

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Matej Šoba

Primerjava informativnih vsebin na nacionalnem in komercialnem radiu

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Matej Šoba

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljevič

Primerjava informativnih vsebin na nacionalnem in komercialnem radiu

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Primerjava informativnih vsebin na nacionalnem in komercialnem radiu

Pričujoče diplomsko delo postavlja informativne vsebine na javnem radiu nasproti tistim na komercialnem radiu. Primerjava dveh medijev, ki si delita isti medijski prostor, je bila pot do ugotovitev o razlikah in podobnostih novinarskih izdelkov. Posamezni primerjalni kriteriji so pomagali odgovoriti na to, katere prispevke je mogoče označiti za bolj in katere za manj kakovostne. Analiza tekstov je prikazala razlike in podobnosti novinarskih prispevkov na dveh medijih, ki po definiciji zasledujeta različne cilje oziroma delujeta po različnih zakonitostih. Pri tem sem se osredotočil ne le na podobnosti in razlike v konkretnem poročanju, temveč tudi na obseg in delež informativnih vsebin v etru v primerjavi z drugimi vsebinami oziroma celotnim programom. Glede na tradicijo in zgodovinsko razsežnost je na dlani, da so se komercialne radijske postaje zgledovale po pionirskem javnem radiu, zato so nekatere podobnosti ostale. Zanimivo pa je bilo tudi preučiti, ali so tudi komercialni radii v eter vnesli novosti, ki jih je prevzel nacionalni radio.

Ključne besede: javni radio, komercialni radio, novinarski prispevek, radijske zvrsti

Comparison of news programs on public and commercial radio

As public and commercial radio share the same space and are therefore opponents in the race for listeners, it is crucial to know, how the two somewhat different kinds of media use the same genres or techniques in form of news articles. As it is impossible and first of all arbitrary to name one better than the other, one must point out some criteria that make out a quality radio news program and quality journalist work. It is such criteria like holding on to professional standards, selection of subjects, percentage of local news published in the news and other criteria that make the difference between average and excellent news radio program. I therefore analyzed some text from both media and pointed out the similarities and differences according to the criteria mentioned above. I also spent a lot of time listening to news on both radio stations and last but not least tried to include my practical experience working on news for a commercial radio station.

Key words: public radio, commercial radio, news article, radio genres

KAZALO

1	UVOD	4
2	RAZVOJ RADIA V SLOVENIJI.....	5
2.1	RAZVOJ NACIONALNEGA RADIA	5
2.2	RAZVOJ LOKALNIH IN REGIONALNIH RADIJSKIH POSTAJ	6
2.3	RAZVOJ KOMERCIALNIH RADIJSKIH POSTAJ	7
2.4	POSLUŠANOST RADIJSKIH POSTAJ.....	8
2.5	PRIMERJAVA NACIONALNI – KOMERCIALNI RADIO	9
3	RADIO V PRIMERJAVI Z OSTALIMI MEDIJI	11
4	PROGRAMSKA SHEMA	13
4.1	KAJ JE PROGRAMSKA SHEMA?.....	13
4.2	MODELI PROGRAMSKIH SHEM	14
4.3	PROGRAMSKA SHEMA RADIA MARIBOR.....	15
4.4	PROGRAMSKA SHEMA RADIA CITY	16
5	NOVINARSKÉ ZVRSTI NA RADIU	17
5.1	POSEBNOSTI PISANJA ZA RADIO	17
5.1.1	<i>Bralci na radiu – moderator ali novinar (napovedovalec ali bralec).....</i>	<i>19</i>
5.2	VEST	20
5.3	POROČILO	22
5.4	KOMENTAR.....	23
5.5	INTERVJU.....	24
5.6	INFORMATIVNE ODDAJE NA RADIU	26
6	INFORMATIVNI PROGRAM RADIA MARIBOR	29
7	INFORMATIVNI PROGRAM RADIA CITY.....	29
7.1	NOVICE RADIA CITY.....	30
7.2	MARIBOR, SLOVENIJA, SVET V 60 SEKUNDAH	31
7.3	ŠPORTNE NOVICE RADIA CITY	31
8	PRIMERJAVA KONKRETNIH INFORMATIVNIH VSEBIN.....	32
8.1	KRITERIJI	32
8.1.1	<i>Po žanru</i>	<i>32</i>
8.1.2	<i>Po temah, po lokalnosti</i>	<i>33</i>
8.1.3	<i>Po dolžini prispevkov</i>	<i>33</i>
8.1.4	<i>Po stopnji produkcije</i>	<i>34</i>
8.1.5	<i>Po pristopu.....</i>	<i>34</i>
8.2	OBRAVNAVA PRISPEVKOV	35
8.2.1	<i>Podpis sponzorske pogodbe za izvedbo festivala Lent</i>	<i>35</i>
8.2.2	<i>Stavka v podjetju W & G.....</i>	<i>38</i>
8.2.3	<i>Preiskava podkupovanja za državljanstva.....</i>	<i>40</i>
8.2.4	<i>Preiskava primera Nekrep</i>	<i>42</i>
9	ZAKLJUČEK.....	44
10	LITERATURA.....	47

1 UVOD

Slovenski radijski prostor je s poplavo komercialnih radijskih postaj v zadnjih petnajstih letih postal zelo raznovrsten in konkurenčen. Komercialne radijske postaje, tako lokalne kot nacionalne, so zasedle velik del prostora, ki ga je nekoč bolj ali manj zasedal nacionalni radio. Jasna meja med tem, katera je dandanes ciljna skupina javnega radia in katera je ciljna skupina komercialnih radijskih postaj, je zabrisana. Ob nastanku so komercialni radii v primerjavi z nacionalnim izkoristili nišo z več glasbe in manj govora. A ker poslušalci samo z glasbo ne bi bili zadovoljni, so bolj ali manj vse postaje postopoma oblikovale tudi lasten informativni program.

V diplomskem delu sem primerjal informativne vsebine na nacionalnem in na komercialnem radiu – natančneje na Radiu Maribor in na Radiu City. S primerjavo novinarskih prispevkov na isto temo (novinarska konferenca, lokalni dogodek, šport...) sem skušal ugotoviti, katere so posebnosti informativnih vsebin in katere so stične točke. Oba radia v svojih informativnih terminih veliko časa posvečata lokalnim zadevam, zato sem se odločil za primerjavo dveh postaj z uredništvi v Mariboru. Opisal sem, katerih novinarskih zvrsti je največ, in tudi, koliko časa je namenjenega informativnemu programu. Nenazadnje sem skušal ugotoviti še, kako je zasedenost slovenskega etra vplivala na preobrazbo radia. Ali se je značaj javnega radia zaradi konkurence komercialnih radiov spremenil in koliko javnega radia imajo v sebi komercialne postaje?

Znanja in izkušnje, ki sem jih pridobil s študijem na eni in delom na radiu na drugi strani, sem zbiral dlje časa, zato je pričujoča diplomska naloga skupek teoretičnega in praktičnega znanja. Prerez značilnosti posameznih informativnih delov programa sem želel zajeti z različnih vidikov in ga umestiti na različna področja, da bi bila končna slika čim bolj celovita.

Diplomsko delo je zastavljeno kot struktura – zgodba, ki vodi od splošnega h konkretnemu. Začel sem z zgodovinskim razvojem radia, da sem medij umestil v širši kontekst. Nadaljeval sem s posebnostmi radia v primerjavi z ostalimi mediji, ob tem pa primerjal tudi posebnosti pisanja za radio v primerjavi z drugimi mediji. Pri tem sem izpostavil prednosti in slabosti, ki jih ima radio. Preko umeščanja informativnih vsebin v programske sheme sem prišel do konkretnih novinarskih žanrov in njihovih

posebnosti tako na nacionalnem kot komercialnem radiu. V drugem delu diplomske naloge sem se osredotočil na konkretne primere, ki sem jih osamil ob poslušanju dveh radiov v daljšem časovnem obdobju. Ob tem sem iskal vzporednice in ločnice v poročanju o istih dogodkih ali z njih ter tako ugotovil, kako je relativna množičnost radiov v slovenskem medijskem prostoru vplivala na raznolikost ali istovrstnost poročanja. Postavil sem nekaj hipotez.

Hipoteza 1: Komercialni radii na račun krajšega razpoložljivega časa za informativne vsebine in uniformiranosti prispevkov o dogodkih poročajo omejeno in ne celovito.

Hipoteza 2: Nacionalni radio se strožje drži poklicnih kriterijev za kakovostno poročanje in novinarskega kodeksa.

Hipoteze sem želel potrditi oziroma ovreči s sinhrono primerjalno analizo in analizo žanrov v informativnih terminih na obeh omenjenih radijskih postajah. Ob dalj časa trajajočem poslušanju obeh programov sem izbral tudi nekaj tekstov oz. dogodkov, za katere sem vedel, da so o njih poročali na obeh radijskih postajah. Obenem mi je prišlo prav insajdersko poznavanje dela na Radiu City in poznanstvo z novinarji Radia Maribor. Vse to mi je pomagalo oblikovati celotno sliko in primerjavo informativnih vsebin na javnem in komercialnem radiu. Ker ni nedvoumnega kriterija, ki ne bi bil arbitraren, o tem, kaj sodi v kakovostno novinarsko poročanje, je bil glavni izziv poiskati dejavnike, ki vplivajo na kakovostno in na drugi strani na nekakovostno ali celo pomanjkljivo ali morda zavajajoče poročanje.

2 RAZVOJ RADIA V SLOVENIJI

2.1 Razvoj nacionalnega radia

Temelje za radio, kot ga poznamo danes, je leta 1880 položil Nемеc Heinrich Rudolph Hertz. Slednji je dokazal, da lahko energijo pošlje z ene točke na drugo, čeprav točki nista povezani z žico. Njegovo delo je kasneje nadgradil Guglielmo Marconi, ki ga mnogi imenujejo izumitelj radia, ko je s pomočjo britanske pošte patentiral brezžični telegraf. Leta 1901 mu je uspelo oddati in sprejeti prvi radijski signal prek Atlantskega oceana (Pirc 2005).

Tudi na Slovenskem so fenomen radijskih valov budno spremljali. Začetnik slovenskega radia je bil Marij Osana, ki je svoj entuziazem prenesel v svojo službo, saj

je bil zaposlen na ministrstvu za pošto in telegraf. Leta 1925 je v poštnem laboratoriju za radijsko tehniko v Ljubljani sestavil radijski oddajnik, ki je začel delovati 8. marca 1925, kar štejemo za rojstni dan slovenskega radia. Nekaj tednov kasneje so Osanov signal slišali radioamaterji na Bledu, Celju in ostalih krajih, ne več kot sedemdeset kilometrov oddaljenih od Ljubljane (Feltrin 2003).

Konec oktobra 1928 so odprli radijsko oddajno postajo v Ljubljani. Radio Ljubljana je v začetni fazi postal pomembna izobraževalna ustanova, saj je poslušalcem nudil predavanja, jezikovne tečaje, šolske ure in tudi radijske igre. Glasbeni del radijskega programa je sestavljalo predvsem slovensko ljudsko glasbeno izročilo, velik del tega programa pa sta izvajala radijski orkester in komorni zbor. Ob začetku druge svetovne vojne je Radio Ljubljana prevzela italijanska družba EIAR, ki je oddajala tako v italijanščini kot tudi v slovenščini. Po kapitulaciji Italije so radio prevzeli Nemci, zaradi česar je program potekal v slovenščini in nemščini. Pomembnosti radia so se zavedali tudi v narodnoosvobodilnem gibanju, zato so ustanovili odporniško ilegalno radijsko postajo Kričač, ki je delovala do aprila 1942. Leta 1944 pa je z osvobojenega ozemlja v Beli krajini začel oddajati Radio Osvobodilna fronta, katerega prepoznavni znak je postal znak kukavice – kasneje zaščitni znak Radia Ljubljana. Nemci so ljubljansko radijsko postajo zapustili 9. maja 1945; dva dni kasneje je začel oddajati tudi Radio Svobodni Maribor (Pirc 2005).

V okviru Radia Ljubljana so kasneje nastajale radijske postaje še v drugih slovenskih krajih, leta 1969 pa se jim je hkrati pridružila prva študentska postaja Radio Študent. Z osamosvojitvijo Slovenije je Radio Ljubljana postal Radio Slovenija s tremi programi in dvema regionalnima centroma (Koper, Maribor).

2.2 Razvoj lokalnih in regionalnih radijskih postaj

Zakon o medijih določa, da so lokalni radijski programi tisti programi, ki pokrivajo območja, na katerih živi največ deset odstotkov prebivalcev Slovenije, medtem ko so regionalni programi namenjeni prebivalcem območja, na katerem živi od deset do petdeset odstotkov prebivalcev Slovenije. Prvi morajo vsakodnevno predvajati najmanj dvajset odstotkov lokalnih programskih vsebin lastne produkcije, drugi pa najmanj trideset odstotkov regionalnih programskih vsebin lastne produkcije, in sicer med 6. in 20. uro. Če so slišni na območju, kjer živijo italijanska oziroma madžarska skupnost ali

Romi, morajo razširjati tudi vsebine, namenjene njim. Lokalne radijske postaje sodijo med radijske programe posebnega pomena, ki jih podpira država iz proračuna in prejemajo denar iz naslova RTV prispevka. Lokalni in regionalni nekomercialni programi se torej od komercialnih radijskih postaj razlikujejo predvsem po virih financiranja, s čimer niso tako podvrženi tržnim zakonitostim. S to 'tržno neodvisnostjo' si lahko privoščijo nekoliko bolj neodvisne vsebine oz. lasten glasbeni izbor, ki je lahko namenjen tudi ožji ciljni skupini.

Po podatkih Apeka – Agencije za pošto in elektronske komunikacije RS – imajo v Sloveniji izdajatelji dovoljenje za predvajanje 99 radijskih programov. Nekomercialnih radijskih postaj oz. radijskih programov posebnega pomena je trenutno sedemnajst.

Prvi lokalni nekomercialni radijski program v Sloveniji je nastal leta 1954 v Šmarju pri Jelšah. Sprva je oddajal le ob nedeljah, program pa so večinoma sestavljale plačljive glasbene želje poslušalcev. Temu je kaj hitro sledil celjski oddajnik Radia Ljubljana, ki je kmalu začel oddajati svoj program kot Radio Celje. Prekmurski Murski Val oddaja od leta 1958, slovenjegraški Koroški radio od leta 1962, Radio Ptuj od leta 1963, Radio Triglav in Radio Trbovlje od 1965, dolenski Studio D pa od leta 1987 (Feltrin 2003).

Nekomercialni radijski programi imajo veliko daljšo tradicijo kot komercialne radijske postaje, a po poslušanosti kljub temu zaostajajo. Deloma je ne dosegajo zaradi svojega lokalnega oz. regionalnega značaja, saj jih slednji omejuje na določeno – manjše – število potencialnih poslušalcev, deloma pa zaradi vsebin.

2.3 Razvoj komercialnih radijskih postaj

Komercialni radijski programi sicer niso samostojna kategorija, ki bi imela svoje mesto v zakonu o medijih. Zakon namreč eksplicitno omenja le radijske in televizijske programe posebnega pomena. Komercialne radijske postaje so potemtakem vse radijske postaje, ki niso pod okriljem Javnega zavoda RTV Slovenija in nimajo statusa radia posebnega pomena. Poseben pomen za slovensko kulturo, kot navaja zakon, imajo:

- radijski programi RTV Slovenija,
- lokalni radijski programi (do 10 % slovenskega prebivalstva),
- regionalni radijski programi (do 50 % slovenskega prebivalstva),
- študentski radijski programi,

- nepridobitni radijski programi.

Temeljna ločnica, ki komercialne, pridobitne, tržne radijske postaje uvršča v lastno neformalno kategorijo, je način financiranja. Tovrstne radijske postaje so v celoti odvisne od lastnih sredstev – oglaševanja in trženja programskega časa. S to finančno neodvisnostjo od države hkrati niso zavezane poslanstvu javnega zavoda. Edino vodilo komercialnih radijskih postaj je dobičkonosnost, edino merilo slednje pa je poslušanost. Od svojega nastanka, prvega komercialne postaje so se začele pojavljati po letu 1990, so komercialne postaje začele najbrž nikoli dokončano bitko za prevlado na področju poslušanosti. Kot tržno tozadevno najučinkovitejša se je v zadnjih letih izkazala programska shema s pretežno glasbenimi vsebinami, prekinjenimi z oglaševalskimi in informativnimi bloki. In če so na začetku tovrstne programske sheme delovale kot nekaj novega, nekaj svežega v primerjavi s programsko shemo nacionalnega radia, se je ta svežina, ta inovativnost v poplavi komercialnih postaj, ki bolj ali manj posnemajo druga drugo, izgubila.

A kljub pretežno glasbenim vsebinam - na začetku devetdesetih so bile to v prvi vrsti glasbene želje, sedaj gre za hite svetovnih lestvic – so tudi komercialne postaje kaj hitro spoznale, da brez informativnega dela programa ne bo šlo. Na novih radijskih postajah ravno tako spoznavajo, da uspeha ne zagotavlja le večini všečna popularna glasba, da poslušalci potrebujejo informacije in da morajo pred mikrofonom nastopati dobri radijski govorniki, za kar je treba obvladati veliko znanj in spretnosti v oblikovanju programa, izbiranju glasbe, pripravljanju oddaj, vodenju (Pirc 2005).

2.4 Poslušanost radijskih postaj

Ugotovitve kažejo, da poslušanost radia, kljub pojavom novih elektronskih medijev, narašča. Med leti 2000 in 2006 so največjo poslušanost dosegali komercialni programi, ki jim je doseg rasel, z njegovim širjenjem pa je padala poslušanost nacionalnega radia. Kljub temu, da so raziskave pokazale, da poslušalci kot najkakovostnejši radio dojemajo Val 202, ta ni hkrati najpopularnejši.

Raziskave kažejo, da so ljudem zelo pomembne lokalne radijske postaje, kjer se vrta veliko glasbe in so informativni bloki kratki – z lokalnimi vsebinami. Poslušalci radio sicer osredotočeno poslušajo le občasno, bolj ali manj jim služi kot zvočna kulisa.

Predvsem starejši poslušalci so bolj nagnjeni k temu, da načrtno poslušajo radio zaradi natančno določene vsebine oz. oddaje.

Navade poslušalcev so se od nastanka radia do danes zelo spremenile. Radio je bil včasih primarni vir informacij in medij, ki se mu je zavestno prisluhnilo. Še posebej pomembno vlogo je imel radio v času vojn, elementarnih nesreč, kriz... Danes večina poslušalcev radio poslušata ob tem, ko dela kaj drugega. Poslušanje radia ljudje pogosto kombinirajo z drugimi opravki: popravilom avta, pleskanjem, vpitjem na otroke..., tako da poslušajo samo z enim ušesom. Radio je absolutne pozornosti deležen le v času velikih kriz ali vojn, ko se okoli sprejemnika zbere celotna družina. V običajnih okoliščinah se prve besede in stavki v elektronskih medijih velikokrat preslišijo. Zato se je pri pisanju za radio treba izogniti temu, da bi ključne besede in misli uvrstili na začetek teksta. V kolikor jih poslušalec ne sliši, prispevek namreč izgubi pomembnost (Boyd 2001).

2.5 Primerjava nacionalni – komercialni radio

Vir financiranja je temeljni dejavnik razlikovanja med državnim in komercialnim radiom. Ob tem, da je finančno odvisen od države oz. državnega proračuna in s tem vladajoče politične elite ter naročnine, se od nacionalnega radia pričakuje, da bo zadovoljil interese različnih delov javnosti, da bo medijski prostor dal na razpolago za javno razpravo, da bo za izražanje lastnih mnenj dostopen vsem, da je prostor političnih razprav in da svoje poslušalce obravnava kot javnost in ne kot potrošnike (Zgrabljić Rotar 2007).

Komercialni radio je finančno odvisen od lastnika oz. oglaševalcev, ob tem pa naj bi bil politično neodvisen. Politično neodvisnost je v tem pogledu treba obravnavati tudi z vidika prikritih pritiskov in vpliva političnih elit s pomočjo rezanja oglaševalskega kolača. Politične elite v Sloveniji svoj vpliv s postavljanjem 'svojih' ljudi v nadzorne svete in uprave podjetij pogosto prekvalificirajo v odločitve o tem, na katerem mediju bo vplivno podjetje oglaševalo in koliko. "Zaradi politične neodvisnosti in večje mobilnosti so lahko komercialne radijske postaje bolj napredne, objektivne in bolj aktualne od togega sistema glomaznega javnega radia" (Zgrabljić Rotar 2007).

Zelo pomembna ločnica med nacionalnim in komercialnim radiom je tudi odnos do jezika, njegovo negovanje in uporaba. Medtem ko se nacionalni radio strogo drži slovničnih pravil in pravilne izgovorjave (novinarji se šolajo na tečajih retorike in branja, tekste pregledujejo lektorji), lokalni, komercialni mediji pogosto dovoljujejo uporabo lokalnih narečij, žargona in slenga. Tudi na ta način vzpodbudijo interakcijo s poslušalci, ki jim je skupen, lokalni govor bližji.

Norberg pa priložnost za boljšo povezanost z okoljem vidi prav v novicah oziroma informativnem programu, kjer imajo lokalne radijske postaje veliko prednost pred večjimi korporacijami, ki imajo na razpolago veliko denarja za ustvarjanje dobrega glasbenega oziroma nasploh zabavnega programa (Norberg 1996).

A vse to ne bo dovolj, če programska shema v zvezi s poslušalci ne bo izpolnila treh jamstev:

Kontinuitete: tok oddajanja mora biti nepretrgan, ne sme odpovedati ter zahteva organiziranost in načrtovanje, ker programsko shemo sestavljajo različni deli, ki si sledijo in sestavljajo celoto. Vsak del ustreza prej določenemu delu, brez presenečenj. Zaradi tega je potreben predhoden produkcijski nadzor.

Raznolikosti ali specializacije: odvisno od modela programske sheme, ki jo določa postaja. Ta je lahko raznovrstna in tako govorimo o splošnem programskem ali tudi konvencionalnem sporedu, lahko pa je program specializiran. Sestava sheme pa mora v vsakem primeru brez odstopanja ustrezati enemu ali drugemu modelu, saj je to jamstvo za poslušalca.

Homogenosti: programska shema v celoti ustreza podobi, ki jo ima o njej poslušalec. Danes pravzaprav najpogosteje naletimo na program, ki se redno pojavlja ob določenem času in ustreza formuli zapletene izvedbe po majhnih delih. Imamo torej urnik t. i. "hot clock" ali tipizirano radijsko uro programa, ki se stalno pojavlja.

Doslednost v vsebinah, vrsti izbrane programske sheme ali uporabi tipizirane radijske ure za izvedbo pomenijo hkrati znamenje identitete ali značilnost, ki naredi radijsko postajo razpoznavno, različno od drugih (Marti 2005).

3 RADIO V PRIMERJAVI Z OSTALIMI MEDIJI

V poplavi medijev ima radio kot elektronski in tradicionalen medij množične komunikacije svoje prednosti, ki so predvsem posledica tehničnih zmožnosti in relativno kratke poti med podajalcem in sprejemalcem informacije, čeprav je neposrednost med radijskim bralcem oz. moderatorjem in poslušalcem pogosto le navidezna. Zaradi svoje vseprisotnosti je radio med pglavitnimi posredniki informacij o mednarodnih družbenih in političnih procesih ter dogajanjih, s tem pa pglavitno vpliva na oblikovanje javnega mnenja. Radijsko komuniciranj ima tri značilnosti.

- **Je javno:** sporočila so namreč naslovljena na širšo množico ljudi, končnega števila poslušalcev pa praktično ni mogoče določiti, saj danes radijske programe spremljajo tudi uporabniki interneta ali satelitskih programov. So pa zato vsebine programov za vse poslušalce enake, kar pomeni, da je radijsko komuniciranje namenjeno zelo številnemu, heterogenemu in anonimnemu občinstvu. Vseeno je pomemben kontekst. Da je sporočilo pravilno razumljeno, morata tako napovedovalec kot poslušalec izhajati iz podobnega okolja, deliti podobne izkušnje (Crisell 1994).

- **Je hitro:** radio je najhitrejši medij, saj lahko v vsakem trenutki poslušalcem posreduje pomembne informacije. Poleg tega so te natančne, zanesljive, celovite in kontinuirane. Ko radio to doseže, je aktualen in zanimiv. Po hitrosti javljanj bi se radio lahko primerjal s televizijo, le da televizija na samem kraju dogajanja, za uspešno izvedbo, potrebuje več ljudi, nasploh pa so stroški večji. Tiskani mediji so tukaj seveda v še večjem zaostanku, saj lahko novico objavijo šele dan kasneje, a je zato morda kvalitetnejša in natančnejša. V zadnjem obdobju lahko delno konkurirajo še razne elektronske publikacije, ki so prav tako zmožne v zelo kratkem času na spletnih straneh predstaviti potek dogodkov (Erjavec in Volčič 1999).

- **Je minljivo:** vsebine so pripravljene za "takojšnjo uporabo", kar pomeni, da so minljive (različna javljanja) in se ne shranjujejo na trajni zapis. Je pa danes tako, da se vse arhivira vsaj v zakonsko določenem roku petnajstih dni, saj lahko šteje, denimo, kot dokaz na sodišču. Da bi se arhivski posnetki objavljali v celoti, se praktično ne dogaja, vsaj pri komercialnih radiih ne (Erjavec in Volčič 1999).

Za radio je posebej značilno, da je postal postranski medij. Poleg tega se je začel prilagajati življenjskim navadam poslušalcem in ne obratno, kot je bilo to v začetku radijskega oddajanja. Zato lahko danes ob največji prometni konici recimo slišimo številne prometne informacije (Arnold 1989). Kljub temu ima radio še vedno številne prednosti pred drugimi mediji.

Prvi izmed njih sta nizka cena in majhna velikost. Še pred drugo svetovno vojno so bili radijski sprejemniki rezervirani predvsem za tiste z debelo denarnico in gromozanske velikosti, danes jih najdemo praktično na vsakem koraku, v obliki miniaturnih vokmanov, ur z vgrajenimi radijskimi sprejemniki in GSM aparatov, ki so zmožni predvajati radio. Njihova cena je tako močno padla, da si jih lahko kupi vsak.

Naslednja prednost je nizek duševni napor. Radio od poslušalca ne zahteva večjega duševnega napora. Informacijam lahko prisluhnejo tudi neizobraženi in nenazadnje nepismeni ljudje. Razen ljudem, ki imajo okvaro sluha, je s svojim načinom posredovanja programa dostopen vsakomur. Pomembno je še, da lahko ob tem, ko ga poslušamo, počnemo še kaj drugega, kar ob gledanju televizije ali prebiranju časopisa ali spletnih strani ni mogoče.

Omeniti velja tudi hitro dostopnost. Radio nas lahko zelo hitro informira o dogodkih, predvsem pri zadevah, ki se zgodijo zelo nepredvideno. Vsi drugi mediji potrebujejo veliko več časa in ljudi, da prenesejo isto informacijo svojim poslušalcem, gledalcem ali bralcem.

Nezanemarljiv je nadalje vpliv na čustva. Glas in glasba, ki ju prenaša radio, mnogo močneje vplivata na človekova čustva kot tiskana beseda. V bistvu nas lahko radio s pomočjo sodobne tehnologije "ponese" na rock koncert, nogometno tekmo, razpravo v parlamentu... Vse to pa močno vpliva na čustveno stanje poslušalca (Pečjak 1994).

Omenjeno radio doseže na dva načina, prvič, ker je intimni medij in nagovarja vsakega poslušalca pred radijskimi sprejemniki posebej (običajno radio poslušamo sami), in drugič, kot meni Andrew Crisell, zato, ker je radio slepi medij, sestavljen iz zvoka in tišine. Prav to pa daje zagon poslušalčevi domišljiji, ko si ta sam v mislih oriše zgodbe, ki jih sliši, in napovedovalca, ki jih bere (Wilby in Conroy 1996). Pri tem Norberg

opozarja, da ima radio vpliv tako na racionalno oziroma zavedno kot na emocionalno oziroma nezavedno plat (Norberg 1996).

4 PROGRAMSKA SHEMA

4.1 Kaj je programska shema?

Najpreprosteje pojasnjeno je radijska shema načrt porazdelitve programskega časa, torej določitev, za koliko časa in kdaj bodo katere vsebine zapolnile programski prostor. Pri tem se izmenjujeta govor in glasba, posneto in živo branje, informativne in zabavne vsebine ... Uravnavanje omenjenih razmerij je domena programske sheme. Pri tem pa so izjemno pomembni časovni okvirji. Brez natančnega načrtovanja ni možno izvajati učinkovite in poslušalcu zanimive programske sheme, ki je obenem dinamična.

Krišelj (1993/94) pravi, da je shema skelet slehernega radijskega programa. Je notranja zgradba, konstrukcija, načrt in oblika. Programska shema pa je tudi informacija, in sicer informacija o zgradbi, strukturi radijskega programa, ki nam pomaga pri odločanju, kateri del radijskega programa bomo poslušali (Krišelj 1993/94).

Struktura radijskega programa se je z družbenimi zakonitostmi v zgodovini precej menjala. Če je nekoč veljalo, da so ljudje začeli radio poslušati šele opoldne – predvsem zaradi načina življenja, drugačnih delavnikov ipd., danes velja, da je naravna krivulja poslušnosti radia s prvim vrhuncem že v jutranjih urah – poslušnost se začne strmo vzpenjati in po osmi uri zjutraj presega mejo dvajsetih odstotkov. Padati začne šele po 13. uri, s še enim vrhuncem, ko se ljudje iz služb vračajo domov, med 15.00 in 16.30. Kasneje začne krivulja poslušnosti naglo padati in po polnoči doseže najnižjo vrednost. Vzorci poslušanja med nacionalnim in komercialnim radiom se sicer delno razlikujejo. Programi javnega radia dosežejo najvišji rating zjutraj ob 7.00, medtem ko komercialne radijske postaje vrhunec dosežejo okoli 11. ure. Poslušnost lokalnih in regionalnih programov je nekje med vzorcem nacionalnega in komercialnih programov (Mediana 2008).

Slika 4.1: Splošna poslušnost radijskih programov



Vir: Mediana (2008).

4.2 Modeli programskih shem

Oblikovanje programske sheme je zapleten proces, odvisen od mnogih dejavnikov. Četudi pri komercialnih postajah navidezno morda tli težnja po čim bolj odprti in s tem sproščeni programski shemi, primerjava programskih shem kaže, da so slednje bolj zaprte, kot se sprva zdi, in da so med komercialnimi programi nenavadno uniformirane. Najbrž gre za posledico dejstva, da številne manjše, mlajše komercialne postaje skušajo posnemati uspešne, dalj časa delujoče komercialne programe.

Odperta in zaprta radijska shema sta najskrajnejša primera, ki pa jih v praksi skorajda ni. Odperta shema pomeni svobodno oblikovan program, povsem nenačrtovan, odvisen od aktualnih dogodkov. Dobre strani takšne sheme so fleksibilnost, hitro odzivanje na zahteve poslušalcev, aktualnost. Slaba stran je predvsem, da se poslušalec težko znajde v takšnem programu.

Zaprta shema pomeni, da je vse načrtovano do zadnje sekunde. Poslušalec točno ve, kdaj bo kaj slišal. Tak program se težje prilagaja okolici, aktualne dogodke spremlja predvsem v informativnih blokih (Pirc 2005).

V praksi najdemo mešanico obeh shem. Oddaje, ki so stalnica in so vselej ob natančno določenih urah, zamenjujejo vstopi, ki se odzivajo na aktualne dogodke in na zahteve poslušalcev. Pri tem pa se redno izmenjujejo posnete vsebine in govor ali branje v živo.

Kljub določeni odprtosti programskih shem se torej zdi, da je slednja vseeno samo navidezna. Prej bi lahko rekli, da gre le za vsebinsko odprtost, medtem ko formalno gledano dandanes radijske postaje vendarle težijo k čim bolj zaprti shemi. Se pravi k temu, da so timingi točno določeni – dnevno, tedensko. Poslušalec je vajen nekaterih terminov in je zanj neobičajno in moteče, če se program dnevno menjuje in termini niso fiksni. Odprtost shem se kaže bolj v sproščenih moderacijah na aktualne teme. Sicer pa so predvsem informativni bloki del neke programske konstante. Tako javni radio kot komercialne postaje imajo točno določene termine za informativne bloke in potemtakem težko govorimo o odprti shemi.

4.3 Programska shema Radia Maribor

Program v živo se na Radiu Maribor začne z novicami ob 5.00. Podobno tudi v soboto, izjema pa je nedelja, ko so prve novice in s tem začetek programa na sporedu dve uri kasneje. Tudi v nadaljevanju programa informativni bloki praviloma zasedajo termin ob polni uri – izjema je osrednja informativna oddaja ob 15.30, a slednjo pripravljajo v Ljubljani. Jutranji program do 10. ure zaznamujejo redni in vsak dan ponavljajoči se termini z različnimi servisnimi informacijami, glasbenimi rubrikami ipd.

Po deseti uri postane program za odtenek manj informativen in napolnjen z govorjenjem ter nekoliko bolj glasbeno usmerjen. Takoj po deseti uri so termini, namenjeni vsak dan drugemu tematskemu sklopu – v ponedeljek športu, v torek književnosti, potem šolstvu, kulturi ... Sledijo redne rubrike, kot so mali oglasi, popevki tedna, kjer sodelujejo tudi poslušalci, neformalni drugi programski sklop pa se zaključi ob 14. uri, ko je program ponovno bolj usmerjen v informativne oddaje.

Po glavni informativni oddaji, Dogodki in odmevi, ki traja skoraj eno uro, je ob 17. uri na vrsti še glavna regionalna informativna oddaja – tj. Dnevnik Radia Maribor, ki je bolj usmerjen v lokalne aktualne teme in traja krajši čas kot osrednji slovenski dnevnik. Po 18. uri se značaj programa ponovno nekoliko spremeni, saj pride v ospredje še

enkrat glasba. Živi del programa se zaključi ob 22. uri z Zrcalom dneva, ki je informativni prerez dneva.

Ena glavnih posebnosti sheme Radia Maribor je izjemno velik poudarek na informativnih terminih in težnja jutranjega dela programa, da se po vsebinah bolj približa komercialnem radiu. Sicer tudi v tem primeru velja, da je shema zaprtega tipa, z bolj redkimi odprtimi opcijami za zapolnitev programskega časa na drugačen način.

4.4 Programska shema Radia City

Na Radiu City je opisana programska shema v grobem v veljavi že nekaj let. Ob delovnih dnevih, ko se program v živo začne ob petih zjutraj, je nekoliko drugačna kot ob vikendih, ko se program v živo začne uro oz. dve uri kasneje. Informativni program, ki je v pričujočem diplomskem delu v središču pozornosti, ima več rednih terminov. V prvi vrsti so to novice ob vsaki polni uri, aktualne prometne in vremenske informacije na vsake pol ure (zjutraj še pogosteje) in popoldanske športne novice.

Program je razdeljen v več sklopov, ki se praviloma menjujejo ob menjavi moderatorjev, nosilcev programa. Tako jutranji program med tednom traja med 5.00 in 9.00, sledi dopoldne na Radiu City med 9.00 in 13.00, popoldne med 13.00 in 17.00 ter zaključek z večernim programom. Nočni program je brez moderacij v živo. Shema se med vikendom razdeli na dva sklopa: na dopoldne do 13.00 in popoldne in večer do 20.00.

Znotraj vsakega programskega sklopa ima moderator svoje individualno prirejene termine, ki so zaščitni znak tistega dela programa. Tako zjutraj prevladujejo humoristične in zabavne vsebine, interakcija s poslušalci, poučne vsebine. Dopoldanski del je bolj posvečen glasbi, vmes je tudi plačljiv termin s prostimi študentskimi deli in termin, v katerem lahko poslušalci sporočajo o izgubljenih in najdenih stvareh in živalih in ni plačljiv, sicer pa dominira izpolnjevanje glasbenih želja. Popoldanski termin je za odtonek bolj informativen, saj ob standardnih informativnih blokih ponuja še kažipot kulturnih dogodkov, pregled vremena po svetu in nenazadnje rubriko o filmu. Posebnost popoldanskega dela programa je samostojni termin za športne novice dneva, še en termin z rubriko izgubljeno najdeno in nekaj več glasbe kot v prejšnjih delih dneva.

Večer je v celoti posvečen glasbi z oddajo o hitih iz osemdesetih let, lestvico in hiti iz bolj oddaljene zgodovine.

Shema se je v preteklih letih prilagodila potrebam poslušalcev oz. krivulji poslušnosti. Tako so najudarnejši (najbolj poslušani) termini zapolnjeni s prepoznavnimi vsebinami, kot so Reporter Milan, prometni servis, novice.

5 NOVINARSKE ZVRSTI NA RADIU

5.1 Posebnosti pisanja za radio

Norberg je prepričan, da je oblikovanje prispevka eden ključnih dejavnikov. Navaja, da je za poslušalca pomembno le to, da dobi informacije od vira, ki mu lahko zaupa, in da ga mora zgodba pritegniti. Po njegovem je povsem vseeno, kdo bere, pomembno je, kaj in kako je to zapisano. Zato celo predlaga, da bi za pisanje zgodb najeli časopisne novinarje (Norberg 1996).

O dobrem prispevku oziroma dobri zgodbi lahko govorimo takrat, ko jo bralec zlahka razume. Novinar uporablja vsakdanje besede, jih povezuje v kratke stavke in logične odstavke. Zgodba se mora smiselno razvijati od začetka proti koncu. Navajanje navedkov, dogodkov in podrobnosti jo dela zanimivo in prepričljivo. V nadaljevanju bom predstavil nekaj najpomembnejših vidikov.

Razumljivost: dosegamo jo s pomočjo jezika in oblikovanja stavkov. Jezik naj bi bil domač večini občinstva, stavki pa kratki in logični. Med pripravljanjem prispevka mora novinar ves čas upoštevati pričakovanja občinstva. McLeish je tako prepričan, da "poslušalci zlahka preklopijo radijsko postajo, saj so labilna struktura, zato je njihovo pozornost potrebno dobiti že v prvem stavku (McLeish 2005). Temo je torej potrebno poudariti že v prvem stavku, kasneje pa se mora smiselno razviti. Dober novinar je tisti, ki mu v zgodbo uspe vnesti dinamiko. Stavku dajejo izrazno moč glagoli. Zagotavljajo akcijo in povezujejo subjekt stavka z objektom. Besedne vrste, ki naj se jim novinarji izogibajo, so pridevniki in prislovi. "Novinarjeva naloga je, da informacijo sporoči hitro, neposredno in jasno, zato se je potrebno izogibati pridevnikom, kot so spektakularno, čudovito, vznemirljivo itd." (Šuen 1994).

Berljivost: ta sicer izhaja iz tiskanih medijev, a ker se tudi radijski prispevek najprej napiše, zanj veljajo podobne zakonitosti. Predolgi stavki predstavljajo največji problem

novinarskih zgodb, saj se še posebej poslušalec kaj hitro "izgubi" in sploh ne ve, kaj je želel novinar povedati. O dolžini stavkov govori tudi spodnja razpredelnica:

Tabela 5.1: Dolžina stavkov in berljivost

Povprečna dolžina stavka	Berljivost
do 8 besed	zelo lahko berljivo
11 besed	lahko berljivo
14 besed	razmeroma lahko berljivo
17 besed	standardno berljivo
21 besed	razmeroma težko berljivo
25 besed	težko berljivo
29 ali več besed	zelo težko berljivo

Če je stavek predolg, ga mora novinar skrajšati. Krajšanje se prične pri pridevniki in prislovihi, nadaljuje pa s tistimi stavki, ki govorijo o nečem, kar je že bilo povedano. Staro novinarsko pravilo tudi pravi: ena ideja – en stavek. Namesto besedic, kot so in, ter, ampak, raje naredimo piko in začnemo z novim stavkom. Seveda je nemogoče, da bi se novinarji pri pisanju držali predpisanih obrazcev, zato zadostuje, da je novinarjev stil neposreden, preprost in jasen (Šuen 1994).

Prepričljivost: bralci imajo radi slikovite podrobnosti in si zlahka predstavljajo dogodek, če jim novinar navede telesno višino subjekta zgodbe, barvo las in obleke ter njegove značilne kretnje. Novinar mora biti torej pozoren na prostorske razsežnosti, število oseb ali predmetov, barve, vonje. Občinstvo naj dobi občutek, da dogodek spremlja. Podobne učinke dosegajo izjave. Poslušalec si zlahka zapomni in soustvari sliko o osebi, ki je nekaj povedala. Novinar si mora prav tako prizadevati za nazornost. Bolj, kot bo vse naštetu združil, bolj bo njegov prispevek – izdelek prepričljiv in s tem hkrati kakovostnejši (Šuen 1994).

5.1.1 Bralci na radiu – moderator ali novinar (napovedovalec ali bralec)

Kako je nekaj na radiu prebrano, je vsaj enako pomembno kot to, kako je napisano. Lahko je vsebina napisanega vrhunska, pa ga slaba izvedba pokvari, da poanta do poslušalca sploh ne pride ali se pozornost hitro izgubi. Ob tem ni dovolj, da radijec tekst samo prebere, ampak ga mora znati tudi interpretirati. "Dober spiker lahko tudi majhnim črnim packam na papirju vdihne življenje, tako da jim doda nianse svetlobe in teme, ironije, zadovoljstva ali ogorčenja – z le majhnimi variacijami v tonaliteti glasu" (Boyd 2001). Ali: "Govor na radiu je prepoln neuspešnih poskusov, da bi pisani tekst prelevili v govor. Poslušanje takšnega načina govora je težko in dolgočasno, ker je sporočilo osiromašeno (zaradi nespoštovanja tempa, premorov, intenzitete), pogosto nejasno (zaradi napačne intonacije in napačnega poudarjanja posameznih delov stavkov) in polno semantičnih napak (zaradi napačnih naglasov in izgovorjav)" (Zgrabljic Rotar 2007).

V zgodovini radia se je vloga napovedovalcev in bralcev spreminjala – od tega, da so novinarji le pisali tekste in so jih brali le napovedovalci, do tega, da en človek opravlja dvojno vlogo. Še posebej je razlika med vlogami očitna, ko primerjamo nacionalni in komercialni radio. Na komercialnem novinarji obenem postajajo napovedovalci in obratno – najbrž tudi zaradi optimizacije stroškov dela. Na nacionalnem radiu kljub temu še obstaja ločnica, a dober napovedovalec mora biti hkrati več pisarja novinarskih tekstov.

V splošnem velja, da so teksti, ki gredo v eter, vnaprej posneti, vsekakor pa vnaprej napisani. Le redko se, predvsem zaradi pomembnosti takojšnjega poročanja (časovne dimenzije), zgodi, da gre novinar ali moderator v eter nepripravljen oz. brez napisanega materiala. Tudi če gre za javljanje novinarja s terena, je nujno, da ima pripravljene vsaj oporne točke, o katerih bo govoril.

Na komercialnih radiih informativne vsebine praviloma berejo novinarji. Moderatorji so le v vlogi povezovalcev posameznih delov programa, most med glasbo in govorom. Novinarji tekste napišejo in jih berejo. Znotraj kratkih informativnih blokov so bralci vesti in obenem napovedovalci prispevkov, kar je vloga, ki jo imajo na nacionalnem radiu napovedovalci – bralci. Na nacionalnem radiu so novinarji praviloma samo bralci svojega avtorskega dela, medtem ko kratke agencijske vesti berejo napovedovalci.

Vloga moderatorjev in novinarjev je za poslušalca pogosto nejasna. Poslušalci ljudi na radiu praviloma dojemajo kot spikerje, kot nekoga, ki nam nekaj sporoča. Zato je nujno, da to ločnico dosledno spoštujejo mediji. Problematična je raba (zaradi majhnega števila različnih vokalov) novinarskih glasov v plačanih terminih na komercialnih radiih. Omenjeno velja predvsem v terminih, kjer poslušalcu ni jasno povedano, da gre za oglaševalski prostor oz. naročeno in plačano objavo. Mešanje vlog v nasprotni smeri – torej, da moderatorji berejo informativne vsebine – ni nič manj problematična, še zlasti, ker zaradi narave svojega siceršnjega dela (lahkotnejše, zabavljaško povezovanje programa) izgubljajo verodostojnost. Slednja se najlaže ohrani v informativnih terminih tipa vreme, napovednik dogodkov, novice iz sveta zabave, estrade...

5.2 Vest

Koširjeva vest uvršča v vestičarsko zvrst in pojasnjuje, da je to vrsta novinarskega sporočanja informativne zvrsti, ki obvešča o preteklih (redkeje o bodočih) predvidljivih ali nepredvidljivih, po obsegu ožjih in sami po sebi razumljivih dogodkih tako, da nujno odgovori na vprašanja, kaj se je zgodilo, kje in kdaj ter kdo je nosilec dogajanja, s čimer podeli dogodku iz splošne podatkovne sheme znake individualnosti in enkratnosti. Vest je najbolj šablonizirana in avtomatizirana oblika novinarskega sporočanja, enostavno strukturirana in upovedena v preprosti enodelni shemi, zato nima uvoda in zaključka. Jezik je stvaren in jedrnat, avtor vesti v tekstu ni prisoten, njegova drža je nevtralna (Košir 1988).

To zadevo, uporabljeno na radiu, Krišelj imenuje radijska novica, ki je po svoji vsebini natančna in hkrati enostavna, tako da je poslušalcu s prvim zvočnim vtisom povsem razumljiva. Pri tem je pomembna časovna dimenzija, saj mora radio novico takoj objaviti (prednost pred ostalimi, predvsem tiskanimi mediji), sicer mu je ni treba. Zakonitosti, ki jih po Krišlju mora radijska novica vsebovati, so naslednje:

- biti mora hitra, brez časovnega zamika, vsekakor pa v aktualnostno neoporečnem času, tj. dokler je ne posreduje kak drug medij,
- biti mora razumljiva, po vsebini nezapletena,
- biti mora kratka, jedrnata (Krišelj 1993/94).

Pri pisanju radijske vesti oz. novice mora novinar vedeti, da je njen prvi stavek najpomembnejši. Pri pisanju radijske novice pa mora upoštevati še naslednja načela:

- aktualnost (radio se mora prvi odzvati na dogodek),
- natančnost in razumljivost (čeprav mora biti radio prvi, si ne sme dovoliti površnosti ali posredovanja napačnih informacij, pri čemer mora uporabljati jedrnat, jasne stavke in splošno znane razumljive besede),
- uravnoteženost (novica mora v sklopu drugih vesti delovati tematsko, zvrstno, geografsko, politično uravnoteženo),
- objektivnost, resnicoljubnost, nepristranskost (tudi pri interpretaciji je treba spoštovati ta pravila, saj lahko premor, intonacija, barva glasu, poudarki spremenijo nevtralnost besedila) (Pirc 2005).

Pirčeva še dodaja, da mora prvi stavek radijske novice navesti bistvo, prebuditi zanimanje, zbuditi apetit in nakazati pot k nadaljevanju zgodbe. Zato za radijsko novico ni nujna obrnjena piramida, pri kateri najpomembnejša dejstva uvrstimo na začetek, ampak poteka njeno pisanje linearno od točke A do točke B in nato naprej na točko C...

Glede na vsebino se novice delijo na naslednje kategorije (razvrščene niso po pomembnosti):

- nesreče,
- kriminal,
- lokalna ali nacionalna politika, oblast,
- načrtovanje novih, razvojnih projektov,
- spori,
- delovanje skupin pritiska,
- industrija,
- zdravje,
- human interest stories,
- slavne osebnosti,
- šport,
- prazniki, turizem, razprodaje,
- lokalne zgodbe,
- vreme,

- prometne informacije,
- zgodbe o živalih (Boyd 2005).

Radijske novice oz. vesti so sestavni del informativnega programa vseh radijskih programov, tako javnih kot komercialnih

.Na splošno so kratke vesti glavni sestavni del novic predvsem tistih komercialnih postaj, ki se zaradi omejenih resursov opirajo večinoma na servise tiskovnih agencij in potem agencijske novice priredijo za potrebe radia. Eden izmed razlogov so tudi kratki informativni bloki, ki ne dovoljujejo veliko daljših novinarskih prispevkov. Na nacionalnem radiu je časa oz. prostora za nekoliko bolj poglobljeno poročanje o dogodkih več, zato kratke vesti ne zavzemajo tolikšnega dela celotnega nabora novic. Na nekaterih komercialnih radijskih postajah, ki imajo tudi dnevnoinformativna uredništva in lastne novinarje pa ob kratkih vesteh segajo še po nekoliko razširjenih vesteh, dopolnjenih s posnetimi izjavami. Po Koširjevi (1988) se razširjena vest od kratke razlikuje po tem, da poleg osnovnih štirih odgovarja še na nekatera druga vprašanja. Včasih pojasnjuje vzroke dogodka ali nakazuje na njegove posledice, zato je sestavljena iz več povedi, lahko tudi iz več kot enega odstavka.

Ob tem sta pogosti obliki uporabe tega žanra ravno tako naznanilo, ki obvešča o bodočih dogodkih, in vest v nadaljevanju, kjer novinar predstavi velik dogodek v več sklopih, saj ga ne more zaobjeti v eni kratki vesti.

5.3 Poročilo

Mnenja o tem, ali je poročilo neodvisna, samostojna vrsta novinarskega sporočanja ali pa se kaže kot razširjena vest, so deljena. Morda tudi zato, ker je radijsko poročilo s svojimi specifikami bolj podobno razširjeni vesti, medtem ko je tiskano poročilo zaradi narave medija bolj sposobno ustvariti celovito podobo in poglobljeno sliko nekega dogodka. Tako Pirčeva (2005) pravi, da mora poročilo upoštevati temeljna načela, ki smo jih omenili pri vesti, in da je poročilo kot povzetek, oris dogajanja, razširjena novica, ki že bolj burka poslušalčevo domišljijo. Koširjeva (1988) kot glavno ločnico navaja predmet sporočanja. Tako pravi, da vest dogodek le registrira, medtem ko poročilo sporoča o poteku dogajanja. "Se pravi, da ga zanimajo tudi dogodki, ki so se že

zgodili, a taki dogodki, pri katerih je za naslovnika zanimivo dogajanje, in ne le tisti podatki, ki dogodku podelijo enkratno individualnost" (Košir 1988).

Koširjeva poročilo razume kot sporočanje o poteku dogajanja tako, da poveže dejstva iz vesti v dogajalni lok, ki zbudi pri naslovniku občutek celovite informiranosti o tem, kaj se je zgodilo. Pri tem podaja naslednje žanre poročevalske vrste:

- običajno poročilo (poroča v kronološkem ali pomembnostnem redu v obliki obrnjene piramide),
- komentatorsko poročilo (informativni funkciji doda komentatorsko, s katero pojasnjuje vzroke dogodka in nakazuje možne posledice),
- reportersko poročilo (reporter opisuje dogajanje v živo, opisuje atmosfero, se posveča podrobnostim),
- nekrolog (poročilo o poteku življenja pokojnega, ki je lahko napisano zelo stvarno ali bolj čustveno),
- prikaz (opravlja nalogo interpretativnega žanra – kritike ali ocene – ni pa vrednotenje dogodka dominanten del poročila).

Poročilo je podobno kot vest zelo pogosto uporabljena zvrst v informativnih terminih. V glavnini gre za običajna poročila, redkeje za komentatorska poročila in reporterska poročila. Na nekaterih radijskih postajah je temeljna ločnica med razširjeno vestjo in poročilom v bralcu. Razširjene vesti, predvsem na komercialnih postajah, berejo novinarji, ki berejo tudi kratke, prirejene agencijske vesti, medtem ko poročila berejo novinarji, ki poročilo napišejo in so v tem primeru dežurni novinarji, tisti, ki berejo običajne vesti, le v vlogi napovedovalca poročila.

5.4 Komentar

Komentar je na neki način nadgradnja poročila, saj je sestavljen tudi iz mnenj in stališč, ki jih novinar podpre z argumenti. Pirčeva pojasnjuje (2005), da mora imeti v radijskem programu, še zlasti v dnevnoinformativnih oddajah, svoj prostor tudi komentar, saj če prevladujejo vesti in poročila, poslušalec dobi vtis, da uredništvo ne želi izražati analiz, ocen, mnenj in stališč. Takšen pojav je značilen za komercialne radijske postaje, ki so osredotočene predvsem na, recimo temu, instantno novinarstvo, kjer ni časa in prostora za poglobljene analize kakega dogodka. V tem segmentu imajo informativne vsebine na

komercialnih postajah kompleks verodostojnosti v primerjavi z javnim radijskim programom.

Radijski komentar mora imeti dramaturški lok, s katerim stopnjuje napetost. Komentar je sestavljen iz treh delov:

- eksponiranje teme,
- dokazovanje oz. negiranje,
- sinteza oz. sklep (Pirc 2005).

Pomemben del radijskega komentarja je hkrati bralčeva interpretacija napisanega. Učinek radijskega komentarja je zelo odvisen tudi od bralčevih oz. pripovedovalčevih sposobnosti. Slušni učinek je namreč vsaj tako pomemben kot vsebina komentarja. Z barvo glasu, s poudarki, s premori lahko pripovedovalec oz. bolje interpretator vnese dodatno napetost v dramaturški lok in s tem pritegne poslušalca, obenem pa krepi svojo verodostojnost. Zato komentatorji sčasoma oblikujejo svoj osebni slog, ki je prepoznaven. Primerjava med radijskim in časopisnim komentarjem kaže, da je prednost časopisnega komentarja njegova dolžina, radijskega pa njegova zvočna interpretacija.

5.5 Intervju

Intervju je novinarski žanr, ki sodi v pogovorno vrsto novinarskega sporočanja informativne zvrsti in informira o empatičnem dvogovoru med spraševalcem in vprašanim. Koširjeva (1988) loči med osebnostnimi ali biografskimi in tematskimi intervjuji. Kot ostali žarni ima tudi intervju na radiu svoje posebnosti. V prvi vrsti je radio v primerjavi s tiskanimi mediji medij, pri katerem je intervju najbolj neposreden na relaciji avtor – naslovnik. Glas vprašanega daje intervjuju dodatno težo in dramatičnost.

Krišelj med lastnostmi dobrega intervjuja omenja:

- da vsebuje ustrezno predznanje spraševalca,
- da se spraševalec vživi v dogajanje in se prilagodi mentaliteti vprašanega,
- da spraševalec ne vsiljuje a priori stališč,
- da zna ustvariti vzdušje radovednosti,
- da do potankosti obdela informativno gradivo,

- da je korekten pri podajanju vprašanj.

Intervju v širšem pomenu besede je na neki način temeljno novinarsko orodje. Novinar ne more napraviti nekega konkretnega novinarskega izdelka brez intervjuja oz. ne da bi kaj spraševal. Zato lahko v osnovi intervjuje delimo na intervjuje, pripravljene za v eter, in intervjuje, ki so podlaga za neki drug novinarski prispevek (razširjena vest, poročilo). Brez citatov in podrobnih posnetkov pogovorov bi bilo branje novinarskih prispevkov kot branje telefonskega imenika. Intervju je usmerjen k pridobivanju oz. izzivanju specifičnih informacij. Intervju, usmerjen le k nekaj dejstvom, lahko traja celo manj kot pet minut, medtem ko lahko intervju za neko daljšo zgodbo ali reportažo traja tudi več ur (Braden in Roth 1997). Glede na namen intervjuja Boyd (2005) loči tri vrste intervjujev:

- preiskovalni intervju, ki skuša nekaj razkriti,
- informativni intervju, ki skuša predstaviti nekaj novega,
- emotivni intervju, v katerem se vprašani javnosti razodene.

Bistvo dobrega intervjuja, pa naj bo namenjen samo pridobivanju informacij ali v celoti namenjen za objavo, je popolna priprava spraševalca. Novinar mora imeti o tematiki, vprašanem, vnaprejšnje znanje, ki ga podkrepi z dobro pripravo vprašanj in je zato pripravljen na hitro reakcijo na odgovore – s podvprašanji. Takšen intervju je možen le ob odlični pripravi.

Svoje posebnosti med pogovornimi vrstami novinarskega sporočanja imata na radiu tudi telefonski intervju s poslušalci in radijska anketa. Za radio na splošno velja, da živi od raznovrstnosti zvokov in glasov, ki razbijajo monotonost in dodajajo dinamiko, nenazadnje tudi verodostojnost povedanemu. Zato je v zadnjih letih predvsem pri komercialnih radijskih postajah opazen trend v smeri čim več izjav, čim več ljudi, na čim več zanimivih in aktualnih tem. K temu bistveno prispevata telefonski pogovor s poslušalci in radijska anketa.

Poslušalci sodelujejo v radijskih tekmovanjih, kvizih, v svetovalnih oddajah, okroglih mizah, sporočajo prometne informacije. Pri tem je treba smiselno omejiti dolžino poslušalčevega govora, saj je lahko predolg pogovor spodbuda poslušalcu, da neha poslušati ali prestavi na drugo radijsko postajo.

Pri anketah obstaja več variant. V vsakem primeru skuša anketa z več različnimi odgovori na isto vprašanje popestriti radijski program, ne glede na to, ali gre za anketo na ulici, anketo med ljudmi s sorodnega področja ali za anketo poslušalcev, ki preko telefona izražajo svoje mnenje. Pomembno pri tem je, da radijska anketa ni javnomnenjska raziskava, zato je treba takšen vtis preprečiti, saj bi v nasprotnem primeru zavajali. Ključno je, da pri zlaganju odgovorov v celoto stvar dobro uravnotežimo in skušamo vključiti čim bolj enakomerno razdeljene kategorije ljudi (moški - ženske, mladi – stari, za – proti). Anketa z ulice zelo dobro funkcioniira, če si eno za drugim izmenjuje sledijo kontrastni pari, ki so bili prej omenjeni.

5.6 Informativne oddaje na radiu

Tako kot radio kot medij v celoti sta se tudi oblika in značaj radijskih informativnih programov z leti močno spreminjala. Razvoj je šel v smeri od začetnih prebiranj časopisnih in agencijskih novic do oblikovanja lastnih informativnih uredništev. "Na radiu za prvo informacijo zadošča, da reporter pokliče po telefonu, pri časopisu pa potrebujejo še sliko. Zaradi tehnologije dela je radio veliko hitrejši od časopisa in televizije" (Pirc 2005).

Povedano vsaj delno potrjuje Norberg, ki piše, da "javnost informacije najprej pridobi na radiu, nato na televiziji, šele kasneje pa sledijo ostali viri" (Norberg 1996). Norberg med drugim sočasno trdi, da je dober informativni program pomemben iz dveh razlogov. Prvič, radio bodo začeli poslušati tudi tisti, ki jim glasba ali nasploh format radia ni všeč, a bodo preklopili samo zaradi novic, ker želijo biti dobro informirani, kasneje pa bodo morda na tej frekvenci ostali dlje časa. Druga prednost je, da lahko pritegneš različne starostne skupine, celo takšne, ki radia sicer ne poslušajo. Tukaj mislim predvsem na starejšo populacijo, čeprav se na novice odzivajo tudi mladostniki, a ti zaradi novic, ne bodo preklopili radijske postaje (Norberg 1996).

Oblika in dolžina radijskih informativnih programov sta odvisna od programske sheme, od obdobja v dnevu, v katerem se objavljajo, od usmeritve uredništev in nenazadnje od resursov, iz katerih radiji črpajo. Nacionalna RTV hiša razpolaga s široko razvejano mrežo novinarjev po Sloveniji in tujini, nekatere lokalne komercialne radijske postaje imajo na drugi strani nekaj novinarjev, ki dnevno prebirajo agencijske novice. Tako

poznamo informativne programe oz. informativne bloke, ki so krajši od ene minute, in poznamo informativni program, ki traja neprekinjeno ves dan oz. 24 ur.

Dva izjemno pomembna dejavnika pri delu uredništev za radijske informativne programe sta čas in izbor. Čas v smislu, da je novico, dogodek, potrebno čim hitreje, pred ostalimi mediji, spraviti v radijski eter; izbor v smislu, da je treba napraviti selekcijo med vsemi novicami in predvsem v kratke informativne bloke spraviti najzanimivejše in najaktualnejše. Izbor je posledica več kriterijev, ki bi jih lahko na splošno poimenovali zanimivost oz. pomembnost novice za poslušalce. Zato mora novinar, urednik, na neki način biti tudi sonda javnega mnenja na območju, kjer deluje, saj le tako ve, kakšna so pričakovanja poslušalcev. Obstajajo neki ohlapni kriteriji in smernice, toda zelo pomemben je hkrati občutek urednika, novinarja.

Sestavljanje različnih novic v neki informativni sklop oz. blok je pogojeno z dolžino informativne oddaje – ali gre za daljšo informativno oddajo ali kratko – in je pogojeno z naravo medija – ali gre za nacionalni ali za lokalni radio. Imamo primere, ko gre za daljše oddaje, slišne na nacionalni ravni, v katerih je prostora za vse novice. Na drugi strani so primeri, ko gre za kratke informativne termine do treh minut, v katerih je prostora za res ozek izbor. V splošnem pa velja, da so najpomembnejše novice dneva na prvih mestih informativnih oddaj, medtem ko novice s področja športa, kulture in zanimivosti praviloma zaključujejo te informativne termine, ki jim sledi še vreme in v nekaterih primerih prometne servisne informacije. Katere so najpomembnejše novice dneva v danem trenutku je torej prepuščeno selekciji uredništev, ki sledijo zakonitostim medijskega trga. Podvrženost tem zakonitostim pogosto ali praviloma povzroči, da razne informativne oddaje na različnih radiih kot najpomembnejšo novico prepoznajo isto stvar.

Informativne oddaje lahko torej razlikujemo glede na dolžino trajanja in jih delimo na:

- kratke informativne oddaje ali novice (trajajo do tri minute, bralec, novinar, prebere nekaj kratkih vesti, tudi z izjavami ali kratkim poročilom),
- srednje dolge informativne oddaje ali poročila (trajajo pet do deset minut, pojavlja se več glasov),

- daljše informativne oddaje (razširjena poročila lahko trajajo do pol ure ali več, ne gre le za nizanje informacij, ampak tudi za pojasnjevanje, analize, komentarje, ozadja).

Informativne oddaje lahko po drugi strani razlikujemo tudi glede na obdobje v dnevu, v katerem se objavljajo:

- jutranje informativne oddaje (uravnoteženost novic prejšnjega dne in naznanil za aktualni dan, ob servisnih informacijah s cest in vremenu),
- dopoldanske informativne oddaje (aktualne novice),
- popoldanske informativne oddaje (količina novic se povečuje, selekcija je težja),
- večerne informativne oddaje (prerez novic celotnega dneva, dopolnjene novice),
- nočne informativne oddaje (novice minulega dne z napovedmi prihodnjega dne) (Pirc 2005).

Najpogostejši model vrstnega reda novic je predstavil Hilliard:

- najpomembnejša vest,
- mednarodne vesti,
- regionalne vesti,
- lokalne vesti,
- šport,
- vreme,
- reportaža ali kritika kulturnega dogodka (Pirc 2005).

A to je le ena od možnih opcij. Ker so radijske postaje pri nas predvsem regionalne, imajo vesti lokalnega in regionalnega okolja prednost, poleg tega pa so tradicionalen del informativnih programov tudi prometne informacije. Te so zanimive za večino poslušalcev in so na sporedu na koncu oddaj, da večina tako prisluhne tudi novicam, ki bi jih sicer mogoče izpustili.

Dolžina trajanja in obdobje v dnevu narekujeta še obliko novic oz. novinarskih zvrsti, ki se v teh informativnih oddajah pojavljajo. Tako je denimo za daljše intervjuje ali komentarje primernejši popoldanski ali večerni termin v daljših oddajah, medtem ko dinamika jutranjega programa narekuje, da so zvrsti kratke, dinamične, napolnjene s

servisnimi informacijami. Tovrstne razlike je moč opaziti tudi na primerih Radia Maribor in Radia City.

6 INFORMATIVNI PROGRAM RADIA MARIBOR

Posebnost informativnega programa Radia Maribor je, da je sestavljen iz oddaj, narejenih in namenjenih na nacionalnem nivoju, in iz oddaj, namenjenih in narejenih za lokalne poslušalce. Zato je na nek način informativni program Radia Maribor treba gledati iz dveh perspektiv. V pričujočem delu sem se bolj osredotočil na lokalne zadeve in termine, saj mi to omogoča boljšo primerjavo med obema radijskima postajama in načinoma poročanja o dogodkih.

Novice so na sporedu ob 9.00, 10.00, 11.00 in 13.00 in trajajo približno dve minuti, kot dodatek sledita še vreme in ceste (tudi do 2 minuti). Poročila ob 8.00, 12.00, oddaji Do popoldneva in Dnevnik trajajo od osem do petindvajset minut (zadnje velja za Do popoldneva in Dnevnik), v teh oddajah pa sta ob daljši različici vremena in prometa kot posebni rubriki prisotni kultura in šport.

Tipični program Radia Maribor:

- Novice radia Slovenija,
- Prva jutranja kronika,
- Druga jutranja kronika,
- Radijska tribuna,
- Poročila,
- Novice,
- Do popoldneva,
- Dogodki in odmevi,
- Dnevnik Radia Maribor,
- Večerni radijski dnevnik,
- Zrcalo dneva.

7 INFORMATIVNI PROGRAM RADIA CITY

Večina poslušalcev Radia City je s širšega območja Maribora. To se odraža tudi v vsebini informativnega programa, ki skuša težišče prestaviti na lokalni nivo. V primerjavi z nekaterimi drugimi komercialnimi postajami je dnevno-informativno

uredništvo z nekako sedmimi do devetimi novinarji dnevno relativno dobro opremljeno. To uredništvo pripravlja tri različne vrste informativnih oddaj. Po klasifikaciji, ki sem jo povzel po Pirčevi (2005), gre v vseh treh primerih za kratke informativne oddaje ali novice.

7.1 Novice Radia City

Gre za glavno informativno oddajo na Radiu City, in sicer ob polnih urah od 5.00 do 19.00. Dolžina teh terminov je med tremi in petimi minutami. Sestava je vselej enaka:

- napovednik s točnim časom,
- pozdrav,
- prvi sklop novic, ki jih prebere novinar,
- aktualne vremenske razmere in napoved, ki jih prebere moderator,
- prometni servis, ki ga prebere novinar,
- odpoved.

Sklop novic, ki jih prebere novinar, je mešanica poročil in vesti, ki so produkt dela dnevnoinformativne redakcije in prirejenih agencijskih vesti. Praviloma je v sklopu prostora za eno poročilo (običajno poročilo, redkeje reportersko in komentatorsko), dolgo med 40 sekund in eno minuto, za eno razširjeno vest, z izjavo dolgo med deset in dvajset sekund, ter dve agencijski novici, od katerih je lahko zadnja športna ali kakšna zanimivost. Samo ta prvi sklop traja do dve minuti in pol, redkeje dlje. Sledita vreme in prometni servis, ki mu dajejo dinamiko in določeno verodostojnost posnete izjave voznikov.

Glede na lokalni značaj radia so poročila in razširjene vesti z izjavami, ki jih pripravijo novinarji, vezani na lokalne aktualnosti in dogodke. Zato je vrstni red novic deloma pogojen tudi s to lokalno orientiranostjo in je nekoliko drugačen kot na radijskih postajah, ki imajo nacionalni značaj. Redkeje se zgodi, da so novice ob uri brez kakšne posnete izjave ali poročila in so v celoti sestavljene iz prirejenih agencijskih vesti.

Poročila in razširjene vesti novinarji pripravljajo tako za tekoči dan kot tudi za jutranje ponovitve dan kasneje. Omenjeno v praksi pomeni, da se poročilo praviloma objavi dvakrat – na dan priprave in v jutranjem programu dan kasneje.

7.2 Maribor, Slovenija, svet v 60 sekundah

Kot pove že naslov, je govor o najkrajšem informativnem terminu na Radiu City, na sporedu samo v jutranjem programu ob 6.30, 7.30 in 8.30. Gre za headlines, ki jih novinar prebere v eni minuti. Praviloma je termin sestavljen iz treh ali štirih novic, minimiziranih na dve povedi in s kakšno skrajšano izjavo. Skrajšane kratke vesti pomenijo optimizacijo omejenega časa za govorjenje, obenem pa pomenijo grožnjo za natančnost povedanega.

7.3 Športne novice Radia City

Informativni termin, namenjen izključno športnim novicam (te imajo občasno prostor tudi v terminih ob uri, še posebej ob vikendih) je na sporedu vsak dan ob 17.30. Gre za pregled športnih dogodkov dneva, dolg med minuto in pol ter tremi minutami. Običajno gre za prebrane prirejene agencijske novice, obogatene s kakšno razširjeno vestjo z izjavo.

Vsi trije informativni sklopi torej zasedajo zelo majhen del celotnega programskega časa. Daljši informativni termini so izjemno redki in so v programu ob izjemnih dogodkih (intervju s predsednikom vlade, države, soočanja županskih kandidatov...). Glede na izjemno omejen čas je selekcija novic izjemno pomembna in zahtevna. Dejstvo, da popoldne ali zvečer ni nekega prereza dnevnih dogodkov, kot je dnevnik ali podobno, pomeni, da funkcijo povzetka na neki način opravlja novinar naslednje jutro. Vendar ne v zgoščeni obliki na enem mestu oz. terminu, temveč skozi vse jutro. Verjetnost, da bodo poslušalci ujeli vse, denimo lokalne novice, je zelo majhna. Zato je pomembno, da so teme, ki jih novinarji obdelajo v poročilih, dobro izbrane in zanimive.

Kratki informativni termini imajo to prednost, da v celotni programske shemi omogočajo več glasbe in več sproščenih vsebin. Pomanjkljivost kratkih informativnih programov je ta, da morda za koga pomembnejše novice ne posredujejo bolj poglobljeno, bolj analitično obdelano, manjka pa tudi prostora za daljše novinarske zvrsti. Prednost daljših informativnih programov je bolj temeljito poročanje in možnost zgoščenega podajanja celodnevnega dogajanja v enem terminu. Pomanjkljivost je predvsem dejstvo, da je krog poslušalcev, ki posluša radio s točno določenim namenom in prav zaradi točno določene oddaje ob točno določenem času, precej majhen.

8 PRIMERJAVA KONKRETNIH INFORMATIVNIH VSEBIN

8.1 Kriteriji

Novinarske prispevke oz. informativne termine na obeh radiih (Radio Maribor in Radio City) sem primerjal po naslednjih kategorijah:

- po žanru,
- po temah, po lokalnosti,
- po dolžini prispevkov,
- po stopnji produkcije,
- po pristopu.

Čeprav so med njimi tudi vsebinske razlike, se informativni vstopi na Radiu Maribor in na Radiu City razlikujejo bolj po obliki. V prvi vrsti gre za število agencijskih v primerjavi s številom v hiši generiranih vesti. Agencijskih vesti je neprimerno več na komercialnem radiu, kjer so informativni sklopi sestavljeni največ iz dveh prispevkov, narejenih z lastnimi resursi. Skupno to pomeni nekje med sedem in devet 50-sekundnih poročili na dan ter podobno število razširjenih vesti z izjavo ali brez.

Primerjava je pokazala, da je, nenazadnje tudi zaradi večjega števila novinarjev in razvejane novinarske mreže po vsej državi, teh 'lastnih' izdelkov na Radiu Maribor vsaj dvakrat toliko. Sicer pa so glede na kriterije opazne tako večje razlike kot pomembne podobnosti.

8.1.1 Po žanru

Kar zaveda žanrsko raznolikost, je ta bolj prisotna v programu Radia Maribor, še posebej, če primerjamo samo informativne dele programa. Opazno je, da komentarji, sploh v primerjavi s tiskanimi mediji, zasedajo zelo malo prostora. Na Radiu City je za komentarje rezerviran termin v jutranjem programu, a vsak dan ni zapolnjen s tovrstno vsebino, tako da lahko v enem tednu zasledimo največ tri komentarje na aktualne teme. O žanrski raznolikosti težko govorimo, saj dominirajo poročevalske zvrsti: vest, razširjena vest, poročilo. Prav tako ni intervjujev ali daljših reportaž, za nekaj več raznolikosti skrbijo le jutranje pogovorne oddaje s poslušalci. Za raznolikost celotnega programa skrbijo predvsem nenovinarske, lahkotnejše vsebine, kot so nagradne igre, kvizi, satirične oddaje...

Na Radiu Maribor je zaslediti večjo žanrsko raznolikost celotnega, celodnevnega programa. V programski shemi se najde prostor tako za daljše intervjuje kot za reportaže in kontaktne oddaje, pri katerih sodelujejo poslušalci. Velika razlika se kaže tudi v uporabi agencijskih vesti. Informativni bloki na Radiu Maribor so manj odvisni od njih in jih z njimi hkrati manj dopolnjujejo.

8.1.2 Po temah, po lokalnosti

Značaj lokalnih radiov je opazen pri izboru tem in njihovem umeščanju v informativne termine. Oboji se trudijo veliko prostora in programskega časa namenjati aktualnim lokalnim temam, ki so najbližje večini poslušalcev. Izbor tem je podrejen omenjenemu značaju in je po dnevih zelo soroden. Pri tem se oboji opirajo na dogodke, novinarske konference in na lastne teme, ki jih preiskujejo novinarji in so na neki način ekskluzivne. Razmerje med obojimi je podobno. Lokalna tematika sega od mestne politike in perečih občinskih problemov do socialne tematike, črne kronike in športa. Pri tem je treba dodati, da oboji skušajo lokalne novice, ki jim dajejo prednost, uravnotežiti s pomembnimi slovenskimi temami, le da se na Radiu City ob zadevi bolj opirajo na agencijske vesti. Še ena razlika, na katero sem naletel, je ta, da na Radiu Maribor 'lokalnost' dojemajo širše kot na Radiu City. Medtem ko pri slednjem 'lokalnost' dojemajo skoraj izključno skozi prizmo dogodkov v Mariboru z redkimi izleti v sosednje občine, pri radiu Maribor pokrijejo širšo okolico oziroma podravsko regijo.

8.1.3 Po dolžini prispevkov

Trajanje posameznega novinarskega izdelka je tesno povezano z izbranim žanrom. Pri tem obstajajo najprej žanrske omejitve, omejen programski prostor in nenazadnje uredniške usmeritve. Če izvzamemo žanrsko razsežnost in se omejimo na primerjavo 'istorodnih' prispevkov, potem je jasno, da je forma veliko bolj strogo in tudi togo določena na Radiu City. Zelo malo je odstopanj, kar se sočasno kaže v uniformnosti informativnih blokov. Praviloma so vesti dolge 20 sekund, razširjene vesti 40 sekund, novinarski prispevki skupaj z napovedjo pa okoli minute. Ti timingi ne odstopajo, četudi so izdelki plod dela različnih novinarjev, kar priča o jasnih uredniških smernicah in kriterijih. Edina izjema so komentarji na aktualne teme, ki jih ne predvajajo v informativnih blokih, temveč v lastnem terminu v jutranjem delu programa. Tam dolžina novinarskega prispevka presega tudi dve minuti in pol.

Praviloma so novinarski izdelki na Radiu Maribor daljši. V primeru razširjeni vesti in novinarskih prispevkov je razlika na posameznih primerih tudi minuta in več. Zdi se, da gre tudi za sistemsko odločitev, da se oblika prilagaja vsebini, in ne obratno. In tukaj vidim tudi eno glavnih razlik, ko govorimo o informativnih terminih na komercialnem in na nacionalnem radiu, ki je hkrati najbrž posledica osnovne usmeritve in narave medija. Prostora za manevriranje je v triminutnem informativnem bloku manj kot v polurnem pregledu.

8.1.4 Po stopnji produkcije

Najmanjše razlike sem opazil pri produkciji. Za poslušalca so nekatere nianse praktično neslišne. Stopnja produkcije je tudi zaradi zahtev Apeka zelo dodelana. Novinarji na terenu uporabljajo za snemanje izjav različne naprave od še analognih na Radiu Maribor do povsem digitalnih na Radiu City, a to se pri kvaliteti končnega izdelka bistveno ne pozna. Produkcijsko izstopa predvsem različno število jinglov (zvočnih elementov) pred, med in za informativnimi bloki.

8.1.5 Po pristopu

Za potrebe primerjalne analize sem izbral štiri aktualne dogodke z različnih področij, za katere sem vedel, da so jih v informativnih terminih predstavili oz. o njih govorili tako novinarji Radia Maribor kot novinarji Radia City. Ob tem, da so teme z različnih področij, sem pazil še na to, da prispevki niso le poročila z novinarskih konferenc, temveč tudi poročanja o aktualnih dogodkih.

Priskrbel sem si torej osem prispevkov – po štiri z vsakega radia – na teme:

- podpis sponzorske pogodbe za izvedbo Festivala Lent,
- stavka v podjetju W & G,
- podkupovanje pri podeljevanju slovenskih državljanstev,
- preiskava v primeru Nekrep.

Prispevke sem obravnaval z več vidikov, da bi dobil čim bolj celovito sliko o načinu podajanja neke informacije pri obeh medijih. Izbrani so bili le prispevki poročevalskega žanra, tako da je bila primerjava realnejša, nedvomno pa so o omenjenih temah na obeh radiih poročali tudi v drugačnih žanrih in oblikah.

Analiziral in primerjal sem naslednje elemente:

- zvočna oblika,
- dolžina,
- prednostni vrstni red informacij,
- podane informacije,
- izbira besed,
- količina novinarjevega teksta,
- dolžina izjav,
- primerjava izjav sogovornikov.

S pomočjo teh podatkov, ki sem jih primerjal, naj bi postale bolj jasne razlike in podobnosti novinarskega poročanja na nacionalnem in komercialnem radiu. Ali so torej standardi še vedno v nesorazmerju, ali se v kakovosti vidi razlika med resursi, ki jih imajo na razpolago eni in drugi, ali se oboji strogo držijo žanrskih pravil ali pa jih med seboj mešajo, ali na račun optimizacije programskega časa trpi kakovost podane informacije, ali prispevki odgovarjajo na podobna vprašanja, ali je vrstni red podajanja informacij drugačen v službi bolj senzacionalističnega poročanja...

8.2 Obravnava prispevkov

8.2.1 Podpis sponzorske pogodbe za izvedbo festivala Lent

Radio Maribor. 2009. Poročila. 11. junij.

Nova KBM ostaja tudi v letošnjem letu generalni pokrovitelj Festivala Lent. To so potrdili z današnjim podpisom sponzorske pogodbe. Organizator, Narodni dom Maribor, je ob tem predstavil še program in novosti prihajajočega, že 17. festivala Lent.

Lent bo. Tako je direktor Narodnega doma Vladimir Rukavina tudi letos začel predstavitev znamenitega festivala. Te že tradicionalne besede nakazujejo gonjo za sponzorskimi sredstvi, ki predstavljajo večinski delež proračuna festivala. Letos je bilo to nabiranje sredstev še posebej težka naloga, meni Rukavina: 'Če se ne bi odzvali tisti sponzorji, nekateri, ki so vseeno to zmogli, čeprav ne na ta način, kot je to bilo sedaj, če ne bi pomagala mestna občina Maribor, nenazadnje, če se ne bi poslužili tudi nekega kredita, bi se res lahko zgodilo, da v letošnjem

letu festivala Lent ne bi bilo. Ne bi ga mogli narediti manjšega, okrnjenega, ker to potem več ne bi bil Festival Lent, ker to več ne bi bil temelj bodoče Evropske prestolnice kulture.' Tako festival kljub zmanjšanju sponzorskih sredstev za 400 tisoč evrov ostaja v istem obsegu, z istim proračunom, okoli 2,5 milijona evrov. Koncept programa ostaja nespremenjen, nekaj drobnih novosti je znotraj posameznih, že ustaljenih prizorišč. Svoj obseg je znatno povečal Park doživetij, Art kamp za otroke in starše, na tradicionalnem Folkartu bodo ob Slovencih nastopili še folkloristi iz ZDA, Turčije, Francije, Indije, Kolumbije in Srbije. Jazzlent ostaja na lanski, dobro sprejeti lokaciji. Sicer pa na Lent prihajajo Keziah Jones, Solomon Burke, skupina Terrafolk, Cubanismo, Dog eat dog, Yu grupa in številni drugi. Kot novost pa Vladimir Rukavina predstavlja programski list in magnetno kartico: 'Z njimi se bo dalo dobiti popuste pri Termah, z njimi bo brezplačen vstop v galerijo, v muzej, in to je na nek način zametek nove turistične kartice Maribora, ki jo bomo morali razviti seveda in s pridom uporabljati v času Evropske prestolnice kulture 2012.' Festival Lent se bo začel 26. junija in bo trajal 16 dni, do 11. julija. (2' 05")

Radio City. 2009. Novice. 11. junij.

Kljub temu, da je bila izvedba nekaj časa vprašljiva, letošnji Festival Lent bo! Današnji slovesni podpis pogodbe z generalnim sponzorjem festivala Novo KBM je namreč razblinil dvome, da je zaradi recesije letošnje 16-dnevno kulturno dogajanje pod vprašajem.

Tudi letos bo tako Festival Lent takšen, kot je bil pretekla leta, morda celo za odtenek boljši. A vodja Festivala Gogo Rukavina priznava, da je bila izvedba letošnjega festivala zaradi recesije resnično pod vprašajem, situacijo je ocenil kot zelo kritično: 'Če se ne bi odzvali tisti sponzorji, nekateri, ki so vseeno to zmogli, čeprav ne na takšen način kot je bilo do sedaj, če ne bi pri tem pomagala mestna občina Maribor, nenazadnje, če se ne bi poslužili tudi nekega kredita, bi se res lahko zgodilo, da v letošnjem letu Festivala Lent ne bi bilo.' Čeprav tudi letos proračun festivala, ki bo potekal od 26. junija do 11. julija, znaša dva milijona evrov in pol, je sponzorskih sredstev za 400 tisoč evrov manj kot lani. A navkljub temu festival zagotavlja veliko zvenečih imen. 'Jaz sem zelo vesel, da pride

Solomon Burke, recimo, če me vprašate.' Tudi na Folkartu bo letos pestro. Producentka Alenka Klemenčič: 'Od indijske mistike do kolumbijske eksotike.' Nastopili bodo še Francozi, Srbi, Američani, Turki in seveda Slovenci. (1' 10")

Analiza obeh tekstov kaže na razlike tako v obliki kot tudi v vsebini. Prispevek na Radiu City je zvočno podložen, kot so to vsi informativni vstopi, pri Radiu Maribor se držijo tradicije in prispevkov v osrednjih informativnih oddajah ne podlagajo. Dolžina obeh prispevkov je precej različna. Skoraj polovico krajše poročilo na Radiu City je posledica omejenosti novinarja na čas, ki ga ima odmerjenega za prispevek. Dvakratna dolžina poročila na Radiu Maribor omogoča nekaj dodatnih informacij, medtem ko v obeh primerih poslušalec sliši informacijo o najpomembnejših rečeh oziroma odgovore na ta vprašanja:

- Kako je recesija vplivala na zbiranje denarja za festival?
- Kakšen je proračun festivala?
- Kakšne so novosti festivala?
- Kateri so vrhunci festivala?

Vsebinsko sta prispevka že takoj na začetku zastavljena precej različno. Medtem ko na Radiu Maribor prispevek v napovedi poda informacijo o tem, da je NKBM še naprej generalni sponzor, in je omenjeno edina relevantna informacija, na Radiu City takoj poda informacijo o tem, da je bila izvedba festivala zaradi recesije ogrožena, s čimer sledi načelu, da je najpomembnejša informacija na prvem mestu. Prispevek Radia Maribor informacijo o težavnem zbiranju sredstev prenese v novinarjev glavni tekst in zgodbo razvija v smeri proti manj pomembnim informacijam. Oba prispevka trditve o ogroženosti festivala podkrepita z enako izjavo, ki je v prvem primeru nekoliko daljša in naveže festival na projekt Evropske prestolnice kulture. Oba potem pojasnita številke, povezane s sponzorskimi sredstvi in proračunom. Oba nadaljujeta s podatki o programu, pri prvem pa ostane čas še za novosti glede programske knjižice – dodatno informacijo omogoča nekoliko daljše poročilo. Stilsko sta oba teksta precej podobna, večjih razhajanj ni. Problematično je poimenovanje sogovornika z njegovim vzdevkom in ne z uradnim imenom, kar je odmikanje od novinarskih standardov. Podobno kot za količino novinarskega teksta velja tudi za količino izjav sogovornikov. V prvem primeru so izjave daljše, zanimivo pa, da s samo enim sogovornikom. Krajše izjave dveh

sogovornikov v drugem primeru dajejo prispevku večjo dinamičnost. Medtem ko je prva izjava v obeh primerih skoraj identična, se ostale izjave pomensko in stilno precej razlikujejo. Medtem ko v prvem primeru sogovornik poda le informacijo, sta v drugem primeru izjavi čustveno bolj polni, emotivni in dajeta prispevku barvitost. Oba prispevka se zaključita na podoben način: s kratkim stavkom, v katerem je ena informacija.

8.2.2 Stavka v podjetju W & G

Radio Maribor. 2009. Poročila. 29. maj.

Podjetjem, v katerih delavci s stavko skušajo priti do svojih skromnih plač, se danes pridružuje tudi mariborska družba W & G, kjer delavci plač niso videli že od februarja.

Okoli 60 zaposlenih v bivših Gradisovih kovinskih obratih, ki jih je pred leti kupil poslovnež Walter Wolf, se je danes na zboru delavcev odločilo, da bodo jutri ob sedmih začeli stavkati. Glavni razlog so neizplačane plače. Delodajalec jim dolguje del februarske plače, v celoti pa marčevsko, aprilsko in zdaj še majsko. Zaposlenim je dovolj obljub direktorice Marije Balič, naj še malo počakajo, da denar bo, pravi predsednik sindikata Skei v podjetju Darko Kolmanič: 'Pred mesecem dni smo že rekli, da bi nas naj dala na borzo in da bi vsaj nekaj osnovnih sredstev dobili, da bi lahko vsaj položnice plačevali, ampak vedno se to zavlačuje.' Stavkali bodo do izpolnitve stavkovnih zahtev, torej, izplačila plač. Saj, kot dodaja delavec Vojko Tučič: 'Položnice so tu, preživeti je treba, in s tem, kar imamo zdaj, ne gre. Situacija je kritična.' Sindikat je danes svojim članom razdelil po 40 evrov, 40 evrov pa naj bi dobili kot prvo pomoč jutri zjutraj. Branko Dečman, ki bo čez štiri mesece izpolnil pogoje za upokožitev in je ves svoj delovni staž pridelal v podjetju, dodaja, da so bili težki časi, a tako, kot je zdaj, še ni bilo. In razlogi? 'Dosti razlogov je tukaj. Eden je tudi nezainteresiranost lastnika podjetja – to je Walter Wolf – pa tako naprej. Kot vse kaže, pa se bodo zaposlenim v podjetju W & G s stavko v ponedeljek pridružili tudi zaposleni v Tovarni vozil Maribor, če do petka ne bodo dobili aprilskih plač. (1' 48")

Radio City. 2009. Novice. 29. maj.

54 delavcev podjetja ne verjame več obljubam direktorice Marije Balič, da bo v nekaj dneh zagotovila denar za del februarških in marčevske plače. Predsednik sindikata v podjetju Darko Kolmanič: 'Ja, dela ni. Dela ni. Dela ni. In še to vprašanje, če ne bo, to kar delamo, za kompenzacijo. In potem zopet ni denarja.' Delavci nimajo dela že od začetka leta, sami pravijo, da ne vedo, ali so na čakanju ali na dopustu, oziroma, kakšen je njihov status. Kljub temu pa po Kolmaničevih besedah direktorica zavlačuje s sprožitvijo stečaja, s katerim bi delavci dobili vsaj nekaj. 'Boljše stečaj, da vsaj nekaj dobimo iz borze. Ker to, kar se zdaj dela, tako enostavno več ne gre. Ljudje niti več nimajo za avtobus niti za položnice, da ne naštevam še kaj drugega.' Ob začetku stavke je direktorica napovedala, da je upanja za rešitev podjetja zelo malo in da bo verjetno v kratkem vložila predlog za stečaj. (1' 02")

Podobno kot v prvi analizi je tudi pri drugi prva ugotovitev podlaganje prispevka z zvočno podlago na Radiu City. Tudi, kar zadeva drugi kriterij, je razlika v dolžini prispevka precejšnja, toda nekoliko manjša kot v prvih dveh primerih. Tokrat je vrstni red informacij bolj skladen. V obeh primerih že v napovedi prispevkov izvemo za stavko in za razloge, ki so do nje privedle. V prispevku Radia Maribor novinarka v prvem delu svojega teksta deloma razširjeno ponovi informacije, ki jih je poslušalec slišal v napovedi. Prispevek Radia City nadaljuje tam, kjer se je napoved končala, in doda naslednjo informacijo o nezaupljivosti delavcev do direktorice. Sledijo informacije o trajanju agonije in položaju delavcev. Medtem ko prvi prispevek poda še informacijo o sindikalni prvi pomoči in napovedi še ene stavke v nekem drugem podjetju, drugi prispevek poda informacijo še z druge plati – s strani direktorice. Bistvenih razlik v stilu pisanja ni, v obeh primerih gre za poročevalsko, faktografsko obliko. Obseg novinarjevega teksta se podobno kot v prejšnjih primerih razlikuje v prid Radia Maribor – novinar ima več časa kakšno misel razvijati ali besedilo dopolniti z kakšno dodatno informacijo. Pri količini izjav je slika podobna. Tri izjave v prvem primeru so vse nekoliko daljše od dveh izjav v drugem primeru. Izbor izjav je le delno usklajen. Izjavi ponazorita stisko delavcev z nezmožnostjo plačevanja položnic, pri tem pa je v primeru Radia Maribor izjava prvoosebna, kar v prispevek vnese čustveno obarvanost in človeško plat. Izjava sindikalista o agoniji nekoga drugega ni tako učinkovita. In medtem ko v prvem primeru zadnja izjava skuša osvetliti tudi ozadje težav podjetja, gre

v drugem primeru za navajanje druge vpletene strani. Novinarja v obeh primerih zaključita še z eno pomembno informacijo. Če je v drugem primeru zadnja informacija v celoti povezana z glavno zgodbo, za drugi primer omenjeno velja le v manjši meri.

8.2.3 Preiskava podkupovanja za državljanstva

Radio Maribor. 2009. Poročila. 5. junij.

Pred dnevi so mariborski kriminalisti odvzeli prostost štirim Mariborčanom, ki jih sumijo, da so nezakonito in proti plačilu uredili več desetim tujcem slovensko državljanstvo. Po zaključni akciji, v kateri je sodelovalo 75 kriminalistov, so osumljene privedli k preiskovalnemu sodniku, ki je zanje odredil pripor. Vse pa bodo zaradi več kaznivih dejanj tudi kazensko ovadili. Na ta način pridobljena državljanstva pa bo revidiral direktorat za upravno notranje zadeve pri resornem ministrstvu.

Dobro organizirano četverico, ki je z motivom pridobitve premoženjske koristi protizakonito omogočala državljanstvo osebam z območja bivše Jugoslavije, so kriminalisti odkrili po poldrugo leto trajajoči preiskavi. 'Posamezna pridobitev državljanstva je bilo za osebo potrebno plačilo nekje od pet tisoč do dest tisoč evrov,' je povedal vodja kriminalistične službe Policijske uprave Maribor Marjan Fank in dodal, da je po doslej znanih podatkih bilo na ta način pridobljenih več deset državljanstev, ki sta jih ob glavnem organizatorju in posredniku urejala še uradnik upravne enote in zdravnik Zdravstvenega doma Maribor: 'Mi smo bili o tem seznanjeni, zaprosili smo Policijsko upravo Maribor tudi za natančnejše podatke in v dogovoru z njimi natančnejših podatkov zaradi interesa preiskave ne moremo podati.' Za razliko od direktorja Zdravstvenega doma dr. Adolfa Drolca Jerneja Završnika pa je bil bolj konkreten načelnik Upravne enote Maribor Željko Vogrin: 'Zoper uslužbenca bodo uvedeni ustrezni ukrepi, vsekakor pa bo prvi korak to, da mu bo prepovedano opravljanje nadaljnjega dela.' Vse štiri pa čaka več kazenskih ovadb za kazniva dejanja: 'Jemanja podkupnine, dajanja podkupnine, sprejemanja koristi za nezakonito posredovanje, izdaja in uporaba lažnega zdravniškega spričevala in zloraba uradnega položaja ali uradnih pravic,' je še povedal vodja kriminalistične službe Policijske uprave Maribor

Marjan Fank. Osumljenim, ki ostajajo v priporu, pa v primeru dokazane krivde grozi od tri, pet oziroma osem let zapora. (2' 07")

Radio City. 2009. Novice. 5. junij.

Kriminalna združba, ki so jo razkrinkali mariborski kriminalisti, je tujcem, med njimi tudi morilcem, omogočala protizakonito pridobitev slovenskega državljanstva. Organizator, neuradno vodja mariborskega društva Romov Fatmir Bečiri, je za pridobitev državljanstev podkupoval uradnika na mariborski upravni enoti in zdravnika mariborskega zdravstvenega doma.

Tujci, predvsem s področja bivše Jugoslavije, med njimi so bili tudi morilci, naj bi Bečiriju plačevali med 5 in 10 tisoč evri za pridobitev slovenskega državljanstva. Bečiri naj bi po ugotovitvah policistov z do tisoč evri potem podkupil mariborskega zdravnika in delavca upravne enote, da sta zagotovila dokumente, potrebne za državljanstvo. 'V dosedanji preiskavi je ugotovljeno, da obstaja sum več deset takšnih oseb. Gre za družine in če je ena oseba iz te družine pridobila državljanstvo na takšen način, je omogočila na podlagi zakonodaje, da drugi družinski člani pridobijo pravico do bivanja v Sloveniji,' je pojasnil vodja mariborskih kriminalistov Marjan Fank. Preiskovalni sodnik je po zaslišanju za osumljence odredil pripor. Na ministrstvu za notranje zadeve pa bodo odločili, ali bodo tako pridobljena državljanstva razveljavili. (1' 01")

Prispevka o prijettu kriminalne združbe, ki je podkupovala uradnike in tujcem omogočila slovenska državljanstva, sta medsebojno najbolj različna od vseh parov. Če gre pri obliki za podobne razlike (glasbena podlaga, dvakratna dolžina prispevka), so vsebinsko te tokrat precejšnje. Dve bistveni razliki je mogoče najti že v napovedi prispevkov. V prvi vrsti gre za poimensko objavo glavnega osumljenega, ob tem pa v informaciji, da so bili med prejemniki nezakonito pridobljenih slovenskih državljanstev tudi tujci, ki so bili obsojeni za umor. Gre za prvovrstni informaciji, ki dajeta prispevku dodatno težo. Prve informacije se v obeh primerih nanašajo na uspešno akcijo policistov, pri čemer je zadeva bistveno bolj konkretizirana v drugem primeru. Medtem ko se novinar v prvem primeru posveča formalnim postopkom, ki so bili izvedeni v tem primeru, se novinar v drugem primeru spusti na nivo konkretnih oseb, ki so bile udeležene v primeru. Razlika je tudi v poimenovanju prvega sogovornika. Medtem ko

novinar v prvem primeru uporabi uradni naziv, se v drugem primeru novinar zadovolji s poenostavitvijo. Za podkrepitev dejstva, da sta v podkupovanje vpleteni dve uradni osebi, se novinar Radia Maribor obrne na njuna nadrejena, pri čemer sta izjavi v funkciji utemeljenosti navedb, medtem ko se novinar Radia City opre na svoje vire. Štiri krajše izjave treh različnih sogovornikov v prvem primeru poskrbijo ne le za legitimnost sporočenega, temveč tudi za dinamiko prispevka. V drugem primeru ena uradna izjava daje legitimnost ostalim informacijam iz neuradnih virov. Zaključek je v obeh primerih ponovno informacija, ki je glede na prejšnje manj pomembna.

8.2.4 Preiskava primera Nekrep

Radio Maribor. 2009. Poročila. Maribor, 10. junij.

Neuradno smo izvedeli, da je mariborski preiskovalni sodnik po opravljenih zaslišanjih zoper mariborska zdravnika Zlatko Kanič in Roberta Pogorevca izdal sklep o preiskavi. Zahtevo za preiskavo zoper oba zdravnika zaradi povzročitve smrti 12-letnega Bora Nekrepa iz malomarnosti je 14. aprila letos vložilo okrožno državno tožilstvo. V zvezi s primerom Nekrep pa dodajmo še to: ravnanje članov komisije za izredni interni strokovni nadzor, ki napačno ocenjuje posamezne postopke pri zdravljenju bolnika in s tem omogočijo posameznim zdravnikom ali zdravstveni zavodom, da se izognejo ugotavljanju odgovornosti, ustreza definiciji korupcije, so sporočili iz Kosove komisije. Po neuradnih informacijah seveda gre za zadevo Nekrep.

Kot smo izvedeli neuradno, naj bi se mariborski preiskovalni sodnik po več ur trajajočih zaslišanjih mariborskih pediatrov Zlatke Kaničeve in Roberta Pogorevca pred štirinajstimi dnevi danes odločil za preiskavo zoper zdravnika, ki sta obravnavala 12-letnega preminulega Bora Nekrepa. Zagovornik družine Andrej Pitako je informacijo potrdil: 'Dejansko je preiskovalni sodnik okrožnega sodišča v Mariboru izdal sklep o preiskavi proti osumljenim zdravnikom in starši upajo, da bo preiskava potekla hitro in brez nepotrebnih zavlačevanj in da bo preiskava čim prej zaključena, kar pomeni, da bo lahko tožilec čim prej vložil obtožbo.' Da je to stvar sodišča in da bodo postopki tekli pravno kot do sedaj, je danes dejal direktor mariborske bolnišnice primarij Gregor Pivec. In kako se je odzval na mnenje Kosove komisije, češ da je bil interni strokovni nadzor, ki ni

pokazal nepravilnosti pri zdravljenju dečka, korupcija: 'Moram povedat, da v tem primeru ni šlo za nobeno koruptivno delovanje. Šlo je za to, da je zelo zahtevna, strokovno zelo zahtevna zadeva bila zdravljenje tega otroka in da nenazadnje je tudi zbornica potrebovala šest mesecev in zunanje eksperte, da je lahko podala kvalitetno strokovno mnenje.' Dodal je še, da so o tem v mariborski bolnišnici prepričani, posebej še zato, ker so bile vse komisije imenovane v skladu s pravilniki. (2' 04")

Radio City. 2009. Novice. Maribor, 10. junij.

Prvo sejo novega sveta Univerzitetnega kličnega centra Maribor je zasenčilo mnenje komisije za preprečevanje korupcije, ki je pri internem nadzoru v primeru Nekrep odkrila korupcijo. Prav tako je odjeknila novica z ministrstva za zdravje, da so v primeru smrti 16-mesečne deklice odkrili napake pri zdravljenju.

Preiskovalni sodnik mariborskega sodišča je izdal sklep o preiskavi zoper zdravnika Zlatko Kanič in Roberta Pogorevca, zaradi povzročitve smrti Bora Nekrepa iz malomarnosti, kot kaže bo prišlo do sojenja. Direktor Univerzitetnega kliničnega centra Maribor Gregor Pivec: 'To težko komentiram, ker to je stvar sodišča in postopki bodo tekli pravno, tako kot so do sedaj.' Ob tem je Kosova protikorupcijska komisija za interni nadzor v UKC-ju ugotovila, da napačna ocena postopkov zdravljenja ustreza definiciji korupcije. Vodstvo UKC-ja pravi, da ni šlo koruptivno delovanje, ampak za strokovno zelo zahtevno zadevo. Strokovni direktor Anton Crnjac: 'Če bi hoteli karkoli prikrivati ali spreminjati, potem ne bi mi zaprosili za eksterni nadzor in zaprosili nevtralno komisijo.' In še en črn oblak nad mariborsko bolnišnico. Direktor direktorata za zdravstveno varstvo Janez Remškar je obelodanil, da je zunanji ekspertni nadzor odkril napake pri zdravljenju 16-mesečne deklice. 'Ne morem komentirati, ker izjave še nisem slišal,' je dejal Pivec. (1' 12")

Razlika v dolžini prispevkov je tudi v tem primeru občutna. Vrstni red informacij je že v napovedi različen. Medtem ko je v prvem primeru v ospredju informacija o preiskavi in korupciji, je v drugem primeru v ospredju korupcija in nov primer smrti otroka. Preiskava sledi takoj na začetku in je nadaljevanje napovedi. V prvem prispevku sta, kljub znatni razliki v dolžini, informaciji o preiskavi in korupciji tudi edini informaciji o

primeru. Obe izjavi sta v funkciji potrjevanja novinarjevega poročanja. V drugem prispevku so podane tri glavne informacije, pri tem pa je druga izjava strokovnega direktorja korak naprej od potrjevanja dejstev, saj je hkrati že čustveno obarvana izjava. Novinar si v drugem primeru dovoli tudi hojo po meji interpretativnega žanra, ko govori o črnih oblakih nad bolnišnico. Stilsko ne nevtralne besede dajejo poročilu komentatorski značaj. Novinarja sta v tej zadnji primerjavi stilno precej različna. V prvem primeru se novinarka strogo drži dejstev, v svojem tekstu se omejuje na povzemanje virov. V drugem primeru naredi novinar korak naprej, ko predvideva, da bo prišlo do sojenja, in ko poudari negativne dogodke v mariborski bolnišnici.

9 ZAKLJUČEK

Za kakovostno primerjavo informativnih vsebin je bilo treba narediti primerjavo po posameznih kriterijih, ki so temelj za kakovostno poročanje. Najprej je bilo treba definirati, kaj odlikuje kakovostno novinarsko poročanje na radiu, oziroma, kateri kriteriji morajo biti izpolnjeni zanj. Primerjalna analiza informativnih terminov in posameznih tekstov je možna glede na naslednje kriterije: upoštevanje poklicnih standardov, tehnična oz. zvokovna obdelava, nabor prispevkov lokalnih vsebin, način poročanja (jezik, vrstni red informacij), količina poročanja o lokalnih, slovenskih, mednarodnih temah, število sogovornikov, virov.

Na Radiu Maribor je izobrazbena struktura novinarjev precej ustrežnejša kot na Radiu City. Večinoma gre za diplomirane novinarje, kulturologe, sociologe ... Na drugi strani gre v primeru informativne redakcije na komercialnem radiu večinoma za študente medijskih komunikacij ali drugih družboslovnih ved. Izobrazbeno ozadje priča o tem, da novinarji Radia Maribor bolj izpolnjujejo poklicne standarde, ob tem ima nacionalna RTV hiša svoj etični kodeks. Tovrstnega kodeksa novinarji Radia City nimajo.

Tehnična oz. zvokovna obdelava izjav, branih poročil, je v obeh primerih na visokem nivoju. Bistvena razlika je v dejstvu, da novinarski prispevki eter Radia Maribor zapolnjujejo sami, medtem ko je v primeru Radia City v etru ob novinarskem prispevku tudi glasbena podlaga. V prvem primeru odsotnost glasbene podlage ustvarja vtis serioznosti prebranega, v drugem primeru prisotnost glasbene podlage prispeva k dinamičnosti slišanelega.

Temeljna ločnica, iz katere sem na osnovi poslušanja konkretnih primerov izluščil razlike med informativnimi vsebinami na nacionalnem in na komercialnem radiu, je prostor, ki ga informativne vsebine zavzemajo v primerjavi z ostalimi vsebinami v radijskem etru. Prostora, namenjenega informativnim vsebinam na nacionalnem radiu, je neprimerno več kot na komercialnem radiu in iz tega dejstva izhaja večina ostalih razlik, ki zaznamujejo dva pristopa, ki si delita en medijski prostor. Na osnovi dejstva, da je prostora za informacije več, je tudi več prostora za obravnavo določene teme, več prostora za žanrsko raznolikost na nacionalnem radiu. In tukaj se nacionalni radio ni prilagodil oziroma se je le deloma prilagodil komercialnim programskim shemam, v katerih je načelo več glasbe manj govora, več sproščenih vsebin, manj resnih prispevkov, več poudarka na obliki, manj na vsebini. Na Radiu Maribor so v informativnih terminih pogosteje ali celo redno prisotni intervjuji, komentarji, komentirana poročila, reportaže, feljtoni. Na Radiu City so žanri omejeni na vest, razširjeno vest, poročilo. Ostali žarni so redki. Žanrska raznolikost je večja v primeru javnega radia.

Vzporednice je mogoče iskati predvsem v naboru tem, kjer se lokalnost obeh medijev kaže v uvrščanju informacij v posamezne informativne bloke. Oboji izpostavljajo lokalne teme po pomembnosti in jim dajejo znotraj informativnih blokov nemalokrat pomemben del prostora in tudi uvrščajo jih dokaj visoko na prednostni lestvici. Tukaj pa vendarle ne gre na prilagajanje principov, temveč bolj za poskus umeščanja v lokalno okolje in iskanje stika s poslušalci.

Razmerje med agencijskimi novicami in prispevki lastnega novinarskega dela je na komercialnem radiu v prid agencijskih novic. Približno tri četrtine vseh novic, objavljenih v etru komercialnega radia, je agencijskih. Razmerje je v primeru nacionalnega radia bolj v prid lastnim tekstom.

V analiziranih tekstih je razlika tudi v številu sogovornikov, številu virov. Novinarji nacionalnega radia so v svojih prispevkih uporabili več virov, se pogovorili z več sogovorniki. Na komercialnem radiu pogosto zadostuje en sogovornik, ki je v funkciji legitimiranja podanih informacij. Kadrovska podhranjenost in kratki roki za izdelavo prispevka sta razloga, ki pojasnita to dejstvo, v nekaterih primerih gre morda še za ohlapno tolmačenje novinarskih standardov.

In na koncu nazaj na začetek. Radio ima po svoji funkciji v primerjavi z ostalimi mediji to prednost, da lahko informacijo najhitreje spravi do prejemnika, obenem pa ima to slabost, da večina ljudi radio posluša ob tem, ko počne nekaj drugega in jim potemtakem služi za zvočno kuliso. Radio City ima bistveno več poslušalcev kot Radio Maribor. Je pomembneje več informacij spraviti do manjšega števila ljudi, ali manj informacij spraviti do večjega števila ljudi? Svojo vlogo oboji zelo dosledno izpolnjujejo in se pri tem dopolnjujejo. Pluralizacijo medijev lahko v obravnavanih primerih razumemo tako kot raznolikost pristopov, pa tudi kot raznolikost vsebin.

10 LITERATURA

1. Arnold, Bernd – Peter. 1989. *Radio: Macher, Mechanismen, Mission*. München: TR-Verlagsunion.
2. Boyd, Andrew. 2001. *Broadcast journalism: techniques of radio and television news*. Oxford: Focal Press.
3. Braden, Maria. 1997. *Getting the message across: writing for the mass media*. Boston: Houghton Mifflin company.
4. Crisell, Andrew. 1994. *Understanding radio*. London, New York: Routledge.
5. Erjavec, Karmen. 1999. *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
6. Feltrin, Mateja. 2003. *Informativni programi komercialnih radijskih postaj*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
7. Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
8. Krišelj, Marijan. 1993/1994. *Javna občila in komunikacijska tehnologija – Radio: skicirano gradivo predavanj za študente – novinarje na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani in za novinarje na Radiu Slovenija*. Ljubljana: Radio Slovenija – Oddelek za kulturo govora.
9. Martí, Josep Maria. 2005. *Od ideje do antene: tehnike radijskega programiranja*. Ljubljana: Modrijan.
10. McLeish, Robert. 2005. *Radio production*. Oxford: Focal Press.
11. Mediana. 2008. *Raziskava poslušnosti radijskih programov (naročnik Radio City Maribor)*. Ljubljana: Mediana.
12. Norberg, Eric G. 1996. *Radio Programming: Tactics and Strategy Book Description*. Oxford: Focal Press.
13. Pečjak, Vid. 1994. *Psihologija množice*. Ljubljana: Samozaložba.

14. Pirc, Tatjana. 2005. *Radio: zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Modrijan.
15. Šuen, Matjaž. 1994. *Preiskovalno novinarstvo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
16. Wilby, Pete. 1994. *The radio handbook*. London: Routledge.
17. Zgrabljic, Nada. 2007. *Radio: mit i informacija, dijalog i demokracija*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.