

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maj Kelenc

Radio Študent: hibridni model alternativnega medija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Maj Kelenc
Mentorica: doc. dr. Mojca Pajnik

Radio Študent: hibridni model alternativnega medija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Radio Študent: hibridni model alternativnega medija

Radio Študent je ena najstarejših in največjih evropskih urbanih nekomercialnih radijskih postaj, ki že od pričetka delovanja promovira temeljne civilnodružbene vrednote ter s svojim aktivnim družbenim angažmajem, zavračanjem tradicionalnih medijskih pristopov in z raziskovanjem glasbene, kulturne, ekonomske in politične alternative na svojstven način bogati slovensko medijsko krajino. Delovanje, izročilo in poslanstvo Radia Študent je heterogeno in se na premici časa konstantno izoblikuje skozi procese, ki se odvijajo znotraj medija, ter poglede in motivacije producentov medija. Diplomsko delo se loteva kvalitativne študije primera Radia Študent, v kateri želi s serijo polstrukturiranih poglobljenih intervjujev, z opazovanjem z udeležbo in z zbiranjem dokumentacije na presečišču prakse in teorije alternativnih ter javnih medijev teoretsko določiti model medija Radia Študent. Pri tem se opira na s teoretskimi okviri definirane indikatorje načel delovanja, ciljev in poslanstva, notranje organizacije, nadzora in lastništva, virov financiranja, vprašanja delovanja v javnem interesu, analizo vsebine, forme, motivacije avtorjev, občinstva, skupnosti, udejanjanja participatornosti, opolnomočanja marginaliziranih, aktivističnega naboja, idej o družbenih spremembah, napredku, znotraj medija prisotnih ideologijah, tradiciji delovanja in geopolitičnem vplivu okolja, v katerem deluje. S komparativno analizo in sintezo skuša empirično raziskovanje pripeljati do relevantnih sklepov in ugotovitev, s katerimi je moč Radio Študent teoretsko opredeliti kot hibridni model alternativnega medija.

Ključne besede: teorije alternativnih medijev, model javnega medija, hibridni model medija, Radio Študent.

Radio Student: a hybrid alternative media model

Radio Student is one of the oldest non-commercial urban radio stations in Europe. Through its programme it promotes the fundamental values of civil society and plays an active role in social engagement by rejecting traditional media approaches. Via the exploration of musical, cultural, economic and political alternatives, it enriches the Slovenian media landscape in its own way. Its operation is and always has been heterogeneous due to the views and motivations of its producers. The following thesis is a qualitative case study of Radio Student, conducted through a series of semi-structured in-depth interviews, observation by participation and the collection of documents, aiming to define the theoretical model of Radio Student at the intersection of practice and theory of alternative and public media. The research is based on the indicators of operating principles, defined in the theoretical framework, such as: goals and mission, internal organization, supervision and ownership, and sources of financing. Furthermore, the thesis analyses the medium's content and form, its authors' motivations, audience, community, participatory options, empowerment of the marginalized, activist ideas regarding social change and progress, the ideologies present in the medium, its tradition and the geopolitical impact of the environment in which it operates. The thesis seeks to lead to relevant conclusions and findings through a comparative analysis and synthesis of empirical research and tries to theoretically define Radio Student within the hybrid alternative media model.

Key words: alternative media theories, public media model, hybrid media model, Radio Student.

Vsem, ki ustvarjajo RŠ. Vsem, ki ga poslušajo. In vsem, ki ga ne.

KAZALO

1 UVOD	7
2 MNOŽIČNI MEDIJI, JAVNI INTERES IN JAVNA SFERA	9
2.1 JAVNI INTERES IN INTERES JAVNOSTI	10
2.2 JAVNA SFERA, NASPROTNE JAVNE SFERE IN SKUPNOSTI	11
3 TEORIJE ALTERNATIVNIH MEDIJEV	14
3.1 ALTERNATIVNI MEDIJI	17
3.2 SKUPNOSTNI MEDIJI	23
3.3 MEDIJI DRŽAVLJANOV	25
3.4 RADIKALNI MEDIJI	26
3.5 MEDIJI DRUŽBENIH GIBANJ	27
3.6 AVTONOMNI MEDIJI	29
3.7 KRITIČNI MEDIJI	29
4 KVALITATIVNA ŠTUDIJA PRIMERA: RADIO ŠTUDENT	33
4.1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE	35
4.2 METODOLOGIJA	36
4.3 MODEL MEDIJA RADIA ŠTUDENT	40
4.3.1 Tradicionalni nekonformizem v imenu svobodne misli	41
4.3.2 Aktivna alternativnost kot način služenja javnosti	42
4.3.3 Progresivnost v času in prostoru	46
4.3.4 Romantična neolastninjenost in mehanizmi nadzora	50
4.3.5 Pretočna hierarhija in (ne)demokratičnost procesov (so)odločanja	52
4.3.6 Vsebinska heterogenost in zapovedi raziskovanja glasbene alternative	55
4.3.7 Kakofonično sozvočje etra in spletno mesto kot odgovor na anahronizem	59
4.3.8 Ideološka pluralnost in kolektivna dinamika	61
4.3.9 Mreža skupnosti in alternativna scena	67
4.3.10 Financiranje, avtonomija in (ne)odvisnost	73
4.3.10.1 Marketing Radia Študent	74
4.3.10.2 Pridobivanje projektnih razpisnih sredstev	76
4.3.10.3 Sistemsko financiranje s strani ustanovitelja	77
4.3.10.4 Trenutno stanje in prihodnost financiranja	80
4.3.10.5 Skupnostno financiranje	82
4.3.10.6 Akcija Reši RŠ	83
5 RAZPRAVA	87
6 SKLEP	93

7 LITERATURA.....	95
PRILOGA A : Vprašanja za intervju.....	101
PRILOGA B : Pregled letnih prihodkov MRŠ med letoma 2006 in 2015	102
PRILOGA C : Pregled letnih projektnih prihodkov RŠ med letoma 2006 in 2015	102
PRILOGA Č : Pregled letnih dotacij ŠOU v Ljubljani med letoma 2006 in 2016	102
PRILOGA D : REŠI RŠ slikovni materiali	103
PRILOGA E : REŠI RŠ logotip	104
PRILOGA F : REŠI RŠ tipografija	104

KAZALO GRAFOV

Graf 4.1: Letni skupni prihodki vseh treh glavnih virov financiranja RŠ.....	81
--	----

KAZALO TABEL

Tabela 4.1: Prispele donacije akcije Reši RŠ prek spleta in SMS sporočil.....	84
---	----

1 UVOD

Alternativni mediji niso nič novega. Novi niso niti poskusi njihove teoretizacije. Edino, kar je relativno novo glede alternativnih medijev, je občuten porast raziskovanja njihovih praks, ki se jih lotevajo tako uveljavljeni teoretiki alternativnih medijev kot predvsem vse več mladih raziskovalcev, akademikov in študentov. Razloge za prebujenje zanimanja in posledično manjši, a vseeno znaten razmah študij alternativnih medijev, bom, sicer klišejsko in precej samovoljno, pripisal kar brezsrampi izprijenosti kapitalizma, prežetega in prežrtega s korupcijo, pohlepom, neenakostjo, hegemonijo, izkoriščanjem, nepotizmom, nezdravim individualizmom in seveda še s čim, ki ga hočeš nočeš živimo in ki se kaže na vseh nivojih sodobne družbe, tudi v medijski krajini. In tudi to ni nič novega. Kot tudi to ne, da je področje alternativne medijske produkcije v primerjavi s tradicionalnimi množičnimi mediji, pa naj bodo javni ali komercialni, še vedno relativno neraziskano. Alternativni mediji želijo v nasprotju s tradicionalnimi medijskimi praksami delovati v dobrobit človeka in družbe. Njihov cilj je sprememba družbe v bolj pravično socialno, ekonomsko in kulturno celoto, krojeno po človeku. Da posameznik v njej ni reducirán zgolj na objekt, ampak se lahko v njej izpolni kot človek (Traber 1985). Nasploh bistvo alternativnih medijev vidnejši avtorji uzrejo v njihovem zavzemanju za družbene spremembe in v procesu opolnomočenja marginaliziranih posameznikov in skupnosti, ki lahko poteka z vključevanjem v produkcijo alternativnih medijev (Jankowski 2001; Rodriguez 2001; Atton 2002; Atton 2009). A vseeno je, kot bomo spoznavali v diplomskem delu, alternativne medije težko konceptualizirati, saj imajo precej kompleksno naravo (Downing 2003), zato identitete in narave alternativnih medijev ne moremo razumeti kot stabilne in neodvisne, ampak ravno obratno – kot fluidno, fleksibilno, odvisno in delno naključno (Guedes Bailey in drugi 2008).

Prav tako ni nov Radio Študent, alternativni medij in ena najstarejših neodvisnih radijskih postaj v Evropi, ki je bila ustanovljena v Ljubljani leta 1969 in ki je vse od svojega nastanka marsikdaj in na marsikaterem področju medijske krajine orala domačo ledino. Tako se zdi. In tako tudi je. Zdi se tudi, da ima o Radiu Študent prav vsak kolikor toliko razgledan državlján svoje mnenje, kar je izvrstno, pa čeprav mu večina teh mnenj najbrž ni preveč naklonjena, saj ima v splošni družbi Radio Študent imidž, da nima dobrega imidža. In ravno iz tega zornega kota lahko sedaj trdim, da je Radio Študent očitno oral dobro. Pri svojem delovanju se ni zadrževal ali omejeval, ni izključeval, ni diskriminiral – kot ne diskriminira tudi pričujoče besedilo, pa čeprav se zaradi enotnejšega in enostavnejšega množinskega naslavljanja (avtorji, sodelavci, ustvarjalci, producenti ipd.) vselej posluži možke oblike – in pri svojem poslanstvu

se ni pustil pokoriti centrom moči. O tem priča tudi nedavni zapis, ki je bil ob 47. obletnici delovanja Radia Študent objavljen na spletu prav tako alternativnega medija *Danes je nov dan*, ki se je v stilu radijske čestitke glasil: »Naj za trenutek odloži delo ... najstarejši skupnostni radio v Evropi, trdnjava, ki jo branijo vrtni palčki in mastni *jingli*, enajsta šola kritične refleksije in medij, ki je tako zelo nediskriminatoren, da zajebava vse po spisku« (Danes je nov dan 2016, 13. maj). A edino, s čimer se ne morem popolnoma strinjati, je prav oznaka Radia Študent kot izključno skupnostnega medija. To je tudi cilj pričujočega diplomskega dela. S kvalitativno študijo primera Radia Študent, s pomočjo empiričnih raziskovalnih metod polstrukturiranega poglobljenega intervjuja, opazovanja z udeležbo in zbiranja dokumentacije prikazati procese, ki se odvijajo znotraj medija, s pričevanji producentov orisati njihove perspektive in poglede, jih torej kot konkretno medijsko prakso soočiti s teoretskim poljem alternativnih in javnih medijev ter tako s teoretsko opredelitvijo poizkušati odgovoriti na raziskovalno vprašanje: kakšen je model medija Radia Študent? Pri tem se v raziskovanju opiram na s teoretskimi okviri (Atton 2002; Guedes Bailey in drugi 2008; Rodriguez 2001; Downing 2001; Traber 1985; Fuchs 2010; Deleuze in Guattari 1987; Duncombe 1997; Comedia 1984; Vatikiotis 2008; Blumler 1992; Keane 1992; Bašić Hrvatinić 2002; Jakubowicz 2000; Splichal 2005) že definirane indikatorje načel delovanja, ciljev in poslanstva, notranje organizacije, nadzora in lastništva, virov financiranja, vprašanja delovanja v javnem interesu, analizo vsebine, forme, motivacij avtorjev, občinstva, skupnosti, udejanjanja participatornosti, opolnomočanja marginaliziranih, aktivističnega naboja, idej o družbenih spremembah, napredku, znotraj medija prisotnih ideologijah, tradiciji delovanja in geopolitičnem vplivu okolja, v katerem deluje medij.

Klic po tovrstnem raziskovalnem poizkusu me je predramil tudi zaradi tega, ker sem od leta 2008 pa vse do danes soustvarjal Radio Študent, in sicer predvsem kot kreativni sodelavec marketinškega oddelka Radia Študent, ki pa, in to lahko trdim z gotovostjo, ni tako zlovešča frakcija, kot se nemara zdi in sliši. In ko splet dogodkov, ki je privedel do tega konkretnega diplomskega dela, soočim še s pomanjkljivostjo aktualnega proučevanja alternativnih medijev, ki je, »da je največ pozornosti namenjene obravnavi empiričnih primerov iz ZDA in Zahodne Evrope. Primanjkuje pa raziskav, ki bi se lotile obravnave alternativne medijske produkcije v Srednji, Vzhodni Evropi ter na Balkanu, tako z zgodovinske perspektive kot z analizo aktualnih praks delovanja« (Pajnik 2010, 56), se, upoštevajoč zlasti še časovno determinanto, nemara celo zdi, da je bilo vse skupaj neizogibno.

2 MNOŽIČNI MEDIJI, JAVNI INTERES IN JAVNA SFERA

Preden se lotim teoretskih pristopov, ki obravnavajo alternativne medije, je treba na polje medijske produkcije pogledati z nekoliko širšega gledišča in na kratko razjasniti tradicionalni praksi, torej komercialni in javni model množičnih medijev, vlogo in pričakovanja, ki jih družba nalaga množičnim medijem, ter to, kako se omenjena medijska modela v družbi udejanjata. Pri tem pa seveda ne gre brez obravnave pojmov, kot so javni interes, javna blaginja in javna sfera. Kajti šele ko spoznamo tradicionalni medijski praksi, njun odnos do javnosti in njuno morebitno delovanje v javno dobro, lahko iščemo pozitivne vrednosti v alternativnih medijskih praksah in njihovih ideoloških poslanstvih.

»Množični mediji po definiciji povezujejo dve različni, celo nasprotni sferi ekonomije in politike in imajo tako politične kot ekonomske funkcije« (Splichal 1997, 354). Obenem je treba upoštevati tudi, da sta se sferi politike in ekonomije v zadnjem stoletju močno spremenili in se vse močneje prekrivata, zato je tudi meja med njima vse bolj nedoločljiva. Ne glede na to glavna funkcija množičnih medijev v demokratični družbi ostaja uresničevanje javnega interesa, ki jo vršijo tudi z zastopanjem interesov civilne družbe nasproti interesom političnih in ekonomskim elit (Pirc 2003) ter s prizadevanjem k javni blaginji (glej Bašić Hrvatinić 2002, 13). Dejstvo ostaja, da je prav »komuniciranje, ne pa morda politika ali blagovni promet, človekova generična sposobnost in potreba« (Splichal 1997, 354). A obe sferi si medije poskušata podrediti in jih uzurpirati. Politična iz vzgiba po večanju moči in vpliva, ekonomska sfera pa v želji po večanju dobičkov. Zato je resnična neodvisnost medijev pravzaprav pod velikim vprašajem. Zaradi verižnega lastništva in koncentracije kapitala je prav novodobni korporativni kapitalizem postal eden ključnih problemov, ko gre za neodvisnost medijev, saj zmanjšuje enake možnosti za sodelovanje državljanov v javni razpravi in tako tudi pri oblikovanju in nadzorovanju politike. Komercialni mediji tako v duhu časa in v lovu za dobički svojih vsebin ne prodajajo gledalcem, pač pa jih z gledalci tržijo oglaševalcem, torej so njihove stranke oglaševalci in ne občinstvo. Zato je njihova temeljna naloga oglaševalcem priskrbeti najširše možno občinstvo z najnižjimi možnimi stroški (Keane 1992). Javni mediji si nasprotno od komercialnih prizadevajo za delovanje v skupno dobro, torej v javnem interesu. Zato lastništvo, financiranje, odločanje in nadzor postavljajo v roke javnosti. Težnja po takem upravljanju medijev izhaja iz težnje po zagotavljanju pluralnosti vsebin, ki jih korporativni medijski model in s tem zasebni sektor ni sposoben zadovoljiti (Pirc 2003). Javna blaginja se kot narava javnega servisa kaže v tem, »da je družbena vrednost programa (in ne tržna oz. komercialna) seštevek interesov vseh ljudi, ki imajo možnost

poslušati/gledati program, ni pa nujno, da ga dejansko poslušajo/gledajo» (Bašić Hrvatin 2002, 13). Javni mediji tako v nasprotju s komercialnimi ostajajo tisti množični mediji, ki posameznika obravnavajo in informirajo kot državljana in ne kot potrošnika. Delujejo po načelih univerzalne dosegljivosti vsem državljanom, pluralnosti kakovostnih vsebin, med katerimi lahko vsak državljan najde nekaj, kar mu ustreza, in neodvisnosti v odnosu do političnih in ekonomskih interesov. John Reith, prvi generalni direktor BBC-ja, je denimo naloge javnega servisa strnil v tri besede, ki se jih BBC in ostali po njem zgledujoči se javni mediji še vedno držijo, ki so: informirati, izobraževati in zabavati (Curran in Seaton 1997). Leta 1994 je Svet Evrope po Reithovem zgledu temeljna načela, po katerih naj bi deloval javni servis, strnil v devet točk, in sicer v: 1. geografsko univerzalnost oziroma univerzalno dostopnost; 2. zastopanost vseh interesov in okusov; 3. plačevanje po načelu enakosti; 4. nepristranskost oziroma neodvisnost od kakršnihkoli parcialnih interesov (političnih ali ekonomskih); 5. izobraževanje javnosti; 6. posebno skrb za manjšine, predvsem deprivilegirane skupine; 7. spodbujanje konkurenčnosti pri kakovosti, ne pa količini programov; 8. usmerjanje k liberalizaciji in ne k omejevanju programskih producentov; 9. služenje javnosti (glej Bašić Hrvatin 2002, 11–13). Jay Blumler vrednote, ki naj bi jih zastopali javni mediji, navede kot kakovost in pestrost programa, neodvisnost programskih virov od komercialnih vplivov, integriteto civilne komunikacije, kulturno identiteto in dobrobit mladostnikov in otrok ter vzdrževanje standardov (Blumler 1992). Po Splichalu (2005) mora javni servis služiti interesom javnosti, ne pa interesom kapitala. Programi morajo izpolnjevati visoka merila kakovosti in biti dostopni vsemu prebivalstvu, delovanje javnega servisa pa mora biti centralizirano (Splichal 2005). Javni servis je torej ustvarjen za javnost, ki sta ji podeljena tako njegovo financiranje kot nadzor. Zaradi tega je oziroma naj bi bil svoboden od vmešavanja politične in ekonomske sfere, ki ju sicer kot množični medij povezuje. In samo če javni servis zagotavlja programsko raznovrstnost, uredniško neodvisnost, odgovornost in transparentnost, lahko služi kot temeljni kamen demokracije ter kot tak tudi deluje v javnem interesu.

2.1 JAVNI INTERES IN INTERES JAVNOSTI

»Javni interes je izpostavljanje družbenih ciljev v zadevah, o katerih v družbi obstaja javna razprava« (Smith v Pirc 2003) in ravno zastopanje javnega interesa postavlja medije kot institucije za četrti steber oblasti, ki s posredovanjem vseh potrebnih informacij, ki javnosti služijo kot osnova za sodelovanje pri odločanju o javnih zadevah (Pirc 2003), sploh

omogočajo delovanje demokracije. John Reith je paternalističnim kritikam, da podcenjuje in omalovažuje občinstvo, navkljub izhajal iz mnenja, da »malo ljudi ve, kaj želi, še manj pa, kaj potrebuje« (Curran in Seaton 1985), in zato zagovarjal idejo, da je treba javnosti dati to, kar potrebuje, in ne nujno tudi tega, kar želi. »V osnovi gre torej za razliko med interesom javnosti, ki odgovarja na vprašanje, kaj javnost želi vedeti, in javnim interesom, ki definira, kaj javnost mora vedeti [...] za kompetentno sodelovanje posameznika pri odločanju o zadevah javnega značaja« (Pirc 2003, 11). Jakubowicz sicer meni, da morajo mediji svojemu občinstvu ponujati vsebine, »ki si jih želi in ki jih objektivno potrebuje« (Jakubowicz 2000, 5), torej uresničevati tako interes javnosti kot tudi javni interes, če seveda želijo opravljati svoje poslanstvo ter zadovoljevati interese in potrebe svojega občinstva.

2.2 JAVNA SFERA, NASPROTNE JAVNE SFERE IN SKUPNOSTI

Množične medije pogosto metaforično opisujemo kot četrto oblast in psa čuvaja (Splichal 2001), ki nadzira oblast z obveščanjem javnosti o zadevah javnega interesa. Zato mora tudi oblast v demokratičnih družbah medijem omogočati in zagotavljati nemoteno izvajanje funkcij. V tem kontekstu javnost nastopa kot javna sfera, socialno območje med civilno družbo in državo, ki je nepogrešljivo »za delovanje demokracije, je forum, v katerem lahko državljani kritično razpravljajo o delovanju oblasti« (Slaček Brlek 2006, 4), zato jo »moramo razumeti ne le kot politični fenomen, temveč izvirno kot kraj družbene refleksije, kjer je meščanstvo iskalo pomen nedavnih družbenih sprememb, se samo tematiziralo in si priučilo večšine javnega rezoniranja, ki so bile ključnega pomena za kasnejšo politično obliko javne sfere« (Slaček Brlek 2006, 6). V zgodovinski perspektivi se v javni sferi »prepletajo ekonomske, politične, kulturne, socialnopsihološke, sistemsko-organizacijske in komunikacijske razsežnosti« (Splichal 1997, 22), sodobnejše razprave pa jo vse pogosteje opredeljujejo zgolj »kot družbeni prostor, v katerem se odvija javno življenje« (Pinter 2006, 223), zato je z njihovega vidika javno sfero smiselno razumeti kot »prostor družbene samorefleksije, torej kot komunikacijsko oblikovani prostor, ki je obče dostopen in ki je zmožen prenesti breme hkratne pozornosti dela ali morda kar celotne politično organizirane družbe ter to pozornost še pretvoriti v neki emancipatorni učinek« (Pinter 2006, 224). K formaciji javne sfere in v njej povezanih različnih in razpršenih skupin je prispeval tisk (Habermas, 1989: 26–105). Z njim je namreč »meščanska javnost postala nosilec kritičnega razuma in kritične publicitete, ki je zasebnikom omogočala posredno sodelovanje pri določanju in podeljevanju politične legitimnosti« (Habermas 1989, 296). Kasneje, z razvojem

nacionalnih držav, pa je »javna sfera postajala prostor konfliktnega soočanja javno izraženih mnenj, ki se potegujejo za uresničitev specifičnih interesov, in ne več prostor razsvetljenega usklajevanja mnenj oziroma iskanja ustrezne formulacije skupnega interesa« (Habermas 1989, 298). Prav »desubjektivizacija vsaj na videz homogenega javnega življenja in zlasti fragmentacija javnosti kot kolektivnega akterja« sta glavna razloga, »da je mogoče v sodobnih demokracijah oziroma v sodobnih demokratično urejenih nacionalnih državah kljub javni sferi kot normativno, ustavno in pravno zagotovljenem dejstvenem prostoru družbene samorefleksije zelo preprosto zamegliti politično relevantno odgovornost konkretnih akterjev« (Pinter 2006, 234) in posledično težko določiti, kdo je sploh odgovoren za javno delovanje. Tu nastopijo množični mediji, ki lahko »omogočijo javno sfero kot javni forum« (Pinter 2006, 236) in ki bi morali »stremeti k omogočanju resnične skupnosti življenjskih oblik, okusov in mnenj, h krepitvi pluralnosti državljanov, ki jim ne vladajo ne despotske države ne tržne sile«, in tako »služiti javni rabi in razvedrilu državljanov, ne pa zasebnim koristim in profitu političnih oblastnikov in podjetnikov« (Pinter 2006, 236). Način, kako množični mediji omogočajo in vodijo razpravo v javni sferi kot javnem forumu, pa je, da »določajo oziroma nazorno kažejo meje legitimne javne razprave v družbi. Gre za funkcijo medijev, ki jo označujemo kot določanje dnevnega reda (angl. *agenda setting*)« (Splichal 1997, 336).

Tu se seveda porodi vprašanje, kdo kreira tako imenovane dnevne rede oziroma, ali se sami od sebe kreirajo v javni sferi ali za njihovo kreacijo vseeno stojijo neki specifični akterji s specifičnimi preferencami. Habermas javno sfero sicer idealizira kot polje absolutne suverenosti, a ob enem tudi predvidi, da naj bi se skozi svojo evolucijo deformirala in na neki točki postala dovzetna za manipulacijo s strani interesov kapitala, ki bi jo pričeli izrabljati za tvorjenje ozračja, »ne javnega mnenja« (Habermas 2001, 77). Za Martina (1998) so »množični mediji že sami po sebi uničujoči« (Martin 1998, 7), saj peščici lastnikov in urednikov dodeljujejo enormno moč nad informacijami, ki jih nato lansirajo nepregledni množici prejemnikov, pa naj bo govora o komercialnih ali pa javnih medijih. Tudi slednjih namreč ne gre kategorično idealizirati, saj je vselej treba upoštevati, da je že sama »moč, ki jo posedujejo množični mediji, koruptivna« (Martin 1998, 8), poleg tega pa jim ustroj in njihova narava ne dopuščata dovolj opcij participacije občinstva pri ustvarjanju in selekciji medijskih vsebin. Zato bi jih po avtorjevem mnenju morala močnejše dopolnjevati mreža bolj participatornih alternativnih in kritičnih medijev, ki bi prvotno demokratično funkcijo in razsvetlenski ugled lahko povrnili tudi javni sferi (Martin 1998).

Na alternativne medije lahko po Fuchsu (2010) gledamo tudi kot na komunikacijsko dimenzijo alternativne, torej nasprotujoče in kritične javne sfere oziroma spleta nasprotnih javnih sfer, diametralnih nasprotij dominantnih hegemoničnih korporativnih in političnih monopolov medijskih krajin, ki povzročajo zaton tako tradicionalne javne sfere kot tudi kritične javnosti. Prav kritična publiciteta je namreč že za Habermasa kvaliteta prave javne sfere (Fuchs 2010, 175). Znotraj nasprotnih javnih sfer se tako prek delovanja alternativnih medijev, njihovega kritičnega diskurza in zmožnosti kritične recepcije občinstva obujata svoboda govora in svoboda združevanja ter se vrši neprestan zakonit pritisk nad političnimi predstavniki in institucijami. Že v tem pogledu alternativni mediji in njihove nasprotne javne sfere prispevajo k demokraciji, saj če ni opozicije, tudi ni demokracije (Fuchs 2010). Kot nasprotne javne sfere pa lahko tematiziramo tudi skupnosti, ki se definirajo interesno in/ali geografsko (Hollander in drugi 2002) in znotraj katerih se s skupno voljo in skupnimi potrebami izoblikujejo interesi skupnosti (Pirc 2003), s katerimi si želi skupnost kot fragment nasprotnih javnih sfer aktivno nastopati in se udeleževati v javni sferi (Jankowski 2003).

Moči množičnih medijev torej ne gre zanikati. Če bi njihova moč nemara pristala v pravih rokah, torej v rokah ljudi oziroma boljše kritične javnosti, pa bi lahko o množičnih medijih govorili tudi kot o sili, ki soustvarja boljšo družbo. A moč, ki jo posedujejo množični mediji, vselej prinaša tudi korupcijo, in kdorkoli se znajde v položaju določevalca vsebin in praks množičnega komuniciranja, je slej ko prej soočen s koruptivnimi namerami centrov moči (Martin 1998, 15). Avtor zato način soustvarjanja bolj participatorne in demokratične družbe vidi v promociji alternativnih medijskih praks in v posvečanju večje pozornosti že obstoječim alternativnim medijskim praksam (Martin 1998), ki so tu že kar nekaj časa in tako, kot že rečeno, niso prav nič novega.

Zato se bom v nadaljevanju osredotočil na teorije alternativnih medijev, razmejitve med posameznimi teoretskimi pristopi različnih avtorjev ter načela delovanja in medijske prakse, ki jih teorije pod mnogimi različnimi poimenovanji utemeljujejo in s tem klasificirajo, seveda znotraj polja in pojma alternativnih medijev.

3 TEORIJE ALTERNATIVNIH MEDIJEV

»Cilj alternativnih medijev je sprememba družbe v bolj pravično socialno, kulturno in ekonomsko celoto, v kateri posameznik ni reduciran na objekt medijev in politike, ampak se lahko v njej izpolni kot človek.« (Traber v Atton 2002, 16). Prav to se v današnjem času, ko globalna medijska krajina »zaradi monopolizacije transnacionalnih korporacij, komercializacije, komodifikacije informacij in kulture ter vedno večje erozije javne sfere« (Primc 2012, 5) postaja vse bolj problematična, zdi dobrodošla in nemara tudi nujna protiutež na trgu medijskih storitev. Poslanstva, ki se udejanjajo skozi ideje in prakse, »ki jih ponujajo alternativni mediji za demokratizacijo komuniciranja in veljavnost civilne družbe« (Pajnik 2010, 43), pa dobivajo vse večjo težo. Alternativni mediji ne želijo ustrezati širšim občinstvom, pravzaprav si preširokega občinstva v večini primerov sploh ne želijo, saj bi jih omejevalo pri izpolnjevanju njihovih primarnih namenov. Njihovo delovanje je usmerjeno in nišno. V nasprotju z javnimi mediji, ki so zakonsko zavezani k nepristranskemu poročanju, ki zastopa in tudi ustreže vsem interesom in okusom javnosti, in komercialnim modelom, katerega glavni motiv in vseskozi prisotna nuja in obenem tudi največji strah je neprenehna borba za čim večje število odjemalcev, alternativni mediji lahko in tudi morajo svoje občinstvo izbirati oziroma tvoriti na principu ekskluzivnosti in selektivnosti. Le tako lahko namreč tudi delujejo v prid lastnega občinstva in zadovoljujejo njegove specifične potrebe. Posledično alternativni mediji tudi ne želijo ustvarjati profita, pač pa želijo spodbujati ideje in spremembe ter »izzivati in presegati korporativni nadzor nad mediji in ga ne upravičevati in krepiti, s tem ko bi bili njegov del« (Primc 2012, 5). Svoja občinstva alternativni mediji tretirajo na demokratičen in human način ter jih naslavljajo »kot aktivne člane civilne družbe ali skupnosti in ne kot individualizirane potrošnike« (Primc 2012, 5). Producenti alternativnih medijev so često vpeti v različne skupnosti in družbena gibanja, zato rej sami mediji, ki tako ali drugače odlikavajo poglede ljudi, ki jih ustvarjajo ali imajo v lasti, ne delujejo kot zunanji opazovalci in zgolj kot posredovalci informacij, ampak težijo k odgovornemu novinarstvu, ki deluje v imenu interesov javnosti, državljanov in ne trga, državnih institucij ter družbenih elit (Ostertag v Primc 2012). Zato ne preseneča, da alternativne medije navadno povezujemo z »mediji družbenih gibanj, subkulturami in skupinami s socialnega roba« (Potokar 2013, 5). A tovrstne teoretizacije so izključujoče, nemara celo diskriminatorne in precej preveč stereotipne. Že res, da se skladajo z določenimi točkami nekaterih teorij alternativnih medijev, a obenem se ne dotikajo drugih, morda celo bolj ključnih in predvsem bolj kompleksnih pogledov na ta segment medijskega prostora.

Alternativni mediji seveda vključujejo glasove marginaliziranih delov družbe ter jih na ta način opolnomočijo (Atton 2002; Atton 2003; Atton 2009; Downing 2003; Duncombe 1997; Pajnik 2010; Rodriguez 2001; Traber 1985), a so obenem mnogo več kot le glas ubogih, zatrtih in prezrtih. Njihovo delovanje je večplastno. Medij kot alternativnega določajo načela delovanja, poslanstvo, usmeritev, ideologija, cilji ter kriteriji lastnine, organiziranosti, nadzora, vsebine, podajanja vsebine, avtorjev vsebine, občinstva in financiranja. H konkretnjši, na empirični primer osredotočeni obravnavi naštetih določevalnih lastnosti se bom vrnil nekoliko kasneje ter se tu in zdaj raje posvetil obstoječim teorijam alternativnih medijev, ki so in še vedno tlakujejo pot vsem novejšim teoretskim pristopom. Nekatere od obravnavanih teorij so že starejših letnic, kar načeloma ne bi smelo predstavljati ovire pri aktualnem tematiziranju alternativnih medijev, pač pa je pri nekaterih zgolj treba vzeti v zakup, da so mediji, pa četudi alternativni, le vseskozi razvijajoča se forma, ki se mora v boju za lastno preživetje in ohranjanje relevantnosti med občinstvi prilagajati tako času, tehnologiji, družbi kot tudi pojmovanju in percepciji ljudi. Alternativni mediji namreč niso nekaj novega in »tako niso novi poskusi njihove teoretizacije« (Pajnik 2010, 42), ki pa se često spogledujejo z in navezujejo na starejše ideje, povezane z »demokratizacijo in politizacijo komuniciranja« (Pajnik 2010, 42).

Sicer »uveljavljene teorije s področja raziskovanja medijev in komuniciranja praviloma ne posvečajo posebne pozornosti obravnavi alternativnih in radikalnih medijev – oziroma je ta pozornost največkrat obrobna – pa čeprav se raziskave s tega področja pogosto spogledujejo s teorijami, ki so v medijskih študijah sicer dominantne« (Pajnik 2010, 41). Kar je nekoliko nenavadno, saj že denimo marksistične analize »ponujajo prostor za tematizacijo alternativnih medijev kot kritike kapitalističnih procesov produkcije in prevladujočih ideologij« (Pajnik 2010, 41). Tudi Gramscijev pojem hegemonije (Atton 2002) in Mattelartov premislek revolucionarnega tiska (Pajnik 2010) lahko služita kot referenci za »teoretizacijo radikalnih medijskih projektov in delavskega tiska« (Pajnik 2010, 41). Pogosta referenca za obravnavo medijev novih družbenih gibanj ali alternativnih javnosti je prav tako Habermasova teorija javne sfere komunikativnega dejanja (Pajnik 2010). Tudi frankfurtska šola je z nekaterimi Adornovimi trditvami denimo načeloma podpirala idejo alternativnih medijev (Benett v Atton 2002, 1). In tudi »demokratično komuniciranje«, kot so ga na primer teoretizirali Dewey, Enzensberger, McQuail ali Williams, Bourdieujeva »uporniška kultura«, Traberjevo pojmovanje alternativnega novinarstva itd. so ideje, pogosto uporabljene za teoretiziranje alternativnih medijev« (Pajnik 2010, 42). Posledično se tudi »komunikološke in medijske

študije, osredinjene na obravnavo množičnega komuniciranja« (Pajnik 2010, 42), z alternativnimi mediji do nedavnega niso pretirano in predvsem dovolj poglobljeno ukvarjale. A od prehoda milenija je tudi na tem področju moč zaznati očiten porast akademskih poskusov (Pajnik 2010).

Avtorjev prevladujočih teorij alternativnih medijev je, kot že rečeno, več in posledično obstaja tudi množstvo sorodnih, a nekoliko drugače poimenovanih, predvsem pa na različne lastnosti in aspekte delovanja fokusiranih teorij. Najbolj očitna, ravno zaradi samega poimenovanja, je teorija alternativnih medijev (Atton 2002; Atton 2009). Poznamo še skupnostne medije (Jankowski 2001), radikalne medije (Downing 2003), medije državljanov (Rodriguez 2001), kritične medije (Fuchs 2010), avtonomne medije (Langlouis in Dubois v Hadl in Dongwon 2008; Dongwon 2008), samoupravne medije (Downing 2003), taktične medije (Garcia in Lovnik v Pajnik 2010), *inside* medije (Agentur Bilwet v Pajnik 2010), *advocacy* in *grassroot* medije (Traber v Atton 2002), civilnodružbene medije (Hadl in Dongwon 2008), participatorne medije (Vatikiotis 2008), emancipatorne medije (Pajnik 2010), neodvisne medije (Pajnik 2010), medije družbenih gibanj (Melucci v Atton 2009), nove medije (Kyong in Keenan; Liewrouw v Potokar 2013, 6) in še popularne, ljudske ali folk medije (Potokar 2013, 6). Poleg teorij in avtorjev pa je širok tudi razpon medijskih form, ki »vključuje časopise, revije, radio, televizijo, spletne strani, pamflete, posterje, karikature, fanzine, grafite, ulično umetnost, pesem in glasbo, neodvisno založništvo in video produkcijo« (Pajnik 2010, 43).

Študijam alternativnih medijev se sicer pogosto očita njihovo preočitno koketiranje s starejšimi teorijami ter občasno tudi odsotnost novih dognanj in pogledov, na podlagi česar jih nekateri označujejo za nekako nepotrebne. A tovrstni očitki ne upoštevajo, da alternativni mediji niso neki nov konstrukt, pač pa se jih kot nove zgolj prepozna zaradi odsotnosti preteklih študij, ki bi bile specializirane zgolj ali pa predvsem na alternativne medije, njihove funkcije, potencialne ter samo pojavnost, delovanje in namen. Do tega je prišlo predvsem zato, ker so bili alternativni mediji v dominantnih teorijah spregledani in niso bili deležni potrebne analitične pozornosti. »Problem torej ni v tem, da se teoretiki alternativnih medijev zgledujejo pri ustaljenih teorijah, ampak da interpretacije, ki jih ponujajo na podlagi teh teorij, niso (bile) prepoznane« (Pajnik 2010, 42). Za nadaljnji vpogled v teorije alternativnih medijev je torej najprej treba prepoznati njihovo starost in zgodovino, »na katero nas opozori Downingova (1984) zgodovinska analiza radikalnih medijev, karikature, stripa, pamfletov, zinovske kulture, delavskega in feminističnega tiska« (Pajnik 2010, 42). Atton in Couldry navedeta

razloge za razmah študij s področja alternativnih medijev, med katere uvrstita oživitve globalnega aktivizma v poznih devetdesetih, večjo dostopnost novih tehnologij, devalvacijo zahodnih modelov demokracije, depolitizacijo in porast neoliberalizma ter potrošništva, slabenje nekaterih uveljavljenih kritičnih tradicij in opozarjanje na pomen izobraževanja s strani nekaterih globalnih razvojnih institucij (Atton in Couldry v Pajnik 2010). Še prej, v šestdesetih letih pa so »konceptualizacije alternativnih medijev ponujale alternativne strategije institucionalnemu zapiranju množičnih medijev. Prinašale so tudi alternativo političnemu *mainstreamu*, ideologizaciji družbe in alternativo cenzuri« (Pajnik 2010, 43). Današnji porast zanimanja za študije alternativnih medijev, ki ga, kot že omenjeno, beležimo, pa Atton in Couldry pripisujeta prav dejstvu, »da imajo alternativni mediji veliko povedati o teh spremembah, tako teoretično kot empirično« (Pajnik 2010, 43). A področje alternativnih medijev moramo še vedno dojemati kot kompleksno, o čemer pričajo tudi številni poskusi definiranja temeljnih izhodišč in posledično tudi različni uporabljeni pojmi, ki jim je sicer vsem skupna »konceptualizacija medijev in komuniciranja v smeri participativne demokracije ter analiza vplivov alternativnega medijskega delovanja na spremembe družbenih procesov« (Pajnik 2010, 43).

Na naslednjih straneh bom preučil in osvetlil za potrebe mojih raziskovalnih vprašanj pomembnejše teorije alternativnih medijev, kamor sodijo alternativni mediji, skupnostni mediji, mediji državljanov, radikalni mediji, mediji družbenih gibanj, avtonomni mediji in kritični mediji. Pri tem se je treba zavedati, da se posamezna pojmovanja med seboj bolj ali manj povezujejo. »Konceptualizacije alternativnih medijev imajo denimo veliko skupnega s pojmovanjem radikalnih (alternativnih) medijev, medtem ko razumevanja skupnostnih medijev, še bolj pa avtonomnih in taktičnih medijev temeljijo na skepsi do pojma alternativno« (Pajnik 2010, 43). Nekateri drugi pristopi, ki jih bom obravnaval, pa so prav tako koristni za nadaljnjo argumentacijo in obravnavo raziskovalnih vprašanj diplomskega dela prav zaradi tega, ker se pri razmejevanju koncepta osredotočajo na različna načela in kriterije samega delovanja medija, ki ga uvrščamo med alternativne medije.

3.1 ALTERNATIVNI MEDIJI

Zaradi preobilja različnih konceptov in množstva operativne terminologije se področje teorij alternativnih medijev nekaterim kritikom zdi preohlapno, preveč zmedeno, na videz nenadzorovano prepleteno in prekrivajoče se. Zato so nekateri teoretiki tudi mnenja, da »ne

more obstajati pomenljiva definicija alternativnih medijev« (Abel v Atton 2002, 9). Hadl denimo ugotavlja, da če izhajamo iz same besede »alternativno«, lahko razberemo, da gre za »drugo« oziroma »drugačno od običajnega«, hkrati pa pojem pomeni tudi »dopolnilo« oziroma »dodatno možnost« (Hadl 2008, 11). Če na alternativne medije pogledamo iz tega zornega kota, jih lahko tudi razumemo »kot tiste druge medije, ki naj bi nadomeščali ali dopolnjevali *mainstream* medije tako zaradi svoje vsebine in forme kot tudi zaradi načina produkcije in organizacijske strukture« (Primc 2012, 9). Nekateri kritiki so prav zaradi tega »inherentno binarnega, opozicijskega pomena pojma alternativno opozorili na nujno redefinicijo, saj naj bi te dihotomije kultivirale predstave o dominantnih nasproti zatiranim skupinam in masovni prevari nasproti avtentičnemu izrazu« (Primc 2012, 9). Vidno je, da se ena od ključnih teoretskih dilem pri raziskovanju alternativnih medijev nanaša že na »samo uporabnost in legitimnost tega teoretskega pojma« (Primc 2012, 9), saj dodaten problem pri »operiranju s pojmom alternativni mediji predstavlja dejstvo, da je vedno nekaj alternativno nečemu v določenem prostoru in času in da gre za izpraznjen, oksimoronski, skrajno relativiziran pojem« (Downing v Primc 2012, 9). Že res, vendar vsak teoretski pristop in tudi vsak teoretski pojem, ki ga označuje, »v sebi nosi predpostavke, ki poudarjajo zgolj neko pozicijo ali vidik medijskega delovanja, ki je izključujoč od drugih ali pa problematičen na drugačni ravni« (Primc 2012, 9). A prav zaradi pomenske širine se je poimenovanje alternativni mediji obdržalo in je tudi najbolj primerno za označevanje tako raznovrstnih medijskih praks in konceptov, kot jih združuje. Kot izpraznjen pojem je namreč alternativno mnogo močnejši in bolj vse vključujoč kot denimo radikalno (Atton 2002, 4).

Med definicijami alternativnega tiska Chris Atton v knjigi *Alternative Media* (2002) navaja »britansko *Royal Commission on the Press*, ki leta 1977 določi, da alternativne publikacije: 1. posvečajo pozornost mnenjem manjšine; 2. izražajo (marginalizirana) mnenja, ki so nasprotna splošno sprejetim družbenim normam; 3. predstavljajo mnenja, ki v *mainstream* medijih nimajo mesta ali pa je le-to omejeno« (Atton v Pajnik 2010, 44). Alternativni mediji tako izrazu ustrezno medijsko prakso definirajo prek ciljev, načinov tvorjenja vsebine, medijske produkcije, vprašanj ustvarjalcev, izdajateljev, občinstva in notranje organiziranosti medija. Pri vprašanju konteksta ustvarjanja in ustvarjalcev medijev je »bistveno upoštevati, da nastajajo zunaj uveljavljenih medijskih institucij in mrež ter da jih praviloma ne ustvarjajo profesionalni novinarji, ampak angažirani državljani, člani skupnosti, predstavniki manjšin, aktivisti družbenih gibanj oziroma tako imenovani novinarji amaterji, običajno s pičlimi ali nikakršnimi profesionalnimi novinarskimi izkušnjami« (Pajnik 2010, 44). Traber dodaja, da

poleg vseh poprej naštetih ustvarjalcev alternativnih medijev v produkciji često sodeluje tudi manjše število profesionalnih novinarjev, ki pa niso poleg, da bi ustvarjali in vsiljevali agendo ali vztrajali pri strokovno uveljavljenih načinih dela, pač pa, da asistirajo ustvarjalcem medija, jim po potrebi vlivajo samozavest in jim zgolj nudijo svoje za izdajanje medija potrebne ekspertize (Traber v Atton 2002, 12). Ko produkcija novic poteka v domeni običajnih ljudi, to pomeni, da bodo novice nastajale na drugačen način in poročale o drugih temah kot denimo množični mediji. Zato bodo tudi bolj relevantne in koristne tako posameznikom kot skupnostim, ki so jim namenjene (Atton 2002). Alternativni mediji tako ne producirajo svojih novic zgolj kot kritiko množičnih medijev, pač pa skozi produkcijo novic manifestirajo svoja alternativna načela in vrednote, ki temeljijo na načinih delovanja in čim širši dostopnosti do informacij (Atton 2002, 4). Alternativni mediji torej konstruirajo svojo realnost z reinterpretacijo zgodb množičnih medijev in tako zagotavljajo »prostor novinarskim vsebinam, ki jih veliki mediji zavrnejo, ker po sistemu novičarskih vrednot niso razumljene kot novice« (Potokar 2013, 20). Namen in namembnost velikega deleža alternativne medijske produkcije se vsekakor usmerja v »zadovoljevanje interesov in potreb marginaliziranih skupin« (Pajnik 2010, 44), ki so često prezrte s strani množičnih medijev, ki »interese šibkih javnosti običajno zaobidejo ali jih predstavijo kot obrobne«, ker ocenijo, da gre za vsebine, ki »ne prinašajo političnih točk ali profita« (Pajnik 2010, 44). Tako je eden izmed ciljev alternativnih medijev »zagotavljanje dostopa do medijskih krajin tistim, ki nimajo medijske moči na ta način, kot se želijo tematizirati sami. S tem alternativni mediji izzivajo rutinizirano hierarhijo dostopa do medijske produkcije, ki privilegira elitne družbene skupine« (Potokar 2013, 20) in svojo pozornost ter medijski prostor raje namenjajo mnenjem manjšin in temam, ki jih v dostopnih množičnih medijih ni moč najti ali pa jim je njihov prostor močno omejen (Atton 2002). V tem pogledu vidi enega ključnih razlikovanj med alternativnimi in *mainstreamovskimi* mediji tudi John Fiske, konkretnije v samem izboru novic in načinu, kako ta izbor poteka. Vprašanje agende novic, ki si jo alternativni mediji določajo sami, je tudi ena glavnih karakteristik delovanja tovrstnih medijev v kontekstu pristopa do ustvarjanja lastne vsebine (Fiske v Atton 2002, 5). V medijski kulturi, ki kaže vedno manj interesa za raziskovalno usmerjeno novinarstvo in se zadovoljuje s površinskimi pristopi k poročanju in produkciji novic, alternativni mediji težijo k bolj poglobljenim novinarskim praksam in tako bolj širokogledno interpretirajo družbeno dogajanje ter posledično nudijo informacije, ki jih v *mainstreamovskih* medijih ni moč zaslediti (Atton 2002, 6). Posledično se alternativni mediji često smatrajo kot bolj zanesljivi viri informacij (Atton 2002, 7). »Morda bi lahko celo rekli,

da alternativni medij deluje v duhu javnega novinarstva, ki ga je spodkopala komercializacija, monopolizacija in standardizacija produkcije *mainstream* medijev« (Pajnik v Primc 2012).

Čeprav je vsebina za potrebe klasifikacije modela medija pomemben dejavnik, Atton v svoji teoriji večjo težo namenja procesu nastajanja in delovanja alternativnih medijev. Proces opolnomočenja posameznika ali marginalizirane skupine mora namreč potekati že na stopnji samega nastajanja medija (Atton 2002) in se nato kot »produkt kolektivnih prizadevanj zapostavljene skupine organizira kot akter širših družbenih sprememb« (Atton v Potokar 2013, 21). Tudi Traber poudarja, da »alternativni mediji v nasprotju z *mainstream* medijsko produkcijo izpostavijo navadnega človeka, ne predstavnika elite, ampak delavca, delavko, pripadnika marginalizirane skupine, žensko in otroka. Njihova participativnost je v tem, da navadnega človeka vključijo v produkcijski proces in ne vztrajajo pri njegovi reprezentaciji« (Traber v Pajnik, 2010). Alternativni mediji tako ne ponujajo zgolj platforme za alternativne in radikalne poglede, ampak so že na stopnji organiziranosti zastavljeni tako, da omogočajo širšo družbeno participacijo pri nastajanju medijskih vsebin (Atton 2002). »Ker ponujajo prostor za uveljavljanje alternativnih vsebin, je v alternativnih medijskih projektih alternativna tudi njihova organizacija, ki je praviloma nehierarhična, kolektivistično-demokratska in nekomercialna. S takšno orientacijo se alternativni mediji upirajo institucionalizaciji in poskušajo ohraniti neodvisnost od trga« (Atton v Pajnik 2010, 44)

Atton se strinja tudi z izjavo neimenovanega udeleženca seminarja Noama Chomskega, ki je svoje videnje alternativnih medijev strnil, »da so alternativni mediji tisti, ki so ali pa bi lahko bili nadzorovani s strani državljanov in ne s strani države ali trga« (Achbar v Atton 2002, 13). Če je medij namreč podvržen zgolj nadzoru ljudstva, je odgovoren neposredno ljudstvu ter zato tudi njegovo poročanje in samo delovanje lahko uporabno služita ljudstvu, ki ga obenem soustvarja in nadzoruje. Delovanje alternativnih medijev, ki skorajda brez izjeme stremijo k družbenim spremembam, lahko razumemo ne zgolj kot produkcijo javnih diskurzov, ki omogočajo spremembe, pač pa lahko mediji s svojim delovanjem že sami sprožajo družbene spremembe z lastnimi načini medijske produkcije, ki se seveda razlikujejo od dominantnih medijskih praks množičnih medijev (Duncombe v Atton 2002).

Glavne cilje in poslanstva alternativnih medijev avtorji torej vidijo v upiranju marginalizaciji ali demonizaciji šibkih javnosti, predstavljanju mnenj, ki »niso tako množična v primerjavi s tistimi, ki jih popularizirajo množični mediji« (Pajnik 2010, 44), in predstavljanju drugačnih pogledov na družbene procese in dogodke. »Kritični so do izpuščanja politično ali ekonomsko

nerentabilnih vsebin iz agende množičnih medijev, osredinjajo se tudi na problematiziranje dominantne medijske produkcije in opozarjajo na njeno premoč« (Pajnik 2010, 44). Pomembna značilnost je tudi ta, da »ekspresivno zagovarjajo družbene spremembe oziroma si prizadevajo za družbene in politične reforme« (Haas v Pajnik 2010, 44) ter da jih zanimajo predvsem »informacije za delovanje in ne informacije za potrošnjo« (Waltz v Pajnik 2010, 44).

Da medij lahko klasificiramo kot alternativni, je treba postaviti tudi merila na področju izdajateljev medija. *Alternatives in Print*, odmevni mednarodni katalog knjig, pamfletov in avdiovizualnega materiala, izdajatelje, ki jih lahko smatramo kot alternativne, presoja po treh merilih:

1. izdajatelj mora biti nekomercialen, dokazati mora, da mu gre v glavnem za ideje in ne za profit – ideje so primarna motivacija za izdajanje; 2. vsebina se mora osredinjati na družbeno odgovornost in kreativnost izražanja oziroma na kombinacijo obojega (na primer promocija trajnostnega razvoja, lokalnih skupnosti in lokalne demokracije nasproti globalizacijskim trendom koncentracije politične in ekonomske moči vlad in korporacij); 3. izdajatelj se mora sam definirati za alternativnega založnika (Atton v Pajnik 2010, 45).

A tudi veljavnost omenjenih treh meril alternativnosti izdajateljev se »v kontekstu razvoja medijev spreminja« (Pajnik 2010, 45). Avtorji problematizirajo predvsem ohlapnost zastavljenih meril v »v luči novih razvojnih trendov, ko se denimo komercialno usmerjeni založniki deklarirajo za alternativne, ker alternativno postaja marketinški trik za pridobivanje profita« (Atton v Pajnik 2010, 45). Ozkost in posledično vse večja neprimernost meril se kaže tudi v tem, da »ne prepoznavajo alternativnih vsebin, ki jih objavljajo veliki založniki ... ne iščejo obetavnih avtorjev, ali da se izognejo željam občinstva oziroma delujejo ne glede na interese občinstva« (Abel v Pajnik 2010, 45). Kljub opaznemu trendu zlorab »alternativnega v marketinške namene ostaja ključni kriterij za vrednotenje alternativnih medijev njihov prispevek k odgovornemu medijskemu delovanju« (Pajnik 2010, 45). Avtorica zato ključ za presojanje alternativne medijske vsebine vidi v izhodiščih in motivacijah »za nastanek radikalnega novinarskega besedila« (Pajnik 2010, 45). Za tovrstna besedila je značilno, da ne gre za manifestacijo *mainstreamovskih* ali konvencionalnih pogledov (Comedia v Atton 2002; Pajnik 2010), pač pa gre za »zavezo k inovativnosti in eksperimentalnosti pri vsebini in obliki ter da gre obenem za zavzemanje za družbene spremembe« (Pajnik 2010, 45). Pri alternativnih medijih in tudi pri radikalnih medijih ter medijih državljanov je »bistveno

prepoznati, da niso omejeni na reakcionarnost, ampak so usmerjeni v produkcijo alternativnih vsebin, novih medijskih form in alternativnih novinarskih praks« (Pajnik 2010, 45). Podobna stališča zavzema tudi Tim O'Sullivan, ki prav tako tematizira alternativne medije kot glasnike družbenih sprememb, ki stremijo k aktivni udeležbi občinstva, nastajajo skozi demokratičen kolektivni produkcijski proces in so zapriseženi k inovacijam v obliki in vsebini (O'Sullivan v Atton 2002, 10). Tu O'Sullivan poleg vsebine izpostavlja tudi pomembnost načina prezentacije vsebin in organizacijske postopke, ki omogočajo in definirajo medijsko produkcijo (Atton 2002). Poleg teženj po zastopanju družbenih sprememb se mu nadvse pomembna zdi ponovna kritična presoja tradicionalnih vrednot, ki tovrstne spremembe do neke mere zavirajo in onemogočajo (Atton 2002). »Pri definiranju alternativnega ne gre zgolj za *nemainstream*, za slepo ali idealistično uporništvu množičnim medijem, kar se alternativnim medijem pogosto očita, ampak za drugačno prakticiranje novinarstva, ki ga velja obravnavati na sebi in ne nujno v odnosu do profesionalnega novinarstva, kot ga prakticirajo množični mediji« (Pajnik 2010, 45). In ravno v praksah alternativnega novinarstva se skrivata največji potencial in največja moč alternativnih medijev. Poleg tega pa moramo alternativne medije poleg razlikovanja v vsebini in formatu razumeti širše, skozi prizmo komunikacije kot družbenega in ne zgolj informacijskega konstrukta (Atton 2002).

Guedes Bailey, Cammaerts in Carpenter (2008) pri poizkusu definiranja pristopov k proučevanju alternativnih medijev upoštevajo, da gre pri alternativnih medijih za »odnos med kontinuiteto in spremembo« (Silverstone v Pajnik 2010, 46). Tako definirajo štiri pristope, in sicer, da so alternativni mediji tisti, ki: 1. služijo interesom skupnosti; 2. prinašajo alternativo *mainstream* medijem; 3. aktivno prispevajo k civilni družbi; 4. so kot rizom, torej splet, ki mu ne moremo določiti središčne točke.

Pri opredelitvi alternativnih medijev kot medijev skupnosti (1) se avtorji sklicujejo na Tönniesovo teorijo skupnosti in družbe, medtem ko alternativno definirajo v nasprotju z mainstreamom (2) s pomočjo Gramscijeve hegemonije, Hallove reprezentacije in boja za prevlado pomenov ter Foucaultovega pojmovanja moči. Alternativne medije tematizirajo v kontekstu civilne družbe (3) s sklicevanjem na Hegla, Marxa, Gramscija in Habermasa, rizomatičnost alternativnih medijev (4) pa definirajo s pomočjo Deleuzejeve in Guattarijeve metafore rizoma ... (Pajnik 2010, 46).

Alternativni mediji, ki služijo interesom skupnosti, to počnejo tako, da s svojim delovanjem prispevajo k opolnomočenju skupnosti, članom skupnosti omogočajo participacijo,

»ustvarjajo situacijo, ko o temah, relevantnih za skupnost, razpravljajo člani skupnosti« (Pajnik 2010, 46) in tako tudi odpirajo komunikacijske kanale za stigmatizirane družbene skupine. Alternativa *mainstreamovskim* medijem se kaže tudi na ravni organiziranosti medija, saj se alternativni mediji organizirajo horizontalno in ne hierarhično. Prav tako se kaže v nagnjenosti k eksperimentiranju z različnimi formati in žanri, spodbujanju načela samoreprezentacije in ustvarjanju protihegemonične reprezentacije. »Pomembnost alternativnih medijev kot civilnodružbenih akterjev je v tem, da z vključevanjem civilne družbe prispevajo k demokratizaciji medijev ter da demokratizacijo skozi medije spodbujajo s participacijo v javnih razpravah in z možnostjo za samoreprezentacijo v javni sferi« (Pajnik 2010, 46). Rizomatičnost, torej brezjedrnost alternativnih medijev pa omogoča ohranjanje njihove neodvisnosti (Guedes Bailey in drugi 2008). Tudi po kriterijih skupine Comedia (1984: 95) je za alternativne medije značilno, da: »1. niso del establišmenta; 2. ne gre za kapitalistični sistem produkcije, ampak je ta demokratičen, kolektivističen; 3. ne gre za *mainstream* ali za konvencionalen pogled na stvari, ampak za zavezo k inovativnosti in eksperimentalnosti pri vsebini in obliki ter obenem za zavzemanje za družbene spremembe« (Comedia v Pajnik 2010, 44).

3.2 SKUPNOSTNI MEDIJI

Nicholas Jankowski, najvidnejši teoretik skupnostnih medijev, alternativne medije tematizira kot medije skupnosti, ki v razvitem svetu bogatijo javne komunikacijske sisteme (Vatikiotis 2008). Pri tem ga predvsem zanima, kako takšni mediji vplivajo na oblikovanje identitet in skupnosti, pri čemer se posveča predvsem učinkom in vplivom skupnostnih medijev na samo dinamiko skupnosti. Za definicijo skupnosti je sicer bistveno, da omogoča socialne stike med njenimi člani, mreženje in vzpostavljanje socialne mreže (Jankowski v Potokar 2013) ter s tem članom omogoča skupni interes. Definicije skupnosti tako predpostavljajo člane skupnosti, socialno organizacijo, jezik in vzorce interakcije ter kulturno skupno identiteto (Dijk v Jankowski 2001, 39). V sociološkem smislu je treba pojem skupnost razumeti kot skupino ljudi, ki stopajo v družbene odnose, so povezani med seboj in si vsaj nekaj časa delijo skupni prostor (Williams v Fernback 1999). Bistvo skupnosti je torej skupnost interesov ali geografskega prostora (Fernback 1999). »V mnogih skupnostih je za oblikovanje in delovanje skupnosti skupni interes veliko pomembnejša determinanta kot prostor« (Hollander v Pirc 2003, 15), saj skupnost ni zgolj »medsebojno povezana lokaliteta, ampak tudi kakovost posedovanja nečesa skupnega ... občutka skupne identitete in značilnosti« (Williams v

Fernbeck 1999, 204). »Kljub različnim modelom definiranja skupnosti se vezi med člani skupnosti – četudi je ta geografsko določena – oblikujejo kot rezultat iskanja smotra, interesa skupnosti« (Cohen v Pirc 2003, 17). A interes skupnosti se ne more definirati in jasno izraziti, če so člani skupnosti izolirani drug od drugega. Zatorej morata biti omogočeni interakcija in komunikacija med člani skupnosti, če seveda sploh želimo govoriti o skupnosti, pa naj si bo povezana interesno ali geografsko določena. Iskanje interesa skupnosti je »prizadevanje za oblikovanje skupne volje in/ali za doseganje skupnega dobrega« (Pirc 2003, 17). Nujni predpogoj za iskanje interesa skupnosti pa je medsebojno »sodelovanje članov skupnosti pri odločanju o zadevah, ki so pomembne za skupnost, in komunikacija med njimi« (Pirc 2003, 17). Za skupnostne medije je zato značilen interaktivni model medijskega komuniciranja. Ta se ključno razlikuje od linearnega modela, ki temelji zgolj na prenašanju sporočil od vira k cilju, torej od posvečene manjšine ustvarjalcev medijskih vsebin k pasivni večini, ki sprejema ponujene informacije. Interaktivni model na drugi strani predpostavlja »močno vpletenost skupnosti v ustvarjanje vsebin in zahteva aktivno publiko« (Pirc 2003, 17). Tako gre pri interaktivnem modelu medijskega komuniciranja bolj za proces izmenjave kot posredovanja sporočil, v čemer se kažeta tako funkcionalnost kot tudi participatorni naboj medija (Jankowski 2001, 44).

Najpomembnejše poslanstvo skupnostnih medijev je, da skupnost oskrbujejo z novicami in informacijami, ki so zanjo pomembne in relevantne. S tem omogočajo in spodbujajo tako skupnost kot tudi njene člane k sodelovanju v javni debati ter na ta način prispevajo k socialnemu in političnemu opolnomočenju (Jankowski 2003; Pajnik 2010). Lastništvo in nadzor skupnostnih medijev je navadno v rokah članov skupnosti, lokalne oblasti in v skupnost vpetih organizacij (Jankowski 2003). Vsebina je orientirana lokalno. Lokalna je tudi sama medijska produkcija, ki jo izvajajo člani skupnosti, torej novinarji amaterji in prostovoljci. Ni izključeno, da pri produkciji skupnostnih medijev sodelujejo tudi nekateri profesionalni novinarji in producenti, vendar je njihova vloga tudi tu ta, da članom skupnosti in prostovoljcem strokovno pomagajo in ne vsiljujejo svojih načel ali priučenih dominantnih medijskih praks. Člani skupnosti so vpeti v vse faze in v vsa področja delovanja skupnostnega medija (Jankowski 2003). Skupnostni mediji »navadno delujejo v manjšem obsegu kot množični mediji« (Hollander in drugi 2002, 23). Razlika med specializiranimi množičnimi mediji in skupnostnimi mediji pa se skriva »v naravi odnosa med pošiljateljem, občinstvom in sporočili« (Hollander in drugi 2002, 23) in ravno zato so skupnostni mediji tako »vitalen del skupnosti, saj nastopajo tako v vlogi oddajnika kot prejemnika« (Pirc 2003, 19). Občinstvo

skupnostnega medija je torej njegova skupnost, ki je navadno omejena geografsko in se nahaja znotraj nekega manjšega ali nekoliko večjega območja. Kot že rečeno in kot se kasneje sam dopolni Jankowski, poznamo tudi skupnosti, ki so omejene interesno (Jankowski 2003). Financiranje skupnostnih medijev je navadno v domeni skupnosti, v skupnost vpetih podjetij in organizacij, lokalne oblasti ter tudi samih članov skupnosti. Skupnostni mediji so nekomercialni in neprofitni, četudi so navadno odprti za oglaševalce in trg (Jankowski 2003). Skupnostni mediji se med seboj razlikujejo tudi v pogledu, do katere mere udeležujejo našteje karakteristike lastništva, nadzora, vsebine, produkcije, občinstva in financiranja (Jankowski 2003). Med njimi se seveda mnogokrat pojavljajo odstopanja, saj se vsak skupnostni medij v svojem delovanju prilagaja glede na situacijo v danem okolju in času.

Skupnostni mediji so torej mediji, ki jih ustvarjajo člani skupnosti za skupnost, katere del so, torej so ustvarjani »iz skupnosti, od skupnosti in za skupnost« (ang. »*From the people, by the people and for the people*«) (Pirc 2003, 15), zaradi česar pa se lahko pojavijo tudi nekatere težave. Ena je ta, da glede na to, da velik del vsebin ustvarjajo neprofesionalni medijski delavci, amaterji in prostovoljci, lahko te vsebine posledično trpijo na področju kakovosti in včasih ne uspejo zadostiti minimalnih standardov medijskih vsebin. Druga, vsekakor bolj pereča in pomembna za sam obstoj skupnostnega medija, pa je vprašanje zagotavljanja potrebnih finančnih sredstev za delovanje skupnostnega medija. Tu ne gre zgolj vprašanje, kje jih pridobiti, pač pa, kako zagotoviti dovolj sredstev, ob tem pa se izogniti komercializaciji ter ne žrtvovati neodvisnosti in same identitete skupnostnega medija.

3.3 MEDIJI DRŽAVLJANOV

Ena izmed teorij alternativnih medijev, teorija medijev državljanov, ki jo Clemencia Rodriguez manifestira v knjigi *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media* (2001), gradi na »idejah radikalne demokracije (Mouffe) in kritične pedagogike (Freire), ki so avtorici v pomoč pri definiranju medijev državljanov kot prakse samoizobraževanja« (Pajnik 2010, 48). V njej avtorica poudarja, da »mediji državljanov omogočajo opolnomočenje navadnih ljudi, ki z novimi znanji in praksami učinkoviteje prezentirajo sami sebe in skupnosti, v katerih živijo« (Rodriguez v Pajnik 2010, 48). Ker avtorica državljanke pojmuje kot člane skupnosti, se mediji državljanov kažejo tudi kot skupnostni mediji, pri čemer pa je treba poudariti, da »pojem državljanstva za razliko od skupnosti pušča več prostora za tematizacijo komunikativnega delovanja kot državljanske

prakse« (Pajnik 2010, 48). Mediji državljanov tako umeščajo študije alternativnih medijev na področje državljanstva, pri čemer Rodríguez izpostavlja, da prakticiranje medijev državljanov pomeni udejanjanje državljanstva kot prakse oziroma »delovanje državljanov kot kolektivitete« (Pajnik 2010, 49). Mediji državljanov intervenirajo v ustaljene medijske krajine, prevračajo družbene kode, uveljavljene identitete in institucionalizirane družbene odnose ter opolnomočijo skupnost in si jo prizadevajo transformirati (Pajnik 2010). So zapriseženi inovativnosti, kar se kaže »v produkciji novih moči, v participaciji, ki prinaša aktivno odločanje o identitetah, družbenem okolju oziroma življenju v skupnosti« (Pajnik 2010, 48), in nanje ne smemo gledati zgolj kot na primarno *nemainstream* medije. Rodríguez torej predlaga zamenjavo pojma alternativni mediji s pojmom mediji državljanov, saj je kritična do pojma alternativni mediji, ki jih po njenem mnenju »ni mogoče obravnavati samih na sebi, češ da pojem predpostavlja nujno kontrastiranje z *mainstream* mediji« (Rodríguez v Pajnik 2010, 48), kar je često ovira pri definiranju alternativnih medijev. Študije so namreč »predolgo analizirale alternativne medije z gledišča, kaj alternativni mediji niso, namesto da bi obravnavale, kaj so in kaj prinašajo« (Pajnik 2010, 48), takšna analitična strategija pa »prinaša ujetost v opozicionalno mišljenje in reprodukcijo binarnih kategorij, čemur se želi Rodríguez izogniti z obravnavo medijev državljanov na sebi« (Pajnik 2010, 48).

3.4 RADIKALNI MEDIJI

John Downing v knjigi *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication* radikalne medije definira kot potencialne akterje družbenih in političnih sprememb, pri katerih »ne gre toliko za individualno akcijo, ampak za kolektivni angažma, ki kritično pretresa neenaka družbena razmerja« (Pajnik 2010, 47). Po Downingu so radikalni mediji radikalni že z gledišča vsebine, forme in načina delovanja (Downing v Pajnik 2010). Uporniško komuniciranje ves čas prevprašuje družbeni *status quo* z novicami in komentarji, ustvarjanjem alternativnih medijskih form in s kritiko dominantne medijske produkcije. Radikalni mediji prakticirajo demokratične inovativne medijske odzive na zatiranje, neenakosti in prevladujočo logiko ekonomskega razvoja ter »udejanjajo javno sfero kot prostor, kjer oblikovalci medijev in medijsko občinstvo komunicirajo horizontalno« (Pajnik 2010, 47). Tako naslavlja relevantna vprašanja skupnosti in nikakor niso potrošniško orientirani, s čimer služijo interesu javnosti in ne političnim elitam ali oglaševalskemu denarju. »Avtor ne vztraja pri množičnosti in organiziranosti delovanja, ampak, nasprotno, pozitivno vrednoti multiple alternativne javne sfere, ki, čeprav začasne in relativno ozkega

dosega, problematizirajo družbene realnosti« (Pajnik 2010, 47). Downingova teorija radikalnih medijev se na stopnji idej navezuje na demokratično komuniciranje (Williams, Schudson, Habermas, Fiske, Bobbio), razredni boj (Marx), revolucionarno komuniciranje (Mattelart in Siegelau) in protihegemonični boj (Gramsci). Prav tako se povezuje »s praksami družbenih gibanj (Touraine) in alternativne javne sfere (Fraser), kakor tudi z anarhistično filozofijo (Bakhtin, Freire, Holloway), empirično pa je utemeljena z analizo radikalnih medijskih vsebin in form skozi zgodovino, še posebej radikalnega socialističnega tiska« (Pajnik 2010, 47). Downing v svoji teoriji daje prednost karakteristikam organizacije, forme in vsebine radikalnega medija, obsegu radikalnih besedil in množični cirkulaciji daje manj veljave. Ločnica med radikalnimi in alternativnimi mediji se tako načeloma kaže v tem, da so radikalni mediji »povezani z organiziranim delovanjem družbenih gibanj oziroma da predpostavljajo zavezo h kolektivni akciji« (Pajnik 2010, 47), kar pa ni nujno za alternativne medije, ki so »splošnejša oznaka za inovativno v medijski vsebini in produkciji« (Pajnik 2010, 47). Avtor vidi štiri ključne točke, kako brati in dojemati radikalne medije: »kot multiple alternativne javne sfere«, ki »producirajo različna mnenja o družbenih neenakostih« (Downing v Pajnik 2010, 17); da le-ti niso in ne smejo postati orodje bodisi političnih ali družbenih elit; kot medije, ki s kreativnim in družbeno odgovornim delovanjem privilegirajo gibanja pred institucijami; in kot medije, katerih »organizacija temelji na principih političnega delovanja in za predrugačenje politike« (Downing v Pajnik 2010, 17) oziroma prefigurativne politike. Downingov teoretski pristop se lepo kaže že v sami izbiri terminologije. Avtor, podobno kot Rodriguez pri medijih državljanov, vidi težavo z uporabo pojma alternativni mediji, saj meni, da je ta postal skorajda oksimoron, ker je vselej nekaj alternativno nečemu, in da poleg tega uporaba pojma alternativni mediji kar kliče po primerjavi z *mainstream* mediji, kar alternativne medije potiska v razmerje, v katerem vedno po nepotrebnem podležejo kritikam (Downing 2003; Atton 2002; Pajnik 2010). A obenem Downing pojem radikalni mediji uporablja »izmenično s pojmom radikalni alternativni mediji, pri čemer ohranja povezavo z delovanjem družbenih gibanj, v nekaterih novejših tekstih pa avtor uporablja tudi pojem alternativni mediji« (Pajnik 2010, 47).

3.5 MEDIJI DRUŽBENIH GIBANJ

Pascal Preston trdi, da sta »novi družbeni red in komunikacijski red v informacijskem kapitalizmu že v svojih temeljih neenaka in polarizirana ter da neoliberalni projekt informacijske družbe ni uspel prinesiti zelenih družbeno-tehnoloških paradig« (Preston v

Atton 2003b, 3). Zato bodo lahko nove tehnologije zgolj prekrile obstoječe komunikacijske sisteme. Ne bodo jih nadomestile, pač pa bodo delovale istočasno in ob njih. Ta dolgosežni pristop osvetljuje ekonomsko in družbeno kontinuiteto neenakosti in izključevanja. Tako vsem obetom neposredne demokracije, ki so jih teoretiki oznanjali s prihodom novih digitalnih medijev, navkljub v družbi še vedno obstajajo neravnovesja med informacijsko bogatimi in informacijsko revnimi, ki se kažejo v možnosti dostopanja do izobrazbe, zaposlitvenih priložnosti, zdravstva, trgov in demokratičnega udejstvovanja nasploh (Atton 2003b). Preston tako upanje za bolj demokratično družbo prej kot v tehnologijah, znanju in informacijah vidi v »politični volji in družbeni mobilizaciji« (Preston v Atton 2003b, 3). V ospredje boja za bolj egalitarno, vključevalno in socialno informacijsko družbo Preston postavlja družbena gibanja, tako starejša in zrelejša kot tudi tista povsem novonastala.

Med obravnavo raznolikih praks medijev družbenih gibanj, ki se skozi zgodovino pojavljajo že kaki dve stoletji, sta Hamilton in Atton (2002) naletela na mnoge podobnosti. Večino družbenih gibanj tako lahko opredelimo kot avantgardna in esencialistična. Mediji družbenih gibanj so bili premnogokrat obravnavani in razumljeni kot politična orodja velikih množic in preredko kot glasovi zatiranih, ki si s procesom simboličnega boja prizadevajo trajno spreminjati družbene in politične procese. Mediji družbenih gibanj temeljijo na vključenosti ljudi, katerih zgodbe in prepričanja potem lahko razkrivajo in mobilizirajo (Atton 2003b, 4). Podobno kot radikalni mediji mediji družbenih gibanj predvidevajo kolektivni angažma in ne individualiziranih praks. To je očitno že iz samega poimenovanja teorije medijev družbenih gibanj, ki z radikalnim demokratičnim delovanjem izražajo radikalno vsebino. Tvorci medijske vsebine so novinarji amaterji, neetablirani novinarji, zavzeti neprofesionalci, ki poročajo iz pozicije vpletenosti v dogajanje, torej iz prvih vrst in s stališči družbenega gibanja oziroma skupnosti, ki ji pripadajo in jo tudi predstavljajo. Sledijo načelom samokontrole ter organizacijski in ideološki neodvisnosti. S svojim delovanjem tako novinarji amaterji povezujejo, mobilizirajo in aktivirajo skupnost ter s tem prebujajo ljudsko voljo do družbenih sprememb (Traber v Atton 2003b, 10). Na ta način mediji družbenih gibanj tvorijo lastne novice, »naše novice, ne njihove« (Atton 2003b, 10), ki jih v *mainstream* medijih ni moč zaslediti. Odnos med novinarjem aktivistom in skupnostjo je pri tovrstni medijski praksi ključnega pomena, saj so mnogi aktivisti, ki so del družbenih gibanj, skeptični do liberalnih praks *mainstream* novinarstva. Mediji družbenih gibanj so seveda odvisni tudi od razpoložljive tehnologije, ki pa je danes za tovrstna medijska udejstvovanja na pretek, predvsem pa je lahko dostopna vsem zainteresiranim javnostim (Atton 2003b, 14).

3.6 AVTONOMNI MEDIJI

Teorija avtonomnih medijev v ospredje postavlja dejstvo, da je tehnološki razvoj oslabil delavsko gibanje, ki ga je sedaj treba izobraziti in mobilizirati, da bo lahko v družbenih bojih razpoložljive nove tehnologije koristilo sebi v prid. »Obravnave avtonomnih medijev večinoma slonijo na teorijah socialnega anarhizma, marksizma, radikalnega feminizma in se zgledujejo po gibanju zapatistov ter drugih globalnih gibanjih za socialno pravičnost« (Pajnik 2010, 49). Avtonomni mediji tako povsem na novo definirajo pojem marginalno in ga raje percipirajo kot »novi *mainstream*« (Hadl in Jo v Pajnik 2010, 50). Avtonomistični pristop namreč »izhaja iz razumevanja skupnega kot prostora, s katerim najbolje upravljajo tisti, ki ga uporabljajo. Prostor medijskega delovanja je tisti prostor, ki ga živijo njegovi ustvarjalci in uporabniki« (Pajnik 2010, 50). Avtonomni mediji se »spogledujejo se z radikalnimi mediji, ki jih še bolj radikalizirajo, ter z avtonomizmom, političnim gibanjem iz 60-ih let v Italiji, in sicer z Guattarijem in Negrijem kot vidnejšima predstavnikoma« (Pajnik 2010, 49). Deleuze in Guattari, dva glavnih protagonistov avtonomnih medijev, zavračata konceptualizacijo alternativnega, pri tem pa ne zavračata same dihotomije na relaciji *mainstream*/alternativno. Avtorica poudarja tudi to, da »avtonomni mediji niso samo nekomercialni in *nemainstream*, ampak so tudi protikomercialni, *protimainstream* in protivladni« (Pajnik 2010, 50). Nekateri protagonisti tako avtonomnih kot tudi taktičnih medijev celo zavračajo alternativne medije, »češ da so tako resni in *mainstream* kot sami *mainstream* mediji« (Pajnik 2010, 50) in da oboji delujejo po enakih vzvodih. Obenem pa kritike avtonomnim medijem očitajo predvsem to, da so v nui po separaciji od večinskega preveč radikalni in da »takšna drža sama po sebi ne prinaša sprememb oziroma ni zagotovilo za drugačne relacije znotraj avtonomnih medijev« (Pajnik 2010, 50), ki ostajajo strukturirani patriarhalno ter še vedno ne prepoznavajo neenakih razmerij moči znotraj njih samih. Sicer pa je »med argumenti, ki problematizirajo ozkost avtonomnih medijev, prepoznati tudi opozorila na nevarnost politične izolacije in politične irelevantnosti ter nezmožnost teoretizacije širših prizadevanj k medijski demokratizaciji« (Pajnik 2010, 50).

3.7 KRITIČNI MEDIJI

Christian Fuchs (2010) v svoji teoriji kritičnih medijev prakse alternativne medijske produkcije obravnava z gledišč procesa, organiziranosti, ustvarjalcev medijskih vsebin in kritične vrednosti vsebin. Glavno vrednost alternativnih medijev tako vidi v vprašanju, ali

lahko alternativni medij sploh doseže družbene spremembe ali si zanje zgolj kavalirsko prizadeva? Kot odgovor ponudi stališče, da je treba alternativne medije pojmovati nekoliko širše kot zgolj medije manjšega obsega, ki jih soustvarja občinstvo. Tako med alternativne medije vplete profesionalne prakse, ki pa jih kot alternativne oziroma kritične medije določata kritična vsebina in oblika. Kritičen je tudi do pozicije, da je samoorganiziranost procesa medijske produkcije glavna značilnost alternativnih medijev (Fuchs 2010, 177). Tovrstni fokus na proces namreč izključuje vse medije, ki delujejo po nekoliko bolj profesionaliziranih načelih, s profesionalnimi uredništvi in sodelavci, a vseeno proizvajajo in nudijo kritično vsebino. Kot primer avtor navaja *Le Monde Diplomatique*, ki je po njegovem mnenju v oziru naklade in globalne distribucije največja in najpomembnejša kritična oziroma alternativna publikacija (Fuchs 2010, 177). Iz tega izhaja avtorjeva premisa, da pri tovrstnih profesionalnih alternativnih medijih pač ne morejo vsi državljani ali pa člani skupnosti postati ustvarjalci medijskih vsebin. Te ustvarjajo profesionalci, ki na profesionalen in etičen način kritično poročajo in tako izražajo kritiko do obstoječih oblik družbene prevlade. Opredeljevanje alternativnih medijev je na strani procesa namreč orientirano predvsem v male, samoorganizirane skupnostne medije, ki omogočajo in stremijo k vključevanju članov skupnosti. Avtor v tovrstni omejenosti pogleda vidi problem v tem, da bodo mali, skupnostni mediji zaradi majhnega občinstva ostali nepomembni in predvsem nezmožni razvijati lastni politični potencial ter tako relevantno prispevati k družbenim spremembam na nekoliko višji ravni, saj ne bodo nikoli dosegli množičnega občinstva in ne bodo mogli soustvarjati in sodelovati na nivoju nekoliko širše javne sfere. Mediji manjšega dometa so namreč zmožni zgolj tvorjenja manjših, med seboj nepovezanih publik in do njihovih medijskih vsebin dostopajo le izolirane frakcije populacije, s čimer spodkopavajo možnosti formacije širše, politično relevantnejše in homogene sfere, ki je lahko dostopna vsem zapostavljenim, spregledanim, utišanim, zatiranim, marginaliziranim in izločenim skupinam ter posameznikom (Fuchs 2010). Avtor se nasloni na skupino Comedia (1984), ki male alternativne medije označi kot »alternativni geto«, ki mu primanjkuje finančnih sredstev in posledično politične relevantnosti, ter na Knochevo oznako malih alternativnih medijev kot nepomembnih. Seveda obenem ne trdi, da mediji malega obsega in dometa ne bi smeli biti teoretizirani in smatrani kot alternativni mediji. Nasprotno. Izpostavlja le dejstvo, da niso zmožni podpore in omogočanja večjih, dejanskih prizadevanj v smeri družbenih sprememb, ki si jih sicer želijo. Demokratični ideali, h katerim stremijo alternativni mediji, namreč v svetu, ki ga narekujejo ekonomski in politični centri moči, pogosto ostanejo zgolj na ravni idealov. Zato bi se morale alternativne medijske prakse za uspešno uvajanje družbenih sprememb

prilagoditi okolju in se posluževati dominantnih praks, ki jih sicer v svojem bistvu zavračajo, ter na tak način od znotraj uveljavljenega sistema in z njegovimi prijemi poizkušati dosežati svoje cilje. Pluralistična medijska krajina, znotraj katere lahko vsak uporabnik s pomočjo alternativnih medijev postane producent, namreč avtomatično še ne pomeni medijske demokracije. Če je medijska vsebina dosegla le redke prejemnike, pride do »represivne tolerance« (Marcuse v Fuchs 2010, 177), ko želijo revolucionarne manjšine pokoriti in zatirati mnenja tistih, ki se ne strinjajo z vedenjem in navadami teh manjših skupin, kar »legitimizira kontinuiteto dominantnih kapitalističnih medijskih korporacij, ki centralizirajo dobičke, moč, občinstva in vpliv« (Fuchs 2010, 177).

Alternativni mediji so množični mediji, ki izzivajo prevladujoči kapitalistični ustroj medijske produkcije, organizacije, vsebine, distribucije in sprejemanja medijskih vsebin (Fuchs 2010, 178). Vsebina in oblika sta v tradicionalnih medijih definirani s tem, kaj se smatra kot popularno in posledično dosega želene prodajne cilje. Zaradi težnje k dobičkonosnosti se često pojavlja manko kvalitete, kompleksnosti in sofisticiranosti medijskih vsebin. Kot direktno posledico lahko pogledamo rumeni tisk, ki poenostavlja resnice z izvzemanjem in izolacijo osamljenih primerov ter z igranjem na čustva in senzacionalnost. Tovrstna vsebina želi namensko zavajati in odvrčati prejemnike od soočanja z dejanskimi problemi v družbi in vzroki za njihov nastanek. Kritični mediji v kontrastu s tradicionalnimi vso težo in relevantnost postavljajo prav na obliko in vsebino, ki odražata opozicijska stališča, ki prevprašujejo vse aspekte vsiljenih, heteronomnih dominantnih medijskih praks (Fuchs 2010). Kritični mediji tako generirajo in razširjajo drugačne informacije kot tradicionalni mediji. Informacije, ki ne temeljijo na aspektih nadvlade in družbene neenakopravnosti, pač pa vključujejo glasove izobčenih in odtujenih. V tem pogledu se kritični mediji povsem približajo alternativnim medijem in tudi vsem preostalim teoretskim konstruktom znotraj teorij alternativnih medijev. Vsebine kritičnih medijev za pravo razumevanje in branje zahtevajo tudi kritično, dojemljivo, razumevajoče in razgledano občinstvo. A pri občinstvih je treba razlikovati med tem, da če je občinstvo zmožno kritične interpretacije nekritične *mainstream* vsebine, še ne moremo govoriti o alternativnem mediju, pač pa zgolj o kritičnem občinstvu. Obstoj kritične vsebine je namreč nujno potreben pogoj, da lahko medij sodimo kot kritični medij (Fuchs 2010, 180). Vsekakor pa je zaželeno, da kritični medij izpolnjuje tudi nekatere preostale kvalitete alternativnih medijskih karakteristik, ki pa jim je po avtorjevem mnenju znotraj obstoječih kapitalističnih struktur, ki definirajo današnjo družbo, težko zadostiti v večjem obsegu. Če bi se namreč pri karakteriziranju alternativnih medijev naivno

osredotočili le na načela samoorganiziranosti in nekomercialno naravo medija, bi s tem zanemarjali težave alternativne medijske produkcije (Fuchs 2010), ki se manifestirajo v današnjem času in prostoru. Teorijo kritičnih medijev je sicer v svojih delih predvidel že Marx, ki je kot bistvena elementa medijev izpostavil kritičnost in nekomercialnost. »Novinar mora seveda zaslužiti, da lahko živi od svojega dela, a nikakor ne sme opravljati novinarskega dela samo zato, da bi zaslužil« (Marx v Fuchs 2010, 180). Primarna svoboda medijev se namreč skriva v tem, da niso prodajno usmerjeni.

Kritični mediji obravnavajo in nakazujejo, kako lahko nasprotujoči si družbeni silnici tekmovalnosti in sodelovanja rezultirata v formaciji družbenih razredov in razvijanju potencialov za raztapljanje izkoriščanja zapostavljenih. Osnovani so na sodbi, da je sodelovanje v družbi bolj zaželeno kot tekmovalnost in izključevanje (Fuchs 2008), oziroma z drugimi besedami vedno znova kritično prevprašujejo izkoriščevalske strukture in iščejo načine premostitve družbenih neenakosti. Ena njihovih kvalitete je tako »negacija negacije na nivoju vsebine« (Fuchs 2010, 181), kar pomeni, da kritični mediji ne sprejemajo obstoječih družbenih struktur takšnih, kot so, pač pa jih zanima, kakšna bi družba lahko postala. Kritična vsebina razkraja ideologije kontinuitete in kaže na drugačne, alternativne možnosti razvoja družbe in njene kooperativne potenciale. Tu je še »negacija negacije na nivoju oblike« (Fuchs 2010, 181), saj oblika oziroma forma kritičnih medijev izziva človeško zavest in na ta način poizkuša doseči, da si sploh lahko domišljamo morebitne možnosti za drugačnost od poznanega (Fuchs 2010, 181). Možnosti za uspeh kritičnih medijev avtor vidi v kompromisu, da se morajo kritični mediji svoji ideologiji navkljub vseeno prilagajati času in prostoru, kar pomeni, da se v današnjem času ne smejo slepo opredeljevati striktno kot nekomercialni, pač pa se morajo za doseganje zastavljenih ciljev, ki seveda so družbene spremembe, posluževati tudi uveljavljenih *mainstream* praks in marketinških pristopov ter jih izrabljati sebi v prid, če želijo doseči večja občinstva in nemara celo prožiti spremembe v družbi (Fuchs 2010, 183).

4 KVALITATIVNA ŠTUDIJA PRIMERA: RADIO ŠTUDENT

Radio Študent (v nadaljevanju RŠ) je ena najstarejših in največjih evropskih urbanih nekomercialnih radijskih postaj, ki oddaja nekomercialni radijski program. Poleg ustvarjanja in oddajanja izobraževalnega, umetniškega, informativnega in glasbenega programa je enako pomembna tudi vzgojno-izobraževalna vloga RŠ, saj vzgaja in izobražuje mlade za novinarska in druga dela na radijski postaji, hkrati pa s posvečanjem zahtevnejšim in zapostavljenim temam izobražuje poslušalstvo. RŠ že od pričetka delovanja promovira temeljne civilnodružbene vrednote, kot so dosledno uveljavljanje človekovih pravic, strpnost in spoštovanje različnosti. Temeljno vodilo programske politike RŠ je ustvarjanje programa, ki se ne prilagaja okusu povprečnega poslušalca komercialnih radijskih postaj, ampak skuša s podajanjem kompleksnejših vsebin na vseh področjih ustvarjanja dvigovati kriterije zahtevnosti poslušalstva. Pomembno vlogo ima tudi pri predstavljanju in vrednotenju vsebin, ki zaradi komercialne uniformiranosti medijskega prostora v ostalih medijih sploh niso prisotne ali pa vsaj ne v zadostni meri, a si medijsko pozornost zaslužijo, in je tako pomemben komunikacijski kanal za odjemalce politično, kulturno, glasbeno ali kako drugače v slovenskem večinskem medijskem prostoru odrinjenih vsebin.

Krajše oziroma v besedah enega najbolj prepoznavnih RŠ *jinglov* – na RŠ kot *jingel* [džingel] pojmujeemo sklenjeno pomenljivo vsebino in pomenljivo formo, ki sta sami sebi namen in ki včasih bolj in včasih manj očitno služita samopromociji etra RŠ – prav tako pomenljivo poimenovanega Nagobčnik:

Moški glas: Že od prvega vklopa mikrofona smo svobodo osebnega izražanja demonstrirali skozi pronicljive komentarje družbenega in kulturnega dogajanja, iskriva dopisniška javljanja, kredibilne teoretske razprave in brezkompromisno raziskovanje glasbene alternative. Bili smo sopotniki študentskega gibanja v šestdesetih, liberalnega začetka sedemdesetih, stabilizacijskih sivih osemdesetih, samostojnih in demokratičnih devetdesetih ter sedanjega zmedenega trenutka ...

Mlajši ženski glas: Ugasn' to škatlo, pa me rajš dobr' pofuki, no ...

Moški glas: Radio Študent – brez nagobčnika že od leta 1969.

V nadaljevanju diplomskega dela bom obravnavane teoretske pristope k razumevanju in opredeljevanju alternativnih medijev v kvalitativni študiji primera soočil z dejanskimi medijskimi praksami RŠ. Teorijo bom torej postavil v dialog s prakso RŠ, ki v osnovi deluje

po poprej obravnavanih načelih, ciljih, poslanstvih in na načine, ki jih avtorji pripisujejo alternativnim medijem. Glavna motivacija za delovanje RŠ je namreč zanimanje za ideje in ne za dobiček, svoje poslušalce pa naslavlja kot aktivne člane civilne družbe in skupnosti in ne kot individualizirane potrošnike. Seveda je RŠ tudi glas zapostavljenih skupin in posameznikov in jih na ta način opolnomoči. Ujemanj s teorijami alternativnih medijev je še mnogo, zato bi model medija Radia Študent težko opisali z zgolj eno izmed obravnavanih teorij. Glede na presečišča medijske prakse RŠ s teoretskimi pristopi se namreč zdi, da je model medija Radia Študent nekakšen konglomerat posameznih delov posameznih teoretskih pristopov, torej nekakšen hibrid modelov alternativnih medijev, v nekaterih pogledih pa se bolj kot alternativnim približa celo modelu javnega medija. Kakršnekoli skupne lastnosti in posledično primerjave s komercialnimi medijskimi modeli velja zaradi omenjenih posebnosti RŠ zavriniti. Hibridna narava alternativnega medija s teoretskega gledišča sicer ni nič novega, saj jo v svojih raziskovalnih prispevkih predvidijo že nekateri obravnavani avtorji. Sam pa jo bom na primeru RŠ ugotavljal s kvalitativnimi raziskovalnimi metodami, konkretnije s serijo polstrukturiranih poglobljenih intervjujev z ustvarjalci RŠ, z opazovanjem z udeležbo, zbiranjem dokumentacije in izjavami več sodelavcev RŠ, s čimer si bom poleg teoretske opredelitve modela medija RŠ prizadeval ujeti in orisati tudi »hišni duh« samega medija. Poleg tega bom RŠ postavil v zgodovinski in skozi čas spreminjajoči se tranzicijski geopolitični kontekst okolja, v katerem je nastal in še vedno deluje. Ob koncu študije primera se bom nekoliko bolj osredotočil na vselej prisotni problem financiranja RŠ, ki s svojo razdrobljenostjo prav potrjuje hipotezo o hibridnosti medija. Finančno se RŠ namreč napaja iz predhodno zagotovljenih sredstev ustanovitelja Študentske organizacije Univerze v Ljubljani (v nadaljevanju ŠOU), oglaševanja, sponzorskih sredstev in razpisanih javnih sredstev (državnih, evropskih ter občinskih). Ker pa bi lahko trenutno situacijo sofinanciranja s strani ustanovitelja, ki je splet posledic upadanja finančnih sredstev ŠOU iz naslova študentskega dela, predvsem pa ideološkega prepada, ki zeva med neoliberalistično orientiranimi pogledi vodstva ŠOU in binarno nasprotnimi stališči, za katere se zavzema RŠ, karikirano opisali kot velik glavobol za vse vpletene, se po novem RŠ poslužuje tudi skupnostnega financiranja iz prispevkov občinstva, ki se sodeč po akciji *Reši RŠ*, ki je potekala jeseni 2013, izkazuje kot obetaven način sofinanciranja medija.

4.1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE

Širši medijski model, po katerem deluje RŠ, je model alternativnih medijev, ki pa se v sodobni kompleksni družbi udeležujejo v »mnoštvu hibridiziranih, kontekstu specifičnih in naključnih načinov« (Atton 2003a, 269). Rodriguez (2001) denimo tematizira alternativne medije kot medijsko in državljansko prakso, ki omogoča prevpraševanje identitet, kultur in življenjskega sloga v medijskih okoljih in na ravni vsakdanjega življenja, Jankowski tematizira alternativne medije kot medije skupnosti, ki bogatijo javne komunikacijske sisteme v razvitem svetu (Vatikiotis 2008). Če se osredotočimo na podajanje vsebine in profesionalnost produkcije medijskega programa, je RŠ kritični medij (Fuchs 2010), prav tako pa se drži nekaterih temeljnih vsebinskih načel delovanja javnega medija. Če pogledamo še zgodovinski kontekst nastanka RŠ in njegovo vlogo pri procesu osamosvajanja in prizadevanj k demokratizaciji družbe, bi mu lahko pridali tudi oznaki državljskega medija (Rodriguez 2001) in civilnodružbenega medija (Hadl in Dongwon 2008). S stališča medijske prakse, ki načeloma zavrača dobičkonosnost, boj za občinstvo in oglaševalce (Pajnik 2010) ter stremi k čim večji stopnji avtonomije tudi na področju financiranja, pa bi RŠ lahko označili tudi kot delno avtonomni medij (Langlouis in Dubois v Hadl in Dongwon 2008).

Alternativni mediji imajo torej »hibridno naravo, ki presega binarno opozicijo napram *mainstream* medijem, saj gre za kompleksne procese in prakse, ki velikokrat prevzemajo določene vidike *mainstream* medijev« (Primc 2012, 13). Zanje je pogosto značilna kombinacija izumljanja novih načinov medijske produkcije in hkrati opiranja na uveljavljene prakse. Tako tudi tvorijo »lasten novinarski etos in politično misel« (Berrigan v Guedes Bailey in drugi 2008, 87). Podoben je njihov odnos do družbe, ki se kaže v boju proti hegemoniji (Guedes Bailey in drugi 2008), obenem pa so konstantno podvrženi neprestanemu odzivanju in prilagajanju potrebam njihovih producentov, kar rezultira v hibridni naravi in formi, ki je ni mogoče dokončno definirati, in zato »njihove identitete ne moremo razumeti kot stabilne in neodvisne, ampak ravno obratno – kot fluidno, fleksibilno, odvisno in delno naključno« (Primc 2012, 14). Njihove medijske prakse pa moramo razumeti znotraj polj njihove realizacije in »v odnosu do prilastitve komunikacijskih sredstev s strani socialnih subjektov znotraj njihovega socialno-kulturnega okolja v oziru na njihovo angažiranost v dejanski praksi« (Vatikiotis v Primc 2012, 13). Smiselno je, da je raziskovanje delovanja alternativnih medijev individualizirano, torej osredotočeno na študijo določenega medija. Z morebitnim posploševanjem in preuranjenim označevanjem se namreč odmikamo od njihove unikatne, vselej fluidne in hibridne narave. Tako se v diplomskem delu tudi lotevam

kvalitativne študije primera Radia Študent, v kateri želim na presečišču teorije in prakse določiti model medija, po katerem deluje RŠ. Njegovo medijsko delovanje in izročilo, ki se sooblikujeta skozi procese znotraj medija, ter poglede in motivacije producentov medija bom analiziral po sicer v teorijah javnih medijev (Blumler 1992; Keane 1992; Bašić Hrvatinić 2002; Jakubowicz 2000; Splichal 2005) in teorijah alternativnih medijev definiranih indikatorjih (Atton 2002; Guedes Bailey in drugi 2008; Rodriguez 2001; Downing 2001; Traber 1985; Fuchs 2010; Deleuze in Guattari 1987; Duncombe 1997; Comedia 1984; Vatikiotis 2008) načel delovanja, ciljev in poslanstva, notranje organizacije, nadzora in lastništva, virov financiranja, vprašanja delovanja v javnem interesu, analizo vsebine, forme, motivacij avtorjev vsebine, občinstva, skupnosti, udejanjanja participatornosti, opolnomočanja marginaliziranih, aktivističnega naboja, idej o družbenih spremembah, napredku, znotraj medija prisotnih ideologijah, tradiciji delovanja in geopolitičnem vplivu okolja, v katerem deluje. V pričujoči kvalitativni študiji primera Radia Študent želim torej odgovoriti na sledeče raziskovalno vprašanje:

Kakšen je model medija Radia Študent?

4.2 METODOLOGIJA

Kvalitativno raziskovanje je interpretativno. Z njim raziskovalci pojav, ki ga raziskujejo, »opisujejo z različnih vidikov in ga poskušajo razumeti, pri čemer se zavedajo svoje subjektivnosti, jo poskušajo ubesediti« (Glažar 2005, 108) in s tem bralcu razkrivajo tudi svojo perspektivo. »Interpretativne metode so induktivne in se upirajo poenostavljeni razlagi nekega pojava; raziskovalec ga poskuša zagledati celostno«, kar skuša doseči »z opisovanjem kompleksnega in dinamičnega pojava v življenjskem kontekstu« (Glažar 2005, 108), pri čemer upošteva različne razsežnosti in dejavnike ter si tako prizadeva »prodreti v globino tistega, kar vidimo na površju« (Glažar 2005, 108).

Kvalitativna študija primera je »empirična raziskovalna metoda, ki je primerna za preučevanje pojavov v resničnem življenju, posebej takrat, ko so pojavi kompleksni in ni jasnih razmejitev vplivanja med dejavniki na pojav« (Glažar 2005, 108). Ker je Radio Študent z vidika teoretiziranja alternativnega medija še praktično neraziskan, sem kot glavno kvalitativno raziskovalno metodo izbral polstrukturirani poglobljeni intervju. Gre namreč za metodo, ki je glede na način, kako se loteva raziskovanja alternativnih medijev, in glede na raziskovalne poudarke, ki jih prinaša, še najbolj primerna in zato tudi dominira v študijah alternativnih

medijev (Atton 2009). Pri kvalitativnih pristopih raziskovalce namreč zanimajo procesi in ne zgolj rezultat, kar pomeni, da se posvečajo tudi »poti, kako so prišli do njih. Ukvarjajo se ne samo z razlago pojava, ampak z njegovim razumevanjem« (Glažar 2005, 108). Poglobljeni polstrukturirani intervjuji so podrobni, intenzivni individualni intervjuji z manjšim številom izpraševancev. Torej metoda, ki omogoča raziskovanje in pridobivanje podrobnejših informacij o razmišljanju in obnašanju izpraševancev, o njihovih perspektivah in pogledih (Primc 2012). Poleg tega je poglobljeni polstrukturirani intervju tudi nadvse primeren za raziskovanje novih problemov ali vprašanj, saj s svojo intenzivnostjo in nadzorovano usmerjenostjo omogoča pridobivanje konteksta in tako ustvarja bolj celovito podobo fokusa raziskovanja (Boyce in Neale 2006). V kontekstu raziskovanja alternativnih medijev lahko s to metodo najbolje izpostavimo izkušnje medijskih producentov, njihove motivacije in kulture, hkrati pa dobimo interni vpogled v razumevanje pomena samih produkcijskih procesov (Jensen v Atton 2009), kar je upoštevajoč samo naravo delovanja RŠ, ki je vselej posledica trenutne konstelacije kolektiva in tradicije delovanja, ki se prenaša iz generacije v generacijo medijskih producentov, sila pomembno, nemara kar nujno. Prav tako mi bo metoda omogočala globlji vpogled v samo dogajanje na RŠ in razkrila tudi nekatere obrobne dogodke, ki sicer na prvi pogled nimajo neposredne povezave s samim medijem, a so pomembni, ker rišejo dinamiko medosebnih odnosov producentov in heterogenosti njihovih pogledov, ki so poleg zgodovinskega izročila najpomembnejši in predvsem aktualni dejavniki, ki vplivajo in določajo širše delovanje RŠ kot medija.

Metoda ima seveda tudi svoje omejitve, kot denimo to, da so intervjuvanci pri svojih odgovorih v želji narediti dober vtis lahko pristranski. Poleg tega je metoda, kot tudi kvalitativno raziskovanje nasploh, časovno zamudna, hkrati pa za to, da lahko sploh služi kot relevanten vir informacij, od raziskovalca zahteva zadovoljivo mero kontekstualnega znanja in zmožnost domnevanja oziroma interpretacije odgovorov (Wengraf 2001). Slednjemu naj zadosti podatek, da sem sam od leta 2008 vsakodnevno vpleten v delovanje RŠ, kjer kot kreativni sodelavec marketinškega oddelka prvenstveno skrbim za načrtovanje, snovanje in izvedbo kreativnih radijskih oglasov, ki se kasneje predvajajo v etru RŠ. Tu je treba poudariti tudi to, da je 99 odstotkov radijskih oglasov, ki jih je moč slišati na RŠ, tudi spisanih in posnetih s strani marketinga RŠ. Poleg tega sem bil soudeležen tudi pri produkciji večjih živih dogodkov, ki jih organizira RŠ (tudi pri akciji *Reši RŠ*), sem ter tja pa prispevam svoj delček tudi v mozaik bogatega glasbenega izbora, torej izbora avtorskih glasbenih kompozicij, ki se predvajajo v etru. V času delovanja na RŠ sem doživel tri menjave direktorjev Zavoda RŠ, še

nekoliko več odgovornih in redakcijskih urednikov in prav tako tri menjave direktorjev marketinga RŠ, v katerem primarno delujem.

Na intervjuje sem se ustrezno pripravil in vnaprej oblikoval vprašanja (glej Prilogo A), ki pa sem jih glede na razplet pogovorov sproti tudi dopolnjeval in poglobljal. Vprašanja so bila nastavljena dokaj široko, zato da so bili intervjuvanci pri odgovarjanju kar se da svobodni, a vseeno znotraj predvidenega načrta raziskave. Izbor vprašanj sem osnoval na podlagi zastavljenega raziskovalnega vprašanja diplomskega dela, tako da sem lahko kasneje odgovore intervjuvancev smiselno postavil vzporedno s teorijami alternativnih medijev, saj sem lahko le tako ustrezno določil model medija, po katerem deluje RŠ. V vzorec sem vključil štiri posameznike, s katerimi sem opravil poglobljene polstrukturirane intervjuje, in sicer direktorja Zavoda RŠ in nekdanjega odgovornega urednika Tomaža Zaniuka, odgovornega urednika RŠ Jerneja Kalužo, direktorico marketinga RŠ Ano Kandare ter sodelavca glasbene redakcije in fonotekarja Andreja Tomažina. O določenih tematskih segmentih celotnega vprašalnika, uporabljenega pri poglobljenem polstrukturiranem intervjuju, denimo o zgodovinskem delovanju RŠ, izobraževalni funkciji, kolektivnem odločanju, notranji organizaciji in delitvi dela, sem diskutiral z nekaterimi drugimi sodelavci RŠ: nekdanjim urednikom univerzitetne redakcije Arnetom Zupančičem, novinarko in tonsko tehnico Klaro Otorepec, špikerskim starosto Boštjanom Vrhovškom, avtorico oddaje srbske skupnosti Biljano Žikić in nekdanjim novinarjem Anžetom Dolinarjem. Za boljšo predstavitev delovanja posamezne redakcije RŠ sem izbral primer glasbene redakcije, lahko pa bi tudi katero drugo, saj so konec koncev vse pomembne za vsebinsko celovitost RŠ. O pristopih k obravnavi glasbe, ki je eden bolj prepoznavnih elementov RŠ, sem se pogovarjal z urednikom glasbene redakcije Žigo Pucljem ter sodelavcema Goranom Kompošom in Anžetom Zormanom, podatke o financah sem pridobil od finančnika RŠ Roberta Mohoriča, o snovanju akcije *Reši RŠ* pa sem se, če za hip zaidem v oglaševalski žargon, pogovarjal z »art direktorjem« akcije Miho Artnakom. Vsi intervjuji so bili izvedeni med novembrom 2015 in julijem 2016 v prostorih RŠ, saj sem želel že s samo prostorsko postavitvijo pogovorov nakazati na za alternativni medij sicer ne klasično stopnjo profesionalizma in ob enem hedonizma, ki ju goji RŠ, po drugi strani pa tudi na brezčasno pripadnost in konstantno vpetost aktualnih in polpreteklih producentov medija. Pogovore sem torej postavil v delovno okolje, ki je, tako kot sam medij in tudi njegovi ustvarjalci, dinamično, sproščeno, odprto, dostopno, frekventno, občasno kaotično in kakofonično ter na trenutke celo agresivno in fizično, a v ideji vselej demokratično. Vsi intervjuji so bili zvočno posneti in kasneje

transkribirani, njih segmenti pa so v pričujočem besedilu smiselno uporabljeni v vsebinsko ustreznih kontekstih. Kot je razvidno že iz nabora sogovorcev, ki so vsi producenti RŠ, dotična kvalitativna študija reflektira poglede in namere ustvarjalcev RŠ in v obravnavo ne vključuje občinstva, torej skupnosti oziroma alternativne scene. Nekatere izjave nekdanjih sodelavcev RŠ sem zajel in povzel tudi po kratkem dokumentarnem filmu Večni študent, ki je leta 2009 nastal v režiji Siniše Gačiča in produkciji RTV Slovenija. Poleg polstrukturiranega poglobljenega intervjuja in segmentirano osredotočenih krajših intervjujev sem se poslužil tudi metode opazovanja z udeležbo – induktivne metode, pri kateri mora biti raziskovalec odprt in ne sme zgolj iskati »podatkov, s katerimi bi potrdili ali ovrgli hipotezo, ampak odgovarjajo na vprašanja, pri čemer so pozorni na specifičnosti« (Bogdan in Bilken v Glažar 2005, 108). Splošno opisovanje razmer namreč pri kvalitativnih raziskavah ne pove veliko, poleg tega pa lahko pride do nesporazumov. Zato moramo, da bi lahko čim bolj poglobljeno razumeli predmet raziskovanja, imeti zelo specifične opise neposrednega dogajanja (Glažar 2005, 108). Metodo sem kot tedaj aktivni sodelavec RŠ udeležanjal s prisotnostjo na sestankih celotnega kolektiva, vsakodnevno vpetostjo v medijsko produkcijo, soodločanje na ravni kolektiva ter organizacijo in izvedbo večjih živih dogodkov RŠ. Kot sem že poprej omenil in pojasnil, menim, da kompetence za izvedbo tovrstnega opazovanja z udeležbo imam, poleg tega pa med samim procesom opazovanja z udeležbo nisem deloval kot tujek, saj sem bil neposredno vpleten v medijsko produkcijo kot del kolektiva, kar mi je omogočalo pristen vpogled v dogajanje.

Kot tretje metode sem se predvsem za potrebe prikaza problemov financiranja, s katerimi se kot večina alternativnih medijev sooča tudi RŠ, poslužil še zbiranja dokumentacije, ki za bolj celovit prikaz vključuje tudi potrebne kvantitativne numerične podatke, torej po virih prihodkov segmentirana letna finančna poročila RŠ, pri obravnavi skupnostnega financiranja akcije Reši RŠ pa vključuje število prispelih donacij, višine donacij, vse z akcijo zbrane zneske, popis medijskih objav in podobno. Prav tako sem tam, kjer bo za boljše razumevanje potrebno, dodal ustrezna grafična in slikovna gradiva iz arhiva RŠ.

Na naslednjih straneh sem v iskanju modela medija Radia Študent rezultate vseh naštetih empiričnih kvalitativnih raziskovalnih metod prepletel s teorijami alternativnih in javnih medijev ter istočasno upošteval tudi zgodovinski in geopolitični kontekst okolja, v katerem nastaja in deluje RŠ.

4.3 MODEL MEDIJA RADIA ŠTUDENT

»Alternativnih medijev ne smemo razumeti kot linearnih, vnaprej načrtovanih in zavestnih procesov, usmerjenih proti določenemu cilju« (Rodriguez 2001, 22), tako je tudi RŠ na prvi pogled težko opisovati strnjeno, saj je vselej pogojen s konstelacijo aktivnih producentov, katerih delovanje je odziv na čas in prostor, v katerem se nahajajo, obenem pa ostaja tudi v nenehni simpatiji s preteklostjo in izročilom prejšnjih generacij, ki so delovale na RŠ. Pogledi in motivacije aktivnih sodelavcev, kot tudi njihovih predhodnikov, so heterogene, kar rezultira v konkretnih pristopih k soustvarjanju medija in skupinski dinamiki kolektiva, skozi katero se tvori RŠ. »Če skušam gledati na RŠ kot na celotno organsko institucijo, mi deluje kot ameba. Občasno so določeni deli amputirani, a se sistem vseskozi prilagaja, tako da zadeve tečejo, le težišče se nekoliko prestavi« (Kandare 2016), kar nekoliko spominja na rizomatičnost, ki jo kot enega od kriterijev alternativnega medija predpostavljajo Guedes Bailey, Cammaerts in Carpentier (2008). »Radio Študent je kot Kuba, mišljeno ne v nekem komunistično-social-realističnem smislu, to je nek sistem, ki laufa, ampak nihče pravzaprav niti ne ve, kako, ampak obstaja« (Valenčič v Gačič 2009) in se kot takšen »ni nikoli podrejal ne politiki ne težnjam po komercialni uspešnosti, ampak je nekako razbijal to komercialno enoumje« (Zaniuk v Gačič 2009). Na RŠ je seveda treba gledati povsem iz realne družbene situacije, ki tovrstnemu delovanju nikoli ni bila in tudi nikoli ne bo povsem naklonjena, saj so nekatere ideje, ki jih goji RŠ, v prevelikem neskladju tudi z aktualno družbeno ureditvijo, ki pa je producenti medija ne razumejo kot nedotakljivo oziroma onkraj njihovega dosega, pač pa želijo z lastnimi dejanji spodbujati njen napredek oziroma, kot se izrazi nekdanja špikerica RŠ Tjaša Koprivec, »odkar se pozna z etrom RŠ, sem v nenehnem pričakovanju svetovne revolucije in zato najbrž vseskozi etično angažirana v borbi zoper utrdbe umišljenih resnic in začrtane volje« (Koprivec v Gačič 2009). To bo na naslednjih straneh v maniri evolucije samega medija vidno tudi skozi nenehno kritično prevpraševanje aktualnih praks RŠ in idej o boljšem, bolj družbi koristnem delovanju, ki zorijo med njegovimi producenti. Obravnava prakse delovanja RŠ je segmentirana v deset podpoglavij, ki so, kot že rečeno, osnovana na v teoriji identificiranih indikatorjih, ki jih lahko vsebinsko razdelimo na: cilje in poslanstvo (4.3.1), načela delovanja, prisotnost aktivističnega naboja, idej o družbenih spremembah, napredku ter vprašanju delovanja v javnem interesu (4.3.2), tradicijo in geopolitični vplive okolja, v katerem deluje RŠ (4.3.3), definiranje lastništva in mehanizmov nadzora (4.3.4), vpogled v notranje organiziranje (4.3.5), analizo vsebine (4.3.6), forme (4.3.7), motivacije avtorjev vsebine in med njimi prisotne ideologije (4.3.8), identifikacijo občinstva, skupnosti,

vprašanje, ali in kako RŠ udeležanja načelo participatornosti pri medijski produkciji, ali opolnomoči marginalizirane (4.3.9) ter navsezadnje tudi obstoječe vire financiranja, njihove morebitne posege v avtonomijo in načine, kako se RŠ sooča z dano finančno situacijo (4.3.10).

4.3.1 Tradicionalni nekonformizem v imenu svobodne misli

Poslanstvo Radia Študent je raznovrstno, a že od samega začetka delovanja ostaja enako. V osnovi je RŠ alternativno medijsko okno v svet (Zaniuk 2016), ki »širi neodvisne informacije in predstavlja drugačne poglede na družbo, ki niso direktno pogojeni s centri politične in ekonomske moči« (Kandare 2016). Deluje kot medij, ki »predstavlja tudi nekatere zelo obskurne stvari, v smislu, da so nekoliko pod tlemi in zato niso slišne v *mainstream* medijih« (Tomažin 2016), vse to pa izvaja »na način, ki je zabaven in intriganten ter postavlja izzive ustaljenim medijskim modelom, paradigmam in diskurzom« (Kandare 2016). Po besedah odgovornega urednika Jerneja Kaluže je poslanstvo »lepljenka, sestavljena iz različnih koščkov, iz prepleta idej, interesov in motivacij soustvarjalcev medija, ki jih idealistično gledano družijo tudi ideje boljše družbe« (Kaluža 2016). Iste notranje vrednote kolektiva so tudi eden ključnih kriterijev kategorizacije medija kot alternativnega (Albert v Primc 2012). »Producente združujejo skupni elementi njihovega vrednostnega sistema in političnega razumevanja, s tem pa tudi deljenje diskurzov, s katerimi problematizirajo partikularne socialne fenomene« (Fenton v Primc 2012). V političnem smislu RŠ od nekdaj privzema uporniško vlogo (Kaluža 2016) in deluje kot »podporna platforma za v družbi spregledana ali zapostavljena umetniška in politična gibanja« (Zaniuk 2016) ter »skrbi za šibke, diskriminirane, marginalizirane skupine in posameznike, potisnjene na rob« (Kandare 2016). S svojim delovanjem RŠ stremi »k razvoju družbe, spoznavanju novega« (Zaniuk 2016), pomembna pa je tudi njegova aktivistična nota, s katero si »skladno s konceptom sodobnega aktivnega državljanstva prizadeva za opolnomočenje vseh državljanov«, saj »v demokraciji ni dovolj, da državljanji zgolj uživamo pravice, pač pa mora biti državljan aktiven že v tem, da oblikuje svoje mnenje, da se zaveda, v kakšnem svetu živi, in da izraža svoj glas« (Kandare 2016). RŠ tako nastopa kot kanal, ki »poziva in aktivira državljanke, da gredo na ulice, da javno izražajo svoj glas, svoje mnenje, svoje poglede« (Kandare 2016), kar v teoriji medijev državljanov predpostavlja tudi Rodriguez (2001). Soustvarjalcem medija RŠ omogoča širjenje predvsem progresivnih idej. »Naslednja stopnja od tega, da si seznanjen z nekimi

nepraviciami, krivičnostmi, ki se dogajajo na katerem koli polju, je, da na nek način reagiraš nanje. Bodisi z novinarskim prispevkom, kar v današnjem času zaradi hitre in preprostejše manipulacije z resnico niti ni tako opazno, zato je naslednja stopnja novinarstva aktivistično delo na terenu, bodisi z zbiranjem množic ali agitiranjem» (Tomažin 2016).

4.3.2 Aktivna alternativnost kot način služenja javnosti

RŠ vsekakor deluje po načelih 'informiraj, izobražuj, zabavaj', ki so po zgledu BBC tudi temelj delovanja javnega servisa, le da jih rangira v nekoliko drugačnem zaporedju »izobražuj, zabavaj, informiraj« (Kaluža 2016). Glavni moment RŠ je vselej izobraževalni, s katerim RŠ vzgaja tako kader kot tudi poslušalce (Kandare 2016), del stila RŠ pa je tudi to, da »so te tri kategorije pogosto prekrile v smislu, da lahko informiranje poteka na zabaven način ali pa zabava na izobraževalen in informativen način. Med informiranjem in izobraževanjem je tanka linija, vsaj na RŠ, oboje mnogokrat poteka kot izobraževanje« (Zaniuk 2016). Tako RŠ zadošča tudi nekaterim s strani Sveta Evrope (glej Bašić Hrvatinić 2002) določenim točkam temeljnih načel javnega servisa, in sicer načelom izobraževanja javnosti, posebne skrbi za manjšine in deprivilegirane, ki ga RŠ udeleževanja nemara celo bolje kot RTV, liberalne usmerjenosti do producentov vsebin in ne nazadnje služenja javnosti. Slednji služi na več načinov, »predvsem s svojim medijskim delovanjem in posredovanjem določenih vsebin, ki jih drugi mediji ne ali pa jih na drugačen način in s produkcijo javnih prireditev ter dogodkov, s čimer deluje kot neka podporni institucija širši družbi« (Zaniuk 2016). Kandare (2016) pa dodaja še aspekt spodbujanja modela aktivnega državljanstva. »V trenutku, ko se je RŠ aktivno in angažirano zavzel za civilno družbo, za boj skupaj s civilno družbo, je prestopil mejo medija. Nedavni primer je peticija *Proti militarizaciji!*¹, ki je ena izmed jasnih tendenc, da RŠ dela nekaj za dobrobit javnosti« (Tomažin 2016). Namen omenjene peticije je bil, »da so se vsaj nekateri bolj progresivni deli družbe pričeli spraševati, kaj pravzaprav pomeni, če so vojski odobrena civilno represivna pooblastila. Pobuda *Proti militarizaciji!* je tudi direktno nadaljevanje tradicije stališč RŠ, da vojska sodi v vojašnice in da ne sme imeti pooblastil za

¹ Zbiranje podpisov za referendumsko pobudo o dopolnitvi zakona o obrambi, ki jo je v skrbni pred militarizacijo države oktobra 2015 podal RŠ, ki je menil, da se s povečevanjem pooblastil vojske begunce izkorišča za militarizacijo Slovenije, saj je predvidena dopolnitev Zakona o obrambi namreč omogočala, »da lahko na predlog vlade pripadniki Slovenske vojske skupaj s policijo izjemoma pri širšem varovanju državne meje tudi opozarjajo, nasprotujejo, začasno omejujejo gibanje ljudi in sodelujejo pri obvladovanju skupin in množic. Vojska naj bi ta pooblastila izvajala pod pogoji, ki veljajo za policiste, pooblastila pa bi bila omejena za obdobje, kot je to nujno, in ne dlje kot tri mesece z možnostjo podaljšanja« (Košir 2015, 28. oktober).

obravnavo civilistov, katerih edina krivda je ta, da bežijo z vojnega območja» (Zaniuk 2016). Namen je bil po Zaniukovem mnenju tudi dosežen in na tem mestu lahko delovanje RŠ označimo kot udejanjanje klasične teoretske pozicije alternativnih medijev, ki v svojem bistvu stremijo k družbenim spremembam in jih tudi poizkušajo izvajati (Atton 2002; Rodriguez 2001; Downing 2001; Traber 1985; Fuchs 2010), saj »RŠ deluje na način, da javnosti predstavlja stvari, ki bi lahko spremenile stvari na bolje, in jih obenem tudi izvaja. Včasih uspešno, včasih neuspešno« (Tomažin 2016). RŠ prestopa mejo medija tudi v smislu, »da ne ostaja zgolj na poziciji poročanja o dogajanju, ampak stopi v opozicijo. Vzpostavi se na polju politike z namenom izboljšanja civilne družbe, s stremljenjem k dobrobiti javnosti. Bori se na bolj direkten način, s peticijami. Tako medij postaja nosilec tudi družbenih akcij, to pa ravno zaradi sodelavcev, ki raziskujejo politične in drugačne nepravilnosti« (Tomažin 2016). RŠ vselej želi biti del dogajanja, poizkušati nanj vplivati in voditi progresivno držo, pri kateri pa »ne gre zgolj za progresijo kot napredek, ampak tudi za ohranjanje alternativne kulture, zavedanja in tradicije, ki je danes zaradi zakonitosti medijskega prostora pogosto izrinjena. Tu je RŠ izjema, saj pogosto prvi opazi in poroča o zadevah, ki kasneje postanejo širše pomembne« (Kaluža 2016). Kot aktualni primer Kaluža navaja sprožitev poročanja o šovinistični namigovalni elektronski korespondenci Evalda Flisarja (Pišek 2016, 18. julij), predsednika PEN in tedaj odgovornega urednika revije Sodobnost, ki je v odgovoru na prošnjo za delo mladi kritičarki nanizal seksistične opazke in ji nato, ko ga je opozorila na neprimeren ton komunikacije, tudi odklonil sodelovanje (Košir 2016, 11. julij). Afera, ki je rezultirala v Flisarjevem odstopu z mesta predsednika PEN, se je pričela prav na RŠ (Sinanović 2016, 7. julij), do katerega je z namero javne izpostavitve konkretne problematike pristopila dotična kritičarka zato, ker ima »vedno posluh za tovrstne tematike, pa čeprav bo zaradi oblastnih razmer objava tvegana. Uredniška politika gre preko tega, sprejema tveganja in RŠ je pripravljen nositi posledice« (Kaluža 2016). RŠ daje pobude in jih tudi podpira, kot denimo aktualno situacijo ob desetletnici zasedbe ljubljanske Tovarne Rog², ki jo je »spremljal že od začetka, še preden je prišlo do eskalacij in nasilja, ter je tako problematiko

² 23. aprila 2006 se je zgodila zasedba zapuščene Tovarne Rog v Ljubljani, ko so takratni novi uporabniki pričeli z izvajanjem socialnega programa neprofitnih in neuveljavljenih dejavnosti, obenem pa so se strinjali s strani Mestne občine Ljubljana (v nadaljevanju MOL) odobreno začasno rabo prostora. A uporabniki so se v desetih letih popolnoma zamenjali in trenutni okupanti, ki še bolj dosledno in kvalitetno izvajajo že sprva zastavljeni program, statusa začasnosti ne priznavajo več. Zato so se, potem ko je MOL napovedal rušenje nekaterih stavb v sklopu Tovarne Rog, v zgodnjih jutranjih urah 6. junija 2016, ko je gradbena mehanizacija v spremstvu varnostne službe prispela na območje Tovarne Rog, nameri rušenja objektov zoperstavili s protestom, barikadami in tudi z lastnimi telesi. Predvideno rušenje se tako ni izvršilo, sedaj pa se zadeva ureja na sodišču, ki bo odločilo, ali lahko uporabniki uveljavljajo posestno varstvo (Spletno Delo 2016, 6. junij).

deloma sopripeljal v širšo javnost« (Kaluža 2016). Še nekoliko bolj napeto je bilo leta 1993, ko se je zgodila zasedba Metelkove, ki je bila »vsekakor velika prekretnica ne zgolj za RŠ, pač pa za Ljubljano in celotno Slovenijo« (Vrhovšek 2016), RŠ pa je takrat sredi razdejane Metelkovi tudi postavil improviziran studio, iz katerega je oddajal radijski program (Vrhovšek 2016).

Jankowski (2001) in Vatikiotis (2008) vidita skupnostne medije tudi kot medije, ki v razviti družbi bogatijo in delujejo kot dopolnilo javnim servisom. Tudi na RŠ lahko gledamo na ta način, le da je bila njegova povezava z javnim servisom svoj čas mnogo konkretnjša, saj je v začetku RTV tako finančno kot tudi tehnično zalagal RŠ, ki mu je in mu do neke mere še vedno služi kot nekakšen kadrovske izobraževalni bazen (Zaniuk 2016). Dopolnilno vlogo javnemu servisu Zaniuk vidi tudi »na področju glasbe in kulturno-umetniških praks, saj RŠ na teh področjih utira pot posameznim izvajalcem in kolektivom, da s časom prodrejo tudi v program RTV. Nekateri glasbeni izvajalci najbrž ne bi nikoli prišli do Vala 202, če ne bi izdali plošč pri Založbi Radia Študent, pri drugih, ki izdajajo drugje, pa RŠ poskrbi za prve kritiške obravnave in jih s tem mapira na zemljevid domačih ustvarjalcev« (Zaniuk 2016).

Kaluža kot ključno razliko izpostavi, da RŠ javnemu interesu služi na način, ki ni institucionalno določen. »Uredništvo RŠ ima občutek, kaj naj bi bilo v interesu javnosti, in želi temu idealu slediti« (Kaluža 2016) tako, da »selekcioniira informacije, za katere meni, da so v javnem interesu, in razširja svojo agendo tovrstnih tendenc« (Kandare 2016). Producenti RŠ menijo, da ima RŠ že formalnopravno gledano boljše pogoje za neodvisnost kot RTV, kar se izraža tudi v praksi. »Če bi RŠ hipotetično nemara prišel pod jurisdikcijo nacionalnega medija, bi to zanj pomenilo lepo finančno zaledje, a obenem ne bi mogel delovati na način, na katerega deluje zdaj, ker je v javnem mediju čutiti prevelik vpliv politike, ki se najbrž do neke mere udejanja tudi v samem programu« (Tomažin 2016), prav tako pa vanj vdira tudi komerciala. »RŠ sicer ne bo nikoli finančno neodvisen, a neodvisnost se meri predvsem po tem, če avtor med produkcijo medijske vsebine razmišlja, če se bo komu zameril, ali bodo sledile sankcije. Na RŠ temu ni tako. Obstaja neodvisnost dela in tudi uredniškega dela. S tega vidika je RŠ veliko manj kontaminiran kot javni servis« (Kandare 2016). Tomažin pa vidi tudi zanimivo povezavo med RŠ in RTV, ki se kaže v pogledu »uradnih zaposlitvenih odnosov do avtorjev vsebine, ker se oblike prekernega dela vse pogostejše kažejo tudi na RTV« (Tomažin 2016). Kandare v relaciji z RTV RŠ opiše kot *enfant terrible*, uporniškega sina, ki pa v marsičem presega funkcijo javne institucije« (Kandare 2016), Tomažin pa meni, da »če bi na RŠ poizkušal vzpostavljati tolikšno stopnjo profesionalnosti, kot ji mora zadostiti

RTV, bi se ravno zaradi zanikanja heterogenosti, ki krasi RŠ, to poznalo tudi pri izgubi žmohta, ki ga ima RŠ. Seveda pa so manjše profesionalizacije znotraj redakcij vedno dobrodošle» (Tomažin 2016). RŠ je vselej deloval v želji po napredku, ki ga še vedno konstantno vriva v družbo in kulturo. Tako ga je v osemdesetih močno zaznamoval punk, katerega silovitost je bila vedno spremljana tudi z močno sociološko in širšo družboslovno noto, s čimer je bil za študente še posebej privlačen kot točka upora proti obstoječemu sistemu in miselnosti (Jarc 2005, 5). Že zelo zgodaj, leta 1984, pa se je začel posvečati tudi novostim na področju razvoja informacijske in računalniške tehnologije, v okviru česar je prek radijskih valov tudi vsakodnevno piratsko posredoval računalniške igrice za ZX Spectrum in Commodore (Jarc 2005, 5).

Prav iz osemdesetih pa izvira tudi prva prošnja za nacionalno frekvenco, ki pa »zaradi pomanjkanja politične volje, dokler je za to bil čas« (Zaniuk 2016), ni bila uslišana. Okoli leta 1995 so se zopet pojavile resne iniciative po nacionalni frekvenci, »takrat je bilo tudi študentsko organiziranje še mnogo bolj naklonjeno RŠ in je razumelo njegovo pomembnost in namembnost« (Zaniuk 2016), kar pa »oblasti najbrž vseeno ni bilo v interesu« (Vrhovšek 2016). Danes je tako RŠ moč poslušati v ljubljanski kotlini na 89,3 MHz, povsod drugod pa prek spleta na www.radiostudent.si in mobilne aplikacije.

Nekoliko kasneje, leta 2007, pa je po Zakonu o medijih Republike Slovenije RŠ-u kot študentskemu radijskemu programu, ki ga ustvarjajo in razširjajo predvsem študentje in je namenjen študentski javnosti ter zadovoljevanju njihovih izobraževalnih, znanstvenih, strokovnih, umetniških, kulturnih in drugih potreb, Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije dodelila status programa posebnega pomena.

Programom s statusom programa posebnega pomena so za razvijanje in sofinanciranje programskih vsebin zagotovljena sredstva v okviru proračunskih sredstev za medije. Poleg tega jim morajo operaterji omogočiti neodplačno razširjanje, če za to obstajajo tehnične možnosti, in sicer tako, da so dostopni vsem uporabnikom njihovih storitev. Programi s statusom programa posebnega pomena imajo določene prednosti tudi na javnih razpisih za dodelitev radijskih frekvenc za opravljanje radiodifuzije. Status programa posebnega pomena imajo po Zakonu o medijih vsi radijski in televizijski programi javnega zavoda RTV Slovenija, poleg njih pa lahko status pridobijo tudi lokalni, regionalni, študentski in nepridobitni radijski ali televizijski programi, če izpolnjujejo posebne pogoje (Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije 2014).

Zaniuk pridobitev statusa programa posebnega pomena vidi kot priznanje, ki RŠ postavlja v polje javnega interesa in mu kot takšnemu tudi nekoliko pomaga pri prijavi na javne razpise in javno razpisane medijske projekte (Zaniuk 2016), pa čeprav RŠ kot medij presega status posebnega pomena kot študentski radio. »RŠ nikoli ni bil zgolj študentski radio, vedno je deloval širše« (Kandare 2016), ki RŠ vidi kot »javni alternativni medij, pri katerem alternativnost tudi zaradi pozicije javnega medija ne pojenja. Vselej je čutiti nekaj upornišтва, drugačnih pogledov in nekomercialnega delovanja, saj se že od nastanka pa vse do danes zavzema za enaka stališča, ki presegajo zgolj študentsko organiziranje in študentske problematike« (Kandare 2016).

4.3.3 Progresivnost v času in prostoru

Vsak alternativni medij je tesno umeščen v družbo, v kateri nastaja, in v njeno evolucijo, zato moramo biti pri vsakršni konkretni umestitvi pazljivi tudi na družbene in politične okoliščine, v katerih se medij pojavlja (Fuchs 2010, 183; Ranković 2008, 131). RŠ je neposredni produkt študentskih demonstracij leta 1968 v študentskem naselju v Rožni dolini. 9. maja 1969 so bili v neskončnost radijskega etra – iz po pripovedovanju preživelih vlažne kleti bloka VIII študentskega naselja v Rožni dolini – prvič odposlani valovi Radia Študent.

Študentsko gibanje v Sloveniji je bilo tako kot tudi študentska gibanja po vsem svetu odziv na protislovja in konflikte v družbi. Ti so bili v večini posledica gospodarske reforme iz leta 1965, ki je posredno zajela tudi področje izobraževanja in se je kazala v samem izobraževalnem procesu. Glavne zahteve študentov so bile, da mora študij omogočati vsestranski razvoj mladih v osvobodjene in revolucionarne posameznike; samoupravna demokracija in sodelovanje študentov ter pedagogov pri vseh študijskih zadevah in zahteva po razvoju družbenokritične znanosti. To je bilo tudi okvirno ozadje za nastop študentskega gibanja, ki je akcijski vrhunec doseglo z zborovanjem študentov v študentskem naselju Rožna dolina 6. junija 1968. »Študentsko gibanje, tudi v Jugoslaviji, je imelo temeljno izhodišče, da mora biti študent zaradi svojega neodvisnega statusa, socialnega in kritičnega mišljenja pravzaprav dejaven. Politični sistem mu tega ne omogoča, to mesto si mora izboriti« (Koželj v Gačič 2009). Ker tedanji mediji niso dovolj dobro pokrivali zahtev študentov, so imeli ti po besedah prvega direktorja RŠ Jožeta Šlandra »interes, da s svojo radijsko postajo dosežejo več ljudi« (Šlander v Gačič 2009). Prvi odgovorni urednik RŠ Ludvik Škoberne se spominja, da je ustanovitev Radia Študent pravzaprav predlagal Stane Dolanc, drugi mož Zveze komunistov

Jugoslavije (Škoberne v Gačič 2009), ali, kot se izrazi nekdanji sodelavec RŠ Ali Žerdin, »anekdota je ta, da je tovariš Stane Dolanc takrat ocenil, da je študentska populacija nekoliko zavedena, kar se informacij tiče, in da ne ve, kaj početi v svojem prostem času. Zaradi tega je tovariš Dolanc študentski populaciji takrat namenil mini golf igrišče v študentskem naselju in Radio Študent, ki bo okrepil zavest študentske populacije« (Žerdin 2013, 24. oktober). In tako se je vse skupaj pričelo. Najprej s pionirskimi tremi urami dnevnega programa, ki so se do danes, slabih 50 let kasneje, razrasle v sedemnajst ur dnevnega programa, ki nastajajo izpod prstov in ust več kot 200 rednih sodelavcev, ki še danes, tako kot generacije pred njimi, programskih vsebin ne sooblikujejo zaradi zaslužka, pač pa zaradi hrbtenice, pokončne drže kritičnega uma, kreativnosti in zabave, svobode govora in avtoritete argumenta, priznavanja različnosti ter resnice in pravice, kot je bilo zapisano v zborniku ob 40. obletnici delovanja RŠ leta 2009.

V času in okolju je RŠ »najvidnejše vloge odigral konec šestdesetih s svojim nastankom kot posledica prvih uradno izraženih nezadovoljstev z demonstracijami. Leta 1972 se je zgodila zasedba Filozofske fakultete v Ljubljani, ko je RŠ že bil vzpostavljen kot glasnik gibanja, ki je zasedlo fakulteto«, ključno vlogo pa je odigral tudi v osemdesetih, »v procesih demokratizacije družbe, ko je dajal glas posameznikom, skupinam, organizacijam, institucijam, gibanjem in iniciativam, ki so si sploh drznile oponirati takratnemu režimskemu razmišljanju« (Zaniuk 2016). Radijski *prime time*, če za hip posežem po klasičnem medijskem žargonu, je RŠ nedvomno dosegel »leta 1988, ko se je zgodila afera JBTZ, ko so bili Janša, Bavčar, Tasič in Zavrl obtoženi izdaje zaupnega vojaškega dokumenta, ki je bil objavljen v Mladini« (Zaniuk 2016). O procesu proti četverici so »režimski mediji bojkotirali poročanje, le RŠ in Mladina pa sta javnost obveščala o dogajanju na Roški. Takrat je celotna Ljubljana, ki je bila na območju dometa in slišnosti etra RŠ, poslušala RŠ, ker je edini nudil ažurne informacije, in po nekaterih ocenah naj bi bila poslušanost RŠ v tistem obdobju nekje okoli pol milijona poslušalcev« (Zaniuk 2016).

Poročanje o dogajanju na Roški je potekalo tako, da je eden izmed tričlanske poročevalske ekipe ves čas čuval telefonsko govornico na Roški, drugi je tekel gledat, kaj se dogaja, tretji pa je bil prisoten na protestih. Ko je tisti, ki je tekel od govornice, prišel na mesto protestov, je tisti, ki je opazoval dogajanje, krenil na pot do telefonske govornice. Ko je prispel do telefonske linije, se je tisti, ki je čuval govornico, odpravil na pot do protestnega dogajanja. Tako so se ves čas izmenjavali na teh položajih in se po telefonu

neprenehno javljali v eter RŠ. Tako o dogodkih pripovedujeta Ičo Vidmar in Ali Žerdin (Zaniuk 2016).

Ičo Vidmar tedanje tendence in delovanje strne v to, da »ravno zato, ker je bil RŠ svobodomiselna ustanova in ker je bil ključna ustanova, ki je ne samo s svobodomiselnim govorom in seveda protestnim govorom proti tedanjemu monopolu pomagal izboriti svobodo javne besede v Sloveniji že sredi osemdesetih let, ni čudnega, da je bil prvi pri pokrivanju dogodkov na Roški« (Vidmar v Gačić 2009). Igor Vidmar pa se takratne pomembnosti in »izjemne vloge, ki jo je odigral RŠ okrog procesa proti četverici in nastanka odbora za varstvo človekovih pravic«, spominja z grenkim priokusom, saj so takrat vsi vpleteni pričakovali, da bo RŠ dobil »vsedrjavno frekvenco in take stvari. Ta zgodba, to je pa tista, neke vrste travma in usodni spregled te liberalne scene iz sredine devetdesetih, ki je bila na oblasti« (Vidmar v Gačić 2009). Nekateri člani takratne in tudi kasnejših oblasti so svoj čas delovali tudi na RŠ, ki je bil in tudi bo »v določeni točki na premici časa vselej odvisen od nabora ljudi, ki v tistem času soustvarjajo RŠ« (Zaniuk 2016). Gregor Golobič svojo izkušnjo med letoma 1984 in 1986 ubesedi kot »ena anarhistično superorganizirana družba je bila to«, vsebinsko gledano »fokusirana, ni bilo svaštarjenja, ampak konceptualno zelo čista usmeritev [...] tisto, kar je me pri njem navdušilo, je, da je bila to ena takale zelo organizirana komuna, kjer se jo šlo biznis zares« (Golobič v Gačić 2009). Pavel Gantar, sodelavec med letoma 1974 in 1982, se spominja, da »vsi, ki so kaj dali na malo drugačen, malo bolj kritičen odnos do oblasti in so sprejemali hkrati novo glasbo, so seveda poslušali Radio Študent« (Gantar v Gačić 2009). »Pokrenili smo tisto, kar je bilo drugače, se pravi tisto, kar je uradna kultura zavračala ali se bala ali ignorirala,« pa pove Matjaž Hanžek, urednik za literaturo in kulturo med letoma 1971 in 1976. V dani politični klimi je RŠ zakrivil tudi nekaj malega odmevnejših afer. Ena takšnih se je zgodila leta 1975 ob Titovem obisku v ljubljanskem Litostroju³, v osemdesetih pa sta najbolj v kolektivni zavesti ostali *Nazi punk* afera⁴ in Vidmarjeva provokacija *Radio über alles* (glej Vidmar v Gačić 2009), ki se še danes občasno

³ »Ko je Tito prišel v ljubljanski Litostroj, sta Stane Sušnik in Tomo Pirc iz etra poklicala delavce tovarne ter jih povprašala, kaj je Tito počel med obiskom. Eden izmed delavcev je izjavil, da so šli med njegovim obiskom raje na pivo, o čemer sta se Sušnik in Pirc nato šalila v etru. Naslednji dan je prišel ultimat z opcijama »'ali ukinemo RŠ ali pa vidva odideta z RŠ' in sta odšla« (Tomažin 2016).

⁴ »RŠ je bil v osemdesetih glavni predstavljalec punk glasbe in je tovrstni žanr tudi izdatno predvajal v etru. V nekem trenutku so v Sloveniji in v Jugoslaviji nastali tudi fašistični punk bendi, ki jih RŠ seveda ni vrtel, a je vseeno v splošni zavesti prišlo do izkrivljanja percepcije in zasuka, da je punk glasba v osnovi nacistična glasba. Tako je medijska gonja zajela tudi RŠ, ki je bil velik promotor punk glasbe, a se je Igor Vidmar, takratni urednik GR, zagovarjal pred določenimi organi in objasnil, da punk v osnovi ni fašistoidna glasbena zvrst« (Tomažin 2016).

zavrti v etru. Jure Longyka, sodelavec med letoma 1985 in 1997, meni, da je bil RŠ »v osemdesetih verjetno najbolj politično aktiven v svoji zgodovini« (Longyka v Gačič 2009). »V zloglasnih osemdesetih«, kot se izrazi Kaluža, »je bil RŠ zaradi političnih okoliščin in direktne cenzure edini medij, ki si je političnost sploh lahko privoščil, in tudi izjema, ki je podajala informacije, ki jih drugje ni bilo moč dobiti« (Kaluža 2016). V devetdesetih se je ta moment izgubil, RŠ pa se je nekoliko redefiniral in postal »nosilec kontrakulture proti prevladujoči kulturi, ki se je začela oblikovati prek komercialnih medijev« (Kaluža 2016).

Posledice cenzure so neposredno vidne v fonotečni zbirki RŠ. V iskanju fonogramov so bili v prejšnjih desetletjih takratni sodelavci primorani hoditi onkraj meja skupne države in so določene posnetke tudi tihotapili nazaj v Jugoslavijo. »Nekateri vinili v fonoteki imajo prestrižene robove, kar pomeni, da so šli preko carine, svojevrstne cenzure, a so bili odobreni, saj so se vrteli v etru« (Tomažin 2016). Mnoge plošče pa so bile tudi zadržane in zavržene. Sicer je bilo »več ali manj vse, kar je prišlo v eter RŠ, zabeleženo. Nadzirati celoten medij, posebno radijski, je seveda težko, a je imela tedanja oblast ljudi, ki so se ukvarjali samo s tem« (Tomažin 2016).

Med osamosvojitveno vojno je RŠ oddajal brez premora. Špiker Boštjan Vrhovšek, ki je na RŠ aktiven še danes, se spominja prvega dneva vojne, ki ga je preživel v etru RŠ. »Ravno sem prebral uvodni tekst *Tolpe bumov*⁵, v kateri je bil recenziran album *Harmony Corruption* britanske težkometalske zasedbe *Napalm Death*, ko je počilo in se je stresel ves radio« (Vrhovšek 2016). Zgodila se je srestrelitev helikopterja, ki je strmoglavil v Rožni dolini, dobrih 600 metrov od prostorov RŠ. Prav s tem dogodkom je RŠ tudi začel oddajati štiriindvajseturni živi program. »Tisto noč smo vrteli celotne plošče in vmes posredovali informacije s terena, ki smo jih prejeli po telefonu od naših špikerjev in novinarjev, ki so bili takrat locirani tudi izven Ljubljane. Pričeli smo tudi prisluškovati odkodiranim komunikacijam vojske in policije. Ena izmed prvih žrtev vojne je namreč resnica« (Vrhovšek 2016). Med samo vojno je RŠ »pridobil veliko poslušalstva, to pa zato, ker je RTV v tem obdobju svoj glasbeni izbor zelo spremenil in so vrteli zgolj nekakšne žalostinke. RŠ je vrtel takšno glasbo kot prej. Imel sem nekaj prijateljev, ki so bili vpoklicani in so bili na barikadah v Ljubljani, ki so dejali, da poslušajo RŠ, ker ima edini normalno glasbo« (Vrhovšek 2016).

⁵ Osrednja recenzentska oddaja GR, na sporedu vsak dan ob 19. uri, osredotočena na aktualne izdaje tujih in domačih albumov, ki se jih v oddaji tudi v celoti poslušajo.

Kmalu po vojni se je RŠ znašel tudi na udaru nove oblasti, ki je »takoj želela obračunati z vsemi morebitnimi grožnjami, saj kdor je zmožen vreči eno oblast, je zmožen vreči tudi naslednjo« (Vrhovšek 2016). RŠ je prejšnjo oblast pomagal vreči že od samega začetka, že z ustanovitvijo. »S prihodom punka, torej nekega DIY (ang. *Do It Yourself*) upora, in s svobodno mislijo je RŠ konstantno potenciral svoj vpliv in poslanstvo« (Vrhovšek 2016). In ravno zaradi svobodne misli je na udaru še danes. »Najbolj nevarni so ljudje, ki razmišljajo« (Vrhovšek 2016). Po koncu vojne v Sloveniji je RŠ odigral tudi veliko vlogo pri informiranju javnosti o potekih preostalih balkanskih vojn. V času takratne begunske krize se je RŠ javno zavzemal za »osnovne civilnodružbene državljanske demokratične vrednote in tako odpiral pozitivne poglede in percepcije begunskega vala v tedaj dokaj fašistično nastrojeni javnosti, ki je bila proti beguncem iz nekdanjih bratskih republik. RŠ je opozarjal na pravico do človekovega dostojanstva in se boril proti nacionalizmu in rasizmu« (Zaniuk 2016).

RŠ še vedno udejanja slične pozive k bolj odprti in strpni družbi. Zaniuk izpostavlja problematiko izbrisanih, ki so denimo »svoj prostor najprej dobili na RŠ, kasneje pa tudi problematika delavcev migrantov« (Zaniuk 2016). Ena zadnjih tovrstnih pobud je bila že poprej omenjena *Proti militarizaciji!*, ki je tudi direktno nadaljevanje tradicije praks in stališč RŠ. Na ta način RŠ poizkuša »vzpostavljati ideje skupnostne participatorne demokracije in kazati na alternativne prakse, da obstaja tudi življenje onstran kapitalizma« (Zaniuk 2016), kar je skupno tudi domala vsem teorijam alternativnih medijev. »RŠ si vselej prizadeva in tudi deluje k odpiranju družbe, grajenju strpnosti, večji solidarnosti in manjši tekmovalnosti. Danes lahko tovrstno delovanje ocenjujemo kot progresivno« (Zaniuk 2016).

4.3.4 Romantična neolastninjenost in mehanizmi nadzora

Po osamosvojitvi je bila sprejeta nova medijska zakonodaja, ki je določala, da se morajo vsi mediji, z izjemo RTV Slovenija, na prehodu iz prejšnjega sistema v zdajšnjega lastninsko preoblikovati v osebe zasebnega prava, torej v privatna podjetja. Tako bi se po nekaterih interpretacijah te zakonodaje moral lastninsko preoblikovati tudi RŠ. »A se ni. Zato je kar dolgo časa veljalo, da je RŠ lastninjenje preživel neolastninjen« (Zaniuk 2016). V komentarju trenutne situacije Zaniuk tudi meni, da »se pri zavodu načeloma ne govori o lastništvu, ker je vse, kar zavod ima, v lasti zavoda. Načeloma imajo RŠ v lasti njegovi ustvarjalci. To bi lahko primerjali z marksistično doktrino, da morajo biti produkcijska sredstva v rokah tistih, ki jih proizvajajo, kar pa je v dani situaciji romantičen in naiven pogled« (Zaniuk 2016), kajti »RŠ

vseeno ima ustanovitelja in v grobem vulgarnem kapitalističnem smislu, kakor se ŠOU te dni obnaša s prodajo ustanoviteljskih pravic Hostla Celica (Lukič 2016, 7. julij), je jasno, da na ŠOU obstajajo sile, ki ustanoviteljstvo enačijo z lastništvom, čeprav je dejstvo tudi to, da je ŠOU, ki je bil ustanovljen šele leta 1991, RŠ kot starejšo institucijo podedoval« (Zaniuk 2016).

Nad delovanjem RŠ se seveda vrši tudi nadzor, ki ga Zaniuk razdeli na zunanji nadzor, ki ga lahko izvajajo »davčna uprava in slične institucije« (Zaniuk 2016), in na notranji nadzor. Ta se formalnopravno vrši na dveh nivojih: s strani ustanovitelja in s strani sveta zavoda kot skupnega organa ustanovitelja in zavoda.

Svet kot organ upravljanja zavoda RŠ ima 7 (sedem) članov, izmed katerih dva opravljata funkciji predsednika oziroma podpredsednika Sveta
(Akt o ustanovitvi Zavoda Radio Študent, 18. čl.).

Svet sestavljajo: dva predstavnika ŠOU v Ljubljani kot predstavnika ustanovitelja, in sicer direktor ŠOU v Ljubljani in predstavnik ŠOU v Ljubljani, ki ga imenuje izvršni organ ŠOU v Ljubljani; predstavnik uporabnikov, ki ga imenuje izvršni organ ŠOU v Ljubljani; predstavnik strokovne javnosti, ki zagotavlja neposredni vpliv javnosti na delovanje zavoda RŠ, ki ga imenuje Svet Zavoda; trije predstavniki zavoda RŠ, od katerih je eden predstavnik delavcev, eden predstavnik redakcij ter eden predstavnik služb
(Akt o ustanovitvi Zavoda Radio Študent, 19. čl.).

Trenutno je predstavnik zainteresirane strokovne javnosti, ki naj bi bil nevtralen, torej ni ne član ŠOU ne RŠ, a vseeno navadno pri opredeljevanju in odločanju potegne s predstavniki RŠ (Zaniuk 2016), Rajko Muršič, pred njim pa sta bila to Jože Vogrinc in Rastko Močnik. Z gledišča nadzora RŠ do neke mere sovпада s teorijo alternativnih medijev (Atton 2002), ki predvideva, da se mora nadzor vršiti s strani državljanov in ne trga, ter teorijo skupnostnih medijev (Jankowski 2003), ki predpostavlja nadzor s strani članov skupnosti, lokalnih oblasti in v skupnost vpetih organizacij. Glede lastništva pa je konkretna situacija RŠ vprašljiva prav zaradi dvoličnosti interpretacij pojma lastništva s strani RŠ in ŠOU.

4.3.5 Pretočna hierarhija in (ne)demokracija procesov (so)odločanja

Organizacijsko in strukturno gledano RŠ deluje na dveh ravneh: uredniški in poslovni. Na uredniški ravni sodelavci ustvarjajo znotraj petih redakcij – aktualnopolitične redakcije (v nadaljevanju APR), glasbene redakcije (v nadaljevanju GR), univerzitetne redakcije (v nadaljevanju UR), znanstvene redakcije (ZR) in redakcije za kulturo in humanistične vede (v nadaljevanju RKHV) – ter ob podpori službe za napovedovanje (v nadaljevanju SZN), torej špikerjev, in tehnične službe (v nadaljevanju TTRŠ), torej tonskih tehnikov, ki skrbijo za tehnično izvedbo v radijskem etru in za zvočno produkcijo. Vsaka izmed petih redakcij ima svojega področnega urednika, službi pa svoji vodji. Na tej ravni obstajata še dve specializirani poziciji, in sicer vodja izvedbe programa (v nadaljevanju VOIP) ter fonotekar, ki mora biti tudi član GR. Nadzor, pristojnosti in odgovornost za vse dele uredniške ravni nosi odgovorni urednik, čigar mandat traja dve leti, ob ponovni kandidaturi in izvolitvi največ štiri. Za mesto odgovornega urednika se objavi javni razpis, volitve, ki se jim »po aktu o ustanovitvi Zavoda RŠ reče izražanje podpore, saj gre za izražanje mnenja, ki je obvezujoče za svet zavoda« (Zaniuk 2016), pa so interne, torej imajo volilno pravico le redni sodelavci RŠ, ki delujejo v posameznih uredništvih. Za področne urednike redakcij in vodjo SZN se sodelavci posamezne redakcije odločajo znotraj svoje redakcije, od koder izhajajo tudi kandidati. Tudi mandati področnih urednikov in vodje SZN so dvoletni z opcijo ene ponovitve. Naslednika VOIP določa odgovorni urednik, fonotekarja pa urednik GR. Vodjo TTRŠ zaradi večjih pristojnosti in ključnosti vselej delujoče tehnične kapacitete RŠ določi direktor zavoda.

Na poslovni ravni ima RŠ tri službe in direktorja zavoda, ki je odgovoren tako za poslovno kot tudi uredniško raven. Na tej ravni delujejo marketing Radia Študent (v nadaljevanju MRŠ), projektna pisarna in finančnik. Vodjo MRŠ in projektne pisarne ter finančnika določa in potrjuje direktor. Mandat direktorja traja pet let. Najprej je objavljen javni razpis za mesto direktorja Zavoda RŠ. Med prispelimi prijavi svet zavoda izbere najbolj primerne kandidata, ki ga mora kasneje dokončno potrditi tudi ustanovitelj, torej ŠOU v Ljubljani.

V večini teorij alternativnih medijih avtorji predpostavljajo nehierarhično, linearno notranjo ureditev (Atton 2002; Atton 2009; Traber 1985; Rodriguez 2001; Jankowski 2001; Downing 2001; Pajnik 2010; Curran in Couldry 2003), hierarhično strukturo zagovarja zgolj Fuchs v teoriji kritičnih medijev (Fuchs 2010). RŠ hierarhijo pozna in jo tudi ima. »Ko enkrat nastopaš kot pravna oseba v plačilnem prometu, ko enkrat nastopaš kot medij po Zakonu o medijih, ki mora imeti strukture, ki nosijo odgovornost in so primorane odgovarjati« (Zaniuk

2016). Kaluža nadaljuje, da ima RŠ »pretočno hierarhijo, saj ima v pravilniku zapisano sistematično cikličnost zasedanja položajev. Ljudje na položajih se morajo menjati, mandat urednikov traja dve leti, direktorja pa pet let« (Kaluža 2016). Zaniuk razloge za hierarhijo vidi v tem, da je »normativno legalno pravno formalno okolje takšno, da je o čisti horizontalni strukturi težko govoriti« (Zaniuk 2016), a dodaja, da je dejstvo, »da ima RŠ mnogo varovalk, ki horizontalno demokracijo vseeno upoštevajo, vpeljujejo in obvezujejo. Ena takšnih varovalk je recimo ta, da nihče, ki nima večinske podpore v svoji matični redakciji ali službi, ne more biti imenovan za urednika redakcije, torej področnega urednika ali vodjo službe« (Zaniuk 2016), s čimer se po njegovem mnenju tudi formalnopravno zagotavlja dejanski horizontalni vpliv. Tomažin se strinja, da RŠ nima horizontalne organizacije dela, razloge pa vidi povsem na ravni izvedbe vsebin in forme. »Če želiš zapolniti eter na način, kot se to počne na RŠ, torej, da ima ob točno določenih urah točno določene vsebine, moraš imeti tudi ljudi, ki vse to organizirajo. RŠ ima jasno in točno določene programske sheme, ki jih tudi izvaja. Horizontala se prej kot na logistični ravni, ki je zelo dobro strukturirana, dogaja na vsebinski ravni, dopuščanja so bolj na tem področju« (Tomažin 2016). Tudi Kaluža seveda priznava hierarhijo in meni »medij je lahko alternativen in obenem hierarhičen. V primeru RŠ se alternativnost kaže predvsem na ravni vsebine« (Kaluža 2016). Waltz (2005) denimo trdi, da je »za alternativne medije značilno, da operirajo na načine, ki motivirajo njihove producente« (Waltz v Primc 2012), s čimer se strinja tudi Kaluža, saj »sodelavci na RŠ ne delajo zaradi denarja, zato jih uredništvo nima pod finančno kontrolo. Predpogoj za njihovo delo je veselje do ustvarjanja, zato jih mora uredništvo upoštevati pri njihovih željah in mnenjih. Hierarhičnost na RŠ je drugačna kot v drugih medijih, saj RŠ funkcioniira na ravni predlogov« (Kaluža 2016). Formalno RŠ torej je hierarhičen, a v praksi se kaže tudi linearnost. Ta se poleg vsebinske ravni kaže tudi v procesih skupnega odločanja o zadevah, ki zadevajo celotni radio, torej tudi celotni kolektiv.

Samo delovanje in odločanje na RŠ je ločeno na poslovno in uredniško raven. »Obe se tičeta vseh sodelavcev, zato se jih povpraša za mnenje ali izkušnje. Z gledišča poslovnih pristojnosti je RŠ zavod, ki ima direktorja, ki odgovarja, in ima odgovornega urednika, ki odgovarja. Princip odločanja je zato v veliki meri odvisen od tega, koliko sta ti dve funkciji pripravljeni na širši proces, v katerega se vključi več mnenj ali celoten kolektiv« (Zaniuk 2016). Vsak sodelavec torej lahko poda predlog, ampak, kot izpostavlja Kaluža, »ni odgovoren, torej se od njega ne pričakuje, da bo prevzel odgovornost« (Kaluža 2016). Ker sodelavci z izražanjem svojih mnenj, kritik ali predlogov ničesar ne tvegajo in ne prevzemajo nobene odgovornosti

za svoja dejanja, imajo tudi večjo svobodo povedati svoje mnenje. »To, da ti sodelavci zaupajo, kaj si mislijo, kaj je narobe in kaj bi lahko bilo bolje, je nujno potrebno in obenem dobro, saj je prav to tudi pogoj napredka« (Kaluža 2016), ki si tudi prizadeva, da bi bilo tovrstnih srečanj uredništva in kolektiva še več. A konec koncev morajo odločitve sprejemati tisti, ki bodo po potrebi primorani zanje tudi odgovarjati, in »ker je odgovornost na strani uredništva, ima zato tudi nekaj več pravic pri soodločanju. Na RŠ ne gre za totalno neposredno demokracijo, je pa zelo neposreden odnos med uredništvom in sodelavci. Komentarji in volja sodelavcev se jemljejo zelo resno« (Kaluža 2016). Uredništvo in kolektiv torej v praksi nista ločena. Sedaj so sestanki uredništva in kolektiva, na katerih je prisotno tudi vodstvo, sklicani ob večjih dogodkih, ki vplivajo ali bi lahko vplivali na vse sodelavce RŠ. Odvijajo se ob bolj izrednih priložnostih, potekajo pa v veliki sobi na RŠ, katere kapaciteta je nekje okoli 100 oseb in ki je nekoč služila kot novinarski »desk«, danes pa je namenjena skupinskemu sestankovanju, predstavitvi kandidatov za odgovornega urednika, večjim predavanjem, zabavam, tematskim večerom ali pa igranju namiznega tenisa. A vselej ko se na takšnih sestankih zbere večje število sodelavcev, sogovornici opažata tudi nekatere težave skupinske dinamike kolektiva RŠ. »Procesi soodločanja so na RŠ demokratični za tiste, ki si upajo stopiti v ospredje, izraziti svoj glas, dejansko pa se lahko tiranija večine dogaja tudi za nekim na videz zelo kultiviranim dialogom. Kdo se občasno počuti zapostavljen, vršijo se subtilni načini pritiska, ki so prisotni, prihaja do formacij statusov posameznikov znotraj kolektiva, bodisi glede na staž ali pa na sam ugled in prezenco posameznika« (Kandare 2016). Mlajša sodelavka se strinja in dodaja, da se »hierarhija kaže tudi na relaciji med starejšimi in mlajšimi sodelavci, saj si nekateri starejši sodelavci na sestankih kolektiva radi vzamejo več prostora in več glasu ter s svojo artikuliranostjo in večščino nastopanja preostalim članom preprosto vzamejo pogum, da bi se izpostavili in izrazili svoje mnenje« (Otošec 2016). Kandare del problema pripisuje temu, da so »procesi soodločanja premalo vodeni, premalo nadzorovani in preveč prepuščeni nekakšnemu prostemu toku« (Kandare 2016). Tu se kaže tendenca, da se na RŠ »demokratičnost jemlje za samoumevno« (Kandare 2016), kar je nekako tudi zapisano v zavesti organizacije in kolektiva, a v resnici v praksi včasih ni povsem tako. V nasprotju z uredniško ravno in njeno linearno, demokratično usmerjenostjo se poslovne funkcije ne ravna po tem načelu. »Vodje služb, torej marketinga, projektne pisarne in tudi direktor, se o bodočih bolj poslovno naravnanih odločitvah seveda posvetujejo s svojimi sodelavci, a se na koncu odločajo same in za odločitve tudi odgovarjajo« (Kandare 2016).

4.3.6 Vsebinska heterogenost in zapovedi raziskovanja glasbene alternative

Hierarhije je mnogo manj na vsebinski ravni, kjer premislek o tematikah in sami vsebini, ki jo obravnava RŠ, nastaja s soodločanjem znotraj uredništva in znotraj posamezne redakcije. Odgovorni urednik in področni uredniki sicer imajo okviren načrt dela in vsebinske plane, a so ti zelo odprti za iniciative sodelavcev. »Uredništvo si lahko zaželi neke usmeritve pozornosti, a mnogokrat želja vznikne med sodelavci, ki jih uredništvo seveda ne omejuje, ampak podpira. Kot urednik imaš seveda tudi nekako v mislih, kaj bi sodelavci želeli pokrivati, in jih nato spodbujaš na področja, ki jih želijo pokrivati« (Kaluža 2016). Pri določanju agende in stila obravnavanja vsebin RŠ ostaja zvest izročilu prejšnjih generacij, ki ga ponotranjajo tudi aktivni sodelavci, in se tako drži nekakšnih zanj tradicionalnih vsebinskih pristopov. »V osnovi je bil RŠ vedno glasnik progresivnih sil na vseh družbenih področjih, ki so v širši družbi, ki potrebuje več časa za odziv, vsaj na začetku spregledane« (Zaniuk 2016). Sicer je sama vsebina, ki jo kreira RŠ, kompleksna in preveč raznovrstna ter preširoka, da bi jo lahko opisovali skupno. A vseeno sta osnovna kriterija »njena kvaliteta in neprepoznavnost« (Zaniuk 2016), vsebina si mora torej obravnavo zaslužiti. »Gre za raziskovalno delo, torej spremljanje celotne družbe, in reagiranje na dogajanje. Novinarji RŠ so v stiku z ljudmi, sceno, sindikati, ipd. in tako pridobivajo informacije o problematikah, ki bi jih bilo treba izpostavljati« (Tomažin 2016). RŠ že od svojih začetkov tudi prestopa meje nevtralnega medija z načinom poročanja in z izbiro tematik. »Bistveno za to, kako na RŠ medijsko delujemo, je to, da imamo vedno v ozadju že politični aktivizem. Ko gremo na teren se pogovarjat z ljudmi, nikoli ne gremo z neko nevtralno pozicijo, ampak vedno že izbiramo to pozicijo, imamo neko politično ozadje« (Zadnikar v Gačić 2009), prav »upoštevanje izhodišča, motivacije za nastanek radikalnega novinarskega besedila« pa je tudi »ključno za presojanje alternativne medijske vsebine« (Pajnik 2010, 45). RŠ sam ustvarja in objavlja vsebine, ki jih v drugih domačih medijih ni moč zaslediti, s čimer deluje tudi v skladu s teorijami alternativnih medijev (Atton 2002; Downing 2003; Rodriguez 2001). Občasno se, ko to narekuje situacija, posluži tudi pristopa »naše novice, ne njihove« (Atton 2003a), ki so sicer značilne za medije družbenih gibanj in uporniških vsebin radikalnih medijev (Downing 2003). Na vprašanje, ali bi morale biti tovrstne vsebine še več, se Zaniuk izreče, da »glede na sedanje stanje programske sheme RŠ proizvaja dovolj takšnih vsebin, včasih celo preveč. Na trenutke deluje zasičen s temami lastne inercije in produkcije, saj je vseeno omejen z danostmi poslušljivega programa in radijskega etra. A vselej najbrž nehote tudi kakšno takšnih tematik spregleda« (Zaniuk 2016). Kaluža si želi, da bi bilo tovrstnih vsebin vseeno

več: »RŠ je dober v tem. A problem je, da moraš biti dobro informiran, vselej v centru dogajanja, glede česar se sicer trudimo. Tu je prednost, ki jo ima RŠ, uredniška odprtost in množičnost sodelavcev, ki so vpleteni v različne stvari, nima pa finančnih zmožnosti, da bi lahko bil dejansko najboljši v raziskovalnem novinarstvu in terenskem poročanju« (Kaluža 2016). Splošni vtis je, da je vsebina, ki jo producira RŠ, tudi v veliki meri kritična vsebina (Fuchs 2010), torej že ustvarjena s kritično podnoto in »obdelovana na kritičen način« (Tomažin 2016). »Kritična drža je razpoznavna že v načinu, slogu pisanja prispevkov. Tudi v novičarskih prispevkih, ki niso narejeni na način novinarske objektivnosti predstavljanja mnenj« (Kaluža 2016). Glede same objektivnosti medijev Zaniuk pomenljivo pripomni, da »objektiven medij ne obstaja. To je floskula, kot so tudi človekove pravice« (Zaniuk v Gačič 2009). Kandare vsebino vidi kot »zelo kritično, saj je že pisana z namenom kritike in vselej odslikava upornišvo, alternativo« (Kandare 2016), Zaniuk pa je tudi pri tem nekoliko zadržan, saj je »kritičnost sama po sebi zopet nek konstrukt. Kritičnost v vsebini RŠ razumem kot zavzemanje stališča« (Zaniuk 2016).

RŠ ima nekakšen »lasten novinarski etos, ki se je skozi desetletja RŠ vsekakor vzpostavil in prenašal naprej« (Zaniuk 2016) in »v nekih osnovnih humanističnih načelih ostaja nespremenjen, obenem pa se vedno znova sooblikuje in se razvija naprej ter se spreminja v korelaciji s širšimi družbenimi dogajanjmi, tako kot so se skozi zgodovinska obdobja spreminjali fokusi RŠ, glede na to, kaj je bilo tisto, kar se je v danem obdobju zdelo najbolj pomembno takratni večini uredništva« (Zaniuk 2016). Uredništvo tudi danes »ves čas debatira o samih načelih produciranja vsebin in stremi k izboljšavam, tako kot tudi lastnem prepoznavnem stilu novinarskega delovanja, ki ga poleg kritičnosti zaznamujeta tudi neodvisnost in skrb za zapostavljene« (Kandare 2016). Glede na splošno banalizacijo radijskega medijskega prostora, v katerem je kompleksnejših vsebin čedalje manj, bi lahko rekli, da je značilnost stila RŠ tudi to, da čeprav naj bi radijski medij zaradi povsem slušnega koda in zato večjega tveganja semantičnega šuma (Crisell 1994) veljal za neprijaznega daljšim, zahtevnejšim, kompleksnejšim besedilom, RŠ pri ohranjanju tovrstnih formatov vseeno vztraja (Zaniuk 2016). Tako je že od osemdesetih dalje zelo močna teoretska veja, torej proizvodnja tekstov, ki so že v sami osnovi prezahtevni za običajno poslušanje radia. »RŠ poizkuša iti tako na polju glasbe kot tudi teorije en korak dlje, da poslušalca izobražuje tudi prek zahtevnejših vsebin« (Tomažin 2016). Kaluža na etos gleda tudi kot na »ideal profesionalnosti, ki ga RŠ ne dosega vedno, ker je le tudi izobraževalna institucija. Napake se dogajajo in se tudi bojo. A vendar goji novinarsko profesionalnost v pomenu, da avtorji stojijo

za svojimi vsebinami, ki so tudi ustrezno argumentirane« (Kaluža 2016), glede same stopnje profesionalnosti, ki jo ali pa je ne dosega RŠ, in tudi o prisotnosti klasičnih, profesionalnih novinarskih standardov in praks pa meni, da »v nekaterih zadevah, predvsem v vsebini, je RŠ celo bolj profesionalen kot nekateri drugi mediji. Novinarji se bolj poglobijo v tematiko, gredo globlje in nikakor ne ostajajo površinski. Dogajajo pa se nekatere tehnične napake«, kot denimo slabo porezane zvočne izjave, slovnične napake, napačne izgovarjave, »ki so posledica mladosti avtorjev in kolektiva ter ne povsem profesionalnega delovnega okolja« (Kaluža 2016). Tomažin se strinja, da je »na vsebinskem nivoju profesionalnost zelo visoka« in da so »avtorji zelo podkovani na področjih, ki jih predstavljajo, predvsem pa niso pristranski, ko to ni potrebno« (Tomažin 2016). Nekoliko nižjo stopnjo profesionalnosti pa vidi na strani logistike in tehnike, ki pa sta seveda v primerjavi z vsebino močnejše pogojeni s financami. »Na RŠ so novinarske prakse načeloma bolj mejne. RŠ je dober v kreiranju poglobljenih komentarjev, analiz dogajanja ter akademskih, filozofskih, socioloških in antropoloških diskurzov. Pri produkciji novičarskih žanrov, kjer je na prvem mestu ažurnost, pa je RŠ dokaj slab«, saj APR, ki ima glede same ažurnosti najpomembnejšo vlogo, »ne dosega standarda ažurnosti« (Kandare 2016), ki pripada radiu kot zelo hitro odzivnemu mediju (Crisell 1994), »GR pa je po drugi strani zelo aktualna in ažurna pri umeščanju glasbenih novitet v eter« (Kandare 2016). Ena specifična RŠ je torej ta, da nanj »zelo hitro pridejo glasbene novitete. Ker je glasba, distribuirana prek spleta, sorazmerno lahko dostopna, se lahko to zgodi tudi v roku parih ur od same izdaje, kar pri nekaterih drugih večjih in organizacijsko bolj rigidnih medijih traja mnogo dalj časa« (Tomažin 2016).

Ker le govorimo o radiu, ki ga že po naravi medija glasba v vsakem primeru zaznamuje na ključen način (Pucelj 2016), veliko težo programa in tudi same prepoznavnosti RŠ nosi prav glasba. Zato sem za konkretnější prikaz procesov kreacije in selekcije vsebine izbral glasbeno redakcijo RŠ in njeno glasbeno politiko, ki se skozi leta stalno izoblikuje in katere evolucijo glasbeni urednik Žiga Pucelj opisuje kot »kombinacijo tradicije preteklih praks glasbene politike prek urednikovanja in doprinosov glasbenih sodelavcev in aktualizacijo s trenutno zasedbo sodelavcev GR, ki vsak s svojim znanjem, izkušnjami in delom doprinaša novo vsebino« oziroma z drugimi besedami, da gre za »kombinacijo tega, kako se RŠ reprezentira v določenem trenutku v času in kakšen odnos vzpostavlja do lastne preteklosti« (Pucelj 2016). Glasbena politika se tako ustvarja znotraj celotne GR, zato je politika »dokaj plastična, nihče ne bo rekel, da nekaj ne sodi v glasbeni nabor, ni jasne cenzure in izključevanja, pač pa se o glasbi pogovarja in sklepa konsenze« (Tomažin 2016). Sodelavci GR imajo notranjo, morda

tudi privzgojeno idejo o tem, kaj naj se vrti, ki bazira na podpiranju alternativnih prostorov in žanrsko raznolikih alternativnih glasb. Obenem pa lahko, predvsem z namenom izobraževanja poslušalstva, svoje mesto v etru RŠ najdejo tudi kvalitetne, estetske komercialne produkcijske novosti, od katerih se pričakuje razvoj novih glasbenih tokov. Vsebinske usmeritve glasbene politike Zagoričnik opiše, da »zvočna kulisa Radia Študent odraža in predstavlja konglomerat aktualnih struj na glasbeni sceni«, torej »predvaja vsebine, ki jih ni mogoče zaznati na drugih radijskih postajah pri nas [...] in predstavlja glasbe, ki so drugod mogoče že afirmirane v nekem širšem *mainstream* polju, pri nas jih pa praktično ni spričo nekega abotnega stanja v medijih in katastrofalnega stanja pri ponudbi glasbe« (Zagoričnik v Gačič 2009). Tomažin oriše tudi lokalno usmerjenost, saj se RŠ »predvsem ukvarja s slovensko in tudi regionalno balkansko alternativno sceno, ki ne najde poti na bodisi nacionalne medije bodisi na komercialne medije, zato vsak član GR išče nove izvajalce in glasbene zvrsti, ki se drugje ne bodo predstavile, RŠ pa daje podporo ravno takšnim raziskovanjem alternativnega prostora« (Tomažin 2016), ki ga je izjemno težko zamejiti oziroma bi se lahko zamejil zgolj na negativen način. »RŠ se zadnja leta pomika iz nekega negativnega zamejevanja tega, kar v glasbenem smislu predstavlja, in skuša biti inkluziven, po drugi strani pa ves čas vztraja, da to vključevanje izpelje na kritičen način, z vključeno lastno refleksijo« (Pucelj 2016). Kvaliteto samorefleksije avtorja, ki deluje v GR ali kje drugje na RŠ, je seveda moč prepriševati, a vsi mlajši avtorji si po mnenju sogovorcev ravno z delom na RŠ ostrijo svojo samorefleksijo. Glasbena politika RŠ deluje tako, da »ni eksplicitno določeno in zamejeno, kaj lahko pride v eter in kaj ne. Včasih je bilo drugače, saj elektronska glasba ni imela prostora v etru RŠ, danes pa se glasba izbira predvsem po kontekstualnem razmisleku o glasbi, torej o njenem poreklu, sporočilnosti, načinu produkcije in estetskih kriterijih« (Tomažin 2016). Kot konkreten primer notorične pretekle prakse, ki je še danes do neke mere prisotna v glavah sodelavcev, Kompoš navede *grunge* zasedbo *Nirvana*, ki se je »zelo pogosto vrtela na RŠ, vse do plošče *Nevermind*, s katero je zasedba postala popularna. Potem se je nekaj časa sploh ni vrtelo« (Kompoš 2016). Danes se zopet vrti. »RŠ vedno sledi času in po nekem lastnem instinktu, ki je kolektivni instinkt oziroma ki se tvori skozi kolektiv, ki se nenehno spreminja, predvaja tisto, za kar meni, da je kvalitetno in zanimivo. Obenem pa ne pozablja tudi na tradicije, skozi katere se je proslavil v preteklih letih« (Tomažin 2016).

Moja intuitivna teza je, da RŠ pušča za sabo politično držo, ki ga je determinirala v prejšnjih desetletjih, in del te opozicijske države je bila tudi glasba, ki je držala določeno distanco do obrazcev, bodisi zvočnih bodisi ideoloških. Danes ta opozicijska drža ni več

določujoča za glasbo, tako da je RŠ kot tak nekoliko bolj inkluziven, kot je bil njega dni. Poslužil se je določene postmoderne paradigme, v kateri so zvočni artefakti ločeni od svojega političnega, konkretnega materialnega konteksta (Zorman 2016).

Zorman poudari tudi simbiozo medija in lokalnega okolja, saj meni, da je glasbena politika RŠ »v veliki meri odvisna tudi od aktivnosti, ki se dogajajo ali ne dogajajo na domači alternativni glasbeni sceni. RŠ je podporna služba snovanjem slovenskih glasbenikov in kot tak tudi sooblikuje alternativno glasbeno krajino, hkrati pa mu krajina vrača glasbeno sliko« (Zorman 2016). Povsem konkretno delovanje v smeri razvoja domače alternativne glasbene scene RŠ kaže prav z delovanjem lastne glasbene založbe (ZARŠ), pri kateri dobijo mesto domači izvajalci, ki zadostijo »kriterijem svežine in kvalitete, medtem ko žanrskih omejitev ni« (Tomažin 2016). Istočasno pa je glasbena politika tudi zazrta v svet in tako vezana na konstelacijo zelo široke in zelo difuzne, zamazane alternativne robne glasbe in novih silnic svetovnih medijev, ki določajo, katere zvrsti priplavajo na površje in se tudi kasneje pojavijo na RŠ (Zorman 2016).

4.3.7 Kakofonično sozvočje etra in spletno mesto kot odgovor na anahronizem

Tudi s formo je RŠ zavezan kreativnosti in drugačnosti. Eter RŠ navsezadnje odslikava vse delovne in produkcijske procese ter poglede in motivacije ustvarjalcev medija, ki se v etru srečajo, prepletejo in kontekstualizirajo. Radio je slepi medij, saj ga sestavljata le zvok in tišina. Prav slepota radia je poziv poslušalcu, da si s svojo domišljijo sliko ustvari sam. Zvok mu lahko sugerira in mu pomaga z detajli, slika pa je samo poslušalčeva. In kolikor je ljudi, toliko je različnih slik (Crisell 1994). Zaniuk skupno sliko vidi kot »zvočni fenomen, prostor svobode, odgovornosti in kreativnosti« (Zaniuk 2016), Kandare meni, da eter krasijo »inovativnost, drznost in sproščenost«, da je »na trenutke tudi grob in robot, kar je v skladu z modelom upornika, ki ga RŠ vleče za sabo že od samega nastanka, a ima vselej stil v podajanju vsebin« (Kandare 2016). Kaluža ga opiše kot »nepredvidljiv, včasih čudaški, zelo avtonomen, samoiniciativen, heterogen, poln vsebin, trdno določen v smislu terminov, včasih celo malo zasičen« (Kaluža 2016). Otorepec podobno navaja, da je »zaradi občasne prenasíčenosti programa umetniškega vložka v samo produkcijo etra premalo«, sicer pa ga opisuje kot »dinamičen, zelo zvočen, eksperimentalen in zajebantski, kar se kaže predvsem z miksanjem *jinglov* v komade in špikerskimi vpadi« (Otorepec 2016). Ena značilnosti je tudi, da ne zveni popolno, saj se tudi v etru RŠ izvaja izobraževalna funkcija. »V njem poteka

nenehen proces izobraževanja. Napake se pojavljajo in se vedno bodo« (Kandare 2016). Producenti se strinjajo, da največjo prepoznavnost etru daje glasba, ki »s spremljanjem sodobnih glasbenih tokov in vzpostavitvijo žanrske heterogenosti že s samim kontramainstreamovskim izborom glasbe, torej skozi abstraktno idejo izbire, podaja tudi nekakšen družbeni komentar« (Tomažin 2016). Seveda ne gre zanemarjati tudi prodornih družbenokritičnih prispevkov preostalih redakcij. »Pomembna funkcija RŠ je kritiško vrednotenje tekoče kulturne produkcije, ker se prostor, namenjen tem delovanjem v drugih medijih, zmanjšuje, in pa politično aktivistično novinarstvo« (Zaniuk 2016).

Eter je plod kolektivnega delovnega procesa, pri katerem se lahko vedno pojavi najšibkejši člen, ki spodkoplje kolektivno delovno produkcijo. Med različnimi redakcijami in službami, ki skupaj izvajajo eter RŠ, vladajo antagonistični odnosi, ki temeljijo na nasprotnih izhodiščih, torej, da želi vsaka izmed redakcij dovoljšen del etra in da je soizvedba denimo s strani špikerja, tehnika, novinarja in lektorja usklajena, dobra in pravilno izvedena. Obstaja torej potencialni konflikt, ki je imanentno vgrajen v strukturo RŠ in ki tudi pomeni napredek vsebine, izvedbe in tudi medsebojnih odnosov (Zaniuk 2016).

Ervin Hladnik Milharčič RŠ opiše kot »področje svobode, kjer so se igrali inteligentni ljudje« (Hladnik Milharčič v Gačič 2009), Jonas pa doda: »nekateri pa smo poizkušali biti zraven še duhoviti« (Žnidaršič v Gačič 2009). Duhovitost, predvsem pa kritičnost odseva tudi nekakšna zvočna praksa *cultural jamminga*, ustvarjanja s pomočjo zrcal, kjer se preko kontrahegemonskih strategij znotraj masovne popularne kulture izziva dominantne moči in družbene diskurze (Gramsci v Primc 2012), kar kot kritiko oglaševanja denimo izraža *jingel Gremo Radio Študent!*, ki čez razpoznavno zvočno formo radijskega oglasa za trgovsko verigo *Harvey Norman* s spremenjenim besedilom poziva k poslušanju RŠ. Še nekoliko bolj večplasten pa je primer *jingla Kaj naj stori Janez?* (SOF 2013), ki zvočno formo odmevnega televizijskega oglasa Nike (Dailymotion 2010) geopolitično adaptira in aktualizira ter pomenljivo sprevrže v humorno samopromocijo RŠ. V nekaterih primerih pa gre RŠ še dlje, ko »namerno prestopa mejo politične korektnosti in je včasih celo na robu sovražnega govora. A vse to počne prav v imenu svobode izražanja« (Kandare 2016).

Seveda pa ne gre pozabiti tudi spletnega mesta RŠ, saj kot izpostavi Pucelj, je dejstvo, da »se je v zadnjem, že daljšem obdobju zelo velika aktivnost preusmerila na splet, kar je edino logično in v tem smislu RŠ kot institucija niti približno ni samo radijski medij« (Pucelj 2016). Zorman se strinja tudi iz lastnih izkušenj: »Teza, da je RŠ le in zgolj radio, je anahronizem.

RŠ je tudi in za mnoge pa verjetno predvsem spletni medij in kot tak je ravno toliko vreden. Besedila in druge vsebine, ki so dostopne na spletu RŠ, so za določene preseke spremljevalcev RŠ bolj relevantne. Tudi sam imam s tem radiem bolj bralen odnos, seveda o glasbah, ne pa neposredno z glasbami« (Zorman 2016). Zato Tomažin tudi vidi prihodnost RŠ v močnejšem in bolj smiselnem povezovanju spletnega mesta, »da ne deluje kot arhiv, ampak bolj kot portal« (Tomažin 2016).

4.3.8 Ideološka pluralnost in kolektivna dinamika

Po Zaniukovih besedah je »RŠ svet v malem«, zato so »iluzije, da je RŠ skozi sita skrbno prebrana družčina enako mislečih, napačne. Ideološki spopadi znotraj RŠ so gonilo njegovega razvoja ali nerazvoja« (Zaniuk 2016). Sodelavka UR in TTRŠ Klara Otorepec se strinja in meni, da je veliko načelnih in vsebinskih neskladij v pogledih sodelavcev RŠ, ki se »včasih kažejo tudi skozi celotne radijske oddaje, ki jih te skupine ali posamezniki producirajo« (Otorepec 2016). Kot primer navaja anarhistično oddajo *Črna luknja*, ki »deluje povsem na svoj način, saj jo ustvarjalci ustvarjajo po povsem drugačnem principu kot vse preostale vsebine. Mnogokrat so v etru izjemno politični in se sploh ne obremenjujejo s tem. Večina sodelavcev se z njihovimi mnenji in stališči sploh ne strinja« (Otorepec 2016). Tako skupna načelna pozicija RŠ, ki naj bi se odslikavala tudi skozi eter, dejansko ne obstaja. Vselej se kažejo nasprotja in »nikoli ni povsem jasnega odgovora, kaj je RŠ, zedinjenje se včasih pokaže šele takrat, ko je treba nekoga zatreti« (Otorepec 2016). Tudi z gledišča nekakšne enotne ali pa zgolj sorodne ideologije, ki bi lahko prevladovala med kolektivom RŠ, Tomažin meni, da je »morda neka enotnost predvsem v tem, da se gleda in opozarja na stvari, ki niso pravilne, ki so krivične, ter da se tovrstne primere zavedno in namensko išče in se jih tudi poizkuša izpostaviti« (Tomažin 2016). Kaluža skupne vrednote in motivacije, ki se kažejo v celotnem kolektivu, vidi v konceptu alternativnosti, ki se izkazuje z »načelno držo, stremljenjem k totalni neodvisnosti od strankarske politike, vplivov financiranja in centrov moči« (Kaluža 2016). Nekateri sodelavci se seveda tudi spogledujejo z marksističnimi, levičarskimi politikami in so tesno povezani s protestniškimi gibanji. »Znotraj RŠ konstantno prihaja do nestrinjanj, protislovij in prevpraševanj pozicij, ali je RŠ preveč politično opredeljen, preveč konkreten? Ideologija je dinamična, skozi generacije in sodelavce se spreminja« (Kaluža 2016). Če bi vseeno želeli tudi politično opredeliti pozicijo, je RŠ v splošnem in v splošni družbi percipiran in uvrščen na skrajno levico, »morda je celo radikalno

levičarski in pa obenem seveda kontraneoliberalistični« (Kandare 2016), čeprav se »RŠ ne obremenjuje s tem in se ne trudi delovati v skladu tovrstnih konceptov, da bi opredelil svoje delovanje. Glavna ideologija je še vedno alternativnost« (Kaluža 2016).

Pristopi znotraj RŠ so bili vedno zelo heterogeni (Tomažin 2016), zato tudi kolektiv sestoji iz »zelo različnih kadrov, ki jim je skupno to, da so večinoma nezadovoljni s stanjem v bližnji okolici in z nepoglobljenostjo medijskih tematik. Imajo željo in zvedavost, da bi nekaj naredili« (Kaluža 2016). Kolektiv kot celoto je tako včasih težko naslavljati družno, sicer pa ga sogovorniki vidijo kot »pisano, pluralno skupnost, katere skupna značilnost je njen vrednostni sistem, ki na vrh postavlja kritično razmišljanje in radovednost« (Kandare 2016), »heterogen v vsebini in formi, ki jo ustvarja« (Tomažin 2016), Kaluža pa meni, da je za kolektiv bistveno in tudi značilno, da »na RŠ ni nekih začrtanih enotnih vrednot, člani kolektiva nimajo istih ciljev, istih namenov«, in tako kolektiv vidi bolj kot nekakšen »odraz zunanosti« (Kaluža 2016).

Na RŠ tako navadno pride nekdo, ki ga »nekaj resnično zanima in se z vodstvom, orodji in načini, ki jih pridobi na RŠ, nauči ukvarjanja s tematiko, ki ga interesira. Torej pride na RŠ iz nekega notranjega vzgiba« (Kandare 2016), iz zanimanja za vsebinsko problematiko in ne za denar. »Dober *catch* RŠ je ta, da smo mi tukaj absolutno podplačani. To *apriori* črta z RŠ ljudi, ki bi bili tu zaradi denarja. Tu so ljudje, ki verjamejo v neke zadeve« (Valenčič v Gačič 2009). Na RŠ lahko dalj časa ostanejo tisti, ki so dovolj privilegirani, da si lahko to privoščijo, saj »RŠ od posameznika terja veliko časa, za kar prejme malo plačila, torej denarja. Po drugi strani se na RŠ mnogokrat znajdejo sodelavci, ki jim enostavno ni mar za materialne dobrine, torej so zmožni z nizkimi plačili preživeti na bolj skromen način, ker si niti ne želijo višjega življenjskega standarda in so njihove prioritete druge« (Kandare 2016). Nekaterim pa ustreza tudi navidezni moment razpada sistema, ki ga vidijo v RŠ. Anarhizem se na RŠ sicer kaže predvsem v banalnih rečeh, kot je pomanjkanje reda in čistoče (Kandare 2016; Kaluža 2016).

RŠ nove kadre po ustaljeni praksi pridobiva prek tako imenovanih avdicij, ki jih Zaniuk ocenjuje kot »eno največjih moči RŠ«, ki na ta način »vzdržuje stik z mladimi generacijami in se vseskozi tako kadrovsko kot predvsem idejno obnavlja ter tako ohranja stik s časom že v svojem jedru delovanja« (Zaniuk 2016). Z avdicijami RŠ ohranja odprtost, poleg samih avdicij pa obstaja tudi možnost priključitve prek socialne mreže, zato je odprtost še večja. »Avdicija je temeljni akt načelne odprtosti, saj se lahko prijavi vsakdo, ker ni formalnih pogojev, torej izobrazbe. Selekcija seveda je in temelji na poznavanju polja, pri špikerjih tudi

na karakterju« (Kaluža 2016). Na avdicije, ki jih razpisujejo področni uredniki redakcij in vodje služb, se prijavljajo zainteresirani posamezniki, po večini seveda študentje. »Avdicije so nek način uvajanja, niso honorirane, v zameno pa študentje dobijo neka radijska znanja s področja, kamor se prijavijo. Gre za neke vrste volonterstvo, kjer imajo prednost tisti s časom, denarjem ter ugodno lego. Moja avdicija je trajala skoraj pol leta, a bilo je nepozabno« (Dolinar 2016). Prijav je navadno veliko, »saj ima RŠ status neke kultne institucije in je dobra referenca, hkrati pa skupaj s *Studiem City* in *Mladino* tvori trikotnik levoliberalne inteligence« (Dolinar 2016).

Kandare meni, da so same avdicije načeloma zelo kvalitetno zastavljene in izvajane, vseeno pa bi bile potrebne samorefleksije. »Morda se nekateri prijavljeni počutijo celo nekoliko ogrožene, nad njimi se vrši neka stopnja ustrahovanja, včasih se poslužuje tudi orodij, ki so nekoliko pod pasom, to pa zato, ker se na RŠ išče ljudi, ki so zmožni preživeti v ne tako idealnih razmerah« (Kandare 2016). Nemara se celo zdi, da se na avdicijah ne išče pravih odgovorov, pač pa prave odgovore v stilu ustrezne argumentacije in prezentnosti vprašanca, njegove sposobnosti preživetja zaslišanja in da med tem ne kloni, torej, »kdo ima jajca, kdo si drzne. Seveda je pomembna tudi razgledanost in neformalna izobrazba« (Kandare 2016). Dolinar na tem mestu nekoliko v šali vidi povezavo s tolpmi, ki »delujejo tako, da se novince najprej prebota in postavi na preizkušnjo, tako da se sledi nekemu večinskemu mnenju in da je reprodukcija kadrov homogena in zanesljiva. Hkrati pri tolpah v ospredju naj ne bi bil finančni interes, ampak nek idealiziran višji smoter. V primeru RŠ je to ta kultni status, ki ga ima in ga imaš tudi ti, če mu pripadaš« (Dolinar 2016).

RŠ je tradicionalno tudi izobraževalna institucija, ki »v slovenskem medijskem in visokošolskem prostoru opravlja funkcijo, ki jo je večina institucij pri sebi že kar odpisala. In ta je, da študentom in mladim omogoča lastno resno kreativno ustvarjanje relevantnih tekstov z njihovega lastnega področja zanimanja, ki segajo prek običajne, tako visokošolske kot medijske, *copy-paste* produkcije« (Zupančič 2015). Ičo Vidmar, nekdanji sodelavec RŠ med letoma 1983 in 1987, se celo izrazi, da »ne bi stavil na diplomanta Fakultete za družbene vede z diplomom iz novinarstva, vedno bi stavil na nekoga, ki je nekaj let prebil na RŠ« (Vidmar v Gačić 2009). Tudi po Zaniukovih osebnih izkušnjah se »na RŠ lahko naučiš same novinarske obrti, ki ga FDV kot nekakšna sterilna institucija prek vaj in študija novinarstva ne omogoča, pač pa ti študij novinarstva odpre zgolj diapazon, iz katerega lahko črpaš«. Tomažin se strinja in meni, da RŠ nudi »izobraževanje, ki te dobro uvede v novinarsko delo. Nekateri segmenti, ki jih pokriva RŠ, so celo najbolj dovršeni v Sloveniji, denimo področje gledališke kritike«

(Tomažin 2016). Otorepec proces izobraževanja sodi kot celovit, saj po njeni izkušnji »nismo bili zaprti znotraj UR in se nismo zgolj osredotočali na vsebine, pač pa na celoten potek, kako vsebina pride v eter. Tako smo dodobra spoznali, kako deluje radio tudi kot zvočni medij, torej s tehničnega vidika produkcije« (Otorepec 2016). Avtorji vsebin na RŠ čez čas, ko bolje spoznajo celoten proces medijske produkcije, svoje delovanje pogosto tudi razširijo onkraj meja matične redakcije ali službe, se torej izobražujejo in praktično udeležujejo tudi na področjih, ki jim prej niso bila blizu, ali pa si niso nikoli mislili, da bi jih sploh utegnili zanimati. »Sicer sem se vedno imela za vsebinskega človeka, a sem se kasneje prijavila tudi na avdicijo za tonske tehnike in se sedaj ukvarjam tudi s tehničnimi vidiki radia« (Otorepec 2016). Tovrstna širina dela je tudi del izobraževalnega in produkcijskega izročila RŠ, saj, kot se spominja nekdanja sodelavka Nada Vodušek, ki je na RŠ delovala med letoma 1981 in 1995, je »ena velikih prednosti RŠ bila ta, da ni bilo ozke specializacije, se pravi, mnogi od nas smo delali zelo različne stvari« (Vodušek v Gačić 2009). Kaluža pojasnjuje, da »gre za kontinuirano izobraževanje. Dokler si na RŠ, se izobražuješ«, in dodaja, da bi se ga dalo »še izboljšati, formalizirati, razširiti na vse funkcije radia« (Kaluža 2016) ter tako še povečati število sodelavcev, ki bi delovali na več področjih naenkrat. »Vseeno je preveč segmentirano. Moralo bi biti bolj celovito in ne sprva tako specializirano na vsebino ali formo, pač pa, da bi bolj zajelo oboje« (Kaluža 2016). Kandare izobraževalni proces vidi kot »fantastično in dragoceno izkušnjo, skozi katero se naučiš raznovrstnih reči, morda se v določenih pogledih zaradi pomanjkanja hierarhije tudi nekoliko razvadiš« (Kandare 2016). RŠ te nemara res utegne zaznamovati za celotno življenje. Prav tako tudi ni slučaj, da so nekateri nekdanji sodelavci RŠ danes uspešni tudi v poslovnem smislu. »RŠ ti da svobodo in igrivost. Mnogokrat se je že izkazal kot poligon za inovativne ideje, saj je tu močno prisoten duh, da je vse mogoče, ki s seboj pripelje in v posameznika vcepi zmožnost širšega pogleda in bolj odprtega razmišljanja« (Kandare 2016). Prav tako pa zagotavlja tudi mnogo kulturnega kapitala. »Če gledam na avdicije s systemskega vidika, je dejstvo, da v vseh večjih medijskih hišah najdemo ljudi, ki so tako ali drugače zaznamovani prav s šolo RŠ. Mehanizmi in procesi avdicij ter izobraževanja na RŠ so še vedno uspešni, ker se sodelavci RŠ tudi danes preko tega izobraževalnega procesa prebijajo na RTV, v Delo, Dnevnik ipd.« (Zaniuk 2016).

Da pa lahko sodelavec, ki seveda želi vztrajati na medijskem področju, opravi tudi uspešno tranzicijo v profesionalne množične medije, mu mora RŠ privzgojiti tudi nekaj osnovnega zametka profesionalnega odnosa do samega dela, kar se včasih zdi celo nekoliko neverjetno. »Težko je reči. Manjši del ljudi ima ambicijo vztrajati v novinarski ali radijski karieri. Za

večino je to le stopnja na poti, ki vodi drugam, ampak jim tudi tam ta izobrazba najbrž pride prav. Tisti, ki vztrajajo, že na RŠ lahko postanejo profesionalci na vsebinski ravni, ne pa glede na standarde delovne odgovornosti, rednosti in izpostavljenosti pritiskom« (Kaluža 2016). Tomažin se strinja, da se profesionalnost doseže v pogledih »stopnje vednosti, načina pisanja in podkovanosti« (Tomažin 2016), Zaniuk pa v poduk postavi, da »profesionalnost lahko definiramo kot profesijo, poklicnost, lahko pa jo definiramo tudi kot enega od kriterijev, kako posameznik vrednoti, dostopa in pristopa do novinarskega dela« (Zaniuk 2016). RŠ se mu zdi pomemben ravno kot gradnik profesionalnega odnosa do predmeta obravnave, podajanja informacij, razlaganja, komentiranja in vrednotenja na vseh poljih, torej politike, glasbe in kulture. »Novinarstvo ni profesionalno licencirana profesija, kar pomeni, da konec koncev ni meril, kdo je lahko in kdo ne more biti novinar. To je povsem prepuščeno mehanizmu, ki vladajo znotraj medijskih hiš. Novinarji, ki so z RŠ odšli na največje slovenske medije, pa dokazujejo, da so si na RŠ privzgojili tudi ta del, torej poklic« (Zaniuk 2016). V profesionalnih medijih so novinarji navadno podvrženi diktatu politično definirane objektivnosti, ki pa »ne pomeni objektivnosti kot takšne, ampak bolj pomeni uravnoteženje poročanja. Na ta aspekt objektivnosti so novinarji na RŠ nepripravljeni, pripravljeni pa so na objektivnost v smislu, kaj je res in kaj ni res« (Zaniuk 2016). RŠ objektivnost razume kot to, »da prideš stvari do dna, da na koncu veš, kaj je res in kaj ne, ne pa zgolj površinska obravnava, da se zgolj predstavijo pogledi in resnice obeh vpletenih strani, brez konkretnih zaključkov, kdo ima v končni fazi prav. Bistvo novinarske šole RŠ je prav to, da si na koncu sposoben zavzeti stališče« (Zaniuk 2016).

Tej tezi v prid lahko priča tudi dejstvo, da je še danes pomlajevanje kolektiva dokaj intenzivno, celo »eksponentno« (Kandare 2016), in to je »vsekakor narava RŠ takšnega, kot mora biti« (Zaniuk 2016). V določenih obdobjih so bile tudi težave, torej, »da se ni pomlajeval dovolj hitro, v tem trenutku pa ima RŠ zelo mlado ekipo. Želel bi si, da bi več sodelavcev srednjih let vztrajalo nekoliko dalj časa. Velikokrat se zgodi, da nekdo ustvarja na RŠ tri leta, in ravno ko bi lahko od njega pričakoval največ, odide« (Kaluža 2016). »Poanta RŠ je ta, da je mešanica tako starejših kot tudi mlajših sodelavcev, ker sicer ne more udeležati kvalitetne neformalne šole in prenosa znanj, če nima izkušenih mentorjev. Same izkušnje dela na RŠ kažejo, da človek potrebuje nekje vsaj tri leta, da doseže poln potencial« (Zaniuk 2016). Prav zaradi tega danes »v nekaterih pogledih prihaja tudi do nevšečnosti in zastojev glede same kvalitete produkcije« (Zaniuk 2016). Prav ta postopek prenosa znanj s starejših generacij na mlajše bi nemara lahko delno primerjali s teoretskimi predpostavkami o

prisotnosti peščice profesionalnih novinarjev, v tem primeru izkušenih sodelavcev, ki nudijo svoje ekspertize novinarjem amaterjem, kakor bi lahko sodili mlajše sodelavce, ki jih predpostavljajo teorije alternativnih (Atton 2002) in skupnostnih medijev (Jankowski 2001).

Prehitro pomlajevanje pa žal ni edina trenutna pomanjkljivost RŠ. Mnogo bolj pereča problematika se namreč odpira z dejstvom, da RŠ je in je vedno bil »tradicionalno moška institucija« (Kandare 2016), posledica česar se kaže tudi v sicer manjši, a vseeno problematični pojavnosti mačističnega duha, prisotnost katerega je moč zaslediti tudi na RŠ. »Ravno to je včasih najbolj boleče. RŠ, ki je del alternativne scene, bi moral biti skorajda varen prostor, kjer naj ne bi bilo prostora za mačizem in šovinizem, a se je vseeno treba konstantno boriti za nek prostor, ki bo drugačen, ki bo očiščen tega« (Otošar 2016). Kaluža sicer ocenjuje, da je v kolektivu RŠ nekje okoli 40 odstotkov sodelavk, a obenem tudi ugotavlja, da je prav pri zasedanju odgovornih funkcij in »med tistimi člani kolektiva, ki se navadno izpostavljajo na skupnih sestankih ali skupinskih elektronskih korespondencah, moč zaslediti neke vrste mačizem, ki je povezan z rahlo grobostjo, ki vlada na RŠ«, istočasno pa meni, da bi se trenutno situacijo dalo spremeniti, »da ne bi prihajalo do morebitnih izključevanj na ravni spola« (Kaluža 2016). Tudi Kandare opazuje, da »se razmerja pomikajo v smeri opolnomočenja žensk, a da RŠ še ni tam, kjer bi moral biti kot samodeklarirana zelo napredna institucija« (Kandare 2016). Kaluža še dodaja, da na tem področju »RŠ ni izjema. Tudi v protestniških gibanjih se velikokrat kažejo slični problemi« (Kaluža 2016), na kar pa tudi opozarjajo kritike avtonomnih medijev (Pajnik 2010). Grobost se na RŠ izraža tudi v etru.

Mnogo jinglov je rahlo šovinističnih. To me moti. To je treba zmanjšati. Ti jingli so še ostalina nekega prejšnjega časa, ko je bilo javno govoriti o seksualnosti pri nas še neke vrste tabu, ni bilo nekaj vsakdanjega. Danes, ko pa je to postal vsesplošen trend, tega ne smatram več kot manifestacijo svobode govora. V namigovanju na seksualnost ne vidim več momenta emancipacije. Danes to bolj vidim v razbijanju seksualnih norm, pričakovanj, ustaljenih podob, kaj pomeni biti moški, kaj pomeni biti ženska. A že sam rokenrol je v svoji osnovi mačističen. RŠ je tako tu že v osnovi širšega konteksta podvržen temu, da včasih izpade mačističen (Kaluža 2016).

Sicer med sogovorci vlada mnenje, da je RŠ načeloma odprt do drugačnih, da prevladuje strpnost, a vseeno je, kot sami ugotavljajo, največja diskrepanca prav prepad med tem, kaj RŠ načeloma o sebi misli, da je, in kako se to dejansko kaže v praksi oziroma, da »o sebi misli, da

je bolj odprt za vse vrste enakosti, kot dejansko je in kot se to kaže med samim kolektivom. A vseeno se vedno najdejo ljudje, ki morebitnim kritikam in opazkam navkljub tovrstne tematike, ki stremijo k dejanski enakosti, porivajo dalje in v tem se kaže napredek« (Otošec 2016).

Poprej omenjena grobost, robotost in v osnovi konfliktna skupinska dinamika se občasno pokažejo tudi v ne preveč civilizirani maniri. Dejstvo seveda je, da RŠ človeku nudi prostor, kjer se lahko manifestira takšen, kot je, zato naj na tem mestu omenim, da sem bil v času svojega delovanja na RŠ priča tudi nekaterim fizičnim obračunom med člani kolektiva. Ti so se navadno pripetili na vsakoletnem pikniku RŠ, nekateri pa tudi v prostorih RŠ. Ob neki priložnosti je v nekoga poletel tudi bicikel.

4.3.9 Mreža skupnosti in alternativna scena

RŠ ima skupnost, ki ji tudi služi, a bi jo težko dejansko opredelili kot klasično obliko skupnosti, kot je denimo lokalna skupnost. Člane skupnosti RŠ družijo predvsem skupni interesi, torej je povezana interesno, nekoliko pa je zaradi koncentracije delovanja RŠ v Ljubljani in okolici zamejena tudi geografsko. Sogovorniki načeloma razumejo skupnost RŠ kot skupek več manjših skupin, ki so jim sicer skupna nekatera načela, za katerimi stoji RŠ in jih promovira, ter tudi vsebine, ki jih proizvaja. Na tem mestu bi lahko povlekel povezavo z Downingovimi multiplimi javnimi sferami (Downing 2001; 2003) in obenem tudi s Fuchsovo interpretacijo nasprotne javne sfere (Fuchs 2010). Zaniuk namreč skupnost RŠ opiše kot »mrežo scen, ki so povezane tudi skozi RŠ, ki jih kot medijska platforma povezuje, ko nekemu posamezniku ali skupini da glas, ki ga preostali lahko slišijo« (Zaniuk 2016). Kandare meni, da je skupnost RŠ sestavljena iz »več parcialnih skupnosti, ki jih družijo posamične oddaje oziroma vsebinske usmeritve RŠ, denimo različni glasbeni žanri, ki se predvajajo v različnih specializiranih oddajah, in vsebine, ki so namenjene manjšinam«, obenem pa vzporedno prepozna tudi »skupnost nekdanjih sodelavcev, skupnost trenutnih sodelavcev in skupnost simpatizerjev tega, kar RŠ predstavlja« (Kandare 2016), torej tistih, ki poslušajo, tistih, ki ustvarjajo, in tistih, ki podpirajo RŠ v njegovem delovanju. Kaluža skupnost RŠ opiše kot »heterogeno, a je ne bi definiral kot skupnost. Ne gre recimo za skupnost študentov, kar vedno znova skuša pri poizkusih definiranja izpostaviti ŠOU, da naj bi bil RŠ odgovoren predvsem študentom, a tu gre za reakcionarne politike z njihove strani, ki naj bi vodile do tega, da bi RŠ poročal o študentskih žurih ŠOU in ponudbi študentskih

bonov« (Kaluža 2016). Skupnost RŠ je deloma sestavljena iz študentov, predvsem pa gre za bistveno širšo populacijo, ki jih družijo vsebine, torej interes in ne starost ali študentski status (Kaluža 2016). »RŠ deluje širše kot zgolj študentski radio, prav tako, če bi ga skušali ukalupiti v alternativni radio ali skupnostni radio. RŠ presega tovrstne zamejitve delovanja in osredotočenosti. Njegova skupnost je zelo široka in ni sestavljena zgolj iz poslušalcev. Veliko je tudi bralcev spletnega medija RŠ« (Tomažin 2016). Kaluža iz lastnih izkušenj izpostavi še dejstvo, da RŠ študentom, ki pridejo v Ljubljano in nimajo vzpostavljenih lastnih socialnih mrež, nudi možnost socializacije in »kontrapol socialnim mrežam, s katerimi so soočeni na fakulteti. Torej, če ima posameznik, ki pride študirat v Ljubljano, interes in je dojemljiv za vsebine, ki mu jih nudi RŠ, ima tudi opcijo priključitve socialni mreži podobno mislečih, ki jih lahko družijo RŠ« (Kaluža 2016).

RŠ mreži skupnosti služi »z vsebinami, ki jih ponuja, in z dogodki, ki jih organizira« (Kaluža 2016), ter »z agitiranjem za aktivno držo in družbeni aktivizem« (Kandare 2016), ki dodaja, da »RŠ premalo komunicira s svojimi podpornimi skupnostmi in pri njih ne išče povratnih mnenj o tem, kako jim služi. V zadnjih letih ni RŠ pravzaprav nikoli pokazal, da ga zanima, kaj si tisti, katerim je namenjen, dejansko mislijo o njem« (Kandare 2016).

RŠ premalo vrača skupnosti, če na to pogledamo skozi prizmo razvoja medijev v svetu, posebno manjših radijskih postaj, ki stremijo k čim bolj participatorni naravi in praksi. Razpisi za oddaje, torej termine v etru, bi morali biti bolj odprti in predvsem bolj razširjeni in bolj pogosti, nad prijavi bi se moral vršiti nadzor, torej selekcija, po ključu katere bi lahko RŠ prostor namenil oddajam tistih, ki bodo kar najbolj predstavljali svojo tematiko oziroma skupnost ali skupino. Ker bi bili razpisi pogosti, bi se tudi tu morda ustvarila večja fluidna cikličnost in interesi različnih posameznikov ali skupin bi bili mnogo bolj in bolje zadovoljeni (Kandare 2016).

Po Guedes Bailey, Cammaerts in Carpentier (2008) mediji, ki zvesto uveljavljajo ideje participacije, izhajajo iz določene skupnosti in so vanjo usmerjeni, »pri čemer lahko skupnost razumemo kot aktivno ustvarjeno kolektiviteto s strani njenih članov, ki si prek nje hkrati gradijo lastno identiteto« (Prime 2012, 29), s čimer postanejo vpleteni posamezniki aktivni v sistemu javnega komuniciranja (Guedes Bailey in drugi 2008). RŠ participatorno naravo izvaja predvsem z vsakoletnimi avdicijami, s katerimi lahko, recimo temu, člani skupnosti želijo po participaciji in zadovoljivimi sposobnostmi pričnejo svojo pot produkcije medija. »Treba je razločevati med formalnim načelom participatornosti in dejansko prakso, saj ne

morejo ljudje, ki niso izvežbani, kako ustvarjati radijski eter, kar priti na radio in imeti svoje oddaje. RŠ jih vključi v svoj program in jim zagotovi potrebne standarde, da se lahko znajdejo v etru» (Tomažin 2016). Tu se kaže profesionalna usmeritev RŠ, ki je med teorijami alternativnih medijev najbolj prisotna in priznana v teoriji kritičnih medijev (Fuchs 2010). Sicer kot bolj klasičen in manj zahteven ter obvezujoč način participacije Zaniuk in Kaluža navedeta odprto opcijo podajanja spletnih komentarjev in sodelovanje s telefonskim klicem v eter. »Dejansko soustvarjanje radijskega programa je sicer lažje izvedljivo zgolj v nekaterih segmentih programa, torej v kontaktnih oddajah. Če bi demokratizirali celoten eter, se izgubi bistvo uredništva, ki določa vsebine in formate« (Zaniuk 2016). Kaluža priznava, da RŠ »nima mehanizma, skozi katerega bi lahko člani skupnosti direktno vplivali na uredniško politiko. Razlog za to je predvsem ta, da želi RŠ ustvarjati skupnost in ji ne zgolj odgovarjati, ker lahko tako hitro prideš do tega, da odgovarjaš nekim *ready-made* potrebam, kar delajo komercialni mediji, torej vselej ugotavljajo le, kaj skupnost želi, in ji skušajo s svojim delovanjem in vsebinami ugajati, s čimer pa ne ustvarjajo dejanske skupnosti« (Kaluža 2016). Po njegovem mnenju RŠ »skupnost ustvarja predvsem tako, da ponuja nove vsebine, odpira nove trende. Vsak nov sodelavec pripelje nove poslušalce, ki so v večini mlajši. Če je tvoje poslanstvo, da zgolj odgovarjaš skupnosti, to istočasno lahko pomeni tudi zapiranje skupnosti, katere potrebe zadoščaš, in ne širitev skupnosti« (Kaluža 2016).

Vsakoletno RŠ razpiše tudi razpis za nove oddaje, na katerega se lahko prijavljajo vsi zainteresirani in ne zgolj sodelavci, kar nakazuje na odprtost do idej, ki nastajajo zunaj kolektiva in se lahko nato predstavijo v etru in na spletu, nekatere nove ideje pa »na RŠ pridejo prek sodelavcev, ki jim je neka takšna zunanja ideja predlagana in predstavljena« (Kaluža 2016).

Večjo participatornost Kaluža vidi kot »nega izmed potencialov, ki ga RŠ še ne izkorišča, kot bi ga lahko in kot bi si želeli, a ga je obenem težko zagotoviti« (Kaluža 2016), Kandare pa opozarja na vrzel v percepciji, kaj RŠ misli, da je, in kaj drugi mislijo o RŠ. »Moja teza je, da tu obstaja ogromna diskrepanca. Sodelavcem se zdi RŠ zelo odprt, zunanjemu svetu pa se zdi nenormalno zaprt. In tako dejansko tudi je. Iz tega, kaj vse RŠ misli, da je, in kaj vse misli, da dela, je treba narediti obrat v to, kako zagotoviti skupnosti, ki naj bi ji RŠ služil, da lahko pove, kaj RŠ dejansko nudi njim in česa ne nudi, pa bi moral. Začeti je treba iz skupnosti, ne iz medija, kolektiva ali uredništva« (Kandare 2016). Kaluža se strinja in priznava, da »RŠ šele sedaj razmišlja, kako bi lahko skupnost bolj vpletel« (Kaluža 2016).

RŠ del programa že od nekdaj namenja tudi problematikam marginaliziranih skupnosti, skupin in posameznikov, tako da jim »nudi kos etra za oddajo, ki jo kreirajo sami in v kateri lahko počnejo, kar hočejo« (Kandare 2016). »To, da marginalizirane skupine same ustvarjajo svoje oddaje, je osnovni princip«, razlaga Kaluža. »Uredništvo nekako nima vpliva in si ne želi vplivati na samo vsebino oddaje. Ta je povsem v domeni ustvarjalcev, ki so tudi predstavniki skupnosti ali skupine, ki ji je oddaja namenjena oziroma o kateri se v oddaji govori« (Kaluža 2016). Omenjeni princip dopuščanja popolne avtonomije tovrstnih vsebin je tudi standard delovanja, ki mu sledijo praktično vse tovrstne prakse nevladnih organizacij (v nadaljevanju NVO) (Kandare 2016). Na vprašanje, ali RŠ zapostavljenim manjšinskim delom družbe namenja dovolj časa in prostora, Kaluža odgovarja, da »posveča precej prostora, a najbrž ne dovolj, saj bodo vselej bile tudi skupine, ki jih nehote zapostavljamo« (Kaluža 2016), Zaniuk pa dodaja: »nekateri bi vsekakor rekli, da ne. Res je tudi, da so bile nekatere marginalizirane skupine na RŠ deležne boljšega zastopstva kot kakšne druge« (Zaniuk 2016). Med tovrstne oddaje sodijo oddaja srbske skupnosti *Kontrola leta*, hrvaške skupnosti *Mali granični prijelaz*, *Sunrise Africa*, ki jo ustvarjajo priseljenci z afriške celine, oddaja *Klopca pod svobodnim soncem*, ki jo ustvarja manjša ekipa ljubljanskih brezdomcev oziroma »v kateri govorijo stari uličarji«, kot si sami pravijo v opisu na spletni strani, oddaja *Puko Učkur*, ki se ukvarja s tematiko migracij in »v katero je neposredno vključenih veliko beguncev, ki jo soustvarjajo« (Kaluža 2016). Dolgo je bilo na RŠ mogoče poslušati oddajo romske skupnosti *Romano Anglunipe* in oddajo bosanske skupnosti *Podalpski selam*, ki pa ju ni več na programu, ker so avtorji oddaj prenehali z ustvarjanjem. Poleg tega je na RŠ moč zaslediti tudi bolj aktivistične oddaje, kot so anarhistična *Črna luknja*, oddaja *Kilavo seme*, v kateri se tematizira »o vrtilčkih, okolju in skvotiranju«, *Sektor Ž* oziroma »edina feministična oddaja v Sloveniji« in *Lezbomanija*, ki odpira prostor za upor proti negativnim družbenim predsodkom, ki se navezujejo na homoerotični življenjski stil.

Biljana Žikić, avtorica oddaje srbske skupnosti *Kontrola leta*, ki v etru RŠ od leta 2012 gostuje dvakrat mesečno in je v celoti izvedena v srbskem jeziku, sicer deluje v okviru Srbskega kulturnega centra Danilo Kiš v Ljubljani (v nadaljevanju SKCDK), potek dogodkov, ki so pripeljali do radijske oddaje, pa opiše: »Poslušala sem RŠ in zaslišala oddajo v bosanskem jeziku, *Podalpski selam* Admirja Baltića. Kasneje me je Admir v svojo oddajo povabil kot gostjo, da povem, kaj delamo v okviru SKCDK. Všeč mi je bilo, kako vse skupaj funkcionira, in želela sem imeti svojo oddajo, namenjeno srbski skupnosti. Kontaktirala sem

takratnega odgovornega urednika Bojana Anđelkovića, ki se je strinjal in tako je nastala oddaja *Kontrola leta*.« (Žikić 2016).

Po njenih besedah je oddaja v prvi vrsti namenjena Srbom, ki živijo v Sloveniji. Tudi največ financ za izvedbo dobi od Republike Srbije. »A Srbi v Sloveniji so zelo heterogena skupnost, ki ima mnogo različnih okusov, zato tudi nikakor ne pričakujem, da jih večina posluša ali pa bi si sploh želela poslušati našo oddajo« (Žikić 2016). Glavni razlog tu vidi v alternativni glasbi, ki jo tudi vrti v oddaji. »Predvsem nas posluša RŠ-publika, ki razume jezik in ki se zanima za bolj alternativno srbsko kulturo« (Žikić 2016). Žikić najbolj ceni dejstvo, da lahko oddajo izvaja v srbščini. »RŠ je edini medij v Sloveniji, kjer imamo lahko oddajo v svojem jeziku. Je edini prostor, kjer lahko delujemo, saj je povsod drugje treba govoriti v slovenščini« (Žikić 2016). Po njenih besedah se je »tudi manjšinska scena začela prav na RŠ, ker je odprl svoja vrata Bosancem, Hrvatom in Srbom« (Žikić 2016). Omeni tudi, da se odpira možnost za manjšinsko radijsko oddajo na Prvem programu Radia Slovenija. »To bo oddaja, namenjena vsem manjšinam z območja bivše Jugoslavije, v njej pa bomo sodelovali vsi, ki smo poprej imeli svoje oddaje na RŠ, a seveda bo morala potekati v slovenščini. To bo povsem drugače, saj bom morala hoditi na govorne vaje, kjer mi bodo skušali popraviti naglas« (Žikić 2016). Oddajo na RŠ namerava vseeno ustvarjati dalje, prav zaradi jezika.

Zelo sem zadovoljna, da imam odprt prostor, da imam avtonomijo, RŠ mi nudi tudi pomoč. A zatakne se pri financah, ki jih pridobivamo tako, da se z RŠ skupaj prijavljamo na razpise, kar je super, in me veseli, da lahko tudi iz naslova teh razpisov, kjer sodelujemo, pomagam RŠ. A vseeno bi si želela, da bi bilo nekoliko več sredstev, ki jih pridobimo iz razpisa, namenjenih razvoju same oddaje, ki stagnira. Ne morem je razvijati. Celotno oddajo naredim sama in jo že narejeno prinesem na RŠ, kjer se jo tehnično pregleda in popravi, preden gre v eter. Tudi iz samega kolektiva RŠ zaenkrat še nihče ni pokazal želje, da bi se samoiniciativno vključil v produkcijo oddaje. Imam občutek, da sem nekje na robu RŠ-skupnosti, da nisem del nje in da vseeno ni povsem dovolj posluha za tovrstne manjšinske oddaje, ki so vselej prepuščene zgolj posamezniku ali pa skupinici, ki jih producira na lastno željo in z lastnimi sredstvi. Načeloma sem zadovoljna, a se mi zdi, da bi lahko skupaj naredili še mnogo več (Žikić 2016).

Tudi Kandare navaja, da RŠ ustvarjalcem manjšinskih oddaj ne pomaga dovolj, razen nekaj malega s povsem tehničnega vidika in nudenja osnovne medijske izobrazbe, pri vsebini pa so prepuščeni popolnoma sami sebi. »Tovrstne oddaje lahko izpadejo slabe, neposlušljive,

nepovezane, amaterske in tako na slab način izstopajo iz etra RŠ» (Kandare 2016). Poleg tega RŠ ne preverja ažurnosti predstavnikov manjšin, torej, ali »dobijo dostop do etra tisti, ki dejansko najboljše oziroma bi lahko najboljše delovali za svojo manjšino« (Kandare 2016). Tu RŠ bolj skrbi zgolj za zagotavljanje kontinuitete in pluralnosti tovrstnih vsebin. Zato je vprašljivo, »kako učinkovito RŠ skrbi za marginalizirane, saj tu nima neke dovolj jasne in striktne politike preverjanja in sploh lastnega angažmaja do teh skupin in teh problematik. Vselej se zaupa avtorjem oddaje, da sami združujejo in opolnomočajo svojo skupnost« (Kandare 2016). Kritično sodi tudi, da »primanjkuje vizije in bolj močnega vodenja celotnega kolektiva, ki bi RŠ prisililo, da je vselej v odnosu s časom in tudi prostorom, v katerem se nahaja« (Kandare 2016). V njeni viziji bi moral celoten kolektiv o temeljnem poslanstvu, kamor seveda sodi prav opolnomočanje, razmišljati širše in ne zgolj, »da se vsak zanima samo za tisto, kar sam ustvarja na RŠ. Uredništvo sicer razmišlja o tem, a tega ne uporablja kot načelo delovanja, ki bi se dotikalo in prenašalo tudi na celoten kolektiv. Delni razlog za to je, da uredniki ne želijo siliti sodelavcev na polja, ki jih ne zanimajo in od njih ne morejo pričakovati, da bi jim ustregli, ker seveda niso dovolj plačani, da bi počeli nekaj, za kar jim ni pretirano mar« (Kandare 2016). Pomanjkljivost vidi tudi v samem medijskem delovanju RŠ onkraj terminov dotičnih oddaj. »Eden največjih problemov, s katerimi se sooča denimo romska skupnost, je prav način reprezentacije v medijih in RŠ se vsekakor ni in se ne odziva dovolj na poročanje drugih medijev o romski skupnosti. To je velika napaka RŠ, če gledamo z gledišča Romov ali pa tudi nekaterih drugih marginaliziranih skupin« (Kandare 2016). Več bi lahko bilo tudi »fizičnih srečanj v obliki tematskih večerov in okroglih miz s predstavniki marginaliziranih skupin in ljudi, ki so zanje odgovorni, torej mestne oblasti, ministrskih resorjev, socialnih služb. Z naše strani bi moralo biti sproženih več akcij, s katerimi bi RŠ še bolj posegal v socialno tkivo in družbeno realnost« (Kandare 2016).

Zaniuk sicer meni, da »RŠ mnogokrat doseže boljšo zavednost glede marginaliziranih skupin v javnosti« (Zaniuk 2016), in kot primere našteje izbrisane, delavce migrante, prekariat, brezdomce in istospolno usmerjene. »Oddaja *Viza za budućnost* je denimo več let izpostavljala probleme delavcev migrantov, izpostavljala njihove zgodbe in šele čez čas je ta tematika prišla v nek širši medijski prostor, s čimer pa je tudi oddaja izgubila primarni namen« (Zaniuk 2016). Tudi Kaluža je mnenja, da RŠ najbolj opolnomoča prav tam, kjer se tudi sam najbolj nahaja, in tiste, katerim pravzaprav tudi najbolj služi. »Neka splošna populacija poslušalstva RŠ so študenti in ljudje v postštudentskem obdobju, ki so v zadnjih letih v zelo prekritih razmerah, torej negotovem položaju« (Kaluža 2016), s čimer se strinja

tudi Zaniuk: »Na RŠ smo več let uporabljali izrazoslovje prekariat, prekerno delo, ki ga tedaj ni nihče ne razumel, niti ne poznal problematike, sedaj pa je postala del nekega *mainstreama*.« (Zaniuk 2016).

To, da RŠ daje glas utišanim, zapostavljenim in odrinjenim na rob, je dejstvo. In tega ne počne zgolj v oddajah, ki jih predstavniki manjšin producirajo na lastno pest, pač pa je to početje zapisano že v njegovem bistvu. Obenem pa se aktivni producenti zavedajo tudi pomanjkljivosti delovanja RŠ v tej smeri. »Ali RŠ tudi dela to, kar govori, da dela? Najbrž več kot vsi ostali mediji, ampak verjetno nikoli ni pravzaprav dovolj, ko pridemo na to področje« (Tomažin 2016).

4.3.10 Financiranje, avtonomija in (ne)odvisnost

RŠ finančna sredstva, potrebna za medijski obstoj, črpa iz treh virov: iz marketinške dejavnosti, s pridobivanjem razpisanih projektnih sredstev in iz naslova ustanovitelja. A vsak od virov ima tudi svoje omejitve in pri vsakem se pojavljajo nekatere nevšečnosti. »Problemi na ravni ustanovitelja so, da zmanjšuje sredstva, marketing in projektna pisarna pa imata omejene zmožnosti, ker ne želimo imeti preveč programa podrejenega komercialni dejavnosti ali delnemu diktatu vsebin, ki ga pogojujejo in zahtevajo projektni razpisi« (Kaluža 2016). »Del etosa RŠ je, da se načeloma upira posegom v avtonomijo. A ta vprašanja se vselej preizprašujejo, vedno znova prihaja do poizkusov vplivanja na avtonomijo RŠ. Živimo le v dinamičnem okolju, kjer je vseskozi prisoten preplet različnih interesov« (Zaniuk 2016). Po skupini Comedia (1984) je pri financiranju alternativnih medijev zadeva vselej kompleksna, saj so soočeni z dilemo med ekonomskim preživetjem in političnimi ambicijami, posledično pa se navadno premalo ukvarjajo z razumevanjem trga in preveč s prefigurativno politiko (Comedia 1984). V primeru RŠ to do neke mere ne velja, saj je že od nekdaj zmožen iskati ustrezne kompromise, s katerimi zadovoljivo omili prevelike posege v samo neodvisnost uredniške politike. »Seveda prihaja do posegov v popolno avtonomijo, ampak je razmerje zaenkrat zelo dobro in posege omejujemo« (Kaluža 2016), Zaniuk pa doda, da se »tovrstne primere, da ne bi prišlo do neželenih učinkov in posegov v delovanje posameznih avtorjev, redakcij in nekakšnega vsebinskega diktata, vselej postavlja na dnevni red delovanja in odločanja na RŠ« ter se jih tako »konstantno preizprašuje in se odloča na podlagi vsakega specifičnega primera in njegovih morebitnih posledic« (Zaniuk 2016).

4.3.10.1 Marketing Radia Študent

Marketing RŠ je »del tradicije radijskega oglaševanja v Sloveniji ter še prej v Jugoslaviji. Celo še več. Bil je med pionirji radijskega oglaševanja na naših tleh. Ko so denimo Jure Apih, Božo Debeljak in Franček Veselko leta 1973 ustanovili Studio Marketing«, pionirsko marketinško agencijo na območju Slovenije in Adriatik regije (Pavlin 2013, 11. junij), »so se na Radiu Študent že snemali avtorski radijski oglasi pod vodstvom Iva Boscarola« (Zaniuk 2016). Oziroma kot se spominja Gregor Golobič, »na RŠ je bila famozna skupina za marketing, ki je pravzaprav orala ledino na tem področju« (Golobič v Gačič 2009). Na tem mestu je treba omeniti, da RŠ z delovanjem MRŠ v profitni sferi ne krši akta o ustanovitvi, saj je v njem navedeno, da lahko RŠ med drugim pridobiva finančna sredstva s plačili za opravljene storitve, s prihodki od lastnih dejavnosti in s prodajo blaga in storitev na trgu.

Zavod RŠ pridobiva finančna in druga sredstva za svojo dejavnost: iz rednih finančnih sredstev ustanovitelja; iz donacij, dotacij, štipendij, sponzorskih sredstev in daril od domačih in tujih fundacij in organizacij, ki podpirajo neprofitne, civilnodružbene dejavnosti; s plačili za opravljene storitve; s prihodki od lastnih dejavnosti; s prodajo blaga in storitev na trgu; z realizacijo projektov v okviru registriranih dejavnosti; iz drugih virov in pod pogoji, določenimi z zakonom (Akt o ustanovitvi Zavoda Radio Študent, 51. čl.).

MRŠ ima že od vselej dvojno vlogo. Deluje kot marketinški oddelek svojega medija, pri čemer striktno upošteva »neodvisnost uredništva, ki je in mora biti malodane absolutna«, in zato marketinške dejavnosti, ki so namenjene etru ali spletu RŠ, podreja meji dobrega okusa, ki pritiče RŠ, ter je zaprisežen kvalitetnim, humornim in naprednim izvedbam svoje dejavnosti, da tako kar čim manj onesnaži eter oziroma, da ga, če je le mogoče, celo oplemeniti. Podrejenost uredništvu Kandare vidi kot »unikum, kar je dobro za celoten zvok in prezenco RŠ, obenem pa tudi spodbuja marketing k drugačnim, bolj učinkovitim in manj agresivnim pristopom. Marketing RŠ je nemara v osnovi enak vsem ostalim marketingom, a je v svoji izvedbi prirejen instituciji, torej je specializiran in prisiljen v nenehno kreativno reševanje problemov« (Kandare 2016). Obenem pa MRŠ živi domala samostojno življenje kot za radijski medij specializirana oglaševalska agencija, ki je redno deležna priznanj stroke na oglaševalskih festivalih, za kar dobiva tudi oglaševalske nagrade in kot takšna tudi prodaja svoje usluge. S tovrstnimi zunanjimi naročili, ki nikoli ne ugledajo etra RŠ, tudi proizvede več kot polovico letnega prometa MRŠ, ki je leta 2015 že nekoliko okreval po obdobju recesije in

znašal 153.000 € (glej Prilogo B), Kandare, ki je funkcijo direktorice MRŠ nastopila poleti 2013, pa v prihajajočih letih predvideva še večjo rast prav iz naslova zunanjih naročil. »Ključna je predvsem optimizacija prihodkov v razmerju z nekomercializacijo RŠ« (Kandare 2016).

Če se vrnem k marketinškim dejavnostim, ki rezultirajo v etru RŠ, ima MRŠ povsem uredniške standarde. »MRŠ ves čas sodeluje z uredništvom, tako da so odzivi konstantni in na podlagi mnenj uredništva se politika MRŠ do neke mere vselej prilagaja toku časa in situacije na RŠ. MRŠ torej deluje v simbiozi z vsebino, ki pa si je ne prisvaja« (Kandare 2016). Oglasi morajo biti drugačni, da jih poslušalstvo RŠ sploh sprejme. »Že produkt ali storitev, ki jo kasneje oglašujemo, mora biti v skladu s tem, kar je RŠ, torej drugačen, ustrezen, aktualen in okoljsko sprejemljiv. Oglaševanje mora izzivati in biti zabavno. MRŠ se ne prilagaja načinu, ki je obče sprejet na komercialnih radijskih postajah, in tudi v tem se kaže upornišvo« (Kandare 2016). Tudi nekatere teorije alternativnih medijev predpostavljajo financiranje prek marketinške dejavnosti (Fuchs 2010; Jankowski 2001), ki pa bi naj bilo selektivno (Atton 2002), torej tako, da čim več pozornosti posveča odgovornemu oglaševanju in preferenci lokalnosti oglaševalcev nad globalnostjo (Jankowski 2001), obenem pa so »bolj pozorni in se bolj zavedajo vpliva ter so bolj radikalni pri reševanju problema oglaševalskega pritiska« (Pajnik v Primc 2012, 25). Na RŠ oglašujejo predvsem organizacije, ki jih z RŠ družijo nekomercialna usmerjenost, kulturna vrednost, vpetost v lokalno okolje in izročilo ter kvaliteta samega produkta ali storitve, »ki ugotovi zahtevnejšemu in bolj kritičnemu občinstvu. Prav zato RŠ tudi dojemajo kot edini medij, na katerem želijo oglaševati, ker ne gre za povsem klasično oglaševanje, ampak bolj v stilu, ki ga goji RŠ« (Kandare 2016), ki je solidaren do etra in spleta, torej ne teži z izstopanjem za vsako ceno, pač pa večjo vrednost vidi v enakopravnosti z ostalimi vsebinami (Kandare 2016; Zaniuk 2016). RŠ si je z leti tudi ustvaril pogoje, ki mu omogočajo bolj proste roke pri sami izvedbi marketinške dejavnosti v primerjavi z nekaterimi drugimi mediji, ki bi se »lahko na vse pretege borili, a ne bodo nikoli dosegli te stopnje avtonomije, ki je posledica tradicije, 47 let kljubovanja in sličnega diskurza, na katerega RŠ navaja in je navajal tako svoje poslušalce kot tudi naročnike« (Kandare 2016). Zato ni nič nenavadnega, ko se ob obravnavi vsebin, ki so sponzorirane, dejansko dogajajo tudi antireklame za taiste sponzorje, ki sofinancirajo določen del programa. »RŠ, predvsem pa kritična misel ne prizanašata finančnim injekcijam. Tako vse skupaj še vedno deluje organsko in ne prisiljeno. In to je tudi dobra reklama za neko organizacijo, ki oglašuje na RŠ, saj s tem pridobiva kredibilnost med poslušalci RŠ, ki so navajeni na ta diskurz« (Kandare 2016).

Poseg v samo avtonomijo vsebinske in uredniške komponente RŠ tako s strani MRŠ ni pretiran. »MRŠ je denimo povečal svoje prihodke, obenem pa sam nimam občutka, da bi se program kaj komercializiral. Temu pravim uspešen marketing« (Kaluža 2016).

4.3.10.2 Pridobivanje projektnih razpisnih sredstev

Iz vira pridobivanja projektnih sredstev, razpisanih s strani Mestne občine Ljubljana, ministrskih resorjev Republike Slovenije, institucij Evropske unije in nekaterih drugih razpisov, na katerih RŠ nastopa bodisi sam bodisi v partnerstvu z nekaterimi drugimi mediji ali organizacijami, RŠ zadnje čase povprečno načrpa letni znesek, ki se giblje med 120.000 € in 160.000 € (Mohorič 2016) (glej Prilogo C). Pri tem pa je treba upoštevati, da lahko uspešnost na razpisih zelo niha, na kar opozarja tudi Smrke (Smrke v Primc 2012), ki vidi tovrstno financiranje kot težavno, saj je razpisna negotovost precej visoka. Poleg tega pa sogovorci v razpisih vidijo morebiten poseg v avtonomijo, ker »sistemsko gledano vsak razpis ni popolnoma odprt za idejo RŠ, zato jo je treba prilagoditi pogojem in potrebam razpisa, kar pomeni, da mora RŠ modificirati določen program in tako ni več popolnoma svoboden« (Tomažin 2016). Zato se po besedah Kaluže projektna pisarna »poleg tega, da RŠ dobiva projekte, predvsem trudi, da dobiva dobre projekte, torej tiste, ki so bolj primerni ali pa manj boleči za RŠ, pri čemer pa ji mora izdatno pomagati tudi uredništvo« (Kaluža 2016). Primer za RŠ uspešne vsebinske prilagoditve razpisanega projekta sogovorci vidijo v projektu *EUREPA*, ki ga je razpisal Evropski parlament (v nadaljevanju EP), ki si »prek projektov kupuje publiciteto, a vseeno nima mehanizma, s katerim bi RŠ prepričal, da o EP govori v presežnikih, zgolj v dobrem smislu« (Zaniuk 2016). V primeru projekta *EUREPA* je RŠ »na nek način zlorabil razpis, ki je promoviral alternative za gospodarsko rast, RŠ pa je priliko in sredstva izkoristil za obravnavo ducata manj znanih, manjših in povsem konkretnih alternativnih gospodarskih pristopov, ki so dejansko lahko alternative obstoječim gospodarskim praksam« (Zaniuk 2016). Humoren preobrat pri samem poimenovanju projekta je RŠ izvedel tudi pri projektu EP, ki je želel javnost informirati o svojem delovanju. Tako je RŠ samo izvedbo projekta poimenoval *Delovanje Evropskega parlamenta – radijska aktualizacija* ali krajše *DEPRA* in jo tudi v etru pospremil z dokaj depresivno zvočno sliko same promocije projekta (Zaniuk 2016). RŠ torej tudi o tovrstnih subvencioniranih tematikah poroča neodvisno in si znotraj polja, ki mu mora do neke mere zadostiti, sam izbira konkretne teme, o katerih poroča in jih raziskuje, veliko mero svobode pa udejanja tudi pri pomenljivih

poimenovanih projektnih sklopov. »Včasih se svet projektne prijave in realni svet nekoliko razlikujeta. Polje projektnega pridobivanja sredstev in jezik, ki je s tem povezan, torej cilji in merila, po katerih evalvatorji ocenjujejo projektne prijave, je popolnoma svoj pomenski svet« (Zaniuk 2016). Sicer Kandare finančno uspešnost projektne pisarne sodi, da je »v primerjavi z drugimi NVO glede na to, koliko ur se porabi in koliko denarja se izčrpa, zelo uspešna«, a dodaja, da »najbrž vseeno potrebuje nekoliko kadrovske svežine« (Kandare 2016).

4.3.10.3 Sistemske financiranje s strani ustanovitelja

Radio Študent je svojevrstna posebnost v slovenskem medijskem prostoru. Je namreč na pol javni medij, saj je že ves čas subvencioniran za osnovno delovanje, kar je zapisano tudi v aktualnem aktu o ustanovitvi (Zaniuk 2016). »Naša temeljna povezanost z ustanoviteljem je, da so študentske oblike organiziranja neodvisno od oblike in časa vselej zagotavljale sistemski vir financiranja. Finančno leto se za RŠ prične tako, da ve, koliko bo dobil od ŠOU, in to je edina gotova spremenljivka finančnega načrta. Vse ostalo so zgolj predvidevanja glede na pričakovani izplen s strani projektov in marketinške dejavnosti« (Zaniuk 2016).

Pravnoformalni status je RŠ pridobil leta 1974, ko je bil v sodni register 31. 1. 1974 vpisan in sprejet Sklep o ureditvi ustanoviteljskih odnosov med »Radiom Študent« in Skupnostjo študentov LVZ (glej Zaniuk 2003).

Radio Študent je izredno pomembno komunikacijsko sredstvo v atomizirani univerzitetni sredini, ki je razbita na stotine strok, oddelkov, organizacij, šol in fakultet. Univerza je univerza samo pod pogojem, da je integrirana in da resnično zajema celoto človekovega življenja. Radio Študent pomeni pomemben integrativen faktor ljubljanske univerze. ... Radio Študent je tudi pomembna vez med študenti in ostalimi deli mlade generacije, ki jih seznanja in povezuje z univerzitetno sredino (Sklep o ureditvi ustanoviteljskih odnosov med »Radiom Študent« in Skupnostjo študentov LVZ, 1. čl. v Zaniuk 2003).

Sklep o ureditvi ustanoviteljskih odnosov določa temeljno vsebinsko zasnovo RŠ, dejavnost, kadrovske politike, stalne sodelavce, glavnega in odgovornega urednika, družbene organe upravljanja in financiranje (Zaniuk 2003). Skladno s Sklepom o ureditvi ustanoviteljskih odnosov med »Radiom Študent« in Skupnostjo študentov LVZ se je ob nastanku RŠ financiral iz sredstev, ki mu jih je zagotavljal ustanovitelj iz okvira dotacije Republiške

skupnosti študentov, iz dotacij Kulturne skupnosti in iz sredstev, ki mu jih je zagotavljala Univerza (Zaniuk 2016). Naslednji za pravnoformalni status RŠ pomemben dokument je Akt o spremembi ustanovitelja (27. 2. 1975), s katerim ustanovitelj postane Univerzitetna konferenca ZSMS, ki je kot ustanoviteljica navedena tudi v zadnjem temeljnem pravnem aktu RŠ, vpisanem v sodni register – Statut DO Radio Študent (31. 12. 1986). »DO Radio Študent je samoupravna organizacija delavcev in sodelavcev, ki ustvarjajo in oblikujejo dejavnost, za katero je bila DO ustanovljena« (Statut DO Radia Študent, 1. čl. v Zaniuk 2003). 8. 11. 1993 je bil sprejet Akt o ustanovitvi Zavoda Radio Študent (2012), ki ga je sprejel ŠOU v Ljubljani kot neposredni naslednik predhodnih oblik študentskega organiziranja. V aktu so utemeljeni notranji organ upravljanja – svet zavoda, v katerem so bili zastopani delavci in sodelavci RŠ, predstavniki ŠOU in predstavniki javnosti. V 49. in 51. členu akta je zavedeno, da ustanovitelj zagotavlja sredstva, ki so potrebna za ustanovitev in pričetek delovanja zavoda RŠ, v obliki mesečnih nakazil na podlagi pogodb, sklenjenih med zavodom RŠ in ustanoviteljem (glej Zaniuk 2003).

Odnosi med ustvarjalci programa RŠ in njegovim ustanoviteljem so v dolgi desetletjih nihali vzdolž celotnega barometra. Najbolj ohlajeno točko beležimo sredi sedemdesetih let, ko je partijska celica Univerzitetne konference ZSMS pod etiketo zaščite študentskih interesov na vsak način skušala zbrisati z RŠ sodelavce, ki so bili brez študentskega statusa, saj so bili prav ti najpogostejše avtorji najbolj sočnih ekscesov v programu. Danes je glede na to, da je RŠ edini zavod pod okriljem ŠOU, v katerem ŠOU v svetu zavoda nima večine, ustanoviteljeva edina neposredna in direktna moč za izvajanje bodisi disciplinskih bodisi denimo kazenskih ukrepov prav kapitalna (Zaniuk 2016). V zadnjih letih tako vnaprej zagotovljena sredstva s strani ŠOU, ki jih RŠ v dvanajstinah dobiva mesečno, precej variirajo, a obenem tudi upadajo, kar je lepo razvidno iz podatka za leto 2016, ko je ŠOU RŠ namenil 150.000 €, do sedaj najnižja predhodno zagotovljena finančna sredstva v zadnjem desetletju (Mohorič 2016) (glej Prilogo Č).

Opaziti je tudi, da med RŠ in ŠOU zeva malodane nepremostljiv, tako vrednotni kot tudi ideološki prepad. »Sloga ni nikoli pravzaprav obstajala. Odnos je ogledalo tega, kako se skozi čas tudi spreminja pojem študenta. Leta 1969 je pomenilo biti študent nekaj absolutno drugega kot danes. Študent je bil percipiran kot progresiven človek, ki ima željo po vedenju in po spremembah na bolje. Danes je biti študent le potrošniška *lifestyle* kategorija« (Zaniuk 2016). Kaluža nadaljuje, da je »študentska populacija v Sloveniji deležna indoktrinacije v neko ideologijo potrošništva, ki jo vodijo raznorazne organizacije, ki hočejo ustvariti to

podobo apolitičnega, žurerskega in nasploh ne ravno reflektiranega študenta in delajo iz študentskega obdobja nekakšen mehurček» (Kaluža 2016). Zaniuk vidi celotno relacijo med RŠ in ŠOU simptomatično tudi za širšo družbo. »Stvari, ki naj bi bile v javnem študentskem interesu, se redefinirajo. Študentje se sami ne smatrajo kot progresivno silo družbe, ki odpira polja javne debate. Logika študentskega organiziranja je zbanalizirana na to, da študentske organizacije zastopajo študente in skrbijo za njihovo dobrobit v obliki popustov in sofinanciranj potovanj« (Zaniuk 2016). Kaluža vidi težave v tem, da študentska politika tudi s svojimi povezavami z institucionalno politiko funkcionira na neki zelo specifičen način. »Funkcionarji v študentskem parlamentu so pogosto šele v prvem ali drugem letniku fakultete, ker se hitro menjajo, pa jih je treba vsake dve leti vedno znova prepričevati o pomenu in pomembnosti RŠ, saj načeloma gojijo nekakšen podjetniški model upravljanja, znotraj katerega jim RŠ ne more prinašati nobene finančne koristi« (Kaluža 2016). Sogovorniki idejni razkorak opisujejo tudi z oznakami mladih japijev, ki se učijo zgodnjih veščin korupcije in klientelizma, torej struje, ki je povsem nasprotna, obratna od RŠ. »Ena njihovih prvih idej, ko pogledajo proračunske bilance in postavke, je, saj RŠ nihče ne posluša, ne bi raje teh financ preusmerili kam drugam, a ko se z njimi nekoliko podiskutira in se jim dopove, zakaj je dobro, da ŠOU sofinancira RŠ, nekateri izmed njih tudi razumejo, niso vsi tako enoznačni. Nekateri manjšinske opcije pa so tudi zelo naklonjene RŠ« (Kaluža 2016). Po besedah sogovorcev ŠOU v Ljubljani »postaja vse bolj nekakšno privatno podjetje, ki tudi funkcionira na ta način« (Kaluža 2016), Kandare opozarja, da je ŠOU »zasebni zavod, katerega finance niso podvržene javnemu nadzoru in tudi Vlada RS se nikakor ne trudi, da temu ne bi bilo tako«, kar ponazori z aktualno potezo, da se je »po neki povsem tržni logiki, po kateri se ravna, odločil celo za prodajo ustanoviteljskih pravic Hostla Celica« (Kandare 2016). Zaniuk prav v takšnih potezah vidi dokaz, da »ŠOU deluje povsem po kapitalistični logiki«, in dodaja, da je bilo »v šali že večkrat rečeno, da bi lahko ŠOU že davno razprodal ustanoviteljske pravice vseh zavodov pod svojim okriljem, kar je seveda bizarno, ker so ustanoviteljske pravice zavodov redkokdaj naprodaj« (Zaniuk 2016). Po Zaniukovih navedbah naj bi že eden izmed prejšnjih direktorjev ŠOU tudi večkrat omenil, da je vizija, kot jo glede situacije z RŠ vidi ŠOU, ta, da se RŠ osamosvoji, kar je po Zaniukovem mnenju posledica evolucije oziroma regresije študentskega organiziranja. Namreč, »če je predhodnik ŠOU rušil socialistični sistem, na delovne akcije vabil največje punk bende, razvil mrežo neodvisnih mladinskih medijev, ki so bili edini, ki so si drznili in niso podlegli cenzuri, se zdajšnje študentsko organiziranje sprevača v nekakšno korporativno organizacijo, ki je sama sebi namen in ki bolj malo daje širši družbi« (Zaniuk 2016). Projekcijo nadaljnjih odnosov in

sofinanciranja vidi kot »zelo turbulentno obdobje odnosov z ustanoviteljem. Na koncu bo najbrž vse odvisno od pristopa velike politike k reorganizaciji in reformaciji samega študentskega organiziranja« (Zaniuk 2016), do tedaj pa meni, da mora biti cilj RŠ ohraniti čim več sredstev, ki še vedno prihajajo iz koncesijske dajatve študentskega dela, pri tem pa pričakuje, da je padanje sredstev tendenca, ki se bo še nadaljevala.

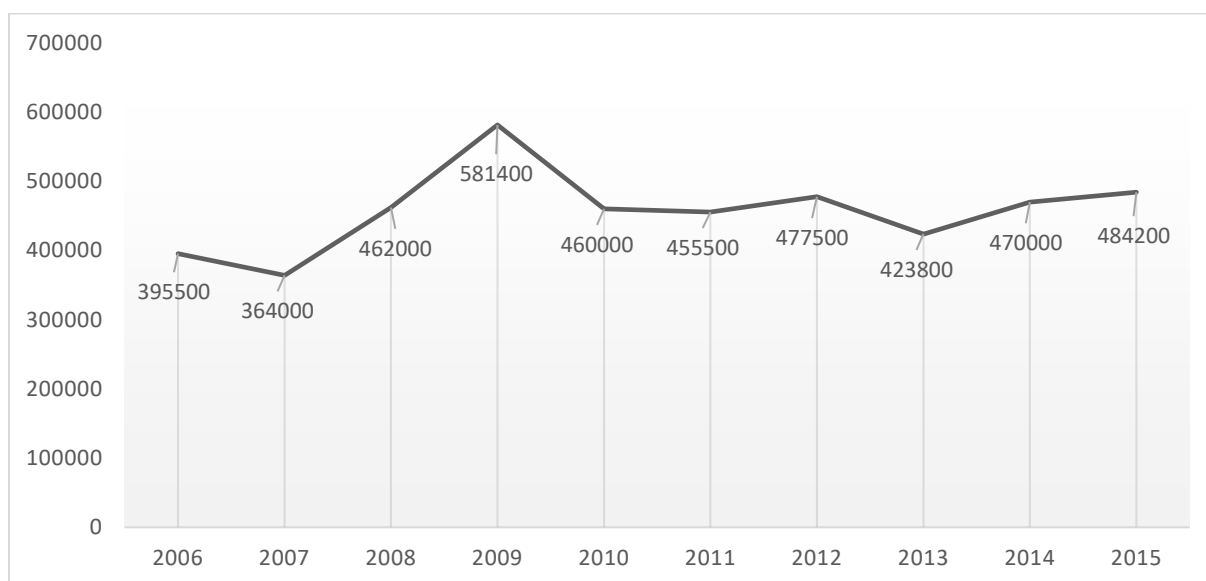
RŠ mora vztrajati na tem, da to niso sredstva ŠOU, ki se lahko po mili volji vsakokratne politične oblasti vsakoletno nižajo, ampak da so to sredstva, ki so med drugim namenjena tudi RŠ, in da ima do njih pravico v smislu, da jih je bil deležen s strani ustanoviteljev vse od leta 1969 dalje, se pravi da je sistemski porabnik študentskega denarja. Tudi danes ne moremo govoriti, da je ta vir usahnil, je pa nekoliko uvel. To pomeni, da se RŠ zgolj konstantno politično izrinja od korita finančnih sredstev ŠOU s strani tistih, ki za samo delovanje ŠOU niso naredili nič drugega kot zgolj, da so bili izvoljeni v študentski zbor (Zaniuk 2016).

Vseeno pa je treba tudi omeniti, da ŠOU »financiranju navkljub dopušča precej vsebinske svobode in vsaj na tem področju ne posega v avtonomijo, o čemer priča dejstvo, da RŠ v nekaterih pogledih konstantno kritizira delovanje ŠOU v Ljubljani« (Tomažin 2016).

4.3.10.4 Trenutno stanje in prihodnost financiranja

In koliko finančnih sredstev sploh potrebuje RŠ za letno obratovanje v trenutnem obsegu in ustroju? Mohorič pojasnjuje, da v zadnjem obdobju nekje okoli 525.000 €, poprej, pred letom 2007, pa se je ta znesek zaradi nižjih stroškov delovanja, ki so bili posledica manj obsežnega programa in delovanja ter še nižjih honorarjev sodelavcev, gibal okoli 350.000 € (Mohorič 2016). A že vsa leta je praksa, da »razliko med letnimi, vnaprej zagotovljenimi sredstvi s strani ustanovitelja in skupnim zneskom, ki ga potrebuje za letno medijsko delovanje, RŠ poizkuša ustvariti sam« (Zaniuk 2016). To poleg prihodkov, ki jih ustvarjata MRŠ in projektna pisarna, krpa tudi »z akontacijami dohodnine, prodajo blaga, organizacijo kulturnih dogodkov in z oddajanjem antene mobilnemu operaterju« (Mohorič 2016). Za boljšo predstavbo sem vsa zbrana letna sredstva iz vseh treh glavnih virov financiranja združil v grafični prikaz.

Graf 4.1: Letni skupni prihodki vseh treh glavnih virov financiranja RŠ



Vir: Zavod Radio Študent (2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013a; 2014; 2015; 2016).

Z ozirom na dejstvo, da sredstva s strani ŠOU drastično upadajo, Zaniuk prihodnost financiranja vidi v »povečanju lastnih virov in virov, ki niso odvisni od političnega stanja v državi ali študentskega organiziranja« (Zaniuk 2016), torej v tendenci, ki je v zadnjem letu že vidna pri delu MRŠ in projektne pisarne. Kandare dodaja, da so »prihodki marketinga načeloma kar stalni, seveda nihajo skupaj z gospodarskimi trendi, a MRŠ do leta 2019«, ko bo RŠ obeleževal 50. obletnico, »načrtuje povečanje prihodkov, predvsem iz naslova zunanjih naročil« (Kandare 2016), prihodnost prihodkov iz naslova projektних razpisov pa opredeli kot »v veliki meri odvisne tudi od prihodnosti Evropske unije, ki seveda ni povsem gotova in predvidljiva« (Kandare 2016). Dejstvo je, da bo ŠOU namenjal vedno manj sredstev, zato Kaluža izpostavi tudi, da »RŠ išče nov institucionalen vir financiranja«, poleg tega pa se »začenja posluževati skupnostnega sofinanciranja in nudenja storitev« (Kaluža 2016). Tudi Zaniuk vidi priložnost RŠ kot storitvenega centra, seveda ob predpostavki, da uspe vključiti in motivirati prav svojo skupnost, »da podpre RŠ njegov primarni cilj, torej neodvisno medijsko dejavnost, z najemom storitev, ki jih RŠ lahko nudi. Špikeriranje, tehnična podpora, snemanja dogodkov, video snemanja, vodenje prireditev, najem opreme, lektoriranje [...] tudi z delovanjem kot nekakšna alternativna zaposlitvena agencija [...] da bi tudi na ta način RŠ poskrbel za svoje prekerne sodelavce in posledično tudi zase« (Zaniuk 2016).

4.3.10.5 Skupnostno financiranje

Producenti RŠ kot obet dodatnega vira financiranja vidijo tudi skupnostno financiranje s strani poslušalcev in preostale zainteresirane javnosti. Skupnostno financiranje je specifična in v svojo skupnost orientirana oblika množičnega financiranja (ang. *crowdfunding*), prek katerega si člani skupnosti prizadevajo sprožati pozitivne spremembe znotraj njihove skupnosti (Stiver in drugi 2015, 266). Množično financiranje s strani civilne družbe ni nič novega. Na ta način sta bili denimo sofinancirani postavitev newyorškega Kipa svobode in izgradnja kulturne londonske koncertne dvorane *Royal Albert Hall* (Davies; Hussey v Stiver in drugi 2015, 251). Na področju medijskega delovanja Collins (2011) kot najbolj ustaljen sistem navaja financiranje z naročninami (Collins 2011, 1208), kot je to pri nas denimo skorajda obvezni RTV-prispevek. A tisto pravo in tudi povsem skupnostno financiranje, ki ne temelji na nekakšni prisili, pač pa želji posameznika in skupnosti, se je v drugi polovici prve deкаде milenija pričelo v ZDA in v Avstraliji, ko so se prvič začeli pojavljati koncepti financiranja spletišč in drugih neodvisnih medijev s strani množic oziroma skupnosti, ki dotične medijske projekte sofinancirajo iz lastnega interesa, ki ga do njih gojijo (Collins 2011, 1212).

Tovrstne želje ima deloma tudi RŠ. »Skupnostno financiranje je lahko del celotne zgodbe, ne more postati glavni vir. Treba je poizkusiti z njim, a obenem ne smemo biti razočarani, če ne bo prinesel vnaprej zastavljenih rezultatov, saj gre le za zahtevne prakse, ki jih v našem prostoru ni veliko« (Kaluža 2016). Tovrstna oblika sofinanciranja je v Sloveniji resda izjemna, saj »vsi očitno pričakujemo, da se tovrstne dejavnosti, kot je RŠ, financirajo iz javnih sredstev na državni, lokalni ali evropski ravni. Ni še tovrstnega družbenega zavedanja, kot je denimo v ZDA, kjer javnega denarja sploh ni in lahko tovrstne prakse obstajajo samo, če imajo za seboj neko skupnost, ki jim omogoča, da lahko še naprej životarijo« (Zaniuk 2016). Najvidnejša in tudi zelo uspešna tovrstna medijska praksa pri nas je pravzaprav program Prijatelji Radia Ognjišče (v nadaljevanju PRO), ki ga že desetletja vzdržuje Radio Ognjišče. Po javno dostopnih ocenah je ta čas aktivnih članov kluba PRO nekje okoli 15.000, njihovi darovi, tako namreč imenujejo donacije, pa, sklicujoč se na nekakšno izjavo za javnost (Radio Ognjišče 2016), predstavljajo nekje 50 % vseh prihodkov Radia Ognjišče, kar v praksi, izračunano glede na dotično izjavo za javnost in dostopne podatke v spletni aplikaciji za spremljanje transakcij javnih institucij *Erar* (Komisija za preprečevanje korupcije 2016), naslednici *Supervizorja*, pomeni nekje med 700.000 € in 800.000 €. Ta znesek je za RŠ seveda nedosegljiv, »zadovoljili bi se že z desetino« (Zaniuk 2016).

Kandare še večjo vrednost vidi v socialnem kapitalu, ki ga prinaša donatorstvo, saj »omogoča povezanost in tako legitimnost, s čimer bi RŠ lahko pridobil nekaj pogajalske moči, s katero bi lažje naslavljal druge institucije« (Kandare 2016). Koristi, ki izhajajo iz socialnega kapitala, so seveda lahko pomemben vir moči (Bourdieu 1986), tako za posameznike kot tudi za skupnosti (Portes v Stiver in drugi 2015, 251). Prakse skupnostnega financiranja avtorji povezujejo tudi z idejami participatorne družbe (Zuckerman v Stiver in drugi 2015, 252) in z modeli participatorne demokracije (Barber v Stiver in drugi 2015, 252). Kandare napoveduje, da bo skupnostno financiranje, ki ga snujejo producenti RŠ, stremelo k večji odprtosti in močnejši participaciji skupnosti. »Doniranje in participacija bosta tekla vzporedno, saj moramo odpreti opcijo, da skupnost dobi svoj glas, ki ga neposredno sliši uredništvo in s tem celoten RŠ. Treba je izraziti zanimanje za mnenja skupnosti. To je osnovna premisa« (Kandare 2016). Vključevanje skupnosti bo torej potekalo tako na simbolni kot tudi na povsem konkretni ravni. »Cilj ne sme biti zgolj zbrati denar, ampak vprašanje, kako lahko RŠ izkoristi svojo skupnost, da postane boljši medij in posledično bolje služi svoji skupnosti. Denar potlej pride skoraj da sam od sebe« (Kandare 2016).

4.3.10.6 Akcija Reši RŠ

Za snovanje trajnostne akcije skupnostnega financiranja se je RŠ ob vprašljivi finančni prihodnosti odločil tudi na podlagi dobrih izkušenj s prvo tovrstno akcijo *Reši RŠ*, ki je nakazala obet, da je trajnostna akcija sploh mogoča. Neposredni vzrok za *Reši RŠ* je bila dokaj huda, domala krizna situacija, v kateri se je RŠ znašel leta 2013. Povodi so bili finančni, in sicer je ŠOU v letu 2013 RŠ namenil 180.000 €, torej mnogo manj sredstev kot prejšnja leta, MRŠ pa je kot pridobitno dejavnost tudi neposredno prizadela gospodarska kriza, zaradi katere je prikazal najnižje prihodke v zadnji dekadi. Tako je v proračunu RŠ zazeval manko, ki ga je bilo treba pokrpati, da je RŠ sploh lahko nadaljeval s svojo medijsko dejavnostjo.

RŠ je krizno akcijo skupnostnega financiranja pokrenil jeseni 2013. Pričetek dvomesečne akcije *Reši RŠ*, ki se je odvijala od začetka oktobra do konca novembra, predstavlja *Peticija za ohranitev, obstoj in razvoj neodvisnega Radia Študent* (Zavod Radio Študent 2013c), ki jo je na spletu podpisalo 10.095 podpisnikov in namen katere je bil opozarjanje javnosti na problematiko, s katero se sooča RŠ, ter predlaganje rešitev situacije s serijo zahtev in pozivov. 21. oktobra pa se je odvil tudi javni shod, poimenovan *Rešolucija* (Zavod Radio Študent 2013č), ki ga Zaniuk opiše kot »poizkus fizične ulične manifestacije podpore RŠ, katerega

trasa je bila na nek način zgodovinska, saj se je podoživelo zasedbo Filozofske fakultete iz leta 1972 kot pomembne točke študentskega upora in manifestacije RŠ, ki se je takrat zgodila s to zasedbo» (Zaniuk 2016). Shod v podporo RŠ se je tako izpod prostorov RŠ v študentskem naselju v Rožni dolini ob delnih zaporah cest in ob spremljavi žive glasbe iz tovornjaka vil do Filozofske fakultete in zaključil na Kongresnem trgu. Sama akcija *Reši RŠ* je, kot že omenjeno, potekala na dveh nivojih: z donacijami prek spleta in na vsemetelkovskem benefit dogodku. Z donacijami prek spleta, ki so bile segmentirane v pet kategorij, znotraj katerih so variirale praktične zahvale v obliki majice RŠ, kompilacije *jinglov*, albumov ZARŠ, nalepk, brošk, ipd., in z donacijami v višini 5 € prek SMS-sporočila je RŠ od 1.015 donatorjev zbral 18.903 €.

Tabela 4.1: Prispele donacije akcije Reši RŠ prek spleta in SMS-sporočil

Donacijska kategorija	10 €	20 €	30 €	89,3 € +	Poljubno	Moneta 5 €	Skupaj
Število donatorjev	138	104	170	65	39	499	1.015
Znesek donacij v €	1.395	2.095	5.255	6.195	1.468	2.495	18.903

Vir: Zavod Radio Študent (2013b).

Zaključni dogodek akcije je bil benefit *Reši RŠ*, ki se je odvil v petek, 22. novembra 2013, na Metelkovi in šteje za prvi tovrstni dogodek, ki je za enotno vstopnino 10 € obiskovalcem omogočal vstop na koncertna prizorišča v vseh razpoložljivih metelkovskih klubih in prostorih. Domala ves prihodek od prodaje vstopnic in tudi praktičnih promocijskih artiklov RŠ je bil namenjen RŠ in tako je preko 2.100 obiskovalcev v blagajno prispevalo še 21.974 €. RŠ je torej s celotno akcijo *Reši RŠ* v dveh mesecih zbral 40.877 € in tako začasno dodobra pokrpal monetarni manko.

Zaniuk akcijo ocenjuje večplastno, in sicer kot uspešno s finančnega vidika, saj je »z akcijo RŠ zbral toliko denarja, kot ga je potreboval, prav tako pa je bila uspešna tudi z vidika odmevnosti, da se je širša družba sploh seznanila s problematiko RŠ« (Zaniuk 2016). Uspešna je bila tudi glede artikulacije problema, saj je peticijo podpisalo več kot 10.000 ljudi. Ni pa bila uspešna »s samim vodenjem procesa peticije, da se z zahtevami kaj dejansko zgodi. *Reši RŠ* ni bila uspešna tudi glede tega, da ni izkoristila množice, ki se je vzpostavila, in ni že tedaj zastavila dolgoročneje politike upravljanja ter tako izkoristila kontaktov članov skupnosti, ki so se pokazali kot zainteresirani pomagati. To še sledi, saj finančne projekcije zopet kažejo, da bo tovrstno financiranje znova postalo nujno« (Zaniuk 2016). Kaluža se strinja, da je bila

akcija nujno potrebna, tudi zato, da je RŠ opozoril na svojo situacijo, a opozarja, »da si RŠ tovrstnih akcij ne more privoščiti v prevelikem obsegu, torej s preveč ponovitvami. Probleme imajo tudi druge institucije, ljudje pa so že malo naveličani kriznega diskurza. Z diskurzom izpostavljanja lastne revščine ne moreš funkcionirati v nedogled« (Kaluža 2016). To se je tudi pokazalo pri naslednjih petih vsemetelkovskih benefit dogodkih, ki jih je RŠ od tedaj organiziral še maja 2014, 2015 in 2016 ter novembra 2014 in 2015. Prihodki, ki so bili ustvarjeni z omenjenimi dogodki, so namreč povprečno znašali nekje okoli polovice prihodkov benefita *Reši RŠ*, tako da je RŠ z nadaljnjimi petimi dogodki prejel slabih 50.000 € v treh letih, torej skoraj toliko, kot jih je jeseni 2013 v dveh mesecih. Po Tomažinovich besedah pa je »problem benefitov [je] tudi ta, da so se pričeli pojavljati preveč redno in izvajalcem, ki nastopajo na njih in ki razumejo problematiko RŠ, vseeno s časom ni več všeč, da igrajo zastonj, da jih RŠ na nek način izkorišča« (Tomažin 2016).

Uspešnost akcije *Reši RŠ* pa gre ob izrednih razmerah, ki so predramile in aktivirale del skupnosti RŠ, pripisati tudi samemu promocijsko-komunikacijskemu pristopu, ki se ga je RŠ poslužil pri ozaveščanju tako svoje skupnosti kot tudi širše javnosti. Plačljivi oglasi, ki jih je RŠ v veliki meri kompenziral z lastnimi produkcijskimi protiuslugami, so se pojavljali v revijah Mladina, Global in Monitor, na vseh razpoložljivih kanalih RTV Slovenija, zakupljenih plakatnih mestih Tam-Tam in na nekaterih spletnih portalih. Celotno oglasno kampanjo pa je leta 2014 na Slovenskem oglaševalskem festivalu stroka nagradila s srebrnim priznanjem (SOF 2014) v kategoriji celostnih oglaševalskih akcij, leto kasneje pa je za oblikovalsko zasnovo in izvedbo prejela tudi nagrado Brumen za delo v kategoriji oglaševalska kampanja (Bienale vidnih sporočil Slovenije 2015). Artnak, ki je podobo in sporočilnost akcije snoval skupaj s kreativno ekipo MRŠ, katere del sem bil tudi sam, vizualno sporočilnost forme opiše kot »punk grafit«, torej obče uveljavljeno formo anonimnega grafita, katerega »naboj leži v sporočilu, ki je lahko karkoli. Večinoma gre za politične krike in ljubezenska pisma, lahko pa je tudi izrazno sredstvo za lokalce in vselej sporoča iskrenost neznanega avtorja« (Artnak 2016). Artnak še poudarja, da poleg sporočila pomembno vlogo igra tudi lokacija grafita, kar sporočilo dodatno kontekstualizira. To je bil tudi eden ključnih elementov akcije, saj je bilo vsako sporočilo, bodisi v tiskanem oglasu, na socialnem omrežju, spletni strani ali pa na uličnem plakatu unikatno in posebej prilagojeno mediju in lokaciji sporočila. Pri tem smo upoštevali konkretne oglasne pozicije na straneh periodičnih tiskovin, spletnih strani in fizičnih lokacij zunanjih plakatnih mest (glej Prilogo D). Pri slednjih smo sporočilno unikatnost, ki pa ni povečala produkcijskih stroškov tiska,

dosegli tako, da smo na s strani izvajalca (Tam-Tam) izobešene skoraj prazne plakate rumene barve ročno s črnim sprejem v maniri anonimnega grafita pisali pomenljive pozive in krike ter tako, kot je pristop tedaj komentiral Tomažin, »s prebrisanim komentarjem splošne tržne logike zarezali v družbeno tkivo in z navidezno skrunitvijo lastnih plakatov ustvarili subverzivne plakatne presežke« (Tomažin 2013). Artnak se strinja, da je prav »kontekst najmočnejše orodje za podajanje vsebine, saj dojemljivega in zahtevnejšega recipienta nagovarja povsem osebno« (Artnak 2016). Kontekstualno bogat je tudi logotip akcije *Reši RŠ*, stiliziran križ, ki s prepoznavno formo nakazuje na namen akcije in v tem pogledu deluje kot ključni združevalni element (glej Prilogo E). Logotip je Artnak oblikoval tako, da je »združil dve geometrični mali tiskani črki R in ju zložil v križ, saj obenem RR deluje tudi kot kratica *Reši RŠ*« (Artnak 2016), za potrebe akcije pa je osnoval tudi posebno tipografsko abecedo, ki sloni na izročilu v akciji ponavljajočega se koncepta anonimnega grafita (glej Prilogo F).

Tri leta po akciji *Reši RŠ* je tako v snovanju tudi trajnostna akcija skupnostnega financiranja RŠ, za katero stilistični pristop še ni determiniran in ki sem jo kot kreativni sodelavec MRŠ in tudi, recimo temu, referenčni kader za besedne igre in poimenovanja iz izhodišča analogije *Reši RŠ* delovno poimenoval *Širi RŠ*, a tudi tu končna odločitev še ni znana.

5 RAZPRAVA

Radio Študent je, kot nakazujejo tudi predstavljeni empirični izsledki, v svojem bistvu, ustroju in delovanju zavezan načelni odprtosti, ki je nujen pogoj za pričujočo heterogenost praks, pristopov in mnenj, skozi katere se kot medij tudi tvori in izoblikuje. Zamejevanje in RŠ sta namreč pomensko bolj ali manj nasprotujoča si pojma, kar je treba upoštevati tudi pri opredeljevanju modela medija, po katerem deluje RŠ, ki ga tako ni mogoče identificirati kot teoretsko čistega oziroma kot (znotraj predstavljenih teorij) šolski primer tega ali onega medijskega modela. Zato se pri odgovarjanju na raziskovalno vprašanje kot edina nediskriminatorna in vsevključujoča opcija kaže priznavanje hibridne narave RŠ, ki v določenih točkah združuje različne obstoječe teoretske predpostavke, kar je seveda tudi značilnost medijev, ki jih lahko opredelimo kot alternativne, obenem pa model delovanja RŠ nakazuje tudi nekatere podobnosti z modelom javnega medija. Znotraj omenjene množine modelov medijev tako najdemo iskano teoretsko opredelitev RŠ, ki se, ko empirijo v dialogu soočim s teorijo, tudi nekoliko razjasni in manifestira v bolj oprijemljivi obliki. Tako lahko model medija, po katerem deluje RŠ, na podlagi opravljene študije primera in poznavanja teoretskih pristopov opredelim kot hibridni model alternativnega medija, ki v svoji hibridni naravi združuje teoretske attribute in značilnosti alternativnih medijev (Atton 2002; Guedes Bailey in drugi 2008), skupnostnih medijev (Jankowski 2001; Vatikiotis 2008; Hollander in drugi 2002), radikalnih medijev (Downing 2001), medijev državljanov (Rodriguez 2001), medijev družbenih gibanj (Atton 2003b), avtonomnih medijev (Deleuze in Guattari 1987) in kritičnih medijev (Fuchs 2010), prav tako pa v nekaterih pogledih deluje tudi po načelih javnega servisa (Curran in Seaton 1997; Bašić Hrvatin 2002; Blumler 1992; Splichal 2005).

Ko predstavljene empirične podatke o RŠ namreč postavim ob bok poprej obravnavanim teoretskim pristopom alternativnih medijskih praks, kot tudi modelu javnega medija, se pokažejo ujemanja na več ravneh, prav tako pa se razkrijejo tudi nekatere, za alternativne medije sicer atipične značilnosti. V osnovi je namreč treba RŠ primarno obravnavati skozi teorije alternativnih medijev, ki nudijo več s prakso RŠ prekrivajočih se polj, a pri tem ne gre zapostavljati tudi nekaterih podobnosti z modelom javnega medija. S slednjim lahko RŠ povežemo pri doslednem upoštevanju in vseprisotnem prepletanju načel delovanja 'izobražuj, informiraj in zabavaj', pri katerih producenti medija primat pripisujejo zavezanosti k izobraževanju tako javnosti kot producentov (Zaniuk 2016; Kaluža 2016; Kandare 2016), predstavljanju pluralnih vsebin, skrbi za deprivilegirane skupine, pri čemer RŠ v primerjavi s preostalimi domačimi mediji pravzaprav daje največ (Tomažin 2016), načelu kakovosti pred

količino programov, liberalizaciji producentov medija ter načelni neodvisnosti od centrov moči (Curran in Seaton 1997; Bašić Hrvatin 2002; Blumler 1992), s čimer RŠ kot aktivna medijska alternativa tudi služi javnosti in javnemu interesu ter si na svoj način znotraj danih zmožnostmi prizadeva za javno blaginjo (Bašić Hrvatin 2002).

Po pristopih opredeljevanja alternativnih medijev, ki jih predstavijo Guedes Bailey, Cammaerts in Carpentier (2008), RŠ s svojo pozicijo, delovanjem in vsebino zadovolji kriterije alternative *mainstream* medijem, služenja interesu skupnosti (Atton 2002) in aktivnega doprinosa k civilni družbi. Mestoma se skozi empirijo kažejo tudi podobnosti s kriterijem rizomatičnosti alternativnega medija (Guedes Bailey in drugi 2008). Pozicijo dopolnila *mainstream* medijem (Atton 2002; Jankowski 2001) RŠ udejanja s produkcijo in podajanjem lastnih vsebin, ki jih v *mainstream* medijih ni mogoče zaslediti (Atton 2002) oziroma vanje, če že, pridejo z zamudo. Heterogeno vsebino RŠ raziskuje in obravnava s pristopi neodvisnega poglobljenega raziskovalnega novinarstva, kar je značilno za alternativne medije (Atton 2002), pogosto pa na RŠ zaradi vpetosti njegovih producentov v različna družbena gibanja in iniciative zasledimo tudi prakse poročanja s pozicije vpletenosti, ki so značilne za medije družbenih gibanj (Atton 2003b), po zaslugi najrazličnejše palete motivacij producentov RŠ, ki vselej odsevajo neko mero upora zoper hegemonijo in neoliberalni družbeni ustroj, pa se često pojavlja tudi za radikalne medije značilna uporniška komunikacija (Downing 2001). RŠ s pozicije nepotrošniškega medija (Atton 2002; Downing 2001), ki tudi ni del establišmenta (Atton 2002), s prestopanjem meje medija in nastopanjem skupaj s civilno družbo tudi aktivno sproža ali pa vsaj skuša sprožati družbene spremembe, kar je prav tako značilnost alternativnih medijev (Atton 2002). To se lepo kaže s poprej omenjenim primerom akcije *Proti militarizaciji!*, ko RŠ vrši tudi družbeno mobilizacijo, in v dojemljivosti za poročanja o tematikah, ki v javnost lansirajo v družbi nastale krivice in nepravilnosti, po čemer ga lahko označimo tudi kot radikalni medij (Downing 2001), medij državljanov (Rodriguez 2001) in avtonomni medij (Deleuze in Guattari 1987). RŠ si tako izdatno prizadeva za prakticiranje aktivnega državljanstva (Rodriguez 2001) z družbeno odgovornim delovanjem, povezanostjo z družbenimi gibanji, odzivanjem na zatiranja in neenakosti ter kontriranjem prevladujoči ekonomski logiki (Downing 2001). Kot takšen se udejanja tudi z izrazito izobraževalno vlogo tako poslušalcev kot tudi ustvarjalcev in skozi nekakšno prakso samoizobraževanja nudi opolnomočenje z znanjem (Rodriguez 2001; Deleuze in Guattari 1987).

RŠ nikakor ne gre zanikati večnega stremljenja k progresivnosti v času in prostoru, kar se kaže skozi vso zgodovino njegovega delovanja, ki je bilo v določenih točkah na premici časa seveda bolj angažirano kot v kakšnih drugih časovnih intervalih, a se kljub temu ni nikoli izgubilo in se ciklično obuja, ko čas to narekuje. Kot pomembnejše tovrstne prekretnice aktivni in nekdanji producenti beležijo delovanje RŠ v času osamosvojitve Slovenije, še pred tem s študentskim gibanjem, ki ga je tudi ustanovilo, kasneje pa z aktivno vlogo med zasedbo Metelkove, če naštejemo zgolj najbolj izstopajoče trenutke. Kot radikalni medij lahko RŠ nadalje tematiziramo tudi s stališča k napredku zavezane medijske forme, skozi katero se izražajo njegovi producenti, vselej prisotnim kolektivnim angažmajem (Downing 2001), ki je značilen tudi za medije družbenih gibanj (Atton 2003b) in ki se tvori skozi pestro dinamiko ideološko pluralnega kolektiva, s pretočno notranjo hierarhijo in z demokratičnimi procesi soodločanja, ki potekajo znotraj medija. Po mnenju aktivnih producentov RŠ služi sebi relevantnemu spletu skupnosti oziroma občinstvu (Tomažin 2016; Zaniuk 2016; Kaluža 2016; Kandare 2016) in posledično s svojimi pluralnimi vsebinami in pogledi združuje več multiplih manjših javnih sfer (Downing 2001), torej spletu nasprotnih javnih sfer (Fuchs 2010), ki s kritičnim diskurzom obujajo svobodo govora in združevanja ter s tem prispevajo k demokraciji (Fuchs 2010). RŠ vsekakor ima delno zmožnost povezovanja razpršenih nasprotnih javnih sfer v večjo nasprotno javno sfero (Fuchs 2010), saj gre vsaj v lokalnem nacionalnem okolju v primeru RŠ za medij nekoliko večjega obsega, mnenjsko pozicijo, ki si jo je pridobil skozi zgodovino in izročilo svojega kritičnega medijskega delovanja. V tem pogledu lahko RŠ obravnavamo tudi kot kritični medij (Fuchs 2010), prisotnost omenjenega modela pa se kaže v zavezanosti kritični vsebini in formi, tvorbi lastnih kritičnih mnenj in stališč ter bolj profesionaliziranemu pristopu k medijski produkciji (Fuchs 2010). Prav z gledišča profesionalnosti se RŠ ne sklada z večino teoretskih pristopov k alternativnim medijem, saj pozna organizacijsko hierarhijo (Fuchs 2010), ki je v primeru RŠ sicer ciklično fluidna, s čimer se z zapovedano redno fluktuacijo vodilnih kadrov zagotavlja konstantna svežina pogledov in se učinkovito preprečujejo vsakršne zlorabe moči, ki bi jo lahko v daljših mandatih prinesla morebitna samodržnost izvoljenih posameznikov. Obenem pa producenti navajajo, da je hierarhije mnogo manj na nivoju soodločanja o vsebini oziroma da se tu kaže celo linearnost notranje organizacije, saj uredništvo upošteva in spodbuja lastne inercije avtorjev ter tako zagotavlja nekakšno sicer vodeno svobodo avtorskega delovanja. Od večine teorij alternativnih medijev, z izjemo kritičnih medijev (Fuchs 2010), RŠ odstopa tudi z gledišča odprtosti za prosto participacijo pri soustvarjanju medija s strani skupnosti oziroma zainteresiranih posameznikov ali skupin. Tu RŠ namreč deluje na način okrnjene

participatornosti, ki je veliki meri pogojena s predhodno selekcijo sodelavcev, ki na RŠ pridejo s procesi avdicij in kasnejšim obveznim medijskim izobraževanjem, ki ga nudi avtorjem vsebin in jih na ta način do neke mere polprofesionalizira. Skladno s Fuchsovo (2010) teoretsko linijo se RŠ do neke mere poslužuje tudi nekaterih za *mainstream* medije značilnih marketinških pristopov, saj ne gre zanikati vloge, ki jo njegov marketinški oddelek že od nekdaj igra v slovenskem oglaševalskem prostoru na področju radijskega oglaševanja in komercialne zvočne produkcije. A kljub temu RŠ kot medij vsekakor ostaja načelno nekomercialen in tudi zelo selektiven pri izboru produktov ali storitev, ki jih je pripravljen oglaševati. Glede vprašanja lastništva je RŠ kot zavod v romantičnem pogledu v lasti njegovih producentov, vseeno pa ima ustanovitelja, ki na to nemara gleda nekoliko drugače, iz česar tudi izvira ideološki spor med producenti medija in Študentsko organizacijo Univerze v Ljubljani. Nadzor nad RŠ deloma vrši javnost, predvsem pa svet zavoda, skupni organ Zavoda RŠ, ustanovitelja in zainteresirane strokovne javnosti, pri čemer je mogoča delna povezava z modelom javnega medija, ko nadzor izvaja svet javnega zavoda, torej predstavniki javnosti.

A temeljni cilji, h katerim stremi RŠ, so po drugi strani povsem skladni z vsemi teorijami alternativnih medijev, torej s prizadevanjem za boljšo, bolj odprto in enako družbo, ki namesto tekmovalnosti spodbuja sodelovanje in ne diskriminira, zapostavlja ali marginalizira ranljivejših segmentov (Atton 2002; Atton 2003b; Rodriguez 2001; Downing 2001; Fuchs 2010; Deleuze in Guattari 1987; Traber 1985; Jankowski 2001; Pajnik 2010). RŠ glede na preostalo obstoječo medijsko krajino velik poudarek daje prav obravnavi in opolnomočanju odrinjenih posameznikov, skupin in skupnosti ter jim daje glas. Presečišča s teorijo skupnostnih medijev (Jankowski 2001) se zopet pokažejo tudi v poziciji dopolnjevanja in bogatenja obstoječe *mainstreamovske* medijske ponudbe (Vatikiotis 2008), deloma lokalni vsebini, ki je pomembna za skupnost, ki ji RŠ služi, ter neprofitni in nekomercialni naravi medija, ki sicer lahko ima tudi oglase (Jankowski 2001). Skupnost RŠ, ki jo producenti medija razumejo kot mrežo manjših med seboj povezanih skupnosti in skupin (Kaluža 2016; Kandare 2016; Zaniuk 2016), je določena predvsem interesno, nekoliko pa tudi geografsko, saj je seveda tudi omejena s slovenskim jezikom. Če na skupnost RŠ torej gledamo kot na slovensko alternativno sceno, katere edini vidnejši in skupni medij je pravzaprav zgolj RŠ, lahko tudi rečemo, da skupnost deluje kot producent medija, saj vsi aktivni producenti RŠ izhajajo prav iz te skupnosti oziroma alternativne scene. A vseeno, kot ugotavljajo aktivni producenti, med katerimi je močno prisotna kritična samorefleksija delovanja medija, RŠ še

ni dovolj odprt do svoje skupnosti ter jo premalo vključuje v svoje medijsko delovanje in produkcijo. Kandare tako kliče po spremembi zavesti, s katero bi RŠ lahko bolj učinkovito zasledoval poslanstvo, ki mu pritiče, in bil zmožen »samokritično pogledati na dejansko stopnjo participatornosti, ki jo goji« (Kandare 2016), pri čemer je treba izhajati iz »zavedanja, da je RŠ vpet v konkreten prostor in da si je treba to vpetost tudi vseskozi prilagajati s tem, da se ljudem pojasnjuje in dokazuje, kaj je tisto dobro, kar dela RŠ« (Kandare 2016). Obet bolj dosledne in predvsem bolj učinkovite participacije, povezovanja in prepleta s skupnostjo se kaže prav v programu trajnostnega skupnostnega financiranja, ki je v fazi snovanja.

Producenti tudi pri sebi opažajo spremembe, ki jih pripisujejo posledici delovanja na RŠ, kot denimo, da so bolj seznanjeni družbenimi z nepravilnostmi in krivicami (Tomažin 2016; Otorepec 2016), ki jih »z delom na RŠ začneš jemati celo preveč osebno. Ko sem soočena s stereotipi, jih dojemam užaljeno in pričnjam biti bitke z ljudmi, ki tako gledajo na stvari. Čutim se dolžna intervenirati, ker mi je RŠ izostril čut za družbeno odgovornost in me je pripravil, da jo aktivno manifestiram na ravni lastnega obstoja in v lastnih socialnih krogih« (Kandare 2016). Kaluža na svoje delovanje na RŠ gleda kot na način življenja, saj to, »da ne znaš ločiti dela od zabave, prijateljstva in sodelovanja, seveda ni samo dobra stvar, a tako potekajo zadeve v prekariatu, v kognitivnih poklicih, da ni več jasno, kaj je delo in kaj je prosti čas« (Kaluža 2016), Kandare pa opaža tudi spremembe »v načinu nakupovanja, stilu oblačenja, predvsem pa v tem, da moram biti obveščena in si sama ustvarjati mnenje, sicer nisem cel človek« (Kandare 2016). Na vprašanje, kaj mu je dal RŠ, Zaniuk odgovarja: »Veliko. Socialno mrežo in poglobljen pogled na družbeno stanje. Dal mi je prostor, kjer lahko povem, kar si mislim. Zaznamoval me je« (Zaniuk 2016), kot je tudi domala vse, ki so kdajkoli delovali na RŠ ali pa še bodo. »Točk upora nikoli pravzaprav ne bo zmanjkalo, ker ta svet pa spet ni tako krasen, kot se ga ponuja skozi prizmo nekih množičnih medijev oziroma nekega večinskega državotvornega diskurza« (Zaniuk v Gačič 2009), zato RŠ je in tudi bo ostal pomemben vir neodvisnih informacij, predvsem pa gojišče alternativnih medijskih in življenjskih praks.

A kot mnogi alternativni mediji se tudi RŠ spopada s konstantnimi finančnimi težavami, ki so posledica izostanka trdnega systemskega financiranja. Kot sem obravnaval v prejšnjih poglavjih, se RŠ namreč finančno napaja pri treh glavnih virih, ki pa imajo omejene zmožnosti, posebno če upoštevamo še dejstvo, da RŠ ne dovoljuje posegov interesov kapitala v avtonomijo medijskega upravljanja. Tako je glede na trenutno situacijo vprašanje predvsem, v kakšni obliki in obsegu bo RŠ lahko nadaljeval z udejanjanjem svojega poslanstva. Če

namreč v prihodnosti ne bo uspel priskrbeti dovoljšnih finančnih sredstev za ohranitev delovanja v zdajšnjem obsegu, se bo moral organizacijsko temeljito preoblikovati. V tem primeru je tako mogoč tudi zasuk v povsem klasično prakso na nivoju notranje organizacije, delitve dela in avtorjev vsebine, skupno domala vsem teorijam alternativnih medijev, torej, »da bodo v prihodnosti RŠ ustvarjali prostovoljci, le uredniki, tehnični vodje, marketing in direktor pa bodo zaposleni, kar pa se bo predvsem poznalo na množini in pluralnosti vsebin, saj bo primoran uvajati ožji vsebinski fokus, se torej bolj usmeriti in specializirati. To bi bilo logično prestrukturiranje« (Kandare 2016), ki pa je teoretski čistosti modela medija navkljub vseeno črn scenarij.

6 SKLEP

Pričujoče diplomsko delo s kvalitativno študijo primera Radia Študent konkretno medijsko prakso RŠ s pomočjo empiričnih raziskovalnih metod polstrukturiranega poglobljenega intervjuja, opazovanja z udeležbo in zbiranja dokumentacije sooči s teoretskim poljem alternativnih medijev (alternativni, skupnostni, radikalni, mediji državljanov, mediji družbenih gibanj, avtonomni, kritični) in javnih medijev ter tako s teoretsko opredelitvijo odgovori na raziskovalno vprašanje: kakšen je model medija Radia Študent? Raziskovanje je segmentirano na v teoretskih okvirih (Atton 2002; Guedes Bailey in drugi 2008; Rodriguez 2001; Downing 2001; Traber 1985; Fuchs 2010; Deleuze in Guattari 1987; Duncombe 1997; Comedia 1984; Vatikiotis 2008; Blumler 1992; Keane 1992; Bašić Hrvatinić 2002; Jakubowicz 2000; Splichal 2005) že definirane indikatorje, ki so znotraj besedila vsebinsko strnjeni v cilje in poslanstvo, načela delovanja, prisotnost aktivističnega naboja, ideje o družbenih spremembah, napredek ter vprašanje delovanja v javnem interesu, tradicijo in geopolitični vpliv okolja, v katerem deluje RŠ, definiranje lastništva in mehanizmov nadzora, vpogled v notranje organiziranje, analizo vsebine, forme, motivacije avtorjev vsebine in med njimi prisotne ideologije, identifikacijo občinstva, skupnosti, vprašanje, ali in kako RŠ udeležanje načelo participatornosti pri medijski produkciji, ali opolnomoči marginalizirane, ter navsezadnje tudi obstoječe vire financiranja, njihove morebitne posege v avtonomijo in načine, kako se RŠ sooča z dano finančno situacijo. S pozicioniranjem Radia Študent znotraj polja alternativnih medijev in nadaljnjim definiranjem medijskega modela RŠ kot hibridnega modela alternativnega medija, lahko to diplomsko delo služi kot iztočnica za nove raziskovalne poizkuse, tako na primeru RŠ kot tudi drugih alternativnih medijskih praks, ki so v Sloveniji in na Balkanu še zelo pomanjkljivo raziskane.

Kot popotnico nadaljnjemu raziskovanju Radia Študent, ki na slovenski civilnodružbeni sceni že vrsto let deluje kot ena od nevladnih, nepridobitnih organizacij in si s tem tudi deli usodo nevladnega, neprofitnega sektorja v Sloveniji (Jelovac 2002, 5), bi bilo RŠ smiselno obravnavati skozi prizmo analize politik (ang. *policy analysis*), družboslovne znanstvene discipline, ki »uporablja multiple raziskovalne metode in multiple metode argumentacije za proizvajanje policy relevantnih informacij, ki jih je mogoče uporabiti v političnih okoljih za reševanje policy problemov« (Fink Hafner 2002, 105). Tovrstna obravnava bi se lahko poleg omenjene vpetosti RŠ v civilnodružbeni prostor osredotočala tudi na analize internih politik, ki se vršijo znotraj sektorjev oziroma redakcij in služb RŠ ter neposredno vplivajo na notranjo organizacijo in mehanizme (so)odločanja. Prav tako bi bilo treba RŠ raziskovati z analizami

občinstva in medijskega učinkovanja RŠ, torej s študijami recepcije, razumevanja tekstov, procesa komuniciranja ter modela uporab in zadovoljitev (ang. *uses & gratifications*) (glej Luthar in Jontes 2012). Dobrodošlo bi bilo tudi skušati dognati, kakšno je javno mnenje o delovanju in tradiciji RŠ, ki s svojim aktivističnim nabojem, politično deklariranostjo in nasploh brezkompromisno držo najbrž krepko deli javnost. Predvsem pa RŠ z vsebinsko heterogenostjo proizvaja in pokriva široko paleto najrazličnejših vsebinskih področij, ki bi bila prav tako potrebna poglobljenih segmentiranih raziskovalnih obravnav, bodisi kvantitativnih analiz vsebine (ang. *content analysis*) bodisi kvalitativnih analiz teksta (ang. *text analysis*). Z diskurzivnimi analizami bi se tovrstno raziskovanje lahko posvečalo posameznim vsebinskim sklopom RŠ, se v bolj osredotočenih študijah primerov omejilo na v posameznih oddajah prevladujoče diskurze, kritiko ideologije, morebitno intertekstualnost (Vezovnik 2008) ali pa se poglobilo v vselej aktualno problematiko zakonske regulacije glasbenih kvot, ki po mnenju sogovorcev »na nobenem segmentu ne odraža kakršnegakoli znanja o delanju radia kot medija, ne odraža stroke« (Pucelj 2016) in deluje kot »depresivna anomalija v sicer že depresivni krajini s strani Ministrstva za kulturo Republike Slovenije regulirane kulture« (Zorman 2016). Nadaljnje raziskovanje bi se lahko osredotočilo tudi na stopnjo participacije, ki jo RŠ omogoča svojemu občinstvu oziroma skupnosti, na poizkus bolj natančnega definiranja skupnosti RŠ, na funkcijo medijske izobraževalne institucije, bolj podrobne preglede delovanja RŠ v krajših časovnih intervalih (glej Jarc 2005), v pričujočem diplomskem delu bežno omenjene problematike mačističnih ostalin, nadaljnje obravnavanje avtorjev, kolektivne dinamike ali pa na diskurzivno analizo samega etra in *jinglov*, nekakšne paradne zvočne discipline, po kateri bržčas slovi RŠ, ki je v enem izmed njih opisan kot v »dolini rož locirani ranč vseh izgubljenih kavbojev tega sveta«, ki ga zavedno soustvarjajo zgolj za prgišče cekinov, ker jim, tokrat v prenesenem pomenu, zgolj prgišče avtonomije in svobodne misli ni in nikoli ne bi zadostovalo.

7 LITERATURA

1. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. 2014. *Programi posebnega pomena*. Dostopno prek: <http://www.akos-rs.si/programi-posebnega-pomena> (15. maj 2016).
2. Akt o ustanovitvi Zavoda Radio Študent. 2012. Dostopno prek: http://www.sou-lj.si/sites/default/files/akt_o_ustanovitvi_rs.pdf (17. maj 2016).
3. Artnak, Miha. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 31. julij.
4. Atton, Chris. 2002. *Alternative Media*. London: Sage.
5. --- 2003a. Infoshops in the Shadow of the State. V *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, ur. James Curran in Nick Couldry, 57–69. Oxford: Rowman & Littlefield Publisher.
6. --- 2003b. Reshaping Social Movement Media for a New Millenium. *Social Movement Studies* 2 (1): 3–15.
7. --- 2009. Bringing Alternative Media Practice to Theory: Media Power, Alternative Journalism and Production. V *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspectives and Challenges*, ur. Mojca Pajnik in John D. H. Downing, 31–48. Ljubljana: Mirovni inštitut.
8. Bašić Hrvatinić, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
9. Bienale vidnih sporočil Slovenije. 2015. *Oglaševalske kampanje – Brumnova nagrada: Reši RŠ*. Dostopno prek: <http://bvss.brumen.org/nagrajenci/474-1001-1717-resi-rs> (21. avgust 2016).
10. Blumler, Jay G. 1992. Public Service Broadcasting Before the Commercial Deluge. V *Television and the Public Interest: Vulnerable Values in West European Broadcasting*, ur. Jay G. Blumler. London: Sage.
11. Boyce, Carolyn in Palena Neal. 2006. *Conducting In-Depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input*. Dostopno prek: http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf (15. maj 2016).
12. Bourdieu, Pierre. 1986. The Forms of Capital. V *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, ur. John G. Richardson, 241–260. New York: Greenwood Press.
13. Collins, Richard. 2011. Content online and the end of public media? The UK, a canary in the coal mine? *Media, Culture & Society*, 33 (8).
Dostopno prek: <http://mcs.sagepub.com/content/33/8/12029> (16. maj 2016).

14. Comedia. 1984. The alternative press: The development of underdevelopment. *Media, Culture & Society* (6): 95–102.
15. Crisell, Andrew. 1994. *Understanding Radio*. London: Routledge.
16. Curran, James in Jean Seaton. 1985. *Power without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*. London: Methuen.
17. Curran, James in Nick Couldry. 2003. The Paradox of Media Power. V *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, ur. James Curran in Nick Couldry, 111–128. Oxford: Rowman & Littlefield Publisher.
18. Dailymotion. 2010. *New LeBron James Commercial for Nike*. Dostopno prek: http://www.dailymotion.com/video/xfdup3_new-lebron-james-commercial-for-nike-must-see_sport (21. avgust 2016).
19. Danes je nov dan. 2016. *Naj za trenutek odloži delo ...*, 13. maj. Dostopno prek: <http://agrumen.danesjenovdan.si/13.5.2016> (20. maj 2016).
20. Deleuze, Gill in Felix Guattari. 1987. *A thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
21. Dolinar, Anže. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 20. junij.
22. Downing, John D. H. 2001. *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London: Sage.
23. --- 2003. The Independent Media Center Movement and The Anarchist Socialist Tradition. V *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, ur. James Curran in Nick Couldry, 49–60. Oxford: Rowman & Littlefield Publisher.
24. Duncombe, Stephen. 1997. *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. London: Verso.
25. Fernbeck, Jan. 1999. There is a There There: Notes Toward a Definition of Cybercommunity. V *Steven Jones: Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, ur. Steve Jones, 203–220. Thousand Oaks: Sage.
26. Fink Hafner, Danica. 2002. Analiza politik – akterji, modeli in načrtovanje politike skupnosti. V *Jadranje po nemirnih vodah menedžmenta nevladnih organizacij*, ur. Dejan Jelovac. Dostopno prek: <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-67-8/105-123.pdf> (20. avgust).
27. Fuchs, Christian. 2010. Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*. Dostopno prek: <http://est.sagepub.com/content/13/2/173> (25. marec 2016).
28. Gačić, Siniša. 2009. *Večni študent*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=nxxegXohHKE> (3. maj 2016).

29. Glažar, Saša A. 2005. *Vpliv ocenjevanja znanja na kakovost znanja učencev in na njihov interes za naravoslovje*. Evalvacijska Študija. Univerza v Ljubljani: Pedagoška fakulteta. Dostopno prek: www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/.../2002/Aleksej_Glazar.doc (13. april 2016).
30. Guedes Bailey, Olga, Bart Cammaerts in Nico Carpentier. 2008. *Understanding Alternative Media*. Berkshire: Open University Press.
31. Habermas, Jürgen. 1989. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: ISH.
32. --- 2001. Constitutional Democracy: A Paradoxical Union of Contradictory Principles? *Political theory*, 29 (6): 766–781.
33. Hadl, Gabriele in Jo Dongwon. 2008. New Approaches to Our Media: General Challenges and the Korean Case. V *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspectives and Challenges*, ur. Mojca Pajnik in John Downing, 81–109, Ljubljana: Mirovni inštitut.
34. Hollander, Ed, James Stappers in Nicholas Jankowski. 2002. Community Media. V *Community Media in an Information Age: Perspectives and Prospects*, ur. Ole Prehn in Nicholas Jankowski. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
35. Jakubowicz, Karol. 2000. *Bringing Public Service Broadcasting to Account*. Dostopno prek: http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/81_147-166.pdf (25. julij. 2016)
36. Jankowski, Nicholas W. 2001. *Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations*. Dostopno prek: http://studysites.uk.sagepub.com/mcquail6/PDF/034_ch02.pdf (20. marec 2016).
37. --- 2003. Community Media Research: A Quest for Theoretically-grounded models. *The Public*, 10 (1): 5-14.
38. Jarc, Mirjana. 2005. *Civilna družba v Ljubljani. Radio Študent od 1980 do 1985*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.
39. Jelovac, Dejan. 2002. Uvodna beseda urednika. V *Jadranje po nemirnih vodah menedžmenta nevladnih organizacij*, ur. Dejan Jelovac. Dostopno prek: <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-67-8/001-010.pdf> (20. avgust).
40. Kandare, Ana. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 14. julij.
41. Kaluža, Jernej. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 8. julij.
42. Keane, John. 1992. *Mediji in demokracija*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
43. Komisija za preprečevanje korupcije. 2016. *Radio Ognjišče d.o.o. Koper (prejemnik)*. Dostopno prek: <http://erar.kpk-rs.si/prejemnik/12724246> (21. avgust 2016).
44. Kompoš, Goran. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 14. julij.

45. Košir, Izak. 2015. Svoj podpis proti militarizaciji države lahko oddate še zgolj do 16. ure. *Spletna Mladina*, 28. oktober. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/170451/svoj-podpis-proti-militarizaciji-drzave-lahko-oddate-se-zgolj-do-16-ure> (21. julij 2016).
46. --- 2016. Slepi za seksizem. *Spletna Mladina*, 11. julij. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/175299/slepi-za-seksizem> (dosegljivo avgusta 2016).
47. Lukič, Luka. 2016. ŠOU prodaja: Hostel Celica po letih uspešnega poslovanja zdaj na meji rentabilnosti. *RTVSLO*, 7. julij. Dostopno prek: <http://www.rtvlo.si/slovenija/sou-prodaja-hostel-celica-po-letih-uspesnega-poslovanja-zdaj-na-meji-rentabilnosti/397599> (21. avgust 2016).
48. Luthar, Breda in Dejan Jontes. 2012. Raziskovanje občinstva v zgodovinski perspektivi. V *Mediji in občinstva*, ur. Breda Luthar in Dejan Jontes. Dostopno prek: <http://knjigarna.fdv.si/s/u/pdf/434.pdf> (20. avgust).
49. Martin, Brian. 1998. *Information Liberation*. London: Freedom Press.
50. Mohorič, Robert. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 20. julij.
51. Otorepec, Klara. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 14. julij.
52. Pajnik, Mojca. 2010. Konceptualizacija alternativnih medijev: O pomenih alternativnega. *Teorija in praksa*, 47 (1): 4–58.
53. Pavlin, Barbara. 2013. Oglaševalska agencija Studio Marketing JWT zakorakala v 40-to. *Delo*, 11. junij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/oglasevalska-agencija-studio-marketing-jwt-zakorakala-v-40-to.html> (21. marec 2016).
54. Pinter, Andrej. 2006. Javna sfera in politična subjektiviteta. *Teorija in praksa*, 43 (1–2): 223–241.
55. Pirc, Tomasz. 2003. *Vzpon skupnostnih in zaton množičnih medijev v informacijski dobi*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.
56. Pišek, Mojca. 2016. Flisar odstopil, ker meni, da je žrtev dvolednosti. *Dnevnik*, 18. julij. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042746897/kultura/fokus/flisar-odstopil-ker-meni-da-je-zrtev-dvolednosti> (21. avgust 2016).
57. Potokar, Gregor. 2013. *Skupnostni in alternativni mediji: študija primera LGBT revije Narobe*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.
58. Primc, Zala. 2012. *Značilnosti in dileme alternativnih medijev na primeru Tribune in Avtonomije*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.
59. Pucelj, Žiga. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 14. julij.
60. Radio Ognjišče. 2016. *Hvala vsem našim Prijateljem Radia Ognjišče in tistim, ki boste to postali!* Dostopno prek: <http://radio.ognjisce.si/sl/radio/pro> (21. avgust 2016).

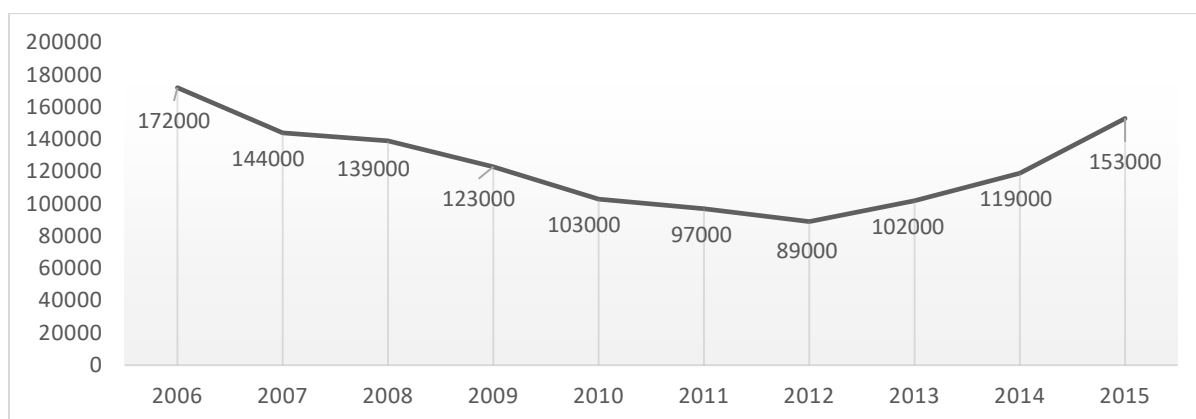
61. Ranković, Larisa. 2008. The Prospects for the Development of Alternative Media in Serbia. V *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspectives and Challenges*, ur. Mojca Pajnik in John Downing, 111–123, Ljubljana: Mirovni inštitut.
62. Rodriguez, Clemencia. 2001. *Fissures in the Mediascope. An International Study of Citizen's Media*. New Jersey: Hampton Press, Inc.
63. Sinanović, Muanis. 2016. Sensual Seduction. *Zavod Radio Študent*, 7. julij. Dostopno prek: <http://radiostudent.si/kultura/dlako-z-jezika/sensual-seduction> (20. avgust 2016).
64. Slaček Brlek, Aleksander Sašo. 2006. *Rekonceptualizacija javne sfere v družbi tveganja*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.
65. SOF. 2013. *Kaj naj stori Janez?* Dostopno prek: <https://sof.si/katalog/kaj-naj-stori-janez> (21. avgust 2016).
66. --- 2014. *Reši RŠ*. Dostopno prek: <https://sof.si/katalog/resirs> (21. avgust 2016).
67. *Spletno Delo*. 2016. Janković: Sodišče bo odločilo, ali rogovci lahko uveljavljajo posestno varstvo, 6. junij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/ljubljana/uporabniki-roga-nasprotujejo-rusenju.html> (dosegljivo avgusta 2016).
68. Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v XX. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
69. --- 2001. Publiciteta, množični mediji in delitev oblasti. *Teorija in praksa* 38 (1), 29-46.
70. --- 2005. *Kultura javnosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
71. Stiver, Alexandra, Leonor Barroca, Shailey Minocha, Mike Richards in Dave Roberts. 2015. Civic crowdfunding research: Challenges, opportunities, and future agenda. V *New Media & Society* 17 (2): 249–271.
72. Tomažin, Andrej. 2013. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 16. november.
73. --- 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 8. julij.
74. Traber, Michael. 1985. *Alternative Journalism, Alternative Media*. London: World Association for Christian Communication.
75. Vatikiotis, Pantelis. 2008. Challenges and Questions for Alternative Media. V *Alternative Media and the Politics of Resistance: Perspectives and Challenges*, ur. Mojca Pajnik in John Downing, 111–123, Ljubljana: Mirovni inštitut.
76. Vezovnik, Andreja. 2008. Kritična diskurzivna analiza v kontekstu sodobnih diskurzivnih teorij. *Družboslovne razprave*, XXIV. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/druzboslovnerazprave/pdfs/dr57Vezovnik.pdf> (20. avgust).
77. Vrhovšek, Boštjan. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 14. julij.
78. Wengraf, Tom. 2001. *Qualitative Research Interviewing*. London: Sage.

79. Zaniuk, Tomaž. 2003. *Klic po celostni sanaciji Radia Študent*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/17/radio> (17. marec 2016).
80. --- 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 8. julij.
81. Zorman, Anže. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 14. julij.
82. Zupančič, Arne. 2015. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 16. november.
83. Zavod Radio Študent. 2007. *Letno poročilo 2006*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
84. --- 2008. *Letno poročilo 2007*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
85. --- 2009. *Letno poročilo 2008*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
86. --- 2009. *Javno občujemo že 40 let*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
87. --- 2010. *Letno poročilo 2009*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
88. --- 2011. *Letno poročilo 2010*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
89. --- 2012. *Letno poročilo 2011*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
90. --- 2013a. *Letno poročilo 2012*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
91. --- 2013b. *Pregled donacijskega programa Reši RŠ*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
92. --- 2013c. *Peticija za ohranitev, obstoj in razvoj neodvisnega Radia Študent*. Dostopno prek: <http://radiostudent.si/peticija> (20. avgust 2016).
93. --- 2013č. Rešolucija - javni shod za Radio Študent. *Zavod Radio Študent*, 21. oktober. Dostopno prek: <http://radiostudent.si/dru%C5%BEba/ni-%C5%A1e-gotovo/re%C5%A1olucija-javni-shod-za-radio-%C5%A1tudent> (20. avgust 2016).
94. --- 2014. *Letno poročilo 2013*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
95. --- 2015. *Letno poročilo 2014*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
96. --- 2016. *Letno poročilo 2015*. Interno gradivo. Ljubljana: Zavod Radio Študent.
97. Žerdin, Ali. 2013. *Igor Vidmar in Ali Žerdin o izročilu Radia Študent*. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=aNmexDqVxDk> (21. junij 2016).
98. Žikić, Biljana. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 8. julij.

PRILOGA A : Vprašanja za intervju

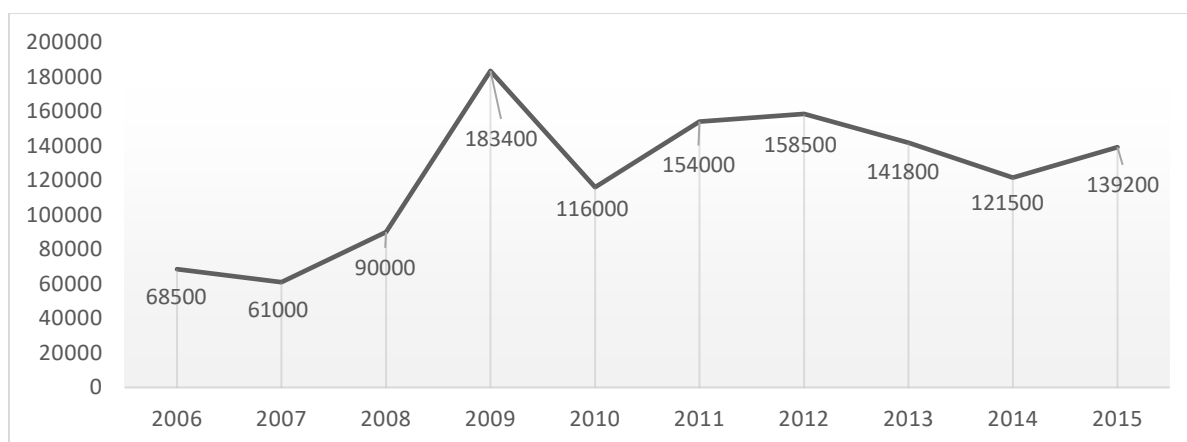
1. Kakšni so cilji RŠ in kako bi opisali poslanstvo, ki ga ima RŠ tako glede posameznika kot tudi družbe?
2. Kako bi lahko opisali načelne usmeritve delovanja RŠ, za kaj si RŠ prizadeva in kakšna vloga mu pripada v domačem medijskem prostoru?
3. Kako se je skozi čas spreminjala funkcija RŠ, kakšno vlogo je odigral v postopkih osamosvajanja in kako si je ustvaril status, ki ga ima danes?
4. Ima RŠ lastnika in kdo nad njegovim delovanjem vrši nadzor?
5. Kako se na RŠ odloča o zadevah, kako poteka delitev dela in kakšna je notranja organizacijska struktura?
6. Kako bi s svojimi besedami najbolj nazorno opisali eter RŠ?
7. Kako bi v opisali vsebine, ki jih producira RŠ, na kakšen način poteka njihova ter zakaj?
8. Kdo so avtorji vsebine na RŠ, kako poteka pridobivanje novih kadrov in kako ocenjujete ta proces medijskega izobraževanja, ki ga RŠ nudi novim avtorjem?
9. Ali ima RŠ svojo skupnost, ki ji služi? Kako je definirana: geografsko ali interesno?
10. Kako RŠ služi svoji skupnosti in ali imajo člani skupnosti tudi možnost participacije?
11. Ali lahko tudi marginalizirane skupine in posamezniki soustvarjajo vsebine RŠ in ali po vašem mnenju RŠ kot medij posveča dovolj časa in medijskega prostora družbenemu robu ter na ta način opolnomoči marginalizirane skupine ali posameznike?
12. Kako se RŠ financira, kaj so pri tem ključni problemi in kako jih rešujete?
13. Kako viri financiranja vplivajo na avtonomijo delovanja RŠ?
14. Kje vidite prihodnost financiranja RŠ?
15. Je skupnostno financiranje lahko prihodnost RŠ? Kako?
16. Kako je potekala akcija Reši RŠ, kaj so bili povodi za njeno izvedbo in kako ocenjujete samo uspešnost akcije?

PRILOGA B : Pregled letnih prihodkov MRŠ med letoma 2006 in 2015



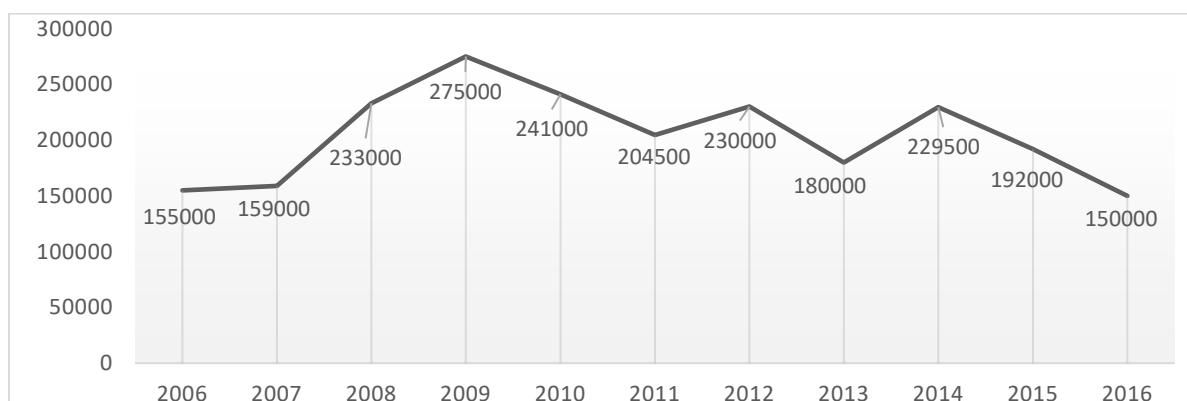
Vir: Zavod Radio Študent (2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013a; 2014; 2015; 2016).

PRILOGA C : Pregled letnih projektnih prihodkov RŠ med letoma 2006 in 2015



Vir: Zavod Radio Študent (2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013a; 2014; 2015; 2016).

PRILOGA Č : Pregled letnih dotacij ŠOU v Ljubljani med letoma 2006 in 2016



Vir: Zavod Radio Študent (2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013a; 2014; 2015; 2016).

PRILOGA D : REŠI RŠ slikovni materiali



Vir: Zavod Radio Študent (2013b).

PRILOGA E : REŠI RŠ logotip



Vir: Zavod Radio Študent (2013b).

PRILOGA F : REŠI RŠ tipografija



Vir: Zavod Radio Študent (2013b).