

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Maša Levičnik

**Kulturne vsebine na TV Slovenija
(primer oddaje Osmi dan)**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Maša Levičnik

Mentor: red. prof. dr. Aleš Debeljak

**Kulturne vsebine na TV Slovenija
(primer oddaje Osmi dan)**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

Kulturne vsebine na TV Slovenija (primer oddaje Osmi dan)

Diplomsko delo obravnava kulturne vsebine, ki nastajajo v okviru slovenske javne televizije. V prvem delu poskuša opredeliti pojem kulture in izpostavi težavo definiranja tega pojma. Kulturo primerja tudi z umetnostjo in izpostavi razliko med pojmom. Kasneje opredeli še vrste kulture, izpostavi visoko, popularno in množično kulturo ter hkrati predstavi odmevnejše kritike množične kulture. Diplomsko delo v naslednjem sklopu obravnava pojem televizije in opredeli javni servis v nasprotju s komercialnimi mediji. Kasneje je analizirana še medijska zakonodaja s področja kulture in javnih medijev. Sklepni del pa predstavi ureditev in delovanje javne televizije ter se osredotoči na produkcijo Uredništva oddaj o kulturi. Analizira oddaje, ki so nastale v tem uredništvu leta 2009 s posebnim poudarkom na oddaji Osmi dan. Diplomsko delo na koncu prikaže še predvideno prihodnje stanje kulturnih vsebin na TV Slovenija.

Ključne besede: kultura, javna televizija, Osmi dan.

Cultural programmes on TV Slovenia (Osmi dan as an example)

The following thesis deals with cultural programmes produced by Slovenian public television. The first part seeks to define the concept of culture, summarizing some definitions of culture, highlighting the problem of defining that concept. It also compares culture and art and highlight the differences between these concepts. Later on the thesis identifies types of culture, defining elite, popular and mass culture and at the same time present critical views of mass culture. Next part deals with the concept of television and defines public service as opposed to commercial media. The thesis then analyzes media legislation in the field of culture and public media. The final part presents the organization of public television and focuses on the production of "Uredništvo oddaj o kulturi". It analyzes the programmes that have occurred in this editorial in 2009, with particular emphasis on the program "Osmi dan". At the end of the thesis is the hypothetical prognosis state of the cultural contents on TV Slovenia in the future.

Key words: culture, public television, Osmi dan.

KAZALO

1 UVOD	7
2 KULTURA	9
2.1 FENOMEN POJMA KULTURA	9
2.2 KULTURA KOT PREDMET PROUČEVANJA KULTURNIH ŠTUDIJ	9
2.3 KULTURA ALI UMETNOST	12
2.3.1 UMETNOST SKOZI ČAS	13
2.4 MNOŽICA KULTUR	14
2.5 KRITIKE MNOŽIČNE KULTURE	17
2.5.1 LEAVISOVSTVO	17
2.5.2 KULTURNA INDUSTRIJA	18
3 DOBA TELEVIZIJE	19
3.1 MOČ TELEVIZIJE	19
3.2 TELEVIZIJSKI GLEDALEC	21
3.3 JAVNA, KOMERCIALNA, NAROČNIŠKA TELEVIZIJA	23
3.3.1 JAVNA TELEVIZIJA	23
3.3.2 KOMERCIALNA TELEVIZIJA	24
3.3.3 NAROČNIŠKA TELEVIZIJA	25
3.3.4 SPLETNA TELEVIZIJA	26
4 ZAKONODAJA IN REGULACIJA	26
4.1 MEDIJSKA ZAKONODAJA S PODROČJA KULTURE	26
4.1.1 ZAKON O URESNIČEVANJU JAVNEGA INTERESA ZA KULTURO	26
4.1.2 NACIONALNI PROGRAM ZA KULTURO 2008-2011	27

4.1.3 ZAKON O JAVNI RABI SLOVENŠČINE	28
4.1.4 ZAKON O RADIOTELEVIZIJI SLOVENIJA	28
4.1.5 ZAKON O MEDIJIH	29
4.1.5.1 ČLENI ZAKONA, KI OBRAVNAVAJO KULTURNE VSEBINE	29
4.1.6 EVROPSKA ZAKONODAJA	30
5 DRUGI DOKUMENTI	31
5.1 STRATEGIJA DOLGOROČNEGA RAZVOJA RTV SLOVENIJA 2004-2010	31
5.2 POKLICNA MERILA IN NAČELA NOVINARSKE ETIKE V PROGRAMIH RTV SLOVENIJA	32
6.1 VODSTVO IN UREDNIŠTVA TELEVIZIJE SLOVENIJA	34
7 UREDNIŠTVO ODDAJ O KULTURI	35
7.1 PRODUKCIJA UREDNIŠTVA ODDAJ O KULTURI DANES	35
7.1.1 KULTURA	35
7.1.2 ARS 360°	36
7.1.4 MONOTEMATSKE ODDAJE	37
7.1.4.2 PISAVE	38
7.1.4.3 PODOBA PODOBE	39
7.1.4.4 UMETNOST IGRE	39
7.1.4.5 UMETNI RAJ	39
7.1.5 PLATFORMA	40
7.1.6 ZGODBOTEKA	40
7.1.7 MINUTE ZA JEZIK	41
7.1.8 KNJIGA MENE BRIGA	41

7.1.9 POLETNA SCENA	42
7.1.10 OSMI DAN	43
7.1.10.1 OSMI DAN NEKOČ IN DANES	44
8 JAVNI SERVIS IN KULTURNE VSEBINE V PRIHODNOSTI	46
8.1 SPREMEMBE JAVNEGA SERVISA GLEDE NA GLOBALNE TRENDE V RAZVOJU TELEVIZIJE	46
8.2 ŠIRITEV DIGITALNIH TEMATSKIH KANALOV	46
8.3 TEMATSKI KANALI TELEVIZIJE SLOVENIJA	47
8.3.1 KULTURNO-UMETNIŠKI IN DOKUMENTARNI KANAL	48
8.3.1.1 PREDLOG PROGRAMA NA NOVEM TEMATSKEM KANALU	48
9 SKLEP	49
10 LITERATURA	53

1 UVOD

Kultura in umetnost sta del sodobne družbe zato se pojavljata tudi v novinarskih besedilih. O kulturi poročajo različni mediji, od televizije, radia, interneta, časopisov ... v različnih oblikah, od strogo informativnega poročanja pa do kritik, reportaž, intervjujev ali recenzij. Televizijski medij je vsekakor vpliven, fascinanten in privlačen. Televizija je aktualna in hitro prilagodljiva, kulturne dogodke lahko gledalcu prikaže kar najbolj objektivno. Televizija se s sliko in tonom lahko najbolj približa osebni izkušnji.

V diplomskem delu sem se odločila za analizo kulturnih vsebin Uredništva oddaj o kulturi Televizije Slovenija, nekoliko bolj podrobno bom pogledala njihovo osrednjo oddajo o kulturi Osmi dan. Vzrok za tovrstno analizo je bil predvsem neko osebno prepričanje, da tovrstnih vsebin na slovenskih televizijah primanjkuje oziroma da so časovno marginalizirane. Omejila sem se na Televizijo Slovenija, saj so kulturne vsebine na komercialnih televizijah v zanemarljivo majhnem obsegu, pa še to večinoma v sklopu dnevnoinformativnih oddaj. V produkciji TV Slovenija nastaja pravzaprav veliko programa v katerih najdemo omenjene vsebine - Uredništvo za resno glasbo in balet pripravlja posnetke dogodkov resne glasbe, Uredništvo dokumentarno-feljtonskih programov se v svojih filmih dotika tudi kulturnih tem, dnevnoinformativni program poroča o odmevnejših dogodkih s tega področja, Uredništvo oddaj o kulturi pa pripravlja oddaje izključno s to tematiko, zato se bom v diplomskem delu omejila na njihovo produkcijo. Pregledala bom kaj so pripravljali v letih 2009, 2010 in prvi polovici leta 2011. Televizija je namreč hiter, odziven medij, ki se (lahko) dnevno spreminja. Vedno namreč prihajajo nove oddaje (na primer Zgodboteka ob svetovni prestolnici knjige ali pa Minute za jezik), nekatere se po določenem času zopet vrnejo (Platforma), druge pa se nenehno spreminjajo, tako vsebinsko kot vizualno (Izvir(n)i). Naredila bom pregled in analizo oddaj, pri analizi me bo zanimalo predvsem kakšen je koncept oddaje - ali gre za mozaično oddajo, v kateri so nanizani prispevki z različnih tematskih področij, gre morda za pogovorno oddajo z gosti v studiu ali pa za monotematsko oddajo, ki

poglobljeno obravnava neko temo in jo tudi kritično ovrednoti. Raziskala bom tudi kdo je avtor, urednik in urednik ter kdo še sodeluje pri vsebinskem delu oddaje. Nezanemarljiv je tudi podatek kdaj, kje in koliko časa je oddaja na sporedu ter kakšno gledanost ima. Nekoliko bolj podrobno bom analizirala oddajo Osmi dan kot osrednjo oddajo Uredništva o kulturi. Poleg že prej omenjenih tem za analizo bom pri Osmem dnevu poskušala pogledati v zgodovino oddaje, kdaj in v kakšnih okoliščinah je nastala, kdo so bili prvi ustvarjalci oddaje in podobno. Zanimala me bo tudi struktura prve oddaje, ki jo kasneje lahko primerjam z današnjo. Seveda bom opazovala še kako se je oddaja skozi leta spreminjala, tako vizualno kot vsebinsko.

Uporabljena metodologija v pričujočem delu temelji predvsem na opazovanju in analiziranju. Za prvi, nekoliko bolj teoretski del, bom analizirala obstoječo literaturo s področja kulturnih in medijskih študij, kasneje bom pregledala še medijsko zakonodajo, ki se dotika področja javne televizije in pa kulturnih vsebin v javnih medijih. Preostali del diplomskega dela bo temeljil predvsem na intervjujih in posnetkih iz Dokumentacije TVS. Avtorje oddaj bom povprašala o konceptu in obravnavanih temah, z urednico Uredništva oddaj o kulturi bom naredila nekoliko bolj poglobljen intervju o oddajah, ki jih pripravlja sama, med drugim tudi o oddaji Osmi dan, o kratkem zgodovinskem pregledu delovanja uredništva pa tudi o prihodnjih željah in načrtih. Preostale informacije bom dobila s spremljanjem oddaj tako v živo po televiziji kot na spletu, v Dokumentaciji TVS bom poiskala starejše oddaje Osmi dan, med njimi tudi prvo oddajo iz leta 1988. Pregledala bom še nekatere dokumente, ki so nastali v okviru RTV Slovenija in opisujejo načrte za prihodnost, kot sta Strategija dolgoročnega razvoja RTV Slovenija ali pa Nastavki za uvedbo tematskih kanalov TV Slovenija.

Ob pisanju diplome se bom opirala na hipotezo, da so se kulturne vsebine pojavljale tako v preteklosti kot danes, vendar so danes nekoliko zapostavljene, pojavljajo se predvsem v poznih večernih urah. Predvidevam, da so si ustvarjalci tovrstnih vsebin želeli to spremeniti. Tematsko se vsebine skozi čas verjetno niso veliko spreminjale.

Če strnem, cilj diplomskega dela je kritična analiza zgodovinskega razvoja oddaje Osmi dan, tako v vsebinskem kot reprezentacijskem okviru. Predvsem se bom posvetila sodobnemu stanju, pregledala bom obseg produkcije Uredništva oddaj o kulturi, poiskala specifične oddaje. Raziskala bom tudi hipotetično prihodnje stanje tovrstnih vsebin na javni televiziji, saj so s prihodom novih tehnologij možnosti za razširitev programa neprimerno večje.

2 KULTURA

Predmet proučevanja v diplomski nalogi so kulturne vsebine na Televiziji Slovenija, zato bom med drugim poskusila opredeliti pojem kulture. Najprej bom opisala kulturo v širšem pomenu besede, ki obsega več področij človeškega življenja, ter kasneje še kulturo v ožjem pomenu besede, ki jo največkrat opisujemo s besedo umetnost. Poudarila bom razliko med tema dvema pojmom, saj se (pre)večkrat uporabljata kot sinonima. Kultura v ožjem pomenu besede pa je tudi predmet poročanja v oddajah o kulturi na TV Slovenija.

2.1 FENOMEN POJMA KULTURA

“Nikogar ne bi smelo presenetiti, če rečemo, da je pojem kultura eden najbolj izmuzljivih konceptov v celotni zgodovini družboslovne misli: najmanj od Aristotela naprej različni misleci ponujajo različne interpretacije tega fenomena, pri čemer se zdi, da strinjanju o njegovi vsebini danes nismo bistveno bližje, kot so bili misleci pred tisočletji.” S temi besedami začne Peter Stanković (2006, 9) uvod v svoje delo o kulturnih študijah. Tudi sama ne bom poskušala odkriti ene same prave definicije pojma kultura, temveč bom naredila smiselni pregled skozi raznolika dojetja tega pojma.

2.2 KULTURA KOT PREDMET PROUČEVANJA KULTURNIH ŠTUDIJ

Kulturne študije največkrat definirajo kulturo kot celovit način življenja, ki obsega tako vsakdanje vrednote kot ustvarjalna in inovativna odzivanja ljudi. Drugače povedano, analiza kulture skuša upoštevati tako strukturni vidik kulturne tradicije kot procesni vidik individualne ustvarjalnosti. Raziskovalce kulturnih študij naj bi največkrat zanimali moderni kulturni pojavi. Eden izmed takih avtorjev je Raymond Williams, "oče angleških kulturnih študij" (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 121). Za besedo kultura pravi, da "če je bil to sprva samostalni proces - kultura (gojenje) posevkov ali (reja in razmnoževanje) živali, z razširitvijo pa Kultura (dejavno gojenje) človeškega duha - , je v poznem osemnajstem stoletju predvsem v nemščini in angleščini postal samostalni konfiguracije ali generalizacije duha, ki je označeval celosten način življenja posamičnega ljudstva." (Williams 2005, 44) Gre torej za antropološko opredelitev tega pojma, kakor tudi naslednja Williamsova (2005, 12) trditev: "Kultura so skupni pomeni, proizvod vseh ljudi, in ponujeni individualni pomeni, proizvod človekove celotne predane osebne in družbene izkušnje. Neumno in arogantno je domnevati, da je mogoče kateregakoli od teh pomenov na kakršenkoli način predpisati; tvori jih življenje, spet in spet jih ustvarja na načine, ki jih vnaprej ne moremo poznati."

Raymond Williams loči tri ravni kulture. Prvo raven označuje kot "živečo kulturo" v določenem prostoru in času, ki je seveda dosegljiva le tistim, ki živijo v tem istem prostoru in času. Druga je "dokumentirana kultura", ki predstavlja vsakodnevno kulturo, kulturne artefakte nekega obdobja, ki je že minilo, od poezije, arhitekture pa vse do mode. Tretja raven kulture pa povezuje prvi dve - živečo in dokumentirano kulturo. Williams jo imenuje "kultura selektivne tradicije". Selektivna tradicija, oz. živeča kultura, ki je prepletena z dejstvi iz dokumentirane kulture, se izraža v vsakdanjem življenju, v družbeni kulturi, načinu mišljenja in obnašanja. (Williams 1992, 41-49)

Kulturne študije predstavljajo specifično miselno šolo, ki zgodovinsko in institucionalno

izhaja iz birminghamskega Centra za sodobne kulturne študije, kasneje pa so se razmaknile pa celem svetu. Kulturne študije moramo torej razumeti kot zgolj eno od mnogih miselnih tradicij, ki se ukvarjajo s kulturo, saj imajo svojo lastno zgodovino, ključne avtorje, teoretska zanimanja, metodološke predpostavke ... ki se v mnogem razlikujejo od drugih teoretskih in disciplinarnih spoprijemov s fenomenom kulture. Stanković izpostavi nekaj ključnih posebnosti kulturnih študij, po katerih se le-te ločijo od drugih razmišljanj o kulturi. Kulturne študije so interdisciplinarne (Stanković jim pripisuje celo transdisciplinarno odprtost) in povezujejo spoznanja različnih avtorjev, šol in disciplin. Kulturne študije ne razmišljajo o kulturi nasploh, temveč o sodobni popularni kulturi, saj naj bi le-ta intenzivno vplivala na naše vsakdanje življenje. Kulturo razumejo kot politični fenomen, saj imajo namen "identificirati pomen popularne kulture pri ohranjanju ali odpravljanju različnih družbenih nepravilnosti." (Stanković 2006, 9-11)

Začetek kulturnih študij sega v konec petdesetih let in začetek šestdesetih let prejšnjega stoletja. Pomenile so spremembo v uveljavljenem razmišljanju o kulturi, ki je takrat izhajalo iz dediščine britanske literarne kritike 19. in zgodnjega 20. stoletja. Delno pa so tudi izhajale in v nekaterih segmentih ohranjale njihove ugotovitve. Kot začetnika kulturnih študij velja omeniti Richarda Hoggarta, ustanovitelja Centra za preučevanje sodobne kulture, ki je postal osrednja institucija nastanka in širitve sodobnih kulturnih študij. Eden vidnejših sodelavcev Centra je bil tudi Raymond Williams, ki danes zaradi aktualnosti v njegovih tekstih velja za ključno figuro v kulturnih študijah. Nekateri njegovi koncepti in teorije so namreč še danes uporabni. Omenimo lahko še E.P. Thompsona, ki je prav tako sodeloval pri Centru za preučevanje sodobne kulture, kjer so skupaj oblikovali pomembna aktualna razmišljanja o sodobni kulturi, če jih omenimo le nekaj: (1) antropološko razumevanje kulture kot celotnega načina življenja, (2) neustreznost analize kulturnih tekstov, saj moramo za njihovo razumevanje upoštevati kontekst njihovega nastanka, (3) razumevanje kulture kot nestabilnega polja boja, kjer morajo vladajoči razredi zagotavljati svojo hegemonijo, ter (4) pomen kritične in politično angažirane analize, ki poskuša generirati znanje, ki bo v pomoč različnim podrejenim

družbenim skupinam.

V sedemdesetih letih je prišlo do premika v kulturnih študijah, predvsem zaradi vstopa strukturalizma in semiotike, Hallovega modela treh vrst branja tekstov in pa različnih analiz mladinskih subkultur, ki so najverjetneje pripomogle k popularizaciji kulturnih študij.

Za strukturalizem bi lahko rekli, da izhaja iz prepričanja, da pomeni, konvencije, vrednote, norme ... ne nastajajo iz kreativnega delovanja posameznikov v njihovih vsakdanjih življenjih v skupnosti, temveč kot rezultat določenih strukturnih značilnosti, ki ležijo izven dosega posameznikov in jih v tem smislu tudi določajo. Švicarski lingvist Ferdinand de Saussure kot temeljno strukturo, ki določa družbene relacije, v katerih posamezniki nastopamo, razume jezik. (Stanković v Debeljak in drugi 2002, 14-29)

Po Saussurjevi smrti so bile njegove teorije pogosto uporabljane kot temelj splošnega pristopa k jeziku in pomenu, ter so predstavljale model reprezentacije, ki so ga uporabljali pri številnih kulturnih predmetih in praksah. Splošni pristop k preučevanju znakov in kulture kot neke vrste jezika, ki ga je nakazal Saussure, je zdaj splošno znan kot semiotika. Semiotika zagovarja, da vsi kulturni predmeti izražajo pomen in ker so vse kulturne prakse odvisne od pomena, morajo uporabljati znake. Tu ne gre le za besede in podobe, ki so lahko označevalci pomena, temveč tudi predmeti sami lahko označujejo pomen. Semiotični pristop torej zagotavlja metodo za analiziranje, kako vizualne reprezentacije izražajo pomen. (Hall v Luthar in drugi 2004, 56-62)

2.3 KULTURA ALI UMETNOST

Everitt opozarja, da je treba jasno izpostaviti mejo med umetnostjo in kulturo, saj mnogi uporabljajo ta dva pojma kot neka približna sinonima. Umetnosti namreč ne moremo enačiti z delovanjem družbe na splošno. Kultura v svoji najširši definiciji zajema vse naučene izkušnje neke skupnosti, njene konvencije in vrednote: "gospodarske, pravne, politične, verske, moralne, družinske, tehnološke, znanstvene in estetske. ... /kultura/ ne obsega le umetnosti in literature, temveč tudi način življenja, osnovne človeške pravice, sisteme vrednot, tradicije in navade ...". (Everitt v Čopič in Tomc 1998, 69-70) Nasprotno pa so umetnosti podmnožica kulture in zajemajo vse vrste ustvarjalnih dejavnosti, tako tradicionalne ali "visoke" umetnosti, kot tudi množično kulturo, ki je vir ustvarjalnosti, razmišljanja, npravstvenih zakonov in družbene kritike. (Everitt v Čopič in Tomc 1998, 69-70)

Everitt tako metaforično opiše svoj pogled na kulturo in umetnost:

... kultura je hiša z mnogimi sobami. V eni je pravni sistem, v drugi so načela vladanja, v tretji verske institucije in tako naprej. Vsaka družinska hiša ima tudi otroško sobo ali igralnico. To je prostor za umetnost, v katerem je mogoče preizkusiti socialne in individualne vrednote, se poglobljeno pogovarjati in predstavljati brez strahu pred posledicami, ki izhajajo iz dejanj v resničnem življenju. Z drugimi besedami: umetnost je način, kako povedati resnico, ne da bi morali uporabljati dejstva. (Everitt v Čopič in Tomc 1998, 71)

Matthew Arnold kot kulturo razume "tisto najboljše, kar je bilo kdaj zamišljeno ali rečeno na tem svetu." (Arnold v Debeljak in drugi 2002, 14). Arnoldova definicija kulture ni v antropološkem smislu oz. ne pomeni človekove dejavnosti v celoti, temveč pod pojmom kultura razume le najboljše iz sveta visoke umetnosti (na primer renesančna umetnost), ki se po Arnoldovem mnenju približuje kulturni popolnosti.

Tomc (v Debeljak in drugi 2002, 122) pri svoji opredelitvi kulture najprej loči "tri temeljne

oblike doživljanja, ki zaznamujejo vsako človeško skupnost: estetska občutenja, moralna vrednotenja in miselna znanja". Tomc (prav tam) slednje ponazori še s primeri, in sicer da se estetsko doživljanje lahko oblikuje v institucijo umetnosti, moralno doživljanje se lahko manifestira v religijski organizaciji, miselna znanja pa v univerzi. Pojem kultura obsega torej vsa tri območja našega doživljanja.

Tudi sama se bom od tu naprej omejila na t. i. estetsko doživljanje kulture oziroma estetske artefakte, saj so le-ti glavni predmet obravnavanih novinarskih besedil.

2.3.1 UMETNOST SKOZI ČAS

Začetki estetske proizvodnje segajo v staro Grčijo, v 9. oz. 8. stoletje pr. n. št., ti artefakti so šele v modernih skupnostih dobili status umetnosti. Kar torej mi danes doživljamo kot umetnost, je bilo včasih sestavni del vsakdanje kulture, torej uporabne obrti, religijskega objekta in podobno.

V klasičnem antičnem obdobju je v estetskih artefaktih prevladovala idealizirana figuralnost, ki ne izraža zgolj oblike pojava, ampak tudi duha, ki figuro osmišlja. Nastanek tovrstne umetnosti je bil vzrok za delitev umetnosti in kulture oziroma vsakdanjega celovitega načina življenja in estetske ustvarjalnosti. Umetniki so lahko vzpostavljali meje svoje umetnosti le v odnosu do svoje kulture. A modernizem v začetku 20. stoletja se temu zoperstavi. Umetniki namreč ne priznavajo sodbe javnosti. Reakcija na to stanje je bila ideologija l'art por l'art ali umetnost zaradi same sebe. Po drugi svetovni vojni so duhovnike in aristokrate kot mecene takratne umetnosti zamenjali državni uradniki. Ko se je država razglasila za arbitra estetskega okusa, je bil modernizem razumljen kot edina umetnost, ki pa se ji je pripisoval status vzvišene, večne, nedotakljive dejavnosti - Kulture. "Konstituirala se je kot Umetnost, njeni varuhi (sami ustvarjalci, kritiki, šolniki, uradniki itd.) pa so zase menili, da posedujejo večni

estetski standard, s katerim nedvoumno razločujejo umetnost od zunajumetnosti.” (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 122-129)

2.4 MNOŽICA KULTUR

V moderni skupnosti so se oblikovale prepoznavne kulturne razlike. Do tega pojava pa je prišlo mnogo prej - že v antični rimski skupnosti lahko razlikujemo vladarsko, patricijsko in plebejsko kulturo, v srednjem veku je prišlo do delitve kulture na cerkveno in profano, ... V modernem času je estetska proizvodnja vse bolj izolirana od širšega socialnega konteksta skupnosti. Elementi te produkcije so vzvišenost, genialnost, avtonomnost, elitizem. (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 133)

Zelo na splošno bi vrste kulture lahko razdelili na visoko kulturo, ljudsko kulturo, popularno kulturo ter množično kulturo. Visoko kulturo mnogi razumejo kot umetnost. Ustvarjajo jo izobraženi profesionalci, povezana je z visokimi stroški, ustvarja pa se v posebnih prostorih (galerije, gledališča ...). Večinoma jo spremljajo stroga formalna pravila in elitizem. Oddaje, ki jih pripravljajo v Uredništvu oddaj o kulturi pokrivajo (predvsem) visoko kulturo. Kot primer lahko navedemo slovenska nekomercialna gledališča, opero, balet, klasično glasbo, umetniški film, konvencionalno likovno umetnost in literaturo. Omenjene teme so predstavljene v dnevnoinformativni oddaji Kultura, mozaični oddaji Osmi dan ter monotematskih oddajah.

Ustvarjalci ljudske kulture niso izobraženi umetniki, so del ljudstva, ki izraža svoje poglede, poudarja določeno skupnost. Izhajajo iz ljudstva (godci ...) in nagovarjajo manjši krog ljudi.

V kulturološkem razmišljanju pa se oblikuje tudi “delitev znotraj same ljudske kulture, in

sicer razločevanje popularne in množične kulture". (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 138) Kulturologi ohranjajo do popularne kulture pozitiven odnos, največkrat jo povezujejo z delavsko in mladinsko kulturo, medtem ko je množična kultura predmet mnogih kritik, češ da gre za standardizirano in komercializirano kulturo, ki je produkt kapitalistične proizvodnje. (prav tam)

Popularna kultura nagovarja širšo skupnost, ustvarjalci so lahko izobraženi ali pa tudi ne. Za svoje ustvarjanje ne potrebujejo posebnih prostorov, njihovo delo pa nosi neko noto upora proti visoki kulturi in privilegizirani družbi. Seveda se tudi vsebine popularne kulture najdejo v oddajah Uredništva o kulturi, nekoliko več v oddaji Ars 360°, pa tudi v dnevnoinformativnih oddajah, Osmem dnevu in monotematskih oddajah. Kot primer lahko naštejemo stripovsko umetnost, popularno glasbo, fotografijo, modno in industrijsko oblikovanje ...

Nasprotno, množična kultura je izključno tržno naravnana, nima globljega pomena. Proizvedena je z masovno produkcijo z namenom dobička, odjemalci so pasivni in zlahka zmanipulirani. Že po definiciji tovrstne kulture naj se te vsebine ne bi znašle v programu kulturnih oddaj. Meja je včasih nekoliko težje določljiva, vendar se včasih poroča tudi o izvajalcih, ki so nekoliko bolj komercialno naravnani. Kot primer sem opazila t. i. crossover glasbenike - (bolj ali manj) klasično izobražene glasbenike, ki izvajajo komercialno glasbo, na primer Maksim Mrvica, Il Divo, Eroica ... o katerih se je poročalo.

Strinati (1995) množično kulturo (mass culture) definira kot del popularne kulture, ki je ustvarjena izključno za komercialne namene. Njena rast oz. prevladovanje pomeni, da posledično primanjkuje prostora za ostale kulturne produkte, ki ne prinašajo dobička. Industrializacija in urbanizacija sta omogočili atomizirano (posamezniki so osamljeni kot atomi v množici, nepovezani med seboj) in anonimno množico, ki je na lahek način zmanipulirana. To so tudi glavni odjemalci množične kulture. Kulturni produkti so zmaterializirani, pravzaprav ni več nobene razlike v proizvodnji materialnih ali kulturnih proizvodov, med množično produkcijo avtomobilov in filmov. Množična kultura je torej standardizirana, formulaična, ponavljajoča se, površinska, trivialna, sentimentalna, s

primanjkljajem intelekta. Ne zahteva premisleka, ima emocionalne in sentimentalne učinke na odjemalce in ne zahteva odgovorov od uporabnikov. (Strinati 1995, 10-14)

Meja med popularno in visoko kulturo ni samoumevna, temveč je stanje, ki se neprestano vzpostavlja, ohranjuje in spreminja v moderni družbi. To mejo vzpostavljajo akterji in institucije, ki so blizu državi. Tomc (v Debeljak in drugi 2002, 140-141) kot štiri temelje takšne kulturne politike izpostavi šolo, kritike, znanost in državo.

Razlikovanje med visoko in popularno kulturo na podlagi estetske ocene izvira šele iz druge polovice 19. stoletja. Za to bi lahko izpostavili dva vzroka, prvi je ta, da so si takrat elitne skupine selektivno prisvojile to, kar je bilo prej skupna kultura, ter zaradi razvoja modernizma. Procesu prisvajanja elitne kulture so sovpadali z modernizmom, katerega namen je bil izolirati intelektualce od množice. (Storey 2003, 32-41)

Po DiMaggiu je razlika med visoko in popularno kulturo v organizaciji, in sicer med neprofitnimi kulturnimi ustanovami, ki jih vodijo zasebniki ali kuratorji, (značilno za visoko kulturo) ter komercialno kulturno industrijo, ki je izključno tržno naravnana (značilno za popularno kulturo). (DiMaggio v Storey 2003, 33) Kot primer je Storey (2003) navedel opero. Opera naj bi bila prva glasbena kulturna ustanova, ki je bila v svojih začetkih odprta za vso javnost. Prva operna hiša naj bi se odprla že leta 1637 v Benetkah in je bila tržno naravnana, namenjena vsem družbenim razredom. Da je opera dobila status visoke, elitne kulture, jo je bilo treba umakniti iz sveta popularne zabave. (Storey 2003, 36-37) B.A. McConachie (v Storey 2003, 37-38) je zapisal, da je elitni družbeni razred razvil strategije, ki so postopoma ločile opero od vsakodnevne popularne zabave. Prva izmed njih je, da so operi ustvarili poseben prostor, ločili so jo od gledališča in ustvarili zgradbe za opero. Določili so tudi specifično zapoved oblačenja in obnašanja ter vpeljali jezik, ki je bil povečini razumljiv le strokovnjakom.

Ko se je kulturno udejstvovanje tako pomaknilo v umetniške muzeje, operne hiše, gledališča ... je kultura postala lastnina tistih z družbeno močjo ter izobrazbo. Pri tem ni

bila vzpostavljena le razlika med visoko in množično kulturo, ampak tudi občutek kulturne avtoritete - visoka kultura je boljša od množične kulture, oziroma tisti, ki konzumirajo visoko kulturo so boljši kot tisti, ki uporabljajo množično kulturo. (Storey 2003, 40-41)

Noel Carroll pravi, da razlika med popularno in visoko kulturo ni dogovorjena s strani družbene in ekonomske moči. Popularna kultura je namreč produkt množičnih medijev in je lažje razumljiva kot visoka kultura. (Carroll v Storey 2003, 95) Storey (2003, 95) temu ugovarja, saj pravi, da je bilo veliko visoke kulture delo množičnih medijev (opera, balet, Shakespeare). Carroll pa spet nasprotuje, češ da so bila ta dela v medijih le predvajana in niso njihovo delo. (prav tam)

2.5 KRITIKE MNOŽIČNE KULTURE

Opisala bom najbolj odmevne kritike, ki so nastale kot reakcija na vzpon množične kulture - gibanje leavisovstvo, nastalo v Veliki Britaniji in delo Adorna in Horkheimerja z naslovom Kulturna industrija, ki sta ga izdala v Dialektiki razsvetljenstva.

2.5.1 LEAVISOVSTVO

V dvajsetih in tridesetih letih prejšnjega stoletja se je v Veliki Britaniji razmahnilo tako imenovano leavisovstvo, za katerega je značilno, da je proizvedlo eno prvih sistematičnih kritik množične kulture. Ta struja se je oblikovala okrog literarnokritične revije Scrunity, ime pa je dobila po enem vidnejših avtorjev F. R. Leavis-u. Leavisovci so odklanjali množično kulturo in bili prepričani o superiornosti klasičnih tekstov. (Stanković v Debeljak in drugi 2002, 15)

“Človeku, ki preživi svoj prosti čas z obiskovanjem kinematografov, prelistavanjem revij

in časopisov ter poslušanjem jazza, te dejavnosti onemogočijo normalen razvoj, delno tudi zato, ker mu dostavijo navade, ki so sovražne mentalnemu naporu.” (Q. D. Leavis v Debeljak in drugi 2002, 16)

Leavis je po eni strani odklanjal množično kulturo, a mu je bila po drugi strani (kot liberalcu) tuja tudi vzvišena visoka umetnost. Zavzemal se je torej za širitev kulturnega okusa elite na domnevno manj privilegirane množice. (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 137)

Bolj radikalno načelo kulturne demokracije zagovarja Su Broden:

Tako imenovana dediščina, ki je naredila Britanijo veliko - Bachi in Beethovni, Shakespeari in Danteji, Constablesi in Tiziani - ne povejo več ničesar veliki večini evropskega prebivalstva - to je buržoazna kultura in torej neposredno smiselna le tej skupini. Največja umetniška prevara 20. stoletja je bilo dopovedovanje vsem ljudem, da je to njihova kultura ... Ljudje delajo kulturo in v to neprestano razvijajoče se gibanje, bi morali investirati denar, ne pa v predstavo Sveta za umetnost o tem, kako kultivirati ljudi. (Brodén v Debeljak in drugi 2002, 137)

Temu se ostro zoperstavi Richard Hoggart, ki je označil takšna razmišljanja kulturnih relativistov za “kulturno siromašenje” in se hkrati zavzel za večjo državno podporo visoki umetnosti (gledališče, opera, balet, glasba). (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 137)

Nekje med tema dvema poloma pa je razmišljanje Raymonda Williamsa. Po eni strani poudarja pomen delavske kulture, po drugi pa dvomi, da je v resnici enakovredna t. i. lepi umetnosti. (Tomc v Debeljak in drugi 2002, 137) Odklanja tudi pojem “množica” kot sinonim za sodrgo. “Množica je postala nov izraz za sodrgo: drugi, neznani, neumiti, drhal brez primere. Kot način prepoznavanja drugih ljudi je ta formula očitno smešna, toda v novih razmerah se je zdela učinkovita - edina sploh možna.” (Williams 2005, 15-16)

2.5.2 KULTURNA INDUSTRIJA

V petdesetih letih prejšnjega stoletja sta Adorno in Horkheimer v Dialektiki razsvetljenstva predstavila svoje poglede na množično kulturo, ki sta jo poimenovala kar kulturna industrija. Obtožila sta jo brezobzirne enovitosti, klasifikacije, etiketiranja potrošnikov, shematizacije proizvodnje. Poleg pomanjkanja vsebine ji očitata tudi pomanjkanje sloga. Pravita, da v kulturni industriji imitacija naposled postane absolutna. Kulturna industrija namreč reproducira vedno isto in hkrati vse kar je nepreverjeno na trgu izloči kot tveganje. Je pogon zabave, lahke umetnosti, razvedrila in sprostitev. Širi stereotipe in prazno ideologijo, je povprečna in cenena, zato Adorno in Horkheimer pripisujeta velik pomen oglaševanju. Individuumu po njunem mnenju enostavno ni zaradi standardizacije proizvodnje. Povsod namreč vlada psevdoindividualnost. Še ena izmed posledic, ki jih za sabo pušča kulturna industrija, po njunem mnenju, pa je pasivnost množice, ki konzumira tovrstno kulturo. (Horkheimer in Adorno 2002, 135-166)

3 DOBA TELEVIZIJE

3.1 MOČ TELEVIZIJE

“Televizija je najprej fascinacija. Pred definicijo ljubljene predmeta je vedno zapeljivost in fascinacija, ki jo ta povzroča.” (Niels-Aage Nielsen v Luthar 1992, 100)

Za televizijski medij bi lahko rekli, da je na novo preoblikoval odnose med domačo in javno sfero. Namreč nič več niso bili ulica, gledališče, kinematografi ... tisti, ki oblikujejo dogodke, ampak je televizija postala tista, ki nam posreduje dogodke in to kar v zasebnost doma.

Vse to pa govori o vplivni vlogi medija v zasebnem in javnem življenju. Lutharjeva (1992, 100-101) pravi celo da “televizija konstituira nacionalno kulturo, ki si jo delijo milijoni, ter prek svoje serialnosti definira standardni nacionalni koledar.”

Televizija je nedvomno eden izmed vplivnejših medijev. Koširjeva se sklicuje na

ameriške raziskave, ki potrjujejo, da Američani več kot 80 odstotkov informacij dobijo iz množičnih medijev, med njimi okoli 70 odstotkov s televizijskega zaslona. (Košir v Perovič in Šipek 1998, 12) V Sloveniji najverjetneje ne gre za bistvena odstopanja. Ker gre za več kot desetletje stare raziskave, bi se danes zaradi vedno večje uporabe interneta ti podatki nekoliko spremenili, vendar verjetno drži, da je televizija še vedno pomemben in vpliven medij, vsaj kar se tiče pridobivanja informacij.

Za medije je značilno, da nam ustvarjajo svojo, medijsko realnost. Ta realnost mnogokrat ustreza njihovim vrednotam. Na ta način občinstvo zavedejo v skonstruiran svet, v katerem je odpravljena distanca med njim samim in dogajanjem v svetu. Zaradi takšnih okoliščin in s pomočjo vedno boljših tehnologij (ki omogočajo večjo prepričljivost informacij), je posameznik navadno prepričan v verodostojnost medijskih dogodkov. (Erjavec v Erjavec in Volčič 1999, 24)

Lutharjeva (1992, 16-17) predstavi odnos televizije do resničnosti. Televizija naj bi namreč prenašala dogodke tako kot so se zgodili in s tem omogočala dostop do realnega sveta. Ampak v resnici zunanja realnost ne določa televizijskih vsebin (npr. informativnih oddaj) temveč ravno obratno, informativne oddaje določajo kaj predstavlja zunanjo, golo resničnost. (prav tam)

S sliko in zvokom nam televizijski medij na ekran prenese prizor, s čimer je televizija postala eden glavnih in neizogibnih instrumentov prisotnosti posameznika v svetu in obratno. S tem močno vpliva na življenje posameznika in vse družbe. Z množico informacij, ki jih televizija ponuja posamezniku, jih umešča v središče dogajanja in jim s tem odpira obzorja. Hkrati pa ga umešča v sestavni del tega sveta in te družbe. S tem posredovanjem posameznik postane soudeleženec univerzalnega dogajanja, vendar z "demokratsko možnostjo sveta: preklopa ali izključitve." (Perovič in Šipek 1998, 15-16)

Erjavčeva (1999) kot prednost televizije pred ostalimi mediji izpostavi sintetičnost, hkratnost in prezentnost. Gibljiva slika, zvočni učinki, besedilo ter glasba pripomorejo k prepričljivosti in dokumentarnosti posredovanega sporočila. S temi elementi televizija

daje gledalcu vtis, da je očividec dogajanja, s čimer je povezana tudi visoka stopnja zaupanja v televizijo. Z nenehnim posredovanjem apelov televizija tako v gledalcu pusti čustveno močnejši in nepozaben vtis. Televizijo določa tudi neposredni likovni in zvočni prenos dogajanja občinstvu v neponovljivem trenutku. S svojo univerzalnostjo simbolov najlažje prodre v človeka, kar omogoča standardizacijo okusa. Kar televizijo ločuje od drugih medijev je torej gibljiva slika, ki daje gledalcu občutek, da je na kraju dogodka. Televizija (poleg radia) oblikuje svoje gledalce v občinstvo, medtem ko branje pušča posameznika samega. Specifika televizije je tudi v posebnih žanrih oziroma stalnih oblikah programov, na primer poročila, soap opere, situacijske komedije, talk showi, dokumentarne oddaje ...

Vpliv televizije je odvisen od kontekstualnih, socialnih in osebnostnih dejavnikov. Učinek televizijskega sporočila je večji, če se čim bolj ujema z mišljenjem gledalca, torej sporočilo okrepi stališče gledalca. Največji vpliv pa ima tisto sporočilo, ki je za občinstvo novo in o njem še nima izoblikovanega mnenja. Učinek sporočil je odvisen tudi od zaupanja občinstva v verodostojnost, točnost in strokovnost sporočenega. (Erjavec in Volčič 1999, 26-56)

Fiske (v Bignell in Orlebar 2005, 85) pravi, da na gledalce televizijske vsebine ne vplivajo enako, vsebin ne konzumirajo tako, kakor jim to nudijo televizije. Zaradi tega ni mogoče nadzorovati in posploševati, kako bo televizijska vsebina vplivala na gledalce. Fiske je še zapisal, da televizija ponuja "semiotično demokracijo", kar pomeni, da so znaki in pomeni v televizijskih tekstih svobodno interpretirani s strani vsakega posameznika. (prav tam)

3.2 TELEVIZIJSKI GLEDALEC

Gledanje televizijskih vsebin vsekakor vpliva na naše poglede, misli, znanje, vedenje ... Raziskave gledanosti kažejo, da ljudje velik delež svojega prostega časa posvetijo prav

gledanju televizije. Tu se lahko vprašamo, zakaj ljudje pravzaprav gledajo toliko televizije, je to zaradi užitka, kvalitetnih vsebin ali pa le iz navade.

Mediji so del družbe in razumevanje medijev je ključno za razumevanje delovanja te družbe. Televizija pritegne veliko množico ljudi, v večini družin je tudi center družinskega druženja. (Erjavec in Volčič 1999, 55)

Lutharjeva (1992, 101) pravi, da je vloga televizije tudi v vzdrževanju nekaterih rutin, na primer, mnogo gledalcev vrže iz tira, če na sporedu ni pričakovanega nadaljevanja njihove priljubljene oddaje. Vendar ni vsebina te oddaje tista, ki jo najbolj pogrešajo, temveč nek ritual, ki ima osrednjo vlogo v človeškem vsakdanu. Ta rutina je torej vzdrževana prek znanega in predvidljivega na televiziji.

DeFleure (v Erjavec in Volčič 1999, 55) tako razdeli vsebino televizijskega medija:

vsebina za nezahtevni okus poskuša pridobiti čim več gledalcev, je dramatična in zabavna ter namenjena občinstvu z nizko izobrazbeno ravno. Kot primer DeFleure našteje kriminalke z nasiljem, surov humor, neotesane komedije in preproste melodrame.

navadna vsebina prav tako pritegne široko množico občinstva, vendar ne kvari a prav tako ne razvija okusa. Vsebina ni v nasprotju z moralnimi normami, kot primer pa so navedena vremenska poročila, filmi s koristnimi temami ter vsebine nekaterih poročil.

vsebina za zahteven okus pa nima veliko občinstva, je visoke kakovosti, poučna in dviguje moralo. Sem prištevamo resno glasbo, drame, politične razprave in umetniške filme.

Javne televizije naj bi zadovoljevale potrebo celotnega občinstva, torej bi morale pokrivati vse vrste vsebin, vendar kljub temu ohranjati višjo raven kakovosti v primerjavi s komercialnimi televizijami.

Za Televizijo Slovenija lahko rečemo, da pokriva vse tri opisane skupine vsebin, kljub temu, da bi se lahko izogibala vsebinam za *nezahteven okus* (na primer zdaj že bivša

oddaja Piramida, tv prodaja, Na zdravje ...). Prav tako imajo na programu svoje mesto tako imenovane *navadne vsebine* (Dnevnik, Tednik, Ars 360, Izvirni, filmi ...) in *vsebine za zahteven okus* (Osmi dan, monotematske oddaje Uredništva za kulturo, izobraževalne oddaje, dokumentarni filmi ...).

Televizijske postaje seveda želijo zadovoljiti potrebe čim večjega kroga gledalcev. Te potrebe gledalcev je Katz (v Erjavec in Volčič 1999, 56) na grobo razdelil v štiri skupine:

Kognitivne potrebe zajemajo potrebo po sprejemanju sporočil, pridobivanju znanja in širitvi razumevanja.

Čustvene potrebe so potrebe po emocionalnih in estetskih izkušnjah, ljubezni in prijateljstvu, zadovoljitvi želje po ogledu lepih stvari.

Osebne integracijske potrebe so potrebe po zaupanju, stabilnosti, položaju in potrjevanju.

Potrebe po sprostitvi napetosti lahko označimo tudi kot potrebo po begu in razvedrilu.

Treba je še omeniti, da posamezne televizijske vsebine lahko zadovoljujejo različne potrebe hkrati, na primer televizijski kviz lahko zadovolji potrebo gledalca po pridobivanju znanja, samozaupanju, potrjevanju in razvedrilu.

Bignell in Orlebar (2005, 73) televiziji pripisujeta še prav posebno vlogo. Trdita namreč, da televizija ni samo nek medij, ki gledalcu prenese vsebino, temveč je pomembna tudi kot fizični objekt, ki je umeščen v gospodinjstvo. Individualni gledalec se namreč razlikuje od skupine gledalcev (npr. družina). Kam je televizija umeščena v prostoru in kateri objekti jo obdajajo (npr. poročne fotografije na televiziji ali pa televizija skrita v omari) nam lahko veliko povejo o odnosu članov te družine do televizije. Antropološke študije televizije dokazujejo, da ni samo televizijski program tisti, ki določa odnos gledalcev do televizije, temveč tudi njena fizična pozicija v vsakodnevnem življenju.

3.3 JAVNA, KOMERCIALNA, NAROČNIŠKA TELEVIZIJA

V slovenskem prostoru poznamo tri oziroma štiri vrste televizij, ki se razlikujejo glede vira financiranja, posledica te raznolikosti pa je seveda tudi televizijski program. To so javna televizija, ki jo financirajo naročniki ter naj bi odgovarjala in delala v dobro javnosti, komercialne televizije ter naročniške televizije. Z vzponom tehnike se tudi v slovenskem prostoru pojavlja veliko spletnih televizij, ki jih sicer ne bom podrobneje analizirala, jih je pa vredno omeniti. Podrobneje bom raziskala delovanje javne televizije TV Slovenija, katere del je tudi Uredništvo oddaj o kulturi, ki med drugim pripravlja oddajo Osmi dan.

3.3.1 JAVNA TELEVIZIJA

Najpreprostejša definicija pravi, da javni mediji delujejo v interesu javnosti, služijo javnosti ali pa so namenjeni javnosti. (Bašić Hrvatinić 2002, 11)

Ker preproste in univerzalne definicije javnega servisa ni, bom naredila nek pregled skozi definicije tega pojma.

Svet Evrope je leta 1994 sprejel resolucijo, ki pravi, da naj bi javni servis deloval v skladu z naslednjimi temeljnimi načeli in pogoji:

Geografska univerzalnost: pokritost s signalom mora biti stodontna, kar pomeni, da bi moral vsakdo kjerkoli v državi dostopati do ponudbe javnega servisa.

Zastopanost vseh interesov in okusov: vsak naročnik bi moral najti program, ki mu ustreza. Javni servis mora ponujati tovrstne vsebine, ne glede na to kakšna je gledanost. Vsebine morajo biti tudi kvalitetne.

Plačevanje po načelu enakosti: plačniki naj bi bili vsi uporabniki in plačilo naj bi bilo enako za vse. Večina držav dela izjemo - naročnine so oproščeni slepi, gluhi ter

ekonomsko šibkejši ljudje.

Nepristranost oz. neodvisnost: od ekonomskih ali političnih interesov. Načelo je povezano z načinom financiranja (naročnina) pa tudi z imenovanjem vodilnih organov javnega servisa.

Izobraževanje javnosti: javni servis mora zagotavljati najrazličnejše izobraževalne vsebine, ki niso le dopolnilo izobraževalnemu sistemu.

Posebna skrb za manjšine (predvsem depriviligirane): javni servis mora zagotavljati vsebine namenjene tako narodnostnim manjšinam kot drugim skupinam, ki so glede na populacijo v manjšini.

Spodbujanje konkurenčnosti pri kakovosti: pomembna je kakovost programov, ne glede na to, koliko ljudi jih gleda.

Usmerjanje k liberalizaciji in ne k omejevanju programskih producentov: omogočanje, da zaposleni izkoristijo lastne potenciale in ustvarjalnost, k temu pa sodi tudi spodbujanje inventivnosti in eksperimentalnosti.

Služenje interesom javnosti: vzpostavljanje povezave z nacionalno identiteto in skupnostjo oziroma spodbujanje ljudi k zavedanju lastne identitete in občutka pripadnosti. Javni servis mora spodbujati občinstvo, da deluje kot državljani in ne kot potrošniki.

(Bašić Hrvatinić 2002)

Omenjene definicije se sicer bolj osredotočajo na vsebinsko kakovost in raznolikost, vendar velja na tem mestu omeniti še produkcijsko oziroma tehnično kakovost programa.

3.3.2 KOMERCIJALNA TELEVIZIJA

Za razliko od javnih medijev se komercialni mediji ravnaajo izključno po načelih prostega trga. Financirajo se zgolj iz oglaševanja, zato je njihova stranka oglaševalec ne

občinstvo. Tako je glavna naloga komercialnih medijev priskrbeti oglaševalcem čim večjo množico gledalcev oziroma potencialnih kupcev z najnižjimi možnimi stroški. (Annex v Bašić Hrvatini 2002, 14)

Posledica tega je seveda tudi televizijski program, ki je prilagojen večini ljudi. Javni mediji naj bi zagotavljali vsebine, ki so v javnem interesu, zato moramo od njih pričakovati neko stopnjo kakovosti. Medtem pa na komercialnih televizijah opazimo visoko stopnjo senzacionalizma, tabloidizacije in komercializacije vseh vrst televizijskih vsebin, tudi informativnih. Še vedno se zanašajo na izredno ozek program, na tisti program, ki maksimizira občinstvo in je hkrati relativno poceni. Tak program pogosto sestavljajo lahki zabavni programi, igre, poceni dramske serije in popularne limonade, kajti ceneje je kupovati program v paketih in predvajati ponovitve, kot ga pa ustvarjati. (Humpreys v Bašić Hrvatini in Milosavljević 2001, 55)

Kulturnih vsebin na komercialnih televizijah najdemo zelo malo. Večje komercialne televizije v slovenskem prostoru - Pop TV, Kanal A in TV3 ne predvajajo nobene oddaje lastne produkcije s kulturno-umetniškimi vsebinami. Bolj pomembne dogodke s tega področja pokrijejo v dnevnih informativnih oddajah, pa še tukaj je opaziti določeno stopnjo senzacionalizacije.

Kot izjemo pa lahko omenim oddajo Iz sveta kulture na komercialni televiziji TV Pika avtorice Nadje Leban.

-

3.3.3 NAROČNIŠKA TELEVIZIJA

Pod besedno zvezo naročniška televizija razumemo tiste programe, za katere gledalec plača mesečno naročnino, da si jih lahko ogleda. Druga oblika naročniške televizije je naročniška televizija na zahtevo, kjer gledalec plača za ogled določene vsebine. Vsebina je podobna kot na komercialni televiziji, le da se gledalec v zameno za plačilo naročnine izogne oglasom. Največkrat gre za izbor najbolj priljubljenih serij, filmov, nadaljevanj, pa tudi športnih dogodkov, izobraževalnih serij in podobno. (Kavčič 2003,

18)

Kulturnih oddaj v sklopu naročniške televizije v slovenskem prostoru nisem zasledila.

3.3.4 SPLETNA TELEVIZIJA

Spletna televizija ponuja ogled televizijskih vsebin na spletu. Televizijske hiše se pogostokrat odločijo zastonj ponuditi televizijske oddaje lastne produkcije na svoji spletni strani, tudi v živo. S tem omogočajo ogled na zahtevo tistim gledalcem, ki na televiziji ne uspejo videti zelenih vsebin. Raziskav gledanosti za tovrstne vsebine na javni televiziji nisem našla. Spletne televizije se poslužujejo tudi časopisne hiše, radijski in drugi mediji. Kulturnih vsebin je v okviru spletne televizije veliko, za slovenski prostor ne moremo natančno reči koliko, saj je zaradi razširjenosti spletnega oddajanja težko slediti produkciji.

4 ZAKONODAJA IN REGULACIJA

4.1 MEDIJSKA ZAKONODAJA S PODROČJA KULTURE

Kultura ima velik družbeni pomen, zato so kot pravna podlaga poleg zakonov in podzakonskih aktov, ki so neposredno povezani s kulturo, pomembni tudi zakoni in predpisi z drugih področij, ki s posameznimi določbami urejajo vprašanja s področja kulture. Če jih naštejemo le nekaj: Ustava Republike Slovenije, Zakon o avtorski in sorodnih pravicah, Zakon o društvih, Zakon o izgradnji Univerzitetne knjižnice v Ljubljani ... (Kovačič 2008, 14)

Tukaj se bom omejila in podrobneje opisala nekatere pomembnejše aktualne predpise, ki temeljno posegajo na področje kulture in medijev. Naredila bom tudi povzetek

mednarodnih pravil in konvencij, ki jih predpisuje Evropska unija.

4.1.1 ZAKON O URESNIČEVANJU JAVNEGA INTERESA ZA KULTURO

Osnovni dokument Republike Slovenije, ki vzpostavlja osnove kulturne politike, je Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (ZUJIK). Zakon določa javni interes za kulturo, organe, ki so zanj pristojni in odgovorni, ter mehanizme za njegovo uresničevanje. Zakon definira kulturne dejavnosti kot vse oblike ustvarjanja, posredovanja in varovanja kulturnih dobrin na področju nepremične in premične kulturne dediščine, besednih, uprizoritvenih, glasbenih, vizualnih, filmskih, avdiovizualnih, intermedijskih in drugih umetnosti na področju založništva in knjižničarstva, kinematografije in na drugih področjih kulture. (4. člen) Zakon določa tudi javni interes za kulturo, ki temelji na zagotavljanju javnih kulturnih dobrin, s katerimi se uresničuje kulturni razvoj. Javni interes za kulturo se uresničuje predvsem z zagotavljanjem pogojev za kulturno ustvarjalnost, dostopnost kulturnih dobrin, kulturno raznolikost, uveljavljanje in razvoj slovenskega jezika, slovensko kulturno identiteto ter skupen slovenski kulturni prostor. (8. člen)

Del ZUJIK-a pa je tudi Nacionalni program za kulturo (10. člen). Zakon ga opredeljuje kot strateški dokument razvojnega načrtovanja kulturne politike, ki izhaja iz zgodovinsko doseženega položaja kulture in s katerim se ugotovi vlogo kulture v razvoju Slovenije in slovenskega naroda ter javni interes zanjo, opredeli področja kulture, kjer se zagotavljajo kulturne dobrine kot javne dobrine, načrtuje investicije v javno kulturno infrastrukturo, postavi cilje in prioritete kulturne politike in določi čas za njihovo uresničenje ter kazalce, po katerih se bo merilo njihovo doseganje.

(Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo 2002)

4.1.2 NACIONALNI PROGRAM ZA KULTURO 2008-2011

Nacionalni program za kulturo je začel veljati aprila leta 2008 in se osredotoča na pglavitne cilje, ki naj bi jih kulturna politika dosegla v prihodnjih štirih letih. V primerjavi z nacionalnim programom, ki je veljal med leti 2004 in 2007, aktualni program poskuša predvsem obogatiti, nadgraditi in tudi sanirati nekatera področja. Med cilje uvršča tudi podporo, tj. povečanje sredstev ustvarjalcem, strokovnjakom, posameznikom in zainteresiranim skupinam za kakovostne kulturne programe in projekte, spodbujanje institucij k novim izzivom ter skrb za njihovo stabilno delovanje, podporo kulturnim mrežam in sodelovanju med izvajalci kulturnih dejavnosti, kulturnemu izobraževanju in usposabljanju, promociji slovenske kulture in jezika v Sloveniji, Evropi in drugod po svetu, spodbujanju partnerstva med izvajalci kulturnih dejavnosti, šolstvom, visokim šolstvom, civilno družbo in gospodarstvom. (Kovačič 2008, 14)

4.1.3 ZAKON O JAVNI RABI SLOVENŠČINE

Zakon določa temeljna pravila o javni rabi slovenščine kot jezika uradnega in velike večine javnega sporazumevanja v Republiki Sloveniji. Obravnava jezikovno rabo na posameznih področjih javnega življenja (državna uprava, šolstvo, mediji ...). Na splošno določa usmerjevalna področja jezikovne politike ter obveznosti pravnih oseb javnega in zasebnega prava. (Kovačič 2008, 15)

4.1.4 ZAKON O RADIOTELEVIZIJI SLOVENIJA

Zakon je bil sprejet 15. julija 2004, veljati pa je začel 12. novembra 2005. Nadomestil je Zakon o Radioteleviziji Slovenija, ki se je uporabljal od aprila leta 1994.

Zakon v prvem členu določa, da je Radiotelevizija Slovenija javni zavod posebnega

kulturnega in nacionalnega pomena in opravlja javno službo na področju radijske in televizijske dejavnosti. Zakon naj bi prispeval k bolj urejenemu poslovanju in organizaciji dela v javnem zavodu. Generalni direktor ima po tem zakonu drugačne pristojnosti in združuje tako programsko strokovno vodenje kot tudi poslovanje zavoda. Zakon ukinja mesta direktorjev programov in namesto prejšnjih direktorjev radijskih in televizijskih programov uvede mesti direktorjev radia in televizije, katerih temeljna naloga sta poleg strokovnega dela tudi organizacija in vodenje dela radia oziroma televizije. Zakon tudi posebej poudarja odgovornost vseh, ki sodelujejo pri ustvarjanju programov RTV Slovenija. Natančno ureja obseg in načela javne službe pri ustvarjanju, pripravljanju in oddajanju programov, pa tudi obseg javne službe, ki jo mora opravljati javni zavod. Pravno podlago daje tudi za razširjanje novega posebnega nacionalnega programa, namenjenega stalnemu in sprotnemu informiranju javnosti o delovanju slovenskega parlamenta. Prav tako je celovito spremenil sestavo in pristojnosti organov RTV Slovenija. Zakon namreč uvaja programski svet RTV Slovenija, ki ima pristojnosti s področja programov in naj bi zastopal javne interese. Nadzorni svet pa ima pristojnosti s področja organiziranja dela in poslovanja ter nadzora. Zakon o RTV Slovenija ne izpostavlja vloge kulturnih in umetniških vsebin v televizijskih in radijskih programih, to področje namreč podrobneje obravnava Zakon o medijih.

(Zakon o Radioteleviziji Slovenija 2005)

4.1.5 ZAKON O MEDIJIH

Zakon o medijih (v nadaljevanju ZMed) določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih in fizičnih oseb ter javni interes Republike Slovenije na področju medijev. Temeljna vodila ZMed so varstvo pluralnosti in raznovrstnosti medijev s ciljem omogočiti tako domačim kot potencialnim tujim izdajateljem programov kapitalski razvoj in povezovanje do meje, ki še zagotavlja zdravo konkurenco.

(Zakon o medijih 2001)

4.1.5.1 ČLENI ZAKONA, KI OBRAVNAVAJO KULTURNE VSEBINE

V četrtem členu Zakon o medijih navaja, da mora RTV Slovenija nuditi kakovostne informacije o vseh pomembnih kulturnih, političnih, zgodovinskih ... dogodkih. Predstavljati mora slovensko kulturo, spodbujati kulturno ustvarjalnost ter svobodo umetniškega ustvarjanja in zagotavljati ustvarjanje, poustvarjanje ter posredovanje umetniških del. Širiti mora razumevanje slovenske zgodovine, kulture in identitete, tudi z vidika evropske zgodovine in mednarodnih povezav. RTV Slovenija mora zagotavljati produkcijo in predvajanje slovenskih avdiovizualnih del in avdiovizualnih del neodvisnih producentov. Zagotoviti mora tudi večinski delež kulturnih, umetniških, informativnih, dokumentarnih in izobraževalnih vsebin. Zakon določa še kvote vsebin, ki so nastale v lastni produkciji. 67. člen definira katere programske vsebine se štejejo kot lastna produkcija, to pa so: informativne, kulturno-umetniške, izobraževalne, zabavne in kontaktne oddaje, komentirane glasbene, športne in druge oddaje ter druge izvirne programske vsebine, katerih producent je izdajatelj programa sam, ali pa so bile izdelane po njegovem naročilu in za njegov račun. (Zakon o medijih 2001)

Na podlagi tega zakona je izšel Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije, s katerim so določena podrobnejša merila za opredelitev programskih vsebin lastne produkcije v skladu s programskimi zahtevami, ki jih za izdajatelje radijskih in televizijskih programov določa Zakon o medijih. Pravilnik v petem členu kulturno-umetniške vsebine definira kot programske vsebine, ki uprizarjajo kulturne ali umetniške dogodke, zvrsti, trende, avtorje ali jih strokovno in kritično obravnavajo, ter druga avdiovizualna avtorska dela kulturno-umetniškega značaja. To pa so zlasti avtorske oddaje s področja različnih umetniških zvrsti ali o njih, oddaje, ki s poudarkom na strokovni obravnavi, kritiki ali komentarju predstavljajo različne oblike kulturnega ustvarjanja, oddaje namenjene posredovanju in varovanju kulturnih vrednot in kulturne dediščine, pogovor, omizje o kulturi, recenzije, kritike, umetniška reportaža, portret,

dokumentarec s tega področja, literarni prispevki (lirika, odlomki iz proze, eseji), prenosi kulturnih dogodkov - neposredni ali odloženi in redakcijsko obdelani (prireditve, koncerti, opera, balet, gledališke igre).

(Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije 2002)

4.1.6 EVROPSKA ZAKONODAJA

Zaradi vstopa Slovenije v Evropsko unijo velja omeniti nekaj pomembnejših mednarodnih predpisov oziroma pravnih aktov Evropske unije, Sveta Evrope, OZN in Unesca s področja kulture in medijev. Na grobo jih lahko razdelimo po naslednjih tematskih sklopih: kultura na splošno, varstvo kulturne dediščine, varstvo arhivskega gradiva, mediji ter človekove pravice in pravice manjšin. (Kovačič 2008, 14)

Naj omenim predpise, ki so bolj povezani s predvajanjem kulturnih vsebin - med temeljne dokumente Evropske unije spada sklep Evropskega parlamenta in Sveta o uvedbi programa Kultura (2007-2013) ter sklep Sveta o sklenitvi Konvencije o varovanju in spodbujanju raznolikosti kulturnih izrazov. Pomembna je tudi direktiva o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov (Direktiva o televiziji brez meja). Med mednarodne pogodbe oziroma temeljne konvencije Sveta Evrope spadajo Evropska kulturna konvencija, Evropska konvencija o čezmejni televiziji ter Protokol, ki spreminja Konvencijo o čezmejni televiziji, Evropska konvencija o filmski koprodukciji ...

Med mednarodne pogodbe oziroma temeljne konvencije Organizacije Združenih narodov (OZN) in Organizacije Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo (UNESCO) pa med drugim spada Ustava Organizacije združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo, Konvencija o varovanju in spodbujanju raznolikosti kulturnih izrazov. (Kovačič 2008, 247-250)

5 DRUGI DOKUMENTI

5.1 STRATEGIJA DOLGOROČNEGA RAZVOJA RTV SLOVENIJA 2004-2010

Leta 2004 so zaposleni na Radiu in Televiziji Slovenija, predvsem direktorji programov in odgovorni uredniki, skupaj s pomočjo zunanjih sodelavcev, pripravili Strategijo dolgoročnega razvoja RTV Slovenija, zastavljene cilje naj bi dosegli do leta 2010.

Bistvo, ki so ga zajeli v Strategiji, je ohranjanje javne RTV navkljub vrsti komercialnih medijev ter zagotavljanje programske raznolikosti, visoke ravni kakovosti, domače ustvarjalnosti in inovativnosti. Temeljni kriterij za uvrščanje vsebin v programske sheme naj bi bila njihova kakovost in ne samo tržna privlačnost. Poudarjajo še, da je državljanom potrebno zagotoviti programske vsebine javnega interesa.

Med drugim je v Strategiji analizirana tudi poslušanost in gledanost RTV programov ter povzetki in priporočila, ki izražajo mnenja gledalcev in poslušalcev (na podlagi raziskave podjetja Gral Iteo). Poglejmo tisti del raziskave, ki je povezan s kulturnimi vsebinami na TV Slovenija. O funkciji zagotavljanja kulturno-umetniških vsebin (ki so opredeljene skozi kulturno-umetniške oddaje in prenose kulturno-umetniških dogodkov oziroma predstav) raziskava pravi, da je to vsebinsko področje med najmanj pomembnimi, gledalci pa so s temi vsebinami srednje zadovoljni. Relativno nizko je ocenjen izbor kulturno-umetniških predstav (predvsem na televiziji). Strategija tukaj ne da nobenih posebnih priporočil za izboljšanje zadovoljstva gledalcev in poslušalcev, medtem, ko so za vse ostale funkcije (informativna, izobraževalna, sprostitvena ...) izdana ustrezna priporočila.

Kot cilje programske ponudbe kulturnih in umetniških vsebin Strategija predlaga:

... uravnoteženo pokrivanje različnih zvrsti umetnosti in kulture, spodbujanje specifične televizijske ustvarjalnosti, več družinsko-humorističnih nadaljevank oziroma sitkomov v rednih tedenskih terminih v prvorazrednem programskem času (gledanost med 10 in 15%), snemanje TV dram oz. filmov po slovenskih literarnih predlogah, vsaj eno letno (gledanost med 10 in 15%), redna izvirna igrana, lutkovna in animirana produkcija za otroke in mladino, redna mesečna studijska oddaja pogovornega tipa o referenčnih temah s področja

širše kulture. (Radiotelevizija Slovenija 2004)

Predlagajo tudi žanrsko raznoliko ponudbo glasbenega programa in tujih dokumentarnih portretov in dokumentarnih filmov o umetnosti in kulturi, kakovostne, pretežno evropske filme in nadaljevanke. Na posebno mesto v lastni produkciji Strategija postavlja informativne oddaje o kulturi, dokumentarne filme in portrete, prenose določenih koncertov. Za domače izvirne filme in nadaljevanke je cilj gledanost med 10 in 15%, za ostale zvrsti pa 5-10%.

Strategija navaja še, da tudi za kulturne in umetniške programe veljajo standardi javne televizije, da je treba težiti k profesionalizaciji standardov ter ustvarjati gledljiv program.

(Radiotelevizija Slovenija 2004)

5.2 POKLICNA MERILA IN NAČELA NOVINARSKÉ ETIKE V PROGRAMIH RTV SLOVENIJA

Novinarsko častno razsodišče je leta 2000 objavilo Poklicna merila novinarske etike v programih RTV Slovenija. Kodeks je etična in ne pravna norma, ki ga je Svet RTV Slovenija sprejel leta 2000. Opredeljuje poklicna merila, teži k vsestranskosti in uravnoteženosti sporočanja, opredeljuje pravila glede volilne kampanje, izpostavi merila za pripravo in izvedbo programa, opredeljuje odnose z državnimi oblastmi ter izpostavi nesprejemljivo vedenje. Kodeks ne vsebuje neposrednih napotkov glede poročanja o kulturnih vsebinah, kljub temu ga je treba upoštevati tudi tukaj.

(Radiotelevizija Slovenija 2000)

6 UREDITEV, VODSTVO IN DELOVANJE RADIOTELEVIZIJE SLOVENIJA

Radiotelevizija Slovenija je javni zavod posebnega kulturnega in nacionalnega pomena, ki opravlja javno službo na področju radijske in televizijske dejavnosti, z namenom zagotavljanja demokratičnih, socialnih in kulturnih potreb državljanov. Zakon o RTV

Slovenija zapoveduje, da mora javni zavod pripravljati dva nacionalna televizijska programa, tri nacionalne radijske programe, radijske in televizijske programe regionalnih RTV-centrov v Kopru in Mariboru, po en radijski in televizijski program za avtohtono italijansko in madžarsko narodno skupnost ter radijske in televizijske oddaje za romsko etnično skupnost, programe za narodne manjšine in izseljence, programe za tujo javnost ter teletext, internetni in mobilni portal. Poleg tega pa mora RTV Slovenija predvajati še poseben nacionalni televizijski program, namenjen neposrednim prenosom in predvajanju posnetkov sej Državnega zbora in njegovih delovnih teles. V okviru javnega zavoda delujejo še Simfonični orkester, Big Band, Komorni zbor ter Otroški in mladinski pevski zbor, skupina glasbenih producentov in Nonoteka, Založba kaset in plošč ter Multimedijski center (MMC), v okviru katerega nastajajo teletext, internetne strani multimedijskega portala, WAP portal in trije infokanali - otroški, zabavni in informativni, MMC je zadolžen tudi za podnaslavljanje oddaj za gluhe in gluhoneme. Nacionalni program mora pokrivati ozemlje, kjer živi najmanj 90 odstotkov prebivalcev Slovenije oziroma 90 odstotkov ozemlja, kjer živijo pripadniki italijanske in madžarske narodne skupnosti, kadar gre za narodnostni program.

Upravljanje RTV Slovenija je javno. Programski svet šteje 29 članov, od katerih po enega člana imenujeta madžarska in italijanska narodna skupnost, enega člana imenuje Slovenska akademija znanosti in umetnosti, dva člana imenuje predsednik republike na predlog registriranih verskih skupnosti, tri člane med seboj izvolijo zaposleni na RTV, pet članov imenuje Državni zbor na predlog političnih strank, šestnajst članov pa imenuje Državni zbor na predlog civilne družbe. (Radiotelevizija Slovenija 2009)

Radio Slovenija oddaja tri nacionalne programe: prvi program, drugi program, bolj poznan kot Val 202 in tretji program ali Ars. Radio oddaja že od leta 1928, takrat se je imenoval Radio Ljubljana. Na treh radijskih programih tako ustvarjalci sooblikujejo informativne, resne, razvedrilne, glasbeno-govorne, športne in druge vsebine.

Prvi program sestavljajo predvsem informativne, izobraževalne, igrane in mladinske vsebine. Drugi program oziroma Val 202 obvešča javnost, svetuje in zabava.

Pomemben del drugega programa je glasba, ki predstavlja predvsem novosti, popularno glasbo, posreduje koncertne dogodke in predstavlja osebnosti s sveta glasbe. Prav tako daje poudarek na športne vsebine. Tretji radijski program Ars pa oblikujejo predvsem kulturno informativne, umetniške, izobraževalne in znanstveno esejistične vsebine. Kar tri četrtine programa zapolnjujejo resne glasbene zvrsti.

Televizija Slovenija prav tako oddaja tri nacionalne televizijske programe, in sicer Slovenija 1, Slovenija 2 in Slovenija 3. Prvi in drugi televizijski program pokrivata širok tematski spekter, od informativnih, izobraževalnih, igranih, športnih, razvedrilnih pa vse do kulturnih vsebin. Tretji program je po Zakonu o medijih namenjen prenosom in posnetkom sej Državnega zbora ter njegovih delovnih teles. (Radiotelevizija Slovenija)

Kulturne in umetniške vsebine najdemo pravzaprav na vseh radijskih in televizijskih programih, tudi na internetni strani. Ponekod so zastopane samo v informativnem programu (tretji program TV Slovenija), drugod kulturne vsebine prevladujejo (tretji radijski program Ars).

6.1 VODSTVO IN UREDNIŠTVA TELEVIZIJE SLOVENIJA

Generalni direktor Javnega zavoda RTV Slovenija je mag. Marko Filli. Tako Televizija kot Radio Slovenija imata svojega direktorja, Televizijo vodi Janez Lomberger, Radio pa Miha Lamprecht.

Televizija se deli na različne programske-produkcijske enote, vsako izmed njih vodi odgovorni urednik. Tematsko se produkcijske enote Televizije razdelijo na informativni, razvedrilni, športni ter kulturno-umetniški program. Zraven lahko prištejemo še poseben nacionalni program, namenjen parlamentarnim vsebinam Državnega zbora RS in njegovih delovnih teles, katerega urednica je dr. Ljerka Bizilj. Odgovorna urednica UPE Informativni program je Ksenija Horvat Petrovčič, odgovorni urednik UPE Razvedrilni program je Vanja Vardjan, v. d. odgovornega urednika UPE Športni program je Mile

Jovanović. UPE Kulturni in umetniški program pa vodi Andraž Pöschl.

Prav tako se Radio Slovenija deli na različne produkcijske enote - Uredništvo prvega, drugega in tretjega programa ter Uredništvo informativnih in eksperimentalno-razvojnih programov. (Radiotelevizija Slovenija)

7 UREDNIŠTVO ODDAJ O KULTURI

Uredništvo oddaj o kulturi spada v produkcijsko enoto Kulturnega in umetniškega programa (KUP). Delo vršilke dolžnosti urednice Uredništva oddaj o kulturi je do septembra 2011 opravljala Darja Korez Korenčan, ki pa je več let Uredništvo oddaj o kulturi vodila kot urednica. Septembra 2011 je urednica postala Saša Šavel Burkart.

7.1 PRODUKCIJA UREDNIŠTVA ODDAJ O KULTURI DANES

V letu 2010 in v prvi polovici leta 2011 so v omenjenem uredništvu pripravljali naslednje oddaje: Kultura, Osmi dan, Ars 360°, Izvir(n)i, monotematske oddaje Opus, Pisave, Podoba podobe, Umetnost igre ter Umetni raj, oddajo ob Svetovni prestolnici knjige Zgodboteka, Minute za jezik, Knjiga mene briga, Platforma in oddaji po podelitvi Prešernovih nagrad o nagrajencih ter posebno enourno oddajo ob podelitvi naziva Svetovna prestolnica knjige Ljubljani. Uredništvo je poleti 2011 sodelovalo pri izvedbi oddaje Poletna scena.

7.1.1 KULTURA

Gre za šestminutni pregled aktualnih kulturnih dogodkov, ki je na sporedu po

informativni oddaji Odmevi oziroma po večernih poročilih, ko Odmevov ni na sporedu (običajno med vikendi in prazniki). Kultura je umeščena v oddajo, ki jo pripravlja Uredništvo informativnih oddaj, kljub temu pa je produkcijsko in vsebinsko povsem v rokah Uredništva oddaj o kulturi. Sledi načelom informativnega žanra - prispevki so informativne narave, gre za poročanje o najpomembnejših kulturnih dogodkih po Sloveniji in tudi tujini. Vsebinsko oddaja pokriva kar najširši del kulturnih in umetniških zvrsti - literatura, gledališče, likovna umetnost, glasba, ples, film, kulturna dediščina, arhitektura, sodobna umetnost pa tudi aktualna politična vprašanja, ki se ukvarjajo z omenjeno tematiko. V začetku leta 2011 je bila uvedena novost, in sicer oddaje, ki so na sporedu med vikendom in občasno ob praznikih so monotematske, globlje analizirajo izbrane teme, večinoma s področja kulturne dediščine.

Kultura, ki se je sprva imenovala Kulturna kronika, je bila prvič predvajana leta 1997, ko je Ljubljana postala evropska prestolnica knjige. Oddaja je na sporedu takoj za Odmevi oziroma poročili in pred pregledom športnih novic in vremena, okoli 22.35 na prvem televizijskem programu. Ponavljajo jo naslednje jutro ob 6.10, s čimer tudi začnejo dnevni program. Povprečna gledanost oddaje je med 5 in 6%, kar jo uvršča med bolj gledane oddaje tega uredništva. (Korez Korenčan 2010)

7.1.2 ARS 360°

Ars 360° je tedenska, petnajstminutna oddaja avtoric, urednic in redaktorice Nataše Globočnik in Andreje Kočar. Na sporedu je vsako nedeljo ob 20.00 na drugem televizijskem programu. Povprečna gledanost oddaje je danes okoli 1%, velja pa omeniti, da je oddaja v prejšnjem terminu (do konca leta 2010), ko je bila na sporedu okoli 22.00 na prvem programu, dosegala gledanost tudi do 6 oziroma 7%. To je za oddaje v sklopu tega uredništva izjemno visoka gledanost.

Prvi Ars 360° je bil na sporedu maja 2007. Danes se oddaja posveča raznolikim temam,

kot so kultura bivanja ali pa sodobna urbana kultura. V oddaji so predstavljeni mlajši, tudi neuveljavljeni ustvarjalci z različnih področij, sklop novic iz tujine, zanimive arhitekturne rešitve, glasbene in filmske novosti, razstave, napovednik dogodkov ... "Vsekakor pa skušava oddajo ohranjati vitalno in zato občasno uvajava nove rubrike, oziroma jih spreminjava." še dodajata avtorici. (Globočnik in Kočar 2011)

7.1.3 IZVIR(N)I

Izvir(n)i je tridesetminutna mesečna oddaja avtorice, urednice in redaktorice Sabine Brečko. Je mozaičnega tipa, torej sestavljena iz več vsebinsko raznolikih prispevkov. Gledanost je okoli 3%, na sporedu je vsako prvo nedeljo v mesecu dopoldne. "Oddaja pokriva področja ljubiteljske, ljudske in društvene kulture. Predstavljamo različne ustvarjalce, ki izhajajo iz ljudske dediščine, umetnostne obrtnike in obrti, muzeje, ki predstavljajo etnološke zbirke, društva. Skratka načeloma vse, ki so izvirni, na nek način izhajajo iz tradicije in se z dejavnostjo ukvarjajo ljubiteljsko." pravi avtorica. (Brečko 2010)

7.1.4 MONOTEMATSKE ODDAJE

Uredništvo oddaj o kulturi pripravlja pet tridesetminutnih monotematskih oddaj. Vsak četrtek ob 23.00 je na sporedu ena izmed njih, torej vsakih pet tednov je na sporedu nova edicija vsake izmed petih oddaj. Poleti, od konca junija pa do septembra, oddaj ni na sporedu, v njihovem terminu so predvajali ponovitve najbolj odmevnih oddaj, ki so nastale med letom. Monotematske oddaje pripravljajo izkušeni avtorji, ki so strokovnjaki na svojem področju. Gre pa za naslednje oddaje - Opus Darje Korez Korenčan, Pisave Alenke Zor Simoniti, Podoba podobe Iztoka Premrova, Umetnost igre Marjane Ravnjak ter Umetni raj Zemire A. Pečovnik. Oddaje dosegajo okoli 2% gledanosti.

Prva monotematska oddaja je bila Opus avtorice Darje Korez Korenčan. Oddaja o glasbi je bila prvič predvajana leta 1993, po tem vzorcu pa so sledile še ostale monotematske oddaje - o literaturi, likovni umetnosti, gledališču in filmu, ki so od tedaj neprekinjeno na sporedu. Oddaje poročajo tako o aktualnih kulturnih dogodkih, kot tudi kritično vrednotijo obravnavane vsebine. Mnogokrat kot gostje sodelujejo pomembni kulturniki, ki predstavijo svoja dela, poglede in mnenja o določenem kulturnem ustvarjanju. (Korez Korenčan 2010)

7.1.4.1 OPUS

Opus, oddaja o glasbi poglobljeno obravnava klasično glasbo in glasbeno-scensko umetnost oz. opero. Avtorica, urednica in voditeljica Darja Korez Korenčan v oddaji predstavi znane umetnike, skladatelje pa tudi obetavne mlade glasbenike, domače in tuje festivale ter vse vrste klasične glasbe - simfonično, komorno, vokalno-instrumentalno, zborovsko ... Avtorica se v oddaji odziva na aktualne teme tako doma kot v tujini in jih kritično ovrednoti.

Oddaja je bila prvič predvajana leta 1993, gledanost pa se giblje nekje med 2,5 in 3%. (Korez Korenčan 2010)

7.1.4.2 PISAVE

Avtorica, voditeljica in urednica oddaje o literaturi je Alenka Zor Simoniti. Oddaja je bila prvič predvajana 21. 9. 1995, povprečna gledanost oddaje je okoli 2,2%.

Pisave so oddaja o književnosti, v kateri so predstavljene domače in tuje leposlovne

novosti. O svojih delih pripovedujejo avtorji oziroma prevajalci, kadar pa gre za starejša dela in avtorji niso več živi, pa tudi kritiki in literarni zgodovinarji. "Predstavitev posamezne knjižne novosti pogosto razširimo v portret avtorja, ki ne predstavi le svojega najnovejšega dela, ampak pripoveduje tudi o svoji življenjski poti in pogledih na svet. Tako oddaja prek življenjskih spoznanj umetnikov govori tudi o duhu časa v katerem živimo." pravi Alenka Zor Simoniti (2010) in še dodaja, da je včasih tema samo ena, denimo ob obletnicah ali jubilejnih izdajah (na primer portreti Franceta Balantiča, Lili Novy, Lojzeta Kovačiča, Ivana Minattija, Ade Škerl, Daneta Zajca ...), lahko pa je tem več, povprečno dve do štiri na oddajo. "Iz knjižne produkcije zadnjih mesecev izberem dela, ki se mi zdijo še posebej zanimiva glede na tematiko in slog. Vključujem vse poetike, žanre in zvrsti ter avtorje vseh generacij." (Zor Simoniti 2010)

7.1.4.3 PODOBA PODOBE

Gre za oddajo o likovni umetnosti avtorja Iztoka Premrova. Zasnovana je kot pogled na domačo in tujo likovno umetnost v najširšem pomenu besede. Avtor spremlja in predstavi dogodke iz aktualnega dogajanja v vseh oblikah vizualne umetnosti, od slikarstva, kiparstva, grafike, arhitekture, grafičnega oblikovanja, video umetnosti pa do kulturne dediščine, povezane z vizualno umetnostjo. To pomeni tudi arheološke teme, ljudsko izročilo in podobno. "Z oddajo redno spremljamo Dneve evropske kulturne dediščine, kot vseevropske akcije, ki jo vodi Evropski svet. Gre za poglobljeno razmišljanje o relevantnih dogodkih, za sodelovanje strokovnjakov, ipd." pravi Premrov (2010).

Oddaja je bila prvič predvajana jeseni leta 1995, gledanost pa je podobna kot pri ostalih monotematskih oddajah, med 2-3%. (Premrov 2010)

7.1.4.4 UMETNOST IGRE

Umetnost igre pripravlja Marjana Ravnjak, ki je tudi voditeljica oddaje. Osrednja tema oddaje je gledališče, oddaja pa spremlja aktualne dogodke s področja slovenske in mednarodne gledališke produkcije. Dotika se raznovrstnih tem, ki so povezane z gledališčem, velikokrat tudi kritično ovrednoti kulturno dogajanje s tega področja. Vse to pa prikaže skozi različne zvrsti, od intervjujev, reportaž pa do poglobljenih analiz. (Radiotelevizija Slovenija)

7.1.4.5 UMETNI RAJ

Oddajo o filmu Umetni raj pripravlja Zemira Alajbegović Pečovnik, prva ustvarjalka oddaje pa je bila Živa Emeršič. Pred oddajo Umetni raj je Uredništvo oddaj o kulturi pripravljalo podobno oddajo o filmu Gibljive slike, ki jo je vodila Irena Ostrouška. Pred približno petnajstimi leti je Majda Širca pripravljala prvo oddajo (tudi) s področja filma - Povečava.

Umetni raj je oddaja o filmski umetnosti in avdiovizualni kulturi, katere gledanost se giblje med 2 in 3%. Umetni raj predstavlja domačo in tujo filmsko ustvarjalnost, kulturno politiko na področju filma, tehnološki razvoj na avdiovizualnem področju in druge kulturološke in umetniške teme, ki se dotikajo produkcije gibljivih slik. Vsako leto oddaja med drugim poroča o festivalih kot je Liffe, Festival slovenskega filma, Berlinale, beneška Mostra ... (Alajbegović Pečovnik 2010)

7.1.5 PLATFORMA

Leta 2010 se je po enoletnem premoru na program vrnila oddaja o sodobni umetnosti

Platforma avtorice Saše Šavel Burkart. Platforma je nastala kot transformacija oddaje Terminal, sprva je šlo za petdesetminutni tematski feljton s sodobno kulturo kot osrednjo temo. Kot primer prvih oddaj Šavel Burkartova (2011) navaja naslove Koda jezika našega časa (oddaja o tem, kako so računalniki spremenili našo kulturo, zavest ali jezik, posneta v Linzu na Ars Electronici), Laibach (ob izidu monografije Pluralni monolit; Laibach in NSK Alexeia Monroea) in Zgodbe o dizajnu (oddaja o slovenskem industrijskem oblikovanju skozi zgodbe izbranih izdelkov). Zaradi argumenta, da je oddaja produkcijsko zahtevna, so jo skrajšali na 30 minut in jo v program umestili le dvakrat letno. "S prekinitvijo redne, ponavljajoče se uvrstitve v programsko shemo, so oddaji tako odvzeli osnovni pogoj za obstanek." (Šavel Burkart 2011) Ambiciozni, širše zastavljen koncept oddaje se je bil tako prisiljen omejiti na relevantne dogodke iz sveta sodobne umetnosti in kulture, predvsem vizualne, kot so predstavitve pomembnih razstav, institucij ali ustvarjalcev (npr. beneški likovni bienale, Documenta, berlinski Helmut Newton Foundation ...)

"Z letom 2011 je Platforma na sporedu štirikrat letno v terminu monotematskih oddaj. A še vedno nima stalnega termina, na sporedu je takrat, ko kolegi, avtorji monotematskih oddaj, odstopijo termin. Vse to kaže na marginalizacijo sodobne umetnosti na Televiziji Slovenija." še dodaja Šavel Bukartova (2011).

7.1.6 ZGODBOTKA

V letu, ko je Ljubljana nosila Unescov naziv Svetovna prestolnica knjige, je bila ob petkih v Kulturi po Odmevih na sporedu še Zgodboteka, petminutna rubrika, katere vsebinski okvir je nastal v dogovoru (takrat še) urednice Uredništva oddaj o kulturi Darje Korez Korenčan in načelnika za kulturo MOL dr. Uroša Grilca. Redaktorica Zgodboteke novinarka Meta Česnik je v sodelovanju z nekaterimi novinarji pripravljala Zgodboteko, ki je bila zastavljena kot povzetek dogajanja iztekajočega se tedna in napoved dogodkov iz programa, ki ga je pripravila MOL. V tem okviru je bila opravljena selekcija, ki je skušala izpostaviti za širšo javnost zanimive domače in tuje avtorje, med katerimi je

bila na primer tudi aktualna Nobelova nagrajenka Herta Mueller, knjižne naslove, z literaturo povezane oziroma navdihnjene dogodke drugih žanrov in trajnostne urbane pridobitve, ki bodo zaznamovali prestolnico tudi po izteku naziva Svetovna prestolnica knjige. (Česnik 2011)

7.1.7 MINUTE ZA JEZIK

V letu 2010 je Uredništvo oddaj o kulturi začelo pripravljati oddajo z naslovom Minute za jezik. Gre za prikaz in razlago praktičnih primerov običajnih jezikovnih zagat, s katerimi se pogosto srečujemo. Voditeljica in redaktorica Nina Cijan vsak teden gosti jezikoslovko s katero razloži pravilno rabo slovenskega jezika. Namen oddaje je gledalcem predstaviti praktično rabo slovenskega jezika in jim svetovati, kakšna je priporočena in katera odsvetovana raba določenih besednih zvez, ponuditi pravilen zgled ter ga podkrepiti z ustrezno razlago. Minute za jezik skušajo bogatiti tako govorno kot pisno jezikovno kulturo in s tem pripomorejo k višjemu jezikovnemu standardu. Oddaja je na sporedu enkrat tedensko, traja pa dobrih pet minut. (L. Š. 2010)

7.1.8 KNJIGA MENE BRIGA

Oddaja je sprva delovala v okviru Otroškega in mladinskega programa, danes pa jo pripravljajo še vedno isti ustvarjalci v okviru Uredništva oddaj o kulturi. V slabih tridesetih minutah si trije gostje izmenjajo mnenja na temo, ki je hkrati osrednja tema obravnavane knjige. Oddaja je bila sprva mišljena kot animacija srednješolcev k branju a je zaradi raznolikosti obravnavanih tem verjetno zanimiva za širše občinstvo. Na sporedu je enkrat tedensko. (Radiotelevizija Slovenija)

7.1.9 POLETNA SCENA

Velja še omeniti, da so poleti 2011 prvič prekinili z oddajami, ki jih sicer pripravlja Uredništvo oddaj o kulturi in namesto tega pripravili vsetelevizijski projekt pod naslovom Poletna scena, pri katerem sodeluje večina zaposlenih pri omenjenem uredništvu. Polurna oddaja v živo je na sporedu vsak dan okoli enajstih zvečer. Koncept oddaje je nekoliko drugačen od ostalih kulturnih oddaj. V Poletni sceni je poudarek na reportažah o družabnem in kulturnem dogajanju po Sloveniji, vklopih na dogodke, intervjuju z osrednjim gostom ter pregledu kulturnih dogodkov po svetu. Zaradi daljšega časa, ki so ga na televiziji namenili tem vsebinam, je bilo mogoče videti obravnavanje tudi bolj alternativnih vsebin (sicer na zelo lahkoten način), ki jih navadno nismo vajeni v vsakodnevni Kulturi, a po drugi strani tudi več zabavljaskih vsebin. Urednikovanje oddaje so si izmenjavali Tanja Postružnik, Dijana Štraus Svetlik, Rok Smolej in Natalija Gorščak. Oddajo pa vodijo Sekumady Condé, Rok Kužel, Mojca Mavec, Živa Rogelj, Bernarda Žarn in Miha Žorž. Podobne oddaje že nekaj let nismo videli na javni televiziji, morda še najbolj spominja na Poletno noč izpred kar nekaj let. Verjetno je oddaja tudi zato dobila kar nekaj odzivov, tako pozitivnih kot negativnih.

Televizija Slovenija je ljubitelje, poklicne sopotnike in soustvarjalce vse bolj raznovrstnega in živahnega poletnega kulturnega dogajanja prijetno presenetila z novo oddajo Poletna scena ... Po prvih izdajah Poletne scene nacionalne televizije ... si lahko le želimo, da bi visoko zastavljene standarde čim bolj živega in sprotnega ter poletno sproščenega televizijskega poročanja s prizorišč od blizu in daleč ... zadržali čim dlje in jih kakovostno razvijali ter bogatili, med drugim morda z avtorskimi refleksijami in komentarji.

(Pezdir 2011)

“Oddaja je namreč vsaj toliko, kot je pravilna v vsebini, napačna v formi ... Je že res, da je pomembna vsebina in da je manj več. A premalo ni nič.” (Bernik 2011)

“Tisti, ki je voditelje Poletne scene postavil na tisto grozečo studijsko praznino z dvema stojalomoma iz pleksi stekla, ni le brez uma, temveč brez najmanjšega občutka za

televizijo.” (Zgaga 2011)

7.1.10 OSMI DAN

Osrednja kulturna mozaična oddaja Uredništva oddaj o kulturi Osmi dan je neprekinjeno na sporedu že več kot triindvajset let. To je oddaja z najdaljšim stažem tega uredništva. Danes je urednica in redaktorica Osmega dne Saša Šavel Burkart. V preteklosti oddaja ni imela urednikov temveč redaktorje, ki so se izmenjevali, ti redaktorji so bili navadno tudi voditelji oddaje. To se čez čas ni izkazalo za preveč uspešno, saj oddaja ni imela enotnega koncepta. Takrat je redaktorstvo, ne pa tudi voditeljstva, prevzela Darja Korez Korenčan.

Konec osemdesetih let se je zaradi velikega števila kulturnih dogodkov doma in v tujini ter po zgledu nekaterih tujih javnih televizij porodila ideja o nekoliko bolj dinamični tedenski mozaični oddaji, ki bi imela krajše prispevke in bi se odzivala na vse aktualne teme, od klasične do sodobne umetnosti. Osmi dan je tako postala oddaja, ki je v eni uri predstavila najpomembnejše kulturne dogodke preteklega tedna in poskušala nadgraditi osnovno informacijo, ki so jo gledalci dobili v informativnih oddajah. Obravnavala je tudi kulturno-politična vprašanja. Oddaja je približno vsakih pet let zamenjala grafično podobo in špico. (Korez Korenčan 2010)

Kot predhodnice oddaje Osmi dan bi lahko omenili oddaje Kulturne diagonale, Integrali in Oči kritike, ki so nastajale v istem uredništvu. Z oddajo Osmi dan so kulturne vsebine prvič dobile stalno mesto v televizijski aktualno informativni shemi. Ime oddaje je določil Zoran Medved, nekdanji urednik Uredništva oddaj o kulturi, z njim je želel poudariti pregled dogodkov skozi teden, saj je bila takrat oddaja na sporedu v ponedeljek. Medved pravi tudi, da je k izboru imena pripomogla takrat velika uspešnica skupine Pankrti Osmi dan. “In nismo vedeli, da je bila jezuitska revija, ki izhaja v Vatikanu, ravno tako Osmi dan. In ko so to izvedeli na Zvezi komunistov so se malo razburjali, ampak

potem smo rekli nismo vedeli niti mi, najbrž ne bodo vedeli niti gledalci in je tako Osmi dan tudi ostal." še dodaja takratni sodelavec v uredništvu Peter Kuhar. (Osmi dan 2008)

Tudi danes Osmi dan ohranja mozaično formo in se poskuša odzvati na vse pomembnejše kulturne dogodke doma in v tujini. Obravnava najbolj zanimive kulturne fenomene, ima kritično refleksijo ter se odziva na kulturno politiko. Teme so tako klasična kot sodobna umetnost vseh umetnostnih zvrsti, ki so v oddaji uvedene z ločnicami: *Fokus* za najpomembnejši dogodek tedna, *Forum* za kulturno-politične teme, *Retrovizor* za poglede v preteklost, spominski prispevki ob smrti ali obletnicah rojstev pomembnih umetnikov, *Portret* za predstavitev različnih ustvarjalcev ter *Premiera* za kritične refleksije ob gledaliških, opernih, baletnih ter filmskih premierah. Veliko je tudi sodobnih tem in obravnavanja različnih glasbenih zvrsti, kot npr. etna in jazz-a in tudi raznih glasbenih fenomenov. V oddaji so prav tako predstavljene teme, ki se dotikajo kulturne politike. Prispevke pripravljajo novinarji Uredništva oddaj o kulturi ter dopisniki iz Slovenije in tujine. Večkrat se v studiu voditelju pridruži gost, ki predstavi svoje poglede na neko temo, ki je predstavljena v oddaji. Povprečna gledanost oddaje je bila leta 2010, ko je bila oddaja na sporedu ob četrtkih po 23.uri, 2,9 do 3,5%, kar urednica ocenjuje za dokaj dobro gledanost, glede na termin. Danes, ko je oddaja na sporedu v torek, v t. i. "prime time-u" ob 20.30 zvečer na prvem programu pa, zanimivo, dosega veliko nižjo gledanost, ki se giblje tam okoli 1%. (Korez Korenčan 2010)

Podobno nizko gledanost je imela oddaja tudi nekaj mesecev nazaj, ko je bila na sporedu ob ponedeljkih ob 21.30 na drugem sporedu.

Urednica oddaje Šavel Burkartova (2011) dodaja, da magazinska oddaja poleg tega, da obvešča tudi kritično reflektira in se fenomenološko ukvarja s sodobno družbo, ki se med drugim zrcali v različnih umetnostih. "Osmi dan je poleg tehničnih in vizualnih sprememb nujno potreben vsebinske preнове. Kar mene zanima je združitev kvalitetne vizualizacije, ki jo omogoča sodobna tehnologija z vedno bolj kvalitetnim premislekom o vsebini in kako jo prezentirati za gledalca, da oddaja ne bi bila sama sebi namen,

dolgočasna in zgolj informativna.” (Šavel Burkart 2011)

7.1.10.1 OSMI DAN NEKOČ IN DANES

Ob ogledu prve oddaje Osmi dan seveda ugotovimo kar nekaj sprememb v primerjavi z današnjimi oddajami. Prva oddaja je bila na sporedu 5. 1. 1988, takratni urednik je bil Zoran Medved. Koncept oddaje je bil drugačen kot danes - novinarski prispevki so bili bistveno daljši, med devet in deset minut (danes trajajo od tri do pet minut). Tako dolgi prispevki so namreč za sodobno televizijo že prava redkost. Oddaja takrat še ni imela voditelja, štirje prispevki so bili nanizani drug za drugim, ločevala pa jih je špica oziroma ločnica, na kateri je bil napisan naslov prispevka, avtor, snemalec, montažer in režiser. Struktura prispevkov je bila podobna kot danes, vezni tekst ali off je bil obogaten z izjavami umetnikov, kritikov, avtorjev - ljudi, ki so bili povezani s temo prispevka. Anket naključnih ljudi nisem zasledila ne takrat ne danes. Veliko več kot danes so včasih v prispevke vključevali raporte ali javljanja novinarjev s kraja dogodka. Korez Korenčanova (2010) meni, da je to morda povezano s tem, da oddaja ni imela voditelja in so zaradi stika z gledalci in dinamičnosti oddaje uporabljali več javljanj s terena.

Produkcija oddaje je bila času in tehničnim zmožnostim primerna - grafike ni bilo oziroma sem je zasledila zelo malo, na primer podpisovanje intervjuvancev in končno ter začetno špico. Montaža je bila analogna, kar ni dopuščalo kakšnih posebnih efektov. Prispevki pa so bili opremljeni z glasbeno podlago.

Vsebinsko so prve oddaje pokrivalo širok spekter kulturno-umetniških tem, prav tako kot danes. Na primer, v prvi oddaji najdemo prispevek o Neue Slowenische Kunst, z naslovom *NSK - Kultura za prihodnost*, prispevek, ki obravnava gledališče *Koreodrama Ljubljana*, v izzivu *gledališkega iskanja*, reportažo o Krakovu z naslovom *Krakov - biser v strupenih oblakih* ter prispevek o kitajskem filmu. V oddaji, ki so jo predvajali 26. 1.

1988 pa so bili objavljeni pregled o antični umetnosti *Antični portret v Jugoslaviji*, prispevek o gledališču *Kdo je Ana Monro*, portret o slikarju po njegovo smrti *Franc Mirt*, portret umetnikov *Duo TV nadrealistov* ter prispevek o sodobnem slikarstvu *Veš slikar svoj dolg*. Prispevki so bili precej poglobljeni, niso le poročali o nekem dogodku, temveč so ga tudi kritično ovrednotili. Vsebovali so mnenja različnih strokovnjakov, tudi novinar je pogosto podal svoje mnenje - vse to mu je omogočalo dobrih deset minut, kolikor so bili dolgi prispevki. Novinarji so bili strokovnjaki na svojem področju, večinoma so imeli tudi formalno izobrazbo o določenem kulturno-umetniškem področju, ki so ga pokrivali. (Osmi dan 1988a; 1988b)

Največje razlike tako opazimo v “zunanjem izgledu” oddaje, v sami produkciji. Leta 1988 so bile seveda tehnične zmožnosti precej drugačne kot danes, odtod torej razlike v špici, grafiki, dolžini prispevkov, sami dinamiki oddaje, studiu ... Teme so danes podobne kot skozi leta, saj v skladu s konceptom oddaje, ki se skozi leta ni spreminjal, oddaja pokriva široko področje tem, ki se dotikajo kulture in umetnosti.

8 JAVNI SERVIS IN KULTURNE VSEBINE V PRIHODNOSTI

8.1 SPREMEMBE JAVNEGA SERVISA GLEDE NA GLOBALNE TRENDE V RAZVOJU TELEVIZIJE

Razvoj televizijske tehnologije spreminja tudi javno televizijo. Nove tehnologije prinašajo boljšo kakovost slike in zvoka. Digitalna televizija oziroma televizija visoke ločljivosti HDTV naj bi zaradi tega celo pritegnila večje število gledalcev.

Z razvojem medijev se brišejo meje med posameznimi, nekdam ločenimi področji televizije, računalništva in telekomunikacij, ter gledalcem s tem ponujajo večjo možnost izbire, individualiziranost gledalske izkušnje in pa večjo participacijo - gre za nekakšno digitalno demokracijo.

Vse te spremembe vplivajo na odnos med javno in komercialnimi televizijami. Javni servis izgublja delež gledalcev (tudi) zaradi pojava novih komercialnih televizijskih programov ter novih komunikacijskih kanalov. (Bergant in drugi 2009)

8.2 ŠIRITEV DIGITALNIH TEMATSKIH KANALOV

Prehod na digitalni način oddajanja je več javnih televizij po Evropi izkoristilo za razvoj tematskih kanalov, ki so tudi odgovor na spremenjene gledalske navade. Kot primere tematskih kanalov lahko navedemo Discovery Channel, ki je bil v ZDA prvič predvajan leta 1985, ARTE, francosko-nemški televizijski kanal, ki deluje v dveh jezikih od leta 1992, razvil pa se je v kulturni kanal, ki ga spremljajo po vsej Evropi pa tudi v Kanadi in Avstraliji. Od leta 1997 deluje tudi National Geographic, ki ga spremljajo v več kot 150-ih državah.

Tematski digitalni kanali so specializirani kanali, namenjeni določenemu občinstvu in temeljijo na tematsko zaokroženih programskih sklopih. Namenjeni so zadovoljitvi potreb sodobnega gledalca, ki želi imeti vsak trenutek na razpolago točno določeno vsebino in želi vedeti, kje jo lahko najde. (Bergant in drugi 2009)

8.3 TEMATSKI KANALI TELEVIZIJE SLOVENIJA

Tudi Televizija Slovenija razmišlja o pripravi novih tematskih kanalov v prihodnosti. V predlogu o novih kanalih njihovo število in vsebina še nista dokončna, predvideva pa se ustanovitev otroško-mladinsko-izobraževalnega, kulturno-dokumentarnega, športnega in informativnega kanala. Namen teh programov je ohranjanje nacionalne kulture in uresničevanje javnega poslanstva televizije. Morebitni novi kanali bodo imeli različne programske sheme, sestavljeni bodo iz lastne in tuje produkcije, ponovitev in vsebin iz dokumentacije. Novi kanali bodo izkoristili obstoječe programske vsebine in inovativno

pristopali k doseganju določenega ciljnega občinstva.

Ta projekt je zasnovan na dejstvu, da se medijski in tehnološki svet spreminja, prav tako kot gledalčeve navade. Je odziv na potrebe po vrstah vsebin, ki jih trenutno ni v ponudbi slovenskih televizijskih programov.

Tehnično so tovrstni projekti izvedljivi, saj prehod na digitalni način oddajanja omogoča, da se bo število razpoložljivih frekvenc za oddajanje TV-kanalov občutno povečalo. Večina javnih televizij v Evropi je tako ob splošnih kanalih zasnovala in začela oddajati številne specializirane kanale.

Cilji tematskih programov so uvedba izvirnih multimedijskih programskih formatov za ciljno občinstvo, ki ne najde prostora na obstoječih kanalih, nelinearno podajanje vsebine, nadgradnja vsebin, ustrežnejše zagotavljanje potreb vseh ciljnih skupin, pridobitev mlajšega in zahtevnejšega občinstva, povečanje skupne gledanosti TV Slovenija, vzpostavitev programskih oblik v pomoč učencem in učiteljem.

Nov tematski kanal lahko prispeva k izboljšanju programskih shem obstoječih programov in pa dosega občinstvo, ki ne spremlja javne televizije. (Bergant in drugi 2009)

8.3.1 KULTURNO-UMETNIŠKI IN DOKUMENTARNI KANAL

Eden izmed načrtovanih projektov TV Slovenija je nov tematski digitalni kanal, katerega vsebina bo temeljila na otroških, mladinskih, izobraževalnih, znanstvenih, dokumentarnih, kulturnih in igranih programih lastne in tuje produkcije. Projekt bo interaktiven, poleg televizijskega kanala bodo pripravili tudi spletni portal s podportali za ciljno občinstvo - ki je višje in visoko izobražena populacija, ljubitelji dokumentarnih filmov in fikcije ter splošna populacija. Oddajni čas je za začetek načrtovan med 20. uro zvečer in 1. uro ponoči.

Program bi ponujal ponovitve novejših pa tudi izbor starejših kulturno-dokumentarnih in igranih programov v produkciji TV Slovenija in druge slovenske produkcije podobnih

žanrov. Zagotovili bi ponovitve atraktivnih tujih nadaljevanj in filmov v zgodnejših večernih urah, kar je na splošnih kanalih zaradi potrebe po zagotavljanju raznolike programske sheme bistveno težje. Prav te pogostejše ponovitve omogočajo, da izbrane vsebine dosežejo širši krog občinstva.

Bistvo tematskega kanala pa ni v ponovitvah, temveč v številnih novih vsebinah, ki so preveč specifične, da bi našle svoj prostor na splošnih kanalih, kljub temu pa jih ljudje pogrešajo. (Bergant in drugi 2009)

8.3.1.1 PREDLOG PROGRAMA NA NOVEM TEMATSKEM KANALU

Kulturno-umetniške vsebine bodo na sporedu od 20. ure do 1. ure ponoči vse dni v tednu. Pred tem bodo na istem kanalu na ogled otroške in mladinske vsebine. Predlog programa ima dobro razdelano linearno in vertikalno strukturo programa; rdeča nit ponedeljkovega programa bodo zgodovina, humanistika, literatura. Ob dvajseti uri se bo program začel z napovedjo programskih vsebin tistega dne, nadaljeval se bo z igrano nadaljevanko (zgodovinsko, literarno oziroma podobno vsebino), sledil ji bo celovečerni dokumentarec ali dokumentarni niz, ki ga bo nasledila pogovorna oddaja na temo dneva. Za njo bo na ogled še kinotečni dokumentarec, kratki filmi, program pa se bo zaključil s ponovitvijo osrednje oddaje tistega dne in seveda z napovednikom za naslednji dan. Torkov program je podoben, le da je rdeča nit klasična glasba, likovna umetnost, odrske umetnosti ter umetnostna zgodovina. Program se bo začel z dokumentarno oddajo o umetnikih ali umetnosti, nadaljeval se bo s celovečernim dokumentarcem, sledi mu pogovorna oddaja na temo dneva ter posnetek koncerta ali predstave. Program se zaključi s festivalskimi kronikami ter ponovitvijo osrednje oddaje. Sredin program ima poudarek na aktualnem kulturnem dogajanju, začne se s kulturno oddajo tedna in nadaljuje z igrano nadaljevanko ali filmi. Osrednja tema četrtkovega programa bo znanost, naravoslovje in narava, mejna področja znanosti ter ekologija. Predvajali bodo dokumentarne oddaje na temo znanosti, narave ali zdravja, nadaljevali

z igranimi dokumentarnimi oddajami o znanosti ali znanstvenikih, sledila bo pogovorna oddaja na temo dneva, pred končno ponovitvijo si bo mogoče ogledati še dokumentarec o mejnih znanostih in festivalske kronike. Petek bo posvečen ustvarjalnosti mladih, vzgoji za medije, novi produkciji art filmov ter animiranemu filmu. Na sporedu bo mladinska oddaja o ustvarjalnosti mladih, art film, filmi AGRFT produkcije, animirani filmi za odrasle in spet festivalske kronike in ponovitev osrednjega filma. Sobotni program se bo osredotočil na človeka, problematiziral bo življenje v sodobnem času, medsebojne odnose, iskal bo junake sodobnega časa, poudarek pa bo tudi na glasbi. Na sporedu bo igrani film ali nadaljevanka o sodobnem življenju, prav tako pogovor na temo dneva, videospoti, glasbena oddaja, glasbeni dokumentarec in posnetki koncertov. Nedelja pa bo posvečena nostalgiji, obujali bodo spomine z retrospektivami in kinoteko. Predvajali bodo televizijske drame ali nadaljevanke iz dokumentacije ter kinotečne filme. (Bergant in drugi 2009)

9 SKLEP

V diplomskem delu so bile analizirane kulturne vsebine na Televiziji Slovenija. Sprva sem se omejila na *kulturo*, ki je reprezentirana v oddajah z omenjeno tematiko. Tu ne gre za celosten način življenja, kot bi lahko opredelili pojem kulture, temveč za *umetnost*, ki je neka podmnožica kulture in zajema različne vrste ustvarjalnih dejavnosti, ki jo naprej lahko razdelimo na visoko, popularno in množično kulturo. Meje med njimi niso samoumevne ali jasno začrtane, različne oblike umetnosti lahko prehajajo iz ene v drugo.

Televizija Slovenija je javni servis, ki mora po definiciji zastopati vse interese in okuse, poročati neodvisno, izobraževati ter skrbeti za kakovost programov, ne glede na gledanost. Stanje kulturnih vsebin na javni televiziji regulira tudi zakonodaja, najbolj konkretno v to področje posega Zakon o medijih, ki javnemu servisu zapoveduje

kakovostno poročanje o vseh pomembnih kulturnih dogodkih, predstavljanje slovenske kulture, spodbujanje kulturne ustvarjalnosti, poustvarjanje in širitev umetniških del. Nezanemarljivi so tudi drugi dokumenti, ki obravnavajo področje kulture ali javne televizije - Nacionalni program za kulturo, Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo, Zakon o javni rabi slovenščine, Zakon o RTV Slovenija pa tudi evropska zakonodaja.

V skladu s funkcijo javnega servisa in medijsko zakonodajo, bi morala TV Slovenija zagotavljati kulturne vsebine na najvišji možni ravni. Kljub temu, da noben zakon ne določa natančnega obsega minutaže tovrstnih vsebin v programu, TV Slovenija ne bi smela zminimalizirati kulturnih vsebin ter z jih z mačehovskim odnosom potisniti v obrobne termine, kakor se morda včasih zdi.

Analiza oddaj Uredništva oddaj o kulturi je pokazala tematsko in reprezentacijsko raznovrstnost programa. Oddaje poročajo o različnih zvrsteh umetnosti, tako elitne, visoke kot popularne kulture pa tudi nekaj poročanja z vsebinami množične kulture je mogoče zaslediti. Tematsko so torej oddaje pestre, konceptualno pa raznolike. Vsebine so podane na različne načine - skozi kratke informativne prispevke, intervjuje, pogovore v studiu, reportaže, kritike ... Dnevna informativna oddaja Kultura poroča o aktualnem kulturnem dogajanju s krajšimi novinarskimi prispevki, ki podaja osnovne informacije o dogodku in ne subjektivnega mnenja. Tedenski Osmi dan prav tako poroča o pomembnejših dogodkih preteklega tedna, format oddaje omogoča tudi kritiko, monotematske oddaje poglobljeno razmišljajo o izbrani temi. Izvir(n)i predstavljajo ljubiteljsko kulturo, Ars 360° pa pregled dogodkov popularne kulture doma in po svetu.

Osmi dan je v triindvajsetih letih oddajanja ohranjal podoben koncept. Manjša odstopanja oziroma preferiranje nekaterih zvrsti kulture lahko razumemo kot posledico različnih urednikov, redaktorjev in nenazadnje tudi novinarjev, ki so se v dolgoletni dobi seveda menjali. Koncept - mozaična oddaja, ki z novinarskimi prispevki poglobljeno obravnava aktualne dogodke z različnih področij umetnosti - ostaja enak. Bolj korenite

spremembe so opazne v sami produkciji oziroma zunanjem izgledu oddaje, kar pa tudi ni presenetljivo, saj razvoj tehnike omogoča bistveno večjo kreativnost pri produkciji video vsebin. Naj omenim še težavo pri analizi nekaterih oddaj, Dokumentacija Televizije Slovenija namreč nima ohranjenih vseh oddaj v celoti, temveč so dokumentirani samo novinarski prispevki brez začetne in končne špice ter voditeljevih napovedi.

Analizirane oddaje imajo danes relativno nizko gledanost. Zanimivo, nizko gledanost so avtorji oddaj pojasnjevali z neprimernim, pozno večernim terminom. A ko so Osmi dan in Ars 360° predstavili v t. i. prime time, se je zgodilo ravno nasprotno od pričakovanega - gledanost je drastično padla (Osmi dan za približno trikrat, Ars 360° pa kar okoli petkrat). Nemalokrat se je celo zgodilo, da je bila gledanost nočne ponovitve Osmega dneva (okoli polnoči) višja, kot gledanost oddaje ob 20.30. Razlog bi lahko iskali v "nepripravljenosti" stalnih gledalcev, temah, ki se ponavadi ne pojavljajo v prime time-u in pa morda malce neposrečeni predstavitvi oddaje Ars 360° na drugi spored. Opazila sem tudi tendence ustvarjalcev k predstavitvi njihovih oddaj nazaj v (pozno)večerne ure. Relativno nizko gledanost oddaje Osmi dan vendarle lahko pripišemo predvsem specifičnosti občinstva, ki ga nagovarja. Verjetno tudi spremembe termina in dneva predvajanja ne pripomorejo k stalni gledanosti. Pomembna pa ni samo ura predvajanja, nezanemarljivo je tudi kako je oddaja umeščena v program, katere vsebine so pred in za njo. Termin oddaje je sicer bistven element za gledanost, ni pa edini. Oddaja mora biti predvsem kvalitetna. Ključna je dobra vsebina in odlična realizacija. Ekipa, ki oddajo ustvarja mora biti usklajena in profesionalna, kajti napake na enem področju lahko vplivajo na celotno podobo oddaje, pa naj bo to slaba montaža, neprimeren studio, neelektorirani prispevki, nekredibilen voditelj ali pa neprepoznavna grafična podoba. Način podajanja vsebine mora biti gledalcu razumljiv in nedvoumen. Vsebina in gledanost gresta lahko vsekakor z roko v roki.

Prihodnost kulturnih vsebin na TV Slovenija je z uvedbo novih tematskih kanalov

zastavljena zelo ambiciozno. Nedvomno bi bila to dobrodošla pridobitev javnega servisa. Zaradi samega obsega projekta lahko ugibamo, da se lahko pojavijo težave s financiranjem, treba je zagotoviti primeren kader, prostore ter tehnično opremo, kar pa realizacijo projekta verjetno odmika še dlje v prihodnost.

Ob splošnem manku kulturnih vsebin na slovenskih televizijah ima TV Slovenija še toliko večjo odgovornost. A kljub temu, da praktično nima konkurence, mora javni servis skrbeti za kvaliteto oddaj o kulturi s spodbujanjem kreativnosti, zagotavljanjem optimalnih pogojev dela, dodatnim izobraževanjem kadrov in nenazadnje tudi z enakovrednim podpiranjem kulturnega uredništva v sklopu javnega servisa, saj si ga nedvomno zasluži. Predvsem pa mora poskrbeti za primerno in stanovitno umestitev kulturno-umetniških vsebin v programsko shemo. Morda na mesto cenejših, manj kvalitetnih ali celo tujih produkcij?

10 LITERATURA

Alajbegović Pečovnik, Zemira. 2010. Intervju z avtorico. Ljubljana, 2. februar.

Bašić Hrvatina, Sandra. 2002. *Državni ali javni servis: perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bašić Hrvatina, Sandra in Marko Milosavljevič. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih: regulacija, privatizacija, koncentracija in komercializacija medijev*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bergant, Igor E., Edvard Brzin, Janez Lombergar, Peter Povh, Mladen Stipanovič in Neli Vozelj. 2009. *Nastavki za uvedbo tematski kanalov TV Slovenija*. Interno gradivo.

Bernik, Tina. 2011. Scena Poletne scene. *Žurnal*, 58 (16. julij).

Bignell, Jonathan in Jeremy Orlebar. 2005. *The television handbook*. London, New York: Routledge.

Brečko, Sabina. 2010. Intervju z avtorico. Ljubljana, 16. februar.

Česnik, Meta. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 1. maj.

Čopič, Vesna in Gregor Tomc, ur. 1998. *Kulturna politika v Sloveniji: simpozij*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Debeljak, Aleš, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, ur. 2002. *Cooltura. Uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Študentska založba.

Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 1999. *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Globočnik, Nataša. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 1. marec.

Horkheimer, Max in Theodor W. Adorno. 2002. *Dialektika razsvetljenstva: filozofski fragmenti*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Kavčič, Mitja. 2003. *Nevidno občinstvo*. Diplomsko delo. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Kavcic-Mitja.PDF> (10. november 2009).

Kočar, Andreja. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 1. marec.

Korez Korenčan, Darja. 2010. Intervju z avtorico. Ljubljana, 15. januar.

Kovačič, Bojana, ur. 2008. *Predpisi o kulturi*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.

L. Š. 2010. *Pet minut za vsakdanje jezikovne zagate*. Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/kultura/knjige/pet-minut-za-vsakdanje-jezikovne-zagate/220837> (10. januar 2010).

Luthar, Breda. 1992. *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Luthar, Breda, Vida Zei in Hanno Hardt, ur. 2004. *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*. Ljubljana: Študentska založba.

Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.

Pezdir, Slavko. 2011. Ekрани v ogledalu: Poletna scena. *Delo*, 13. julij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/komentarji/ekrani-v-ogledalu-poletna-scena.html> (15. julij 2011).

Pravilnik o merilih za opredelitev vsebin lastne produkcije. Ur. l. RS 77/2002. Dostopno prek: http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r03/predpis_PRAV4323.html (30. november 2009).

Premrov, Iztok. 2010. Intervju z avtorico. Ljubljana, 20. januar.

Radiotelevizija Slovenija. Dostopno prek: www.rtv slo.si (20. december 2009).

--- 2000. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/poklicnamerila> (1. december 2009).

--- 2004. *Strategija dolgoročnega razvoja RTV Slovenija 2004-2010*. Dostopno prek: www.rtv slo.si/files/.../strategija_rtv_slovenija_2004-2010-mediji-6-9-05.doc (1. december 2010).

--- 2009. *Dejavnost RTV Slovenija*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/strani/dejavnost-rtv-slovenija/2> (15. december 2009).

Stanković, Peter. 2006. *Politike popa: uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Storey, John. 2003. *Inventing popular culture: from folklore to globalization*. Malden: Blackwell.

Strinati, Dominic. 1995. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London, New York: Routledge.

Šavel Burkart, Saša. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. maj.

TV Slovenija, 1. program. 1988a. *Osmi dan*. Ljubljana, 5. januar.

--- 1988b. *Osmi dan*. Ljubljana, 26. januar.

--- 2008. *Osmi dan*. Ljubljana, 3. januar.

Williams, Raymond. 1992. *The Long Revolution*. London: The Hogarth Press.

--- 2005. *Navadna kultura*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Zakon o medijih (ZMed). Ur. I. RS 35/2001. Dostopno prek http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r08/predpis_ZAKO1608.html (9. november 2009).

Zakon o Radioteleviziji Slovenija (ZRTVS-1). Ur. I. RS 96/2005. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (30. november 2009).

Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (ZUJIK). Ur. I. RS 96/2002. Dostopno prek: http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r00/predpis_ZAKO3370.html (9. november 2009).

Zgaga, T. 2011. Jamranje, blatenje in iskanje čudežev. *Dnevnik*, 16. julij. Dostopno prek: http://www.dnevnik.si/objektiv/komentarji_in_mnenja/1042459307 (17. julij 2011).

Zor Simoniti, Alenka. 2010. Intervju z avtorico. Ljubljana, 15. januar.