno naslednje radijske oddaje: Radijski ringaraja, Dobro jutro, otroci, Violinček, Lahko noč, otroci!, Hudo!, Kulturomat in Gymnasium. Od leta 2007 do leta 2010 se je nekaj oddaj preimenovalo (Knjižnica za mlade v Kulturomat, Sobotna raglja v Hudo!, Ringaraja v Radijski ringaraja), nekaj ukinilo (Pojemo, pojemo, Glasbena pravljica, Veseli tobogan). Največji delež predstavljajo oddaje Lahko noč, otroci, Gymnasium, Radijski ringaraja in Hudo!. V spodnji tabeli vidimo, da se v zadnjih štirih letih urni delež v odstotkih iz leta v leto zmanjšuje. Tako je bilo v letu 2007 4, 17 % programa na 1. programu Radia Slovenija namenjeno otrokom in mladostnikom, leta 2010 pa le še 3, 98 %.

Tabela 6.1: Delež oddaj za otroke in mladostnike na 1. programu Radiu Slovenija 2007 - 2010 (v urah)

	Leto 2010		Leto 2009		Leto 2008		Leto 2007	
	ure	%	ure	%	ure	%	ure	%
1.program RAS								
Dobro jutro, otroci	26	0,30%	20	0,23%	10	0,11%	10	0,11%
Lahko noč, otroci	59	0,67%	55	0,63%	56	0,64%	57	0,65%
Radijski ringaraja	47	0,54%	47	0,54%	48	0,55%	36	0,41%

Gymnasium	52	0,59%	49	0,56%	52	0,59%	51	0,58%
Veseli tobogan	1	0,01%	23	0,26%	42	0,48%	46	0,53%
Program za mlade, Hudo!	47	0,54%	36	0,41%	-	-	-	-
Drugi prispevki, posebne oddaje	2	0,02%	0	0,00%	-	-	5	0,06%
Radijska igra za otroke	32	0,37%	31	0,35%	32	0,36%	32	0,37%
Sobotna raglja	-	-	12	0,14%	47	0,54%	52	0,59%
Violinček	29	0,33%	27	0,31%	7	0,08%	-	-
Glasba za otroke	9	0,10%	15	0,17%	19	0,22%	19	0,22%
Pojemo, pojemo	-	-	-	-	4	0,05%	10	0,11%
Knjižnica za mlade	-	-	-	-	2	0,02%	11	0,13%
Ringaraja	-	-	-	-	-	-	3	0,03%
Glasbena pravljica	-	-	-	-	-	-	1	0,01%
Kulturomat	10	0,11%	10	0,11%	8	0,09%	-	-
Gori, doli, naokoli	35	0,40%	33	0,38%	34	0,39%	32	0,37%
Skupaj oddaje za otroke in mladino 1. prog.	349	3,98%	358	4,09%	361	4,11%	365	4,17%
Skupaj predvajani program na 1. pr. RAS	8760	100,00%	8760	%	8784	%	8760	%

Vir: RTV Slovenija (2010).

6.3 Radijske oddaje za otroke in mladostnike na Drugem programu Radia Slovenija

Na Drugem programu Radia Slovenija, podobno kot na Prvem, lahko prav tako v zadnjih letih vidimo velik upad programa namenjenega mlajšemu občinstvu. Kar nekaj oddaj, ki so jih sicer pripravljali novinarji Programa za mlade, so v zadnjih letih ukinili (Študentski val, Sence Adolescence, Malčki o ...). Od vseh treh programov Radia Slovenija je drugi program tisti, ki otrokom in mladostnikom posveča najmanj pozornosti. V letu 2010 je bilo tako tej populaciji namenjenega le 0,59 % programa, ki ga je v večini zapolnila le ena oddaja (Generator).

Tabela 6.2: Delež oddaj za otroke in mladostnike na 2. programu Radiu Slovenija 2007 - 2010 (v urah)

	Leto 2010		Leto 2009		Leto 2008		Leto 2007	
	ure	%	ure	%	ure	%	ure	%

2. program RAS								
Generator (govor)	47	0,54%	22	0,25%	-	-	-	-
Nariši nov dan	4	0,05%	-	-	-	-	-	-
Drugi prispevki, posebne oddaje	1	0,01%	0	0,00%	-	-	8	0,09%
Študentski val	-	-	2	0,02%	13	0,15%	14	0,16%
Valodrom (govor)	-	-	20	0,23%	52	0,59%	40	0,46%
Malčki o ...	-	-	-	-	1	0,01%	3	0,03%
Ujeto - zadeto (govor)	-	-	-	-	-	-	13	0,15%
Sence adolescence	-	-	-	-	-	-	32	0,37%
Skupaj oddaje za otroke in mladino 2. prog.	52	0,59%	44	0,50%	66	0,75%	110	1,26%
	876	100,00	876	100,00	878	100,00	876	100,00
Skupaj predvajani program na 2. pr. RAS	0	%	0	%	4	%	0	%

Vir: RTV Slovenija (2010).

6.4 Radijske oddaje za otroke in mladostnike na Tretjem programu Radia Slovenija

Tretji program Radia Slovenija, ki je sicer usmerjen kulturno-umetniško, pripravlja za otroke in mladostnike predvsem oddaje z glasbeno vsebino. Tretji program je edini program Radia Slovenija, na katerem se delež oddaj za otroke in mladostnike v zadnjih dveh letih zvišuje.

Tabela 6.3: Delež oddaj za otroke in mladostnike na 3. programu Radiu Slovenija 2007 - 2010 (v urah)

	Leto 2010		Leto 2009		Leto 2008		Leto 2007	
	ure	%	ure	%	ure	%	ure	%
3. program RAS								
Mladi virtuoz	26	0,30%	25	0,29%	25	0,28%	-	-
Nove glasbene generacije	44	0,50%	44	0,50%	32	0,36%	53	0,61%
Zborovski kotiček za mlade	22	0,25%	25	0,29%	22	0,25%	18	0,21%
Drugi prispevki, posebne oddaje - poigra	3	0,03%	0	0,00%	1	0,01%	-	-
Najlepši čas...	-	-	-	-	-	-	7	0,08%
Izobraževalni program	-	-	-	-	-	-	6	0,07%
Skupaj oddaje za otroke in mladino 3. prog.	95	1,08%	94	1,07%	80	0,91%	84	0,96%
Skupaj predvajani program na 3. pr. RAS	876	100,00	876	100,00	878	100,00	876	100,00

	0	%	0	%	4	%	0	%
--	---	---	---	---	---	---	---	---

Vir: RTV Slovenija (2010).

Ker od vseh treh programov Radia Slovenija največ pozornosti otrokom in mladostnikom posveča 1. program, se bomo v nadaljevanju osredotočili na oddaje, ki jih na tem programu pripravljajo novinarji Programa za mlade.

7 PROGRAM ZA MLADE NA 1. PROGRAMU RADIA SLOVENIJA

Program za mlade na Radiu Slovenija skrbi za to, da tudi otroci, mladostniki in mladi niso prikrajšani za radijske vsebine, predvsem pa za to, da dobijo priložnost preko nacionalnega radia posredovati svoja razmišljanja in mnenja. Kot pravi urednica Programa za mlade, Jana Bajželj (2011), je delo ustvarjalcev programa:

... usmerjeno k iskanju zanimivih in privlačnih vsebin za mlade poslušalce in k oblikovanju rubrik in oddaj, ki so mladim poslušalcem všeč. V oddajah želimo predstavljati ustvarjalno delo mladih, njihovo sodelovanje v različnih projektih v šoli in izven nje. Z mladimi sogovorniki iščemo odgovore na aktualna vprašanja, ki so povezana z dnevnim dogajanjem, njihovim vsakdanjim življenjem v šoli, doma in v družbi. Predstavljamo tudi mlade, ki zaradi svojih aktivnosti na športnem, kulturnem, raziskovalnem in na drugih področjih izstopajo med vrstniki. Sodelavci Programa za mlade želimo slediti željam mladih poslušalcev in obenem ohranjati kakovost pri oblikovanju govorne in glasbene podobe našega programa.

Otrokom in mladostnikom v okviru Programa za mlade ustvarjalci ponujajo privlačne vsebine in se obenem od njih učijo. Predstavljajo njihove izjemne zamisli in zgodbe, spodbujajo sproščen pogovor, brez zavor se pogovarjajo o najstniških zadregah in tabujih, obenem pa svojim mladim poslušalcem nudijo tudi veliko glasbe, priročnih nasvetov ter zanimivih vprašanj in odgovorov. Kot pravi Bajžljeva (2011), lahko »V oddajah Programa za mlade poslušalci sodelujejo s svojimi mnenji, komentarji in vprašanji, lahko pa odgovarjajo na naša nagradna vprašanja. Možnosti za sodelovanje je veliko: preko telefona, sms sporočil, elektronske pošte in Facebooka«.

Program za mlade sodeluje tudi z različnimi ustanovami - vrtci, osnovnimi in srednjimi šolami, mladinskimi centri in drugimi organizacijami, ki so na različne načine povezane z dejavnostmi otrok in mladostnikov. Njihov cilj pa je po besedah Bajžljeve (2011) »aktivno sodelovanje z mladimi, ki jih želijo vključiti v nastajanje njihovih oddaj na terenu po Sloveniji in v zamejstvu«.

7.1 Oddaje Programa za mlade

Program za mlade pripravlja osem oddaj za otroke in mladostnike. Nekatere oddaje so dnevne, druge tedenske. Ob tem urednica programa, Jana Bajželj (2011), izpostavlja:

Prednost oddaj za mlade na nacionalnem radiu je zagotovo v pokritosti oddajanja naših programov, saj nas lahko poslušajo po vsej Sloveniji. V programih za mlade nastopajo otroci in mladostniki iz različnih krajev po Sloveniji. Naše oddaje vodijo novinarji in voditelji, ki imajo univerzitetno izobrazbo oziroma so študentje zadnjih letnikov fakultet. Vsi, ki nastopajo pred mikrofonom, so uspešno opravili avdicijo za nastopanje pred mikrofonom, imajo opravljeno izobraževanje za kulturo govora in so s tem pridobili certifikat. Tudi glasba, ki jo predvajamo v naših programih, je izbrana po visokih kakovostnih merilih.

7.1.1 Dobro jutro, otroci

Oddaja Dobro jutro, otroci je namenjena predšolskim otrokom in osnovnošolcem, ki vsak dan med ponedeljkom in petkom že navsezgodaj zjutraj, ob 6.45, razmišljajo o najrazličnejših temah. Oddaja je dolga cca 5 minut, na koncu posnetka pa jo dopolni otroška pesem. Novinarji oddajo posnamejo vnaprej, v sodelovanju z vrtni in šolami, teme pa izberejo glede na aktualno dogajanje, letni čas, velikokrat jim o temi namignejo otroci in mladostniki sami.

7.1.2 Violinček

Glasbena oddaja Violinček je namenjena vsem predšolskim otrokom in učencem prve triade osnovne šole. Namen oddaje je pridobivanje nove glasbene literature za otroke (naročilo novih besedil in uglasbitve le-teh). Vodilo pri nastanku oddaje je otrokom ponuditi kar se da kakovostno glasbo s strokovno neoporečno podanimi vsebinami. Na sporedu je vsako sredo premierno ob 9.30, ponovitev pa je ob nedeljah ob 18.15. Violinček otrokom ponuja raznovrstne vsebine – prvo sredo v mesecu lahko otroci prisluhnejo izboru skladb za otroke, drugo sredo spoznajo novo glasbilo, tretjo se naučijo nove ljudske skladbe, zadnjo sredo v mesecu pa se lahko naučijo nove umetne otroške skladbe. Programski prostor je namenjen tudi javljanjem iz vrtcev ali osnovnih

šol in s tem spoznavanju otroške ustvarjalnosti. Oddajo Violinček v sodelovanju s Programom za mlade pripravlja Glasbeno uredništvo 1. programa Radia Slovenija.

7.1.3 Lahko noč, otroci!

Oddaja Lahko noč, otroci!, je zaščitni znak 1. programa, ob kateri je zraslo že ničkoliko generacij, na sporedu pa je vsak večer ob 19.45. Čeprav že z dolgoletno tradicijo, radijska pravljičica za lahko noč še vedno ohranja navihanost in igrivost. Redaktorji oddaje objavljajo besedila domačih in tujih avtorjev, poleg uveljavljenih tudi tekste mladih pisateljskih upov. Prednost dajejo duhovitim zgodbam, ki imajo nevsiljiv nauk in otroke doživljajsko obogatijo. Lahko noč, otroci!, na videz drobna in neopazna oddaja, opravlja veliko kulturno poslanstvo, saj v radijskih arhivih hranijo posnetke pravljičic, ki so jih otrokom prebirali igralci kot so Elvira Kraljeva, Duša Počkaj, Stane Sever, Frane Milčinski Ježek in drugi. Da bi bile pravljičice kvalitetne in raznolike, izvirne in literarno spretno oblikovane zgodbe, si ustvarjalci oddaje želijo tudi v bodoče. Najmlajše poslušalce želijo voditi v skrivnostni svet domišljije v izbrani govornici gledaliških igralk in igralcev.

7.1.4 Gymnasium

V oddaji Gymnasium se predstavljajo srednješolci in študenti, ki poleg rednih šolskih obveznosti presenečajo z ustvarjalnostjo in izvirnostjo. Oddaja je na sporedu vsako sredo zvečer med 20. in 21. uro, večinoma pa poteka v živo. O temi oddaje, ki jo povečini izberejo oz. predlagajo kar mladi sami, novinarji predhodno posnamejo ankete na ulici, včasih tudi reportaže ali intervjuje. Mladi brez zavor govorijo o filmih, učenju, potovanjih, drogah, raziskovalnih taborih, počitniškem delu, predvsem pa o tem, kako razmišljajo in kaj čutijo. Zaradi aktualnih tem je Gymnasium »obvezna smer za mlade«.

7.1.5 Radijski ringaraja

Oddaja je namenjena najmlajšim otrokom – vsem tistim, ki so še v vrtcih pa tudi tistim, ki sedajo v klopi prvih treh razredov osnovne šole, na sporedu pa je vsako soboto med 8.05 in 9.00. Pogovor z otroki posnamejo novinarji med obiskom vrtca/šole, nekaj pa jih vsako soboto pokliče po telefonu in se priključi v radijski eter v času oddaje. V obeh primerih je glavni namen, da otroci doživijo sproščen pogovor, ki spodbuja njihovo

razmišljanje o različnih temah, hkrati pa znajo pozorno poslušati svoje vrstnike, voditelja, zvočne uganke ... Voditelj vedno z zanimanjem posluša otroke in jih v pogovoru jemlje kot sebi enakovredne ter se zaveda, da so v marsičem bolj modri. Kljub sproščenosti in lahkotnemu načinu vodenja oddaje, njeni ustvarjalci verjamejo, da je delo za otroke in delo z njimi eno najtežjih in najodgovornejših. Zato je vsaka minuta radijskega programa premišljena tako z glasbene, vsebinske, jezikovne kot tudi moralne plati.

7.1.6 Hudo!

Predhodnica oddaje Hudo! je oddaja Sobotna raglja. Ta je bila namenjena celotni osnovnošolski populaciji, vendar so se v Programu za mlade po tehtnem premisleku odločili, da oddajo ukinejo, namesto nje pa pripravijo dve novi oddaji, Radijski ringaraja in Hudo!. Slednja je tako namenjena zadnji triadi osnovnošolcev ter dijakom prvega in drugega letnika. Vsako soboto ob 9.05 mikrofona prevzamejo razmišljujoči mladostniki, ki nemalokrat presenetijo s svojim razmišljanjem. Vsak, ki meni, da najstnike zanimajo samo računalniki, da se ne znajo več pogovarjati in da so socialno povsem odrezani od sveta, bo ob poslušanju te oddaje spoznal, da se moti. Poleg pogovorov najstnikov v studiu v živo, oddajo sestavljajo tudi vnaprej pripravljene reportaže, intervjuji in ankete, povezane s temo oddaje.

7.1.7 Kulturomat

Oddaja Kulturomat poskuša poiskati tiste otroke in mladostnike, ki živijo ustvarjalno. Največkrat se ukvarja s tistimi, ki so uspešni na umetniškem področju, zajema pa tudi širšo tematiko. Včasih mladostnikom približuje manj znana področja in odgovarja na splošna kulturna in umetniška vprašanja, vabi v goste poznavalce in tiste, ki želijo posegati po zvezdah. Ustvarjalci oddaje obiskujejo različne delavnice, raziskujejo umetnost odra in filma, preberejo knjigo, naletijo na umetnost ulice ... Trajanje oddaje, v katerih se srečujejo vse novinarske zvrsti, navadno ni daljše od 10 minut, na sporedu pa je vsako soboto dopoldne ob 10.10.

7.1.8 Gori, doli, naokoli

Oddaja Gori, doli, naokoli je na sporedu vsako soboto ob 10.30 na 1. programu Radia Slovenija. V njej objavljajo pogovore s popotniki in njihova oglašanja iz najrazličnejših koncev sveta. Zgodbe, ki jih slišimo, so različne. Povezane so z vso pestrostjo pogledov na svet, pa tudi z razlogi, zaradi katerih se popotniki odpravljajo na pot (radovednost, študij, delo ...). Oddajo ustvarjalci popestrijo tudi z glasbo, ki nas v mislih odpelje daleč stran. Vsak teden poslušalkam in poslušalcem, ki imajo radi nagradne igre, zastavijo popotniško zanko. To je vprašanje, ki je povezano z vsebino oddaje. Bistvo te igrice ni v podeljevanju nagrad, temveč v spoznavanju drobnih zanimivosti, podatkov, nenavadnih značilnosti, ki vsem poslušalcem približajo oddaljene kraje in kulture. Oddaja, ki je informativna, izobraževalna in zabavna, traja okoli 20 minut. V njej lahko sodelujejo vsi, ki so po srcu in duši popotniki, dobrodošli pa so tudi dnevniki s popotovanj in komentiranje preko foruma.

7.2 Analiza oddaje Radijski ringaraja

Oddaja z naslovom Radijski ringaraja je namenjena otrokom med tretjim in devetim letom starosti. Ustvarjalci oddaje pravijo, da sicer zelo neradi definirajo ciljno občinstvo oddaje, saj v njej najde kaj zanimivega lahko tako triletni otrok kot njegov petnajstletni brat ali njegova babica. Vsekakor je tematika in tako tudi celotna oddaja obarvana z mislijo, da ji bodo z največjim veseljem prisluhnili in pri njej sodelovali prav najmlajši. Oddaje se začne nekaj minut čez 8. uro, takoj po poročilih, in sicer vsako soboto na 1. programu Radia Slovenija. V njej ustvarjalci odpirajo vrata slovenskih vrtcev, delajo preprih na igriščih med prvošolci, drugošolci, tretješolci, razmišljajo o dogodkih in vprašanjih, ki delajo preglavice najmlajšim in se skupaj z najmlajšimi poslušalci preizkusijo tudi v besednih in zvočnih ugankah.

Oddaja Radijski ringaraja, ki jo bom analizirala, je bila na sporedu v živo v soboto, 12. marca 2011.

Po začetnem avizu, ki napoveduje sobotni Program za mlade in avizu, ki opozarja na začetek oddaje Radijski ringaraja, je voditeljica najprej pozdravila otroke, jim zaželela dobro jutro in nato še napovedala celotno ekipo, ki sestavlja oddajo – od tonskega mojstra do glasbenega urednika in asistenta, ki sprejema telefonske klice otrok. Sledil je

kratek posnetek pravljice za dobro jutro – ustvarjalci oddaje so to kratko rubriko naslovili Zgodbaraja. Kratka zgodbica z naslovom Kaj imam? je tokrat prišla izpod peresa pisateljice Małgorzate Musierowicz. Z zgodbo se poveže tudi pesem, ki ji sledi, v tem primeru je bila to slovenska ljudska pesem z naslovom Vse tičice lepo pojo. O glasbi v oddaji se voditelj oddaje in glasbeni urednik vsak teden dogovorita, vezana je na glavno temo in na prispevke v oddaji. Po glasbi je na sporedu povzetek stalne rubrike Dobro jutro, otroci, ki je na sporedu vsak dan med tednom ob 6.45. V oddaji Radijski ringaraja voditelj v petek popoldne iz vseh petih oddaj tedna naredi nekajminutni pregled, kaj vse se je torej dogajalo in o čem vse so v oddajah v preteklem tednu govorili otroci. Pri prispevku uporabi izjave otrok iz vseh petih oddaj in jih poveže z vmesnimi stavki ter podloži z instrumentalom. Tudi po tem prispevku, kakor tudi po vsakem nadaljnjem, je sledila glasba. Ker je bila oddaja na sporedu na Gregorjevo, je bila osrednja tema oddaje zaljubljenost pa tudi prihod pomladi. Voditeljica oddaje je dan pred oddajo obiskala otroke, ki so po reki Ljubljanici spuščali gregorčke, in jih povprašala, po čem je znan praznik Gregorjevo ter kako so usvarili plavajoče barčice sv. Gregorja ali gregorčke. Posnela je kratko anketo, v kateri smo lahko slišali odgovore otrok na zastavljeni vprašanji. Po glasbi je nato voditeljica oddaje odprla temo pomladi in znanilcev pomladi. Napovedala je prispevek, ki ga je posnela na osnovni šoli med drugošolci, in sicer o tem, kako vemo, da je v deželo prišla pomlad in kako si učenci v razredu kar sami ustvarijo pomlad. Prispevek pogovora z otroki o pomladi je trajal dobri dve minuti. Po slovenski ljudski pesmi Kukavica, ki je sledila, je voditeljica oddaje otroke povabila na Festival pravljic, ki se je odvijal v tem tednu ter obenem že napovedala reportažo, ki jo je posnela v pravljичnem krožku. Otroke, ki jih je obiskala, je zmotila med prebiranjem pravljic, v štiriminutnem prispevku pa so ji zaupali, katere pravljice so jim najljubše in katere pravljичne junake imajo najraje. Po skladbi Romane Kranjčan Dežela branja je voditeljica pozvala k sodelovanju preko telefonov vse najmlajše poslušalce. Zastavila jim je naslednja vprašanja: Kdo vam pripoveduje zgodbe? Obstaja kakšna, ki se je nikoli ne naveličate in jo vedno znova poslušate, berete, gledate? Pa vi kakšno pravljico kdaj poveste staršem? Poklicala sta dva poslušalca, ki sta voditeljici povedala vse o njunih najljubših pravljicah, skozi sproščen pogovor sta razkrila tudi, da si marsikatero pravljico izmislita sama, eden od njiju pa je za konec zapel še pravljичno pesem. Voditeljica oddaje se je z otrokoma pogovarjala na

povsem enakovredni stopnji, brez kakršnegakoli občutka večvrednosti. Postavljala jima je vprašanja, primerna za njuno starost, ob katerih sta se oba klicatelja zelo razgovorila. Obenem ni zastavila nobenega vprašanja, ki bi otroka spravil v zadrego ali bi bil sporen s stališča etičnih meril. Z vprašanji ni posegla v otrokovo zasebnost, a je kljub temu izvedela marsikaj zanimivega. Ohranila je primeren ton glasu, ki otrokom daje občutek, da jih poslušalec sprejema, razume njihove izjave in se mu le-te ne zdijo otročje in neumne.

Po naslednji skladbi je voditeljica oddaje otrokom zastavila zvočno uganko, kjer je zavrtela kratek odlomek iz zgodbe Svinjski pastir Hansa Christiana Andresena, poslušalci pa so morali uganiti naslov zgodbe. Ni prav dolgo trajalo, da so najmlajši poslušalci uganili pravilen odgovor in za nagrado prejeli zgoščenko s pravljičami oddaje Lahko noč, otroci!. Tik pred koncem oddaje je na vrsti recitacija pesmi, ustvarjalci oddaje rubriko poimenujejo Ringarime, tokrat je bila to pesem z naslovom V (vrata) avtorja Daneta Zajca. Po njej je voditeljica oddaje otroke pozdravila, se poslovila in jim zaželela lep pravljični dan (Radio Slovenija 2011a).

7.3 Analiza oddaje Hudo!

Oddaja, ki nosi ime Hudo!, je na sporedu 1. programa Radia Slovenija od marca 2009. V tem času je na programu namreč prišlo do spremembe programske sheme. Oddaja Sobotna raglja naj bi se po besedah odgovornih »izpela«, zato so iskali nove ideje, kako pripraviti oddajo, ki bo všeč tako najmlajšim, kot tudi tistim malo starejšim. Bili so enakega mnenja, da to enostavno ni izvedljivo, saj so področja in teme, ki zanimajo nekega štiriletnika, povsem drugačna od tistih, ki zanimajo nekega štirinajstletnika. Po številnih premislekih so se tako odločili, da iz ene oddaje, Sobotne raglje, naredijo dve. Prva z naslovom Radijski ringaraja bi bila namenjena najmlajšim, druga, z naslovom Hudo! pa starejšim, konkretno zadnji triadi osnovnošolcev. Ustvarjalci oddaje poudarjajo, da to seveda ne pomeni, da pri poslušanju oddaje in tudi sodelovanju odbijejo ostale mlajše in starejše poslušalce. Pravijo, da je prav vsak poslušalec dragocen in da z dobro voljo in malce truda lahko v oddaji najdejo marsikaj zanimivega tudi mlajši osnovnošolci, prav tako tudi srednješolci. To potrjujejo številni klici v oddajo v živo, kjer na telefonu voditelji med drugimi pozdravijo tako devetletnike kot tudi sedemnajstletnike. S tem potrjujejo razmišljanje o tem, da je lahko dobro pripravljena

oddaja, kljub temu da je namenjena nekemu ciljnemu občinstvu, zanimiva za vse starosti.

Oddaja Hudo! je na sporedu vsako soboto na 1. programu Radia Slovenija, začne se takoj po poročilih, ob cca 9.05, in traja do 10.00. Ustvarjalci oddaje vsak teden izberejo zanimivo temo, ki je blizu mladostnikom, na to temo pripravijo radijske prispevke pred oddajo, v oddajo pa v živo v radijski studio velikokrat povabijo tudi razmišljujoče osnovnošolce, ki z vsemi poslušalci preko radijskih valov delijo svoja mnenja in razmišljanja na izbrano temo.

Oddaja Hudo!, ki jo bom analizirala, je bila na sporedu v živo v soboto, 13. avgusta 2011.

Po začetnem avizu Programa za mlade se oddaja začne s spotom, ki napoveduje začetek oddaje Hudo!. Temu sledi nekaj sekund instrumentala, nato pa voditeljica oddaje napove temo tokratne oddaje, povabi k poslušanju vse mladostnike in jim pove, da lahko sodelujejo v oddaji tudi v živo, tako da pokličejo po telefonu in povedo svoje mnenje o tokratni temi oddaje. Konkretno v tej oddaji je bila glavna tema obisk tabora slovenskih otrok po svetu, ki so bili na delavnicah slovenskega jezika na Hočkem Pohorju v bližini Maribora. Voditeljica je mlade poslušalce pozvala, da se ji med oddajo lahko kadarkoli pridružijo po telefonu in povedo, katere države izven Slovenije so že obiskali sami ali s starši, kaj so tam doživeli in kaj jim bo ostalo v najlepšem spominu. Po napovedniku oddaje je sledila glasba z naslovom The edge of glory izvajalke Lady Gaga. Ker je glasba zelo pomemben element oddaje Hudo!, jo po besedah ustvarjalcev oddaje skupaj z glasbeno urednico izberejo premišljeno. Pri tem upoštevajo glasbene okuse in želje mladostnikov in jim ponudijo ne le tuje, temveč tudi slovenske glasbene izvajalce. Upoštevajo tudi kakovost glasbenih izvajalcev, spremljajo glasbene lestvice in pazijo na to, da je glasba v oddaji kar se da raznolika, tako da ustrezajo številnim glasbenim okusom.

Po prvi skladbi, ki ji, tako kot vsem naslednjim, sledi spot oddaje, je voditeljica napovedala intervju s predstavnico tabora slovenskih otrok po svetu. Intervju je trajal dobre tri minute, v njem pa je sogovornica povedala vse podrobnosti o samem taboru, od tega, kateri po vrsti je, do tega, koliko otrok jih je v tem letu obiskalo, kakšen je program, namen in kakšen cilj tabora. Intervjuju je sledil kratek pogovor voditeljice z

enim od mladih udeležencev tabora, ki ji je predstavil ocenjevanje sob na taboru. Skrb za čiste sobe je bila namreč, poleg delavnice slovenskega jezika, ena temeljnih nalog, ki so se je morali držati mladi udeleženci. Za vzpodbudo pri tem so se organizatorji tabora odločili za tekmovanje med udeleženci, pri katerem so si predstavniki najlepše urejenih sob vsak dan prislužili lepe simbolne nagrade. Temu kratkemu posnetku pogovora z enim od mladih udeležencev tabora, ki je trajal malce več kot eno minuto, je sledila reportaža z delavnice slovenskega jezika srednje skupine otrok. Otroci so bili namreč na taboru razdeljeni v tri skupine glede na njihovo predznanje slovenskega jezika. Srednjo skupino otrok je voditeljica oddaje zmotila med tekmovanjem v igri, v kateri so morali pravilno stopnjevati slovenske pridevnike. Voditeljici so otroci v triminutnem prispevku razložili, kako poteka igra, katere pridevnike morajo sklanjati in kateri med njimi jim povzročajo največ preglavic. Posnetku je sledila glasba v izvedbi Ricchi E Poveri z naslovom Sarà perche ti amo. Po glasbi je voditeljica vse poslušalce zopet pozvala k sodelovanju preko telefonov in napovedala naslednji prispevek. Ta je bil posnet med delavnico slovenskega jezika najmlajše skupine z najmanj znanja slovenskega jezika. V reportaži smo lahko slišali, kako se na delavnicah učijo pozdraviti po slovensko in se tudi predstaviti ter povedati, od kod prihajajo in katere stvari jih v življenju najbolj zanimajo. Novinarica, ki je posnela pogovor z njimi, se je določila, da bo tiste izjave otrok, ki niso bile najbolj razločne in v katerih se je poleg slovenskih besed prikradla tudi marsikatera tuja, prevajala. Tako je v petminutnem prispevku slišati tudi kratke prevode pogovorov novinarke z otroki, prav zaradi prevodov pa je prispevek dosti lažje razumljiv in zato tudi lažje poslušljiv.

Predstavitvam otrok je sledil kratek pogovor z učiteljico delavnic slovenskega jezika, v katerem je povedala, da je učenje na teh delavnicah tudi za njo velik izziv, da pri učenju uporabi različne pristope, predvsem pa tudi drugačne od tistih, ki jih čez šolsko leto uporablja v razredu. Ker ima na taboru učence iz številnih držav, od Italije, Avstrije do Anglije in Bosne in Hercegovine, ki včasih ne znajo povedati več kot dve, tri besede po slovensko, je komunikacija malce otežena, vendar pa z malo truda, pravilnim pristopom in igro, skozi katero se najmlajši največ naučijo, premagajo tudi komunikacijske ovire. Pogovoru je zopet sledil prispevek, posnet na delavnicah skupine z najslabšim znanjem slovenskega jezika, v katerem smo slišali, kako se otroci na delavnicah učijo poimenovanja barv, letnih časov, delov telesa in različnih predmetov. Naslednja glasba

nas je odpeljala v Azerbajdžan, v skladbi z naslovom Running scared sta skupaj zapela Ell in Niki.

V zadnjem delu oddaje se je voditeljici preko telefona pridružil mladi poslušalec, s katerim se je voditeljica pogovarjala o obiskih tujih dežel, težavnosti tujih jezikov in tujih kulturah. Pri pogovoru je bilo slišati, da je voditeljica nanj dobro pripravljena, zastavila je nekaj konkretnih vprašanj, primernih za mladega poslušalca, na katere je ta s premislekom odgovarjal. Zdi se, kot da mladostniki, ki jih odrasli jemljejo kot sebi enakovredne, dobijo pri tem še večjo spodbudo, se ne bojijo povedati svojega mnenja in izgubijo tremo in strah pred pogovorom v medijih. Poleg pogovora v živo preko telefona, se je zadnji del oddaje začel s prispevkom, v katerem se je voditeljica pogovarjala s skupino otrok, ki so bili glede na predznanje slovenskega jezika v najvišji skupini. Pogovor je potekal v slovenskem jeziku, ki mladostnikom ni predstavljal nobenih težav. Za nekatere bi res lahko rekli, da po odgovorih sodeč že dosegajo znanje slovenskega jezika otrok, ki živijo v Sloveniji. Voditeljica jih je v pogovoru spraševala o slovenskih koreninah, poznavanju slovenske kulture, skupaj z njimi sklanjala besede in se kar nekajkrat z njimi pošalila. Slišati je bilo, da je bil pogovor res sproščen, tako so se tudi mladostniki kljub temu da voditeljice niso poznali od prej, tudi sami pošalili in v pogovoru povsem sprostiti. Po pogovoru z mladostniki iz najvišje skupine smo slišali še kratek pogovor z animatorjem na taboru, ki je pred leti na tabor prihajal kot udeleženec, zdaj pa torej pomaga pri animaciji otrok in mladostnikov. V dvominutnem pogovoru je povedal, kako se spominja svojih prvih udeležb na taboru, kaj vse se je od takrat spremenilo in kako oz. s čim zdaj sam animira udeležence. Na koncu oddaje sta sledili še dve skladbi, Robbieja Williamsa in Garryja Barlowa: Shame ter Katayina pesem To je moj dan ter pozdrav voditeljice, v katerem je napovedala oddaje, ki sledijo ter odpovedala radijsko ekipo, ki je pripravila oddajo.

Vsi posnetki v oddaji so bili posneti vnaprej, in sicer ob obisku tabora, ki ga je voditeljica oddaje skupaj z sodelavko obiskala v dneh pred oddajo (Radio Slovenija 2011b).

7.4 Novinarske delavnice – Radio Hudo!

»Video killed the radio star« si mladi po letih in tisti, ki so to bolj po srcu, prepevajo že več kot 30 let, a radio je še vedno zelo živ in med nami. Prav tako je še vedno

pomembno biti slišan na radiu, a mladostniki pogosto ne dobijo te priložnosti. Kljub temu da je oblikovanje mladinske radijske oddaje v sodelovanju z lokalnimi radijskimi postajami v učnem načrtu izbirnega šolskega predmeta Vzgoja za medije: Radio, se tukaj po pogovoru s številnimi učitelji zatakne. Nekatere lokalne radijske postaje nimajo dovolj sredstev, da bi se posvetile mladostnikom pri ustvarjanju oddaje, nekje gre za pomanjkanje tehnike, drugje pride do prostorske stiske, saj imajo tovrstne radijske postaje majhne prostore in studije, v katerih se ne more zbrati deset in več učencev. Poleg zgoraj naštetega pa po pripovedovanju učiteljev dejansko ni posebnega interesa lokalnih radijskih postaj za sodelovanje z osnovnošolci.

Zato so po številnih pogovorih v redakciji Programa za mlade Radia Slovenija prišli na idejo, kako mladim približati ta medij, jim omogočiti, da povedo svoje mnenje preko radijskih valov in obenem oblikujejo tudi svojo mladinsko radijsko oddajo. Projekt Radio Hudo!, ki so se ga v uredništvu domislili, osnovnošolcem omogoča, da soustvarjajo medijske vsebine, ker je s strani Radia Slovenija brezplačen pa omogoča, da se lahko vključi katerakoli zainteresirana osnovna šola v Sloveniji.

V okviru projekta Radio Hudo! osnovnošolcem v teoretičnem delu delavnic izkušeni novinarji Programa za mlade predstavijo svet medijev, jih spoznajo z radijskimi novinarskimi žanri, skupaj z njimi pa naredijo tudi koncept za radijsko oddajo, izberejo temo in sogovornike. V praktičnem delu, ki sledi, se učenci sami postavijo v vlogo radijskih novinarjev, posnamejo anketo na ulici, naredijo intervju, pripravijo reportažo in še kaj. Preizkusijo se tudi kot tonski mojstri, saj morajo vse posneto tudi sami zmontirati - pri tem jim pomagajo tonski mojstri Radia Slovenija. Za oddajo izberejo tudi glasbo in tako spoznajo delo glasbenega urednika. Zaključni del novinarskih delavnic je priprava enourne oddaje Hudo!, ki jo učenci, ob pomoči novinarjev, vodijo sami. Tako pripravijo celoten scenarij, v katerega vključijo vse svoje posnete in zmontirane prispevke, napovedi in odpovedi prispevkov, glasbo, nagradne igre in druge vsebine.

Po uvodnih delavnicah v mesecu maju in juniju 2011 na Osnovni šoli Brežice in Osnovni šoli Danila Lokarja Ajdovščina v letošnjem šolskem letu 2011/2012 delavnice nadaljujejo svojo pot po osnovnih šolah po Sloveniji. Odzivi iz Brežic in Ajdovščine so

bili zelo pozitivni. Učenci so se resno posvetili ustvarjanju oddaje in na koncu priznali, da si niso predstavljali, kako zahtevno in odgovorno je delo radijskega novinarja. Dobili so nov zagon za poslušanje radia. Navdušeni so bili, da so lahko na nacionalnem radiju ne le pripravili svojo oddajo, temveč zares imeli glavno besedo in povedali vse, brez dlake na jeziku. Vsi so bili enotnega mnenja, da bi radijsko oddajo, ki bi jo pripravljali sami oz. njihovi vrstniki, z veseljem poslušali in pri njej tudi sodelovali, če bi bila na sporedu v ustreznem terminu.

Po izvedenih oddajah so mladi novinarji prisluhnili le-tem tudi v radijskem spletnem arhivu in delili mnenja na spletnem socialnem omrežju Facebook na strani 1. programa Radia Slovenija, kjer so med drugim zapisali tudi: *»Super je bilo. To mora vsak sprobat!«, »Odlična in nepozabna izkušnja.«, »Najlepša izkušnja v mojem življenju, zdaj vem, da želim tudi sama nekoč delati na radiu.«.*

Radijski novinarji, ki sodelujejo pri novinarskih delavnicah, upajo, da bo tudi v prihodnje tako veliko zanimanje osnovnih šol za delavnice in da bodo te za vse udeležence pozitivna izkušnja, saj se nam le tako ne bo potrebno v prihodnosti bati za prihodnost novinarstva pri nas.

8 RADIO NA OSNOVNI ŠOLI

Ker se v diplomski nalogi ukvarjam z otroki in mladostniki na radiu, sem k sodelovanju v praktičnem delu naloge povabila osnovne šole, ki so v šolskem letu 2010/2011 v okviru predmeta Vzgoja za medije poučevale predmet Radio. Predmet Vzgoja za medije je eden od številnih izbirnih predmetov, ki jih lahko izberejo šole. Namenjen je učencem 7., 8. in 9. razreda. Kot piše v učnem načrtu, pri predmetu Radio poudarijo radijske medijske vsebine in oblikujejo lastne radijske oddaje. Učenci tudi spoznajo razlike med medijskimi občinstvi (Ministrstvo Republike Slovenije za šolstvo in šport 2011).

Največji problem omenjenega predmeta je pomanjkanje znanja učiteljev, saj učence učijo po načelu, da jim predstavijo vse značilnosti medijev, pri tem pa pozabijo na najpomembnejše - naučiti otroka, kako se do medijev obnašati ter v njih vzbuditi kritičnega bralca, gledalca, poslušalca, ki se bo zavedal resničnosti in prikrojenosti določenih medijskih vsebin.

Po podatkih Ministrstva RS za šolstvo in šport je v šolskem letu 2010/11 izbirni predmet Vzgoja za medije izvajala stoena osnovna šola po Sloveniji. Od tega so v petnajstih šolah predavali o tisku, v petdesetih o televiziji in v šestintridesetih o radiu. K sodelovanju sem povabila šole iz Ljubljane in bližnje okolice, tri od njih so se povabilu odzvale. Obiskala sem jih pri predmetu, poslušala predavanja in izvedela, kako poteka pouk tega izbirnega predmeta v praksi. To mi je bilo v pomoč pri razumevanju načina dela in izvajanja predmeta. Lahko sem se vživela v pouk, neposredno opazovala delo učiteljev in zainteresiranost učencev.

Vsi učitelji izbirnega predmeta se strinjajo, da bi morale biti po šolah pri predmetu Vzgoja za medije: Radio več praktičnega dela, od katerega učenci vsekakor odnesejo največ, poleg tega pa šele pri praktičnem delu dobijo pravi občutek, kako poteka delo v medijih.

8.1 Vzgoja za medije

Mediji v naše domove prinašajo svet. Skoraj vse, kar vemo o ljudeh, dogodkih in krajih, ki nam niso dosegljivi, izvemo iz medijev. Medije uporabljamo za zabavo in kratek čas. Kumulativen učinek medijev pa je, da nezavedno oblikujejo naše videnje samega sebe. Prav otroci, ki medije spremljajo največ, so najmanj izkušeno občinstvo. Zato jim moramo pomagati razviti veščine medijske pismenosti, da bodo lahko kritično gledali, brali in poslušali ter razvijali lastno podobo o sebi. Glavni argument za poučevanje Vzgoje za medije je spremeniti pasivne uporabnike medijev v aktivne državljane. Problema ne moremo rešiti s tem, da nehamo gledati televizijo ali se izogibamo medijem. Spremeniti moramo način, kako uporabljamo medije (Erjavec in Volčič, 2000a, 8).

8.1.1 Zakaj vzgoja za medije

Mediji nas informirajo, nam ponujajo ideje, podobe, predstave in neizbežno oblikujejo naš pogled na realnost. Vzgojo za medije je torej v šolski kurikulum treba vplesti glede na navade, ki jih imajo otroci zunaj šole, ko so del širšega družbenega okolja. Vzgoja za medije je zato v osnovi ponujena kot rešitev nastalega problema, odnos otrok do medijev pa ni več obravnavan le kot dejstvo sodobnega življenja, pač pa kot škodljiv fenomen, s katerim se učitelji morajo soočiti (Buckingham, 2003: 5–6).

Vzgoja za medije je proces učenja o medijih, rezultat pa je medijska pismenost, tj. sposobnost posameznika »brati« in »pisati« medije (Buckingham, 2003). Cilja vzgoje za medije sta namreč tako kritično razumevanje kot tudi aktivno udejstvovanje. Mladi se kot uporabniki medijev naučijo sporočila interpretirati in argumentirano presojudati, obenem pa lahko na svoj način medije tudi producirajo. Gre torej za razvijanje kritičnega presojanja in kreativnih sposobnosti pri otroku (Buckingham, 2003: 4).

Medijska vzgoja v vrtcih, osnovnih in srednjih šolah sloni na vzgojiteljicah in učiteljih entuziastih, ki imajo podporo v vodstvu šol oz. vrtcev. Še najbolj številni so novinarski krožki, šolska glasila in druga publicistična dejavnost (Dragan 1997, 111). V Sloveniji je model vzgoje za medije naslednji. Na Fakulteti za družbene vede se študentje pri predmetu Vzgoja za medije izobražujejo za poučevanje tega predmeta v osnovnih in

srednjih šolah, poleg tega pa fakulteta vsako leto organizira tudi seminar za učitelje, ki bi želeli okrepiti znanje na področju medijev. V srednji šoli je vzgoja za medije integrirana v predmete, kot so Sociologija, Psihologija in Umetnostna zgodovina. V osnovni šoli je od 1. do 6. razreda obvezen del Slovenščine, v 7., 8. in 9. razredu pa je ponujen kot samostojni izbirni predmet – učenci lahko izbirajo med predmeti Tisk, Radio in Televizija. Vključena je tudi v druge predmete, kot je na primer Državlјanska vzgoja in etika (Erjavec in Volčič, 1999b: 179).

8.1.2 Vzgoja za medije: Radio

Pri predmetu Radio je poudarek predvsem na radijskih vsebinah. Učijo se o nastanku in razvoju radia, se seznanjajo z bistvenimi značilnostmi radia in spoznajo razliko med lokalnimi, nacionalnimi, komercialnimi in nekomercialnimi radijskimi postajami. Sestavni del učnega načrta je tudi spoznavanje novinarske etike v novinarskem poklicu. Učenci tako opredelijo odgovornost novinarja po novinarskem kodeksu, znajo pojasniti, kako novinarji izbirajo vsebino in kaj so novičarske vrednote, z učitelji se dotaknejo tudi oglaševanja in propagande ter tako dobijo znanje za razlikovanje med novinarskim besedilom in oglaševanjem. V okviru novinarskega dela na radiu znajo učenci pojasniti, kako se delo radijskega novinarja razlikuje od dela časopisnega novinarja in kako se radijski prispevek razlikuje od časopisnega, obenem pa prepoznajo tudi specifične radijske žanre. Učenci spoznajo medijsko občinstvo in znajo pojasniti, zakaj moramo biti seznanjeni z javnimi zadevami in zakaj je pomembna svoboda medijev. Bistvena točka učnega načrta pri predmetu Vzgoja za medije: Radio je ustvarjanje radijske oddaje. V sodelovanju z lokalno radijsko postajo učenci oblikujejo mladinsko radijsko oddajo (Ministrstvo Republike Slovenije za šolstvo in šport 2011).

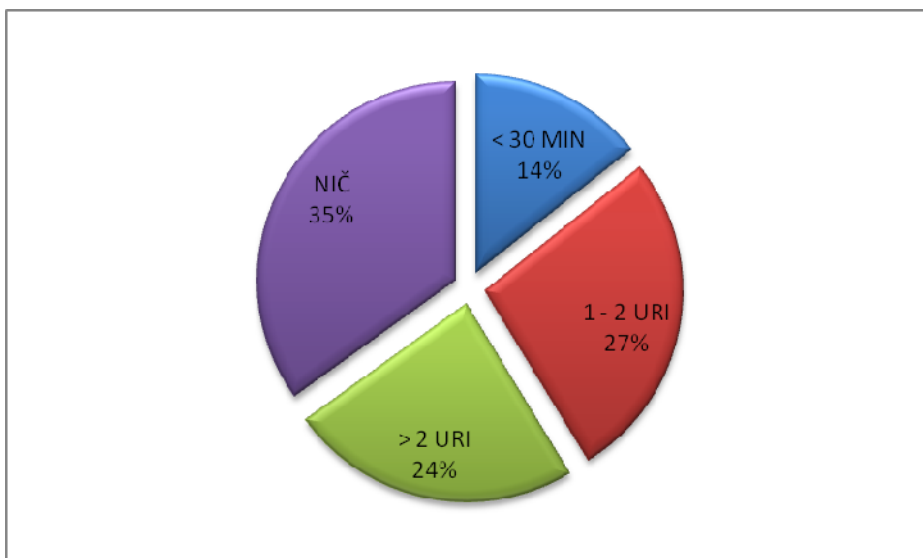
9 RADIO MED MLADOSTNIKI

Svet medijev in izkušnje z njimi so sestavni del življenja otrok in mladostnikov. Še posebej je to vidno v tem času, ko je naval novih medijev vedno večji, od telefona pa do računalnika in interneta. Zdi se, da mladostniki kar nekako pozabljajo na tradicionalne medije kot so televizija, radio, tisk. Morda ravno zato, ker ti mediji za razliko od novih, interaktivnih medijev, ne vzpostavljajo neposrednih odnosov z drugimi ljudmi in tako mladim ne posredujejo neposrednih socialnih izkušenj, ki si jih ti želijo oz. jih potrebujejo. Zdi se, da se tradicionalni mediji kar nekako ne znajo približati in se prilagoditi tej populaciji.

Med skupaj 63 učenci, od tega je bilo 32 deklet in 31 fantov, ki so v šolskem letu 2010/2011 v okviru Vzgoje za medije izbrali predmet Radio, sem razdelila anketne vprašalnike. Vprašalniki so sestavljeni iz 20 vprašanj, od tega je 10 vprašanj zaprtega tipa in 10 vprašanj odprtega tipa. Ker gre za manjšo skupino anketiranih, odgovori ne predstavljajo nekega reprezentativnega vzorca, so pa zato zanimiv pokazatelj razmišljanja mladostnikov o radijskem mediju.

Pri prvem vprašanju nas je zanimalo, koliko časa povprečno mladostniki na dan porabijo za poslušanje radia.

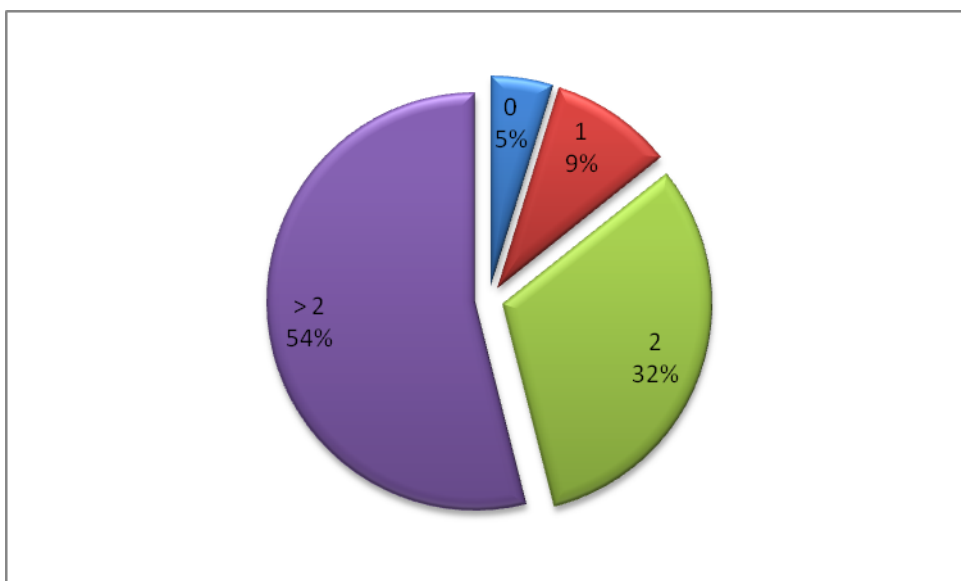
Slika 8.1: Količina poslušanja radia mladostnikov na dan



Iz slike 8.1 lahko vidimo, da je največ anketirancev obkrožilo odgovor d, v katerem pravijo, da radia ne poslušajo vsak dan. Teh odgovorov je bilo 22, kar predstavlja 35 % celotnega deleža anketirancev. Drugi najpogostejši odgovor je bil odgovor b – 17 oz. 27 % mladostnikov pravi, da torej radio poslušajo vsak dan povprečno uro do dve. Sledi odgovor c, na katerega je odgovorilo 15 mladih anketirancev, kar predstavlja 24 %. Najmanj odgovorov, to je 9 oz. 14 % je prejel odgovor a, pri katerem so anketiranci odgovorili, da radio vsakodnevno poslušajo največ pol ure. Pri odgovorih na to vprašanje je možno opaziti, da mladostniki ali po eni strani radia sploh ne poslušajo vsakodnevno, v kolikor pa ga, za to porabijo veliko časa oz. več kot eno uro.

Pri količini radijskih sprejemnikov, ki jih imajo mladostniki doma, smo dobili naslednje odgovore.

Slika 8.2: Količina radijskih sprejemnikov v gospodinjstvih

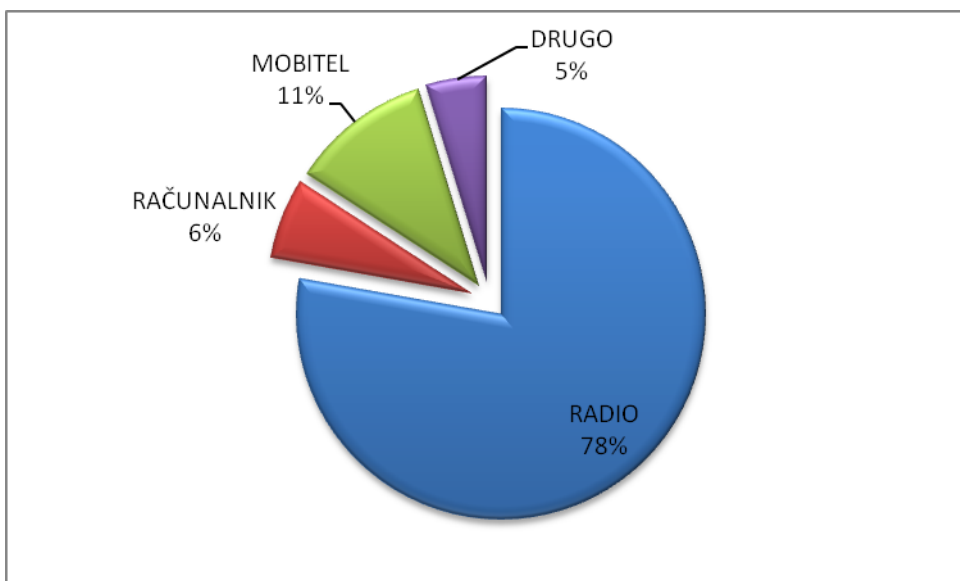


Slika 8.2 kaže, da ima več kot polovica (54 %) anketiranih mladostnikov, to je 34, doma več kot dva oz. vsaj tri radijske sprejemnike. 20 učencev (32 %) je odgovorilo, da ima doma dva radijska sprejemnika, ostala dva odgovora je obkrožilo malo anketirancev, in sicer je le šest učencev odgovorilo, da ima doma en radijski sprejemnik, trije pa doma nimajo nobenega radijskega sprejemnika. Iz odgovorov lahko sklepamo, da so radijski

sprejemniki v naših domovih še vedno prisotni v velikem številu, kljub številnim drugim tehnološko naprednejšim napravam, na katerih lahko danes poslušamo radio.

Ker lahko radio danes poslušamo tudi na drugih napravah, ne le preko radijskega sprejemnika, nas je zanimalo, kakšen delež mladostnikov radijske programe poslušata tudi na ostalih napravah.

Slika 8.3: Naprave za poslušanje radia

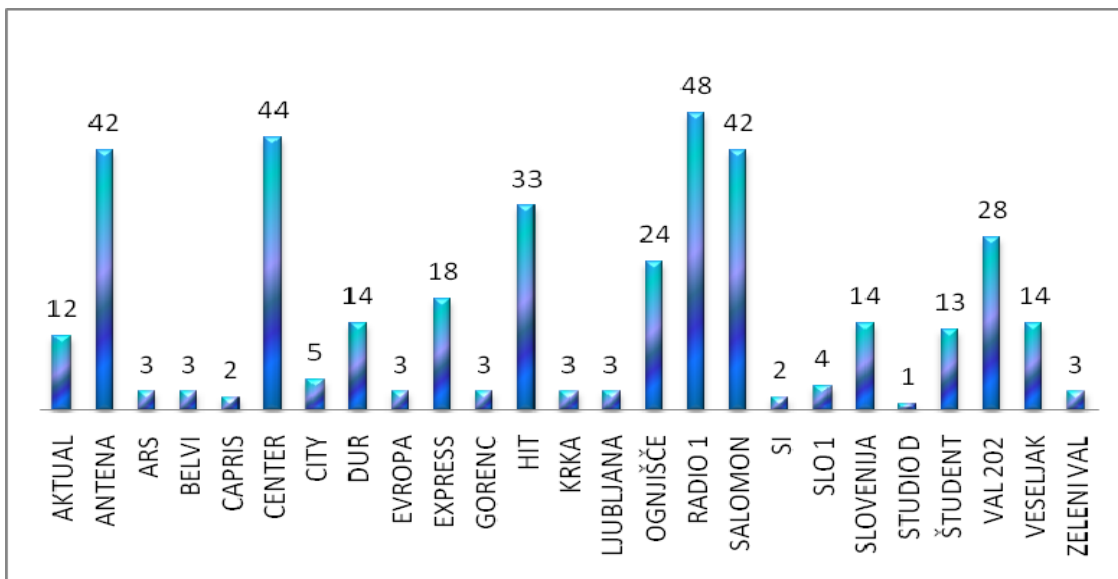


Odgovori na to vprašanje so bili presenetljivi. Kljub temu da v tem času obstaja kar nekaj sodobnih naprav, na katerih lahko mladostniki poslušajo radio, je velika večina anketirancev še vedno zvesta radijskemu sprejemniku doma ali v avtomobilu. Kar 78 %, to je 49 mladih anketirancev, je namreč odgovorilo, da radio poslušajo na radijskem sprejemniku. Odgovor, ki sledi, je odgovor c, poslušanje radia preko mobitela, tako je odgovorilo sedem anketirancev (11 %). Sledi odgovor na računalniku, za katerega so se odločili štiri anketiranci, ter odgovor drugo, nanj so odgovorili trije anketiranci, ob tem sta dva dodala, da poslušata radio na televiziji.

V anketnem vprašalniku je bilo eno ključnih vprašanj tudi to, koliko radijskih postaj mladostniki pravzaprav sploh poznajo. Je to le tista postaja, ki jo poslušajo sami ali je

teh postaj več? Vprašanje je bilo odprtega tipa, anketiranci pa so našteli kar nekaj radijskih postaj.

Slika 8.4: Radijske postaje

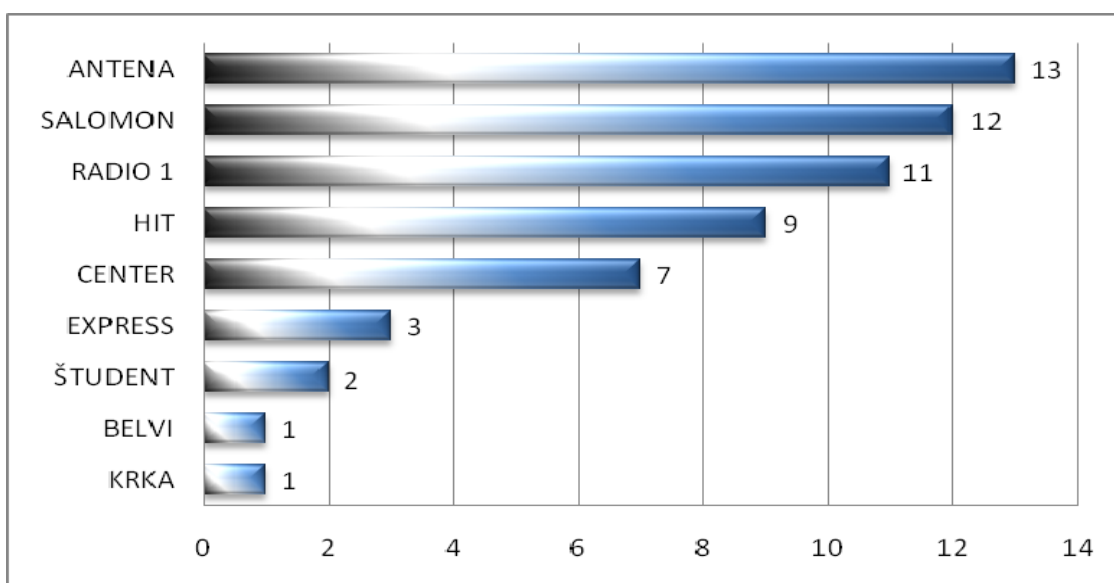


Slika 8.4 kaže, da je skupaj 63 anketirancev naštelo kar 25 različnih radijskih postaj, ki jih poznajo. To ne pomeni, da te radijske postaje tudi poslušajo, so pa za njih že slišali. Največ mladih anketirancev pozna Radio 1, kar 48 jih je omenilo to radijsko postajo. Takoj za tem je Radio Center, nanj se je spomnilo 44 anketirancev, 42 med njimi pa jih je omenilo Radio Antena in Radio Salomon. Več kot polovica anketiranih, točneje 33, je omenila tudi Radio Hit. Drugi program je na nacionalnem radiu med mladostniki najbolj poznan, kar 28 med njimi je v odgovoru omenilo to radijsko postajo. Za primerjavo – le štirje so se spomnili tudi na 1. program nacionalnega radia in le trije na tretji program, program Ars. Jih je pa zato 14 napisalo, da so že slišali za Radio Slovenija, niso pa se točno opredelili, kateri radijski program. Iz tega lahko sklepamo, da anketiranci ne vedo, da v okviru nacionalnega radia obstaja več radijskih postaj. Ta sklep prihaja tudi iz dejstva, da je polovica tistih, ki so napisali Radio Slovenija, napisalo tudi enega od treh radijskih programov nacionalnega radia. Več kot tretjina mladih anketirancev se je spomnila tudi na Radio Ognjišče, med pogosteje omenjenimi je še Radio Express. Ker je bil anketni vprašalnik izveden v Ljubljani in njeni okolici, so tudi odgovori temu primerni, večina naštetih radijskih postaj ima sedež in osrednje

frekvence v glavnem mestu. Če bi anketni vprašalnik razdelili med mladostnike, ki živijo na podeželju, bi zagotovo dobili manj različnih odgovorov, saj večina tam posluša lokalne radijske postaje.

Izmed naštetih radijskih postaj, ki so jih omenili anketiranci, so morali izpostaviti eno postajo, ki jim je najljubša in svoj odgovor tudi utemeljiti. Opredeliti so se morali le za eno radijsko postajo.

Slika 8.5: Najljubša radijska postaja



Od skupno 63 anketirancev se jih je 59 opredelilo za svojo najljubšo radijsko postajo. Kljub temu da se je največ anketirancev pri prejšnjem vprašanju spomnilo na Radio 1, ta ni tisti, kot bi pričakovali, ki je med njimi tudi najbolj priljubljen. Po odgovorih sodeč je namreč ta šele na tretjem mestu, zanj se je opredelilo 11 mladostnikov. Največ, kar 13 jih je za svojo najljubšo radijsko postajo izbralo Radio Antena, eden manj, točneje 12, pa jih je napisalo, da je to Radio Salomon. Zanimivo je dejstvo, da kljub temu da so pri prejšnjem vprašanju anketiranci našeli kar 25 različnih radijskih postaj, ki jih poznajo, med svoje najljubše uvrščajo le 9 postaj. Med njimi so tako omenjeni še Radio Hit, tega je omenilo devet anketiranih, Radio Center med najljubšo radijsko postajo uvršča sedem mladostnikov, za Radio Express so se opredelili trije, za Radio Študent dva, za Radio Belvi in Radio Krka pa po eden anketiranec.

Kot utemeljitev za izbiro najljubše radijske postaje so anketirani večinoma omenili dobro glasbo, zanimive radijske voditelje in veliko humorja. Konkretno so zapisali še:

NIKA: Najbolj mi je všeč Antena, ker ima zanimiv program, dobro glasbo, smešne stvari ...

ZALA: Moja najljubša radijska postaja je Radio Hit, zato, ker jo največkrat poslušam pa tudi zaradi nagradnih iger in zanimivih oddaj.

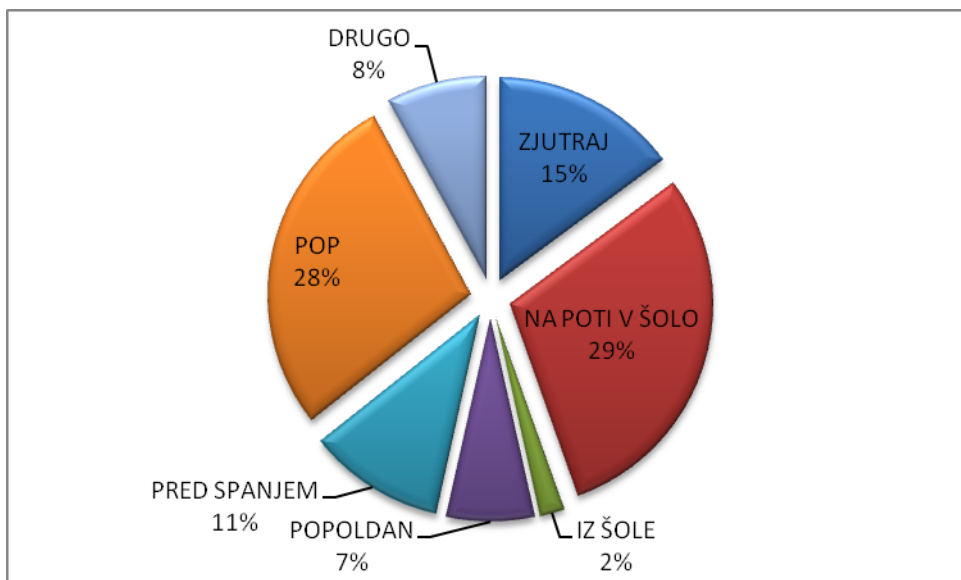
ALJON: Antena! Zato, ker je veliko glasbe, ki je všeč nam mladim in je aktualna. Imajo tudi zelo veliko razvedrilnega programa.

EVA: Radio 1, ker je veliko zanimivega, dobra glasba, najnovejše pesmi, oddaje, tekmovanja, zabavne igre ...

NINA: Zagotovo je to Radio Center – imajo dobro glasbo, smešne teme in stvari (veliko humorja), manj novic, nagradne igre (skriti zvok, smeh ...) ...

Ker imajo osnovnošolci poleg šolskih obveznosti tudi veliko popoldanskih aktivnosti, nas je zanimalo, kdaj čez dan pravzaprav prižgejo in poslušajo radio.

Slika 8.6: Kdaj mladostniki poslušajo radio

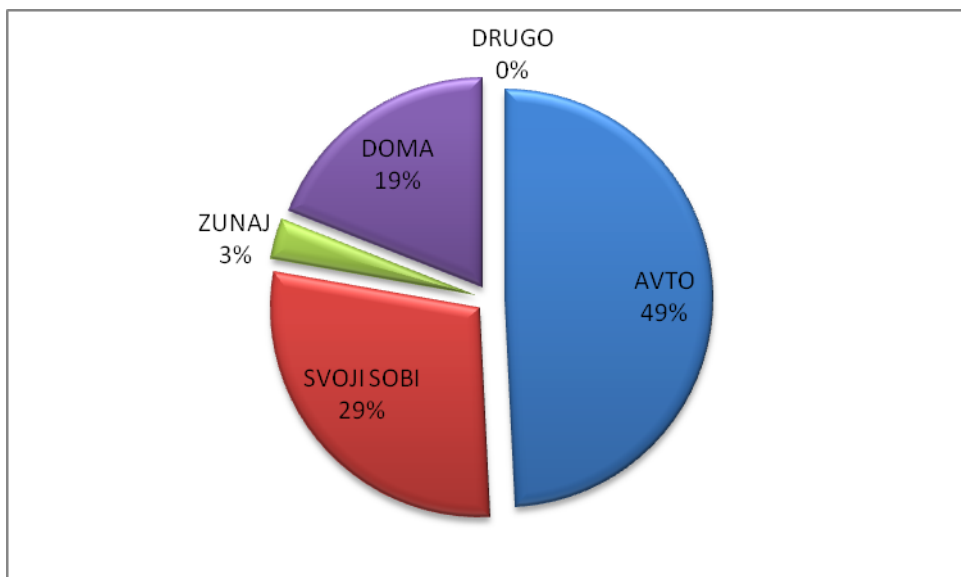


Slika 8.6 nam kaže, da največ mladih anketirancev, kar 29 %, poslušajo radio najpogosteje v jutranjih urah na poti v šolo. Le odstotek manj, 28 % oz. 28 najstnikov

poslušata radio tudi popoldan med pisanjem domače naloge. 15 anketirancev poslušata radio zjutraj doma, ko vstanejo, se oblačijo in pripravljajo za v šolo. Le 11 učencev poslušata radio zvečer pred spanjem, sedem pa na poti na popoldansko dejavnost. Osem anketirancev je obkrožilo odgovor g, dva sta napisala, da poslušata radio v šoli, dva pri babici na obisku, dva pa sta dodala, da radio najpogosteje poslušata v avtu v popoldanskih urah (in ne na poti v šolo, kot je bil možen odgovor b). Po odgovorih sodeč največ mladostnikov radio poslušata prav v jutranjih urah, pred začetkom pouka.

Če največ mladostnikov poslušata radio v jutranjih urah, nas je zanimalo, v katerem prostoru ga najpogosteje poslušajo.

Slika 8.7: Prostor za poslušanje radia

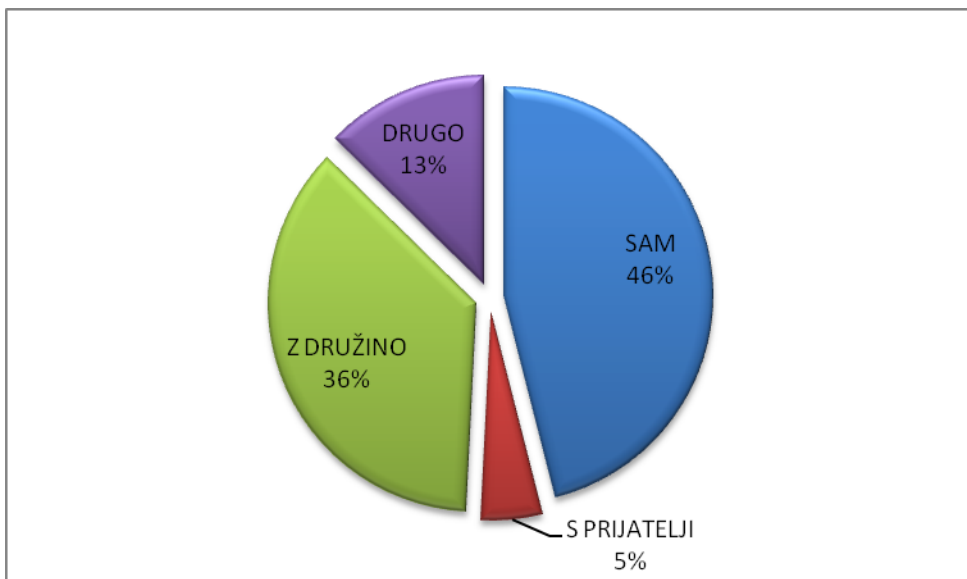


Vseh 63 anketirancev se je odločilo znotraj štirih ponujenih odgovorov, kar lahko vidimo na sliki 8.7. Pri tem jih je največ obkrožilo odgovor a, skoraj polovica, to je 31 mladostnikov oz. 49 %. Največ jih torej radio poslušata v avtomobilu. Drugi največkrat izbran odgovor je odgovor b, pri katerem anketiranci pravijo, da največkrat poslušajo radio v svoji sobi, za ta odgovor se je odločilo 18 anketiranih, nekaj manj, 12, jih je obkrožilo odgovor d, da torej radio poslušajo doma v kuhinji ali dnevnici (ne pa v svoji sobi). Le dva anketiranca sta obkrožila odgovor c, ki pravi, da radio najpogosteje poslušata zunaj, na igrišču. Če primerjamo odstotke, je zanimivo dejstvo, da skoraj

enako število mladih anketirancev poslušajo radio v avtomobilu kot doma, 49 % torej v avtomobilu, 48 % pa doma (ali v svoji sobi ali v kuhinji in dnevni sobi).

Zanimalo nas je tudi, ali mladostniki radio najpogosteje poslušajo sami ali s kom drugim.

Slika 8.8: S kom mladostniki poslušajo radio



Na sliki 8.8 lahko vidimo, da večina anketirancev, točneje 29 oz. 46 %, radio poslušajo sami in ne v družbi. Nekaj manj, 23, jih je obkrožilo odgovor c, pri katerem jih je osem dodalo, da poslušajo radio z očetom, sedem z mamo in dva z babico. Ostali se niso opredelili, s kom iz družine najpogosteje poslušajo radio. Le trije anketirani so se odločili za odgovor b, da torej radio poslušajo največkrat v družbi prijateljev. Kar osem pa jih je presenetljivo izbralo odprt odgovor d, pri katerem je eden od njih napisal, da poslušajo radio s punco, eden s fantom, eden od anketirancev pa dodal, da poslušajo radio z domačo živaljo. Ostalih pet se pri tem odgovoru ni točno opredelilo.

V okviru diplomske naloge smo želeli preveriti tudi, kakšni voditelji so vseč mladim poslušalcem. Kaj morajo imeti, katera njihova karakterna lastnost pritegne mladostnike in katera jih odbije.

Pri vprašanju o tem, kako oz. s čim mladostnike radijski voditelji pritegnejo k poslušanju, so bili najbolj pogosti naslednji odgovori (sledijo si od najpogosteje zapisanih navzdol):

- Z različnimi šalami, humorjem.
- Če se veliko smeji in zabavajo, govorijo živahno.
- Z dobro izbrano glasbo, ki jo vrtijo (ter da obenem tudi napovedo izvajalca in naslov skladbe).
- Da imajo dober glas.
- Z nagradnimi zabavnimi igrami, ki jih pripravijo.
- Da ne uporabljajo veliko mašil.
- Z dobrimi temami.
- Z zanimivimi informacijami, novicami.
- Z lokalnimi novicami.
- S predstavitvami filmov.
- Z ažurnostjo.

Nekateri izmed njihovih konkretnih odgovorov so bili naslednji:

INES: Pritegnejo me z dobro glasbo in različnimi zanimivimi pogovori, pritegnejo me tudi z različnimi šalami.

KRISTINA: Pritegnejo me z živahnostjo in predvsem z ne preveč dolgo temo v oddaji.

MAŠA: Njihovi karizmatični glasovi in njihov smisel za humor.

GAL: S šalami in privlačnim govornim nastopom.

DAVID: Z živahnim govorjenjem, če povejo, katera skladba je na sporedu in kdo je njen izvajalec.

JASMINA: Da so zabavni, imajo dober glas, se veliko zabavajo in smeji in da ne uporabljajo veliko mašil.

Velika večina anketiranih mladostnikov (41) postavlja smisel za humor kot najpomembnejšo karakteristiko radijskega voditelja, ki jih pritegne. Številne šale, zabavni govori in novice so za njih ključne karakteristike nekega radijskega voditelja, ki jim je všeč. Poleg humorja se jim zdi pomembna izbira glasbe (32), dober glas (15) in

zanimive informacije, ki jih voditelji povedo (12). Pritegnejo jih tudi nagradne igre (11), dobro izbrana tematika oddaj (8) in to, da voditelji ne uporabljajo preveč mašil (5). Pri tem vprašanju lahko iz odgovorov sklepamo, da je pri mladostnikih resnično glavna funkcija radia zabava oz. razvedrilo.

Odgovori na vprašanje, s čim mladostnike radijski novinarji odvrnejo od poslušanja, so bili sledeči (sledijo si od najpogosteje zapisanih navzdol):

- Z dolgočasnim (zaspanim, »brezveznim«) govorjenjem.
- Z dolgočasnimi temami, pogovori, oddajami.
- S politiko in političnimi novicami.
- Z govorjenjem v knjižnem jeziku.
- S poročili.
- Z »brezvezno«, »bedno«, dolgočasno glasbo.
- S tem, da niso smešni in nimajo humorja.
- Da ves čas vrtijo reklamna sporočila.
- Z govorjenjem v istem tonu in dolgočasnim enoličnim glasom.
- Z neprimernimi (vulgarnimi) šalami, nesramnostjo, opravljanji, zadirčnostjo.
- Da ves čas ponavljajo iste komade (in ne povedo izvajalca in naslova skladbe).
- Če govorijo neumnosti in podajajo netočne informacije.
- Z neaktualnimi, starimi novicami.
- Če uporabljajo veliko mašil.
- Če govorijo brez prestanka.

Največ odgovor učencev je bilo povezanih z dolgočasnostjo voditelja (30), pogovora, ki ga vodi (25), temami, o katerih se pogovarjajo in oddajami, ki jih imajo na radijski postaji (20). S pojmom dolgčas so takoj povezali politiko in vse teme, oddaje, ki so povezane s politiko (12). Od poslušanja jih odvrnejo voditelji, ki govorijo v knjižnem jeziku (10) in novice oz. poročila (9), mnogi so izpostavili tudi glasbo (7). Ta po njihovih besedah ne sme biti dolgočasna, enolična, »bedna« in »brezvezna«. Marsikoga zmoti tudi to, da vrtijo na radijski postaji ves čas isto glasbo ter da voditelji pred zavrteno skladbo ne povedo izvajalca in naslova pesmi. Kot slabo lastnost radijskega

voditelja so izpostavili nesramnost, opravljenost, zadirčnost ter neprimerne, vulgarne šale, ki se jih v govoru voditelji poslužujejo. Anketiranci so za moteče napisali tudi netočne informacije, ki jih slišijo od radijskih voditeljev. Motijo jih še reklamno-oglasna sporočila, ki so na nekaterih radijskih postajah zelo pogosta in ponavljajoča. Med redkeje napisanimi odgovori, s čim jih torej voditelj odvrne od poslušanja radijske postaje, se najdejo tudi neaktualne, stare novice, ki jih berejo voditelji, prevelika uporaba mašil in govorjenje brez prestanka. Med drugim so konkretno zapisali tudi:

PALOMA: Voditelji me odvrnejo z njihovim plastičnim oz. umetnim govorjenjem, smejanjem ... in z dolgočasnimi temami.

PATRICIJA: Dolgočasen glas, brez humorja, z nesramnostjo.

INES: Odvrnejo me s tem, ko govorijo brezvezne stvari in ko niso naspani. To se jim pozna po glasu.

MAŠA: Z reklamami in dolgočasnimi pogovori.

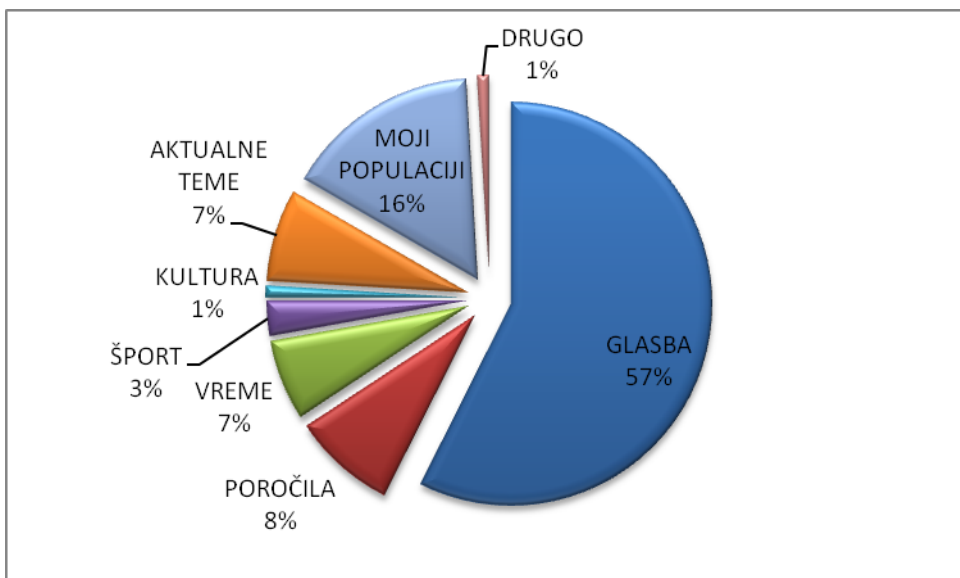
KRISTINA: Ni mi všeč, če radijski voditelj govori preveč resno in umirjeno, paziti pa mora tudi, da ne zveni prisiljeno, če govori bolj živahno.

ALJON: Ko turobno in v knjižnem jeziku povedo vsebino oddaje, ki je že sama po sebi nezanimiva.

JOŠT: Z dolgočasnimi pogovori, ko npr. kakšen politik pride v studio in se pogovarjajo o politiki.

Pri vprašanju o tem, kaj mladostniki najpogosteje poslušajo na radiu, smo jim ponudili sedem odgovorov zaprtega tipa in en odgovor odprtega tipa. Ob tem so lahko obkrožili največ dva odgovora.

Slika 8.9: Kaj mladostniki poslušajo



Čeprav smo pri tem vprašanju mladostnikom dali na izbiro največ dva odgovora, so se prav vsi anketirani razen enega med drugim odločili za odgovor a. To pomeni, da kar 62 anketirancev na radiu poleg drugih stvari, najpogosteje poslušajo prav glasbo. Ta odgovor je med vsemi prejel tudi največ odstotkov, kar 57. V kolikor bi torej anketiranim dali na voljo le en možen odgovor, lahko predpostavljamo, da bi bili odstotki pri odgovoru glasba v veliki večini.

Poleg glasbe mladi anketiranci na radiu najpogosteje poslušajo oddaje, namenjene njihovi populaciji, za ta odgovor se je odločilo 17 učencev. Zelo zanimivo so kot tretje najpogosteje poslušane izbrali poročila, za njih se je odločilo devet mladostnikov. Nekaj manj, osem, jih poslušajo oddaje z aktualnimi temami, eden manj, sedem, pa jih na radiu poslušajo še vremensko napoved. Trije poslušajo še športne oddaje, eden kulturne, eden pa je obkrožil odgovor h, ki je odprtega tipa, ter pripisal zabavne oddaje. Glasba je torej pri mladostnikih iz odgovorov sledeč poglaviti razlog za poslušanje radia.

V okviru našega vprašalnika nas je zanimalo tudi, katere radijske oddaje mlade anketirance najbolj pritegnejo. Odgovori si sledijo od najpogosteje zapisanih navzdol):

- Zabavne, zanimive oddaje z veliko humorja.
- Oddaje z nagradnimi igrami (npr. iskanje skritega zaklada, avta).
- Glasbene oddaje z dobro glasbo in glasbenimi novicami ter novostmi.

- Športne oddaje, v katerih poteka pogovor z znanim športnikom.
- Mladinske oddaje, z najstniškimi temami, primerne za mojo starost.
- Oddaje, v katerih povedo, kaj se dogaja v svetu slavnih.
- Oddaje z aktualnimi temami.
- Vse, v katerih povedo kaj koristnega, poučnega.

Pri konkretnem primeru oddaj so našli naslednje:

- ❖ Denis Avdić show (Radio 1)
- ❖ Budilka z Romihom/ Sobotno jutro z Boštjanom Romihom (Radio 1)
- ❖ Jan, Žan in Birko (Radio Antena)
- ❖ Hitova budilka (Radio Hit)
- ❖ Nasveti mame Manke (Radio 1)
- ❖ Zajtrk z zvezdami (Radio 1)
- ❖ Smešna soseda (Radio 1)
- ❖ Zala kliče (Radio 1)

Večina odgovorov se je navezovala na zanimivost in zabavnost oddaj, v katerih je prisoten humor, sproščenost, veliko smeha in zabavnih novic (15). Mlade anketirance močno privlačijo oddaje z nagradnimi igrami in lepimi (bogatimi) nagradami (8), v teh oddajah tudi sami radi sodelujejo. Glasbene (7) in športne oddaje (6) so oddaje, ki jim mladostniki prav tako radi prisluhnejo, še posebej, če so v njih zanimive in aktualne glasbene/športne novice in če v studiu gostijo znanega glasbenika/športnika. Pogrešajo več oddaj z mladinsko tematiko, v katerih bi govorili o najstniških težavah in temah, ki so blizu/zanimive najstnikom (5). Tem bi z veseljem in velikim zanimanjem prisluhnili. Med odgovori, kakšne oddaje jih najbolj pritegnejo, so tudi oddaje, v katerih izvedo kaj iz sveta slavnih, oddaje z aktualnimi temami in vse oddaje, v katerih dobijo koristne informacije.

Konkretni primeri oz. naslovi oddaj so bili redki. Med njimi najdemo v večini oddaje z radijske postaje Radio 1, to so Denis Avdić show (5), Budilka z Romihom (3), Nasveti mame Manke (1), Smešna soseda (1) in Zala kliče (1). Dva od anketiranih sta omenila

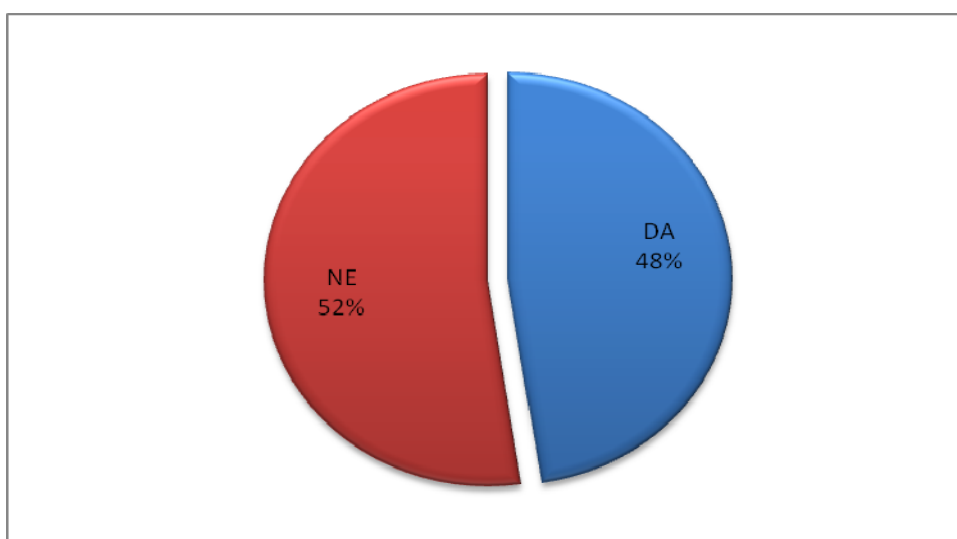
Hitovo budilko z Radia Hit, prav tako sta se dva odgovora navezovala na oddajo Jan, Žan in Birko na Radiu Antena.

Ob tem moramo omeniti, da skoraj tretjina anketiranih na to vprašanje ni odgovorila. Iz tega lahko sklepamo, da mladostniki radijskih oddaj ne poznajo dobro, tiste, ki pa jih poznajo, se vežejo konkretno na radijskega voditelja. Voditelj je torej tisti, ki jih pritegne in zaradi katerega oddajo poznajo in jo poslušajo. Kar nekaj učencev je napisalo, da na radiu ne posluša oddaj, saj jih te ne pritegnejo, temveč poslušajo radio izključno le zaradi glasbe.

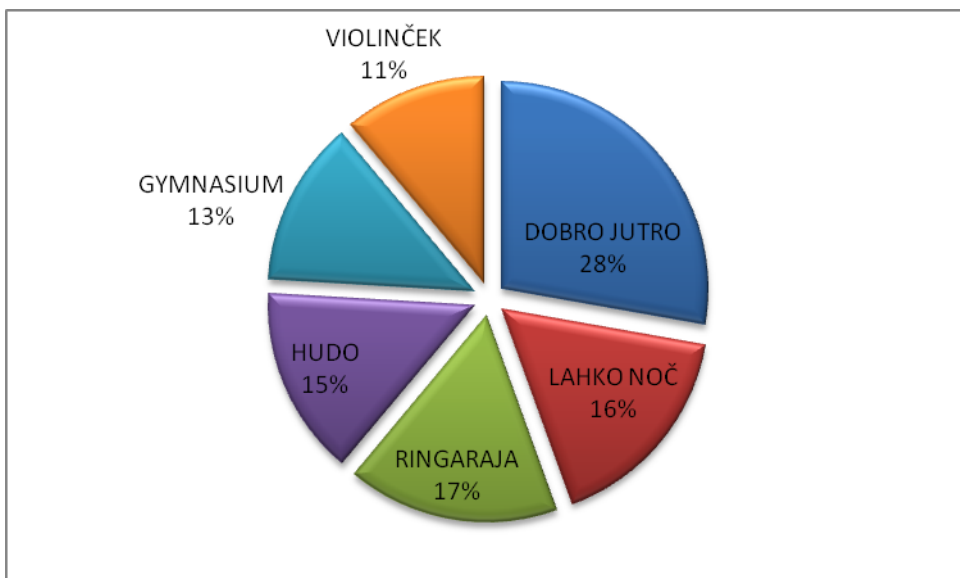
Ker se diplomska naloga veže na primer oddaj za otroke in mladostnike na 1. programu Radia Slovenija, smo mladostnike povprašali tudi, katere od teh oddaj poznajo oz. so zanje že slišali.

Preden se posvetimo analizi odgovorov na to vprašanje, naj povemo, da od 63 anketirancev več kot polovica, natančneje 33 učencev ali 52 % na to vprašanje ni odgovorilo, kar lahko vidimo na sliki 8.10. Vse odgovore so pustili prazne, nekateri pa zraven še pripisali, da ne poznajo in niso slišali še za nobeno naštetto oddajo. Manj kot polovica anketirancev torej pozna vsaj eno radijsko oddajo 1. programa Radia Slovenija, namenjeno njihovi populaciji.

Slika 8.10: Poznavanje oddaj 1. programa Radia Slovenija



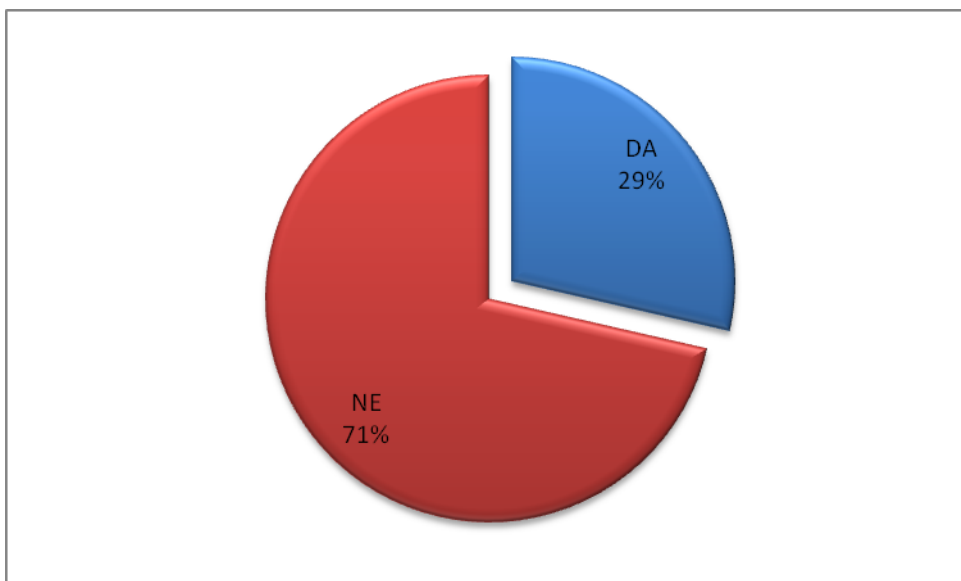
Slika 8.11: Katere oddaje na 1. programu Radiu Slovenija poznajo mladostniki



Na sliki 8.11 lahko vidimo, da polovica anketiranih, to je 15, ki so na to vprašanje odgovorili, pozna oddajo Dobro jutro, otroci. Devet anketiranih je obkrožilo odgovor b, da so torej že slišali ali celo poslušali oddajo Lahko noč, otroci!, prav tako devet jih je zatrdilo, da poznajo oddajo Radijski ringaraja. Kljub temu da smo pri oddaji Hudo! poimenovali tudi njeno predhodnico, Sobotno ragljo, je za to oddajo slišalo le osem učencev. Glede na to, da je ta oddaja namenjena prav populaciji anketiranih, je ta številka presenetljivo nizka. Pomeni namreč, da le 13 % anketiranih pozna radijsko oddajo na 1. programu Radia Slovenija, ki je namenjena njim in v kateri najdejo teme, glasbo in goste, ki jih lahko izberejo sami. Sedem učencev je že slišalo za oddajo Gymnasium, šest pa za oddajo Violinček. Slednji odgovor je izjemno pozitiven, glede na to, da je oddaja od vseh naštetih na sporedu najmanj časa in da pravzaprav ciljno občinstvo oddaje niso anketiranci.

Mladostniki so pri naštevanju radijskih postaj, ki jih poznajo, na začetku anketnega vprašalnika med drugim omenili tudi Radio Slovenija, zato nas je zanimalo, koliko od njih dejansko posluša nacionalni radio. Pri tem vprašanju se nismo želeli opredeliti na točno določen radijski program Radia Slovenija, temveč nas je zanimalo le, ali mladostniki kdaj poslušajo katerikoli program nacionalnega radia.

Slika 8.12: Poslušnost nacionalnega radia



Od skupno 63 anketiranih jih le 18, kar predstavlja 29 %, posluša nacionalni radio, kar lahko vidimo na sliki 8.12. Kar 45 učencev ali 71 % je obkrožilo odgovor b, da torej nacionalnega radia ne poslušajo. Čeprav smo pričakovali, da večina mladostnikov nacionalnega radia ne posluša, je dejanski odgovor, da torej manj kot tretjina ne posluša niti enega radijskega programa nacionalnega radia malce presenetljiva.

Ker so pri prejšnjem vprašanju anketiranci imeli možnost odgovora da ali ne, nas je pri naslednjem vprašanju zanimala utemeljitev prejšnjega odgovora, se pravi, zakaj poslušajo nacionalni Radio Slovenija oz. zakaj ga ne poslušajo. Kaj jih torej na tem programu pritegne in kaj zmoti. Glede na odgovore iz prejšnjega vprašanja, je bilo tukaj veliko več negativnih pripomb kot pozitivnih. A če se naprej posvetimo slednjim, pogledjmo odgovore, kaj je torej mladostnikom na nacionalnem radiu všeč:

- Dobra, raznolika glasba.
- Dober program.
- Oddaje za najstnike.
- Veliko zanimivih oddaj z različnimi temami.
- Ažurne novice.
- Zanimive, izvirne nagradne igre.

In kaj je tisto, kar jih odbije od poslušanja:

- Preveč govorjenja in premalo glasbe.
- »Glup« program.
- Preveč starinski in dolgočasen program, preveč resno je vse skupaj.
- »Brezvezni« napovedovalci, ton napovedovalcev in njihov glas.
- Knjižni jezik.
- Poročila.
- Preveč politike.
- »Bedna« glasba.
- Preveč športa in komentiranja tekem.
- Dolgočasna klasična glasba.
- Jutranje oddaje imajo dolgočasne in nezanimive voditelje.
- Mislim, da je omejena svoboda govora, ker vsi zelo pazijo, kaj govorijo.

Nekateri izmed njihovih konkretnih odgovorov so bili naslednji:

EVA: Ni mi všeč, da so voditelji tako mirni, ker če bi jih primerjala z drugimi radiji, so tam dosti bolj zanimivi.

ESTER: Všeč so mi zanimive nagradne igre, ampak ni za mojo starost, saj se mi zdi malo starinsko, dolgočasno.

ANAMARIJA: Ni mi všeč. Ne vem zakaj. Ni dobre glasbe, oddaj ... Preveč resno vzdušje je.

GAL: Ni mi všeč, ker mislim, da je svoboda govora rahlo omejena in oddaje so zelo slovnične.

ZALA: Na Radiu Slovenija mi je všeč to, da so zanimive oddaje. Ne pritegne pa me to, ker jutranje oddaje nimajo zanimivih voditeljev, ki so zelo dolgočasni.

KAREL: Pritegne me nič, ni mi všeč to, da zmerom govorijo in imajo slabo glasbo.

NINA: Všeč mi je glasba za najstnike, oddaje za otroke moje starosti. Včasih je preveč politike.

NIKA: Nekatera glasba je super, nekaj pa je dolgočasne. Nekatero oddaje so zanimive. Morda je kdaj le malo preveč novic.

PETRA: Poročila so nezanimiva, saj ima gospod grozen glas. Nekatera glasba mi je všeč.

GAL: Ta radio mi je brezvezen, ker imajo brezvezno musko in glup program ter brezvezne napovedovalce.

Kot že zapisano, je pri tem vprašanju prevladovalo število negativnih odgovorov oz. kritik (30), ki so v večini letele na radijski program nacionalnega radia, ki ga mladi označujejo z besedami starinski, »glup«, »beden«, »brezvezen«, dolgočasen. Večina se strinja, da je na programu preveč govora in premalo glasbe, še tista, ki pa je, je po njihovih besedah »bedna«. Anketirance moti knjižni jezik, napovedovalce označujejo kot »brezvezne« zaradi uporabne knjižnega jezika in njihovega resnega tona glasu. Premalo humorja, sproščenosti in obenem preveč politike so še druge kritike na nacionalni radio, ki jih odbijejo od poslušanja, prav tako poročila, ki so na sporedu prepogosto. Med drugim mladostniki omenijo v odgovorih tudi nezanimive jutranje voditelje, preveč športnih oddaj in dolgočasno klasično glasbo. Zanimivo je, da se kar v treh odgovorih pojavi dvom o svobodi govora na Radiu Slovenija – ta dvom temelji na podlagi zadržanosti in pozornosti na jezik. Anketirancem se zdi, da moraš na nacionalnem radiu paziti ne le kako govoriš, temveč tudi kaj govoriš. To štejejo za kratenje svobode govora.

Po drugi strani so nekateri, a žal le redki (12), prepoznali tudi pozitivne plati nacionalnega radia, ki jih pritegnejo k poslušanju. Med njimi je najpogosteje omenjena raznolika glasba in kvaliteten ter raznolik radijski program z zanimivimi oddajami in različnimi temami. Kot smo v prejšnji odgovorih že videli, le redki poznajo tudi otroške in mladinske oddaje na nacionalnem radiu – tisti, ki pa jih, prepoznajo njihovo kvaliteto, zaradi katere tovrstne oddaje tudi sami poslušajo. Med dobre strani nacionalnega radia štejejo tudi njegovo ažurnost in ažurne novice, ki jih podajajo ter številne izvirne nagradne igre.

Naj omenimo, da je bilo skoraj v tretjini odgovorov anketirancev na to vprašanje (20) izpostavljeno, da Radia Slovenija ne poslušajo, zato ne morejo napisati, kaj jih pritegne in kaj odvrne na tej radijski postaji.

Čeprav smo v okviru anketnega vprašalnika že izvedeli, kaj mladostnike odbije pri radijskih voditeljih in s čim jih ti odvrnejo od poslušanja, smo z vprašanjem, s kakšnim razlogom zamenjajo radijsko postajo oz. odgovori na to vprašanje želeli preveriti, ali se bodo odgovori prekrivali z odgovori na vprašanje o radijskih voditeljih. Dobili smo sledeče odgovore:

- Če vrtijo »brezvezno«, nezanimivo glasbo/stare skladbe/ko zmanjka dobre glasbe/če vrtijo slabo, »bedno« glasbo/če se glasba ponavlja.
- Zaradi poročil.
- Če govorijo o politiki.
- Predolge reklame.
- Pogovorne oddaje.
- Dolgočasni pogovori in »butaste« teme.
- Nezanimive informacije, ki se me ne tičejo.
- »Brezvezni«, nepoznani gosti.
- Če slišim rasistične, vulgarne in neokusne stvari.
- Kulturni program.
- Zaradi slabega signala.

Več kot dve tretjini odgovor (44) je bilo pri tem vprašanju povezanih z glasbo. Velika večina anketirancev tako radijsko postajo zamenja, če se na njej ne vrti glasba po njihovem okusu, če je glasba po njihovih besedah staromodna in ne moderna ter če se skladbe ponavljajo. Poleg glasbe jih najpogosteje zmotijo poročila (10) in politični pogovori (10), radijsko postajo pa zamenjajo tudi, če so na sporedu predolga reklamno oglasna sporočila (8), pogovorne oddaje z dolgočasnimi pogovori in njim nezanimivimi temami (6) ter informacije, ki se njih ne tičejo (4). Nekatere med njimi zmoti tudi kulturni program, gosti v oddajah, ki jih ne poznajo, rasistične, vulgarne in neokusne izjave ter slab radijski signal. Poglejmo še nekaj konkretnih odgovorov anketiranih na to vprašanje:

MAŠA: Kadar me kaj ne zanima ali ni dobra glasba.

JAKA: Ko neha igrati glasba in začnejo vrteti reklame.

ALJON: Če mi glasba ni vseč, če je preveč oglasov. Če so voditelji dolgočasni ali če poskušajo biti duhoviti pa jim ne uspeva.

ŠPELA: Če ni nič smešnega, če ni dobre glasbe ...

URŠKA: Z vzrokom, da se glasba ponavlja ali pa nehajo vrteti glasbo.

Ker imajo v okviru Programa za mlade na 1. programu Radia Slovenija anketiranci možnost soustvarjanja radijske oddaje, smo jih povprašali za njihova mnenja, želje in okuse, kako in s čim to oddajo še bolj približati njihovi populaciji. Kakšne teme, glasbo, goste bi morali imeti v oddaji, da bi jo tudi sami poslušali:

- Novejša, aktualna glasba/najnovejši hiti.
- Slavni/znani/zanimivi/zabavni gosti, ki jih mladi poznajo (igralci, pevci, športniki); tudi zanimivi gosti iz tujine.
- Zabavne, neresne, živahne, aktualne teme.
- Veliko humorja in šal, anekdot.
- Nasveti za najstnike in najstniške težave; smešne nezgode najstnikov.
- Najnovejši športni dogodki, športne teme.
- Glasbena oddaja z različnimi glasbenimi zvrstmi.
- Nagradne igre.
- Top lestvice največjih glasbenih hitov.
- Radijske trgovine – da bi kaj menjali, podarjali, kupovali in prodajali v oddaji.
- Kratke novice o tem, kaj se je zgodilo čez dan.
- Brez političnih tem.
- Brez reklam.
- Brez pogovorov.
- Novice iz sveta mode, slave in športa.
- Oddaja v stilu »MTV« programa.
- Ankete z ulic.

In kaj so anketiranci med drugim konkretno odgovorili:

JASMINA: Bila bi zabavna oddaja, imela bi novice iz sveta, vreme, glasba po želji, različne programe za mlade, starejše ... Gosti pa bi bili različni: glasbeniki, igralci, voditelji ...

PALOMA: Oddaja mora nujno vsebovati aktualne tem, glasba naj bo vsakič različna (ljudem predstavimo čim več različne glasbe), gosti pa naj bodo ažurni.

EVA: Teme o glasbenikih, iz sveta mode in slave. Glasba bi bila po mojem okusu – enkrat živa, drugič mirna. Gosti bi bili tisti, ki imajo kaj povedati o sebi.

INES: Po mojih željah bi v radijsko oddajo povabila zanimive in slavne goste kot so znani pevci in glasbeniki. Teme bi se lahko vrtele predvsem o nasvetih za najstnike in o glasbi. Bilo bi veliko različnih zvrsti glasbe.

NINA: Oddaje, v katerih bi spoznali zgodbe: nezgode najstnikov, ki so smešne ... Nagradne igre, v katerih bi morali ugotoviti, katera pesem je bila predvajana.

NIKA: Zelo veliko glasbe, malo novic, in samo dobre in zanimive ter aktualne. Gosti le zanimivi in zelo znani – tudi iz tujine. Sveže teme. Oddaja o najstnikih in njihovih problemih.

Skoraj vsi anketirani (49) bi v »svojo« radijsko oddajo vključili dobro glasbo – ta bi bila novejša, aktualna, predvajali bi le najnovejše glasbene uspešnice. Redki med njimi (4) bi poleg najnovejše glasbe dodali še kakšen evergreen ali kakšno starejšo skladbo. Teme, o katerih bi v oddaji govorili, bi bile zabavne, neresne, živahne, vezane na aktualne zadeve (25). Oddaja bi bila zastavljena sproščeno, z veliko humorja, šal in anekdot (23). V njej bi gostili znane goste iz sveta glasbe, filma in športa (22) – ti bi morali biti zabavni in zanimivi ter taki, ki jih mladostniki dobro poznajo. Številni anketiranci (10) bi povabili v radijsko oddajo tudi slavne goste iz tujine. Zanimivo je, da je se je kar nekaj najstnikov strinjalo (18), da bi bila njihova oddaja namenjena njihovim vrstnikom, v njej bi govorili o najstniških težavah, podali kakšen koristen nasvet za najstnike in hkrati slišali zanimive prigode in anekdote iz življenja mladostnikov. Tudi glasbene (10) in športne oddaje (9) so bile predlagane, v prvih bi predstavljali različne glasbene zvrsti in največje glasbene uspešnice vseh časov, v drugih pa najnovejše športne dogodke. Številne radijske oddaje mladostnikov bi vsebovale zanimive in izvirne nagradne igre (7), dva anketiranca pa sta predlagala, da bi v radijski oddaji menjali, podarjali, kupovali in prodajali stvari – podobno kot pri malih oglasih. V nekaj

odgovorih, ki so jih mladostniki zapisali, zasledimo tudi, česa oddaja, ki je po njihovem okusu, ne sme imeti, in sicer reklam, političnih tem in na sploh dolgih pogovorov. Če že so novice, naj bodo te zares kratke, aktualne, povečini novice iz sveta mode, slave in športa. Mladostniki so predlagali tudi, da bi naredili radijsko oddajo v stilu televizijske oddaje oz. televizijskega programa MTV (Music Television Channel) ter da bi v oddaji lahko slišali tudi odgovore različno starih anketirancev na zanimiva anketna vprašanja.

O tem, kdaj bi bila po njihovem mnenju na sporedu oddaja, namenjena njihovi populaciji, smo dobili številne raznolike odgovore - sledijo si od najpogosteje zapisanih navzdol:

- Popoldne/zvečer
- Petek in sobota zvečer
- Petek popoldne
- Petek 18.00-20.00
- Vsak dan 15.00-20.00
- Sobota 19.30
- Zjutraj, ko se vsi peljejo v službo in šolo
- Vsak dan ob 17h
- Petek-nedelja zvečer
- Petek ob 17h
- Ponedeljek-petek, 15.00-19.00
- Petek in ponedeljek popoldne
- Petek 15.00-16.00
- Sreda in četrtek ob 16h
- Vsak dan 20.00-21.00
- Vsak drugi dan v tednu ob 17h
- Vsak dan 16.00-18.00
- Ponedeljek ob 21.00
- Sobota in nedelja 10.00-12.00
- Sobota 13.00-17.00
- Vsak dan ob 14h

- Nedelja ob 17h
- Sobota ob 14h
- Četrtek 15.00-18.00
- Sreda ob 17h

Iz zapisanih odgovorov lahko vidimo, da se večina mladih anketirancev strinja, da bi morala biti oddaja, če bi želela pritegniti čim večje število mladih poslušalcev, na sporedu popoldne ali zvečer (47). Če pogledamo dneve v tednu, večina pravi, da bi bila najustreznejša dneva petek (20) in sobota (17), redki so se odločili za ostale dni v tednu. Razlog za tak odgovor je najverjetneje v tem, da na začetku vikenda redkokdo misli na šolo, domače naloge ter ostale obveznosti in bi bila zabavna radijska oddaja prava popestritev petkovega in sobotnega popoldneva/večera. Nekateri predlagajo, da bi bila oddaja na sporedu vsak dan ali vsak drugi dan, spet drugi, da le med tednom ali le med vikendom. Je pa kljub temu dokaj pogost odgovor tudi, da bi bila oddaja lahko na sporedu zjutraj, ko se šolarji vozijo v avtomobilih v šole (7). Najpogosteje predlagana ura je 17.00 – takrat se večini (16) zdi primeren začetek oddaje, saj osnovnošolci zaključijo s šolo ter šolskimi in obšolskimi dejavnostmi in bi se tako lahko v miru posvetili poslušanju radijske oddaje.

Glede na to, da so vsi anketirani v šolskem letu 2010/2011 obiskovali izbirni predmet Vzgoja za medije: Radio, nas je v anketnem vprašalniku zanimalo tudi, kakšen se jim zdi ta predmet, česa je preveč, česa premalo, kaj bi torej sami spremenili. Odgovori so bili sledeči (sledijo si od najpogosteje zapisanih navzdol):

- Več obiskov na radijskih postajah.
- Več dela s šolskim radiom.
- Poudarek na razlikah med nacionalnim in komercialnim radiem.
- Več praktičnega dela.
- Bolj sproščen učni program.
- Več filmov na tematiko medijev.
- Snemanje oddaj in reklam.

Skoraj polovica anketiranih (28) je zapisala, da pri predmetu in učnem načrtu predmeta ne bi spreminjala ničesar in da jim je predmet povsem všeč. Ostali najpogostejši odgovori so bili, da si želijo večkrat obiskati radio, ga spoznati tudi od blizu in videti, kako dejansko poteka delo radijskega novinarja (12). Obiskali bi radi številne radijske postaje, spoznali njihove voditelje in tako iz prve roke videli, kakšne so razlike med nacionalnim radiem in komercialnimi radijskimi postajami (5). Kar nekaj mladostnikov (8) je odgovorilo, da si želijo več dela s šolskim radiom, pri katerem bi radi izbirali glasbo, pisali novice in vodili oddaje. Anketiranci predlagajo tudi več praktičnega dela, bolj sproščen učni program, poleg tega pa so z odgovori pokazali tudi zanimanje za ogled filmov na tematiko medijev in snemanje oddaj ter reklam. Med drugim so anketirani zapisali naslednje:

PALOMA: Več praktičnega dela, manj poslušanja teorije, več ažurnih dogodkov glede radia.

PATRICIJA: Dodala bi, da bi snemali reklame, oddaje ...

ZALA: Spremenila bi to, da bi lahko govorili v živo po šolskem radiu.

JASMINA: Poudarek na radiu, več obiskov radia, razlike med nacionalnim in komercialnimi radiji.

Zadnje vprašanje v okviru našega vprašalnika se je nanašalo na prihodnost radia. Zanimalo nas je, kako o tem razmišljajo mladi anketiranci – je radio res medij prihodnosti ali pa bo odšel v pozabo? Glede na predhodne odgovore, je bilo pri tem vprašanju pričakovati, da bodo številni odgovori mladostnikov govorili ravno o slednjem – da bo torej radio odšel v pozabo. In kakšni so razlogi za tovrstne odgovore:

- Zaradi novejših medijev, kot sta televizija in računalnik.
- Ker lahko glasbo poslušamo tudi preko drugih medijev.
- Vse informacije lahko 24 ur na dan dobimo na internetu; obstaja naprednejša tehnologija, kot je radio.
- Večina ljudi, še posebej mladostnikov, radia ne posluša več.
- Drugi mediji so dosti bolj privlačni.
- Ker se radio noče prilagoditi času in se ne modernizira.
- Ker ni koristen medij.

Od 31 odgovorov mladih anketirancev, ki so prepričani, da bo radio odšel v pozabo, so bili razlogi za to prevladovanje novjših medijev, kot sta televizija in računalnik (11), prav tako so se strinjali, da lahko glasbo poslušamo preko drugih medijev (7) ter da vse informacije lahko sedaj že dobimo na svetovnem spletu (6). Poleg tega so za utemeljitev napisali tudi, da večina ljudi – pri tem so še posebej izpostavili svoje vrstnike, radia pravzaprav sploh ne poslušajo več (5) ter da so drugi mediji privlačnejši od radia (3). Omenili so tudi, da je škoda, ker se radio kot medij ne modernizira in prilagodi času in tehnološkemu napredku. Zapisali so tudi, da bo radio odšel v pozabo, ker ni koristen medij.

MAŠA: Zdi se mi, da bo šel v pozabo, saj lahko glasbo sami poslušamo brez radia, članke in novice pa lahko pogledamo in preberemo na spletu.

KRISTINA: Po mojem mnenju bi vsekakor to moral biti medij prihodnosti, je pa radio zaradi računalnikov in televizije ogrožen, zato bo najverjetneje sčasoma odšel v pozabo.

TIM: Medij, ki bo odšel v pozabo, ker večina mladostnikov sploh ne poslušajo več radia.

In kaj so zapisali tisti, ki kljub vsemu menijo, da je radio medij prihodnosti:

- Veliko ljudi ga poslušajo, zato bo ostal za vedno.
- Ker je pomemben in koristen vir informacij.
- Zaradi ažurnosti.
- Radio je večni medij, ker ga poslušamo v prevoznih sredstvih.
- Ker je zabaven in krajša čas.
- Ker je zabavno poslušati glasbo po radiu.
- Radio bo ostal, ker za razliko od drugih medijev, ne uničuje vida.

21 anketirancev ni podvomilo o obstoju radia tudi v prihodnosti. Najpogostejše utemeljitve za to so bile, da ga poslušajo zelo veliko ljudi in da bo zato ostal za vedno med nami (6), poleg tega pa so zapisali tudi, da je radio pomemben in koristen vir informacij (3) ter da bo zaradi ažurnosti to zagotovo medij prihodnosti (3). Dva anketiranca sta se strinjala, da je radio večni medij, ker ga bomo vedno poslušali v prevoznih sredstvih, dva pa sta kot utemeljitev trditve, da radio ne bo odšel v pozabo, zapisala, da je le-ta zabaven in krajša čas. Anketirani so odgovorili tudi, da je zabavno poslušati glasbo po radiu, zanimiv odgovor pa je bil tudi, da se nam za prihodnost radia ni bati, ker za

razliko od drugih novejših medijev ne uničuje oz. slabša človeškega vida. Konkretni odgovori anketirancev so bili med drugim tudi:

PETRA: Medij prihodnosti, saj vsak človek skoraj posluša svoj radio, ki mu je všeč in bi ga rad vedno poslušal.

NAJA: Prihodnost, ker si s tem ne uničuješ vida, kot si ga z gledanjem televizije in ostalih medijev.

GAL: Mislim, da je večni medij, ker ga poslušamo v prevoznih sredstvih.

ANDREJ: Medij prihodnosti. Ker je zabaven in nam krajša čas.

Naj omenimo še, da je kar nekaj mladostnikov pri tem odgovoru omahovalo in se ni znalo odločiti o tem, ali bo radio odšel v pozabo ali bo to medij prihodnosti. Kar 10 anketiranih je namreč navedlo utemeljitve za obe trditvi in obenem napisalo, da se ne znajo odločiti.

Iz celotnega vprašalnika in odgovorov mladih anketirancev lahko sklepamo naslednje. Mladostniki imajo do medija radio precej mešane občutke. Medtem ko nekateri radia sploh ne poslušajo več in trdijo, da večina njihovih vrstnikov tega medija niti ne pozna več, so na drugi strani presenetljivi rezultati ti, da tisti, ki radio poznajo in ga poslušajo, za to porabijo najmanj eno uro časa na dan. V večini domov se še vedno skrivata več kot dva radijska sprejemnika, prav tako je radijski sprejemnik kljub množici novih tehnološko naprednejših naprav še vedno poglavitni vir poslušanja radia, pa naj bo to doma ali v avtomobilu. Le redki mladostniki poslušajo radio tudi na računalniku, mobilnem telefonu, televiziji. Vprašanje je, ali bo tako tudi ostalo ali bodo čez nekaj let ostale tehnološko zmogljivejše naprave prehiteli in povozile radijski medij.

Kljub vsemu ne bi mogli reči, da mladostniki ne poznajo radijskega medija, kar potrjuje dejstvo, da so našli kar 25 različnih radijskih postaj, za katere so že slišali, jih poznajo in so jih morda tudi poslušali. Je pa zanimivo dejstvo, da se je le devet od teh postaj znašlo med najbolj priljubljenimi radijskimi postajami mladostnikov. Med njimi je pet takih, ki prevladujejo, vse so komercialne radijske postaje. Mladostnike na radiu najbolj pritegne glasba, daleč za njo so vsebine namenjene njihovi populaciji ter ostale oddaje (športne, kulturne). Zdi se, da jih oddaje bolj motijo, kot pa so zaželene, saj ponavadi

hitro, ko slišijo, da se začenja neka oddaja, preklopijo na drugo radijsko frekvenco, kjer se vrti glasba. Ob tem se je dejansko dobro vprašati, ali je sploh še smiselno pripravljati neke časovno dolge oddaje za mladostnike.

Radio mladostniki poslušajo najpogosteje v avtu in doma, sami ali v družinskem krogu, le redko zunaj ali s prijatelji. Pri radijskih voditeljih jih pritegnejo humor, dobra volja, zabavne informacije in dober glas. Odbijejo jih dolgočasnost, nezanimive novice, politične teme in govor v knjižnem jeziku. Kar nekaj kritik je padlo na račun nacionalnega radia, kar kažejo tudi konkretni odgovori, pri katerih več kot polovica ne pozna nobene radijske oddaje, namenjene njihovi populaciji na 1. programu. Prav tako jih kar več kot dve tretjini nacionalnega radia ne poslušata, to pa utemeljijo z besedami, da je ta radijska postaja za njih preveč resna in dolgočasna. Nekaj kritik je padlo tudi na račun glasbe, ki naj po njihovih besedah ne bi bila dobra. Morda se je smiselno vprašati, katera glasba je po mnenju mladostnikov »dobra«, glede na to, da le redki od njih znajo naštetih več kot tri glasbene izvajalce tuje ali slovenske glasbene scene.

Na radijskih postajah mladostnike poleg glasbe, ki jim ne ustreza, najbolj zmotijo reklamno oglasna sporočila – ta so poleg glasbe tudi najpogostejši razlog za to, da mladostniki zamenjajo radijsko postajo. Zanimivo je, da jih v oddajo po njihovi izbiri večina vključi dobro glasbo, zanimive goste, ob tem tudi najstniške teme in ažurne novice. Odgovori o tem, kdaj bi bila oddaja, ki bi ji sami in njihovi vrstniki prisluhnili, so bili zelo različni. Večina bi oddajo postavila v popoldanske in večerne ure, kljub temu da so sami zatrdili, da poslušajo radio najpogosteje v jutranjih urah. Tudi glede tega, ali bo radio medij prihodnosti ali bo odšel v pozabo, si niso enotni. Nekateri so namreč prepričani, da ga bodo povozile druge tehnologije, prav tako suvereno pa drugi zatrjujejo, da se to zagotovo ne bo zgodilo.

10 SKLEP

Diplomsko delo je v okviru kritičnega raziskovanja potrdilo številne zastavljene hipoteze, med drugim tudi to, da otroci in mladostniki niso tipično radijsko občinstvo. Med mediji namesto radia dosti raje izberejo računalnik, televizijo, čas pa jim danes v poplavi novih medijev večinoma krajšajo tudi mobilni telefoni, razni predvajalniki in številne druge podobne naprave. Radio jim predstavlja le še neko zvočno kuliso. Tudi glasba, ki jo mladostniki navajajo za poglobitni razlog poslušanja radia, je danes vedno bolj dostopna na drugih medijih. Spomnimo se, kako smo včasih komaj čakali, da se je na radiu zavrtela naša najljubša pesem, hitro dali v kasetnik novo kaseto in posneli to skladbo nanjo. Kako smo bili veseli, ko so nam na kakšnem radiju izpolnili glasbeno željo. Danes mladostniki glasbo dobijo na svetovnem spletu, vizualno mnogo bolj privlačni pa so tudi glasbeni videospoti, ki jih vrtijo na številnih televizijskih glasbenih programih. Kljub številnim novim elektronskim napravam tako preseneča dejstvo, da je radijski sprejemnik še vedno poglobitni vir, preko katerega mlado občinstvo spremlja radijske programe. Najpogosteje je to v avtomobilih med vožnjo pa tudi doma med vsakodneвно jutranjo pripravo za šolo. Radio je njihov tihi spremljevalec, ki pa jih zmoti v trenutku, ko se na njem pojavi preveč govora. Obenem niso navdušeni nad dolgočasnimi in zaspanimi radijskimi voditelji – ti jih pritegnejo le z veliko humorja. Toda, humor je nekaj, kar radijski voditelj ima ali pa nima, tega se je težko naučiti. Lahko pa se je približati otrokom in mladostnikom s sproščenim odnosom in govorjenjem, a kljub temu ostati v okviru norm nacionalnega radia. Knjižni jezik mlade poslušalce odbije – zakaj torej pri njem vztrajati tudi pri otroških in mladinskih oddajah? Vsekakor je jezik nekaj, na kar morajo paziti ustvarjalci in voditelji otroških in mladinskih oddaj na 1. programu Radia Slovenija, saj z lepim jezikom dajejo zgled mladim poslušalcem. A morda bi doživeli pozitiven odziv med ciljnim občinstvom, če bi jim stopili le korak naproti tudi v tej smeri, saj bi se s tem tudi bolj približali njihovem svetu.

Dejstvo je, da je radio otrokom in mladostnikom tuj medij. Radijske oddaje jih prej odbijejo kot pritegnejo – je to rezultat tega, da se radio mladostnikom premalo posveča, da ponuja premalo vsebin, namenjenih njihovi starosti in da imajo ti premalo možnosti,

da v oddajah sodelujejo in povedo svoje mnenje? Novinarji Programa za mlade 1. programa Radia Slovenija, ki delajo vsakodnevno z otroki in mladostniki, se s tem ne strinjajo. Povedo, da se mnogo mladostnikov pritožuje nad pomanjkanjem dobrega radijskega programa, ko pa dobijo možnost, da sami prispevajo k programu, to zavrnejo ali te priložnosti ne znajo izkoristiti. Veliko jih pravi, kot smo lahko videli tudi znotraj raziskovanja v diplomski nalogi, da poslušajo le dobro glasbo. V isti sapi zatrdijo še, da je to raznolika glasba. A na vprašanje, katera je dobra glasba, kakšen je kriterij za dobro glasbo, kateri izvajalci so dobri, nimajo odgovora. In kljub temu da si želijo več radijskih oddaj, namenjenih njihovi populaciji, ne poznajo oddaj, ki so na primer na 1. programu Radia Slovenija njihovi populaciji že namenjene. Je za to kriv napačen radijski program ali njihova dejanska nezainteresiranost?

Mediji se v današnjem svetu premalo posvečajo otrokom in mladostnikom. Oni pa jim to nezainteresiranost vračajo tako, da jih ne spremljajo. Toda dejstvo ostaja, da si otroci in mladostniki želijo biti slišani, želijo izraziti svoje mnenje, povedati, kaj jih moti in kaj navdušuje. Vprašanje, ki se pri tem poraja je, ali jim radijski medij v današnjem vizualnem svetu ponuja dovolj velik izziv? Idej za oddaje, ki bi jih pripravljali in soustvarjali sami, jim ne manjka. Še več. Številni mladostniki bi radijske oddaje z njim zanimivimi temami uvstili v radijski program vsakodnevno, in sicer premišljeno v popoldanski ali večerni čas, ko bi lahko radiu prisluhnilo najbolj zbrano.

Številni radijski kritiki pravijo, da se moramo bati za prihodnost radia. Glede na rezultate naše raziskave v okviru diplomske naloge mnogi mladostniki nad radijem še niso povsem obupali. Poleg dobre glasbe si želijo oddaj, ki bi bile namenjene njim, oddaj, ki bi jih prepričale, jih zabavale in informirale. Oddaj, pri katerih bi lahko sodelovali sami in jih obenem tudi soustvarjali. 1. program Radia Slovenija jim to ponuja. A vprašanje je, če je to dovolj. Mladostniki v današnjem multimedijem svetu pričakujejo veliko. Imajo veliko izbiro in to, da jim nekaj le ponudiš, morda danes ni dovolj. Ustvarjalci Programa za mlade morajo stopiti korak naprej, se svojim mladim poslušalcem približati osebno, vključiti v njihove šolske ali občolske dejavnosti, predstaviti radijski medij, oddaje in teme na njim zanimiv način. Z novinarskimi delavnicami ekipa Programa za mlade 1. programa Radia Slovenija počne prav to.

Mladostnike vključuje v medijski svet, iz njih ustvarja kritične poslušalce, ki so zmožni prepoznati razliko med kvalitetno in nekvalitetno radijsko postajo, med dobrim in slabim radijskim voditeljem. In nenazadnje poslušalce, ki bodo radio poslušali tudi zato, da bodo na njem slišali koristne informacije in raznoliko glasbo. Odzivi na delavnicah so resnično odlični, mladostniki so presenečeni nad tem, kaj vse jim ponuja 1. program Radia Slovenija, pri čem lahko sodelujejo, kar nekaj pa jih posledično postaja stalnih poslušalcev mladinskih oddaj in 1. programa – prav zaradi možnosti konkretnega sodelovanja in soustvarjanja oddaj.

Še vedno je odločitev, za kateri radijski program se bodo odločili, v rokah mladostnikov. A bistveno ostaja dejstvo, da se za radio bodo odločili, da ga bodo poslušali in čez leta tradicijo poslušanja radia prenesli tudi na svoje naslednike. In tako se nam za prihodnost radia ni potrebno bati.

11 LITERATURA

- Bajželj, Jana. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 15. maj.
- Bašić Hrvatinić, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis: perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Bezljaj Krevel, Ljudmila. 1998. *Halo, tu Radio Ljubljana!: katalog k razstavi Tehniškega muzeja Slovenije ob sedemdeseti obletnici ustanovitve Radia Ljubljana*. Ljubljana: Tehniški muzej Slovenije.
- Bizilj, Ljerka. 2003. *Radio – študijsko gradivo za študente 3. letnika novinarstva na Fakulteti za družbene vede*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Blumler, Jay G. in Wolfgang Hoffmann-Reim. 2002. New Roles of Public Service Television. V *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, ur. Denis McQuail, 201–210. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Buckingham, David. 2003. *Media education: literacy, learning and contemporary culture*. Cornwall: MPG Books Ltd.
- Brojan, Matjaž. 1999. *Začetki radia na Slovenskem*. Ljubljana: Modrijan, Radio Slovenija.
- Crissell, Andrew. 1994. *Understanding radio*. London, New York: Routledge.
- Dragan, Ana Nuša, ur. 1998. *Vzgoja za medije in z mediji: zbornik Mednarodne konference vzgoje za medije in z mediji, Piran, maj 1997*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 1999a. *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

- --- 1999b. »Media education in Slovenia«. V *Research on media education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otrok*, ur. Karmen Erjavec in Zala Volčič, 168–182. Ljubljana: Poletna šola Media Education/ Vzgoja za medije: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.
- --- 2000a. »Media education: A need for Curriculum Development of the Course«. V *Media education = Vzgoja za medije = Medijski odgoj = Medijsko obrazovanje = Mediumska edukacija*, ur. Karmen Erjavec in Liana Kalčina, 7–14. Ljubljana: Open Society Institute Slovenia: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri NUK.
- Golčar, Bojan. 2003. *Radio: prvi koraki v radijsko ustvarjanje*. Maribor: Mariborski radio Študent – MARŠ.
- Kavčič, Tina in Urška Fekonja. 2004. Čustveni razvoj v zgodnjem otroštvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 334–349. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
- Kinkade, Sheila in Christy Macy, ur. 2003. *What Works in Youth Media: Case Studies from Around the World*. Baltimore: International Youth Foundation.
- Kocijančič, Janez. 2000. *Poklicna merila in načela etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno prek: http://www.rtv-slo.si/modload.php?&c_mod=static&c_menu=1048035122#13 (27. april 2011).
- *Konvencija o otrokovih pravicah*. 1989. Dostopno prek: <http://www.varuh-rs.si/index.php?id=105> (12. april 2011).
- Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

- Lasswell, Harold Dwight. 1999. Funkcije radia. V *Komunikološka hrestomatija 2. Razvoj empirične komunikologije v ZDA*, ur. Slavko Splichal, 79–89. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede
- Lesser, Gerald S. 1996. *Programmes for Young Children*. Val David: EBU Workshop.
- Marjanovič Umek, Ljubica. 2004a. Spoznavni razvoj v zgodnjem otroštvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 291–314. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
- --- 2004b. Socialni in moralni razvoj v zgodnjem otroštvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 363–381. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
- Marjanovič Umek, Ljubica in Maja Zupančič, ur. 2004. *Razvojna psihologija*. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
- Marjanovič Umek, Ljubica in Matija Svetina. 2004. Spoznavni in govorni razvoj v srednjem in poznem otroštvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 408–427. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding media: the extensions of man*. New York: The New American Library.
- Milenković, Milutin. 1987. *Verodostojni radio*. Beograd: Radio-Beograd.
- Ministrstvo Republike Slovenije za šolstvo in šport. 2011. *Vzgoja za medije*. Dostopno prek: http://www.mss.gov.si/fileadmin/mss.gov.si/pageuploads/podrocje/os/devetletka/predmeti_izbirni/Vzgoja_za_medije_izbirni.pdf (1. avgust 2011)

- Močnik, Dijana. 2007. *Ekonomika medijev*. Maribor: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.
- Nastran Ule, Mirjana, ur. 1996. *Mladina v devetdesetih: analiza stanja v Sloveniji*. Ljubljana: Zbirka Forum.
- Toporišič, Jože. 1984. *Slovenska slovnica*. Maribor: Obzorja.
- --- 1990. *Slovenski pravopis*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- --- 1992. *Enciklopedija slovenskega jezika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Pirc, Tatjana. 2005. *Radio: zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Modrijan.
- Pišlar, Marko. 1998. *Radio v prostoru*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Radio Slovenija, 1. program. 2011a. *Radijski ringaraja*. Ljubljana, 12. marec.
- --- 2011b. *Hudo!*. Ljubljana, 13. avgust.
- Roche, Jeremy in Stanley Tucker. 1997. *Youth in society*. London: The Open University.
- RTV Slovenija. 2010. *Radiometrija, Media Pool d.o.o., 30.000 anketiranih, starost 10 - 75 let*. Ljubljana: RTV Služba za odnose z javnostjo.
- Rustja, Božo. 2009. *Izzivi sodobnih medijev*. Koper: Ognjišče.
- Splichal, Slavko. 1995. Prihodnost javnih medijev v Sloveniji. V *Slovenija po letu 1995: razmišljanja o prihodnosti*, ur. Veljko Rus, 171–190. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Slavković, Dušan. 1988. *Biti novinar*. Beograd: Naučna knjiga.

- Ule, Mirjana. 2000a. Mladi v družbi novih tveganj in negotovosti. V *Socialna ranljivost mladih*, ur. Mirjana Ule, 15–89. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.

- --- 2000b. Social vulnerability of youth. V *Socialna ranljivost mladih*, ur. Mirjana Ule, 175–189. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.

- --- 2005. *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Von Feilitzen, Cecilia in Catharina Bucht. 2001. *Outlooks on Children and Media: Child Rights, Media Trends, Media Research, Media Literacy, Child Participation, Declarations*. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

- *Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1)*. Ur. l. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=58491> (12. maj 2011).

- *Zakon o medijih (Zmed-UPB1)*. Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradnolist.si/1/objava.jsp?urlid=2006110&stevilka=4666> (23. maj 2011).

- Zupančič, Maja. 2004a. Predmet in zgodovina razvojne psihologije. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 6–27. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

- --- 2004b. Opredelitev razvojnega obdobja in razvojne naloge v mladostništvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 511–524. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

- --- in Matija Svetina. 2004a. Spoznavni razvoj v mladostništvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 525–545. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

- --- 2004b. Socialni razvoj v mladostništvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 589–611. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

PRILOGE

PRILOGA A: Poslušnost radijskih blokov

	RTG	Delež
Jutranji program	3,1%	19,9%
Dopoldanski program	2,8%	9,2%
Opoldanski program	2,6%	8,8%
Zgodaj popoldan	2,0%	8,0%
Pozno popoldan	1,3%	8,5%
Večerni program	0,6%	10,0%

Vir: RTV Slovenija iz raziskave Radiometrija 2010

PRILOGA B: Poslušnost radia med mladostniki

Podatki za 1. polletje 2009:

Starostni razredi	Struktura avditorija	Indeks glede na strukturo populacije
10 do 14 let	1,4%	22
15 do 19 let	1,8%	24

Podatki za 1. polletje 2010:

Starostni razredi	Struktura avditorija	Indeks glede na strukturo populacije
10 do 14 let	2,6%	41
15 do 19 let	3,6%	48

Vir: RTV Slovenija iz raziskave Radiometrija, Media Pool d.o.o., 30.000 anketiranih, starost 10 - 75 let

PRILOGA C: Intervju z urednico Programa za mlade, Jano Bajželj

Uredništvo Program za mlade spada pod 1. Program Radia Slovenija. Odgovorna urednica prvega programa je od začetka leta 2011 po odhodu Tatjane Pirc, Darja Groznik. Program za mlade sestavlja četica mladih novinarjev na čelu z urednico Jano Bajželj, s katero smo naredili intervju o delu, načrtih in projektih Programa za mlade.

1. Kakšno je poslanstvo Programa za mlade na Radiu Slovenija?

»Poslanstvo programa za mlade izhaja iz poslanstva RTV Slovenija. Slovenska nacionalna radiotelevizija je v službi javnosti in najširšega javnega in nacionalnega interesa. Njeno osnovno poslanstvo je neodvisno in objektivno informiranje, izobraževanje in razvedrilo ter spodbujanje razvoja ustvarjalnosti, jezika, kulture in identitete Slovenije in njenega multietničnega prebivalstva. RTV Slovenija mora zato ustvarjati, uporabnikom posredovati in arhivirati raznovrstne visoko kakovostne in privlačne radijske vsebine, ki morajo zadovoljevati najširšo javnost in tudi posebne

ciljne skupine ljudi. Ker smo osrednji elektronski medij, moramo mladim poslušalcem posredovati vsestranske in preverjene informacije, predstaviti moramo različna stališča ter gojiti pozitivno in ustvarjalno kritiko. Tudi v programih za mlade skrbimo za zborna izreko in kulturo govora.«

2. K čemu kot urednica PZM stremite, kakšni so vaši nameni, želje, kaj želite s svojim delom in delom vaših podrejenih doseči?

»Naše delo je usmerjeno k iskanju zanimivih in privlačnih vsebin za mlade poslušalce in k oblikovanju rubrik in oddaj, ki so mladim poslušalcem všeč. V oddajah želimo predstavljati ustvarjalno delo mladih, njihovo sodelovanje v različnih projektih v šoli in izven nje. Z mladimi sogovorniki iščemo odgovore na aktualna vprašanja, ki so povezana z dnevnim dogajanjem, njihovim vsakdanjim življenjem v šoli, doma in v družbi. Predstavljamo tudi mlade, ki zaradi svojih aktivnosti na športnem, kulturnem, raziskovalnem in na drugih področjih izstopajo med vrstniki. Sodelavci programa za mlade želimo slediti željam mladih poslušalcev in obenem ohranjati kakovost pri oblikovanju govorne in glasbene podobe našega programa.«

3. Kako sodeluje PZM z drugimi ustanovami, šolami?

»Program za mlade na 1. programu Radia Slovenija dobro sodeluje z različnimi ustanovami; vrtci, osnovnimi in srednjimi šolami ter drugimi organizacijami, ki so na različne načine povezani z dejavnostmi otrok in mladostnikov. Z ustanovami imamo dobre izkušnje in vedno prisluhnejo našim željam in potrebam.«

4. Kako vse lahko sodelujejo otroci in mladostniki v vaših oddajah?

»V oddajah Programa za mlade lahko poslušalci sodelujejo s svojimi mnenji, komentarji in vprašanji, lahko pa odgovarjajo na naša nagradna vprašanja. Možnosti za sodelovanje je veliko: preko telefona, sms sporočil, elektronske pošte in facebooka.«

5. S kakšno tematiko se ukvarjate v oddajah, jo določijo lahko tudi otroci in mladostniki?

»Teme, ki jih izberemo, se zelo različne, odvisne od aktualnih dogodkov, saj se želimo čim bolj približati vsebinam, ki v določenem obdobju zaposlujejo mlade oziroma se o

njih pogovarjajo. Tudi otroci in mladostniki sami lahko predlagajo vsebino ali gosta, ki ga želijo spoznati.«

6. Pa otroci in mladostniki danes sploh še poslušajo radio (kdaj, s kom, na kakšen način po vašem mnenju)?

»V družinah, v katerih starši in stari starši poslušajo 1. program Radia Slovenija, tudi otroci in mladostniki po njihovem priporočilu poslušajo oddaje, ki so namenjene njim, oziroma jih otroci poslušajo skupaj s starši. Sicer pa mladi na klasičen način ne poslušajo več radia, zanimajo jih le posamezne oddaje oziroma vsebine, do katerih pa lahko dostopajo kadarkoli prek spleta. Oddaje programa za mlade poslušajo tudi odrasli, ki želijo izvedeti, kako otroci in mladostniki dojemajo svet okoli sebe.«

7. Kaj je prednost in kaj slabost vaših oddaj za otroke in mladostnike pred drugimi oddajami za to populacijo na drugih radijskih postajah?

»Prednost oddaj za mlade na nacionalnem radiu je zagotovo v pokritosti oddajanja naših programov, saj nas lahko poslušajo po vsej Sloveniji. V programih za mlade nastopajo otroci in mladostniki iz različnih krajev po Sloveniji. Naše oddaje vodijo novinarji in voditelji, ki imajo univerzitetno izobrazbo oziroma so študentje zadnjih letnikov fakultet. Vsi, ki nastopajo pred mikrofonom, so uspešno opravili avdicijo za nastopanje pred mikrofonom, imajo opravljeno izobraževanje za kulturo govora in so s tem pridobili certifikat. Tudi glasba, ki jo predvajamo v naših programih, je izbrana po visokih kakovostnih merilih.«

8. Kakšni so odzivi sodelujočih otrok in mladostnikov po sodelovanju v oddajah?

»Otroci in mladostniki, ki sodelujejo v oddajah kot sogovorniki, so običajno navdušeni, še posebej, če se z voditeljico ali voditeljem dobro ujamejo v pogovoru. Zagotovo so jim zelo zanimive tudi oddaje, v katerih poleg njih sodelujejo še znani glasbeniki, športniki in drugi gostje, ki jih cenijo.«

9. Se vam zdijo termini predvajanja vaših oddaj sploh primerni - bodo v prihodnosti kakšne spremembe pri tem?

»Termini oddaj za mlade poslušalce so na 1. programu Radia Slovenija uveljavljeni že več desetletij. Pri vsaki spremembi pa moramo upoštevati, da tudi poslušalci potrebujejo veliko časa za njihovo sprejemanje.«

10. Kakšni so cilji PZM v prihodnje?

»Cilji programa za mlade so usmerjeni v aktivno sodelovanje z mladimi. Želimo jih vključiti v nastajanje naših oddaj na terenu po Sloveniji in v zamejstvu. Še naprej si bomo prizadevali za kakovost, privlačnost in prepoznavnost naših oddaj.«

11. Bodo v bližnji prihodnosti kakšne spremembe pri oddajah - bo morda kakšna več, kakšna manj ...?

»Spremembe so zelo dobrodošle, vendar morajo biti vedno dobro pretehtane. Zato si večjega ali manjšega števila oddaj ne upam napovedovati.«

PRILOGA Č: ANKETNI VPRAŠALNIK

OSNOVNA ŠOLA

Živjo!

Pred vami je vprašalnik, ki mi bo pomagal pri raziskovanju in pisanju moje diplomske naloge z naslovom Otroci in mladostniki na radiu. V njej bom skušala predstaviti navade poslušanja radia pri mlajših in starejši osnovnošolcih. Vsi vaši osebni podatki bodo namenjeni izključno za moje raziskave in v diplomski nalogi ne bodo omenjeni.

Ime in priimek: _____

Spol: M Ž

Starost: _____

1. Koliko časa na dan poslušate radio?

- a) Največ pol ure
- b) Uro do dve
- c) Več kot dve uri
- d) Radia ne poslušam vsak dan



2. Koliko radijskih sprejemnikov imate doma?

- a) Nobenega
- b) 1
- c) 2
- d) Več kot 2

3. Kje – na kateri napravi poslušate radio najpogosteje?

- a) Na radijskem sprejemniku
- b) Na računalniku
- c) Na mobitelu
- d) Drugo:

4. Katere radijske postaje poznate? Naštejte jih.

5. Katera je vaša najljubša radijska postaja in zakaj?

6. Kdaj poslušate radio najpogosteje (lahko obkrožite največ dva odgovora)?

- a) Zjutraj, pred poukom, doma
- b) V avtu na poti v šolo
- c) Na poti v /iz šole peš
- d) Na poti na popoldansko dejavnost
- e) Zvečer pred spanjem
- f) Popoldan, ko delam domačo nalogo

g) Drugo:

7. Kje poslušate radio najpogosteje?

- a) V avtu
- b) V svoji sobi
- c) Zunaj, na igrišču
- d) Doma – v kuhinji, dnevni sobi
- e) Drugo:

8. Ali radio poslušate sami ali v družbi?

- a) Sam/a
- b) S prijatelji
- c) Z družino - s kom največkrat (mama, oče, teta, babica ...)
- d) Drugo:

9. S čim vas voditelji oddaj pritegnejo k poslušanju?

10. S čim vas voditelji oddaj odvrnejo od poslušanja radia?

11. Kaj najpogosteje poslušate na radiu (lahko obkrožite največ dva odgovora)?

- a) Glasbo
- b) Poročila
- c) Vremensko napoved
- d) Športe oddaje

- e) Kulturne oddaje
- f) Oddaje z aktualnimi temami
- g) Oddaje, namenjene moji populaciji
- h) Drugo:

12. Kakšne oddaje na radiu vas najbolj pritegnejo (lahko napišete tudi konkreten primer oddaje)?

13. Ali poznate/ste že slišali za spodaj naštete oddaje (obkrožite tiste, za katere ste že slišali oz. ste jih že kdaj poslušali)?

- a) Dobro jutro, otroci
- b) Lahko noč, otroci
- c) Radijski ringaraja
- d) Sobotna raglja/ HUDO!
- e) Gymnasium
- f) Violinček

14. Ali poslušate kdaj nacionalni Radio Slovenija - prvi, drugi ali tretji program?

- a) Da
- b) Ne

15. Kaj vas na valovih Radia Slovenija pritegne in kaj vam ni všeč?

16. S kakšnim vzrokom ponavadi zamenjate radijsko postajo?

17. Kakšna bi bila radijska oddaja po vaših željah in okusih - kakšne teme, glasba, gosti ...

18. Kdaj bi bila ta oddaja na sporedu (dan v tednu in ura), da bi z njo pritegnil/a kar največ svojih vrstnikov k poslušanju?

19. Kaj bi sami dodali/spremenili pri predmetu Vzgoja za medije – Radio?

20. Ali je po vašem mnenju radio v današnjem svetu medij prihodnosti ali medij, ki bo odšel v pozabo - zakaj?

----- HVALA ZA SODELOVANJE, SE VIDIMO NA RADIU SLOVENIJA ☺! -----